



**Direzione Manutenzioni - Patrimonio**

**UFFICIO:**

**Gestione Cascata delle Marmore**

***“Servizi di supporto ed assistenza turistico- logistica nell’area della Cascata delle Marmore e del comprensorio integrato di pregio”***

CIG 79292521C0

CPV 75125000-8

CPV 90910000-9

***Relazione tecnico-illustrativa***

***GLI INDIRIZZI GENERALI  
GLI OBIETTIVI GENERALI DELLE STRATEGIE DI MARKETING  
MODELLO OPERATIVO DI GESTIONE***

Progetto di servizio verificato e validato per rettifica in data 3.6.2019:

Il Responsabile Unico del procedimento,

*Geom. Paolo Neri*

## 1. IL PIANO DI VALORIZZAZIONE STRATEGICA. LA CASCATA DELLE MARMORE, UNA NUOVA MISSIONE PER LA GESTIONE CONDIVISA DI UN BENE COMUNE.

La **Cascata delle Marmore** è il principale attrattore naturalistico, ma anche storico, turistico e opera dell'ingegno umano, della Regione Umbria e va letto nella sua definizione di "*tradizionale e nuovo bene comune*".

Il bene comune si definisce come quell'insieme di condizioni di vita di una comunità organizzata, tendenti a favorire il benessere e il progresso umano, culturale ed economico di tutti i cittadini, contribuendo a crearne le condizioni in un dato territorio.

Le funzioni di tali beni nel contesto di sviluppo territoriale sono:

- Funzione ecologica (conservazione delle risorse naturali);
- Funzione economica (sfruttamento delle risorse);
- Funzione socio - culturale (coesione sociale e tutela del patrimonio storico e culturale della comunità).

La **Cascata delle Marmore** può dunque essere identificata sia all'interno della categoria dei beni comuni tradizionali, ma anche tra quelli globali e della conoscenza. Per questi motivi, essa costituisce un bene materiale ed immateriale, patrimonio collettivo e dell'umanità, oltre che una risorsa per la ricchezza reale del nostro territorio.

Il governo della Cascata delle Marmore, pertanto, va uniformato ai principi di fruizione collettiva, partecipazione e responsabilità condivisa, gestione efficace e manageriale, in relazione ad un processo di valorizzazione complessiva, cura e tutela, e anche ad un efficiente e operativo piano di marketing/merchandising di prodotto e di servizio.

Le finalità di un rinnovato modello di gestione sono rivolte:

- al raggiungimento del "benessere comune", attraverso l'affermazione dei principi di sussidiarietà ed interesse generale;
- lo sviluppo del senso di appartenenza al territorio per la condivisione della sua storia, delle sue tradizioni e dei suoi valori comuni, promuovendo l'uso consapevole delle risorse materiali ed immateriali;
- alla creazione di una identità, attraverso l'avvio di una visione alternativa e migliorativa alle soluzioni tradizionali di gestione, mediante anche la comparazione e l'integrazione funzionale tra i vari modelli di gestione delle altre risorse collettive del territorio (per gli assi Paesaggio – Cultura – Sport e Turismo), al fine di creare gli strumenti necessari per ampliare l'efficienza dei sistemi sotto i criteri della sostenibilità e della solidità istituzionale.

Attraverso il nuovo modello, si possono attivare le azioni idonee a promuovere uno sviluppo economico sostenibile ed integrato per il territorio che si può concretizzare con:

- il contrasto all'abbandono dei territori di pregio;
- la cura del paesaggio, la tutela e la valorizzazione dei suoi beni;
- l'incentivazione alle politiche di marketing/merchandising turistico e territoriale, tra storia, paesaggio, tecnica, cultura.
- Consolidamento e diffusione del **brand Cascata**.

Si possono così individuare le prospettive di sviluppo, secondo un modello gestionale da attuare anche attraverso reti di sinergia, che potranno incentivare la progettualità locale, con tangibili ricadute economiche e sociali legate ad uno sfruttamento consapevole delle risorse.

La **Cascata delle Marmore** si pone come elemento attrattore e propulsore fondamentale di una dinamica turistica, culturale, economica, identitaria, eppure aperta al mondo, che consente di sviluppare uno spazio di confronto e incontro di esperienze, di sperimentazione per creare un movimento innovativo e duraturo.

Mediante l'attuazione di un network si potranno realizzare importanti investimenti nel settore del turismo e della fruizione del territorio, creando nuovi servizi e promuovendo un "**progetto di scopo**" per lo sviluppo locale. Una pianificazione integrata è oggi l'approccio strategico che deve vedere coinvolti gli attori pubblici e privati con l'obiettivo di incentivare e valorizzare gli investimenti attuali e futuri.

La nuova prospettiva di sviluppo si potrà basare anche sugli strumenti contrattuali di cooperazione e di partenariato, in quanto la crisi economica e finanziaria e le conseguenti restrizioni di finanza pubblica, li rendono oggi particolarmente validi e in grado di spostare, in tutto o in parte, il peso degli investimenti di generale interesse sul settore privato.

Anche a livello macroeconomico, gli strumenti di cooperazione e di partenariato vengono ormai visti come una valida soluzione per porre in essere una politica di innovazione e di sviluppo economico per il territorio e per la creazione dei nuovi beni comuni.

La diffusione di nuove forme negoziali è coerente con il nuovo ruolo della P.A., che, alla luce del principio di sussidiarietà orizzontale (art. 118, quarto comma Cost.), ha dismesso i panni interventisti per assumere quelli del regolatore, dell'organizzatore e del controllore dei mercati, attirando così le energie dei privati, ormai liberi di investire nel disegno di valorizzazione di un territorio.

Le attività di integrazione e partecipazione consentono di accrescere l'efficienza e la qualità dei servizi e diminuire così anche i costi di gestione che tradizionalmente venivano posti esclusivamente a carico della Pubblica Amministrazione.

Si tratta allora di puntare alla gestione dei singoli assi di sviluppo, nell'ambito di una programmazione strategica capace di ridisegnare la dimensione della Città. Percorsi che già nelle fasi di progettazione dei servizi guardano ai percorsi inclusivi di pianificazione e puntano sulle nuove tecnologie, sulle politiche specifiche per le *smart city* e, in particolare, alle strategie di sviluppo del settore delle imprese culturali e creative.

Attraverso i programmi integrati di gestione e di valorizzazione strategica, il Comune di Terni vuole puntare a migliorare la qualità della vita nelle aree di rilevanza naturalistica e paesaggistica.

Gli obiettivi sono:

- **MIGLIORARE LA LORO ATTRATTIVITA';**
- **GARANTIRE IL MANTENIMENTO DI ZONE VIVE E DINAMICHE;**
- **VALORIZZARE LE RISORSE LOCALI;**
- **ACCREScere L'ECONOMIA DEL TERRITORIO.**

Ci si aspetta che le aree naturali si trasformino in una professione di sintesi tra:

- **PROTEZIONE DELLA NATURA;**
- **GESTIONE DEL TERRITORIO;**
- **FLESSIBILITA' DEI SERVIZI E SVILUPPO DELLE PLURIATTIVITA'.**

A sostegno della Pianificazione Integrata ci sono gli altri attrattori culturali, della natura e del paesaggio (Luoghi europei della Fede Religiosa, Architetture ed Opere d'Arte, Parchi ed aree naturali protette rientranti nei Siti Natura 2000 – SIC e ZPS).

I temi dello sviluppo puntano:

- **Alla condivisione di politiche di gestione e di sviluppo locale ed attuazione fattiva nel coordinamento fra i diversi comparti territoriali;**
- **Ad accrescere l'impegno rivolto alla tutela naturalistica del territorio che non si delinea come primariamente vincolistica, bensì orientata anche alle necessità delle popolazioni locali e al loro benessere economico;**
- **All'incremento della visibilità internazionale dell'area in grado di portare, anche grazie all'ingresso in una rete di cooperazione in materia di circuiti turistici, di tutela delle risorse naturali e della biodiversità, allo sviluppo di nuovi progetti mirati anche alla promozione di studi e ricerche scientifiche interdisciplinari e all'incentivazione delle pratiche di fruizione dei territori:**
- **A valorizzare, con azioni di promozione e condivisione, il rapporto di reciprocità tra la pratica delle attività legate al turismo all'aria aperta, il benessere psico-fisico e la crescita sociale, culturale dell'individuo;**
- **A promuovere sinergie innovative tra turismo, sport, ambiente, eventi culturali, scienza e i settori della salute, del benessere, della formazione, dell'istruzione dei giovani;**
- **A promuovere e diffondere i valori di libertà, pari opportunità, condivisione, rispetto e tolleranza.**

Il nuovo modello di gestione della **Cascata delle Marmore** e del comprensorio territoriale vuole incentivare la realizzazione delle AZIONI PILOTA per la fruizione degli attrattori culturali e naturali di Terni.

Gli obiettivi da perseguire sono:

- **Destagionalizzare e diversificare il marchio, sfruttando le potenzialità di un territorio come quello umbro ha la capacità di proporsi in Italia e all'estero con tutta la gamma di prodotti possibili.**
- **Attuare concrete iniziative attraverso la definizione di specifiche azioni sub-settoriali: TURISMO CULTURALE; ENOGRASTRONOMICICO, CONGRESSUALE, SPORTIVO, RELIGIOSO, ETC.**
- **La promozione e la costruzione di infrastrutture e di servizi nell'ottica della programmazione integrata e partecipata e dello sviluppo turistico.**

Le ricadute territoriali del piano operativo di marketing/merchandising andranno a sviluppare le seguenti misure:

- **a. tematizzazioni: percorsi enogastronomici, d'arte ed etnonaturalistici, percorsi tematici, religiosi e storico-culturali, tecnico-ingegneristici, percorsi legati al turismo sportivo non organizzato all'aria aperta, ecc.;**
- **b. tipologia di servizi: bed and breakfast, ostelli, camping, aree camper attrezzate, picnic, barbecue, ecc.;**
- **c. prodotti e servizi aggiunti: vendita prodotti, ippoturismo, esperienze lavorative in azienda, ecc.**

La pianificazione integrata può sviluppare alcune “reti di attività” che a livello esemplificativo vengono di seguito elencate:

- A. Fattorie didattiche, aziende-museo, laboratori artistici, e altre iniziative di valorizzazione della cultura rurale, musei diffusi, eventi culturali, etc.;**
- B. Agricultural therapy, centri per l’inserimento al lavoro di portatori di handicap, dei soggetti fragili, etc.;**
- C. Servizi residenziali, case dello studente, case di accoglienza, etc.**
- D. Fitness, sport non organizzati all’aria aperta, centri salute, attività di entertainment e svago;**
- E. Centri didattici, espositivi, polifunzionali e di attrazione;**
- F. Circuiti turistico-naturalistico-archeologici**

Gli assi portanti della pianificazione integrata e strategica si rivolgono, dunque, alla integrazione tra i vari segmenti dell’economia nei seguenti assi portanti:

- **a - di tipo artigianale;**
- **b - di carattere artistico, produzione e valorizzazione culturale;**
- **c – commerciali;**
- **d – turistico-ricettivo, sportivo, naturalistico e enogastronomico.**

Le azioni fondamentali in cui si inserisce una nuova strategia si basano sui seguenti macro-obiettivi:

- **La candidatura della Cascata delle Marmore come sito mondiale del patrimonio UNESCO (inserimento nella lista dei beni immateriali), affrontando i percorsi di valorizzazione e gestione necessari del sito e del comprensorio di riferimento.**
- **La definizione di un marchio di destinazione nel rispetto dei criteri ispiratori che uniscono strategicamente le risorse ambientali, artistiche e naturalistiche, i prodotti dell’artigianato, dell’agricoltura, delle imprese ricettive e della ristorazione, nonché delle imprese e associazioni;**
- **L’attuazione di un Piano di marketing/merchandising basato sui prodotti e i servizi, sulla promozione e la comunicazione;**
- **L’attuazione di Piano integrato dei grandi eventi e delle manifestazioni locali;**
- **L’attuazione di un Piano del Trade.**

Nell’ambito di un modello di gestione efficace (manageriale) e condivisa dei beni comuni del territorio, le popolazioni residenti debbono riscoprire un nuovo senso comune ed un nuovo modo di produrre ricchezza che è basato sui principi della condivisione e della collaborazione.

L’approccio per la valorizzazione integrata è, dunque, la cooperazione tra tutti gli attori che saranno interessati ad animare e gestire il territorio.

Nel rispetto delle suddette considerazioni, la valorizzazione strategica della Cascata delle Marmore potrà affrontare i seguenti indicatori:

- **Il valore di naturalità;**
- **Il valore storico;**
- **La qualità percettiva;**
- **La qualità dei servizi;**
- **La qualità delle relazioni.**

La nuova missione consente di cogliere e sviluppare il nesso che si realizza tra la capacità, l’integrazione e la responsabilità del sistema con la conoscenza, la fruizione, la tutela dei luoghi di inestimabile valore che la Cascata può presentare al mondo.

## 2. LE STRATEGIE OPERATIVE DI MARKETING. IL PROGETTO DEI SERVIZI DI GESTIONE INTEGRATA DELLA CASCATA DELLE MARMORE E DEL TERRITORIO DI PREGIO.

La promozione e integrazione territoriale è il primo elemento che il Comune di Terni deve perseguire quando si appropria a definire un modello di gestione di un sito turistico.

Partendo dal concetto di integrazione che produce maggiori risultati ed economie, si ritiene opportuno dover affrontare la missione attraverso l'ampliamento dello scenario operativo che coinvolge il territorio, con l'obiettivo di costituire una rete orizzontale tra tutti gli operatori del mercato, sia nel segmento dell'accoglienza turistica che dei servizi.

In ragione di ciò, anche al fine di ampliare le attività di base, si ritiene di dover mettere in campo una rivisitazione funzionale del modello gestionale della **Cascata delle Marmore** e del comprensorio integrato per selezionare le attività e riducendo i costi di gestione, puntando ad un modello sperimentale che, oltre allo svolgimento di iniziative e servizi comunque volti a migliorare l'appetibilità territoriale, generi e coltivi un obiettivo di sviluppo/rilancio per tutti gli operatori di settore.

A tale proposito, l'integrazione è un'opportunità di sviluppo ed il coinvolgimento di tutto il sistema a 360 gradi (tra i territori, tra gli attori della sfera pubblica e privata e tra gli stessi competitors) non può che essere considerato un valore aggiunto per il potenziamento e il raggiungimento di obiettivi comuni.

Anche sotto il profilo della valorizzazione e della gestione dei servizi legati ai prodotti turistici del territorio, si deve individuare un sistema contrattuale che consenta di essere rapidamente operativi per ricominciare a porre basi più evolute, concrete, stabili, organizzate, alla destinazione turistica territoriale ed alla crescita di opportunità, affrontando con azioni dirette, dinamiche ed operative le conseguenze di una crisi economica che ha interessato tutto il settore della filiera turistica, dei prodotti e dei servizi collegati.

Per poter dare concretezza ad un rinnovato piano, occorre costruire prima di tutto un impianto organizzativo in grado di recepire, elaborare, integrare le istanze e i "contenuti" nel territorio di riferimento. Il passaggio alla destinazione di eccellenza impone di tenere conto di tutta la serie di obiettivi locali (prodotti, segmenti, mercati, progetti) che fanno capo all'ambito territoriale in cui la Cascata assume il suo "**effetto volano**".

In questo senso, attraverso un contratto di servizio, il Comune di Terni assume un ruolo fondamentale tra tutti gli attori del mercato e consente di mantenere attivo un processo di coordinamento e armonizzazione dei progetti locali.

Il modello operativo si deve svolgere attraverso il perseguimento dei seguenti obiettivi:

- Accrescere la competitività dell'offerta turistica e del brand Cascata, ampliando tutta la gamma e migliorando la qualità dell'offerta di prodotti ed esperienze;
- Integrare servizi e attrattori territoriali, attraverso tecnologie, trasporti e accessi cumulativi articolati;
- Migliorare la potenzialità di orientamento verso i luoghi;
- Accrescere il know-how degli operatori sui trend e le richieste del mercato;
- Sviluppare attività di marketing/merchandising operativo, basato su relazioni forti e personalizzate con visitatori, media, operatori del trade, vettori;
- Creare una metodologia condivisa tra gli stakeholders di acquisizione dei dati degli ospiti (comportamento d'acquisto, servizi utilizzati, percorsi effettuati, soddisfazione, ecc.) da incorporare nella strategia di sviluppo della destinazione.

- Massimizzare la capacità di crescita con grande attenzione alla sostenibilità sociale ed ambientale dello sviluppo;
- Sviluppare partnership strategiche, anche con stakeholders non convenzionali;
- Depotenziare la concentrazione territoriale e stagionale;
- Divulgare la conoscenza delle opportunità e dei vantaggi del turismo;
- Coinvolgere le comunità locali nella crescita e nella costruzione delle esperienze;
- Anticipare e gestire situazioni di potenziale conflitto.

L'efficacia delle suddette misure deve tener conto del principio dell'interazione ed è quindi fondamentale alimentare il processo tramite l'informazione regolare e puntuale sui risultati che saranno ottenuti in termini di soddisfazione e sull'evoluzione del contesto e delle tendenze, sfruttando l'operatività di efficaci reti di sinergia tra tutti i soggetti.

L'operatività permette di definire e consolidare nel tempo una collaborazione strategica con diversi attori, al fine di ottenere i vantaggi dalla continuità territoriale.

Le principali analisi qualitative che potranno essere sviluppate possono riguardare:

- Lo sviluppo di progetti di settore per sfruttare la possibilità delle linee di finanziamento negli assi dei fondi comunitari veicolati dai bandi regionali e i finanziamenti delle fondazioni bancarie;
- Gli eventi (specie quelli sportivi e culturali) che sono occasione di forte impatto mediatico e con un rilevante potenziale attrattivo e che costituiscono un'opportunità di sviluppo e leva turistica;
- La definizione di un calendario di iniziative su cui sviluppare una adeguata e mirata comunicazione per promuovere e commercializzare l'offerta turistica territoriale e la costruzione della rete operativa degli attrattori, sfruttando in pieno il ruolo propulsore che svolgono i principali siti turistici e naturalistici come la Cascata delle Marmore;
- Lo sfruttamento dei temi dell'eno-gastronomia come sintesi di produzione e trasformazione agroalimentare con le aziende che si aprono al turismo, i piatti tipici della tradizione, la rete di ristorazione.

Per questi prodotti si devono ampliare le modalità di comunicazione, interazione e una nuova declinazione del brand del territorio che possano valorizzare le capacità di richiamo e l'interesse turistico ad essi associato.

Nell'ambito degli assi di sviluppo sarebbe auspicabile attuare le seguenti azioni:

#### A. MERCATO E DI MARKETING:

- Incrementare il passo annuo di crescita dei flussi turistici sul territorio;
- Ampliare la gamma dei segmenti motivazionali dei visitatori, andando a sfruttare l'effetto volano delle nicchie del territorio come l'emergenza della Cascata delle Marmore e del comprensorio di riferimento;
- Sviluppare le proposte di soggiorno, itinerari ed escursioni su tutto il territorio;
- Ampliare in modo selettivo e per destinazione i mercati;
- Aumentare la permanenza media dei turisti.

#### B. ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO INTERNO:

- Dare concretezza al sistema della governance di destinazione, coinvolgendo tutti gli attori interessati e creare reti di sinergia;
- Mettere a punto un nuovo impianto di promozione e commercializzazione;
- Potenziare la strutturazione dei prodotti e delle esperienze;
- Cominciare ad operare sulla qualità e la gamma dei servizi offerti;

Nell'ambito del quadro organizzativo, i progetti dovrebbero essere focalizzati a proporre specifiche esperienze di qualità garantita, dando priorità alle esperienze strutturate:

Paesaggio naturalistico e fruizione degli itinerari: trekking; biking, sport-avventura; scoperta (storia, tradizioni, archeologia, borghi) e turismo religioso;

Attrattori e itinerari che uniscono la cultura e l'arte, la tecnica, la salute, la musica, il cibo.

Vi è la necessità di procedere con strategie differenziate di attacco del segmento turistico con i vari mercati:

- Mercati esteri a medio e lungo raggio;
- Mercato domestico.

Tutto ciò attraverso:

- Il segmento dei prodotti: l'attività di city travel, outdoor (trekking, biking, vacanza attiva in genere) e special interest (cultura, eventi, prodotti tipici);
- Il segmento dei servizi per l'accoglienza delle famiglie, dei gruppi organizzati, club, associazioni in genere ed appassionati di attività esperienziali open air.

Tutto ciò deve comportare l'orientamento verso strategie mirate che sono:

- Ottimizzare l'utilizzo degli strumenti di comunicazione efficaci come veicoli di linguaggi innovativi e stimolanti;
- Ampliare il raggio di azione sia sui mercati stabili e di prospettiva che sui target (turisti ed escursionisti);
- Allinearsi con la programmazione e la promozione degli enti e sulle attività di promozione tradizionale svolta attraverso fiere e workshop;
- Integrare la filiera turistica con tutti i comparti attivi sul territorio, tra quelli tradizionali e quelli emergenti in fase di sviluppo.

Le attività di prospettiva possono essere:

- Digital advertising;
- Partership per la visibilità sui media e attività di co-marketing;
- Relazione con i media;
- Partecipazione e attività di relazione con il trade;
- Promozione tramite le eccellenze locali;
- Orientamento dei flussi verso le strutture ricettive e di interesse turistico e culturale;
- Realizzazione di un sistema di bigliettazione integrata e modulabile tra i principali siti del territorio per diffondere le presenze, incrementare i fattori di sviluppo e costruire un itinerario modulare su tutto il territorio provinciale, puntando al modello dello scambio esperienziale;
- Sviluppare politiche tariffarie dinamiche che analizzano le tendenze del mercato, al fine di garantire adeguati profitti.

In particolare, il rilancio delle attività di progettazione potranno puntare anche sul citato DIGITAL ADVERTISING. Le attività di digital advertising costituiscono un supporto fondamentale alla valorizzazione dei contenuti della destinazione (prodotti, esperienze, "racconti", ecc.), favorendo la fruizione informativa e commerciale da parte dei target di riferimento, a livello locale, nazionale ed internazionale.

Queste attività si strutturano in campagne ed azioni tattiche e prevedono la progettazione di azioni di posizionamento sponsorizzato (keyword advertising) su Google e l'utilizzo del sistema pubblicitario a pagamento di Facebook/Instagram. Gli assi di intervento delle campagne strategiche potranno essere rappresentate dall'offerta turistica "permanente" e commerciale

della wide-destination: Visitor Card ed Esperienze/Prodotti tematici e sistemi integrati di bigliettazione delle principali eccellenze.

### 3. La Cascata delle Marmore. Il piano di valorizzazione strategica.

Da oltre un decennio il Comune di Terni ha avviato e messo a punto una politica di interventi di recupero e valorizzazione della Cascata delle Marmore e del suo territorio, allo scopo di avviare un significativo intervento culturale ed economico su cui fondare una parte rilevante della politica di sviluppo locale, alternativa a quella già sperimentata in campo produttivo.

Lo sviluppo di un Piano Integrato di Valorizzazione Strategica è alla base della creazione di un sistema di eccellenza che prevede l'implementazione di una precisa strategia di valorizzazione, combinata alla realizzazione di un modello di gestione integrata del patrimonio naturale e culturale, tanto negli aspetti legati al recupero, quanto a quelli legati al processo di innovazione. Ambisce, inoltre, a rafforzare la conoscenza da parte delle comunità e a conquistare l'attenzione di un pubblico nazionale ed internazionale che può essere attratto dal significativo patrimonio delle eccellenze culturali, naturalistiche e ambientali che sono diffuse nel territorio ternano.

Date queste premesse è va messo a sistema un nuovo modello di sviluppo socio – economico che combina diversi fattori di competitività presenti nel sistema locale, diventato oggi una opportunità ed una esigenza. Il modello è mirato alla creazione di un **“piano tattico”** che individua nella risorsa naturale e culturale della Cascata delle Marmore, il tematismo sulla base del quale si può attuare la gestione di un sistema di sviluppo territoriale che è basato principalmente sulla valorizzazione dei beni, l'implementazione dei servizi e delle infrastrutture e sulla applicazione di nuovi mezzi tecnologici e multimediali per la diffusione della conoscenza.

Con il Piano Integrato si vuole recuperare l'identità di un territorio, affrontando la sfida della globalizzazione e della crisi economica, con particolare attenzione alla diffusione e la disponibilità della conoscenza, alla creatività, alla libertà e mobilità e alla qualità dell'ambiente naturale e culturale.

In questa dimensione il ruolo propulsore della Cascata delle Marmore si pone come risposta reale e concreta alla crescita della domanda di visitazione dei luoghi, di cultura ed in relazione soprattutto ad un bisogno che è quello di una nuova **ricerca di identità collettiva** che si configura come un **“viaggio di conoscenza”** legato alla esplorazione emozionale dei luoghi, spesso anche dimenticati, e dei contesti sociali e culturali per coglierne così la loro vera essenza.

La Cascata appare oggi soprattutto come fenomeno naturale e paesaggistico, come sembra confermare il fatto che l'area è parte di due importanti siti d'interesse naturalistico della rete europea Natura 2000 ed è compresa all'interno dell'area naturale protetta del Parco Fluviale del Nera. In realtà è un sistema artificiale. La Cascata è infatti un opera dell'uomo e parte di un grande sistema di opere idrauliche che coinvolge l'intero bacino del Nera – Velino e deve essere letta non solo come bene paesaggistico e naturale ma soprattutto come **“bene culturale”**, patrimonio di due città (Terni e Rieti) e nello stesso tempo luogo d'Europa, parte importante, attraverso il Gran Tour, della cultura occidentale ed elemento significativo e costitutivo dell'identità Europea.

Per **“opera” della Cascata** intendiamo sviluppare un confronto con i più importanti cantieri delle cattedrali italiane, attraverso la storia degli interventi effettuati dall'uomo dai Romani ai nostri giorni. Attraverso l'attività di architetti famosi del rinascimento e mastri anonimi, che

hanno cercato di risolvere nel corso dei secoli il problema delle paludi del Velino e della Valnerina e contestualmente usare la risorsa dell'acqua sia per l'agricoltura che per scopi energetici e produttivi. In questo senso la Cascata è il frutto del lavoro e dell'ingegno di molte generazioni, è una grande opera di architettura idraulica che merita la stessa dignità che solitamente attribuiamo alle grandi "fabbriche" e ai monumenti di architettura.

La Cascata delle Marmore rappresenta, dunque, un fenomeno culturale questa si inserisce non più come una semplice località di periferia di Terni ma è uno dei centri d'Europa, al pari delle grandi città d'arte d'Italia.

Con il Gran Tour qui sono venuti tra il settecento e l'ottocento da tutta Europa, intellettuali, artisti, poeti, pittori, filosofi, scienziati, politici, storici, insomma gran parte dell'intelligenza europea. Non solo hanno visitato questo monumento, ma l'hanno raccontato nei loro diari e nei loro libri, l'hanno cantato nelle poesie, dipinto nei loro quadri e illustrato nelle pitture en plein air e nelle stampe che sono conservate nei più grandi musei del mondo.

Quando si propone la visita della Cascata e strutturare il suo modello di gestione, dobbiamo essere consapevoli di essere all'interno di questo scenario e che siamo di fronte ad un soggetto che è patrimonio non solo della cultura locale ma anche di quella Europea, così come di molti altri Paesi del Mondo.

Sulla base di queste considerazioni nel Piano Integrato di Valorizzazione Strategica è stato avviato il Progetto Unesco della Cascata delle Marmore. Progetto che tiene conto del programma lanciato nel 1999 dal Comitato Esecutivo per l'Unesco sui "Capolavori del Patrimonio orale e immateriale dell'Umanità", della conferenza generale dell'Unesco del 2003 che ha approvato a Parigi la "convenzione per la salvaguardia del Patrimonio culturale immateriale" e delle modalità per la presentazione delle candidature nazionali per l'iscrizione degli elementi nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità definito dal Consiglio Direttivo della Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO nel giorno 6.5.2011.

La Cascata delle Marmore, potrebbe rientrare nella definizione di "patrimonio culturale immateriale dell'Umanità" nell'ambito delle "tradizioni ed espressione, incluso il linguaggio, intesi come veicolo del patrimonio culturale intangibile".

Nel corso delle varie attività di studio e di ricerca sul valore immateriale della Cascata delle Marmore sono state individuate raffigurazioni rappresentative della Cascata delle Marmore e della Valle di Terni che non sono solo legate solo al periodo storico più conosciuto (rappresentazione artistica dei Plenaristi), ma a periodi antecedenti che risalgono addirittura al XV Secolo e legati a maestri del Rinascimento.

Il Quadro complessivo dell'attività di gestione e i servizi collegati vanno rapportati al valore del bene con un disegno che punta ad integrare tutti gli ambiti che riguardano le tradizioni e le sue espressioni, incluso il linguaggio, intesi come veicolo del patrimonio culturale intangibile.

#### **4. Relazione sulla capacità di favorire lo sviluppo sociale, culturale ed economico e in funzione del turismo sostenibile.**

Sulla base delle suddette considerazioni, il modello di gestione per la valorizzazione della **Cascata delle Marmore** attuale si basa sulla integrazione, in modo che la stessa possa fungere da baricentro rispetto ad un sistema integrato di servizi e di funzioni.

Il progetto dei servizi che si intendono acquisire attraverso una procedura di gara ad evidenza comunitaria, si basano su un modello consolidato di eccellenza che definiremo “i **servizi di base per l’assistenza e il supporto turistico – logistico**” a cui si aggiungono i “**servizi integrativi dell’offerta turistica di base**”.

Infatti, la fruizione ambientale, l’uso educativo e formativo delle risorse, l’erogazione di servizi sociali e di gestione dell’ambiente, sono aspetti che implicano un’attenta tessitura di reti di rapporti tra soggetti che si organizzano per gestire nuove modalità di dialogo e d’incontro e che richiedono, allo stesso tempo, una nuova responsabilità.

Attraverso il modello gestionale della **Cascata delle Marmore** la S.A. ha pensato di poter modificare il ruolo del pubblico nel sistema locale, affidandosi alle forme contrattuali riconosciute dal Codice degli Appalti per incentivare i sistemi di mediazione degli interessi di cui gli attori, locali e non si fanno portatori.

Tale scelta è collegata all’esigenza di sviluppare il capitale umano richiesto per la diversificazione dell’economia locale e la fornitura dei servizi alle imprese e alle popolazioni, per la quale si intende promuovere la formazione e l’informazione.

In particolare, si punta alla gestione, alla valorizzazione di varie iniziative, attraverso la creazione di un sistema efficiente di promozione del territorio e l’avvio di iniziative formative e di acquisizione di competenze che saranno rivolte alla diffusione delle conoscenze e alla qualificazione del capitale umano ai fini dell’inserimento professionale in nuovi campi attinenti sia alla diversificazione dell’economia locale, compresa la fornitura di servizi alle popolazioni, alle imprese e altre categorie di fruitori esterni al territorio, sia all’implementazione di strategie locali.

In quest’ottica, si ritiene di dovere individuare i principali bisogni e le priorità di sviluppo di una parte consistente di territorio per proporre una gestione che sia capace di diffondere e promuovere le migliori soluzioni per conciliare le esigenze locali e le risorse disponibili.

Attraverso un modello evoluto di gestione si vuole valorizzare i sistemi di network territoriali ad esempio attraverso la fruizione della natura, del sistema dei borghi e del sistema degli sport all’aria aperta, per generare un incremento significativo dell’occupazione grazie ai servizi integrativi ai modelli gestionali di base.

Infatti, le risorse paesaggistiche e naturali della regione vanno sempre più considerate veri e propri fattori di crescita e di sviluppo. Le aree protette e quelle ad alto valore naturale, possono giocare un ruolo essenziale per l’avvio di sistemi di gestione economica integrata, a fini turistici, sportivi, ricreativi, culturali e didattici, che possono contribuire a recuperare e rafforzare le identità dei territori.

In tale contesto si possono cogliere anche le grandi opportunità di sviluppo derivanti dall’organizzazione di percorsi integrati che coniugano la fruizione delle ricchezze storico culturali - naturali e paesaggistiche delle aree interessate con l’artigianato, gli eventi culturali, i servizi per il turismo e la valorizzazione dei nuovi prodotti turistici territoriali.

Nell’ambito di questi itinerari, infatti, è dimostrato che la produzione e la commercializzazione di prodotti tipici e di nicchia, associate ad efficaci strategie di marketing di impresa e territoriale, possono esercitare un effetto moltiplicatore per tutta l’economia locale.

## **5. Relazione sulla capacità della gestione di favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici:**

La **Cascata delle Marmore** costituisce un punto nodale oggi visitato da migliaia di visitatori il cui flusso si è via via consolidato negli ultimi dieci anni. E' una meta in tutti i mesi dell'anno con incremento nei periodi da maggio a settembre.

Il turismo è una risorsa fondamentale per lo sviluppo economico e occupazionale dell'Umbria, oltre che una delle principali voci di bilancio dell'azienda italiana, per questo si vuole investire nel comparto e renderlo una realtà competitiva nel contesto economico - internazionale. Il sistema turistico non può rimanere confinato allo sfruttamento esclusivo delle ingenti risorse naturali ed ambientali presenti nell'area della Cascata delle Marmore.

La rete di attività punta sulla **Cascata delle Marmore** per costruire nuovi prodotti turistici per affermare paralleli livelli di fruizione collegati con le altre risorse presenti sul territorio. E' indubbio, infatti, che anche attraverso il modello operativo di gestione si può costruire un sistema turistico polivalente e multicentrico.

Destagionalizzare significa diversificare il marchio, sfruttando le potenzialità di un territorio che, è il caso di quello Umbro, ha la capacità di proporsi in Italia e all'estero con tutta la gamma di prodotti possibili.

In altre parole il progetto vuole attuare concrete iniziative attraverso la definizione di specifiche azioni definite sub-settoriali, ossia il turismo culturale, enogastronomico, congressuale, sportivo, religioso, etc. L'azione di promozione del territorio riferita alle sue componenti più rilevanti, considerate in forma integrata può, infatti, rappresentare un fattore di sviluppo.

Deve essere privilegiata una soluzione complementare rispetto ai più tradizionali itinerari turistici conosciuti e fino ad oggi promossi.

In altre parole la Cascata più alta d'Europa, meraviglia che ci è stata tramandata dagli antichi romani, che, come risulta ben chiaro, è il fattore d'attrazione più importante del nostro territorio, si propone come propulsore di notorietà di altri segmenti turistici.

Ciò per permettere di qualificare l'offerta turistica, con proposte che si caratterizzano per una capacità attrattiva diversa dalle altre, dando avvio ad una reale politica di destagionalizzazione ritenuta indispensabile per sfruttare appieno il mercato.

Il prolungamento della stagione turistica potrà costituire un volano di sviluppo per l'intera economia Umbra che presenta all'interno del suo sistema turistico tutte le condizioni per una effettiva destagionalizzazione della fruizione dei beni turistici.

Il progetto si muove per creare non solo le buone politiche di promozione e commercializzazione, ma per dimostrare la capacità di organizzare in modo efficace i servizi.

La qualità e la specificità delle proposte, sono le armi vincenti del turismo a Terni.

## **6. Relazione sulla capacità di favorire il completamento dei sistemi regionali:**

L'industria del turismo e dell'ospitalità è uno dei settori più rilevanti dell'economia.

Per affrontare e vincere le sfide future, il nostro territorio non può fare affidamento su un sistema "individualizzato".

La possibilità di crescita e di ulteriore consolidamento del settore turistico è legata alla creazione di “**modelli integrati di attività**” (siano esse promozionali, infrastrutturali, di accoglienza, di ricettività), capaci di realizzare una elevata integrazione e di presentarsi agli occhi dei clienti con un “**marchio**” ben individuabile, che possa connotare e caratterizzare una specifica realtà territoriale.

Il progetto di servizio presentato dal Comune di Terni punta sulla capacità di integrazione e favorisce il completamento dei servizi, delle attività e dei sistemi regionali al fine di favorire la competitività del territorio, sfruttando i propulsori di notorietà dell’Umbria e stabilire la connessione dei sistemi.

#### **7. Relazione sull’impatto in termini di pari opportunità, di non discriminazione e di genere:**

L’affermarsi di nuove culture e lo sviluppo di nuove idee per l’economia del territorio implicano la costruzione di una serie di condizioni che fanno riferimento, in primo luogo, al funzionamento del sistema locale e che prevede il formarsi di nuove arene di confronto nelle quali operatori, associazioni, settori della società civile, singoli consumatori ed abitanti, operatori pubblici, rappresentanti delle istituzioni, possano confrontarsi con l’intento di costruire una nuova cornice operativa. La riorganizzazione delle arene locali, passa attraverso un processo di costruzione sociale legato ad una modifica di attitudini e di atteggiamenti che riguardano sia le imprese, sia la restante parte dei soggetti pubblici e privati che operano a vario titolo nel territorio.

Il progetto si rivolgere non solo agli operatori chiamati ad operare con la gestione del contratto di servizio, ma incentivando una molteplicità di soggetti, pubblici e privati e implica la costruzione di nuovi rapporti, interni ed esterni alla località. Gli abitanti ed i consumatori, quanti fruiscono delle risorse del territorio e ne domandano esplicitamente alcuni prodotti, sono tra gli interlocutori privilegiati per sviluppare sinergie e ricercare le prospettive.

Sia nella fase di scelta del contraente che nella fase di attuazione del servizio, la qualità si dovrà misurare attraverso l’indicazione delle specifiche tecniche atte allo svolgimento delle prestazioni che debbono porre riguardo alle esigenze di tutela della salute o dell’igiene e all’accesso da parte dei disabili alle aree e agli immobili (biglietterie, servizi igienici, aree accessibili, montacarichi, mezzi per il trasporto,etc.), al fine di rispondere alle esigenze in materia sociale.

#### **8. La progettualità qualitativa nella presentazione delle offerte tecniche.**

Il progetto tecnico di gara si deve basare su una pianificazione di marketing che tiene conto delle linee generali d’indirizzo, del capitolato speciale di appalto e dal disciplinare di gara. La pianificazione che si richiede deve operare su due livelli, **strategico ed operativo**. **Il piano strategico di marketing** dovrà definire, tenendo conto dei vincoli imposti dalla “*mission*” e dalle compatibilità evidenziate dal “*business plan*”, la direzione verso cui si muoverà la politica commerciale e di offerta di prodotti turistici legati ai servizi oggetto di appalto con una prospettiva e una ricaduta sugli anni successivi, mentre **il piano operativo** si pone come obiettivo quello di raggiungere, per la stagione turistica di riferimento, obiettivi concreti, specifici e misurabili che siano in linea con le strategie definite. Il documento di pianificazione non può essere contrastante con le linee generali contenute nel progetto del servizio posto come riferimento in fase di gara. Nel piano strategico si potranno indicare generalmente quali mercati sono percepiti come più potenziali, quali linee di prodotto verranno spinte con

decisione e quali progressivamente potranno essere superate, quali segmenti di clientela andranno incrementati, con quali canali distributivi si dovranno ricercare accordi di partnership, quali eventi ed attività promozionali potranno essere attuati nell'ambito dell'esecuzione del contratto alle condizioni indicate nel progetto di servizio posto a riferimento in fase di gara, etc...

Possono essere indicate, le disponibilità di tecnologia e risorse produttive, la situazione finanziaria e creditizia, una analisi sulle proiezioni generali del mercato e della legislazione, le potenziali aperture a nuovi mercati, la creazione di nuove linee di prodotto, attinenti e non eccedenti agli obiettivi ed ai servizi indicati nel progetto di servizio approvato.

Partendo dal concetto di integrazione che produce maggiori risultati ed economie, il progetto potrà ampliare lo scenario operativo con più territori per ampliare l'attività di promozione di base che si svolge alla Cascata delle Marmore migliorando l'appetibilità territoriale. A tale proposito anche attraverso protocolli ed accordi operativi sussidiari il progetto potrà operare sulla cultura dell'accoglienza e l'integrazione dei servizi tra poli d'interesse turistico e culturali al fine di incentivare la sinergia tra più comprensori territoriali. Il progetto si dovrà presentare come una carta di servizi turistici per l'accoglienza unitaria di qualità nel territorio e individuare un processo innovativo e dinamico per spostare i flussi in arrivo alla Cascata delle Marmore verso i poli d'interesse più prossimi, per superare la logica della frammentazione territoriale ed operativa e puntare sulla costruzione di una offerta coordinata, dinamica e più efficiente e che sia in grado di rispondere ad una logica di sistema sempre più integrata.

Attraverso la progettualità qualitativa si vuole perseguire l'obiettivo di promuovere i servizi turistici legati alle eccellenze culturali e naturalistiche incrementandone sia il numero di fruitori, che l'economia e l'indotto economico che essi generano sul territorio. Permette di fidelizzare i visitatori dando vita al metodo più efficace di promozione che è quello del "passaparola". Attira i flussi turistici in archi temporali più ampi combattendo la stagionalità e quindi allungando il ciclo di vita della destinazione. Consente di analizzare i consumi ed attuare iniziative e programmi mirati. Riposiziona la destinazione, trasmette nozioni educative e conoscitive ai visitatori e mette a regime e a sistema le attività presenti.

Nell'ambito di un asse di miglioramento dell'appetibilità territoriale è possibile proporre attraverso il sistema degli accordi operativi sussidiari e dei protocolli d'intesa, un modello di gestione integrato dei servizi principali che possono interessare ad esempio l'integrazione del sistema di vendita dei biglietti o dei prodotti turistici collegati, fino ad arrivare alla integrazione dei servizi cardine dell'offerta di servizi offerta dal polo turistico attrattore.

## **9. Una Cascata da Vivere.**

Il progetto tecnico di gara svilupperà una specifica sezione denominata "Una Cascata da Vivere" che si baserà sui seguenti tematismi:

- **Museo dell'Opera della Cascata delle Marmore - Musei diffusi e itinerari tematici modulari**

Nell'ambito del sistema di gestione e coordinamento l'appaltatore potrà allestire il Museo dell'Opera della Cascata delle Marmore e proporre nell'offerta tecnica la gestione dei musei diffusi ed itinerari tematici modulari.

- **Promozione virtuale della Cascata delle Marmore e il suo territorio.**

La quasi totalità dei visitatori della Cascata delle Marmore conosce solo parte dell'intero sistema di offerta che ruota intorno a questa singolarità. In realtà la Cascata delle Marmore si presenta come “evento spettacolare” che si manifesta solo in alcuni orari prestabiliti, marginali temporaneamente rispetto alla sua gestione idraulica. Ciò rende l'apertura un evento a cui assistere e che produce stupore. Nel tempo che separa una chiusura da una nuova apertura, i visitatori possono fruire dell'ambiente naturale che costituisce una sorta di sintesi finale di tutto il sistema idrografico della Valnerina che è costellato da testimonianze storiche che producono una offerta turistica irripetibile.

Per rendere evidente al pubblico questa ricchezza è necessario dotarsi degli strumenti più efficaci per mostrarla e raccontarla.

Uno di questi strumenti è l'audiovisivo che è in grado di rappresentare in pochi minuti la parte più emozionale di un racconto articolato che può essere declinato ad esempio in schede multimediali consultabili in rete attraverso diversi dispositivi, compresi gli smartphone. Per poter iniziare la ricerca dei contenuti si può avviare una prima esperienza diretta ed immersiva nel territorio e lo strumento più efficace oggi a disposizione è ad esempio il Cinema 6D, un sistema di audio guide, e simili.

Nell'ambito dell'offerta tecnica si può presentare un progetto qualitativo basato sulle seguenti finalità:

- a. Potenziare l'attività di informazione ed orientamento in modo che sia all'altezza del sistema di offerta turistica e che sia in grado di spingere i turistici e gli sportivi a vivere consapevolmente il territorio;
- b. Creare un canale innovativo per la diffusione di contenuti multimediali riguardanti il territorio;
- c. Incentivare gli attori locali a produrre gli audiovisivi e prodotti multimediali di qualità al fine di promuovere i prodotti ed i servizi;
- d. Mettere a disposizione strumenti di alta tecnologia per la formazione alle nuove generazioni;
- e. Favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici e il loro incremento.

- **Promozione sport outdoor e sport avventura.**

Sulla base E-ONE (European Outdoor Network Experience), progetto europeo del programma ERASMUS + - Collaborative Partnership in the Sport field (G.A. 2014-3140/020-001) attuato dal Comune di Terni come soggetto capofila di una rete europea di partner, il progetto tecnico in fase di gara potrà prevedere lo sviluppo di attività da svolgere all'interno del parco naturalistico denominato “UNA CASCATA DA VIVERE”.

L'obiettivo primario è quello di diffondere la pratica degli sport e delle attività fisiche ed avventura all'aria aperta a livello non agonistico ed il concetto di “Sport per tutti”.

Si potrà promuovere la funzione fondamentale e strategica che tale tipologia di sport e attività assumono nell'ambito di un approccio multi-settoriale ed integrato. Salute, attività fisica, benessere e qualità della vita si potranno integrare e si potranno completare reciprocamente attraverso la pratica degli sport “Outdoor” migliorando ed aumentando le opportunità e le possibilità di sviluppo e di crescita personale, sociale, economica e culturale. In questa prospettiva diventano funzionali e complementari alcune tematiche-chiave, ad esempio: il rispetto e la tutela dell'ambiente, l'adozione di “concept” innovativi, la ricerca di una corretta e sana alimentazione, la creazione di aree e di servizi pubblici e privati connessi allo svolgimento dell'attività fisica “non-organised” e/o sport avventura, la garanzia di pari opportunità nell'accesso e nella pratica degli sport “Outdoor” con conseguente attenzione verso le categorie

più svantaggiate, l'educazione dei giovani ai valori e all'importanza dello sport e dell'attività fisica, anche attraverso la componente ludica e aggregativa.

#### **10. Localizzazione e modello gestionale attuale:**

L'origine della cascata è legata alla tettonica distensiva che nel Plio-Pleistocene ha sconvolto l'aspetto idrogeologico di questa porzione dell'Appennino Umbro Marchigiano.

Durante questo periodo il paleo Nera e il paleo Velino costituiscono un unico reticolo idrografico che viene a dividersi per motivi tettonici: il Nera e il Velino iniziano a defluire in direzioni diverse, si ha l'approfondimento della valle del Nera e il sollevamento del Velino.

L'azione sinergica di più fattori ambientali e la deposizione di carbonato di calcio proveniente dalle acque del Velino ha formato nella zona di Marmore un blocco travertinoso che ha provocato lo sbarramento del corso del fiume, dando origine al "Lacus Velinus".

##### **● Sistema ipogeo**

Nella zona di Marmore sono state censite circa 300 grotte con profondità che raggiungono anche decine di metri, presentano sale intercomunicanti tra loro, pozzi verticali e passaggi molto stretti. L'origine non dipende da un fenomeno carsico, ma dall'ampliamento di piccole fessure e interstizi da parte delle acque percolanti e dall'azione della tettonica che ha causato fratture e aperture. All'interno delle grotte sono presenti strutture come stalattiti, stalagmiti e colate calcitiche, pavimenti ricoperti di sabbie dovute al disfacimento del travertino, e aperture verticali verso l'alto che sfociano al parco dei Campacci.

##### **● Storia**

La Cascata delle Marmore è la più alta d'Europa. Si trova all'interno del Parco Fluviale del Nera ed è originata dalle acque del fiume Velino che, dividendosi in tre salti successivi, precipitano per 165m confluendo nel sottostante fiume Nera. La Cascata ha una componente naturale: il Lacus Velinus tracimava lungo il terrazzo travertinoso formando una cascata naturale che aveva un fronte di circa un chilometro; e una componente artificiale: nel 271 a.C. il console romano M. Curio Dentato, per bonificare la piana di Rieti, effettuò un taglio lungo il blocco travertinoso (Cavo Curiano) permettendo alle acque del lago di defluire lungo la montagna formando così la Cascata delle Marmore. Nel corso dei secoli si sono susseguiti numerosi ampliamenti e miglioramenti del primo Cavo Curiano (1277, 1385, 1422 Cava Reatina, 1547 Cavo Paolino, 1575 Cava Gregoriana, 1601 Cava Clementina). Un ultimo intervento (1787 Canale Pio) fu effettuato per eliminare il riflusso delle acque del Nera a monte della confluenza.

##### **● Acque per uso industriale**

Il complesso idrico Nera – Velino non ha solo una funzione turistica: le acque vengono utilizzate anche per scopi industriali. Tra il 1880 e 1890 la Società Terni fu autorizzata a deviare e prelevare le acque del Velino da utilizzare nelle Acciaierie (1884); canalizzazioni, opera di presa e di derivazione, condotte forzate alimentavano le industrie elettrochimiche di Collestatte e di Papigno; altre opere di ingegneria idraulica permisero l'utilizzo delle acque per la produzione di energia idroelettrica da parte delle centrali di Galleto (1929), di Monte Argento e Cervara.

##### **● Acque per uso turistico - Sentieri**

L'area escursionistica della Cascata si articola in sei sentieri. Sentiero 1 "Antico Passaggio": inizia poco sopra il Centro Direzionale Didattico, risale tutta la costa orografica sinistra della cascata, fino ad arrivare alla Specola o Belvedere Superiore. È un sentiero storico che per secoli ha messo in comunicazione gli abitanti di Marmore, sovrastante la cascata, con quelli del

fondovalle della Valnerina. A metà percorso si incontra un importante tunnel scavato nella roccia (1787-1788) che termina in un terrazzo denominato Balcone degli Innamorati. Sentiero 2 "Anello della Ninfa" e Sentiero 3 "Incontro delle Acque": formano un percorso ad anello all'interno del quale è situato il Centro Direzionale Didattico dell'istituendo Giardino Botanico. Il Sentiero 3 è quello più breve dei cinque e si snoda lungo uno degli orridi più profondi e selvaggi del Fiume Nera. Dal sentiero sono ben visibili le rapide che consentono gli sport acquatici come il rafting e la canoa. Un terrazzo, situato sotto il terzo salto, permette di osservare la confluenza tra le acque del Fiume Velino che originano la cascata e quelle del Nera. Uscendo dal Sentiero 3 inizia il Sentiero 2 che attraverso scale, ponti e terrazzi permette di avvicinarsi al secondo e al terzo salto. Sentiero 4 "La Maestosità – Pennarossa": risale la rupe di Corniola di fronte alla cascata (Monte Pennarossa) attraverso una lunga gradinata che porta a due punti di osservazione: Belvedere Pennarossa e Belvedere Pennarossa superiore. Da qui si gode la visione integrale del salto di 165 m della spumeggiante massa d'acqua con tutti gli effetti scenografici naturali. Sentiero 5 "La Rupe e l'Uomo": inaugurato nel Giugno 2007, decorre ad anello all'interno di un'area boschiva; offre scorci panoramici della Valle del Nera da Collestatte Piano a Montefranco alla Valle Ternana; delimita l'ambito occupato dalle vasche di carico d'acqua della ex Centrale Idroelettrica di Spoleto e di Terni e dai pozzi relativi ai lavori di bonifica e consolidamento effettuati sul banco o ciglione di travertino di Marmore fra il 1992 e il 2007; il sentiero 6 "I Lecci Sapienti" è l'ultimo sentiero ricavato dall'antica strada di collegamento tra la zona di Collestatte Piano e la zona della Fossa "di Collestatte" in loc. Campacci. E' un sentiero immerso nella natura dove si possono scoprire sistemi idraulici della prima industrializzazione della città, ma anche antichi canali scavati dai romani, cave di travertino e i resti dall'antica Mola dei Cocchi, fino a scoprire il sedime delle vecchie centrali idroelettriche di Terni e Spoleto. Si tratta del sentiero di collegamento verso Mazelvetta e Piediluco e il sedime del percorso europeo della fede "La via di Roma" e dei percorsi religiosi francescani.

#### • **Belvedere Inferiore e Belvedere Superiore**

Coloro che vogliono ammirare lo spettacolo della Cascata delle Marmore senza percorrere i sentieri escursionistici possono accedere a due punti di osservazione particolarmente scenografici e facilmente raggiungibili con mezzi pubblici o privati.

Belvedere superiore "La Specola": costruito nel 1781, è situato in prossimità del parco dei Campacci – Marmore e permette di osservare la Cascata dall'alto, lateralmente al fronte del primo salto.

Belvedere Inferiore "Piazzale Byron": è il punto di osservazione più basso, permette di osservare la Cascata nella sua interezza a livello del terzo salto.

#### • **Centro Didattico**

Il Centro Direzionale Didattico (CDD) è la struttura scientifica operativa dell'istituendo Giardino Botanico Cascata delle Marmore e si trova all'interno dell'area escursionistica. L'insieme "giardino-centro", oltre a costituire un ambito scientifico, culturale e ricreativo unico in Italia, mira a essere un'importante "cornice" per il noto biotopo "Cascata delle Marmore", già incluso, per l'elevata biodiversità connessa all'imponente massa d'acqua e alle estese formazioni di travertino fitoclastico, in un'area riconosciuta come Sito d'Importanza Comunitaria (SIC) della Rete Ecologica Europea "Natura 2000". Il CDD, in cui operano guide botaniche, si occupa dello studio della flora vascolare del territorio, di didattica e di divulgazione e svolge diverse attività sia per i turisti che per le scolaresche. Per i turisti si effettuano visite guidate a carattere botanico-naturalistico lungo i sentieri e al laboratorio con la possibilità di visionare materiale in vivo e su vetrino (attraverso microscopi e stereoscopi); per le scolaresche sono stati elaborati diversi moduli didattici a carattere botanico-naturalistico, tra

i quali: la visita botanica lungo i sentieri, l'allestimento di un erbario didattico, il riconoscimento delle piante attraverso le foglie ed esercitazioni di laboratorio.

Il Centro, oltre ad occuparsi dello studio della **flora vascolare** della Valnerina e del Ternano, organizza **visite guidate tematiche** che approfondiscono l'aspetto naturalistico dell'area, **per gruppi turistici**. Presso la terrazza letteraria è possibile consultare **testi** con argomenti **storico-naturalistici**, mentre nel laboratorio scientifico è possibile osservare al **microscopio-stereoscopio** parti di piante caratteristiche dell'area e consultare l'erbario.

Le **scolarische**, oltre ad usufruire dei servizi sopra citati, in futuro potranno adottare e curare alcune aree del Giardino botanico oggi in fase di allestimento. Per gli **insegnanti**, durante il periodo che va da novembre a febbraio (in date da stabilirsi), sono previsti **corsi di aggiornamento** a tema (tenuti da esperti) ed esercitazioni di laboratorio.

Il Centro si sviluppa su due piani con diversi locali, di cui tre aperti al pubblico. Al piano terra un locale è adibito a **studio-ufficio**, mentre un secondo a **laboratorio scientifico**. Qui vi sono armadi con raccolta di **libri** per conoscere **flora, vegetazione e storia locale**, tavoli con **strumenti ottici** (microscopi e stereoscopi) per osservazioni botaniche e zoologiche, collezioni botaniche illustrate, attrezzature per l'essiccazione di piante ed altro ancora. Nel secondo piano un'aula fornita di stereoscopio con proiettore incorporato è adibita alle esercitazioni di gruppo.

- **Le infrastrutture.**

L'area è dotata di ampi parcheggi, da zone a verde attrezzati ed aree pic – nic; di parcheggi, percorsi accessibili, di moderni locali info - point e biglietteria, di servizi igienici e di dotazioni strumentali innovativi.

- **I Servizi**

L'accoglienza deve essere garantita da servizi di qualità:

- Assistenze e guide turistiche - escursionistiche;
- Bigliettazione;
- Centri di Educazione Ambientale in rete (Cascata delle Marmore, Collestatte, Piediluco e Parco Urbano San Martino);
- Visite botaniche, laboratori scientifici, didattici, culturali.
- Info – Point;
- Cinema 6D;
- Itinerari tematici modulari e musei diffusi;
- Centro elaborazioni dati;
- Promo – Commercializzazione dei prodotti turistici territoriali;
- Centri espositivi ed ambiti dedicati (es. orto botanico);
- Servizi di trasporto terrestre per turisti;
- Servizi di trasporto fluviale e lacustre;
- Marketing & Merchandising;
- Visite tematiche singole o a gruppi;
- Visite geologiche e al sistema ipogeo;
- Servizio di presidio di soccorso e servizio di assistenza e di emergenza anche di tipo escursionistico;
- Area attrezzata per caravan ed autocaravan;
- Etc.

- **Riepilogo ingressi, introiti e costi di gestione triennio 2015/2017:**

	Interi	Ridotti	Gratuiti	Somma(I+R+G)	Introiti bigliettazione	Compenso:	Comp. aggiuntivi		
2015	202223	130139	52375	384737	€ 2.551.314,00	€ 497.526,00	€ 56.000,00	€	553.526,00
2016	176095	152576	51775	380446	€ 2.665.489,00	€ 492.000,77	€ 55.000,00	€	547.000,77
2017	178941	114581	46501	340023	€ 2.577.608,10	€ 439.384,82	€ 50.184,68	€	489.569,50

**Nel 2018 è stato registrato un trend in aumento rispetto al 2017. I dati non sono riportati in quanto il report contabile si chiude al 31.12.2018.**

**• Riepilogo entrate servizi integrativi al netto della quota versata alla S.A.2015/2017:**

2015	€	133.628,60
2016	€	238.564,39
2017	€	313.951,54
MEDIA		€ 228.714,84

**• Riepilogo servizi erogati e tariffazione attuale:**

**A. Servizio di bigliettazione:**

(vedere attuale sistema tariffario nel sito internet ufficiale della Cascata delle Marmore e/o nel sito istituzionale del Comune di Terni).

**B. Visite tematiche singole/gruppi: (vedere CSA).**

**C. Report gestionale per tipologia di biglietti venduti e servizi ai fini della formulazione dell'offerta tecnica – economica (vedere allegato 7 annualità 2015-2016-2017)**

**ALLEGATI PROGETTUALI:**

- **N. 1: CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO;**
- **N. 2: PLANIMETRIA AREA CASCATA DELLE MAMORE INTERESSATA DAL SERVIZIO;**
- **N. 3: PLANIMETRIA CAMPER SERVICE;**
- **N. 4: PLANIMETRIA PUNTO RISTORO;**
- **N. 5: ATTREZZATURE CAMPER SERVICE;**
- **N. 6: DUVRI;**
- **N.7: PIANO EMERGENZA PROTEZIONE CIVILE AREA CASCATA DELLE MARMORE;**
- **N. 8: QUADRO TECNICO ECONOMICO;**
- **N. 9: PROSPETTO COSTO DEL SERVIZIO;**

**n.b. : tutte le informazioni aggiuntive relative agli immobili, ai sistemi gestionali, alle tariffe, all'articolazione degli orari, dei servizi etc. potranno essere richiesti all'atto dello svolgimento del sopralluogo. Il ritiro di documenti verrà annotato nel verbale di sopralluogo.**

Comune di Terni - ACTRA01

**GEN 0083947** del 04/06/2019 - Uscita

Firmatari: **Neri Paolo (152806567239396202026328649934668753759)**

Impronta informatica: *d0f6b8d1fded78f466c5450ec897f3eaed80a83bafaf08428b53da4f301b9d09*

Sistema Protocollo - Riproduzione cartacea di originale firmato digitalmente

**Il Responsabile Unico del Procedimento**  
*Geom. Paolo Neri*