

V° BANDO DISTRETTI DEL COMMERCIO

DUC VOGHERA

PROGRAMMA DI INTERVENTO AREA 2

PIANO REDAZIONALE ITINERARI DELL'ATTRATTIVITA'



“Il mondo è un libro e coloro che non viaggiano ne leggono solo una pagina”
(S. Agostino)

Premessa

Il Distretto Urbano di Voghera ha valutato di proporsi come meta attrattiva sia per il futuro visitatore Expo, che per i visitatori di ogni tempo e luogo e, non ultimi, per i suoi stessi cittadini.

Alle fondamenta della scelta c'è la consapevolezza che occorre studiare nuove strategie per sostenere lo sviluppo locale, a partire dal sistema del commercio, turismo e servizi, in una città che ha perso molte delle sue storiche industrie.

Le tematiche da affrontare tendono, dunque, a dare risposte alla stretta relazione che intercorre tra vivibilità della città e vitalità del sistema commerciale.

Una relazione che viene messa in seria e profonda crisi dalle dinamiche evolutive che stanno caratterizzando le economie dei Paesi occidentali e, tra questi, l'Italia.

Pur con temporalità diverse, tra Paese e Paese, il finire del secolo scorso ci ha obbligato ad assistere ad una progressiva scomparsa del commercio di prossimità. Tali dinamiche non avevano mai interessato in maniera così rilevante il sistema commerciale italiano.

Ciò che va considerato, inoltre, è il breve tempo in cui la mutazione italiana si è realizzata. Riflessione in base alla quale si ha motivo di ritenere che, nulla accadendo, i prossimi anni ci potrebbero porre dinnanzi a sistemi commerciali urbani assottigliati al punto da rappresentare un serio problema per la vivibilità stessa di città, paesi e villaggi italiani.

Ascrivere del resto, come viene fatto, tutta la responsabilità di quanto accade al progredire della cosiddetta grande distribuzione organizzata è vero solo in parte.

Va tenuto presente, infatti, che se le esigenze del consumo moderno non possono prescindere da un sistema distributivo integrato, che va dalle attività mercantili ambulanti alla grande distribuzione, altrettanto vero risulta osservare che quest'ultima sta attivando ricerche e metodologie di intervento che pongono una attenzione crescente agli elementi di qualità caratterizzanti lo spazio commerciale. Non è casuale, del resto, che i nuovi centri commerciali tentino di ricreare, artificialmente, luoghi fisici di elevata qualità non solo architettonica, ma anche urbanistica.

L'obiettivo è quello di impostare veri e propri progetti urbani fondati sugli elementi costitutivi della città storica: il corso, la piazza principale, le piazzette secondarie, la gradevolezza dei materiali da costruzione, l'attenzione agli elementi di arredo urbano.

Le buone condizioni di accessibilità viabilistica e le buone possibilità di sosta, che spesso caratterizzano i nuovi centri commerciali pianificati, aiutano a spiegare le rilevanti quote di mercato che tale formula distributiva guadagna giorno dopo giorno.

Altra osservazione non marginale che va fatta è quella relativa alla localizzazione dei grandi centri pianificati, che si posizionano, per la maggior parte, ai confini o al di fuori dei centri abitati, generando in tal modo un lento e progressivo fenomeno di perdita di vitalità dei centri urbani.

Al fermento che caratterizza l'incedere della grande distribuzione organizzata non sempre fa riscontro un analogo atteggiamento della piccola distribuzione. Siamo in definitiva dinnanzi ad uno stato di rilevante regressione che potrà essere rallentata solo a condizione di ripensare al ruolo dei negozi nei centri urbani.

Una riflessione sul ruolo dalla quale emerge che non è possibile discorrere di rinnovamento del piccolo commercio se, congiuntamente, non si realizzano interventi di riqualificazione urbana finalizzati a migliorare il livello di qualità della vita negli aggregati urbani.

Una condizione, quella della qualità, essenziale per riproporre l'integrazione storica tra commercio al dettaglio e città, allo scopo di mantenere elevata la loro forza di attrazione.

Su questo tema il DUC può contare su un piano coordinato e di alta qualità di recupero e riqualificazione degli spazi urbani, che stanno nettamente cambiando il volto del DUC.

A cominciare dall'importante recupero del Castello Dal Verme e della piazza prospiciente, con i giardini aromatici, all'intervento in atto nella storica Piazza del Duomo, per trasformarla nel vero salotto buono della città, con una rinnovata illuminazione dei portici, che potranno tornare alla loro funzione di passeggio coperto, luogo di relazione, incontro, sosta per fare le consuete quattro chiacchiere.

La sistemazione dei portici darà nuovo valore agli esercizi commerciali prospicienti riportando la vita della città nel suo centro naturale.

Si è iniziato un piano di "scomparsa" dei cassonetti, con soluzioni innovative di interramento; lungo la città sono stati posizionati cartelli tematici che ne illustrano la storia e si procederà a posizionare adeguata segnaletica turistica per guidare il visitatore lungo gli itinerari costruiti ad hoc.

Il Distretto si sta dotando delle qualità per essere realmente attrattivo, riscoprendo una dimensione turistica, come opportunità importante e innovativa per lo sviluppo locale. Lo sforzo fatto dal Parternariato e da altri soggetti formali e informali che in maniera congiunta propone il presente progetto, dimostra i risultati ai quali può portare una buona governance territoriale.

Il progetto vuole essere un contributo importante per la sistematizzazione e valorizzazione dell'offerta turistica urbana in un'ottica di miglioramento generale della qualità della vita e della crescita economica e sociale del territorio. In particolare, attraverso il presente progetto si intende mettere a punto il prodotto e puntare sugli aspetti promozionali e di comunicazione dei quali gli itinerari hanno bisogno per essere conosciuti e fruiti.

Obiettivo macro

Ridisegnare e comunicare Voghera come "meta" per coloro che vi sono già e coloro che potrebbero arrivare.

Sette obiettivi operativi:

1. Il turista che attraversa l'area urbana deve essere messo nelle condizioni di "fermarsi" per godere delle risorse turistiche locali.
2. Il turista che giunge apposta per fruire di particolari risorse le deve trovare con facilità.
3. Le imprese della ricettività urbana e dei servizi turistici dovrebbero riuscire facilmente ad indirizzare i propri ospiti alla scoperta delle bellezze del territorio.
4. le valenze culturali della Città devono essere evidenti, coordinate e fruibili.
5. Le produzioni enogastronomiche tipiche vanno adeguatamente valorizzate e promosse.
6. Le risorse turistiche sono adeguatamente accessibili attraverso l'ICT, soprattutto per chi si informa via web.
7. Il paesaggio dell'area urbana è impreziosito da una segnaletica turistica coordinata ed adeguata che si identifica col territorio.
8. I soggetti locali sono coordinati in un'offerta omogenea.

Strategia di azione.

Sulla base del patrimonio identitario specifico del DUC, identificato come fattore di competitività, vengono identificati alcuni Itinerari, detti dell'attrattività.

Sullo sfondo di questi itinerari si muovono e vengono valorizzate, grazie alle risorse umane del territorio, una serie di valenze culturali, storiche, artistiche ed ambientali, nonché il ricco paniere delle produzioni agro alimentari.

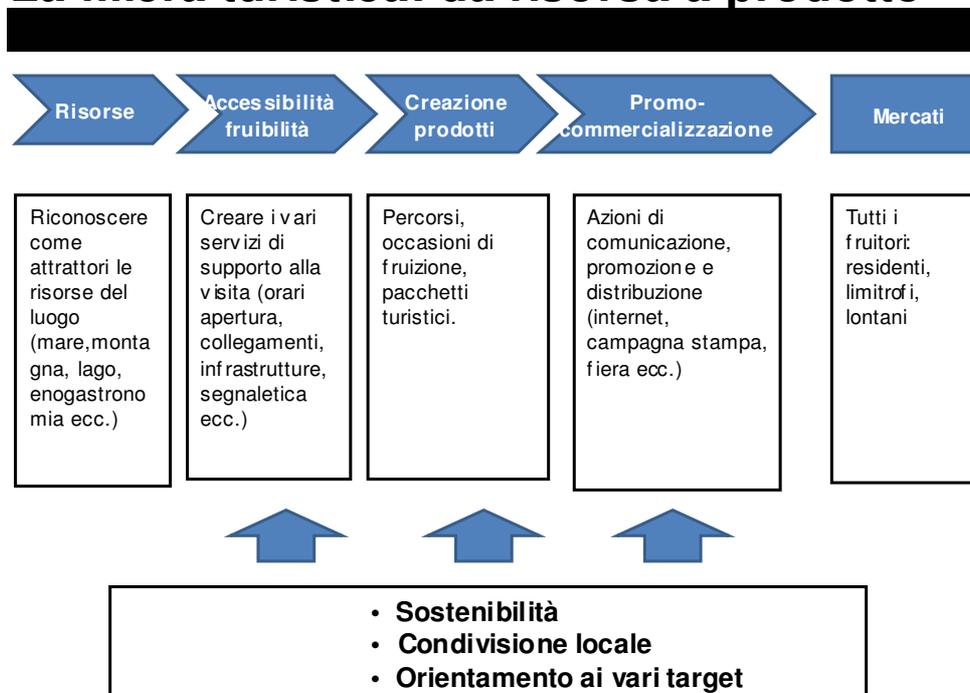
Queste risorse si integrano e arricchiscono gli ITINERARI DELL'ATTRATTIVITA' grazie ad un lavoro coordinato di organizzazione e incremento della qualità realizzato all'interno del PIANO REDAZIONALE condotto dal Parternariato e dalle figure del manager Senior e dal manager Junior, che apportano specifiche professionalità a supporto del Distretto.

Completa l'itinerario dell'attrattività conferendogli un valore aggiunto, il sistema dei servizi, intendendo con questo termine gli alberghi, i negozi, i trasporti pubblici e privati, la sicurezza, l'informazione e la comunicazione, le guide turistiche, le guide culturali,

Nella individuazione degli itinerari si è cercato di lavorare sul valore della città e delle sue imprese del CTS, senza organizzare iniziative basate sulla presenza di altre imprese che non hanno sede nel DUC.

La costruzione dell'itinerario è l'occasione importante per lavorare alla messa a punto della filiera turistica, trasformando le risorse in prodotti, con un processo sintetizzato nel diagramma seguente.

La filiera turistica: da risorsa a prodotto



Passaggio preliminare è il rilievo puntuale delle risorse del DUC, letto in una chiave di attrattività.

E' un processo importante attraverso il quale il DUC riflette su se stesso, sulle sue potenzialità e rilegge le sue risorse, a volte date un po' per scontate, come opportunità.

La fase di rilevamento.

Per poter disporre di un quadro esaustivo degli ingredienti con cui confezionare gli itinerario 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 purchè 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, 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 erogati dalle 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 di poter dialogare con la piattaforma di Regione Lombardia. 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

Schema di lavoro.

RISORSE	OPERATORI	ANALISI FUNZIONALE	SERVIZI
Tipologia	Referenti istituzionali	Funzioni	Ristorazione
Grado di interesse	Soggetti qualificati	Valenze	Alloggio
Condizioni di fruizione	Fornitori di servizi	Strutturazione Siti e Tappe	Trasporto
Servizi attivati	Guide	Individuazione Percorsi Interni	Informazione
Grado di notorietà	Accompagnatori	Individuazione Percorsi Esterni	Assistenza
Classi di visitatori/fruitori	Autonoleggi		Aggiuntivi
Stima potenziale	Servizi per la sicurezza e l'assistenza		Animazione
Grado di raggiungibilità			
Grado di accessibilità			
Periodicità			
Durata			
Tempo medio di fruizione			
Grado di infrastrutturazione			
Iniziative di animazione			
Grado di interpretazione			
Localizzazione			
Condizioni			
Specifiche			

Parametri di scelta degli itinerari.

La Cabina di regia del Distretto ha valutato e ragionato sugli elementi di valore del DUC. E' stata una occasione per rileggere il territorio, cercando di guardarlo, forse per la prima volta, "dal fuori".

Sono emerse riflessioni, considerazione e segnalazioni.

Voghera ha una sua storia come "meta", come centro di attrazione e riferimento per il "contado", cioè una vasta rete di piccoli borghi, cascine spesso grandi come paesi, residenze i cui abitanti hanno sempre fatto riferimento all'attuale Distretto. Facevano riferimento per molti aspetti, il medico, il notaio, l'avvocato, l'acquisto speciale, il mercato, ma soprattutto, ogni viaggio era una occasione di relazioni, incontri, per mantenersi aggiornati, per fermarsi sotto i portici, nelle botteghe e tornare a casa con qualche pacchetto. Questa è una dimensione da ritrovare e promuovere, uno spazio/tempo in cui ogni cosa trova posto, dove si possono ritrovare cose perdute e cose antiche, profumi e suoni, una dimensione di piacere ritrovato che vale un piccolo viaggio. E da qui è nato l'Itinerario sotto i portici, una proposta di acquisto a Voghera integrata da eventi ..., da realizzare ogni primo week end del mese.

Voghera conserva un patrimonio culturale importante. La sua funzione di piccola capitale ha creato una cerchia di quell'antico benessere che si faceva, per fortuna, vanto di progettare e ordinare opere d'arte. Sono così state costruite chiese, palazzi, che a loro volta ospitano i prodotti dell'ingegno di pittori e scultori. Ma anche l'intelligenza scientifica ha trovato luogo, producendo il Museo naturalistico, l'Istituto Gallini Nasce così un percorso artistico che attraversa le antiche vie intorno alla cattedrale, fermandosi ora in una chiesa, ora in una piazzetta, ripartendo e annodandosi su se stesso nella circolarità romana delle strade. E' un percorso di continua scoperta di una città che dietro ogni angolo si offre diversa, secondo lo slogan "Vogheracontinua!". E da qui è nato l'Itinerario "Le ricchezze nascoste: chiese, oratori e dimore vogheresi attraverso i secoli."

Voghera dialoga con la sua campagna, un dialogo antico e sommesso, lungo le profilanti strade ai bordi dei campi, seguendo i cavi adacquatori e le rogge fino alle ricche cascine, i cui padroni arrivavano in visita dalla città su piccoli, leggeri calessi. Perché la ricchezza di Voghera era ed è ancora qui, nella migliore terra di Lombardia, dove si coltivano ortaggi, grano e ricche erbe per le stalle. Una campagna percorribile oggi in sicurezza grazie alla pista ciclabile che parte proprio dalla stazione di Voghera e raggiunge Salice Terme, primo tratto di una più lunga, già progettata green way risalente la Valle Staffora, fino a Varzi. Un itinerario che si sta lavorando per collegarlo direttamente con Milano, grazie alle Ferrovie, lungo la tratta Milano-Genova, consentendo ai visitatori Expo di partire dalla stazione di Lambrate o Centrale e in poco più di mezz'ora, arrivare a Voghera. Qui la Amministrazione Provinciale di Pavia sta realizzando una parte importante del suo progetto di Itinerari, in quanto Voghera è stata individuata come collegamento fra i percorsi della Lomellina e quelli dell'Oltrepò collinare. Presso la Stazione di Voghera sarà realizzato un punto di noleggio di biciclette, una ciclo-officina e uno dei punti informativi previsti dalla Provincia. E da qui è nato l' "Itinerario dei sensi: alla scoperta dei sapori e dei profumi dell'Oltrepò Pavese"

Descrizione degli itinerari

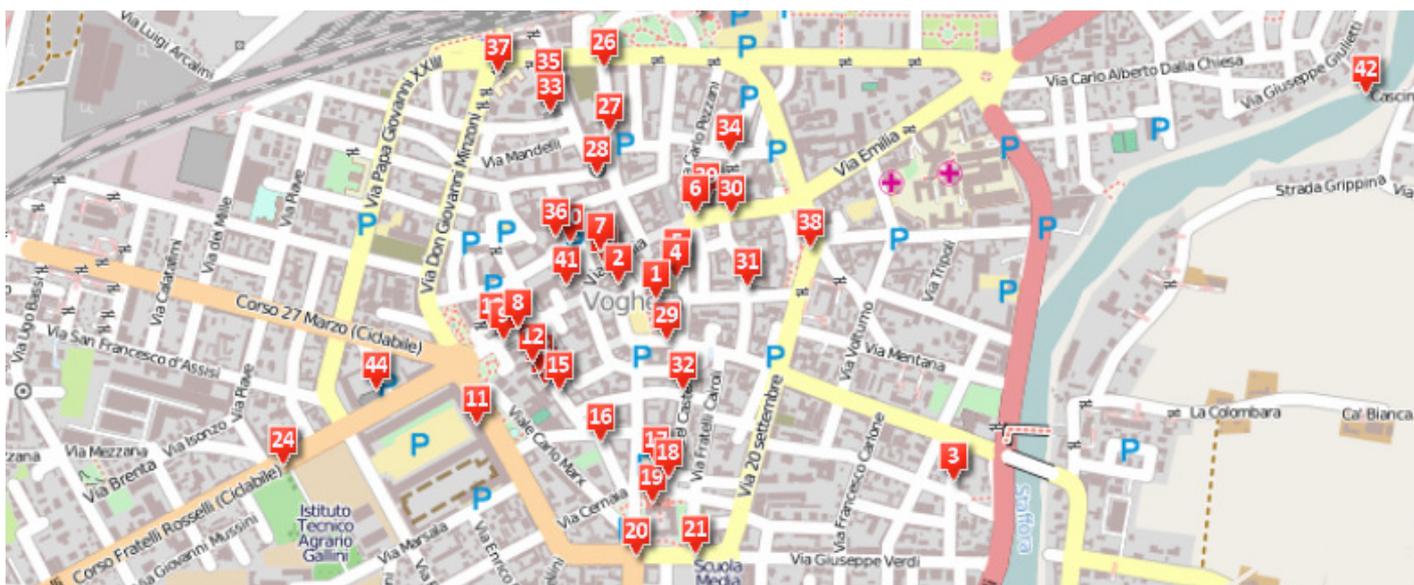
Voghera, capitale storica dell'Oltrepò pavese, offre al visitatore una moltitudine di luoghi e siti di attrazione storico culturale attraverso la quale ripercorrere la storia dell'antica Iria.

Fondata dai Liguri, la città ha visto nel corso dei secoli il susseguirsi di numerose popolazioni: etruschi, galli ed infine i Romani, riconoscendo al vicus un ruolo strategicamente molto importante.

Dopo la conquista Longobarda di Pavia, nel 572, Voghera, godendo della sua vicinanza con la capitale, conosce una forte espansione sia dal punto di vista urbano, con la nascita delle prime fortificazioni, che da quello commerciale, divenendo centro privilegiato per gli scambi nonché crocevia di mercanti e pellegrini diretti a Roma attraverso la Via Francigena. A testimonianza di ciò, vi è la presenza all'epoca di numerosi ricoveri ed ospedali per i pellegrini ed un episodio storico molto rilevante per la storia cittadina: la morte di San Bovo di ritorno da un pellegrinaggio a Roma.

Schieratasi nel XII sec con il Barbarossa, nel 1352 passa sotto il dominio Visconteo. È proprio in questo periodo che la città conosce una profonda trasformazione: il borgo viene fortificato attraverso la costruzioni di mura e fossati ed il Castello, allora ancora nella sua fase embrionale, viene ampliato e modificato assumendo la forma attuale.

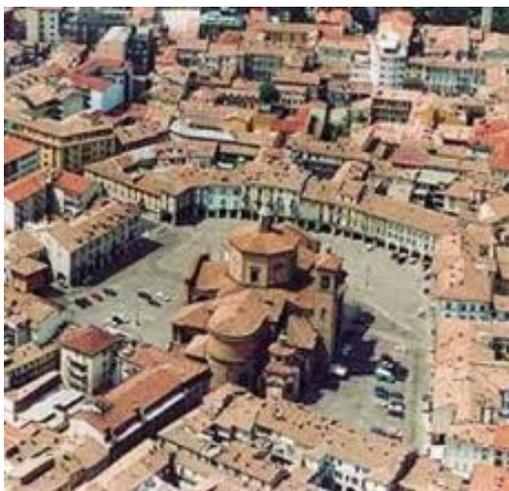
Infeudata nel 1436 da Filippo Maria Visconti alla famiglia Dal Verme, Voghera rimane terra del Ducato di Milano anche con gli Sforza e con Filippo II re di Spagna. Nel 1743 Voghera cade in mano ai austriaca fino a quando, grazie al trattato di Worms, entra a far parte del Regno di Sardegna di Carlo Emanuele III, il quale eleva Voghera a capoluogo della provincia piemontese, comprendente l'Oltrepò e il Siccomario. Con la restaurazione, dopo il dominio francese di fine '700, Voghera ritorna al Piemonte. La seconda grande trasformazione tocca la città nel 1800: a seguito di un forte aumento demografico vi è la necessità di ampliare i confini cittadini e per tali motivi vengono abbattute le mura dell'antico borgo per lasciare spazio all'espansione cittadina e a grandi opere come la Caserma della Cavalleria. Anche il '900 è stato un secolo di grandi cambiamenti: numerose opere viarie ed architettoniche hanno interessato Voghera, soprattutto durante l'epoca fascista, lasciando in eredità alla città Palazzi e luoghi dalla forte valenza culturale.



Mappa dei luoghi di interesse Città di Voghera¹

¹ Fonte: http://www.milostec.it/voghera_map_tour/

L'approccio alla scoperta della città assume quindi una moltitudine di sfaccettare dando vita a numerosi percorsi che ripercorrono aspetti storico-culturali, commerciali e naturalistici che mettono in sinergia le realtà cittadine già esistenti in una logica di implementazione e sviluppo del tessuto commerciale, non creando ulteriori competitività tra le imprese.



Itinerario: Il Cuore della Città

L'itinerario si propone di far scoprire curiosità e aneddoti sui principali edifici e luoghi della città di Voghera. Prima tappa del tour sarà Piazza Duomo dove si visiterà la Collegiata di San Lorenzo Martire e si potrà ammirare Palazzo Beltrami e Palazzo Gounela, oggi sede del Comune.

Si proseguirà poi verso il Castello, la cui mole denuncia chiaramente le antiche origini Viscontee, presentandone la storia, i passaggi di proprietà e le diverse destinazioni d'uso, raccontando poi l'importanza della Caserma della Cavalleria Zanardi Bonfiglio per concludere la visita in Via Emilia visitando la Chiesa di Santa Maria delle Grazie e di San Rocco. La Via Emilia è anche il cuore dello shopping vogherese.

Itinerario	Periodo temporale	Eventi concomitanti	Servizi	Luoghi	Attori
Itinerario "Il Cuore della Città"	Settembre	"In corso d'opera: un nuovo pubblico per arte, musica e cultura: iniziative d'arte al castello", mostre allestite ogni anno su temi legati al territorio, Ciclo di concerti ed eventi letterari. Il sogno antico: mostra di antiquariato.	Servizio Guide, accoglienza convenzionata negli esercizi recettivi, prenotazione/acquisto biglietti per eventi e manifestazioni, Pacchetto Free-time con FFSS	Collegiata S. Lorenzo Martire (Duomo), Palazzo Gounela, Palazzo Beltrami, Casa Nava, Teatro Sociale, Palazzo della Tela, Quartier grande, Chiesa di S. Rocco, Castello Visconteo, Caserma Zanardi Bonfiglio, Istituto Agrario Gallini,	Attività recettive, Guide Turistiche, Amministrazione Comunale, ristoranti, bar e negozi, (vedi elenco), associazioni di categoria, ASM

Itinerario: Una cavalcata nell'Ottocento: tradizione e cultura della società ottocentesca

L'itinerario presenta le trasformazioni urbanistiche ed architettoniche avviate nel XIX sec che hanno trasformato la città di Voghera contribuendo a darle l'attuale aspetto. Da Piazza Duomo, dove si possono ammirare esempi di architetture neoclassiche, stile imperante nelle costruzioni di committenze aristocratica, ci si dirige verso il castello per riflettere sulle demolizioni degli antichi bastioni a vantaggio della nuova viabilità, per proseguire al quartiere grande o di "San Rocco", luogo strategico per l'alloggio di cavalli e vettovaglie concludendo il tour presso la Caserma della Cavalleria ed il Museo di Storia "Giuseppe Beccari". Le belle antiche cose sono anche acquistabili nel Il Sogno antico, mercato dedicato all'antiquariato lombardo/ligure/piemontese.

Itinerario	Periodo temporale	Eventi concomitanti	Servizi	Luoghi	Attori
"Una cavalcata nell'Ottocento : tradizione e cultura della società ottocentesca"	Da gennaio a maggio, con date calenderizzate	Pomeriggi musicali vogheresi, festival Chitarristico, Mostre, Concerti, Sacra rappresentazione pasquale e visita delle 7 chiese, eventi letterari, stage creativi, laboratori del gusto. Il sogno antico: mostra di antiquariato.	Servizio Guide, accoglienza convenzionata negli esercizi recettivi, prenotazione/acquisto biglietti per eventi e manifestazioni. Pacchetto Free-time con FFSS	Collegiata S. Lorenzo Martire (Duomo), Palazzo Gounela, Palazzo Beltrami, Chiesa del Carmine, Casa Nava, Chiesa di San Giovanni, Teatro Sociale, Palazzo della Tela, Quartier grande, Chiesa di S. Rocco, Casa del Fascio, Palazzo Baldi, Chiesa di S. Giuseppe, Palazzo Bascapè, Palazzo, Palazzo Dattili, Chiesa di S. Sebastiano, Oratorio di Santa Caterina, Oratorio del Crocefisso, Chiesa Rossa o di S. Ilario, Castello Visconteo, Caserma Zanardi Bonfiglio, Istituto Agrario Gallini, Chiesa e Convento S. Maria delle Grazie.	Attività recettive, Guide Turistiche, Educatori, Artisti, Amministrazione Comunale, ristoranti, bar e Negozi, (vedi elenco), associazioni di categoria, ASM

Itinerario: Le ricchezze nascoste: Chiese e Oratori vogheresi attraverso i secoli

L'antica Iria offre a chi la visita una moltitudine di chiese e Oratori ricchi di storia e opere d'arte: si pensi alla chiesa di San Giuseppe, in Via Plana, che custodisce al suo interno numerose opere del Borroni dal valore inestimabile o all' Oratorio di Santa Caterina, in Via Dal Verme, ricavato nel 1610 dall' atrio dell' antico palazzo Dal Verme del quale si intuiscono i resti soffocati tra le costruzioni moderne che lo circondano. E' così che si viene a delineare un percorso naturale tra le chiese e gli oratori più belli e suggestivi della città. Dalla Chiesa Rossa o di S. Ilario (Tempio della Cavalleria), edificata nel dodicesimo secolo sui resti di un tempio preesistente di epoca longobarda, alla Chiesa di San Sebastiano in Via Emilia, costruita come Oratorio dove un tempo sorgeva la Chiesa annessa alla Confraternita della Misericordia, che si occupava dei condannati a morte, tra la fine del Cinquecento e l'inizio del Seicento.

Itinerario	Periodo temporale	Eventi concomitanti	Servizi	Luoghi	Attori
Le ricchezze nascoste: Chiese e Oratori vogheresi attraverso i secoli	Tutto l'anno in date calendarizzate	Pomeriggi musicali Vogheresi, Percorso artistico con narrazione itinerante in occasione dell'apertura straordinaria di casa Gallini. Mostre , Concerti, eventi letterari, stage creativi, laboratori del gusto. Il sogno antico: mostra di antiquariato.	Servizio Guide, accoglienza convenzionata negli esercizi recettivi, prenotazione/acquisto biglietti per eventi e manifestazioni.	Collegiata S. Lorenzo Martire (Duomo), Chiesa del Carmine, Chiesa di San Giovanni, Chiesa di S. Rocco, Chiesa di S. Giuseppe, Chiesa di S. Sebastiano, Oratorio di Santa Caterina, Oratorio del Crocefisso, Chiesa Rossa o di S. Ilario, Chiesa e Convento S. Maria delle Grazie.	Attività recettive, Guide Turistiche, Educatori, Artisti, Amministrazione Comunale, ristoranti, bar e Negozi, (vedi elenco)

Itinerario dei Sensi alla scoperta dei sapori e dei profumi dell'Oltrepò Pavese

Per gli appassionati di turismo sostenibile Voghera offre un percorso Verde, legato alla scoperta delle ricchezze naturalistiche e dei prodotti tipici locali offerti dal territorio.

Una gita in bicicletta attraverso la Greenway che collega Voghera a Varzi, su cui una volta correva il piccolo trenino elettrico monorotaia, è accompagnata da una visita al Museo Civico di Scienze naturali e da un giro in centro per visitare Piazza Duomo, con i suoi portici e la Collegiata di San Lorenzo Martire, e per approfittare dei mercatini domenicali di Campagna Amica, ogni prime tre domeniche del mese, o del mercatino "Il Sogno Antico" che invece, si tiene l'ultima domenica di ogni mese così da poter portare a casa un po' di Oltrepò attraverso l'acquisto dei prodotti del territorio.

Itinerario	Periodo temporale	Eventi concomitanti	Servizi	Luoghi	Attori
Itinerario dei Sensi alla scoperta dei sapori e dei profumi dell'Oltrepò Pavese	Primavera-autunno in date calendarizzate	Trekking didattico-naturalistici in Voghera. Laboratori didattico-naturalistici. Stage creativi, laboratori del gusto, mercato a filiera corta, percorsi organizzati in bicicletta fino a Rivanazzano Terme. Da giugno a luglio: Danzando sotto le stelle e..rientro in treno". Emozioni ... country al Cow-boy Guest Ranch.	Servizio Guide, accoglienza convenzionata negli esercizi recettivi, prenotazione/acquisto biglietti per eventi e manifestazioni, mercato dei prodotti tipici locali, bike-sharing.	Istituto Agrario Gallini Collegiata S. Lorenzo Martire (Duomo), Museo Civico di Scienze Naturali, Portici di Piazza Duomo, Greenway Voghera-Rivanazzano Terme.	Istituto Agrario Gallini Attività recettive, Guide Turistiche, Educatori, Artisti, Amministrazione Comunale, ristoranti, bar e Negozi, (vedi elenco), Associazione Terra Nostra, Aziende Agricole

Un Week End sotto i Portici

Sotto i suggestivi portici di Piazza Duomo e nelle vie del centro storico, lo shopping a Voghera si fa tra arte, storia e monumenti, in un clima di grande vivacità e fermento. Un intero week end, ogni prima settimana del mese, pensato per promuovere i negozi del centro ed i prodotti tipici locali in concomitanza con il mercatino di Campagna Amica, che offre al visitatore una vasta gamma di prodotti del territorio: dal peperone alla mostarda, dall'asparago ai formaggi.

La due giorni di acquisti sarà accompagnata dalla possibilità di intraprendere escursioni sul territorio ad aziende agricole con degustazione di prodotti tipici o visite guidate della città alla scoperta dei tesori nascosti che la capitale dell'Oltrepò custodisce.

Il sabato è possibile anche girare fra gli stand della Via Emilia dedicati ai laboratori artigianali dell'Oltrepò

Un percorso guidato tra negozi storici, laboratori artigiani, grandi firme, prodotti tipici ed eventi per lasciare ai viaggiatori un ricordo indelebile della città!

Itinerario	Periodo temporale	Eventi	Servizi	Luoghi	Attori
Itinerario Sotto i Portici	Ogni primo week end del mese. Edizione speciale "Regali di natale" nel mese di novembre. Mostra - Mercato dell'artigianato territoriale	Visita assistita a Mostre, concerti, mercato dei prodotti del territorio, degustazioni sotto i portici, laboratori creativi.	Servizio guide ed accompagnatori, personal shopping, acquisto biglietti eventi e manifestazioni. Scontistica speciale Pacchetto Natale. Pacchetto free-time FFSS.	Via Emilia, Piazza Duomo e centro storico	Amministrazione comunale, guide, accompagnatori, educatori, maestri d'arte, artisti, personal shopper, alberghi, bar, ristoranti,

Elenco puntuale dei Luoghi e dei Pubblici esercizi coinvolti per la buona riuscita degli itinerari

Collegiata S. Lorenzo Martire (Duomo). Piazza Duomo
Palazzo Gounela. Piazza Duomo
Palazzo Beltrami. Piazza Duomo
Chiesa del Carmine. Via Mazzini
Casa Nava. Piazza Duomo
Chiesa di San Giovanni. Via Cavagna
Teatro Sociale. Via Emilia
Palazzo della Tela (ex Albergo Reale d'Italia). Via Emilia
Quartier grande. Via Emilia
Chiesa di S. Rocco. Piazzetta Provenzal
Liceo Ginnasio S. Grattoni. Via Don Minzoni
Stazione ferroviaria. Piazza Marconi
Monumento ai Caduti. Via Ricotti
Casa del Fascio. Via Ricotti
Palazzo Baldi. Piazza Plana
Chiesa di S. Giuseppe. Via Plana
Palazzo Bascapè (Ex Convento dei Re Magi). Via S. Ambrogio
Palazzo ex Banca d'Italia. Piazza Battisti
Palazzo Dattili. Via Emilia
Chiesa di S. Sebastiano. Via Emilia
Oratorio di Santa Caterina. Via Dal Verme
Oratorio del Crocefisso. Via XX Settembre
Ospedale Civile. Via Emilia
Chiesa Rossa o di S. Ilario. Via Tempio di Cavalleria
Castello Visconteo. Piazza Liberazione
Caserma Zanardi Bonfiglio. Via Gramsci
Chiesa e Convento S. Maria delle Grazie. Via Pietracqua
Istituto Agrario Gallini. Corso Genova
Ex Orfanotrofio. Viale Repubblica
Ex Ospedale psichiatrico (già monastero S. Maria). Viale Repubblica
Resti Ponte Romano

Pubblici Esercizi (Per
le altre attività vedere
allegati)

Adorato Domenico
Via Garibaldi, 179
Voghera

Albano Mario
Via Emilia, 232
Voghera

Armandola Marco
Via Amendola, 031
Voghera

Azzarito Maria
Via Topia, 5
Voghera

Bardoneschi Paolo
Via Mazzini 10
Voghera

Barrale Arianna
Via Turati 15
Voghera

Bellani Bruno
Via Bassi 17
Voghera

Bellini Romina
Via Turati 9
Voghera

Betta Cinzia
Via Lomellina 21
Voghera

Bigi Cristiano
Via Lomellina 30
Voghera

Bondk Salem
Garibaldi 95
Voghera

Bonini Rossana
Amendola 103
Voghera

Brasca Anna Maria
Lomellina 112
Voghera

Cairo Alberto
S.Bovo 4
Voghera

Camporotondo
Francesca
Carducci 15
Voghera

Carcione Fabio
Tortona 66
Voghera

Cattani Lairetta
Lomellina 50
Voghera

Cavallaro Ornella
Don Minzoni 39
Voghera

Cignoli Elisabetta
Rosselli 27
Voghera

Coralli Gianfranco
Liguria 7
Voghera

Cristini Giuseppe
Emilia 200
Voghera

Crudo Maria
Lomellina 27
Voghera

Cowboys Guest Ranch
D'Ambrosio Cristina
Volturno 9
Voghera

Daglia Celso
Zanardi 33
Voghera

De Luca Monica
XX Settembre 081

Voghera

Di Girolamo Maria
Papa Giovanni 041
Voghera

Di Guglielmo Andrea
Duomo 039
Voghera

Esposito Biagio
Matteotti 002
Voghera

Freguia Loretta
XX Settembre 007
Voghera

Gardella Francesco
Negrotto 003
Voghera

Ghisoni Mauro
C. Emanuele 028
Voghera

Girani Fabrizio
Emilia 112
Voghera

Greco Giacomo
Parri 004
Voghera

Gumina Elettra
Plana 059/061
Voghera

Hua Xufeng
Gabetta 001
Voghera

Inchisciano Giuseppe
Galilei 024
Voghera

Incoronato Stefania

Galleria Duomo 008
Voghera

Italiano Gaetana
XXVII Marzo 136
Voghera

Ivaldi Teresa Tortona 064 Voghera	Marangolo Gaetano Emilia 044 Voghera	Qiu En Verdi 21/c Voghera
Lancichinetti Giorgio XXVII Marzo 097 Voghera	Marraffino Daniele Plana 35 Voghera	Quaglini Barbara Emilia 211 Voghera
Lanzillotta Francesco Garibaldi 125 Voghera	Matteoli Noemi Matteotti 61 Voghera	Quintiero Vincenzo S.Ambrogio 17 Voghera
Laurenti Angela Marconi 017 Voghera	Medicina Giuseppe XXVII Marzo 2 Voghera	Quistapace Paolo XX Settembre 52 Voghera
Li Xia C.Emanuele 030/a Voghera	Mei Jiajun Furini 38 Voghera	Rinaldi Lorena Arcalini 4 Voghera
Lin Jia Verdi 28 Voghera	Mhedbi Ajmia Emilia 193 Voghera	Rossi Katia Tortona 17 Voghera
Lin Zhihui Piacenza s.n.c. Voghera	Mietta Giuliana Gramsci 11/b-c Voghera	Sanacore Massimo Lombardia 54 Voghera
Liu Jianli Matteotti 53 Voghera	Minelli Stefano Repubblica 79 Voghera	Scanarotti Nicolas Duomo 53 Voghera
Luca Elena Bobbio 12 Voghera	Miracca Francesca Rosselli 128 Voghera	Soc. Bar Bon Bon S.n.c. XXVII Marzo 84 Voghera
Magnani Pietro Alfonso Rosselli 11 Voghera	Moledda Sara Monia Anna Dell'Ospizio 8/10 Voghera	Soc. Bar Ecole S.a.s XX Settembre 90 Voghera
Mandirola Delfina Garibaldi 54 Voghera	Moretti Maurizio 1^ Maggio 17 Voghera	Soc. Bar F.Ili Leardi S.n.c. Duomo 6 Voghera
Manzi Giulia don Minzoni 078 Voghera	Pistore Patrizia Cavour 7 Voghera	Soc. Bar Giada S.n.c. Repubblica 75 Voghera
Manzi Maria Emilia 66 Voghera	Pomo Fernando Garello 15 Voghera	

Soc. Bar Paradise S.a.s. Furini 59/061 Voghera	Soc. Caffetteria San Lorenzo S.n.c. S.Lorenzo 12 Voghera	Ricotti 20-22-24 Voghera Soc. Gestisport Coop Sportiva Dilettantistica
Soc. Bar Roma S.r.l. Marconi 21 Voghera	Soc. Centro Sportivo Vogherese a r.l. Toscana 8 Voghera	Fam.Cignoli Centro Natatorio Voghera
Soc. Bar Teatro S.n.c. Emilia 79 Voghera	Soc. Chef Express S.p.A. Marconi Voghera	Soc. Glama S.a.s. Emilia 63 Voghera
Soc. Bar Vittoria S.n.c. Grattoni 18 Voghera	Soc. Coffee & Games S.r.l. Rosselli 143 Voghera	Soc. Insolito Caffè S.a.s. Emilia 190 Voghera
Soc. Beerbanti S.n.c. Zanardi 26 Voghera	Soc. Cotton Club S.n.c. S.Bovo 16 Voghera	Soc. La Locanda delle fate S.n.c. Balladore 23 Voghera
Soc. Beta Cafè Snc Amendola 1 bis Voghera	Soc. Cristallo S.r.l. Gabetta 4 Voghera	Soc. La Madama S.a.s. Duomo 31 Voghera
Soc. Bibici S.n.c. Repubblica 60 Voghera	Soc. Dalema S.a.s. C.Emanuelel 37/bis Voghera	Soc. Le Stelle s.r.l. XX Settembre 57 Voghera
Soc. Cafè Cervinia S.r.l. Gola 2 Voghera	Soc. Dolcesal S.a.s. Piacenza 185 Voghera	Soc. Le Streghe S.n.c. Barenghi 23/25 Voghera
Soc. Caffè Depretis S.n.c. Depretis 23 Voghera	Soc. Eredi di Agio Lino S.n.c. Oriolo 1 Voghera	Soc. Le Tonic S.a.s. Duomo 67 Voghera
Soc. Caffè Gallini S.n.c.. Montebello 12 Voghera	Soc. Erre.A di Repetti Maria e C. S.a.s. Scarabelli 26 Voghera	Soc. Lu.Ko S.n.c. Rosselli 103 Voghera
Soc. Caffetteria 900 S.n.c. XX Settembre 84 Voghera	Soc. Esso Italiana S.p.A. Amendola 80 Voghera	Soc. M.L.A. S.n.c. Emilia 183 Voghera
	Soc. G.G.C. S.r.l.	Soc. Milk and Coffee S.a.s. Rosselli 3/bis

Voghera	Voghera	Soc. Twenty's Street Cafè S.n.c. XX Settembre 41 Voghera
Soc. Millenium Games S.r.l. XX Settembre 22 Voghera	Soc. Pizzeria Portofino S.n.c. Matteotti 67 Voghera	Soc. Vimercati & Co. S.r.l. Duomo 1 Voghera
Soc. Mimmo's Bar S.n.c. Repubblica 1 Voghera	Soc. Polar S.r.l. Cavour 40 Voghera	Soc. Voghera Betting S.r.l. Piacenza 1 Voghera
Soc. Mix Risto S.r.l. SP. Bressana Salice Sud 27 Voghera	Soc. Roadhouse Grill italia S.r.l. Piacenza s.n.c. Voghera	Soc. Voghera Ristorazione S.r.l. Fam.Cignoli c/o C.N." Dagradi" Voghera
Soc. Movida A.G.R. S.n.c. Amendola 94 Voghera	Soc. Royal Casinò S.a.s. Bressana Salice Sud 37 Voghera	Soc. Wonka S.r.l. Emilia 81 Voghera
Soc. New City Istanbul S.n.c. Emilia 218 Voghera	Emilia 140 Voghera	Tagliani Agnese Duomo 75 Voghera
Soc. P.G. S.a.s. Lomellina 136 Voghera	Soc. Sport Group S.r.l. Sturla 8 Voghera	Veltcheva Ivanka Amendola 32 Voghera
Soc. P.M.P. S.r.l. XX Settembre 53 Voghera	Soc. Stella S.a.s. Bobbio 20/a Voghera	Vesel Adina Emilia 174 Voghera
Soc. Panificio Valle Staffora S.n.c. Piacenza 56/a Voghera	Soc. T & To Enterprise Factory Food S.r.l. Bidone n.56 Voghera	Visigalli M.Clementina Piacenza 14 Voghera
Soc. Pizza Party S.a.s. Repubblica 14 Voghera	Soc. Tambarè S.r.l. Morato 18 Voghera	Vitagliano Cinzia Emilia 273 Voghera
Soc. Pizzeria Al Vascello S.n.c. Zanardi 44 Voghera	Soc. Tesbar Snc Emilia 58 Voghera	Vitagliano Giulio Duomo 20 Voghera
Soc. Pizzeria Il Delfino S.n.c. Barbieri 148	Soc. Tiffany Bar S.a.s. Duomo 22 Voghera	Wu Yongjun Garibaldi n.65 Voghera

Xu Qingjie Duomo 037 Voghera	Visigalli Maria Clementina Piacenza 014 Voghera	Lo Stanzone – Lisandria Cesare XX Settembre 92 Voghera
Yang Xiaocheng Zanardi 6 Voghera	GELATERIE Soc. Gelateria Briz S.n.c. Duomo 64 Voghera	M.C.L. – Frassone Vittorio Duomo 70 Voghera
Zhang Renbian Ricotti 3 Voghera	CIRCOLI Anspi – Centro Sportivo Don Orione Granella 35 Voghera	U.S. Scalo - Pontiroli Franco Dettoni 7 Voghera
Zhang Renyi don Minzoni 1 Voghera	Anspi Centro Giovanile S. Rocco Meardi 13 Voghera	CINEMA Zardi Don Mario Garibaldi 158 Voghera
Zhou Shaoping Rosselli 52 Voghera	Auser Voghera Filo D'Argento Fam.Cignoli 1 Voghera	Zucchella Natalino XX Settembre 092 Voghera
Agriturismo Rossi Romina Via Scortica 15 Voghera	Centro Anziani - Montagna Rino Gramsci 2 Voghera	TEATRI Zardi Don Mario Garibaldi 158 Voghera
Agriturismo Cavagna di Gualdana Giuseppe	Club OO3 –Cappato Graziano Garibaldi 109/bis Voghera	Zucchella Natalino XX Settembre 92 Voghera
Via Gualdana 15 Voghera	Endas Centro Anziani - Torti Piero Pavesi 1 Voghera	OSTELLI PER LA GIOVENTU'
Agriturismo Pea Paolo	Endas El Ciringhito – Santandrea Simon XXVII Marzo 136 Voghera	Fondazione Adolescere
Via Cignoli 136/c Voghera	Il Ritrovo – Arona Claudio C.Battisti 1 Voghera	Repubblica 25 Voghera
Soc. Atlantic S.r.l. Bar interno Esselunga Meucci 2 a-b Voghera		BED & BREAKFAST Megassini Pier Luigi Verdi 8 Voghera
ALBERGHI Ivaldi Teresa Tortona 51 Voghera		Tarditi Roberto Covini 6 Voghera
Soc. Nuovo Corona S.r.l. Rosselli 11 Voghera		
Soc. Tambarè S.r.l Morato Voghera		

Piano di Promozione del Distretto

Nella fase di messa a punto del Piano di promozione, sarà realizzato un attento Piano di Marketing, partendo dall'analisi della situazione in atto.

- Trend passato
- Analisi degli scostamenti (tra obiettivi del Piano precedente e risultati effettivi)
- Valutazione delle cause degli eventuali scostamenti

Si procederà alla definizione delle variabili esterne

- Macroambientali (socio culturali, economiche, tecnologiche, politico-legislative)
- Microambientali (domanda, concorrenza)

per arrivare a definire il Posizionamento, che si intende raggiungere.

- Definizione dei segmenti obiettivo e del posizionamento relativo

Si procederà a mettere a punto un pacchetto di Azioni di marketing mix

- Politica di prodotto ed eventuale riprogettazione del processo di erogazione
- Politica di comunicazione interna
- Politica di comunicazione esterna
- Eventuale politica di prezzo

e i relativi Piani operativi di azione, con i Tempi di azione, responsabilità ed economics.

per arrivare a definire i Risultati attesi con un piano di Indicatori .

Il Piano di Marketing consente di raggiungere quattro importanti risultati

- Permette di formulare in modo esplicito gli obiettivi e definire un budget preventivo di azione
- Rappresenta un efficace strumento di comunicazione interna per la condivisione degli obiettivi e delle strategie
- E' uno strumento di comunicazione esterna per il coinvolgimento degli soggetti portatori di interessi
- E' uno strumento di controllo dell'effettivo concretizzarsi degli obiettivi formulati

Lavorare su un Piano chiaro e condiviso, impostato su dati certi oggetto di attenta condivisione, costituisce per il DUC un passaggio fondamentale anche per portare gli attori locali a riflettere sulla situazione e sul ruolo che ognuno gioca in essa e quindi valutare nuovi interventi.

Voghera diventa attrattiva.

Voghera non si è mai candidata come meta turistica, si è sempre letta come città un po' rurale, tirata in su dalle colline e dalla ricca campagna e un po' urbana, nelle sue storiche officine delle ferrovie, nel rapporto stretto con il mondo del lavoro milanese.

Oggi intende valorizzare questa sua nuova vision, giocando su più piani:

- una nuova veste urbana, attenta alla dimensione storica degli spazi e delle architetture
- una rivisitazione attenta dei prodotti da offrire: eventi tradizionali, nuove iniziative di qualità, prodotti commerciali legati all'identità del territorio, accoglienza
- un piano di promozione multidirezionale, in grado di intercettare un pubblico vasto, che può andare dalla famiglia, al gastrofilo, allo storico, al ciclamatore.

Il Piano di promozione è diretto fondamentalmente al mercato milanese, tenendo ben presente l'iniziativa Expo e parte dalla considerazione fondamentale che Voghera è posta a poco più di 40 minuti di treno o d'auto da Milano, è facilmente raggiungibile e può rispondere alle esigenze di un turismo diversificato. Questo per chi arriva da fuori, ma il piano di promozione del distretto è diretto anche a chi vive a Voghera o nel circondario e vuole ritrovare il gusto di vivere i piaceri di una piccola città.

Per questo motivo il Piano promozionale intende coinvolgere in primo luogo i cittadini, le imprese, i consumatori, perché il primo elemento perché il DUC sia attrattivo è che se ne percepisca la vitalità interiore, il clima relazionale, l'atmosfera.

Digital Invasion

Il patrimonio artistico che offre Voghera rappresenta una grande risorsa per la Città. Perché questo patrimonio possa esprimere le sue potenzialità occorre intraprendere la strada dell'innovazione e cogliere i profondi cambiamenti in atto nella società moderna. Mentre in Italia permane una tendenza ad una gestione conservatrice della cultura, in contesti internazionali si è già da tempo avviato un processo di cambiamento che va di pari passo con l'evoluzione della società e quindi anche dei suoi progressi tecnologici.

L'accelerazione della rivoluzione digitale può contribuire in maniera esponenziale allo svecchiamento delle istituzioni culturali e favorire una concezione "aperta e diffusa" del patrimonio culturale. Siamo ormai da anni di fronte ad un radicale cambiamento fondato, soprattutto, su quelle nuove forme di socializzazione e di interazione con la domanda, grazie alle nuove piattaforme digitali e sociali del web. Attraverso di esse, si tende ad incoraggiare la conoscenza e la partecipazione a livello educativo e creativo dell'utenza, aumentando e personalizzando l'appeal dell'offerta culturale, e ad attivare nuovi meccanismi di interazione e confronto della produzione e fruizione della proposta culturale.

Per questi motivi l'applicazione al settore dei beni culturali delle nuove forme di comunicazione partecipata e della multimedialità, sia da considerare una occasione irrinunciabile per garantire la trasformazione delle istituzioni culturali in piattaforme aperte di divulgazione, scambio e produzione di valore, in grado di consentire una comunicazione attiva con il proprio pubblico, e una fruizione del patrimonio culturale priva di confini geografici e proiettata verso un futuro nel quale la condivisione e il modello dell'open access saranno sempre maggiori.

Internet ed i social media sono una grande opportunità per la comunicazione culturale, un modo per coinvolgere nuovi soggetti, abbattere ogni tipo di barriere, e

favorire ulteriormente la creazione, la condivisione, la diffusione e valorizzazione del patrimonio artistico cittadino.

Inoltre, internet è in grado di innescare nuove modalità di gestione, conservazione, tutela, comunicazione e valorizzazione delle risorse culturali.

L'obiettivo delle Invasioni Digitali è quello di diffondere la cultura dell'utilizzo di internet e dei social media per la promozione e diffusione delle bellezze artistiche del territorio. Ogni invasione è organizzata secondo la formula del blogtour e tutti i partecipanti potranno realizzare i loro contenuti utilizzando i canali social: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest & Youtube, tutti i contenuti realizzati saranno aggregati sulla pagina web del Distretto.

Sarà chiesto a tutti di partecipare agli eventi in programma, invadere i musei con smartphone, video e fotocamere e condividere la propria esperienza sui social media.

Inoltre sarà chiesto ai partecipanti di realizzare un semplice filmato della durata di pochi minuti dove ogni partecipante esprime il suo modo di vedere il "museo" o il monumento. Tutti i contenuti video oltre ad essere caricati sul canale youtube della Città di Voghera, saranno utilizzati per la realizzazione di un video rivolto alla promozione del nostro patrimonio artistico.

Sportello informativo, Info-point e Velostazione

E' prevista la creazione di un punto di accoglienza e informazione turistica, rivolto ai visitatori ed ai cittadini, che vogliono conoscere meglio la città e il suo circondario. Deve essere il primo biglietto da visita del DUC e quindi, per attivarlo si sta ragionando di posizionarlo presso la Stazione ferroviaria, nell'area della Velostazione

La velostazione, intesa quale spazio attrezzato per il deposito e/o il noleggio delle biciclette, sarà realizzata mediante la riconversione parziale di alcuni spazi posti al piano seminterrato dell'autoporto città di Voghera sito in Via Montebello di proprietà di ASM Voghera spa.,

Il progetto risponde alle esigenze di

- Funzionalità rispetto alle esigenze dell'utenza locale, con particolare riguardo ai pendolari che utilizzano la bicicletta per recarsi in stazione;
- Funzionalità rispetto al "sistema greenway" che trova nella prossimità della velostazione alla stazione ferroviaria uno dei suoi punti di forza (possibilità di noleggio bici per gli utenti che arrivano in treno eventualmente sprovvisti di mezzo proprio);
- Sicurezza per l'utenza.

E' prevista la fornitura in opera di n. 15 stalli a 6 posti per un totale di 90 posti bici.

Il progetto definitivo prevede al piano rialzato l'inserimento di uno spazio Info-point da utilizzare per l'erogazione agli utenti della greenway ed al turista in generale di servizi informativi.

Lo sportello di accoglienza sarà gestito dal personale del Comune, da giovani studenti delle scuole ad indirizzo turistico, da stagisti, dalle guide turistiche al fine di renderlo sempre aperto, soprattutto in concomitanza con l'avvio degli itinerari dell'attrattività.

Social Marketing e necessità di una strategia programmata di comunicazione. L'evoluzione del Sito del Distretto

Promozione del territorio e pianificazione della comunicazione

I social network sono diventati strumenti indispensabili nelle nuove strategie di marketing visti i numerosi vantaggi nella promozione culturale, turistica e territoriale. Facebook, Twitter, LinkedIn e Google + rappresentano i fiori all'occhiello nelle strategie di comunicazione online.

E' ormai un dato di fatto che i social network hanno portato numerosi cambiamenti anche nel mondo del turismo e della promozione territoriale in generale. Per promuovere una destinazione bisogna dare spazio alle passioni delle persone poiché sono le nostre passioni che ci spingono a viaggiare. Ecco perché diventa fondamentale fornire ai clienti i mezzi per poter parlare dei luoghi che visitano ed essere presenti dove si parli di noi. Occorre non pensare quanto costa essere sui social network, ma quanto costerà non esserci in futuro.

Tuttavia la presenza sui social media deve essere programmata e necessita competenze in apparenza poco evidenti. Le strategie di comunicazione da utilizzare nei social network devono essere mirate all'obiettivo che si desidera raggiungere. Numerose sono le competenze necessarie allo sviluppo e articolazione di un piano di marketing online ben strutturato. Dalla necessità di conoscere a fondo le funzionalità specifiche dei diversi social network all'articolazione di un piano di comunicazione ben definito e adatto al contesto di comunicazione, dall'utilizzo di strumenti per monitoraggio e analisi della community allo sviluppo e integrazione delle web application necessarie.

Un piano di Social Communication per il DUC Voghera

Attualmente il Distretto non è dotato di nessuna forma di comunicazione virtuale né di un sito.

Pertanto, nel realizzare l'espansione del sito del Comune di Voghera in chiave Distretto, si metterà a punto un piano di comunicazione online basato sui social media, mirato ed efficiente con lo scopo di:

- aumentare la visibilità del sito e del Distretto
- fidelizzare il pubblico (creare relazioni durature con gli utenti)
- promuovere indirettamente attraverso temi di aggregazione: sfruttare il passaparola (buzz marketing)
- ottenere feedback (conoscere le opinioni e i bisogni di utenti effettivi e potenziali)
- restituire maggior visibilità al territorio del DUC
- informare e condividere in tempo reale eventi, fotografie, video etc

si studierà una strategia di social media marketing scalare e pianificata e realizzeremo ogni attività necessaria alla promozione online sulle piattaforme social:

- creazione della pagina azienda
- definizione strategica del piano di comunicazione
- analisi dei competitor diretti e indiretti
- gestione dei contenuti
- utilizzo e progettazione di web application
- integrazione dei badge sul portale del Distretto
- pianificazione di web advertising
- monitoraggio dei risultati

Il sito del Distretto vero e proprio sarà strutturato come l'espansione del sito del Distretto del Commercio del DUC di Voghera.

Sarà l'occasione per valutare appieno le modalità più innovative da adottare. Infatti l'evoluzione delle tecnologie in ambito web si sviluppa con una rapidità sconcertante. Quello che sino allo scorso anno veniva salutato come l'avvento del web 2.0 oggi viene visto dai soggetti coinvolti nello sviluppo web come obsoleto e ci si appresta ad accogliere la nuova era del web 3.0

Non si è ancora concluso il dibattito sul Web 2.0 e sulle sue potenzialità che si apre già — e si preannuncia prego di commenti — quello sulla sua evoluzione, il Web 3.0, quella che dovrebbe segnare il passaggio definitivo dal Web site al Web service. Il Web 3.0, predecessore del real semantic Web, dovrebbe cambiare questo stato di cose, passando appunto al Web service, dove i maggiori siti avranno la possibilità di esporre pienamente le loro informazioni al mondo.

Il Piano di Comunicazione trova nel sito internet uno strumento idoneo e veloce sia all'interno che all'esterno del Distretto, in chiave di promozione del sistema commercio, turismo, servizi.

Nelle pagine dedicate al Distretto troveranno spazio le più diverse informazioni, saranno attivati link diretti con le Associazioni di categoria e con la pagina bandi di Regione e Provincia, in modo da veicolare le informazioni utili in modo semplice, diretto e senza troppi passaggi complicati del tipo "scatole cinesi". Il sito avrà una pagina istituzionale di rapporto diretto e potrà anche avviare sondaggi e chiedere suggerimenti.

Il sito web contiene tutte le informazioni promozionale e tecniche, il materiale informativo realizzato, i risultati e gli esempi di best practices attuati e dovrà costituire, grazie al suo adeguato posizionamento nei motori di ricerca e alla sua costante promozione, l'elemento primario per il contatto e la relazione con gli stakeholders.

Sul sito sarà possibile lo scambio non solo di informazioni tra lo sportello infra-territoriale e gli stakeholders, ma dovrà essere garantita la possibilità di animazione di gruppi di discussione tematici (*discussion groups*) tra gli stessi stakeholders grazie all'attivazione di una o più aree apposite all'interno del portale.

Il portale inoltre permetterà, fornendo la possibilità ai visitatori di registrarsi, di inviare newsletters ed e-mail in simultanea agli utenti registrati e/o ai gruppi di discussione.

Sul sito troveranno spazio tutti gli operatori del CTS, poiché deve essere la loro vetrina, le loro promozioni, i loro eventi, comprese fotografie e brevi filmati.

Saranno reperibili gli itinerari con tutti gli eventi i servizi ad essi collegati.

Iscrivendosi al sito, sarà possibile ricevere sulla propria mail le notizie in tempo reale e quindi poter cogliere al volo le occasioni della città.

Al sito saranno affiancato twitter, quale strumento veloce di circolazione delle notizie.

Specifiche tecniche della pagina web

Ideazione, progettazione, realizzazione, consulenza, sviluppo, aggiornamento sito web personalizzazione grafica struttura web CMS Wordpress con tecnologia Html + Php + Flash + Javascript compatibile con la legge Stanca del 9 Gennaio 2004 sull'accessibilità dei siti e portali web di carattere istituzionale, seguita dal regolamento di attuazione del 8 Luglio 2005. Sito certificato W3C

Ottimizzazione della struttura di navigazione

Gestione contenuti: redazione testi, gestione materiale fotografico, documentazione inerente al progetto, raccolta testi narrativi

Sezioni comprese:

- IL DISTRETTO: Come arrivare - Istituzioni - L'ambiente e l'uomo - Sport e Tempo libero -Itinerari in rete - Luoghi e storia
- DOCUMENTI ISTITUZIONALI: Bandi e concorsi - Atti amministrativi - - Avvisi - Bilanci - Modulistica
- SERVIZI DEL DISTRETTO: -Servizio meteo - Sistema museale - Sistematuristico -
- NOVITÀ SUL PORTALE: Eventi e tempo libero -

Feed RSS - Le notizie

IL DISTRETTO

Eventi [modulo eventi e manifestazioni]

Contatti [dati generali e form contatti via email]

Creazione link con i siti dei Partner

Modulo integrazione Google MAP

News [Sezione blog format/newspress]

Ultime notizie [ultimi articoli aggiornati nel sito]

I più letti [gli articoli più visitati]

Ultimi upload [ultimi file pubblicati nel sito]

Statistiche [conteggio visitatori, attività e dettagli]

Modulo login

Cerca nel sito [modulo ricerca articoli]

Rss [feed rss subscribe]

Traduzioni in altre lingue: inglese

Installazione codice per analisi dettagliata del traffico sul sito con attivazione account Google Analytics presso nostro centro webmaster

Invio con cadenza trimestrale, per la durata di 18 mesi, mezzo e-mail del Dashboardreport di

Google Analytics comprendente:

1 - Report generale Visite - visualizzazioni pagina - frequenza di rimbalzo - tempo medio sul sito -

Pagine/Visita - % nuovi visitatori

2 - Report generale provenienza geografica - mappa analitica provenienze visite/stato

3 - Report generale profili tecnici visitatori (browser - connessione)

4 - Report generale sorgenti di traffico (sorgenti - parole chiave)

Document management: Gestionale avanzato per upload-download documenti online(categorie e sottocategorie - permessi utenze - accessi guest - remote and local files - statistiche download - security built-in anti-leech system)

Calendario eventi avanzato - gestionale eventi e manifestazioni (titolo - categorie - date - descrizioni - immagine)

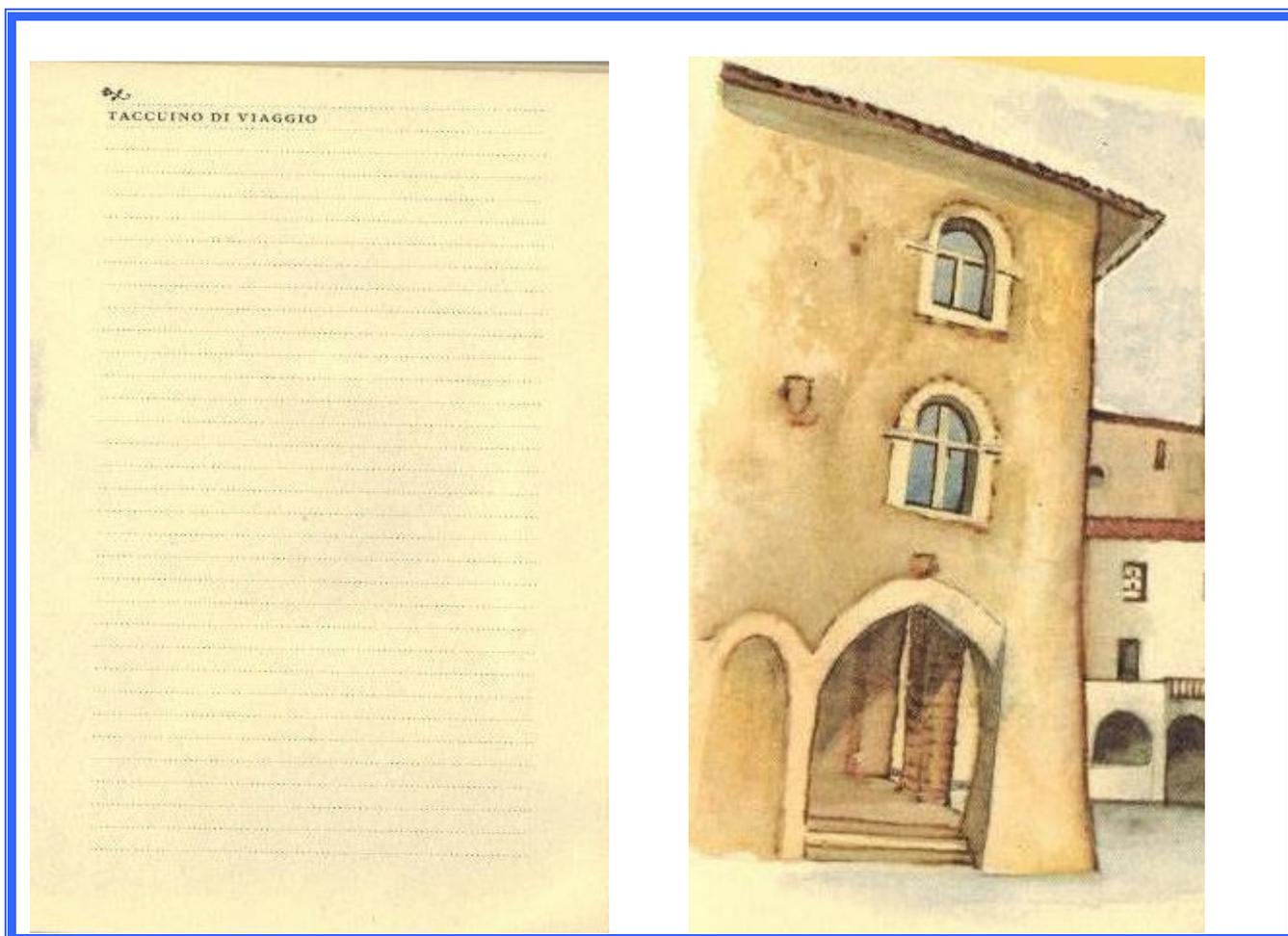
Il taccuino: lo strumento del vero viaggiatore.

Non tutti però si informano solo attraverso i sistemi virtuali; esiste anche un vasto pubblico che ama poter apprendere dai libri, consultare le guide, potersi annotare gli aspetti più piacevoli del viaggio. Il viaggiatore di scoperta, a cui mira il DUC per le sue caratteristiche di sensibilità e di capacità di cogliere le linee più intime della città culturale, è un personaggio che ama annotare una impressione, segnarsi un indirizzo, raccogliere piccoli frammenti della città da riesaminare a casa con calma.

A lui è dedicato un taccuino tipo moleskine, in cui troverà riportate le principali note caratteristiche della Città, indirizzi, servizi e poi tante pagine bianche in cui annotare luoghi in cui tornare, prodotti da comprare, persone conosciute che si vorrebbe rivedere e tanto altro.

Il taccuino diventerà una simpatica e discreta guida alla scoperta del distretto e l'amico fedele su cui anche a casa continuare a scrivere, con il nome di Voghera ... sotto gli occhi.

Sarà redatto in carta da quaderno e potrà essere offerto in omaggio ai visitatori che partecipano alle visite guidate, previste dagli Itinerari.



Comunicati stampa e articoli.

La pubblicità tabellare su quotidiani e periodici è una forma di comunicazione sempre meno efficace, soprattutto per le nuove generazioni, come ampiamente riportato da tutti gli indicatori, particolarmente in un mercato come quello italiano dove ad una perdita di credibilità si aggancia un calo di lettori ed in generale di turisti (naturalmente quando si parla di credibilità si fa riferimento alla credibilità pubblicitaria, non quella giornalistica). La stampa verrà utilizzata pertanto unicamente con redazionali sugli eventi e contatto con giornalisti specializzati (Repubblica, il Sole 24ore, La stampa, Il Giorno) per pubblicare proposte di viaggio/itinerario nel DUC nelle pagine dedicate al fine settimana.

I contatti con i giornalisti e la redazione dei comunicati e dei testi in generale sarà gestita dal manager.

Le guide

In previsione di Expo, si intende produrre una breve depliant alla Città, in formato cartaceo, su 4 ante, in lingua inglese, spagnola ed eventualmente russo. Conterrà una breve descrizione della città, numeri utili e soprattutto l'elenco delle realtà dell'area CTS utili al visitatore.

Il depliant ha la funzione di essere uno strumento veloce, a basso costo, da stampare in numero rilevante di copie, per poterlo distribuire ai visitatori stranieri, con varie modalità:

- presso info-point a Voghera
- presso gli alberghi di Milano
- nelle agenzie turistiche di Milano
- in occasione di fiere del settore
- all'interno di cartelline e kit informativi
- in convegni in area Milano
- in stazione Centrale a Milano
- ecc.

Attualmente, a livello multimediale, è già attiva a che «Voghera Interactive»: una guida storico-artistica multimediale della città consultabile direttamente sul web del Comune.

La Segnaletica

La segnaletica viene considerata una vera e propria azione di comunicazione e accoglienza.

La segnaletica turistica è il primo straordinario biglietto da visita per presentare e indirizzare i turisti sul territorio e una segnaletica di qualità contribuisce decisamente all'immagine di marca della località. Pannelli di informazione dettagliati permettono al visitatore di orientarsi meglio e ai cittadini di rafforzare il proprio senso di identità e difatti, in tal senso, l'Amministrazione ha provveduto con precedenti investimenti, ad apporre pannelli illustrativi sui principali luoghi storici e di trazione.

Sarà rinnovata e potenziata la segnaletica turistica cittadina per una maggiore informazione sui beni e sui siti di interesse storico-culturale e naturale, creando una guida passo passo per accompagnare il visitatore nelle stradine e nelle piazze della Città.

Progetto Free-Time – Proposta di collaborazione con Trenord.

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

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.

Il progetto della Provincia e Regione Lombardia relativo alla creazione della velocostazione proprio nella sede della Stazione ferroviaria completa perfettamente l'iniziativa.

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 sta lavorando per poter attivare una collaborazione con Trenord per promuovere l'iniziativa e mettere a punto specifiche offerte integrate in ambito turistico, comprensive di trasporto su treno, noleggio bicicletta, entrata musei, sconto acquisti nei negozi e nelle strutture recettive convenzionate.

Interventi strutturali e Arredo urbano

Per trasformare sempre più Voghera in un luogo accogliente, in una vera e propria meta turistica è indispensabile che la città "si rimetta in ordine".

L'Amministrazione ha portato avanti in questi anni un piano continuo di miglioramento con la riqualificazione prima di tutto del Castello visconteo e della bella piazza antistante, quindi della pavimentazione di diverse strade su cui insistono i negozi.

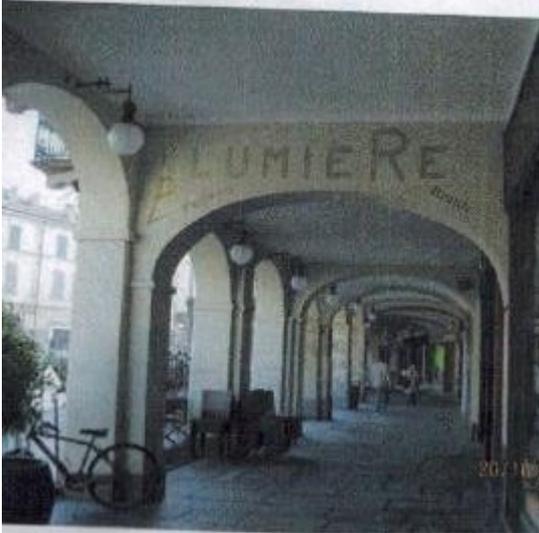
Il cuore vero della città è Piazza del Duomo, con la classica configurazione delle piazze piemontesi, contornata dai portici. I portici caratterizzano lo spazio urbano della Piazza, che costituisce il fulcro principale del centro storico di Voghera. La particolare conformazione dello spazio pubblico è contraddistinta dalla posizione dell'edificio del Duomo, collocato al centro della Piazza, di forma quadrilatera irregolare. Gli edifici storici (Pubblici e privati) che si prospettano attorno al quadrilatero della Piazza si relazionano con il contesto urbano attraverso gli ambienti porticati che si sviluppano lungo tre dei quattro lati della Piazza, interrotti solo da alcuni assi viari. Il complesso ambientale della Piazza ospita, oltre al Duomo del diciassettesimo secolo, dedicato a san Lorenzo Martire, la Cà d'Nava ed il palazzo Gunela, sede del Municipio. L'intera area ricade in zona a tessuto storico di recupero. La Piazza è sede storica del mercato settimanale, luogo di scambi, contrattazioni, incontri. Sotto i portici si trovano ancora negozi storici, come la famosa Drogheria Leardi, dove è possibile acquistare ogni sorta di caramelle, cioccolatini, caffè, sulla piazza si affacciano bar, negozi di prodotti tipici. Attualmente però i portici sono andati sempre più deteriorandosi, si presentano bui e poco frequentati, con grave penalizzazione per i negozi che vi si affacciano.

L'Amministrazione ha valutato quindi di avviare un intervento volto alla loro riqualificazione, partendo proprio da un piano di illuminazione che migliori gli attuali livelli di qualità architettonica, di efficienza energetica, di confort visivo e di sicurezza.

Le scelte attuali consentiranno di valorizzare gli spazi pedonali pubblici, nel rispetto delle caratteristiche morfologiche e architettoniche dei luoghi, garantendo un'illuminazione che consenta un'ottimale fruizione dei luoghi e una economicità della gestione dell'opera. L'intervento è rilevante anche sul piano della sicurezza, restituendo piena luce ad una zona che sempre più stava scivolando in una sorta di "terra di mezzo".

L'intervento si completa con la possibilità per tutti gli esercizi del commercio di allestire dehors all'aperto e l'organizzazione di concerti ed eventi sul sagrato prospiciente il Duomo.

Perseguendo la logica di abbellimento della Piazza, il Comune completa l'arredo della medesima con monoblocchi composti da fioriere e panche, creando così dei mini salotti verdi in cui le persone possono fermarsi a chiacchierare.



Dal buio attuale a tante luci colorate



Azioni per le imprese.

Per la realizzazione di questi eventi, comprensivi di iniziative organizzate e realizzate dalle associazioni e dalle imprese, è strategico il ruolo dei soggetti privati, Associazioni di categoria, organismi di promozione, commercianti. Sarà aperto un apposito bando ai sensi del V° bando Distretti, cui i privati potranno accedere solo attraverso una proposta coordinata in rete.

Il bando, in allegato, è retroattivo al 25 ottobre 2012.

Le aziende coinvolte dalle iniziative di attrattività sono indicate nell'elenco allegato, elenco da ritenersi non esaustivo.

Le aziende coinvolte sono collocate lungo gli itinerari o in aree limitrofe. In allegato sono riportati tutti i nominativi delle Imprese del Commercio, turismo e servizi che partecipano al progetto degli itinerari.

Le aziende potranno candidarsi a realizzare:

- materiale promozionale specifico
- eventi musicali
- laboratori del gusto
- attivazione di customer care
- iniziative di fidelity card in accordo con Trenord.

Monitoraggio.

Per il monitoraggio degli interventi saranno utilizzati indicatori, classificati come segue:

a) *Indicatori di realizzazione* per l'analisi dell'avanzamento dei progetti dal punto di vista finanziario, fisico e procedurale; sono direttamente correlati agli obiettivi operativi delle misure:

Indicatori finanziari: descrivono l'andamento dei pagamenti e degli impegni effettuati dal beneficiario finale: % Avanzamento di spesa rispetto alla durata temporale ed al valore globale del progetto

Indicatori fisici: misurano lo stato di realizzazione fisica dei progetti: N° di interventi realizzati

b) *Indicatori di risultato*: misurano gli effetti diretti ed immediati generati dagli interventi. Questi indicatori possono essere fisici, finanziari, quantitativi e qualitativi e sono direttamente correlati agli obiettivi specifici: vedi tabelle seguenti;

c) *Indicatori di impatto*: misurano gli effetti strutturali degli interventi rispetto alle principali variabili

socioeconomiche, e sono direttamente correlati agli obiettivi globali (Rafforzare e migliorare lo sviluppo del sistema territorio nel suo complesso) La loro quantificazione, farà parte integrante della valutazione *ex post*.

d) *Indicatori qualitativi*:

- Grado di soddisfazione degli utenti
- Grado di soddisfazione dei beneficiari /operatori
- Qualità dei servizi erogati

Sulla base di tali indicatori sarà possibile derivare i seguenti indici:

a) Indici di efficacia: misurano la rispondenza dei risultati della realizzazione degli interventi rispetto agli obiettivi assunti. In pratica è dato dal rapporto tra risultati effettivi e risultati previsti;

b) Indici di efficienza: misurano il rapporto tra risultati ottenuti e risorse mobilitate.

Obiettivo 1: potenziale la attrattività e competitività del distretto

Tematica	indicatore
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▫ 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
Commercio e ristorazione	<ul style="list-style-type: none"> ▫ 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
Servizi	<ul style="list-style-type: none"> ▫ 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
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▫ 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

Obiettivo: rafforzare e migliorare lo sviluppo del sistema territorio nel suo complesso

Tematica	Indicatore
Aumento attrattività/dinamicità dell'area	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Aumento della percezione di miglioramento dell'offerta e dell'attrattività in genere dell'area rilevata tramite indagini di customer satisfaction ▫ creazione di nuovi pacchetti turistici, iniziative ed eventi che interessano l'area di riferimento, ▫ 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.....) ▫ il livello di soddisfazione della domanda turistica; ▫ la diffusione della cultura, tra le imprese, delle tematiche collegate alla sostenibilità turistica; ▫ la creazione dello strumento di partenariato permanente per fund raising e innovazione; ▫ il grado di diffusione di cultura e sistema digitali nelle imprese e nelle organizzazioni turistiche del Distretto; ▫ la percentuale di rapporto e il trend tra investimenti e arrivi turistici, ▫ la percentuale di crescita dell'incoming internazionale; ▫ il valore aggiunto e l'occupazione generati; ▫ il tasso di stagionalizzazione; ▫ il tasso di spesa turistica; ▫ la crescita di visibilità e reputazione del brand sul web e sui principali mercati esteri;

CRONOPROGRAMMA

Attività	2012			2013												2014		
	Ottob.	Nov.	Dic.	Genn-	Febb-	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Set.	Ottob.	Novem-	Dicem-	Gen-	Febb-	Marzo
Gruppo redazionale																		
Manager Senior																		
Manager Junior																		
Piano formazione																		
Mappatura																		
Porte aperte al castello Visconteo																		
Danzando sotto le stelle																		
Segnaletica per gli itinerari																		
Digital Invasion																		
Taccuino																		
Depliant																		
Espansione sito																		
Riqualificazione piazza. Illuminazione																		
Iniziative privati																		
Monitoraggio																		
Periodo Expo																		

