



## **PROTOCOLLO DI INTESA**

### **TRA**

**UPI** - Unione delle Province d'Italia – (in seguito denominata “UPI”) con sede legale in Roma, Piazza Cardelli – 00187 - CF n. 80228090587, legalmente rappresentata dall'on. Giuseppe Castiglione, in qualità di Presidente;

### **E**

**G.R.H S.p.A. GAMBERO ROSSO** – (in seguito denominata “GAMBERO ROSSO”) con sede legale in Roma, Via Enrico Fermi 161, codice fiscale e partita I.V.A. 06051141007 , legalmente rappresentata da Paolo Cuccia, in qualità di Presidente;

### **Premesso che**

- Le Province italiane, quali enti di governo di area vasta, sono le istituzioni locali maggiormente indicate a coordinare, promuovere e adottare politiche di sviluppo locale sostenibile, con l'obiettivo di favorire la crescita economica dei territori e delle comunità tutelando e valorizzando il paesaggio, la cultura, e le tradizioni locali;
- Le Province italiane hanno specifiche competenze ed esercitano rilevanti funzioni nei seguenti settori:
  - Promozione e sviluppo del territorio
  - valorizzazione delle identità, delle risorse e delle vocazioni territoriali
  - innovazione, ricerca, tutela e valorizzazione della identità popolare e dei beni immateriali
  - Attività agrituristiche e produzioni biologiche
  - Azioni di interesse locale per la promozione agroalimentare

- Creazione di reti/sistemi turistici locali
- Coordinamento, vigilanza e controllo di enti, aziende, consorzi, ed organizzazioni locali operanti in materia di agricoltura e foreste
- rilevazione ed il controllo dei dati sul fabbisogno alimentare e l'attuazione dei programmi provinciali di educazione alimentare

tali da permettere a queste istituzioni di programmare politiche di sistema per promuovere il territorio, e di costruire reti di Province per tematiche turistiche così da individuare percorsi alternativi di valorizzazione dei territori;

- Le Province italiane esercitano importanti funzioni in tema di istruzione e formazione professionale, gestendo la programmazione dei corsi, i cui indirizzi vengono definiti anche in base alle esigenze individuate attraverso i Centri per l'impiego provinciali e nel raccordo con le associazioni rappresentanti delle forze economiche locali (artigianato, industria, piccola e media impresa) al fine di individuare le professionalità maggiormente richieste sul territorio;

- le Province italiane promuovono iniziative ed eventi di comunicazione e informazione volte a promuovere il territorio, le specificità locali, la conoscenza di itinerari turistici agro- eno – gastronomici alternativi;

- l'UPI, soggetto di interesse pubblico al quale aderiscono le Province italiane, è parte della Conferenza Unificata e della Conferenza Stato-Città e Autonomie locali e rappresenta le Province presso il Parlamento, il Governo, gli organismi comunitari e, d'intesa con le Unioni regionali interessate, nei confronti delle Regioni; cura le attività di collegamento con altri organismi rappresentativi degli enti locali; rappresenta e promuove, nel rispetto dell'autonomia delle associate, l'attività delle Province; intraprende iniziative per stimolare lo sviluppo dell'ente Provincia; promuove la realizzazione di un ordinamento amministrativo che valorizzi le Province;

- in base al suo statuto, l'**UPI** promuove e potenzia, nel rispetto della autonomia delle Associate, l'attività delle Province e intraprende tutte le iniziative di ricerca, studio e divulgazione che consentano, nel quadro della valorizzazione complessiva delle autonomie locali, di stimolare e promuovere lo sviluppo dell'Ente Provincia sotto il profilo della democraticità, dell'efficienza e della partecipazione popolare;

### **Considerato che**

- il Gambero Rosso è il più importante fornitore indipendente di contenuti nel settore "*food&wine*" di qualità in Italia;
- il Gambero Rosso, oltre alla tradizionale attività editoriale multimediale (periodici, libri, guide, canale tematico tv Sky, viaggi ed itinerari, portale internet, *podcasting*), negli ultimi anni ha sviluppato un'articolata offerta di servizi avanzati che include la formazione e l'aggiornamento professionale (*master* per gli *chef*, *workshop* amatoriali e per le aziende, corsi di *hospitality* in collaborazione con Luiss School of Management) svolta prevalentemente nelle due "Città del Gusto", di Roma e di Napoli;
- il Gambero Rosso ha sviluppato l'assistenza al "*trade*" come agenzia per la promozione delle eccellenze agroalimentari destinata alla filiera italiana di qualità (in particolare produttori di vino e olio) attraverso *roadshow*, fiere, manifestazioni di settore in Italia e all'Estero;
- il Gambero Rosso fornisce la consulenza per il web-marketing attraverso lo sviluppo di comunità su Internet.

**Tutto quanto premesso le Parti come sopra individuate  
convengono quanto segue:**

### **Art.1 - Obiettivi**

Le Parti si impegnano a collaborare, ciascuna nell'ambito delle proprie finalità istituzionali, al fine di:

- diffondere la cultura enogastronomica di filiera come '*asset*' primario di un territorio presso i decisori politici, i '*trend setter*', gli '*opinion maker*';
- mettere a sistema le eccellenze enogastronomiche dei territori delle Province italiane, per migliorarne l'attrattività su scala globale;

- accrescere le conoscenze e le competenze specifiche delle amministrazioni locali, impegnate nella comunicazione e valorizzazione delle risorse tipiche ed enogastronomiche territoriali, necessarie per una migliore comprensione, gestione e comunicazione delle specificità dei propri territori e per rafforzare opportunamente i percorsi e le innovazioni prodotte negli ambiti considerati;
- valorizzare i rispettivi marchi, UPI e Gambero Rosso, presso i *target* di riferimento, rispettivamente quale struttura di rappresentanza delle Province e *leader* del mercato del gusto;
- incrementare la visibilità delle iniziative di UPI e Gambero Rosso (e l'immagine delle Amministrazioni coinvolte e assistite) attraverso la ricaduta mediatica della promozione del territorio di riferimento e delle sue specificità enogastronomiche e culturali.

## **Art.2 -Attività**

Le Parti ritengono che i seguenti obiettivi possono essere raggiunti attraverso l'avvio immediato di una serie di realizzazioni e progetti pilota, con modalità e opportunità di intervento e cooperazione all'uopo individuate, nelle seguenti attività:

- a) **Comunicazione:** realizzazione di azioni finalizzate alla promozione multicanale dei territori e delle specificità enogastronomiche e tipiche territoriali attraverso: la produzione e pubblicazione tra le Parti di contenuti informativi multimediali riguardo le identità locali, il territorio, gli eventi e le azioni di promozione realizzati o in programma; la condivisione di agende e appuntamenti per le *newsletter*, i rispettivi siti internet, i magazine e gli *house organ*, i media video e radio prodotti e gestiti dalle Parti; la promozione delle iniziative comuni presso i mass media italiani ed esteri; la realizzazione di incontri e appuntamenti (conferenze stampa, convegni, etc) di promozione delle iniziative presso i mass media;
- b) **Formazione:** organizzazione di corsi di formazione per le figure chiave dello staff di comunicazione dei decisori politici locali (inclusi i dipendenti o collaboratori delle pubbliche amministrazioni o di organismi e enti di promozione territoriale con funzioni di addetti alla comunicazione), volti a sostanziare l'approfondimento e l'aggiornamento professionale nei temi trattati, sviluppare nuove competenze che rispondano ai fabbisogni formativi nel settore turistico-enogastronomico in particolare per quanto riguarda la comunicazione del patrimonio

c) **Eventi:** organizzazione di seminari di discussione politica e scientifica su specifici temi che abbiano come oggetto l'enogastronomia quale leva strategica di promozione locale; organizzazione di giornate sull'educazione alimentare, rivolte agli istituti superiori e ad altre utenze sensibili al tema della buona alimentazione; realizzazione di giornate di promozione e comunicazione del patrimonio enogastronomico e tipico dei territori e di interesse per le Associazioni delle identità; organizzazione di momenti convegnistici/fieristici per lo scambio di conoscenze su temi che riguardano il mondo dell'enogastronomia e delle tipicità locali;

d) **Concorsi e Premi:** organizzazione di concorsi per scuole professionali volti a premiare la creatività legata alla diffusione e alla promozione del patrimonio delle identità locali; organizzazione di premi di giornalismo, fotogiornalismo e video documentaristici sul tema dell'enogastronomia locale.

### **Art.3 - Modalità di attuazione**

Per il raggiungimento degli obiettivi di cui sopra, è istituito un Gruppo di lavoro composto da due referenti dell'UPI e due referenti del Gambero Rosso.

I referenti sono responsabili della corretta attuazione del Protocollo e della condivisione con gli organi delle rispettive strutture, al fine di rendere operativo il presente atto.

UPI, nell'attuazione delle attività del protocollo di propria competenza, potrà avvalersi del supporto della sua società di servizi.

### **Art.4 - Principio di collaborazione e modifiche**

Le Parti si impegnano a dare piena attuazione al presente Protocollo e si danno atto che ogni eventuale modifica dovrà essere concordata tra le Parti in forma scritta.

#### **Art.5 - Riservatezza**

Le Parti si impegnano a mantenere il più rigoroso riserbo nei confronti dei terzi sulle informazioni, le notizie e i documenti di cui venissero a conoscenza durante e comunque in connessione con l'esecuzione del seguente accordo.

La pubblicazione di dati e risultati connessi alle attività oggetto del presente Protocollo dovrà essere di volta in volta concordata tra le Parti.

#### **Art. 6 – Durata**

Il presente accordo quadro ha durata pari a un anno con decorrenza dalla data di sottoscrizione, una proroga potrà essere decisa dalle parti, a seguito di una valutazione congiunta che si terrà a tre mesi dalla scadenza.

Roma, 25 novembre 2010

Letto, approvato e sottoscritto

Per UPI  
Il Presidente  
*Giuseppe Castiglione*

Per G.R.H. S.p.A.-GAMBERO ROSSO  
Il Presidente  
*Paolo Cuccia*