

Regolamento

(Aggiornato con le modifiche proposte dal Comitato di studio PDS 2.0)

Premessa

Il presente Regolamento detta alcune norme di funzionamento dell'Associazione allo scopo di favorire il regolare svolgimento delle attività e assicurare la corretta applicazione dello Statuto Associativo, di cui fa parte integrante a tutti gli effetti.

Art. 1 – Ingresso nuovi soci - Quote associative

1.1 - I Comuni, gli Enti pubblici e privati, le aziende e le persone fisiche, che intendono aderire all'Associazione come soci effettivi, devono farne richiesta scritta inoltrando alla segreteria dell'Associazione, anche a mezzo posta elettronica, la “Domanda di adesione” - redatta sull'apposito modulo scaricabile dal portale web dell'Associazione - firmata dal legale rappresentante e corredata della seguente documentazione:

- Comuni: delibera di Giunta o del Consiglio comunale
- Enti pubblici e privati e società di capitali e di persone: delibera dell'organo direttivo e documento comprovante la carica e i poteri del legale rappresentante
- Persone fisiche: fotocopia documento di identità personale

Entro 30 giorni dalla presentazione della richiesta il nuovo socio dovrà effettuare il versamento della quota associativa d'ingresso come segue:

- Comuni: quota associativa calcolata a scaglioni sul numero degli abitanti rilevato al 31 dicembre dell'anno precedente, come segue:
 - € 0,20 (venti centesimi) per abitante sullo scaglione da 1 a 5.000 abitanti;
 - € 0,10 (dieci centesimi) per abitante sullo scaglione da 5.001 a 10.000 abitanti
 - € 0,05 (cinque centesimi) per abitante sullo scaglione oltre i 10.000 abitanti
- con arrotondamento ai 5 Euro superiori e fino a un massimo di € 2.250,00.
- Enti privati (Istituti Bancari, Fondazioni, Società di capitali): quota associativa di € 1.000,00 (euro mille).
- Parchi, Società di persone, Associazioni di categoria: quota associativa di € 500,00 (cinquecento).
- Persone fisiche: quota associativa di € 250,00 (duecentocinquanta).

L'ingresso del nuovo socio è approvato dal Consiglio Direttivo dell'Associazione nella seduta immediatamente successiva all'avvenuto versamento della quota sociale e decorre dalla data della richiesta di adesione.

L'approvazione del Consiglio Direttivo verrà quindi confermata formalmente al nuovo associato con apposita comunicazione riguardante i reciproci adempimenti relativi al rapporto associativo.

1.2 - La quota associativa annua secondo le previsioni dell'art. 5 dello Statuto è dovuta a decorrere dall'anno successivo.

Art. 2 - Consiglio Direttivo

2.1 - Verbale delle riunioni - Il verbale delle riunioni del Consiglio Direttivo a firma del Presidente e del Segretario sarà trasmesso entro due giorni via e-mail ai consiglieri, ai revisori e ai membri del comitato di gestione. In mancanza di osservazioni o riserve entro i dieci giorni successivi da parte dei consiglieri presenti alla riunione, sarà dato per letto e condiviso e verrà pubblicato nella sezione “Chi siamo - Atti e Verbali del portale web” dell'Associazione.

L'approvazione formale del verbale sarà messa al primo punto dell'ordine del giorno del consiglio immediatamente successivo.

2.2 - Regolamento per le elezioni – Le elezioni per il rinnovo del Consiglio Direttivo avvengono al termine del triennio di durata del mandato in occasione dell'assemblea ordinaria di approvazione del bilancio del terzo anno.

Il Consiglio Direttivo è composto dai consiglieri designati dai vari raggruppamenti dei partner associati secondo la seguente ripartizione proporzionale:

- 5/7 consiglieri designati dai raggruppamenti dei Comuni appartenenti alle zone omogenee definite per l'Osservatorio Turistico (oppure IAT, DAT)?;
- 1 consigliere in rappresentanza dei Parchi e delle Aree verdi;
- 1/2 consigliere/i in rappresentanza degli enti privati ((in rapporto al numero degli associati);
- 1 consigliere in rappresentanza delle Associazioni di Categoria;
- 1/2 consigliere/i in rappresentanza del sistema alberghiero e operatori turistici (in rapporto al numero degli associati della categoria);
- 1 consigliere in rappresentanza del sistema delle imprese;
- 1 consigliere in rappresentanza delle associazioni di volontariato e culturali locali.

I raggruppamenti e il numero dei rappresentanti potranno variare, su delibera dell'assemblea, in relazione al verificarsi di modifiche nella composizione del partenariato.

Al fine di agevolare l'elezione del Consiglio di Amministrazione da parte dell'assemblea generale, i soci appartenenti ai singoli raggruppamenti si radunano in sessioni preliminari per la designazione dei propri rappresentanti in seno al consiglio stesso. La segnalazione dei candidati, corredata del verbale di designazione, deve essere presentata alla segreteria dell'Associazione a cura del responsabile del raggruppamento almeno 30 giorni prima della celebrazione dell'Assemblea elettiva.

La determinazione del numero totale dei componenti del Consiglio Direttivo, nell'ambito delle previsioni statutarie, sarà deliberata dall'assemblea prima di procedere alla nomina del nuovo Consiglio in relazione alla composizione quantitativa dei vari raggruppamenti e alle candidature presentate

2.3 Raggruppamenti territoriali dei comuni e sessioni di categoria degli enti associati a Pianura da scoprire

- a) Pianura di Treviglio: costituita dai sindaci dei comuni della Bassa Pianura Bergamasca (IAT Treviglio)
- b) Pianura di Romano di Lombardia: costituita dai sindaci dei comuni della Pianura Bergamasca Orientale (IAT Martinengo)
- c) Pianura di Dalmine -Verdello: costituita dai sindaci dei comuni della Pianura Bergamasca Occidentale
- d) Isola Bergamasca: costituita dai sindaci dei comuni dell'Isola Bergamasca;
- e) Pianura Grande Bergamo: costituita dai sindaci dei comuni dell'hinterland e di eventuali altri comuni della provincia di Bergamo
- f) Pianura di Crema: costituita dai sindaci dei comuni del Cremasco e di eventuali altri comuni della provincia di Cremona
- g) Pianura nord-est di Milano: costituita dai sindaci dei comuni dell'Adda, della Muzza, della Martesana e di eventuali altri comuni dell'area metropolitana di Milano
(I raggruppamenti di comuni designano 1 candidato consigliere ogni 10 comuni, con un massimo di due candidati- Per aver diritto a un consigliere un raggruppamenti deve avere almeno 5 comuni)
- h) Sessione Parchi e Aree verdi - costituita dai Parchi Regionali, Plis e Aree verdi protette
- i) Sessione Enti privati - costituita da Fondazioni, Istituti Bancari, Società di capitali
- j) Sessione delle Associazioni di Categoria - costituita dalle associazioni di categoria: commercio, artigianato, agricoltura, industria
- k) Sessione delle imprese della ricettività, della ristorazione e degli operatori turistici
- l) Sessione del sistema delle altre imprese (commerciali, artigianali, manifatturiere, servizi, ecc.)

m) Sessione delle associazioni di volontariato, culturali e amatoriali locali

2.4 - Caratteristiche dei consiglieri

Allo scopo di favorire una gestione dinamica, efficiente e sinergica delle attività associative, è importante che la designazione dei propri rappresentanti da parte dei vari raggruppamenti o sessioni avvenga per candidati motivati e disponibili alla partecipazione attiva ai lavori del Consiglio, a collaborare allo sviluppo di progetti e iniziative, nonché alla ricerca delle relative opportunità di finanziamento e di nuovi aderenti al partenariato associativo.

2.5 - Sostituzione

In caso di dimissioni, decesso, decadenza di un consigliere, il Presidente informerà il responsabile del raggruppamento dei soci che ne ha espresso la candidatura affinché provveda al più presto a segnalare alla segreteria dell'Associazione il sostituto, che il Consiglio Direttivo provvederà alla cooptazione secondo quanto previsto dall'art. 10 dello Statuto.

Il provvedimento di decadenza dovrà risultare dal verbale del Consiglio che l'ha deliberato.

2.6 - Esonero per perdita di rappresentanza.

La perdita di rappresentanza di un consigliere avviene su decisione del raggruppamento o della sessione che ne ha deliberato la nomina e deve essere presentata alla segreteria dell'Associazione corredata del relativo provvedimento di esonero e, contestualmente o successivamente, della designazione del sostituto, la cui cooptazione avverrà secondo le previsioni dell'art. 10 dello Statuto.

2.7 - Documento programmatico

In ottemperanza alle previsioni dell'art.10 dello Statuto, il Consiglio Direttivo, all'inizio di ogni esercizio, redige un documento programmatico con riferimento all'art. 4 dello Statuto e relativo Allegato 2, contenente gli obiettivi e le iniziative da realizzare e le relative attività e azioni, tenendo conto delle seguenti indicazioni.

- **Parco Cicloturistico** - La realizzazione del Parco Cicloturistico della Media Pianura Lombarda secondo l'idea progettuale già definita, non potrà che avvenire con gradualità in relazione alla necessità da un lato di completare gli incontri con i comuni e gli enti coinvolti dai vari itinerari per la definizione dei percorsi e dell'iter progettuale ed dall'altra del reperimento delle risorse finanziarie.

- **Osservatorio Turistico e Aree omogenee** - suddividere il territorio della Media Pianura Lombarda in aree omogenee al fine di consentire una interpretazione più precisa delle peculiarità locali e individuare una modalità di rappresentanza che possa garantire la massima vicinanza e attenzione dell'associazione alle esigenze delle singole aree. Una volta definite le aree omogenee potrà essere organizzata in modo scientifico la rilevazione dei dati dell'Osservatorio Turistico.

- **Piano di comunicazione** - Il piano strategico della comunicazione dovrà essere predisposto tenendo conto dei seguenti contenuti:

- la gestione costantemente aggiornata del sito internet, anche mediante l'adeguamento alla piattaforma regionale E015 per una gestione integrata e unificata della comunicazione e promozione degli eventi, delle iniziative e delle offerte turistiche in collaborazione con gli attori e gli operatori del settore;
- lo studio, la creazione e la regolamentazione del marchio d'area secondo quanto previsto al successivo articolo 5;
- la realizzazione, la pubblicazione e la distribuzione di guide, carte, mappe e di materiale informativo aggiornato;
- la predisposizione di campagne pubblicitarie destinate ad evidenziare le peculiarità dell'area e alla promozione dei grandi eventi;
- la promozione di forme di co-branding con le imprese manifatturiere e di servizi associate;
- la partecipazione in Italia e all'estero a fiere ed altre manifestazioni promozionali.

- **Altre iniziative e attività finalizzate all'aggregazione del partenariato e alla promozione socio turistica del territorio** – Il Consiglio Direttivo potrà inoltre, sulla base delle risorse disponibili e/o individuando fonti di finanziamento aggiuntive *ad hoc* (ad esempio Bandi pubblici o privati)

attivare altre iniziative operative coerenti con lo spirito degli obiettivi indicati nello Statuto, come ad esempio:

- promuovere forme di partenariato pubblico e privato e di collaborazione a livello istituzionale volte alla produzione di iniziative e attività finalizzate all'incoming turistico;
- operare, con il coinvolgimento dei giovani in collaborazione con le istituzioni scolastiche, per la formazione di una specifica sensibilità verso la mobilità dolce e il turismo sostenibile con particolare riferimento alle realtà locali;
- dotare il territorio della Pianura di nuovi attrattori di interesse turistico quali, ad esempio, quelli culturali ed enogastronomici o quelli legati alla riscoperta delle tradizioni contadine e della sobrietà dello stile di vita rurale così come mirabilmente rappresentato dall'illustre regista lombardo Ermanno Olmi nell'indimenticabile film "L'albero degli zoccoli";
- sostenere e promuovere la creazione e la commercializzazione di pacchetti turistici integrati sulla base degli itinerari di cui sopra, da attuarsi attraverso gli albergatori, ristoratori ed altri operatori turistici aderenti all'Associazione;
- promuovere la formazione degli operatori per la crescita della professionalità e lo sviluppo delle competenze;
- svolgere e promuovere studi e ricerche atti ad approfondire e diffondere la conoscenza del territorio della pianura e favorire la riscoperta, la tutela e la valorizzazione del patrimonio naturale ed artistico, delle caratteristiche ambientali e culturali, nonché delle tradizioni popolari ed enogastronomiche, con particolare riferimento alle loro potenzialità turistiche;
- organizzare annualmente il Festival Bike della Media Pianura Lombarda e/o altri eventi emblematici per la promozione del Parco Cicloturistico e delle attrattività del territorio;
- svolgere qualsiasi altra iniziativa e attività di promozione del territorio, quali ad esempio la funzione di agenzia di sviluppo locale, purché compatibili con le caratteristiche e lo scopo istituzionale dell'Associazione.

Art. 3 - Il Comitato di Gestione

Il Comitato di Gestione è composto da volontari, che partecipano al partenariato dell'Associazione come soci aggregati, con esperienze professionali e lavorative utili ai fini associativi, proposti dal presidente e designati dal Consiglio Direttivo, anche al di fuori dei suoi componenti, con il compito di collaborare nelle attività associative e in particolare:

- tradurre in atti operativi le linee programmatiche approvate dal Consiglio Direttivo;
- formulare proposte utili alla costruzione dei progetti e collaborare alla loro realizzazione;
- fornire consulenze e intrattenere relazioni finalizzate al raggiungimento degli obiettivi.

Il Comitato di Gestione è presieduto dal Presidente dell'associazione e si riunisce, su indicazione dello stesso, almeno una volta al mese e comunque in base alle esigenze dell'attività dell'associazione, tramite convocazione telefonica o via e-mail. Gli argomenti di rilievo discussi, non specificamente inseriti nell'ordine del giorno del Consiglio Direttivo immediatamente successivo, saranno comunque oggetto di sintetica informazione da parte del presidente all'inizio della riunione.

I membri del Comitato di Gestione partecipano di diritto alle riunioni del Consiglio Direttivo con facoltà d'intervento, ma senza diritto di voto.

Il Comitato di gestione dura in carica lo stesso periodo previsto per il Consiglio Direttivo che lo ha designato.

Ai membri del Comitato di Gestione non compete alcun compenso per l'attività svolta, salvo il rimborso delle spese documentate per ragioni d'ufficio.

Art. 4 - Commissioni di studio e tavoli tecnici temporanei

Il Consiglio Direttivo, in relazione al programma di lavoro presentato annualmente, può istituire commissioni di studio e/o tavoli tecnici di durata temporanea con l'incarico di collaborare alla definizione di particolari strategie d'azione e/o allo sviluppo di progetti richiedenti specifiche competenze tecnico professionali. I componenti delle commissioni di studio e dei tavoli tecnici

potranno essere designati anche al di fuori dei membri del Consiglio Direttivo e del Comitato di Gestione in rapporto alla tipologia del progetto e alle specificità delle competenze richieste.

Nella designazione dei componenti, il Consiglio Direttivo valuterà l'opportunità di coinvolgere di volta in volta i rappresentanti dei settori o degli organismi interessati all'iniziativa, anche se non aderenti al partenariato associativo (Pro Loco, Associazioni, Gruppi, ecc.)

Le commissioni di studio e i tavoli tecnici sono coordinati da un membro del Consiglio Direttivo e del Comitato di Gestione o, in mancanza, da un componente incaricato dal Consiglio Direttivo. Il coordinatore riferirà direttamente al Presidente dell'Associazione e parteciperà al Consiglio Direttivo che dovrà valutarne il lavoro svolto e deliberare su eventuali proposte.

Art.5 - Marchio d'Area.

L'istituzione del marchio d'area è una delle azioni principali della strategia di comunicazione dell'Associazione e ha la finalità di far conoscere in Italia e all'Estero il territorio della Media Pianura Lombarda sul piano turistico e di conferire maggior prestigio e importanza alle imprese, enti ed associazioni, che in questo territorio svolgono attività di produzione e servizi nei settori comunque collegati a quello turistico.

Al Consiglio Direttivo spetta la decisione in merito alle caratteristiche del Marchio d'Area, che potrà essere declinato in sotto-marchi, uniformi per stile grafico, destinati alla valorizzazione di specifici ambiti di offerta e/o verso specifici target di domanda.

Attraverso opportune strategie di marketing il marchio d'area potrà dunque rappresentare un importante strumento di valorizzazione turistica e commerciale del territorio e divenire sinonimo di tipicità e qualità nella erogazione e produzione di beni e servizi, con conseguenti benefici per operatori, utenti e l'economia di tutta l'area.

Art. 6 - Collegio dei Revisori

La nomina o il rinnovo del Collegio dei Revisori avviene in modo analogo a quello del Consiglio Direttivo. I candidati saranno designati dai raggruppamenti dei soci in occasione delle sessioni preliminari per la designazione dei rappresentanti nel consiglio direttivo e precisamente:

- 3 candidati designati da Comuni, Parchi e altri enti istituzionali;
- 2 candidati designati dagli enti privati;

In mancanza di accordo specifico prima dell'assemblea, saranno eletti, in base al numero dei voti ottenuti, due candidati effettivi e un supplente per la lista che rappresenta il maggior numero di soci e un candidato effettivo e un supplente per la lista di minoranza.

La nomina del presidente avviene in base alle previsioni dello statuto.

Art. 7 – Assemblea

Analogamente a quanto previsto per il Consiglio Direttivo, il verbale dell'Assemblea, a firma del Presidente e del Segretario, sarà trasmesso entro due giorni via e-mail a tutti i soci, ai consiglieri, ai revisori e ai membri del comitato di gestione. In mancanza di osservazioni o riserve entro dieci giorni dal ricevimento, il verbale sarà dato per condiviso e approvato e verrà pubblicato nella sezione "Chi siamo - Atti e Verbali" del portale web dell'Associazione.

Art. 8 – Patrimonio associativo e mezzi finanziari

Al fine di assicurare all'associazione i finanziamenti necessari a garantire la corretta gestione delle attività e il perseguimento degli obiettivi statutari, è stabilito che:

- il pagamento della quota associativa annua di cui all'art. 17 dello Statuto, dovrà essere effettuato a mezzo bonifico bancario sul c/c dell'Associazione entro trenta giorni dalla delibera assembleare.
- i soci e i componenti degli organi direttivi sono impegnati a collaborare nella ricerca di nuovi partner pubblici e privati e del maggior numero possibile di sponsor, sostenitori e affiliati ai quali potranno essere proposte le seguenti opportunità di accrescimento della propria immagine sul territorio e/o contropartite di carattere commerciale:

- inserimento dello stemma – logo nell’elenco del partenariato del portale web dell’Associazione con link di richiamo al proprio sito;
- possibilità di utilizzo del marchio d'area in conformità alle norme del relativo regolamento;
- pubblicazione di messaggi pubblicitari nel portale web e attraverso altri canali di comunicazione e di promozione;
- inserimento come punti di riferimento logistico e di servizio negli itinerari turistici;
- possibilità di sponsorizzare eventuali iniziative e/o eventi promossi dall’Associazione;
- svolgimento di funzioni eventualmente delegate attraverso apposite convenzioni.

Per le sponsorizzazioni il Consiglio Direttivo definirà di volta in volta l’entità dell’eventuale contributo e le modalità di partecipazione in relazione alle caratteristiche delle singole iniziative.

Art. 9 – Sponsor – Sostenitori – Affiliati – Utenti

Ai fini della corretta gestione contabile, finanziaria e fiscale sono stabilite le seguenti definizioni:

- **Sponsor** – enti o persone che finanziano parzialmente o totalmente una o più iniziative specifiche dell’associazione, a fronte della pubblicazione del proprio messaggio pubblicitario sul materiale promozionale cartaceo o digitale prodotto dall’associazione e/o attraverso eventuali altri canali di comunicazione.
- **Sostenitori** – enti o persone che erogano contributi a fondo perduto a favore dell’associazione.
- **Affiliati** – enti o persone titolari di strutture ricettive o di servizi attinenti agli itinerari turistici promossi dall’associazione, che, dietro il pagamento di un contributo annuo da stabilire, intendono fruire in modo continuativo del Marchio d'Area dell'associazione e/o utilizzare gli spazi pubblicitari disponibili sugli strumenti comunicativi dell'associazione.
- **Utenti o amici e simpatizzanti** che, mediante iscrizione al social network dell’associazione, intendono condividere, discutere, conoscere via web percorsi, proposte, offerte, iniziative ed eventi, stabilendo un rapporto di interscambio informativo e di collaborazione fra loro e con l’associazione.

Art. 10 – Bandi di finanziamento

10.1 - Ricerca opportunità di finanziamento

L’Associazione, cercando di cogliere tutte le opportunità offerte sia dalle istituzioni pubbliche che dagli enti privati, curerà la presentazione delle candidature ai bandi di finanziamento direttamente o tramite accordi di partenariato.

In conformità alle previsioni di cui all'allegato 1 dello Statuto, le richieste di finanziamento potranno riguardare sia iniziative e interventi promossi direttamente dall’associazione sia i progetti collettivi connessi con il programma di sviluppo turistico.

Nella preparazione delle candidature e nella gestione dei contributi l'Associazione potrà avvalersi della consulenza di eventuali studi professionali competenti.

10.2 - Collaborazioni

I soci metteranno a disposizione dell’associazione le informazioni e i dati necessari per la partecipazione ai bandi di finanziamento, secondo le disposizioni richieste dagli Enti promotori e le modalità concordate negli accordi coi partner di progetto. L’elaborazione della candidatura sarà effettuata dai tecnici dell’associazione con la collaborazione degli uffici tecnici e utilizzando mezzi e strumenti messi a disposizione dai Comuni o Enti privati partecipanti, con la supervisione tecnico professionale, ove necessaria, di uno studio di consulenza specializzato.

10.3 - Ripartizione dei contributi

Saranno di competenza dell’associazione i contributi ottenuti a fronte di spese sostenute per:

- spese di personale e per la gestione ordinaria
- spese di acquisto di apparecchiature e materiali necessari per l’attività di progettazione
- spese di consulenza e altre spese sostenute direttamente per l’approntamento dei progetti

- eventuali altre spese per la comunicazione e promozione (sito internet, produzione di mappe, filmati, materiale fotografico, cartaceo, iniziative, eventi, ecc.). I contributi ottenuti dalla partecipazione ai bandi di progetti collettivi presentati dall'associazione tramite accordi di partenariato saranno ripartiti fra i partner di progetto in base alla percentuale stabilita dall'Ente erogatore e secondo i criteri definiti dall'assemblea dei partner di progetto all'atto della presentazione della domanda.

10.4 - Contributo a favore dell'associazione

I soci beneficiari del finanziamento riconosceranno a favore dell'associazione una quota del 5% dell'importo ricevuto a titolo di contributo sia per l'attività di pianificazione strategica finalizzata alla valorizzazione socio-turistica del territorio sia per il ruolo di coordinamento, di aggregazione e assistenza svolto dall'associazione nella organizzazione e gestione delle candidature ai bandi di finanziamento.

10.5 - Obbligo di permanenza nel partenariato associativo

I soci beneficiari dei contributi ottenuti dalla partecipazione a bandi di finanziamento promossa dall'associazione non potranno recedere dall'associazione fino alla completa definizione della pratica.

Art. 12 – Norme finali

L'approvazione del presente Regolamento e le eventuali modifiche successive sono regolate dall'art. 9 dello Statuto associativo.

Per eventuali divergenze interpretative valgono le disposizioni previste dallo Statuto associativo.

Disposizioni transitorie

Marchio d'area - lo studio, la creazione e la regolamentazione del marchio d'area sono affidati dal Consiglio Direttivo ad un'apposita commissione, che dovrà presentare nel più breve tempo possibile adeguate proposte in merito alle migliori modalità di realizzazione.

Periodo sperimentale - Il presente regolamento, in relazione alla gradualità e al carattere sperimentale di alcune attività e funzioni innovative previste dal nuovo statuto, nel corso del primo anno di validità sarà soggetto a verifiche trimestrali da parte del Consiglio Direttivo, che avrà cura di valutare eventuali necessità e/o proposte di modifica e, in caso di urgenza, definire i conseguenti interventi integrativi e/o rettificativi da sottoporre comunque alla ratifica della prossima assemblea.

Il presente Regolamento è composto di n. 12 articoli e due disposizioni transitorie