Patto di Destinazione della DMO “Destinazione Salerno”

Premesse

- La Regione Campania ha definito un nuovo modello di governance turistica pubblico-privato attraverso le ***Destination Management Organization*** **(DMO)**, definendole come “*organizzazioni non lucrative che mirano a ricomprendere i principali portatori di interessi pubblici e privati che operano nell’ambito di una determinata destinazione turistica secondo una logica di partenariato per condividere l’offerta turistica locale a fini di efficienza, coesione e competitività*”
- La Giunta Regionale con delibera n. 769 del 27/12/2024 ha approvato le **Linee Guida per il riconoscimento delle DMO**, con “*lo scopo di favorire la governance coordinata e integrata delle destinazioni turistiche della Regione Campania attraverso la cooperazione tra soggetti pubblici e privati per migliorare la qualità dell’accoglienza turistica in termini sia di coerenza con le caratteristiche territoriali sia di innovazione dello sviluppo locale*” Art.2
- Le linee guida prevedono che le DMO devono essere costituite da una aggregazione di Comuni, e possono essere promosse da soggetti pubblici e/o privati, anche del terzo settore. (Art.3)
- Nell’ambito della DMO la rappresentanza degli operatori privati è assicurata dalle forme associative, anche se, auspicando un più ampio coinvolgimento di stakeholders prevede che venga stipulato un **Patto di Destinazione** tra soggetti pubblici e operatori privati per la definizione di strategie comuni e azioni congiunte finalizzate alla promozione e sviluppo della destinazione, nel rispetto dei principi di sostenibilità, inclusività e innovazione.
- Tale strumento è stato previsto per definire le norme per *l’organizzazione e la gestione della DMO*.
- L’ambito territoriale a cui fa riferimento la DMO **“Destinazione Salerno**” si riferisce alla destinazione turistica omogenea dell’area di *Salerno*, comprendente 15 comuni del salernitano. Tale area, presenta un ricco patrimonio di risorse **archeologiche**, **ambientali, naturalistiche (sia mare che aree montane), culturali ed enogastronomiche** dall’enorme potenziale turistico.
- Il Patto definendo le regole e la gestione della DMO rappresenta lo strumento necessario ad organizzarne l’offerta territoriale, a definire standard comuni dell’offerta e a coordinare il marketing, la promozione e la comunicazione della Destinazione.
- La sottoscrizione da parte degli aderenti è prevista come condizione necessaria per partecipare alle attività della DMO e beneficiare delle azioni comuni di promozione e valorizzazione.
- **Finalità comuni:** I soggetti coinvolti riconoscono la necessità di unire le forze per una **gestione unitaria** e sostenibile della destinazione Salerno, superando la frammentazione delle iniziative individuali. Essi condividono gli obiettivi di migliorare la qualità dell’accoglienza, sviluppare un’offerta turistica integrata e coerente con le vocazioni territoriali, rafforzare la competitività del

territorio e valorizzare in modo sinergico tutti gli attrattori locali (archeologici, termali, naturali, culturali, eno-gastronomici, etc.), in linea con le finalità dello sviluppo turistico regionale.

Tutto ciò premesso, le parti sottoscritte convengono e stipulano il presente **Patto di Destinazione** della costituenda DMO "**Salerno**", nei termini dei seguenti articoli.

Art. 1 – Oggetto e Natura del Patto

1. **Oggetto del Patto:** Il presente Patto di Destinazione disciplina l'adesione volontaria e la cooperazione tra i firmatari – pubblici, privati e non-profit – finalizzata alla **gestione coordinata della destinazione turistica "Salerno"**. In particolare, attraverso questo Patto i firmatari si impegnano a costituire una partnership stabile per condividere strategie, risorse e iniziative volte alla promozione unitaria dell'offerta turistica locale e al miglioramento dei servizi di accoglienza. Il Patto rappresenta dunque lo strumento di partenariato pubblico-privato mediante cui la DMO consolida il coinvolgimento degli operatori territoriali, in coerenza con quanto previsto dalle Linee Guida regionali.

2. **Natura non lucrativa e collaborativa:** La DMO opera senza scopo di lucro, secondo una logica di partenariato pubblico-privato. Il Patto formalizza tale alleanza: i firmatari convengono di collaborare attivamente, mettendo in rete competenze e azioni, per perseguire fini condivisi di sviluppo turistico del territorio. L'adesione al Patto non dà luogo alla creazione di un nuovo ente giuridico immediato, ma costituisce un **accordo quadro** operativo e aperto, propedeutico alla costituzione formale della DMO con il riconoscimento regionale. Il presente Patto, in quanto "proposta di Patto di destinazione", sarà allegato alla candidatura per il riconoscimento **provvisorio** della DMO e diventerà pienamente operativo con l'ottenimento di tale riconoscimento. Successivamente, i contenuti del Patto potranno essere integrati nello statuto o regolamento interno della DMO ai fini del riconoscimento **definitivo** e della gestione a regime.

3. **Durata e revisione:** Il Patto entra in vigore alla data della sua sottoscrizione da parte del Comitato Promotore e dei primi aderenti e rimane valido per tutta la fase di candidatura e la successiva fase di avvio operativo della DMO. Esso potrà essere aggiornato o modificato con il consenso dei firmatari, in funzione dell'evoluzione della governance della DMO (es. adozione di uno Statuto/Regolamento formalizzato). La partecipazione al Patto è **a tempo indeterminato**; ciascun firmatario potrà recedere in qualsiasi momento con comunicazione scritta al Comitato Promotore (o, successivamente, all'organo di gestione della DMO) senza incorrere in penali, fermo restando l'onere di onorare eventuali impegni già assunti in seno al Patto. Il Patto resta aperto all'adesione di nuovi soggetti anche dopo la fase di candidatura, al fine di ampliare continuamente la rappresentatività e la base partenariale della DMO.

Art. 2 – Soggetti firmatari e adesioni

1. **Categorie di aderenti:** Possono aderire al presente Patto di Destinazione i soggetti appartenenti alle seguenti categorie, operanti a vario titolo nel settore turistico del territorio:

- **Soggetti pubblici:** enti locali (Comuni) ricompresi nell'area di Salerno, Valle dell'Irno e Monti Picentini o con quanti confinanti, enti parco e riserve naturali nell'area, Camere di Commercio territorialmente competenti, nonché altri enti pubblici o a partecipazione pubblica aventi competenze o interessi nello sviluppo turistico locale (es. Soprintendenze, ASL per il termalismo sanitario, Università e centri di ricerca, etc.).
- **Soggetti privati (imprese):** operatori economici profit del comparto turistico e culturale, ivi incluse le imprese della ricettività (alberghi, agriturismi, B&B, campeggi, etc.), della ristorazione, del benessere termale e servizi termali, del tempo libero e intrattenimento, agenzie di viaggio e tour operator, guide turistiche e ambientali, società di gestione di attrattori (es. parchi archeologici, musei, impianti sportivi, stabilimenti termali), consorzi o reti di impresa turistica, imprese agroalimentari e artigianali legate alle tipicità locali, nonché le associazioni di categoria rappresentative di tali imprese.
- **Soggetti del terzo settore e altri enti associativi:** enti senza scopo di lucro operanti in ambito turistico, culturale, ambientale o sociale nel territorio, quali associazioni culturali e pro loco, fondazioni, cooperative di comunità, ONG, GAL e altri organismi misti pubblico-privati, associazioni di promozione del territorio, reti civiche, ecc., interessati alla realizzazione degli obiettivi della DMO.
- **Aderenti iniziali (Comitato Promotore):** Fanno parte dei firmatari del Patto, in qualità di membri fondatori, i soggetti costituenti il Comitato Promotore della DMO "**Salerno**". Tali soggetti (elencati nell'Atto Costitutivo del Comitato Promotore) includono enti pubblici e altri partner locali che hanno avviato il percorso DMO e che con la sottoscrizione del presente Patto confermano formalmente i propri impegni. Il Comitato Promotore funge da **soggetto coordinatore** provvisorio della DMO fino all'eventuale costituzione di un ente gestionale formalizzato.

2. **Adesione di nuovi soggetti:** Il Patto è **aperto** all'adesione di ulteriori soggetti, pubblici o privati, non facenti parte del Comitato Promotore originario. In conformità alle Linee Guida, la mancata partecipazione di un Comune al Comitato Promotore o alla DMO **non preclude** l'adesione, tramite questo Patto, dei soggetti privati e del terzo settore operanti nel territorio di detto Comune. Parimenti, un medesimo operatore privato (o un'associazione di settore) può aderire a più Patti di Destinazione riferiti a DMO diverse, se opera in territori differenti.

3. **Modalità di adesione e modulistica:** I soggetti interessati ad aderire al Patto dovranno presentare al Comitato Promotore apposita *Istanza di adesione* (conforme al **Modello A**) sottoscritta dal legale rappresentante, corredata dalla *Dichiarazione sostitutiva* di possesso dei requisiti (**Modello B**) e dalla copia di un documento d'identità. Le domande di adesione saranno raccolte secondo le procedure e tempistiche indicate nell'Avviso Pubblico emanato dal Comitato Promotore (Allegato B.3 delle Linee Guida regionali). In fase di prima costituzione della DMO, la scadenza per la presentazione delle istanze è fissata al **/**/2025, ore **:**. Le richieste pervenute saranno protocollate e accolte senza preclusioni, salvo verifica della completezza formale della documentazione. Oltre tale termine iniziale, il Patto rimarrà comunque aperto: eventuali nuove adesioni successive saranno esaminate e validate periodicamente dal soggetto coordinatore, aggiornando

l'elenco dei firmatari. L'adesione al Patto comporta automatica accettazione di tutti i termini del presente documento.

4. **Requisiti di rappresentatività:** Il Comitato Promotore e i firmatari garantiscono che la composizione del Patto rispetta i requisiti minimi di rappresentatività stabiliti dalla normativa regionale. In particolare, la quota di operatori della ricettività privata aderenti al Patto assicura la rappresentanza di **almeno il 10%** dei posti letto complessivi dell'area DMO. Tale soglia minima – riferita al totale di posti letto ufficialmente censiti nei comuni della destinazione – è già raggiunta nella fase di candidatura ed è suscettibile di ulteriore incremento con l'adesione di nuovi operatori. Inoltre, come previsto dalle Linee Guida, il Comitato Promotore include Comuni che insieme coprono oltre il 50% dei posti letto del territorio, garantendo un'adeguata base istituzionale alla DMO. I firmatari si impegnano a mantenere e ampliare queste percentuali di rappresentatività, ritenute fondamentali per il buon funzionamento e la legittimazione della DMO a livello locale.

Art. 3 – Obiettivi condivisi e Assi strategici di sviluppo

5. **Visione comune della destinazione:** I firmatari del Patto condividono la visione di una destinazione Salerno **organica e competitiva**, capace di offrire al visitatore un'esperienza integrata e di qualità, valorizzando tutte le peculiarità locali. L'obiettivo generale è consolidare un sistema turistico **unitario**, in cui attori pubblici e privati operino in sinergia per accrescere l'attrattività del territorio durante tutto l'arco dell'anno, generando benefici economici diffusi e uno sviluppo sostenibile delle comunità locali.

6. **Assi strategici di sviluppo turistico:** In base alle vocazioni e ai punti di forza del territorio, l'azione della DMO si articolerà su alcuni **assi strategici** prioritari, attorno ai quali saranno costruiti prodotti e iniziative dedicate. I principali assi identificati (non esaustivi e tra loro interconnessi) sono:

    - **Turismo archeologico, culturale e identitario:** promozione del patrimonio storico-archeologico (Musei civici – Salerno, Parco archeologico urbano dell'antica Picentia e Museo archeologico nazionale – Pontecagnano; Museo FRAC – Baronissi; Cattedrale di Santa Maria degli Angeli, San Matteo e San Gregorio VII – Salerno; Chiesa di San Benedetto – Salerno; Chiesa di San Giorgio – Salerno; Giffoni Film Festival; Linea d'ombra festival; Limen Salerno festival, , ecc.). Verranno creati itinerari culturali tematici e sistemi di visita diffusi, includendo anche il turismo religioso dove presente. Le associazioni culturali e Pro Loco avranno un ruolo centrale in questo asse.
    - **Turismo naturalistico e outdoor:** valorizzazione dell'ambiente naturale (ZPS Picentini; Parco Regionale dei Monti Picentini, Oasi WWF Monte Accellica - Giffoni Valle Piana, Parco eco-archeologico di Pontecagnano Faiano) attraverso percorsi trekking, cicloturismo, escursionismo, turismo avventura e sport all'aria aperta. L'asse include anche il turismo rurale legato alla vita nei borghi e nelle campagne, in sinergia con l'agriturismo locale.
    - **Turismo enogastronomico:** sviluppo di itinerari del gusto legati ai prodotti tipici dell'area (Olio extravergine di olive Colline Salernitane DOP, Pomodoro fiaschello

Battipagliese, Mozzarella di Bufala DOP, Zizzona di Battipaglia, Rucola della Piana del Sele IGP, Cavolfiore della Piana del Sele IGP, Nocciola di Giffoni IGP, Carciofo di Paestum IGP, Ciliegia IGP, ecc.) e promozione delle aziende agricole, agriturismi e ristoranti tipici. L'asse prevede eventi enogastronomici (fiere, sagre), percorsi didattici nelle aziende, e l'integrazione dell'offerta culinaria nelle altre esperienze turistiche (ad es. *trekking con degustazione*, ecc.).

- **Turismo balneare:** Sviluppare un turismo balneare sostenibile, integrato e competitivo, capace di generare valore economico e territoriale tutto l'anno. Elevare gli standard qualitativi dei servizi (lidi, accessibilità, sicurezza, servizi family e inclusivi), anche attraverso una innovazione ed una forte integrazione dell'offerta (esperienze, wellness, sport, servizi digitali). Le azioni saranno dirette ad allungare la stagione oltre i mesi estivi con un obiettivo ben preciso: Integrare il balneare con: turismo culturale, enogastronomia (mozzarella, dieta mediterranea), turismo naturalistico (Monti Picentini);

- **Turismo sentieristico:** Promuovere e sviluppare un sistema sentieristico integrato, accessibile e competitivo, capace di connettere risorse naturali, culturali e identitarie del territorio (Sentiero del Principe, Sentiero della Cornice del Principe, Percorso dal centro storico al molo Manfredi, Circuito del parco urbano del Monte Stella, Circuito centro storico di Salerno, Circuito di Giovi Montena, Circuito Monte Mai, Anello Pizzo San Michele da Varco della Teglia – Tuppo dell'uovo, CAI 169 Alle Cave di Ittiolo, Circuiti Monte Accellica Nord, Anello Calvanico – San Michele Mezzo – Incoronata – Palazzolo, Pizzo San Michele – Calvanico, Percorso 5 Colli, Scalandroni da Ca Rocchi, Circuiti Monte Accellica Sud (da Piani di Giffoni/Croci di Acerno), Fiumana di Tannera, Anello Polveracchio, Castello di Acerno, Eremo di San Michele, Circuiti Olevano (Castello E Grotte), La Valle di Tusciano, Sentieri MBT). L'obiettivo è creare un'offerta strutturata e di qualità, sostenuta da servizi adeguati, infrastrutture leggere, digitalizzazione e governance condivisa, in grado di attrarre diversi segmenti di domanda (escursionisti, camminatori, cicloturisti) lungo tutto l'arco dell'anno. In tale sistema deve generare valore economico diffuso, sostenere le economie locali, contrastare lo spopolamento delle aree interne e rafforzare la riconoscibilità del territorio, promuovendo al contempo sostenibilità ambientale, tutela del paesaggio e benessere delle comunità residenti.

7. **Obiettivi specifici**:

- **Coordinare e integrare l'offerta turistica locale.** Tale obiettivo sarà perseguito attraverso una Strategia di sviluppo territoriale con la costruzione di **prodotti turistici integrati** che combinino le diverse risorse (archeologia, mare, terme, natura, cultura, enogastronomia, sport, eventi) in pacchetti e itinerari tematici omogenei.
- **Elaborare una Strategia di marketing, promozione e comunicazione** coerente con gli indirizzi e le strategie della Regione Campania e con la vocazione naturale del Territorio. In particolare attraverso il Piano di Destinazione dovrà essere predisposto un Piano di Marketing e di Comunicazione con il coinvolgimento strutturato degli stakeholder per individuare e rafforzare i fattori di competitività e di sostenibilità della destinazione e dei

prodotti turistici esistenti e/o da creare. Nel Piano di Destinazione saranno previste le campagne di marketing e comunicazione coordinate a livello nazionale e internazionale, la partecipazione in modo coeso a fiere ed eventi di settore, il miglioramento della presenza online della destinazione sotto un'unica immagine condivisa.

- **Elaborare una identità visiva unitaria**, creando e sviluppando un *brand* territoriale condiviso e riconoscibile, attraverso un percorso partecipato con analisi, ascolto e incontri di tutti gli attori locali, in modo da tener conto delle esigenze e delle visioni dei vari stakeholder pubblici e privati.
- **Creazione del logo ufficiale della Destinazione.** Tale logo dovrà essere la sintesi della riconoscibilità della Destinazione stessa. L'utilizzo del logo ufficiale della DMO e dei materiali promozionali può essere fatto solo dopo l'adesione al Patto ed è consentito solo con l'approvazione da parte del Consiglio Direttivo della DMO. Dopo l'approvazione ufficiale della DMO da parte della Regione Campania, il logo potrà essere integrato con il logo della Regione Campania. L'utilizzo improprio o non autorizzato può comportare la sospensione o la revoca dell'adesione al Patto, come specificato nel Regolamento allegato.
- **Creazione di un Portale web di Destinazione** e la creazione di una piattaforma *Destination Management System* per promuovere l'innovazione digitale e centralizzare informazioni, prenotazioni e servizi in un unico hub digitale. Lo scopo specifico di tale strumento sarà quello di coordinare Enti Pubblici, operatori privati e cittadini, valorizzare le produzioni locali e i servizi nell'intero territorio, rendere più omogenea e accessibile l'intera offerta turistica territoriale. Le modalità di gestione e aggiornamento del Portale saranno definiti in uno specifico documento che sarà rivolto sia agli Enti Pubblici, sia ai singoli operatori privati con standard ben definiti per rendere le informazioni omogenee e in linea con i contenuti editoriale approvati dagli organi della DMO. Il Portale sarà il sistema di promozione digitale integrato, che metterà in risalto:
    - idee,
    - itinerari,
    - proposte di viaggio,
    - ricette,
    - sapori,
    - prodotti tipici,
    - eventi e offerte

    che saranno esposte in base alla località, al territorio, alla stagione e ai tematismi previsti negli Assi Strategici. Inoltre il territorio sarà descritto con specifiche schede località e schede attrazione. Il Portale accoglie, inoltre, il database di:

    a) imprese ricettive;
    b) imprese del trasporto e mobilità;
    c) imprese dell'enogastronomia;
    d) imprese agricole e agrituristiche;
    e) imprese dell'outdoor;
    f) altre imprese interessate alla promozione del territorio.

Il Portale in quanto sistema di promozione digitale farà ricorso a tutte le strategie di promozione sui motori di ricerca e sarà presente su tutti i canali social.

- **Creazione della Carta dell'Accoglienza** (*(art. 6, comma 2, lett. d)*. Tale strumento è previsto per migliorare l'accoglienza, rafforzare la cultura dell'ospitalità e per elevare gli standard qualitativi dell'ospitalità (ricettività, ristorazione, informazioni turistiche). Nell'ambito della Carta saranno stabiliti i valori e le buone pratiche per un turismo di qualità, rendendo l'esperienza del visitatore più soddisfacente in termini di accessibilità, fruibilità e cortesia. Inoltre saranno adottati principi di sostenibilità ambientale nelle politiche turistiche (mobilità dolce, tutela del paesaggio, gestione responsabile delle risorse naturali e termali), distribuiti i flussi turistici anche verso aree meno conosciute dei siti principali, coinvolte attivamente le comunità locali affinché sentano proprio il progetto DMO e ne traggano beneficio. La sottoscrizione del presente Patto comporta l'adesione volontaria alla Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità, che rappresenta un sistema di riconoscibilità pubblica degli operatori e dei soggetti aderenti alla DMO, rendendoli identificabili come parte di una rete territoriale orientata alla qualità e al progressivo innalzamento degli standard di accoglienza e ospitalità. La Carta costituisce inoltre uno strumento di trasparenza verso i visitatori, che possono riconoscere negli aderenti alla DMO soggetti.

  La sottoscrizione del presente Patto implica l'adesione libera e consapevole alla Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità. Tale Carta costituisce un meccanismo di riconoscimento pubblico degli operatori e dei soggetti che partecipano alla DMO, consentendo di identificarli come componenti di una rete territoriale impegnata nella qualità e nel miglioramento progressivo dei livelli di accoglienza e ospitalità. La Carta rappresenta inoltre uno strumento di trasparenza nei confronti dei visitatori, che possono riconoscere negli aderenti alla DMO realtà coinvolte in un percorso condiviso orientato a qualità, affidabilità e crescita continua dell'offerta di accoglienza.

  L'adesione alla Carta equivale a una forma di certificazione volontaria della qualità, ispirata a sistemi di riconoscimento adottati in ambito nazionale ed europeo, finalizzata a:
  - valorizzare gli operatori che investono nel miglioramento dell'accoglienza;
  - consolidare la fiducia dei visitatori e degli altri stakeholder;
  - rafforzare l'immagine complessiva della destinazione e la competitività dell'offerta territoriale.

  I soggetti aderenti si impegnano a rispettare i principi e gli standard stabiliti dalla Carta, con particolare riferimento a:
  - ***inclusione**, intesa come capacità di offrire un'accoglienza rispettosa delle diversità culturali, sociali e generazionali;*
  - ***accessibilità fisica e culturale**, promuovendo la fruibilità dei servizi e delle esperienze da parte di tutti, nel rispetto delle caratteristiche strutturali e ambientali dei luoghi;*
  - ***sostenibilità ambientale**, attraverso pratiche responsabili, riduzione degli impatti e valorizzazione delle risorse locali;*

- ***qualità dell'esperienza del visitatore****, intesa come attenzione alla relazione, chiarezza e coerenza delle informazioni, allineamento tra comunicazione e servizi erogati, nonché gestione efficace e tempestiva di reclami, segnalazioni e suggerimenti*.

Gli aderenti si impegnano inoltre a:

- definire obiettivi misurabili relativi all'esperienza del visitatore (quali, a titolo esemplificativo, livelli di soddisfazione, tempi di risposta, coerenza informativa, gestione dei reclami) e a verificarne periodicamente il raggiungimento;
- adottare strumenti di rilevazione, monitoraggio e registrazione (indicatori, report, questionari, reclami, segnalazioni) a supporto di decisioni basate su dati attendibili e verificabili;
- gestire in modo strutturato eventuali scostamenti dagli standard previsti dalla Carta, prevedendo azioni correttive e di miglioramento adeguatamente documentate e tracciabili.

La Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità definisce:

- standard minimi comuni, applicabili a tutti i soggetti aderenti;
- impegni di miglioramento progressivo, differenziati in base alla tipologia di soggetto, secondo un approccio realistico e coerente con il ciclo di pianificazione, attuazione, verifica e revisione delle attività.

Il controllo sull'applicazione della Carta è effettuato dalla DMO mediante strumenti di autovalutazione, raccolta dei feedback e verifiche periodiche, anche attraverso controlli documentali e sopralluoghi. La verifica del rispetto degli standard e l'eventuale attestazione di conformità sono affidate a soggetti terzi qualificati, individuati dalla DMO, al fine di garantire imparzialità, trasparenza, competenza tecnica e affidabilità del sistema di riconoscimento.

Il rispetto della Carta costituisce requisito indispensabile per:

- l'utilizzo del marchio e degli elementi distintivi della DMO;
- la partecipazione alle attività di promozione e comunicazione unitaria;
- l'inserimento nei canali ufficiali della Destinazione (portale, materiali informativi, cartellone eventi) e, più in generale, per il mantenimento dello status di soggetto aderente alla DMO.

8. **Punti di informazione e accoglienza** (art.6, comma 2, lett.e). La DMO sviluppa e coordina una rete integrata di punti di informazione e accoglienza, attivi sia in spazi fisici sia in ambito digitale e virtuale, realizzati e gestiti dagli enti e dagli operatori aderenti.

   I punti di informazione operano nel rispetto degli standard qualitativi stabiliti dalla DMO e sono pienamente integrati con il portale ufficiale della Destinazione e con le attività di promozione e comunicazione. Essi forniscono servizi di informazione, orientamento e assistenza agli utenti, anche tramite servizi di supporto (quali, a titolo esemplificativo, prenotazioni per ristorazione, trasporti ed eventi), diffusione di informazioni locali, organizzazione di attività e messa a disposizione di materiali informativi sia cartacei sia digitali.

   È assicurata, ove tecnicamente e organizzativamente possibile:

- l’accessibilità fisica e digitale dei servizi;
- la disponibilità di informazioni in più lingue;
- l’adeguamento degli orari di apertura ai principali flussi turistici.

I punti di informazione saranno attivati nei seguenti Comuni: ..... Tutti i punti di informazione (spoke) opereranno all’interno di una rete coordinata, secondo modalità condivise e sotto il coordinamento della DMO, attraverso un Hub Point centrale. L’attività della rete avverrà nel rispetto di regole comuni, standard qualitativi e orari omogenei, come definiti in apposite linee guida.

I punti di informazione svolgono inoltre la funzione di presidi territoriali per la raccolta dei dati, contribuendo al monitoraggio dei flussi turistici e alle attività dell’Osservatorio della Destinazione.

9. **Mobilità e intermodalità** *(art. 6, comma 2, lett. f)*. La DMO, in collaborazione con le istituzioni del territorio, favorisce lo sviluppo di sistemi di mobilità sostenibile, integrata e intermodale, in coordinamento con:
   - il trasporto pubblico locale;
   - il trasporto pubblico regionale;
   - il trasporto privato, locale ed extraregionale;
   - i servizi di taxi sociale;
   - i collegamenti ferroviari, inclusi quelli ad Alta Velocità;
   - le reti di itinerari dedicati al trekking, alla mobilità lenta, alla MTB, al cicloturismo e al ciclismo amatoriale.

   I soggetti aderenti collaborano alla diffusione di informazioni aggiornate e accessibili relative alle modalità di accesso al territorio e agli spostamenti interni. In tale ambito sono previste azioni di potenziamento riguardanti:
   - la segnaletica dedicata;
   - le aree di sosta;
   - i punti di servizio a supporto della mobilità.

   La DMO, in raccordo con gli Enti e i Soggetti competenti e/o interessati, promuove lo sviluppo di soluzioni di mobilità alternativa e sostenibile, unitamente ai relativi servizi di supporto. A tal fine, si coordina con le Agenzie di sviluppo locale per la definizione del Piano di Mobilità d’Area. La DMO favorisce inoltre l’adozione di modelli organizzativi e gestionali dei sistemi di trasporto e parcheggio finalizzati a sostenere lo svolgimento di eventi e a

rispondere a esigenze straordinarie, attivando il coordinamento tra enti e organizzazioni coinvolte, anche su base volontaria, attraverso la predisposizione di specifici piani-evento.

10. **Piani di Formazione.** La DMO, anche sulla base dei dati provenienti dalle attività di monitoraggio e dall'analisi dei fabbisogni del sistema territoriale, promuove programmi di formazione periodica e continua rivolti ai soggetti aderenti, i quali si impegnano a partecipare ai percorsi formativi organizzati.

    I percorsi formativi sono orientati in via prioritaria allo sviluppo delle seguenti competenze:

    - accoglienza e relazione con il visitatore;
    - competenze digitali;
    - conoscenza delle lingue;
    - accessibilità dei servizi e delle esperienze;
    - sostenibilità ambientale, sociale ed economica;
    - conoscenza e valorizzazione del territorio.

    La DMO promuove e sostiene percorsi formativi curriculari ed extracurriculari, d'intesa e in collaborazione con gli Istituti di Istruzione Secondaria Superiore, gli Istituti Tecnici Superiori (ITS) e le Università, favorendo e valorizzando strumenti quali l'alternanza scuola-lavoro, i tirocini e gli stage formativi. Tra i soggetti di alta formazione e ricerca, la DMO si avvale, come da art. 12, comma 1, dello Statuto, della consulenza e del supporto del C-TURN, Centro Interdipartimentale di Ricerca sul Turismo, la Rigenerazione e l'Innovazione territoriale dell'Università degli Studi di Salerno, per l'innalzamento delle competenze e l'aggiornamento professionale degli aderenti e dei lavoratori del comparto turistico del territorio.

    La DMO, in collaborazione con le organizzazioni di volontariato e del terzo settore, promuove programmi di formazione finalizzati all'integrazione e all'inclusione di soggetti svantaggiati, al fine di agevolarne l'inserimento nelle filiere dell'accoglienza e dell'ospitalità.

11. **Adozione sistema di misurazione del movimento turistico**. (Art. 6, comma 2, lett.j). La DMO adotta un sistema strutturato di monitoraggio dei flussi turistici per la misurazione complessiva del movimento turistico della Destinazione e per la definizione degli indicatori di performance (KPI) della DMO, nel rispetto della normativa vigente.

    Accanto agli indicatori quantitativi, il sistema di monitoraggio prende in considerazione indicatori qualitativi, di soddisfazione e reputazionali espressi dall'utenza, nonché indicatori di restituzione e di impatto sulle Comunità Locali, al fine di orientare l'adozione di politiche compensative e di favorire maggiori livelli di condivisione, partecipazione e coinvolgimento.

I soggetti aderenti collaborano attivamente al sistema di monitoraggio, mettendo a disposizione dati e informazioni utili alla valutazione delle performance della Destinazione.

Le attività di monitoraggio sono affidate, mediante appositi accordi, a Università e operatori specializzati. I risultati delle attività di analisi e rilevazione sono oggetto di restituzione periodica agli aderenti e alle Comunità Locali, anche attraverso modalità pubbliche e divulgative, quali strumenti di trasparenza, apprendimento collettivo e miglioramento continuo delle politiche di gestione della Destinazione.

12. **Modalità di accesso dei visitatori**. (Art.6, comma 2, lettera k) I soggetti aderenti alla DMO assicurano modalità di accesso ai servizi, alle strutture e agli attrattori turistici chiare, trasparenti e continuative, nel rispetto dei principi di qualità dell'accoglienza, inclusione, accessibilità e sostenibilità, così come definiti dal Patto di Destinazione e dalla Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità.

    Gli operatori garantiscono orari di apertura coerenti con l'andamento dei flussi turistici, tenendo conto della stagionalità, dei periodi di maggiore affluenza e della programmazione di eventi e iniziative territoriali.

    Ove compatibile con la natura dell'attività svolta, è assicurata la fruizione dei servizi anche nei giorni festivi e prefestivi oppure, in alternativa, mediante sistemi di accesso su prenotazione o su richiesta.

    Le informazioni relative a:

    - orari di apertura e chiusura;
    - modalità di accesso e di prenotazione;
    - condizioni di visita;
    - servizi disponibili;
    - livelli di accessibilità ed eventuali limitazioni;

    devono essere comunicate in modo chiaro, completo e costantemente aggiornato. Tali informazioni sono trasmesse tempestivamente alla DMO secondo le modalità previste, al fine di garantirne la corretta diffusione attraverso il portale web e gli altri strumenti digitali coordinati della Destinazione.

    I punti di informazione e accoglienza operano sulla base delle informazioni validate dalla DMO e contribuiscono a garantire uniformità, affidabilità e aggiornamento delle comunicazioni rivolte ai visitatori, collaborando attivamente alla diffusione di indicazioni corrette sulle modalità di accesso ai servizi e agli attrattori del territorio.

    I soggetti aderenti si impegnano a favorire modalità di visita organizzate, sicure e sostenibili, adottando, ove necessario, sistemi di prenotazione, contingentamento degli accessi, turnazioni o visite guidate, al fine di:

- tutelare i luoghi e il patrimonio;
- migliorare la qualità complessiva dell'esperienza di visita;
- prevenire fenomeni di sovraffollamento;
- garantire adeguati standard di sicurezza e accoglienza.

Particolare attenzione è riservata all'accesso delle persone con disabilità, degli anziani, delle famiglie e dei visitatori con esigenze specifiche. Gli aderenti forniscono informazioni puntuali, verificabili e aggiornate sul livello di accessibilità dei servizi e degli spazi e collaborano con la DMO e con i punti di informazione per favorire una fruizione quanto più possibile inclusiva, compatibilmente con le caratteristiche strutturali e funzionali dei luoghi.

La DMO, nell'ambito delle proprie funzioni di coordinamento e supporto, verifica la coerenza tra:

- le modalità di accesso dichiarate dagli aderenti;
- le informazioni diffuse attraverso i canali ufficiali della Destinazione;
- le condizioni effettive di fruizione riscontrabili sul territorio.

A tal fine, la DMO può fornire indirizzi operativi, raccomandazioni e indicazioni di miglioramento, finalizzate all'armonizzazione dell'offerta e al miglioramento continuo dell'esperienza di visita.

I soggetti aderenti collaborano con la DMO per l'aggiornamento periodico delle informazioni e per l'adozione di soluzioni organizzative volte a rafforzare l'accessibilità, la sicurezza, la qualità dell'accoglienza e la sostenibilità complessiva del sistema turistico territoriale.

13. **Allineamento con strumenti di programmazione:** Gli assi strategici indicati e le relative azioni da intraprendere saranno definiti più in dettaglio nel *Piano Strategico della DMO*, che terrà conto sia delle linee di indirizzo regionali sia degli strumenti di programmazione locale esistenti.

Art. 4 – Ruoli e impegni dei firmatari

1. **Principio di corresponsabilità:** Tutti i firmatari del Patto, indipendentemente dalla categoria di appartenenza, assumono un ruolo attivo e corresponsabile nella realizzazione degli obiettivi comuni. Ciascun aderente mette a disposizione il proprio bagaglio di competenze, esperienze e risorse, contribuendo secondo le proprie possibilità alle attività condivise della DMO. Di seguito si dettagliano i principali **impegni** assunti dai firmatari, distinti per tipologia di soggetto:

2. **Impegni degli Enti Pubblici:** I soggetti pubblici firmatari (Comuni e altri enti) si impegnano a:

- **Coordinamento istituzionale:** garantire il supporto istituzionale al progetto DMO, integrando le azioni del Patto con la pianificazione locale (es. inserendo gli obiettivi DMO nei propri strumenti di programmazione turistico-culturale). I Comuni in particolare favoriranno il coordinamento sovracomunale, armonizzando eventi e politiche tariffarie (es. imposta di soggiorno) per evitare concorrenza interna e assicurare coerenza nell'offerta della destinazione.
- **Facilitazione e risorse:** mettere a disposizione, ove possibile, risorse logistiche (spazi per infopoint, uffici IAT, location per eventi promozionali), risorse umane (personale dedicato al turismo, polizia locale per eventi, etc.) e supporto finanziario compatibilmente con i bilanci, per sostenere le iniziative strategiche della DMO. Gli enti pubblici favoriranno l'accesso a bandi e finanziamenti che possano contribuire alle azioni del Patto.
- **Promozione e infrastrutture:** contribuire alla promozione unitaria della destinazione attraverso i propri canali istituzionali (siti web comunali, materiale informativo, gemellaggi, rete di città termali, etc.) e intervenire per migliorare le infrastrutture essenziali all'accoglienza (segnaletica turistica, decoro urbano, trasporti locali verso attrattori, connettività internet) secondo le competenze di ciascuno, in sinergia con i piani della DMO.
- **Snellimento burocratico:** agevolare, nell'ambito delle proprie funzioni, i procedimenti amministrativi funzionali allo sviluppo turistico (autorizzazioni per eventi, concessioni di suolo pubblico, nulla osta per progetti turistici e termali, ecc.), istituendo eventualmente sportelli o referenti dedicati per il dialogo con gli operatori privati aderenti al Patto.

3. **Impegni degli Operatori Privati:** I soggetti privati aderenti (imprese singole o associate) si impegnano a:

    - **Qualificazione dell'offerta:** elevare continuamente la qualità dei propri servizi/prodotti turistici, adottando standard di eccellenza in linea con il posizionamento della destinazione. Ad esempio, le strutture ricettive e termali si impegnano a migliorare il comfort e la sicurezza per gli ospiti; ristoranti e aziende agroalimentari privilegiano i prodotti tipici locali a km0; gli operatori tutti promuovono la sostenibilità ambientale nelle proprie attività (riduzione plastica, risparmio energetico, etc.).
    - **Partecipazione alle iniziative comuni:** prendere parte attiva alle attività promozionali e progettuali della DMO. Ciò include aderire alle campagne di marketing unitarie (ad es. utilizzando il marchio/logo della destinazione nelle proprie comunicazioni), partecipare a fiere ed eventi coordinati dalla DMO, collaborare alla creazione di pacchetti integrati multi-operatore, contribuire con offerte speciali o convenzioni da inserire nei pacchetti promossi dalla DMO, e mettere a disposizione eventuali dati/statistiche utili per monitorare l'andamento turistico.
    - **Networking e condivisione conoscenze:** fare rete con gli altri operatori del Patto, instaurando relazioni improntate alla fiducia reciproca e allo scambio di

informazioni. Gli operatori si confrontano periodicamente (anche tramite strumenti digitali predisposti dalla DMO) per condividere buone pratiche, segnalare criticità del settore, proporre idee progettuali innovative.

- **Impegno finanziario proporzionato:** valutare, in accordo con il Comitato Promotore, forme di contributo finanziario volontario (o in-kind) per sostenere le spese di funzionamento della DMO e le azioni promozionali comuni. In questa fase di start-up non è prevista una quota obbligatoria di adesione; tuttavia, gli operatori maggiormente coinvolti potranno contribuire (es. sponsorizzando materiali promozionali, ospitando educational tour a proprie spese, etc.) secondo principi di equità e ragionevolezza. Eventuali meccanismi strutturati di contribuzione (quote associative, fund raising) potranno essere definiti in seguito, una volta costituita formalmente l'organizzazione DMO.

4. **Impegni dei Soggetti del Terzo Settore:** I soggetti non-profit aderenti (associazioni, GAL, fondazioni, etc.) si impegnano a:

    - **Animazione territoriale:** fungere da collegamento con le comunità locali e svolgere attività di animazione territoriale coinvolgendo la popolazione nei progetti della DMO. Ad esempio, le Pro Loco e associazioni culturali possono organizzare eventi tradizionali inseriti nel calendario unico della destinazione; le associazioni ambientaliste possono curare visite guidate naturalistiche; i GAL possono attivare reti di produttori tipici per circuiti di turismo rurale.
    - **Inclusività e sostenibilità sociale:** promuovere un turismo inclusivo e accessibile, che coinvolga giovani, anziani, categorie svantaggiate del territorio sia come beneficiari sia come attori (ad es. cooperative sociali impiegate nell'accoglienza turistica). Le organizzazioni del terzo settore potranno proporre iniziative di turismo responsabile, volontariato esperienziale, gemellaggi culturali e altre azioni che aumentino l'impatto sociale positivo del turismo nell'area.
    - **Supporto progettuale e formativo:** mettere a disposizione le proprie competenze progettuali per la partecipazione a bandi su temi affini (turismo sostenibile, cultura, sociale) di cui possa beneficiare la DMO; collaborare con enti formativi per realizzare attività di formazione e aggiornamento professionale rivolte agli operatori locali (es. corsi di lingua, marketing digitale, hospitality management, conoscenza del patrimonio termale e naturalistico).
    - **Comunicazione e volano promozionale:** diffondere i valori e i risultati del Patto presso i propri associati e reti di appartenenza, amplificando la promozione della destinazione. Ad esempio, un'associazione nazionale di settore aderente (es. club di prodotto del termalismo, federazione escursionisti, ecc.) potrà promuovere la DMO tra i propri membri a livello regionale o nazionale. I GAL, attraverso i propri canali e contatti, potranno fare da cassa di risonanza per le iniziative della DMO in ambito rurale ed enogastronomico.

5. **Ulteriori impegni comuni:** Oltre a quanto sopra, tutti i firmatari convengono su alcuni impegni generali trasversali:

- **Condivisione dei dati e monitoraggio:** impegnarsi a fornire al coordinamento DMO i dati necessari a monitorare l'andamento dei flussi turistici (arrivi, presenze, tassi di occupazione, visite agli attrattori, ecc.), nel rispetto della privacy e per fini statistici aggregati. Tali informazioni saranno utilizzate per valutare i progressi della destinazione rispetto agli indicatori di performance e per orientare le strategie future.
- **Rispetto delle decisioni collegiali:** accettare le decisioni strategiche assunte congiuntamente nell'ambito della governance della DMO (consigli direttivi, assemblee degli aderenti, tavoli di lavoro), impegnandosi ad attuarle nel proprio campo di azione. Ogni firmatario può esprimere liberamente le proprie opinioni e interessi in sede di discussione, ma una volta assunte linee comuni tutti si adegueranno per garantire coerenza all'azione collettiva.
- **Trasparenza e legalità:** agire con la massima trasparenza nella gestione delle risorse e delle attività connesse al Patto. I firmatari dichiarano di possedere i requisiti di onorabilità e regolarità previsti dalla normativa vigente (antimafia, contributiva, ecc. – come attestato nelle dichiarazioni Modello B), e si impegnano a mantenere tali requisiti per tutto il periodo di adesione. Eventuali comportamenti contrari alla legge o ai principi etici condivisi potranno comportare l'esclusione dal Patto, previa valutazione collegiale.
- **Comunicazione interna:** mantenere un flusso costante di comunicazione interna alla partnership, utilizzando gli strumenti che verranno predisposti (mailing list dedicata, piattaforma online DMS con area riservata per gli aderenti, riunioni periodiche). Ogni firmatario indica un proprio referente per i rapporti con la DMO, in modo da assicurare tempestività e chiarezza nelle interlocuzioni.

Art. 5 – Governance del Patto e gestione integrata della destinazione

1. **Struttura di governance provvisoria:** Nella fase di candidatura e avvio della DMO, la governance del Patto è affidata al **Comitato Promotore**, che agisce da organo di coordinamento provvisorio. Il Comitato Promotore, attraverso il proprio Coordinatore o un Gruppo di Coordinamento designato al suo interno, ha il compito di: convocare e presiedere le riunioni degli aderenti al Patto; curare i rapporti con la Regione Campania per l'iter di riconoscimento; predisporre il piano delle attività iniziali; amministrare eventuali risorse finanziarie raccolte; monitorare l'attuazione degli impegni del Patto. Il Comitato assicura che nelle sue decisioni sia tenuto conto delle istanze di tutti i portatori di interesse, in uno spirito di **concertazione**.

2. **Assemblea degli aderenti:** Viene istituita l'**Assemblea del Patto**, composta da un rappresentante per ciascun soggetto firmatario (inclusi i nuovi aderenti). L'Assemblea, convocata periodicamente (ad es. trimestralmente o secondo necessità), costituisce il luogo di confronto e **partecipazione democratica** di tutti i partner. In Assemblea vengono presentate e discusse le linee strategiche, lo stato di avanzamento delle attività, le proposte progettuali e le eventuali problematiche riscontrate. Pur non avendo ancora poteri deliberativi vincolanti (fino alla costituzione formale della DMO), l'Assemblea esprime **indirizzi e raccomandazioni** che il Comitato Promotore terrà in forte

considerazione nell'adottare le decisioni operative. Ciascun aderente può proporre punti all'ordine del giorno e contribuire attivamente al processo decisionale. Questo meccanismo garantisce che la governance sia realmente **inclusiva** e rappresentativa delle diverse componenti (pubblica, privata, terzo settore).

3. **Organizzazione: Tavoli tematici e gruppi di lavoro:** Per una gestione più efficace, il Comitato Promotore istituisce:

    - *tavoli di lavoro tematici* in base agli Assi Strategici individuati dalla DMO, aperti alla partecipazione degli aderenti interessati. In particolare si prevede che ad ogni tavolo partecipi almeno un membro del Consiglio Direttivo e quindi individuato nei soci fondatori, e gli operatori privati che in fase di sottoscrizione del Patto indicheranno il Tavolo a cui partecipare. Tali tavoli operativi elaboreranno proposte, iniziative e soluzioni specifiche, da sottoporre al Comitato e all'Assemblea

    - Team work oppure gruppi focalizzati su funzioni trasversali (es. marketing e comunicazione, accoglienza e formazione, innovazione digitale per il DMS, mobilità e sostenibilità, Audit e raccolta dati, Qualità, controllo e standard minimi, finanziamenti, etc.). Il Team avrà il compito di predisporre un Piano di Destinazione almeno triennale.

    - Le associazioni di categoria e gli enti specializzati (es. un consorzio termale locale) potranno coordinare i tavoli pertinenti al loro ambito, fungendo da **referenti tecnici**.

Questo approccio permette di coinvolgere direttamente gli operatori più competenti su ciascun tema, valorizzandone il contributo pratico.

4. **Principi guida della governance integrata:** Tutti i firmatari concordano su alcuni principi di base che dovranno ispirare la governance della DMO e la gestione unitaria della destinazione:

5. **Coordinamento unitario:** le azioni di promozione turistica e gestione dell'offerta saranno pianificate e attuate in modo coordinato, evitando duplicazioni e competizioni inutili tra enti o tra operatori locali. La DMO fungerà da **cabina di regia** unica della destinazione, garantendo coerenza di immagine e di messaggio in tutte le iniziative. Ciò non impedirà ai singoli attori di mantenere la propria identità, ma ogni attività individuale (es. un evento locale) sarà inserita nel contesto promozionale comune (*calendario unico*, branding condiviso, etc.).
6. **Partecipazione e trasparenza:** la governance sarà partecipativa, assicurando ampia condivisione delle informazioni e massima trasparenza nei processi decisionali. I criteri di scelta delle priorità, l'utilizzo di eventuali risorse finanziarie e i risultati ottenuti dalla DMO saranno periodicamente rendicontati agli aderenti e resi pubblici. In tal modo si favorisce la fiducia reciproca e si legittima agli occhi della comunità locale l'operato della DMO.
7. **Qualità e miglioramento continuo:** le decisioni di governance terranno come riferimento centrale la crescita qualitativa della destinazione, in tutte le sue componenti. Verranno adottati sistemi di monitoraggio e feedback (customer satisfaction, audit di qualità presso gli operatori, ecc.) i cui risultati guideranno le scelte strategiche e gli interventi correttivi. Il

Patto promuove la *cultura del miglioramento continuo*, incoraggiando gli aderenti a perseguire certificazioni di qualità (es. marchi ambientali, marchi di qualità termale, ecc.) e ad adeguarsi alle migliori pratiche del settore.

8. **Sostenibilità e integrazione territoriale:** la gestione unitaria presterà costante attenzione alla sostenibilità sia ambientale che socio-culturale. Ogni iniziativa DMO sarà valutata anche per il suo impatto sul territorio e sulla comunità residente. Si privilegeranno progetti che rafforzino la coesione tra i comuni dell'area interna, integrando zone centrali e periferiche in un unico circuito virtuoso. Il Patto intende così "fare sistema" non solo tra operatori turistici, ma anche tra turismo e altri settori (agricoltura, artigianato, termalismo sanitario, ecc.), per uno sviluppo locale equilibrato.

9. **Contributo alla gestione unitaria della destinazione:** In coerenza con i principi sopra esposti, ciascun firmatario riconosce l'importanza di contribuire attivamente alla **gestione unitaria** della destinazione. In concreto, ciò significa che:

    - Le attività promozionali rilevanti (campagne pubblicitarie, educational tour, etc.) saranno realizzate sotto l'egida della DMO, evitando iniziative isolate non coordinate. Ogni partner, quando intraprende azioni promozionali autonome, informerà per tempo il coordinamento DMO, così da valutarne l'eventuale integrazione nel piano unitario.
    - Verrà adottato un **marchio turistico comune** della destinazione, che gli aderenti utilizzeranno nei materiali promozionali e di comunicazione, secondo un regolamento di utilizzo del brand che sarà condiviso. Questo rafforzerà l'identità unitaria percepita dal turista.
    - Sarà elaborato un **calendario unico di eventi** territoriali: tutti i comuni e operatori aderenti inseriranno le proprie manifestazioni, sagre, fiere, ecc. in un calendario coordinato dalla DMO, che ne curerà la diffusione. Ciò eviterà sovrapposizioni e permetterà di destagionalizzare i flussi turistici.
    - Gli uffici di informazione e accoglienza turistica esistenti sul territorio (es. punti IAT comunali, infopoint privati presso terme o musei) faranno rete tra loro, condividendo materiale informativo standardizzato predisposto dalla DMO e scambiando dati sulle richieste dei visitatori. In prospettiva, si valuterà la creazione di un **sistema di booking unico** o di uno **store** territoriale integrato, gestito dalla DMO, dove acquistare servizi esperienziali e pacchetti multi-operatore.
    - I firmatari, nel rispetto della propria autonomia gestionale, si rendono disponibili a concordare **politiche comuni** su aspetti chiave come prezzi, orari, servizi minimi garantiti, al fine di offrire al turista un'esperienza omogenea. Ad esempio, grazie al Patto si potranno introdurre biglietti unici o formule cumulative per visitare più attrattori, tariffe agevolate per chi soggiorna negli hotel convenzionati e utilizza le terme, orari coordinati tra musei e siti vicini, e così via.

Art. 6 – Disposizioni finali

1. **Approvazione e pubblicazione:** Il presente Patto di Destinazione, redatto in forma di accordo operativo, viene approvato dal Comitato Promotore della DMO "Destinazione Salerno" con deliberazione n. del /__/2025. Esso è pubblicato sui siti web istituzionali dei

soggetti promotori e diffuso tramite gli opportuni canali, in ottemperanza a quanto previsto dall'Avviso Pubblico regionale (che richiede la pubblicazione dell'Avviso di adesione sui siti dei promotori). Ciò al fine di garantire la massima trasparenza e conoscibilità dell'iniziativa, nonché di favorire la partecipazione del maggior numero di stakeholder possibile.

2. L'adesione al Patto di Destinazione è da intendersi come manifestazione di interesse concreta a far parte della DMO; pertanto, a seguito del riconoscimento provvisorio regionale, ai firmatari sarà richiesto di perfezionare la propria adesione alla DMO costituenda secondo le modalità che verranno stabilite nell'Atto costitutivo e Statuto della DMO. Ulteriori partecipanti potranno aderire al Patto di Destinazione anche dopo la costituzione della DMO, in base a quanto stabilito dallo Statuto e dall'Atto Regolativo della DMO

3. Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente Patto, si fa riferimento alle normative e disposizioni vigenti in materia. In particolare, restano ferme le previsioni della Legge Regionale Campania n. 18/2014 sul turismo, delle DGR attuative (inclusa la n. 769/2024) e dei provvedimenti dirigenziali collegati all'Avviso DMO 2025-2026. Eventuali conflitti interpretativi saranno risolti alla luce di tali riferimenti normativi e dello spirito di collaborazione tra le parti.

4. Il presente documento viene sottoscritto dai legali rappresentanti dei soggetti aderenti. Le firme possono essere raccolte anche separatamente, su moduli di adesione (Modello A) che richiamino espressamente l'accettazione del Patto: tali moduli firmati, allegati al presente documento, ne costituiscono parte integrante. L'elenco completo e aggiornato dei firmatari (con l'indicazione della categoria di appartenenza di ciascuno: pubblico, privato, terzo settore) è allegato al Patto come **Allegato 1**. Ogni nuova adesione sarà inserita in tale elenco mediante appendice, senza necessità di riscrivere l'intero Patto.