

**V° Bando Distretti del Commercio  
Distretto delle Terre Casalasche**

**Area 2 Attrattività ed animazione del territorio  
Itinerari sull'acqua**

**Premessa**

Il Distretto delle terre Casalasche ha individuato come elemento catalizzatore per il proprio sviluppo, la valorizzazione del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale, il cui recupero costituisce, pertanto, uno degli investimenti di maggior senso di prospettiva dell'area. Il turismo culturale, generato a partire da una proposta di accoglienza territoriale, incentrata sul patrimonio del contesto, è per il Distretto, uno strumento capace di attivare congiuntamente sviluppo economico e qualità della vita. Redistributore di reddito, il turismo culturale, una fra le tipologie turistiche più pregiate, può svolgere nelle terre del Casalasco, un ruolo politico e sociale di riequilibrio, purchè si percepisca che il cliente turista non è solo una temporanea fonte di reddito, ma prima di tutto “un uomo che si sposta”, cui bisogna assicurare la migliore permanenza possibile in mezzo a uomini dotati di saper fare, buon gusto, capacità di creare civiltà e mantenere armonia.

In una logica di incremento delle dinamiche di sostenibilità economica del Distretto, si dovrà lavorare sulla capacità di attrarre turisti con maggiore capacità di spesa e, soprattutto, con una sensibilità culturale tale da far loro apprezzare un patrimonio tutto da svelare.

In questo senso, ci sembra che il Distretto sia come un vasto giardino in cui siano stati nascosti abilmente bellissimi tesori, grandi e piccoli ed occorre una mappa magica per individuarli, scoprirli e goderne.

E' uno scrigno magico, il cui contenuto non si esaurisce mai.








Per noi l'itinerario è la chiave, una chiave che apre mille porte e spalanca non solo beni da vedere, ma esperienze da vivere.

Questo è il significato che intendiamo dare al concetto di itinerario dell'attrattività: una esperienza da vivere, grazie ad una organizzazione efficiente, ma sempre un passo dietro all'ospite, per non privarlo mai del piacere di sentirsi attore.

Intendiamo quindi strutturare un sistema locale fortemente orientato all'attrazione, all'accoglienza, al coinvolgimento di una *persona che viaggia*, avviando una progettazione sul recupero e la valorizzazione di contesti e paesaggi, sostenuta ed integrata con una progressiva politica di conservazione dei beni e delle tipicità locali, di qualificazione del territorio, dei servizi e degli operatori.

Su queste linee opera la dimensione di governance allargata, poiché solo una concertazione e condivisione forte, reale e avanzata delle politiche di tutela del paesaggio e del territorio tutto possono creare i presupposti reali per lo sviluppo di un turismo fondato sul patrimonio culturale, dove per culturale s'intende lo stesso paesaggio come sedimentazione storica di atti e interazioni fra uomo e spazio.

Sono state declinate le motivazioni di questa scelta. Il turismo culturale attrae in un'area soggetti qualificati, spesso dotati di un alto reddito e propensione di spesa, soprattutto considerando la vetrina di Expo. Oltre al fondamentale ritorno economico, il turismo culturale sviluppa in un territorio numerosi fattori di interesse sociale in quanto:

-  favorisce l'incontro con culture diverse;
-  stimola il decoro del paesaggio e dei suoi contesti;
-  costringe a qualificare i servizi;
-  impone la cultura dell'accoglienza;
-  attiva la ricerca, la conoscenza, la tutela del proprio patrimonio;
-  riduce il contrasto sociale;
-  è incompatibile con la piccola o grande criminalità.

Questa scelta e il percorso che è stato individuato per arrivare a costruire l'itinerario dell'attrattività e conseguire una competitività di lungo periodo, porteranno, nelle intenzioni del Distretto, ad un cambiamento di atteggiamento organizzativo e sociale, interno ed esterno, passando da una visione del settore turistico delegato a pochi operatori specializzati, ad un approccio diffuso, in cui è la stessa collettività, oltre ad enti e imprese, a prendere coscienza dell'esigenza di valorizzare il contesto e le proprie risorse umane e territoriali, assicurando per se e per i turisti una migliore qualità di vita, imponendosi un più qualificato approccio del fare, una pratica "artigianale" o meglio "artistica" di qualità.

L'accettazione territoriale di una ipotesi di sviluppo incentrata sul turismo culturale, quale quella mediata dal Distretto, potrebbe allora produrre effetti dirompenti a favore della qualificazione del territorio, del paesaggio, della società locale, la cui storia e la cui quotidianità di lavoro trovano riconoscimento e dignità nelle dimensioni culturali che le compenetra.

## **L'itinerario della attrattività.**

Il Gruppo di lavoro interno al Distretto, ora definito Gruppo Redazionale, per la costruzione del progetto redazionale è composto da:

1. Lara Cavalli, esperta progettazione;
2. Carla Visioli, Assessore Bilancio del Comune di Casalmaggiore;
3. Giuseppe Romanetti, direttore artistico Teatro Casalmaggiore;
4. Pier Guido Asinari esperto musicologo ,Sindaco Comune di San Giovanni in Croce;
5. Persico Davide, esperto archeologia – Sindaco Comune San Daniele Po;
6. Dott.ssa Giusy Botti, Direttore Gal Oglio Po;
7. Velleda Rivaroli, Ass. Cultura del Comune di Scandolara Ravara;
8. Dott.ssa Concetta Pugliese, Agente di sviluppo.

Il gruppo redazionale ha individuato negli itinerari l'elemento aggregativo meglio rispondente agli obiettivi del distretto, soprattutto ora che il distretto medesimo si è allargato, inglobando altri comuni fino alla fusione con il distretto delle Terre della Via Giuseppina.

La logica dell'itinerario in cui enti pubblici e soggetti privati individuano e mettono a punto un sistema di temi di attrazione territoriale, favorisce l'integrazione dei territori in progetti promozionali comuni, stimola la progettualità interna e la ricerca di elementi e aspetti comuni, oltre a generare lo sviluppo di elementi complementari, sinergici all'offerta turistico-culturale.

L'itinerario, data l'alta componente immateriale di cui è costituito, per la rilevante parte attribuita alle attività di animazione (laboratori, esperienze di visita, allestimenti, eventi...) può costituire uno strumento di relazione interterritoriale fra gli attori locali di rilievo. In tal modo la costruzione partecipata degli itinerari è già un prodotto dell'itinerario medesimo, prodotto che potrà dare i suoi frutti enne volte.

L'esperienza dell'area, sviluppata da realtà come il GAL, ha individuato nel sistema degli itinerari il modo migliore per proporre un incontro dinamico, intrigante ed evocativo tra il territorio del distretto nella sua dimensione di destinazione e l'insita curiosità la voglia di conoscere caratteristiche del turista visitatore.

Il compito del Distretto è andare oltre per passare da un sistema statico ad un sistema dinamico, intendendo in tal senso la capacità di strutturare uno o più itinerari infrastrutturati a livello di eventi, prodotti collaterali, servizi, promozione.

## La progettazione.

Nell'approcciarsi al tema dell'itinerario dell'attrattività, il gruppo di lavoro ha messo a punto alcuni concetti.

Nel distretto sono presenti una serie di fattori atti a comporre uno o più itinerario.

Il fattore principale sono le risorse umane, che andranno a comporre la componente progettuale e dei servizi, rendendo fruibili i prodotti interni;

Troviamo quindi un complesso vasto e articolato di prodotti che chiameremo collaterali, materiali ed immateriali che sono disponibili per il nostro viaggiatore. Prodotti che possiamo sostanzialmente dividere in due macro aree: i beni fisici, ambiente, parchi, ville, cascate, musei, raccolte ..., e gli eventi, quali concerti, visite guidate, feste patronali, rappresentazioni teatrali ecc.. ;

Infine, i servizi, che rendono fruibile e accessibile i prodotti, quindi i trasporti, le guide, l'accoglienza, la recettività, la mobilità interna ecc.

Per costruire l'itinerario dell'attrattività, il Distretto sta lavorando per operare scelte e mettere a sistema i diversi elementi, in quanto gli itinerari dovranno essere costruiti secondo precise regole e schemi, animati in modo da consentire al turista-viaggiatore di conoscere, comprendere, interagire, amare il territorio in cui si trova e consentire alle Amministrazioni e ai privati che li sviluppano, cioè ai partner, anche una sostanziale governance delle performance. Si intende studiare, dimensionare, progettare, dotare gli itinerari in modo compatibile con le esigenze di proponibilità turistica e commerciale, mentre le realtà coinvolte dovranno dotarsi di momenti di interazione con il territorio, animandosi di occasioni di ricerca e scoperta delle sue più suggestive, uniche, tipiche risorse culturali e ambientali.

L'itinerario della attrattività dovrà presentarsi come un percorso di arricchimento culturale, relazione condotta in modo giocoso, divertente, entusiasmante, in modo da destare la curiosità, l'interesse, la partecipazione attiva e il coinvolgimento attraverso proposte di animazione ed esperienze che dovranno quanto più possibile, coinvolgere i giovani locali con logiche imprenditoriali.



Al fine di poter sempre verificare il livello di risposta del sistema e gli adeguamenti di cui necessita, inoltre, si dovrà individuare e condividere veri e propri standard per la misurazione delle performance, a partire dall'analisi quantitativa e della qualità percepita da turisti e visitatori, riferita alle infrastrutture, ai siti, ai servizi e agli operatori.

Parallelamente alla costruzione e realizzazione dell'itinerario, si intende cercare e, se possibile, attivare idonei sostegni regionali, nazionali ed europei per:

- recepimento di buone prassi, iniziative esemplari e radicamento di solidi collegamenti internazionali, come già fa il GAL;
- sviluppare analisi di mercato e studi di fattibilità delle iniziative di animazione e di riscoperta delle risorse territoriali;
- accesso ai sostegni per l'imprenditoria e la creazione di impresa;
- ancoraggio e adeguamento a circuiti regionali, nazionali ed internazionali.

### **L'individuazione del tematismo centrale.**

Condivise queste premesse, si è lavorato per individuare un tematismo centrale forte, estrapolandolo dall'identità del Distretto.

E' stato individuato il fattore "Cultura dell'acqua", quindi Fiume e il rapporto storico che si è instaurato fra il fiume, l'ambiente, la popolazione, la presenza del fiume Po e della fitta rete di canali, nel nostro caso hanno generato il territorio, determinato la storia sociale, politica ed economica, ha definito il territorio, i rapporti sociali, la nascita dei commerci, i regni e le alleanze, ha unito e diviso. L'acqua sua e da lui derivata ha disegnato la geografia dei luoghi e generato una agricoltura insieme moderna e ricca di antico fascino.

Sono temi molto omogenei a quelli di Expo, poiché intendiamo che il concetto di "nutrire il pianeta" sia applicabile sia al grande tema della produzione agricola, sia all'altrettanto grande tema della protezione e salvaguardia del pianeta.

Il tema del fiume, dell'agricoltura e del cibo, ma soprattutto delle architetture rurali e civili che sono discese dall'economia agricola e commerciale ed hanno generato un patrimonio culturale di grande rilievo è presente e saldamente radicato nell'identità delle persone, che ne possono diventare i testimoni e i narratori.

Il nostro futuro viaggiatore vivrà un'esperienza congiunta di natura e cultura: all'interno del contesto turistico in cui sarà costruito l'itinerario, le due dimensioni verranno in contatto molto spesso, si fonderanno dando origine ad un insieme, ad uno spazio allargato, in cui il dato fisico viene arricchito dal dato storico, dal senso dei luoghi e degli oggetti con cui, grazie al piano redazionale, lo porteremo a interagire.

## **Nasce il gruppo di lavoro per gli itinerari dell'attrattività.**

Si viene così a costituire il gruppo redazionale, arricchito e completato dalla presenza dei nuovi partner e di un soggetto sostenitore del progetto (Banca Credito Cremonese filiale di Casalmaggiore), il cui ingresso è stato fortemente voluto proprio in quanto autori ed attori di un sistema di valorizzazione del patrimonio di grande livello.

Si viene a creare un laboratorio permanente per rileggere il quadro complessivo dell'offerta territoriale; il processo è partecipato, per cui tutti i sindaci vengono coinvolti direttamente, attraverso incontri e il rilievo diretto, attraverso apposite schede, delle componenti attrattive dei loro comuni.

La Cabina di regia si trova davanti una molteplicità di eventi notevoli, per cui si decide di operare in due direzioni:

1. Riprendere il sistema diffuso di iniziative che vengono realizzate sul territorio per verificarlo in termini di qualità ed arrivare a comporre una programmazione organica, senza togliere alla specificità della singola iniziativa;
2. Definire e quindi costruire alcuni itinerari, strutturandoli in modo specifico, perché possano connotarsi come "attrattivi", cioè temporalmente identificati e infrastrutturati con eventi collaterali a regia pubblica e privata e servizi/iniziativa, anche questi a regia pubblica e privata.

E' stato da subito rilevato il ruolo strategico che le Associazioni del volontariato rivestono nella organizzazione complessiva del sistema eventi del territorio. In un'area caratterizzata da comuni piccoli e piccolissimi, la componente del volontariato riveste una importanza fondamentale e rappresenta la radice principale della conservazione, tutela e promozione del patrimonio e dell'identità.

La valorizzazione di questa componente è quindi un fattore imprescindibile per la definizione e attivazione dell'itinerario, al tempo stesso questo nuovo percorso di lavoro fortemente orientato ad un obiettivo di lungo respiro (Expo è la motivazione, ma non il fine unico), sottoposto a specifiche verifiche può rappresentare un fattore di riflessione, motivazione e miglioramento per il mondo del volontariato. E' importante evidenziare come la strutturazione di una nuova offerta turistica si pone anche l'obiettivo di generare nuova occupazione proprio sul tema della cultura.

La creazione degli itinerari dell'attrattività è un vero e proprio percorso di apprendimento per tutte le forze del Distretto, una fucina di idee, un confronto con il concetto di verifica come elemento migliorativo, l'acquisizione di nuovi strumenti, l'incontro con idee e soggetti nuovi, un momento di analisi per ripartire al meglio.

Il laboratorio ha costruito un sistema di prassi operative:

1. Fase di valutazione delle modalità di percezione dell'area nel contesto regionale, nazionale ed estero;
2. avvio di una ricerca finalizzata alla mappatura territoriale dei soggetti qualificati e delle risorse turistiche costituite dalla pluralità dei beni culturali e ambientali, materiali e immateriali;
3. analisi della infrastrutturazione del distretto, dei siti da inserire nell'itinerario, della disponibilità delle risorse e dell'efficacia dei servizi turistici esistenti secondo criteri funzionali alla modellizzazione del territorio e alla creazione degli itinerari;
4. individuazione di buone prassi e di concreti esempi di valorizzazione di modelli di gestione efficienti ed efficaci applicabili al contesto locale per il completamento dei sistemi locali e lo sviluppo di iniziative di scambio e il radicamento di relazioni internazionali;
5. individuazione e proposte di interventi di completamento e sistemi di gestione dei beni culturali e ambientali come ambiti di visita degli itinerari e come nuove occasioni di auto-imprenditorialità;
6. analisi della relazione e compenetrazione tra interventi locali, provinciali, regionali e interregionali per lo sviluppo del sistema turistico incardinato sugli itinerari dell'attrattività;
7. formulazione di ipotesi di integrazione fra l'itinerario dell'attrattività e l'offerta esistente già organizzata;
8. predisposizione di strutture di coordinamento per la messa a punto ed a sistema dell'offerta dell'itinerario e di servizi che partecipano alla creazione dell'itinerario, anche mediante l'associazione di attrezzature, strumenti tecnici, tecnologici e finanziari, complementari e compatibili tra loro e con la strategia di fondo per la valorizzazione e la fruizione del sistema-itinerari dell'attrattività;
9. identificare i canali più idonei a veicolare l'immagine degli itinerari, sia esterni che interni al circuito;
10. identificare e mettere a punto le modalità di realizzazione di una armoniosa e coordinata azione di marketing management, con la definizione delle tematiche trainanti per l'identificazione degli strumenti tecnici (infrastrutturazione minore) e promozionali più idonei a veicolare i tematismi presenti all'interno del Distretto.

### **La percezione.**

Durante la realizzazione effettiva dell'itinerario dell'attrattività, si darà spazio all'esigenza di valutare le modalità di percezione del territorio nei contesti regionali, nazionali ed esteri. L'obiettivo sarà sia il posizionamento del nostro prodotto, sia la verifica della effettiva coincidenza fra il posizionamento ricercato e promosso dall'itinerario e la percezione del medesimo da parte dei turisti. L'eventuale gap diventa il campanello d'allarme, una occasione importante per reindirizzare la comunicazione verso campagne pubblicitarie capaci di intervenire sullo scostamento.



In tale ottica, gli strumenti di indagine disponibili per i Tour Operator, per i promotori di turismo (stakeholders territoriali), per i turisti che hanno vissuto un'esperienza turistica del territorio e per i turisti potenziali che sono prossimi alla scelta della destinazione turistica, potranno comprendere:

- questionari somministrati personalmente, tramite posta, web o telefonicamente;
- interscambi informativi strutturati con i front-office degli operatori del settore turistico;
- ricerche qualitative, sulla base di analisi campionarie, finalizzate alla comprensione delle motivazioni profonde che sottostanno ai comportamenti di consumo.

Le ricerche potranno svilupparsi mediante:

- colloqui individuali;
- gruppi di discussione,
- studi di carattere statistico-economico;
- monitoraggio dei trend;
- ricerche per osservazione, simulazioni, aree test;
- monitoraggio della customer satisfaction attraverso strumenti quali il Serquil e la gap analysis.

Le attività di monitoraggio e rilevamento del gradimento presso i visitatori saranno realizzate anche in collaborazione con le Pro-loco che attiveranno i loro soci, adeguatamente preparati, per svolgere la raccolta dei dati durante gli eventi.

### **La Mappatura.**

Per poter disporre di un quadro esaustivo degli ingredienti con cui confezionare i nostri itinerari dell'attrattività si è deciso di condurre in fase preliminare, una mappatura delle risorse dell'area di tutti gli elementi riconducibili alle macro-categorie di beni e servizi. Con il termine beni vogliamo indicare tutti quegli elementi aventi valore di civiltà e in grado di scatenare o soddisfare interessi, quali ad esempio beni artistici, ambientali, paesaggistici, etno-antropologici, enogastronomici, luoghi di fede, fatti e personaggi storici, siti e aspetti connessi all'identità locale, produzione ed eventi, attività di svago e tempo libero purché fortemente connesse al contesto territoriale. Intendiamo quindi mappare il sistema dei servizi, a cominciare da quelli erogati dalle imprese del commercio, turismo e servizi per comprendere poi attività quali le guide, i trasporti, il noleggio di biciclette, le navette ecc. ottenuta la base dei dati essenziali, andrà approfondito l'aspetto connesso al grado di fruizione ed animazione, in modo da proporre successivamente adeguamenti e interventi di sviluppo e messa a sistema.

Il rilievo dei servizi forniti alle imprese private sarà effettuato tramite una scheda che restituirà elementi quantitativi e qualitativi in grado di migliorare anche il livello dei servizi erogati.

**Il parametro di confronto valoriale delle risorse mappate viene dato dalla loro correlazione e incisività con e sulle dinamiche del comparto del commercio, turismo e servizi.**

L'impiego di strumenti informatici negli ambiti specifici di competenza del processo di indagine è essenziale per consentire una rapidità di analisi e una raccolta strutturata dei dati del processo, nonché, in una fase successiva, una revisione a posteriori delle procedure e dei sistemi di analisi. I dati raccolti dovranno consentirne la geo-referenziazione e poter dialogare con la piattaforma di Regione Lombardia. Ci si intende avvalere della documentazione già disponibile presso il Gal Oglio Po che ha redatto una mappa degli eventi organizzati sul territorio Oglio Po durante l'anno. Lo strumento consente di ampliare e completare l'offerta sovra locale, in termini di manifestazioni tradizionali presenti sul territorio

Questa fase di ricognizione andrà aggiornata sistematicamente, per poter avere costantemente un quadro degli elementi componenti l'itinerario.

Successivamente, i dati saranno organizzati in schede, verificati e validati, anche attraverso tecniche tipo open-forum, cioè prevedendo la presentazione dei risultati a pubblico più vasto, al fine di verificare il lavoro svolto dai ricercatori e dagli operatori.

Per la realizzazione della mappatura, verrà studiata una metodologia precisa e quindi ci si intende avvalere anche di stagisti, del Collegio geometri e coinvolgere le scuole.

<b>Tabella per la valutazione della turisticità di una risorsa</b>		
Individuazione	Denominazione	
	N° inventario	
	Tipologia	(vd. Tassonomia)
	Datazione	(vd. Tassonomia)
Attivazione	In uso/in disuso	
	Potenziale di sviluppo	(da 0 a 3)
	Prezzo	(stima in € del prezzo min. medio, max individuale)
	N° fruitori	(stima)
Supporti	Testo	(Allegare con numerazione progressiva)
	Immagini	(Allegare con numerazione progressiva)
	Multimediali	(Allegare con numerazione progressiva)
	Localizzazione	(coordinate UMTS)
Attrazione	Interesse	(da 0 a 3)
	Notorietà	(da 0 a 3)
	Classe Turistica	(da 0 a 3)







Stagionalità	Periodo	GFMAMGLASOND
	Durata	(da indicare)
	Tempo medio fruizione	(stima in minuti del tempo min, medio e max di visita)
Qualità tappa	Raggiungibilità	(da 0 a 3)
	Accessibilità	(da 0 a 3)
	Condizioni	(da 0 a 3)
	Infrastrutturaz. Minore	(da 0 a 3)
Attivazione	Servizi	(da 0 a 3)
	Interpretazione	(da 0 a 3)
Specifiche	Varie 1	(da valutare)
	Varie 2	(da valutare)

### La costruzione degli itinerari dell'attrattività - Le scelte del Distretto.

Nella procedura di costruzione degli itinerari proponibili, siamo partiti quindi dalla fotografia del nostro territorio, realizzata attraverso la mappatura e il contributo delle singole Amministrazioni.

Abbiamo esaminato il quadro complessivo degli eventi su cui il Distretto si era già sperimentato negli anni precedenti e di quelli che i Comuni organizzano in modo continuativo.

Sono state individuate delle funzioni dominanti:

-  ludica: punta sul gioco, sull'intrattenimento, sulla pratica sportiva non agonistica;
-  evasiva: punta sul coinvolgimento emotivo, sulle emozioni, sulle sensazioni;
-  estetica: punta sull'effetto scenografico, al piacere;
-  simbolica: punta all'evocazione, al mistero, alla fede, alla rievocazione;
-  educativa: punta ad educare, formare, far crescere conoscenze, costruire capacità;
-  culturale: punta a implementare punti di riferimento, esempi, modelli, luoghi fisici o immateriali di cultura.






Abbiamo così valutato che potevamo creare delle connessioni fra le valenze di interesse turistico e le funzioni itinerario che vogliamo sviluppare. Il Distretto comprende siti turistici in cui è possibile attivare servizi didattici, altri che assicurano ai fruitori una mera soddisfazione estetica, in altri i servizi che possiamo attivare sollecitano le emozioni, il ricordo, soddisfano i sensi come il gusto, l'udito.

Tenendo presente la complessità geografica del Distretto delle Terre Casalasche, che comprende 15 comuni, volendo toccare nei nostri itinerari tutti i comuni, abbiamo preso come punti di riferimento gli eventi di valore equamente distribuiti nei singoli comuni, su cui andiamo ad innestare prodotti già strutturati, mirate attività di animazione e apposite progettazioni, per arrivare a configurare, in un determinato spazio fisico e temporale, funzioni diverse ed integrate che possano risultare attrattive e consentano al turista di conoscere e vivere il territorio del distretto, attraverso una ricca varietà di esperienze.

Tali attività, tradizionali o innovative, vanno a strutturare una logica dinamica di itinerario, consentendo di dilatarlo nel tempo.

**Questa lettura funzionale degli eventi tradizionali dei Comuni ci permette di comprendere anche che cosa esiste in un luogo o su una risorsa e soprattutto ci consente di individuare cosa manca, stimolando l'invenzione, che diventa anche creazione di impresa.** Su questi aspetti si lavorerà creando delle connessioni con le opportunità previste dal bando Start Up, P.S.R. e altri che prevedono incentivi alla nascita di nuove imprese.

Possiamo quindi strutturare il nostro sistema delle risorse funzionali:

-  Eventi;
-  risorse culturali: luoghi del patrimonio storico e culturale;
-  risorse strutturali: strutture che partecipano all'animazione del tema dell'itinerario: musei, festival, organizzazioni turistiche, luoghi di produzione, attività artigianali, centri di esposizione ecc;
-  risorse di servizio o complementari: permettono la predisposizione di servizi al turista, hotel, agenzie;
-  risorse associabili: strutture di contatto fra operatori turistici e visitatori, tesi a favorire l'integrazione e la partecipazione del visitatore nei confronti del contesto, associati all'itinerario in quanto funzionali al completamento di una logica organizzativa e relazionale.

In questo percorso, il Distretto attribuisce una importanza centrale al fattore risorse umane: la capacità delle risorse umane e il corretto approccio al mercato, sono i principali fattori interni alla potenzialità dell'itinerario.

La cultura del servizio, che si intende rafforzare attraverso appropriati interventi formativi, è infatti indispensabile per rapportarsi con il cliente, programmando e progettando la propria offerta e mantenendo nel contempo il valore aggiunto dato dal rapporto con il territorio.

L'ambiente e il territorio con i relativi prodotti non costituiscono l'offerta economica da produrre sul mercato, ma il momento di business sostenibile scatta nel momento in cui questi sono un valore aggiunto al soddisfacimento di una domanda e di un rapporto con il cliente-consumatore.

Il territorio caratteristico può diventare un valore aggiunto a prodotti-servizi che devono essere comunque di mercato. Di conseguenza, le infrastrutture di accesso al mercato, la capacità di lettura del mercato e il supporto economico-finanziario, attraverso il rapporto con le banche, sono i principali fattori esterni di sviluppo.

## Descrizione degli Itinerari dell'Attrattività

Il tema catalizzatore è la cultura dell'acqua, intesa come dinamica storica e ambientale.

L'elemento riconoscibile è il fiume Po, l'acqua in generale. Si evidenzia che in questi ultimi anni molto è stato fatto a livello territoriale da Comuni, Provincia, Regione e GAL con l'obiettivo di rinnovare ed intensificare il turismo del territorio; la Provincia di Cremona, tramite il Sistema Turistico Po di Lombardia, si è fatta promotrice del Piano Integrato d'Area "Isole e foreste", per un valore complessivo di quasi 25 milioni di euro.

Il territorio interessato dagli itinerari è caratterizzato da notevoli emergenze artistiche e ambientali ed è un'area omogenea per caratteristiche territoriali e culturali. La presenza del fiume Po ed artificiali, di centri abitati tanto preziosi, quanto a volte sconosciuti, rende l'area ricca di potenzialità, sempre più percepite dagli amministratori, anche grazie alla presenza di soggetti quali il Distretto e il Gal che si fanno paladini di nuove forme di valorizzazione del territorio.

Il sistema degli Itinerari dell'attrattività coinvolge tutto il territorio del Distretto, mettendo in relazione i diversi livelli riconosciuti legati all'ambiente ed all'uomo, i fiumi, le opere di bonifica, le alzate, gli argini, le chiuse, ma anche l'architettura, la storia, le grandi e piccole città d'arte, la tradizione produttiva e gastronomica. Il sistema delle piste ciclopedonali si presenta come un filo colorato che unisce e collega i luoghi, cui si affianca il sistema delle strade minori asfaltate, percorribili in auto, ma soprattutto in moto.

Il distretto è attraversato anche dalle piste ciclopedonali del progetto EUROVELO, che ha previsto la realizzazione di una rete di percorrenze e relativi percorsi: i borghi del Casalasco, i Borghi della Postumia Casalasca, I percorsi di mezzo, Itinerario Eridano. Notevole infine la ciclabile Golena del Po, inserita nel Parco sovracomunale del Po, che si estende fra Cremona e Casalmaggiore.

Appare quindi evidente il senso di un ingresso a questo territorio su rotaia, in una dinamica di assoluta sostenibilità ambientale, tema omogeneo ad Expo 2015 e molto vicino al sentire dei turisti stranieri.

Expo vuole essere una finestra strategica per candidare il Distretto come meta di eccellenza per un turismo che unisce in un medesimo paradigma sostenibilità, ambiente e cultura.

Ogni itinerario è completato con:

- Eventi di qualità
- Opportunità strutturate
- Servizi.

Sul tema degli eventi di qualità, si tratta di eventi organizzati dai Comuni e dalle Associazioni di categoria e di volontariato, a valere sui temi cuore degli itinerari. Gli eventi selezionati sono oggetto di un lavoro di analisi, riesame, valutazione complessiva per procedere quindi, di concerto con i Comuni e con il soggetto proponente/gestore proponente, ad una operazione di riqualificazione complessiva dell'evento, per portarlo ad un livello di qualità omogeneo a quello atteso dal progetto Itinerari dell'attrattività. Le associazioni/comuni coinvolti lavoreranno con gli operatori del Distretto, supportati da esperti e quindi acquisiranno nuovi strumenti gestionali e promozionali.

Le Opportunità organizzate di fruizione del territorio e del suo patrimonio culturale, sono organizzate da soggetti privati, quali imprese, Associazioni del commercio, associazione di guide turistiche, enti di promozione del territorio, pro-loco, imprese di servizi e pubblici, quali i Comuni. Le opportunità organizzate saranno censite nel corso della mappatura; costituiscono un patrimonio rilevante di elementi con cui rafforzare l'attrattività dell'itinerario. Possono essere a loro volta itinerari collegabili: la differenza è che devono essere corredati dai relativi servizi che li rendono fruibili, ad esempio un servizio guide, una sosta degustativa presso un agriturismo ecc.

Opportunità già oggetto di segnalazione:

- Percorsi nella natura creati e organizzati dal GAL Oglio Po;
- Piste ciclabili già organizzate, segnalate e percorribili: Pista ciclopedonale del Po;
- Itinerario ebraico;
- Itinerari archeologici, lungo la Via Postumia, visita agli scavi di Calvatone, al museo civico di Piadena, Viadana ed Asola;
- Percorsi della tradizione rinascimentale attraverso i borghi, le ville e i castelli che con la loro architettura definiscono il paesaggio. Fra i più notevoli Villa Medici del Vascello, Villa Mina della Scala, Villa Fadigati, Villa Soriani, il borgo di Castelponzone, Villa Bonfanti a Scandolara Ravara - Visita a Sabbioneta, città ideale, patrimonio dell'Unesco;
  - Emergenze ambientali: i Bodri;
  - Manufatti delle bonifiche;
  - Visite a Cremona e altri centri pregevoli fuori distretto;
  - Visita guidata alla Reggia di Colorno;
  - Visita al Museo del Bijou a Casalmaggiore;
  - Parco della Golea del Po;
  - Le Riserve naturali del Po;
  - Itinerari del gusto con degustazioni offerte dalle imprese.

Comuni, associazioni e imprese private stanno lavorando sul piano della infrastrutturazione degli itinerari, attivando Servizi organizzati, quali:

- Organizzazione di offerte di recettività integrate con sport, arte, gastronomia, artigianato ecc.;
- Noleggio bici: Postazione di bike sharing a Casalmaggiore e Sabbioneta;
- Servizio di bus navetta in convenzione con soggetti privati, come gli autonoleggi;
- Distretto City Pass.

## Gli itinerari

### ☐ Sotto il segno dell'acqua: ambienti e culture lungo le vie d'acqua.

Elemento attrattore: l'ambiente del fiume e le testimonianze rurali e storiche ad esso collegate.

L'escursione nell'ambiente fluviale si arricchisce di esperienze ed eventi collegati al tema della natura e della storia fra l'uomo e il fiume, storia che ha generato architetture rurali e civili di grande fascino. L'acqua come fonte di ricchezza, come strada di collegamento e transito delle merci, generatrice di energia e movimento, vicino a lei sono sorte nel periodo rinascimentale residenze di piacere e di potere, piccoli regni, che ne hanno saputo imbrigliare la forza per disegnare il paesaggio e abbellire le loro dimore. Il viaggiatore che vorrà scegliere questo itinerario si troverà a percorrere le principali vie lungo il Po, andrà a visitare ambiti naturali rimasti quasi intatti, ricchi di uccelli ed animali selvatici, pedalerà lungo gli argini del fiume Po, potrà partecipare ad una serie di eventi legati al valore dell'ambiente, della scienza o visitare i gioielli architettonici che sono stati costruiti nel tempo.

#### Eventi correlati

Itinerario	Comuni	Evento correlato	Descrizione	periodo
Sotto il segno dell'acqua: ambienti e culture	Martignana	Anche il nulla ha un nome	Storia di un'isola	Da novembre a marzo
	San Daniele Po	Darwin Day 2014	Evento culturale	Febbraio
	Scandolara Ravara	SemiScambi	L'obiettivo dell'evento è quello di riavvicinare la popolazione alla conoscenza delle specie e varietà autoctone. Vengono attivate collaborazioni con Università di Pavia, provincia di Cremona, Museo di civiltà contadina e Museo del Cambonino per presentare ad adulti e bambini le sementi e gli alberi della Pianura Padana.	Aprile
	Motta Baluffi	Sotto il segno dell'Aquario	Evento culturale con visite guidate, laboratori didattici, escursioni sul Po. Collaborano all'iniziativa la Pro Loco I Corvi, il WWF e Legambiente circolo Aironi del Po	Maggio - settembre
	Spineda	Festa per l'ambiente	Evento naturalistico volto alla valorizzazione del patrimonio ambientale, con l'organizzazione di uscite naturalistiche e serate conviviali.	Maggio
	San Martino del Lago	Terre di moto	Evento automobilistico culturale, con mostra di auto storiche – Degustazione dei prodotti tipici	luglio

**□ L'acqua, le menti, le mani: itinerari dell'arte e del gusto nelle terre Casalasche.**

Un itinerario gustativo, attraversando ambienti agricoli anticipatori delle bontà che si possono assaggiare. Una storia antica in cui gli uomini hanno saputo cogliere dalla terra il meglio e, superando la necessità del quotidiano, creare piccoli tesori.

Un itinerario che si snoda nel tempo e restituisce tutta la bellezza della fine dell'estate e dell'autunno, nel tempo del raccolto, quando in ogni cascina si festeggiava la fine dei grandi lavori e la certezza del raccolto.

Ma poiché gastronomia è anche arte, l'itinerario propone anche alcuni eventi artistici e soprattutto il piacere del fare, del toccare con mano i prodotti e il piacere della trasformazione.

Itinerario	Comuni	Evento	Descrizione	periodo
L'acqua, le menti, le mani: itinerari dell'arte e gusto nelle terre casalasche	Martignana di Po	Fiera Settembrina	Evento gastronomico culturale, correlato a serate musicali, laboratori degustazione prodotti tipici	2° weekend di settembre
	San Giovanni in Croce	Sapori della Bassa	Rassegna eno-gastronomica, dedicata ai prodotti del territorio. Sono previsti stand gastronomici e musica lungo le vie del paese con esposizione e vendita di prodotti tipici. Nel corso della manifestazione sono previste degustazioni gratuite di prodotti tipici del territorio, eventi dedicati ai bambini, visite guidate nel giardino di Villa Medici, Concerti.	Maggio
	Casteldidone	Festa del Marubino	Evento articolato su più giorni, volto a far conoscere il piatto storico del territorio: il marubino, prodotto a mano con tecniche rimaste immutate nel tempo. L'evento è accompagnato da manifestazioni musicali e vendita prodotti locali	Ultimi due weekend agosto
	Motta Baluffi	Fiera Settembrina	Evento enogastronomico culturale, volto a far conoscere le tradizionali attività agricole del territorio: vendemmia, trebbiatura e caseificazione.	Settembre
	Rivarolo del Re	Fiera Settembrina	Evento gastronomico tradizionale, volto a promuovere e valorizzare i ridotti tipici.	3° Domenica settembre



			<p>Vie e piazze della città si trasformeranno in un palco a cielo aperto. In giro per il paese e negli angoli più suggestivi del centro storico di Casalmaggiore si troveranno circa venti punti spettacolo.</p> <p>Dal primo pomeriggio fino a tarda notte si svolgeranno show di arte varia: teatro, musica di ogni genere, giocoleria, magia, cantastorie, etc...</p> <p>Sarà organizzato il "Mercatino del Solito e dell'Insolito" con tanti articoli di artigianato artistico di alta qualità. Un mercatino artigianale di meraviglie "solite e insolite", affascinante e ricco di curiosità. Una particolare attenzione è dedicata anche all'ecologia e al recupero dei materiali riciclabili come lattine, ferro, carta e vetro che, grazie alle mani di una mente creativa, possono iniziare una seconda vita, ma non solo: è possibile assistere alla paziente esecuzione di pizzi, merletti e ricami o di una lampada creata con carta di riso e fil di ferro. E ancora, apprezzare l'abile e certosino legatore alle prese con libri e pregiati articoli di cartoleria. ato. Tessuti di canapa, lino e lana; sculture in pietra e candele decorative dalle fogge più disparate. In tema con l'atmosfera della festa sono, proseguendo nella caccia al tesoro, le romantiche bambole, i simpatici e variopinti burattini in spugna, le maschere in cuoio e cartapesta.</p>	
	Casalmaggiore Nuovo Evento Expo	Artisti in Piazza		Marzo - Aprile
	Motta Baluffi	Maiale d'inverno	Evento enogastronomico tradizionale volto a valorizzare i prodotti dell'arte norcina storica del territorio	Novembre/ dicembre

## □ Culture musicali

L'acqua ha molte voci: argentee e cristalline, cupe, tonanti, sussurranti. Mille tonalità che si rincorrono nelle note dei concerti fra le case e gli archi dei borghi, ora classiche, antiche, ricche di richiami medioevali, ora struggenti di rock duro, dilaganti nella pianura.

Culture musicali vuole attrarre il viaggiatore nel cuore della dimensione musicale della pianura, offrirgli una scoperta inedita di un territorio considerato solo agricolo, accompagnandolo alla scoperta delle antiche ville rinascimentali, dove la musica era di casa, o nelle piazze dei paesi, dove la musica ha sempre trovato libera espressione nella "festa", momento di incredibile unione ancora oggi, quando la musica, spesso, serve a non sentire più nulla. L'itinerario vuole portare il viaggiatore a ritrovare questi antichi ritmi di convivialità.

Itinerario	Comuni	Evento	Descrizione	Periodo
Culture musicali	Motta Baluffi	Le Notti dei Corvi	Cinque giorni dedicati alla musica	Luglio/agosto
	Rivarolo del Re	Concerto Terre d'acqua	Concerto	Luglio
	Cingia de Botti	Feste al Parco	Musica dal vivo - Serate danzanti .	Ultimo wee-kend di luglio
	Cingia de Botti	Festa Musicale "Concorso canoro"	Musica dal vivo	1 ° week-end di luglio
	Cingia de Botti	Sagra di Ottobre	Fiera del libro	1 ° Domenica ottobre

### **Nell'ambito degli itinerari, sono stati studiati e organizzati tre nuovi eventi.**

**Darwin Day**, studiato per la prima volta all'interno dell'itinerario a maggior valore ambientale.

Evento culturale museale finalizzato alla divulgazione scientifica. L'evento si propone di promuovere il Museo Paleoantropologico del Po attraverso la commemorazione del grande scienziato, cui è dedicato, con interventi scientifici ad opera di relatori universitari, di Charles Darwin e della teoria evoluzionistica per selezione naturale. Nel 2013 il Darwin Day è stato intitolato "La Linea di Wallace" in onore ad Alfred Wallace, lo scopritore, assieme a Darwin della teoria dell'evoluzione., nel suo centenario della morte. Il prossimo anno, visto lo svolgimento in corso delle ricerche sul reperto più importante del museo, un fossile neanderthaliano, probabilmente il tema sarà incentrato su questo argomento.

Per promuovere l'evento, sarà realizzato un banner informativo e pubblicitario da applicare all'esterno del museo nei giorni precedenti e successivi la conferenza, volantini informativi, inviti, cartelle con gli abstract degli interventi, cartoline commemorative e posters.

Saranno coinvolti, ai fini pubblicitari, esercizi pubblici, negozi e ristoranti, alberghi per ospitare i relatori, ristoranti per ospitare il pubblico partecipante alla manifestazione

Lo svolgimento della manifestazione è assicurato dalla collaborazione tra Amministrazione comunale e l'associazione no profit di volontari "Gruppo Naturalistico Paleontofilo" di San Daniele Po.

### **"Artisti in Piazza" Casalmaggiore**

Vie e piazze della città si trasformeranno in un palco a cielo aperto. In giro per il paese e negli angoli più suggestivi del centro storico di Casalmaggiore si troveranno circa venti punti spettacolo.

Dal primo pomeriggio fino a tarda notte si svolgeranno show di arte varia: teatro, musica di ogni genere, giocoleria, magia, cantastorie, etc...

Oltre agli spettacoli sarà allestito il **"Mercatino del Solito e dell'Insolito"** con tanti articoli di artigianato artistico di alta qualità.

**Un mercatino artigianale di meraviglie "solite e insolite"**, tappa fondamentale per il pubblico di Artisti in Piazza: un **bazar affascinante e ricco di curiosità in arrivo da tutta Italia e dall'estero**. Vere chicche prodotte da artigiani al lavoro che danno prova di una maestria d'altri tempi. Il mercatino è infatti riservato a chiunque voglia mostrare i propri lavori in tutte le fasi della realizzazione. Una particolare attenzione è dedicata anche all'**ecologia e al recupero dei materiali riciclabili** come lattine, ferro, carta e vetro che, grazie alle mani di una mente creativa, possono iniziare una seconda vita, ma non solo: è possibile assistere alla paziente esecuzione di pizzi, merletti e ricami o di una lampada creata con carta di riso e fil di ferro. E ancora, apprezzare l'abile e certosino legatore alle prese con libri e pregiati articoli di cartoleria. Non mancano sbalzatori di rame, professionisti del ferro battuto ed orafi in grado di creare bijoux dal sapore che ci riporta a paesi lontani o a tempi andati; sono presenti ceramisti che si esibiranno nella produzione di terrecotte locali e ceramiche Raku tipiche della corte imperiale giapponese. Idee per l'arredamento della casa come cornici ad intarsio e complementi in bambù, sughero e vimini intrecciato. Tessuti di canapa, lino e lana; sculture in pietra e candele decorative dalle fogge più disparate. In tema con l'atmosfera della festa sono, proseguendo nella caccia al tesoro, le romantiche bambole, i simpatici e variopinti burattini in spugna, le maschere in cuoio e cartapesta.

### **Anche il nulla ha un nome – Martignana di Po**

Percorsi fotografici. Un'occasione annuale per tornare a riflettere sul tema dell'emarginazione.

Tre sezioni:

LEROS IERI - reportage realizzato nel 1989 all'interno del manicomio greco

LEROS OGGI – l'attuale situazione sull'isola per dare un nome e una dignità che prima non c'erano

LA VERGOGNA DELL'ABBANDONO – le strutture e il senso di vergogna di un passato ancora presente

Durante il periodo di apertura della mostra eventi enogastronomici sul tema della "Rivisitazione dei piatti poveri del territorio".

Convegno e incontri/dibattito con le Scuole del territorio sul tema dell'emarginazione.

## **Piano Promozione del Distretto – Strategia di Marketing**

- ✚ Progetto Free-Time – Proposta di collaborazione con Trenord.
- ✚ Implementazione del sito, attivazione di facebook e di twitter;
- ✚ Strategia di fidelizzazione dei clienti attraverso la realizzazione di una Distretto City Pass;
- ✚ Azione di Incoming .

### **✚ Progetto FreeTime – Proposta di collaborazione con Trenord.**

Collaborare con Trenord ha una notevole importanza per l'aspetto promozionale del Distretto.

Infatti offre a poter strutturare un prodotto innovativo, il Distretto entrerà nel piano promozionale di Trenord che divulga in tutte le sue stazioni e nel suo sito, i pacchetti organizzati. E' evidente l'impatto conseguibile e a costi ridottissimi.

Per evidenziare la sostenibilità del Distretto, il valore ambientale e creare una modalità veloce e piacevole di accesso al territorio, si sta dunque lavorando per creare una modalità di ingresso in treno, partendo da Milano e raggiungendo la stazione di Piadena.

Da qui inizia un percorso lungo gli argini del fiume Po, che tocca 6 comuni, Casalmaggiore, Martignana di Po, Gussola, Torricella del Pizzo, Motta Baluffi, San Daniele Po, per una lunghezza complessiva pari a circa 15 km.

Il tracciato si estende attraverso un ambito territoriale di grande bellezza naturalistica, in cui si alternano ricche coltivazioni e ampie aree ancora vergini, popolate da uccelli acquatici e piccoli animali del bosco.

La nostra proposta di viaggio si propone di accompagnare il turista fin dalla sua partenza da Milano, mettendogli a disposizione materiale illustrativo del territorio che andrà a visitare, ovviamente senza contenuti commerciali; vorremmo valutare la possibilità, in alcuni periodi, di far viaggiare sul treno anche delle guide preposte all'accoglienza ed alla narrazione del territorio.

Trattandosi di pista ciclabile, potrebbero essere attivate due opportunità:

- il trasporto su treno della bicicletta;
- il noleggio direttamente a Piadena, soprattutto per i viaggiatori stranieri o che vengono per pochi giorni in vista nei nostri territori.

Il Distretto provvede a creare il prodotto-territorio che il viaggiatore troverà al suo sbarco dal treno, quale capofila e coordinatore di tutte le realtà che a vario titolo operano a livello turistico e culturale nell'area interessata, creando un valore aggiunto fondamentale per il percorso in treno, strutturando le mete di destinazione, gli elementi di richiamo, i servizi.

Il viaggiatore sa che, se viene in un determinato periodo, scendendo dal treno troverà tutto un sistema in grado di accoglierlo e portarlo alla scoperta del territorio, in modo garbato ed efficiente, senza nulla togliere al piacere della scoperta.

Ad esempio:

- pacchetti di soggiorno di più giorni;
- visite guidate ai principali beni culturali dell'area;
- servizio bus per garantire adeguati collegamenti;
- calendario manifestazioni culturali;
- guide turistiche;
- percorsi eno-gastronomici;
- laboratori di creatività;
- visite alle aziende di trasformazione agro-alimentare;
- pacchetti a tema, in concomitanza con specifici eventi, come un concerto, una fiera del libro, una manifestazione rurale ecc.

Il Distretto ha già avviato una collaborazione con Trenord per promuovere l'iniziativa e mettere a punto specifiche offerte integrate in ambito turistico, quali Distretto City Pass comprensivo di trasporto su treno, noleggio bicicletta, entrata musei, sconto acquisti nei negozi e nelle strutture recettive convenzionate..

#### **Promozione territoriale in collaborazione con il Gal.**

Il Gal Oglio Po, Terre d'acqua, ha sviluppato un piano di promozione territoriale, nell'ambito del quale verranno promossi i prodotti turistici realizzati dal progetto di Distretto. In particolare, tra strumenti correlabili all'attività del Distretto, sono stati identificati gli interventi che presentano carattere di trasversalità territoriale:

- Campagna outdoor: tramite un'isola promozionale il territorio Oglio Po verrà promosso in modo coordinato presso eventi di livello nazionale. L'Isola sarà messa a disposizione per la promozione del materiale realizzato dal progetto del Distretto, che rispetterà la linea grafica del Piano di promozione;
- Realizzazione Educational Tour in inglese nell'area del Distretto delle Terre Casalasche: l'azione si configura quale attività di cooperazione con il Distretto Oglio Po con capofila il comune di Viadana. Il Tour consentirà inoltre di integrare gli itinerari turistici predisposti dal Gal.

## **Contributi alle imprese**

Il ruolo delle imprese private del comparto CST è determinante per la riuscita degli Itinerari dell'attrattività.

Sono le imprese che danno vita al Distretto, rendono piacevoli i centri urbani, erogano i servizi, promuovono e vendono quei prodotti tipici di qualità, che di per sé costituiscono elemento attrattore.

La cabina di regia ha quindi valutato di mettere loro a disposizione una parte di risorse, in modo che possano realizzare degli interventi specifici.

Ha posto però anche delle condizioni, nel senso che questi interventi non possono essere disgiunti dagli Itinerari dell'attrattività sia dal punto di vista temporale che spaziale. L'evento organizzato dal gruppo di negozi deve trovare tempo e luogo omogenei alla realizzazione dell'itinerari. Deve essere concordato, cioè le imprese devono partecipare alla organizzazione dell'evento ed alla attivazione dell'itinerario e portare una loro proposta, che lo arricchisca, lo determinino, lo renda attrattivo sia sotto l'aspetto del prodotto che del prezzo.

Questi passaggi portano con sé un valore aggiunto di non poco rilievo, in quanto costringono le imprese a dialogare con il Distretto, a prenderne atto, diventando elemento funzionale e strategico, portando così le loro idee ed aiutando i Comuni ad interpretarne al meglio le esigenze.

Al tempo stesso le imprese rinsaldano i legami fra loro sia nel comune che a livello più vasto: certamente si chiede loro uno sforzo, in tempi non facili, ma questo sforzo è oggi un condizione irrinunciabile fra il chiudere e la possibilità di trovare nuove caratteristiche qualitative che consentano di allargare e consolidare la clientela e quindi andare avanti.

La dinamica del Distretto è un elemento a favore, poiché le azioni si possono discutere e organizzare insieme.

I soggetti privati hanno quindi a disposizione un bando, che consente loro di ottenere un aiuto economico per realizzare, a titolo esemplificativo, iniziative promozionali strettamente collegate agli itinerari, fra cui:

1. produzione di materiale promozionale
2. gadget
3. degustazioni, laboratori del gusto,
4. promozioni
5. ....

### **Azioni di rete complementari al commercio a regio pubblica**

Per supportare gli itinerari della attrattività, è emersa la necessità di presentare un territorio omogeneo per qualità di offerta anche in termini di servizi e infrastrutture e, soprattutto, di sicurezza.

Il Distretto ha vagliato con molta attenzione le proposte emerse, valutandone la congruità rispetto agli obiettivi del progetto, legati ad un aumento delle presenze in conseguenza della capacità del Distretto di configurarsi come meta attraente.

E' stato rilevato da più soggetti che il territorio è lo scenario percorso dagli itinerari, in cui gli eventi si svolgono, in cui il viaggiatore deve potersi muovere in tutta sicurezza e libertà, con punti di riferimento certi e precisi. Non tutto il territorio è attrezzato su questi aspetti e, soprattutto, non è in grado di restituire un'immagine omogenea per qualità, offerta, immagine, tanto che immediatamente si percepisca che si è arrivati una determinata area.

La Cabina di regia, alla luce quindi di quanto espresso dal V° bando Distretti, in termini di viabilità, turismo, sicurezza ecc., ha valutato di considerare solo gli interventi strettamente funzionali e connessi alla fruizione degli itinerari, sia dal punto di vista della tipologia che della collocazione fisica, rispetto ai medesimi itinerari, ammettendo quindi le seguenti tipologie di intervento:

- segnaletica turistica con il logo del distretto;
- piano di sicurezza;
- illuminazione degli edifici di pregio;
- minimi intervento di dotazione urbana funzionale alla realizzazione degli eventi ed a una fruizione family friendly (parchi gioco, panchine).

Inoltre è stata data priorità agli interventi sostenibili, che avrebbero comportato una riduzione dei consumi e quindi la possibilità per i Comuni di disporre di risorse finanziarie aggiuntive da mettere a disposizione del settore CTS.

I Comuni sono stati sollecitati a cofinanziare gli interventi per una quota superiore al 50% (mediamente del 60%), liberando così risorse per le altre attività.



Gli interventi sono di seguito dettagliati.

Comune	Tipologia intervento	descrizione	Valore dell'intervento €	Investimento del Comune €	CONTRIBUTO R.L 40, %
Casalmaggiore			10.000,0	6.000,0	4.000,0
Martignana di Po	Arredo urbano - Sicurezza - Segnaletica	Posizionamento panchine nelle aree degli itinerari - Telecamere di sorveglianza - Segnaletica funzionale agli itinerari con logo distretto	7.000,0	4.200,0	2.800,0
Casteldidone	Arredo urbano	Manufatto Polifunzionale nella piazza del Comune per promozione eventi.	10.000,0	6.000,0	4.000,0
San daniele Po	Arredo urbano	Completamento parcheggio fotovoltaico	20.000,0	12.000,0	8.000,0
Cingia de Botti	Sicurezza	Riqualificazione pavimentazione Segnaletica funzionale agli itinerari con logo distretto	9.735,0	5.841,0	3.894,0
San Martino del Lago	Arredo urbano - segnaletica	Riqualificazione area destianta agli eventi dell'Itinerario, Segnaletica funzionale agli itinerari con logo distretto. Viabilità	9.000,0	5.400,0	3.600,0
San Giovanni in Croce	Segnaletica	Posizionamento cartellonistica con logo del Distretto, Segnaletica funzionale agli itinerari con logo distretto e sistemazione area parcheggio	20.000,0	12.000,0	8.000,0
<b>TOTALE</b>			<b>85.735,0</b>	<b>51.441,0</b>	<b>34.294,0</b>

## **Monitoraggio**

### **Piano di valutazione e controllo qualità - Organizzazione gestionale**

Sono state previste azioni di controllo e di monitoraggio dell'avanzamento del programma e dei singoli investimenti attraverso la creazione di una serie di azioni congiunte, quali la creazione di un gruppo di valutazione e controllo trasversale e l'individuazione di appositi indicatori di verifica di realizzazione, di indotto, di effetto.

Il piano di Monitoraggio e valutazione proposto, tenendo in considerazione il livello di gestione e organizzazione del progetto operativo, insieme con i ruoli e le competenze definite al fine di assicurare un efficace coordinamento di tutte le fasi progettuali sia dal punto di vista amministrativo e finanziario che rispetto ai contenuti, garantirà in modo continuativo, attraverso la verifica delle performance e delle caratteristiche organizzative e strutturali, l'efficienza dei risultati attesi, insieme al livello di crescita complessiva del sistema territoriale coinvolto da programma.

Alla luce degli obiettivi fissati dal programma di lavoro, il costante monitoraggio e verifica dei risultati intermedi e finali appare un momento fondamentale per offrire la certezza del pieno raggiungimento degli esiti previsti in termini di esecuzione operativa, efficacia ed efficienza.

Al fine di raggiungere questo obiettivo, verrà costituito un Team di lavoro in cui saranno definiti ruoli e competenze adeguati ad assicurare il costante controllo delle varie fasi previste.

#### Identificazione degli indicatori di realizzazione degli obiettivi

Delineando gli obiettivi del Piano sono state individuate le seguenti priorità strategiche:

- consolidare i progetti già avviati nell'aggregazione del partenariato pubblico e privato per la definizione dei programmi di sviluppo turistico,
- aumentare la capacità di accrescere la competitività del sistema, rafforzare e migliorare la qualità, la visibilità e il posizionamento turistico dell'area,
- accrescere l'indotto del fenomeno turistico salvaguardando le risorse ed i principi della sostenibilità.

Le azioni e i progetti contenuti nel piano sono coerentemente previsti per perseguire gli obiettivi individuati, e riproposti nello schema seguente:

#### Obiettivi di marketing

- migliorare la notorietà il posizionamento, l'immagine e la comunicazione dell'offerta,
- aumentare gli arrivi dei bacini target, e stimolare forme di turismo "di qualità",
- aumentare il periodo di soggiorno medio dei visitatori e le ricadute economiche per l'intero territorio,
- prolungare la stagionalità,
- diffondere i turisti nell'intera area del ST.,

- stimolare la fidelizzazione dei clienti attuali ed il ritorno in particolare nei periodi stagionali diversi da quelli abituali,
- valorizzare i prodotti del territorio, il loro processo e le manifestazioni ad essi collegate.
- consolidare le imprese del comparto CTS e facilitare la nascita di nuove

### Obiettivi di prodotto

Favorire alleanze strategiche e aggregazioni di scopo in grado di:

- integrare e “completare” i sistemi di offerte e le filiere dei servizi,
- migliorare l’accessibilità e la fruibilità delle risorse,
- migliorare la qualità dell’offerta complessiva,
- potenziare la forza commerciale dell’offerta dell’area nei mercati,
- attirare nuove forme di domanda,

Aumentare il fascino della proposta del territorio:

- ampliando la gamma delle offerte e arricchendola di novità, proposte di tendenza ecc.),
- rispondendo sempre meglio alle esigenze della domanda.

Per la verifica del livello di raggiungimento degli obiettivi è importante l’attivazione di un sistema di monitoraggio, basato sull’individuazione di una serie di indicatori, a loro volta capaci di chiarire i processi in corso, per poter conseguente progettare eventuali interventi in itinere.

Il sistema di monitoraggio proposto integra la raccolta di informazioni quantitative, più facilmente reperibili, con una serie di analisi qualitative, capaci di fornire un quadro di lettura per interpretare i dati statistici.

Per verificare il miglioramento della qualità, visibilità e posizionamento del sistema è necessario che, ai vari livelli territoriali, e coerentemente alle rispettive competenze, il Distretto preveda di :

- verificare i processi di riqualificazioni degli esercizi del settore CTS,
- raccogliere i dati sulla “natalità e mortalità” delle strutture del CTS
- analizzare le richieste di informazioni pervenute agli IAT (contatti telefonici, email, ingressi nello IAT, ...)
- analizzare se le richieste pervenute agli operatori (contatti telefonici, email, ingressi nello IAT, ...)
- verificare il grado di conoscenza delle proposte del territorio da parte dell’intermediazione, sia tramite l’osservazione della stampa specializzata, sia tramite interviste telefoniche ad un campione di agenzie di viaggio.
- monitorare la rassegna stampa.

Per la verifica è utile impostare dei questionari ad hoc da somministrare ai turisti (all’interno dei negozi, degli alberghi, dei ristoranti, dei musei, ...) per capire in che misura la visita di un’attrazione o la fruizione di un servizio all’interno del Distretto è gradita, le esigenze dei clienti e la propensione al ritorno.

Analoga operazione dovrà essere rivolta agli operatori privati, alle associazioni e agli enti del Distretto .

Infine per verificare l'accrescimento dell'indotto del fenomeno turistico la semplice analisi dei flussi (arrivi e presenze per categoria ricettiva, analisi della stagionalità e della permanenza media per categoria ricettiva, e la raccolta dati sull'afflusso di visitatori nei musei, alle mostre, agli eventi) offre delle informazioni preziose, pertanto da controllare costantemente e con cura.

**Tutto il personale coinvolto è già in forza presso il Distretto.**

Attività	Soggetto Responsabile presso l'Ente capofila	Altri soggetti coinvolti	Descrizione
Valutazione periodica del raggiungimento degli obiettivi	Cabina di Regia Permanente composto da tutti i Sindaci	Manager	Monitoraggio costante del raggiungimento degli obiettivi
Revisione e aggiornamento degli obiettivi	Cabina di Regia Permanente composto dalla Cabina di regia	Manager	Verifica e implementazione del sistema degli obiettivi socio/economici e/o approfondimento delle analisi condotte,
Monitoraggio fisico	Staff interno al Comune capofila	Manager	Confronto del livello di raggiungimento di realizzazione degli interventi, attraverso verifiche mensili, in corrispondenza degli aggiornamenti del programma. Ogni Partner invierà un report che sarà rielaborato dal comune capofila
Monitoraggio finanziario e procedurale	Staff interno al Comune capofila	Manager	Il comune capofila verificherà ogni mese l'avanzamento di spesa dei singoli interventi in capo ai partner. Verificherà inoltre il rispetto delle procedure di rendicontazione nella fase preliminare alla consegna agli Uffici regionali
Azioni di accompagnamento e tutoraggio		Consulenti esterni Manager senior	Coinvolgimento continuo del partenariato con riferimento alla programmazione di nuovi interventi a valenza ambientale e alla partecipazione a nuovi bandi

## **Reportistica**

Ogni mese sarà redatto un rapporto che conterrà le seguenti informazioni:

- i più importanti risultati raggiunti durante il periodo;
- i più rilevanti problemi identificati;
- le deviazioni dal piano di progetto;
- le risorse utilizzate durante il periodo;
- gli avanzamenti di spesa

## **Sistema degli indicatori individuati**

Il sistema di monitoraggio che verifica l'attuazione dell'intero programma, nella sua complessità è orientato:

- al controllo della realizzazione del programma in termini di efficacia ed efficienza
- all'individuazione dei risultati e all'analisi degli effetti sulla società locale e sul territorio del Distretto del commercio;
- a creare i presupposti per un controllo congiunto sullo stato di attuazione del programma tra l'amministrazione regionale e gli enti locali coinvolti al fine di contribuire alla realizzazione di un sistema di monitoraggio "integrato", come previsto dalla Legge 144/99 (MIP – Sistema di Monitoraggio degli Investimenti Pubblici).

In relazione alla raccolta e trasmissione dei dati relativi allo stato di attuazione degli interventi, gli enti e i soggetti attuatori dovranno fornire periodicamente le informazioni relative al livello di realizzazione procedurale, fisico e finanziario dell'intervento ammesso a finanziamento.

## **Valutazione**

Al fine di garantire una corretta attuazione del Programma sono attivate le procedure di valutazione attraverso un approccio metodologico basato sull'utilizzo di tecniche e strumenti di indagine già consolidati.

La valutazione del programma (ex ante, in itinere, ex post) consente:

- la valutazione preliminare con l'individuazione dei possibili effetti prodotti;
- il monitoraggio dello sviluppo;
- la rimodulazione degli obiettivi sulla base dei risultati intermedi;
- la misurazione dell'efficacia ed efficienza;
- l'impatto socio – economico del programma;
- l'utilità e la sostenibilità del programma rispetto ai bisogni dell'ambito destinatario degli interventi.

### **Controllo finanziario e controllo di gestione**

Al fine di garantire un utilizzo efficace ed efficiente dei fondi stanziati per il presente programma l'amministrazione capofila si impegnerà a garantire il funzionamento dei sistemi di gestione e controllo previsti dalla normativa comunitaria.

Il controllo di gestione amministrativo verrà esercitato dai servizi interni all'amministrazione del comune capofila con un supporto di consulenza esterna.

Sarà realizzato un processo di validazione:

- Analisi dello stato di avanzamento
- Validazione stato di avanzamento
- Trasmissione stato di avanzamento validato

### **Miglioramento dell'efficienza**

I risultati del monitoraggio, trasmessi in tempo reale a tutti i partner, dovranno avere la funzione, di fornire un sostegno al miglioramento dei metodi e dei sistemi di gestione dei soggetti impegnate nelle attività di attuazione del programma.

Per il monitoraggio e la valutazione di questo Programma sono stati individuati i seguenti indicatori iniziali, che saranno poi consolidati, affinati e implementati nel corso del processo di attuazione.

### **Indicatori per il monitoraggio e la valutazione**

#### **OBIETTIVO: Potenziare l'attrattività e competitività del Distretto**

<b>Tematica</b>	<b>indicatore</b>
Turismo	Valore aggiunto generato Occupazione creata (n° posti di lavoro creati in valore assoluto e percentuale) Incremento nuove imprese (n° nuove imprese in valore assoluto e percentuale) tasso di natalità e mortalità nuove imprese Incremento presenze turistiche estive Incremento presenze turistiche autunnali e primaverili Incremento presenze turistiche invernali Incremento presenze turistiche legate a pacchetti specifici % di incremento accesso (n. di visitatori) delle attrattive storico, artistiche, ambientali e culturali dell'area trend degli arrivi / presenze nelle strutture ricettive locali

<p>Commercio e ristorazione</p>	<p>Mantenimento esercizi commerciali di presidio (% in percentuale rispetto al dato di partenza)  Occupazione creata (n° posti di lavoro creati in valore assoluto e percentuale)  Incremento nuove imprese (n° nuove imprese in valore assoluto e percentuale)  N. interventi integrati presentati dalle imprese  tasso di natalità e mortalità nuove imprese  % di incremento volume di affari  n.° nuovi clienti in percentuale rispetto alla provenienza</p>
<p>Servizi</p>	<p>Occupazione creata (n° posti di lavoro creati in valore assoluto e percentuale)  Incremento nuove imprese di servizi (n° nuove imprese in valore assoluto e percentuale)  % investimenti nel settore dei servizi  Nuove tipologie di offerta di servizi  Indicatori di qualità nei servizi  N° interventi integrati</p>
<p>Marketing</p>	<p>Valore aggiunto creato  Occupazione creata dalle nuove imprese localizzate nel territorio regionale (n° posti di lavoro creati in valore assoluto e percentuale)  Nuove imprese localizzate sul territorio  Investimenti attivati da parte delle nuove imprese indotti da azioni di marketing  Accesso ai siti turistici  Numero biglietti di treno  numero card consegnate</p>
<p>Agricoltura</p>	<p>Valore aggiunto generato  Incremento del fatturato delle aziende agricole</p>

**OBIETTIVO: Rafforzare e migliorare lo sviluppo del sistema territorio nel suo complesso**

Tematica	Indicatore
Aumento attrattività/dinamicità dell'area	<p>Aumento della percezione di miglioramento dell'offerta e dell'attrattività in genere dell'area rilevata tramite indagini di customer satisfaction</p> <p>creazione di nuovi pacchetti turistici, iniziative ed eventi che interessano l'area di riferimento,</p> <p>avvio o consolidamento di iniziative di coordinamento gestionale tra partner e/o tra gli stessi e soggetti privati per la promozione e l'attrattività (ad es. tramite la costituzione di associazioni, consorzi, etc. per la gestione dell'area con iniziative comuni, come fiere, pacchetti.....)</p> <p>il livello di soddisfazione della domanda turistica;</p> <p>il grado di diffusione di cultura e sistema digitali nelle imprese e nelle organizzazioni turistiche del Distretto;</p> <p>la percentuale di crescita dell'incoming internazionale;</p> <p>il valore aggiunto e l'occupazione generati;</p> <p>il tasso di stagionalizzazione;</p> <p>il tasso di spesa turistica;</p> <p>la crescita di visibilità e reputazione del brand sul web e sui principali mercati esteri;</p>

**OBIETTIVO: Favorire la governance della P.A., delle imprese, dei cittadini**

	INDICATORI
Coesione e integrazione istituzionale	Valutabile attraverso rilevazione di opinioni e giudizi dei decisori politici, dei responsabili della gestione e dei beneficiari (o dei loro rappresentanti di categoria)
Concertazione	Valutabile attraverso rilevazione di opinioni e giudizi dei decisori politici, dei responsabili della gestione e dei beneficiari (o dei loro rappresentanti di categoria)