



IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ "LE VIE DI TERRA E DI ACQUA"
**"Distretti dell'attrattività. Iniziative di area vasta per l'attrattività territoriale integrata
turistica e commerciale della Lombardia (Linea B)"**



Segrate, Novembre 2014

●	PREMESSA E MOTIVAZIONI DELL'AGGREGAZIONE	Pag.	4
●	IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ "VIE DI TERRA E DI ACQUA"	Pag.	7
	- L'aggregazione territoriale		
	- Il Partenariato		
	- Responsabilità e ruoli specifici dei soggetti coinvolti		
	- Le sinergie da attivare e i soggetti da coinvolgere		
	- La governance del DAT: organi e sistema di funzionamento		
●	IL CONTESTO DI RIFERIMENTO	Pag.	19
	- L'accessibilità al DAT		
	- Il sistema di piste ciclabili		
●	L'ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA	Pag.	24
	- La popolazione residente come componente "interna" della domanda turistica		
	- La domanda turistica		
●	ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO: GLI ASSETT FONDAMENTALI DEL DISTRETTO	Pag.	28
	- L'offerta commerciale		
	- L'offerta turistica		
	- L'offerta ricettiva e di ristorazione		

● ANALISI STRATEGICA DEL DAT	Pag.	54
- La Swot Analysis		
- Vision, strategia e obiettivi		
- La vision del DAT		
- Il posizionamento del DAT nel quadro di riferimento della Regione Lombardia		
- Le linee strategiche generali di sviluppo del DAT		
- La segmentazione della domanda e le linee strategiche di sviluppo del mercato		
- Obiettivi di posizionamento e leve di azione		
- Il piano di marketing: le azioni e gli interventi		
- Coerenza e valore sinergico del progetto in funzione di Expo 2015		
- La coerenza del DAT con altri strumenti di programmazione in tema di commercio e turismo		
● IL PIANO DEGLI INTERVENTI	Pag.	76
- Misure di incentivazione degli esercizi commerciali e turistici		
- Sviluppo e valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale territoriale		
- Interventi per la promozione e l'accoglienza		
- Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale		
● GLI ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL DAT E IL PROGRAMMA DI INTERVENTO	Pag.	109
● IL PIANO FINANZIARIO	Pag.	112
● GLI INDICATORI DI PERFORMANCE E L'IMPATTO DEL PROGRAMMA DI INTERVENTO	Pag.	122
● IL CRONOPROGRAMMA	Pag.	127

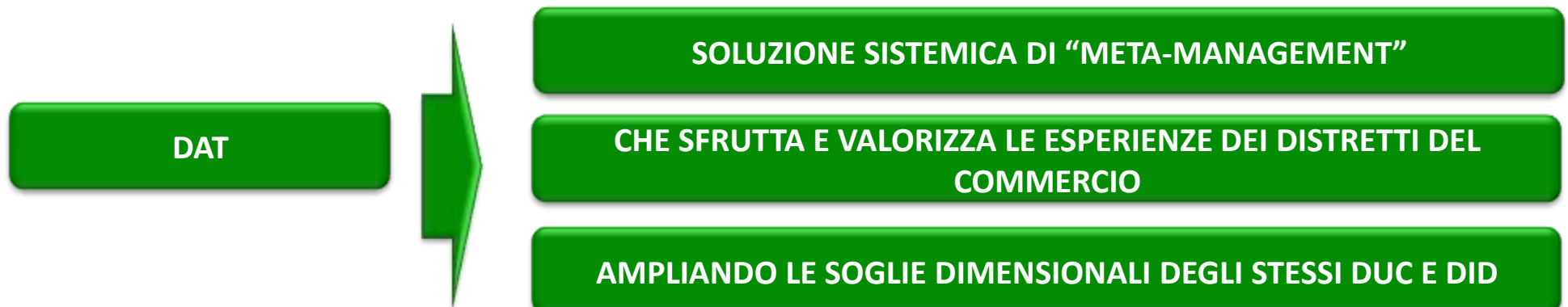
PREMESSA E MOTIVAZIONE DELL'AGGREGAZIONE



- I territori sono “prodotti complessi” che rispondono con un articolato sistema di funzioni a un insieme variegato di bisogni della popolazione: da quello abitativo (funzioni residenziali), a quello di sviluppo individuale e collettivo (funzioni educative), da quello di approvvigionamento (funzioni commerciali), a quello economico (occupazione) e a quello dei servizi alla persona (sanità).
- Al tempo stesso i territori sono “prodotti turistici” che completano e integrano le funzioni dedicate alla popolazione residente in particolare con riferimento al contributo alla creazione di occupazione e ricchezza.
- In quanto “prodotti” i luoghi si trovano in competizione tra loro. Sotto questo aspetto è ormai evidente che, con lo sviluppo della mobilità e dei collegamenti, così come quello della comunicazione (internet), tale competizione sia oggi:
 - allargata sul piano internazionale (le località italiane competono per attrarre turisti italiani e stranieri con tutte le altre possibili destinazioni mondiali);
 - si svolga tra sistemi turistici più vasti delle singole località (regioni, riviere, valli, comprensori, rispetto a singoli comuni).
- Tutto ciò comporta la necessità di avere una dimensione minima per ottenere risultati apprezzabili di visibilità e risorse sufficienti per organizzare l’offerta in modo competitivo.



- Queste considerazioni sono state condivise dai Partner del progetto di DAT che ritengono vitale la funzione del turismo al fine di supportare non solo le attività di commercio e dei servizi, ma anche per sostenere tutta l'economia del territorio.
- Lo strumento del DAT proposto da Regione Lombardia è stato recepito e apprezzato perché assolutamente idoneo per affrontare la complessità della competizione:
 - superando i limiti della frammentazione amministrativa del territorio;
 - perseguendo economie di scala e sinergie tra i soggetti partner e tra tutti gli *"stake holders"*;
 - ricercando soluzioni di coordinamento.
- A tal fine il DAT in progetto ha sfruttato, nella fase di condivisione degli obiettivi tra i soggetti Partner, l'esperienza di meta-management e di condivisione dei piani di sviluppo maturata all'interno dei DUC di Segrate, di Cernusco sul Naviglio, di Pioltello e del DID della Martesana (Melzo e Vignate), che operano ormai da diversi anni. In tal senso il DAT si prospetta come una "rete di reti" o una "meta-rete" che ha l'ambizione di portare su una scala più elevata l'esperienza dei Distretti del Commercio e di rappresentare una prima applicazione pratica di una strategia di coordinamento territoriale su area più vasta.
- Naturalmente l'omogeneità territoriale e culturale del territorio ha favorito la condivisione del progetto.

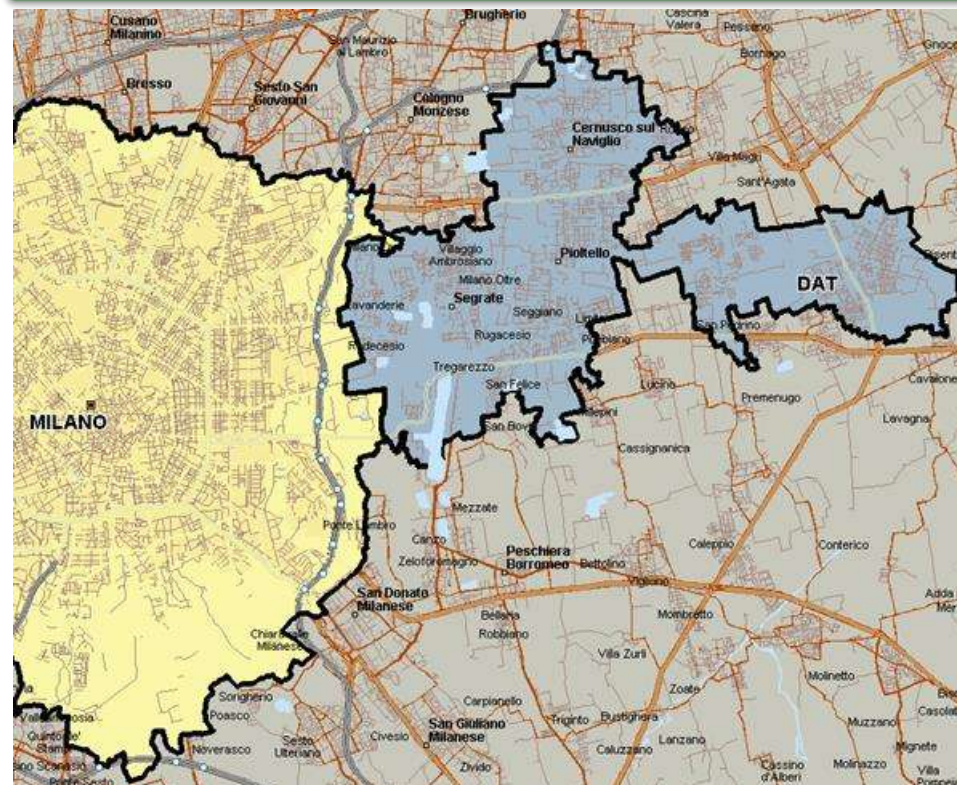


IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ “LE VIE DI TERRA E DI ACQUA”



- Il progetto Distretto dell'Attrattività «LE VIE DI TERRA E DI ACQUA» ha come oggetto la porzione di territorio localizzata nella fascia nord-est della Provincia di Milano, al confine con l'area metropolitana.
- Il Distretto si compone di cinque Comuni (Cernusco sul Naviglio, Melzo, Pioltello, Segrate e Vignate), un'aggregazione **VASTA SE SI CONSIDERA IL NUMERO DI ABITANTI** (oltre 130'000) e **L'AMPIEZZA TERRITORIALE** (oltre 62 Km quadrati di superficie).
- Nonostante la conformazione fisica, il territorio si presenta omogeneo e si caratterizza per essere anche storicamente un'area di connessione tra il polo di Milano e il Nord Est, a partire dalle province lombarde di Milano e Brescia fino a Venezia.
- Questa localizzazione ha fatto sì che il territorio del DAT abbia da sempre svolto un doppio ruolo, da un lato, di complemento dell'area urbana e metropolitana, dall'altro, di ponte verso Oriente.
- Questo ruolo si è ulteriormente amplificato con l'aeroporto di Milano-Linate, situato nel territorio comunale di Segrate e comunque contiguo a tutto il DAT.
- Dal punto di vista del ruolo di complemento, il territorio infatti ha sempre contribuito non solo in termini quantitativi, ma soprattutto qualitativi alle funzioni:
 - Residenziale
 - Economico-Produttivo
 - Naturale

IL DAT



- Sul **PIANO RESIDENZIALE**, l'area distrettuale presenta zone densamente urbanizzate.
- Al di là dell'aspetto quantitativo, ciò che qualifica il territorio dal punto di vista residenziale è la varietà e la qualità dell'offerta. Infatti nei comuni del territorio sono inserite aree residenziali di pregio dal punto di vista degli standard abitativi e di progettazione; i complessi abitativi, sia di nuova edificazione, sia di recupero di manufatti agricoli, sono spesso immersi e integrati nel verde. Il territorio, infatti, ricade per buona parte all'interno del perimetro del Parco Agricolo Sud Milano; si caratterizza inoltre per la presenza di un paesaggio agrario e dal sistema irriguo superficiale ad esso collegato (Naviglio Martesana, fontanili, cavi, rogge) che in alcuni casi assume caratteri di rilevante pregio naturalistico.
- Infine, il territorio offre numerose opportunità di servizi di supporto alle funzioni residenziali, sul piano della sanità, dell'educazione e dell'intrattenimento. In particolare sono presenti oltre alla prima sala cinematografica tecnologicamente avanzata di Melzo e alla più recente multisala di Pioltello, numerosi impianti sportivi pubblici (tra i quali l'Idroscalo) e privati, tra cui il Molinetto Country Club di Cernusco sul Naviglio, uno dei più vicini, se non il più vicino, al centro di Milano.



Per tale motivo i comuni del DAT sono stati in passato e continuano ad essere scelti come luogo di residenza da tutti coloro, milanesi e non, che cercano un luogo vicino alla città e alle opportunità della metropoli, ma dove vivere con meno stress in un ambiente più ricco dal punto di vista naturale.

- Dal punto di vista **ECONOMICO-PRODUTTIVO**, il territorio del DAT ha sempre offerto opportunità che si sono evolute e arricchite nel tempo dall'originaria attività agricola (che ancora caratterizza buona parte del territorio), a quella artigianale e industriale, al terziario.
- In particolare il territorio del DAT ospita numerose sedi produttive e direzionali di importanti aziende nazionali e internazionali (IBM, Mondadori, Esselunga, Fininvest, 3M, Galbani, per citarne alcune). Inoltre, il tessuto produttivo è caratterizzato da un sistema ormai strutturato e consolidato di piccole e medie imprese. Anche in virtù della localizzazione geografica e degli snodi delle reti stradali e ferroviarie, il DAT ha visto svilupparsi numerosi insediamenti ed attività legate alla logistica ed alla movimentazione delle merci.
- Il territorio è infine caratterizzato da diverse cascine che sono tutt'ora operative.
- Per quanto riguarda gli **ASPETTI NATURALISTICI**, il territorio del DAT è assolutamente ricco. Oltre ai numerosi parchi e giardini inurbati nelle aree residenziali dei comuni, sono presenti ben 10 parchi (brevemente illustrati nel seguito del documento), tra i quali l'Idroscalo.
- Inoltre, il territorio è costellato di numerosi laghetti e dall'attraversamento del Naviglio Martesana che rappresenta una delle principali vie del sistema dei Navigli Lombardi, oltre che dal Torrente Molgora.



Il Partenariato si compone dei seguenti soggetti:

- **5 COMUNI PER UN TOTALE DI OLTRE 130.000 ABITANTI:**

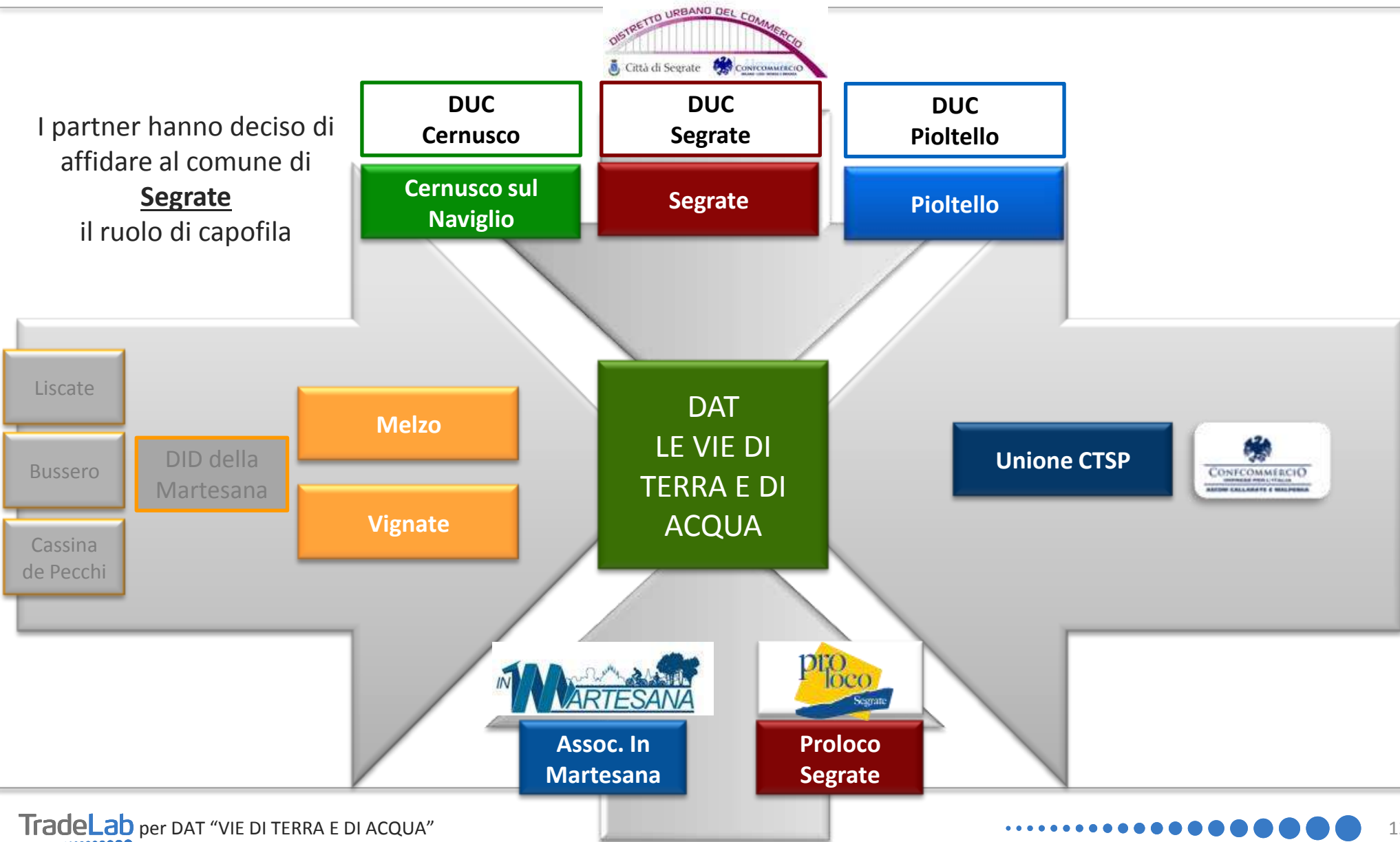
- CERNUSCO SUL NAVIGLIO
- MELZO
- PIOLTELLO
- SEGRATE
- VIGNATE

Tutti i comuni fanno parte di **DISTRETTI DEL COMMERCIO**. Si tratta in particolare di 3 Distretti Urbani (Cernusco sul Naviglio, Pioltello e Segrate) e di un Distretto Diffuso (il Distretto Commerciale della Martesana, di cui fanno parte Melzo e Vignate).

CAPOFILA DEL DAT: Segrate, già Capofila del Distretto del Commercio di Segrate

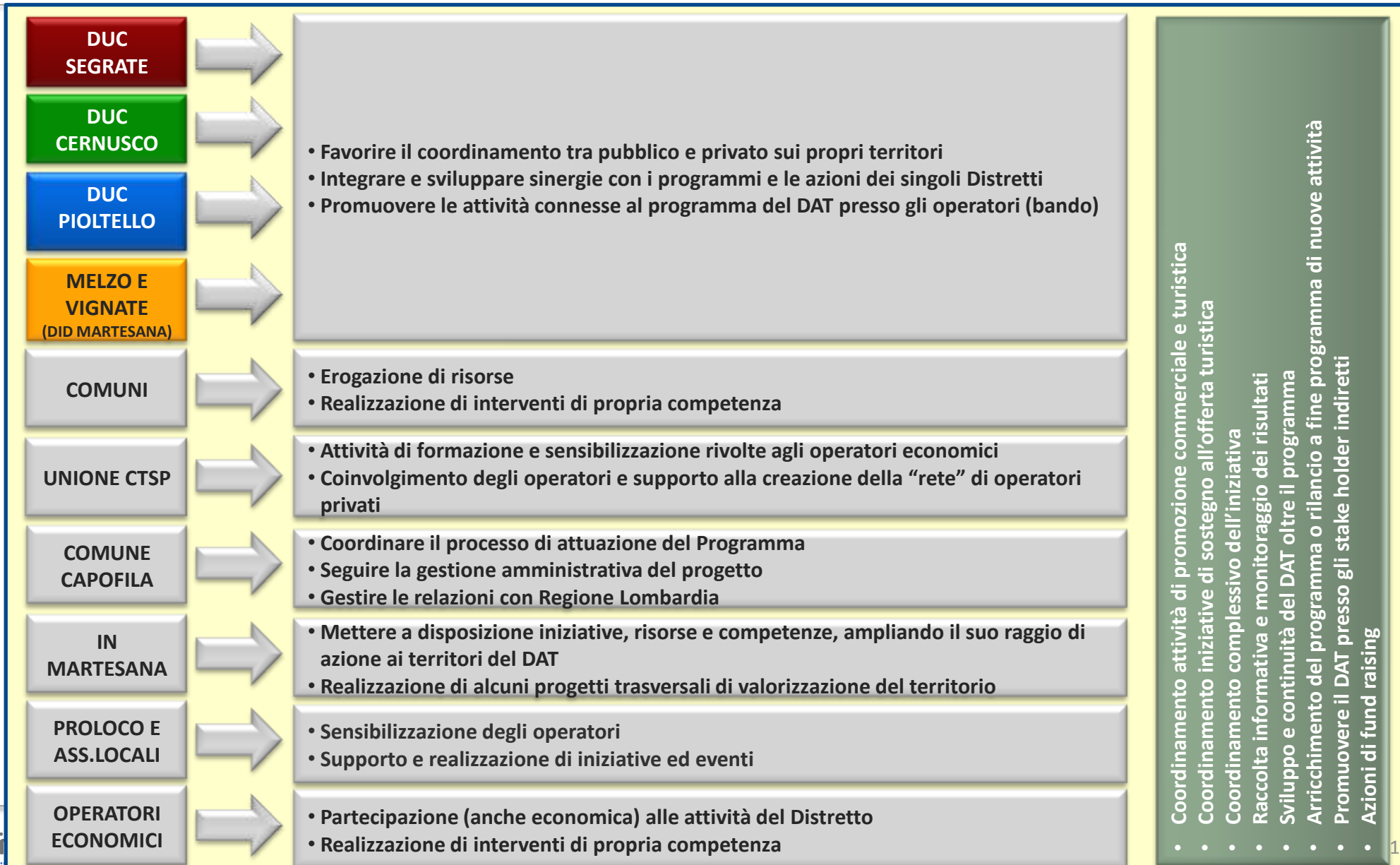
- **UNIONE DEL COMMERCIO, DEL TURISMO, DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO**
- **ASSOCIAZIONE CULTURALE IN MARTESANA**
- **PROLOCO DI SEGRATE**

I partner hanno deciso di affidare al comune di **Segrate** il ruolo di capofila



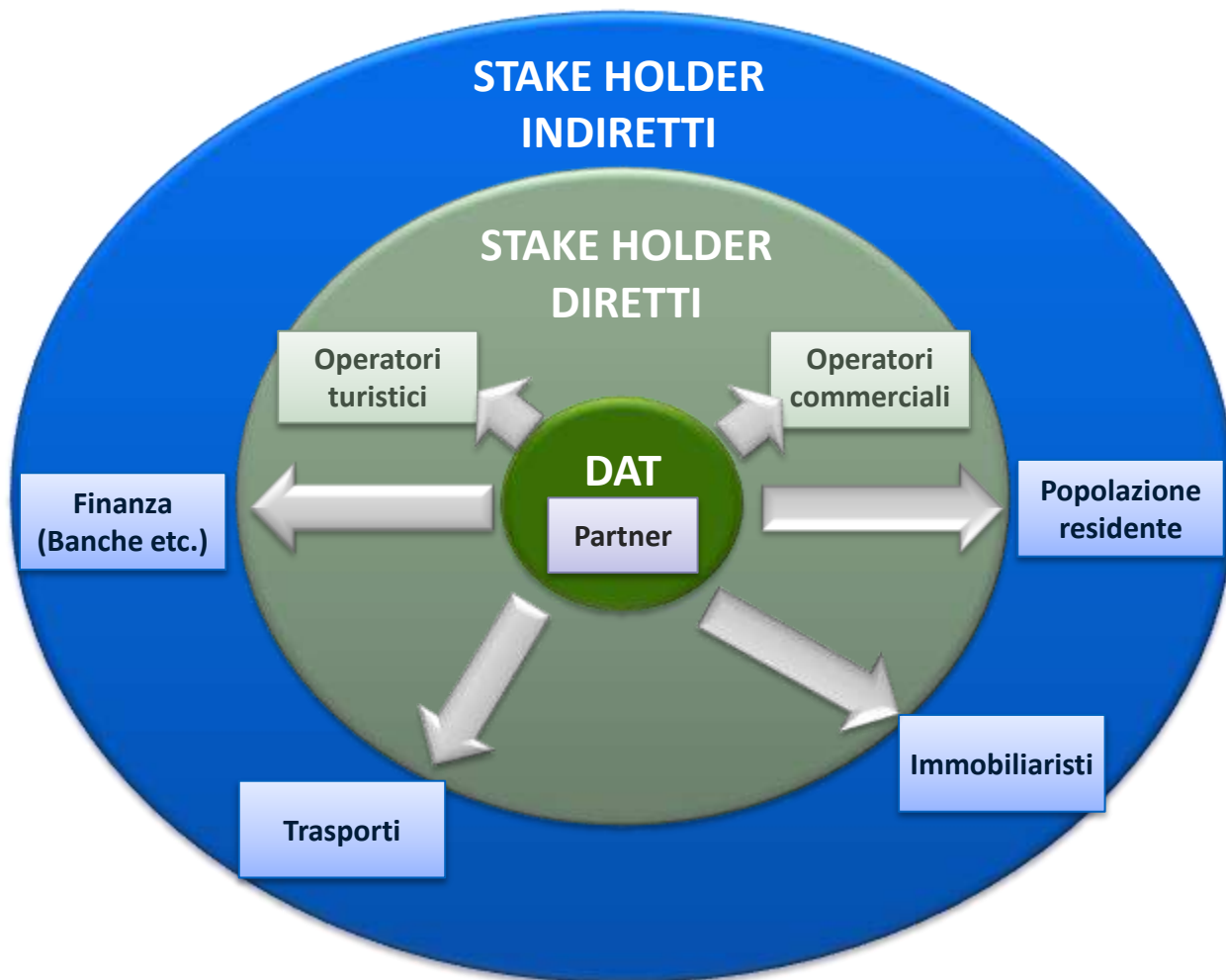
- Il partenariato del DAT, **nella sua composizione, riesce a mettere in gioco molteplici e differenti risorse e ad attivare preziose sinergie con altri attori del territorio non solo locale, ma anche provinciale e regionale, garantendo il confronto con gli altri strumenti di programmazione e promozione territoriali e con le loro azioni.**
 - Il **Comune di Segrate**, in qualità di Capofila (già **Capofila del Distretto del Commercio di Segrate**), si occuperà di coordinare il processo di attuazione del Programma di Intervento e rappresenterà il partenariato nei confronti di Regione Lombardia, espletando tutte le azioni (amministrative/contabili, finanziarie, di rendicontazione, ecc.) richieste.
 - I **Comuni** permettono di tracciare una continuità con i **Distretti del Commercio**. Si ricorda che tutti i Comuni appartengono a Distretti del Commercio e, in quanto tali, si adopereranno per favorire il coordinamento tra pubblico e privato sui propri territori, integrando e ricercando possibili sinergie con i programmi e le azioni dei singoli Distretti; promuoveranno, inoltre, le attività connesse al programma del DAT presso i propri operatori.
 - L'**Associazione Imprenditoriale Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano** collabora fattivamente per l'individuazione, la proposta e la realizzazione degli strumenti più adeguati per **sostenere le attività commerciali**.
 - Grazie alla presenza dell'**Associazione Culturale in Martesana** (nata a gennaio 2014 con l'obiettivo di valorizzare il territorio attraversato dal Naviglio Piccolo o della Martesana, le risorse culturali, sociali, economiche e turistiche che lo caratterizzano, e che raccoglie diverse Associazioni) viene assicurata la continuità e la **coerenza con la progettualità da esso individuata per il territorio**. Come verrà approfondito successivamente, l'Associazione Culturale in Martesana mette a disposizione iniziative, risorse e competenze, ampliando il suo raggio di azione ai territori del DAT e occupandosi della realizzazione di alcuni progetti trasversali di valorizzazione del territorio.
 - Le **Proloco** e le **Associazioni locali dei commercianti** (alcuni di essi già coinvolti nelle attività dei Distretti del Commercio) garantiscono la capillarità necessaria alla sensibilizzazione degli operatori e alla realizzazione di iniziative ed eventi.
- Gli impegni dei Partner vengono definiti all'interno dell'Accordo di Distretto.

RESPONSABILITÀ E RUOLI SPECIFICI DEI SOGGETTI COINVOLTI – Uno schema di sintesi



La creazione e la gestione delle attività del DAT coinvolgono in maniera diretta o indiretta tre diverse tipologie di attori:

- I **PARTNER**: ovvero i soggetti fondatori del DAT che ne definiscono la strategia e i piani operativi verificandone costantemente la coerenza con gli obiettivi finali preposti.
- Gli **STAKE HOLDER DIRETTI**: ovvero gli operatori del settore turistico e commerciale che beneficiano delle azioni del DAT studiate appositamente per potenziare le capacità attrattive del territorio distrettuale.
- Gli **STAKE HOLDER INDIRETTI**: ovvero gli operatori dei settori che non hanno un “core business” legato al commercio/ turismo, ma che riescono ad ottenere incrementi di lavoro e, quindi, ritorni economici positivi derivanti da una presenza di popolazione (flussi) all’interno del territorio in cui operano. Tra gli *stake holders* indiretti va inserita anche la popolazione residente che trarrebbe beneficio dall’incremento del benessere economico del territorio e dall’aumento del livello qualitativo dell’offerta commerciale.



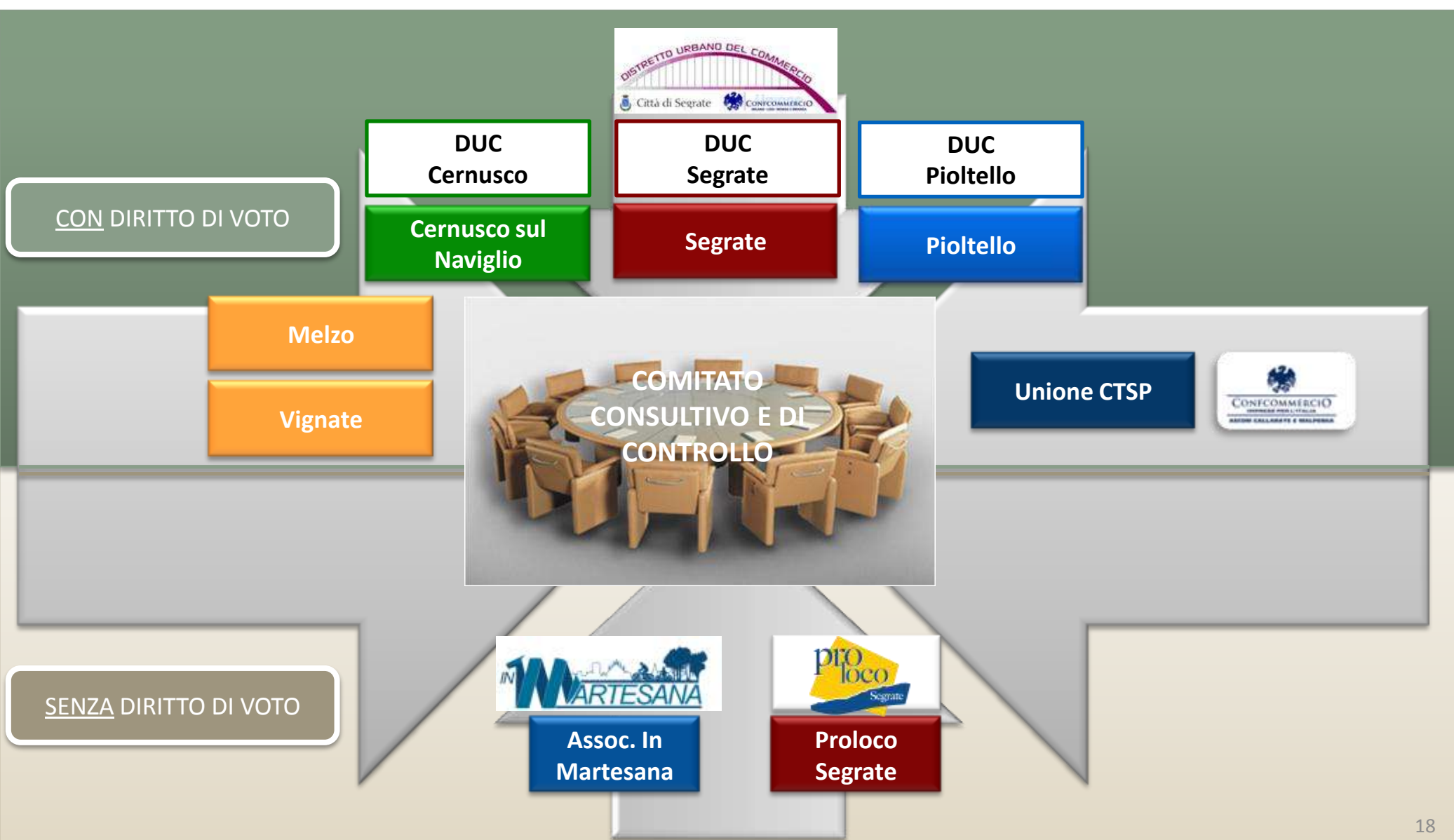
- L'attività del Distretto sarà basata sul contatto continuo, attraverso tavoli operativi e altre iniziative rivolte ai vari soggetti coinvolti, finalizzati alla creazione delle necessarie sinergie. Tra gli strumenti che saranno creati ci sono:
 - un Gruppo di Lavoro Marketing e Comunicazione, che avrà il compito di individuare un programma di iniziative promo-comunicazionali su cui lavorare;
 - contatti con gli operatori commerciali, del turismo e dei servizi, finalizzati alla raccolta delle adesioni al progetto del Distretto (e dei relativi contributi, di idee e di risorse);
 - incontri con altri Comuni e Distretti, per attivare progettualità in comune e sfruttare tutte le sinergie possibili;
 - un tavolo di lavoro con altre istituzioni e associazioni private del territorio, anch'esso finalizzato alla raccolta delle adesioni al progetto del Distretto (e dei relativi contributi, di idee e di risorse) e al processo di promozione territoriale;
 - incontri con altri sponsor potenziali, per recuperare risorse utili alla realizzazione delle iniziative programmate.

Nonostante il Distretto dell'Attrattività, data la sua natura sistemica e mista (pubblica-privata), presenti evidenti peculiarità, il tema della *governance* può essere ricondotto ai concetti fondamentali di disegno strutturale (gli organi) e di sistemi di funzionamento (decisione, gestione, comunicazione interna, controllo), il tutto finalizzato al perseguimento degli obiettivi del Distretto in quanto tale e dei diversi *stake holders*.

Al fine di realizzare il programma di intervento del DAT, i soggetti firmatari dell'Accordo condividono fin da ora l'idea di dare vita a una struttura di *governance* "informale", istituita con l'Accordo di Distretto, che si compone di un organo: il **COMITATO CONSULTIVO E DI CONTROLLO**.

- Il Comitato Consultivo e di Controllo è composto da un rappresentante di ciascuno dei cinque Comuni e da cinque rappresentanti designati dall'Unione CTSP. Ad ogni componente spetta un voto. Gli altri Partner (Partner sostenitori) parteciperanno al Comitato a titolo consultivo e senza diritto di voto.
- Al Comitato compete ogni potere di indirizzo, coordinamento, consultivo e di controllo ai quali i partner devono attenersi. In particolare, avrà i seguenti compiti:
 - supporto all'attività di monitoraggio svolta dal Capofila;
 - supporto all'attività di verifica dell'avanzamento e dell'attuazione del programma di intervento;
 - espressione del parere preventivo vincolante, in ordine alla definizione ed attuazione in dettaglio dei progetti qualora gli stessi siano previsti soltanto a livello generale nel programma di intervento;
 - consultivi in ordine all'attuazione, esecuzione, implementazione ed, eventualmente, variazione e/o aggiornamento dei programmi di intervento;
 - propositivi in ordine al miglioramento ed eventualmente all'aggiornamento del programma di intervento.
- Il Comitato Consultivo e di Controllo si riunirà almeno 4 volte l'anno, sulla base di un calendario condiviso, e comunque ogni qualvolta lo si ritenga necessario al fine di garantire una corretta ed efficiente gestione operativa del DAT.
- Le decisioni del Comitato verranno prese a maggioranza degli aventi diritto.

LA GOVERNANCE DEL DAT: ORGANI E SISTEMA DI FUNZIONAMENTO (segue)



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO



- Il territorio del DAT è attraversato da importantissime vie di comunicazione:

- **SU GOMMA**

- SP 11 Padana Superiore
- SP 103 Cassanese
- SP 14 Rivoltana
- SP 121 Pobbiano-Cavenago
- Autostrada A52 e A8
- Tangenziale Est

- **SU ROTAIA** (grazie alla presenza di 4 Stazioni Ferroviarie e di una stazione metropolitana)

- Le linee Fs-Trenitalia Milano-Bergamo e Milano-Brescia-Venezia
- Le linee suburbane S5 (Varese-Milano-Treviglio) e S6 (Novara-Milano-Treviglio)
- Metropolitana M2 con stazione a Cernusco sul Naviglio e Villa Fiorita (zona industriale di Cernusco)

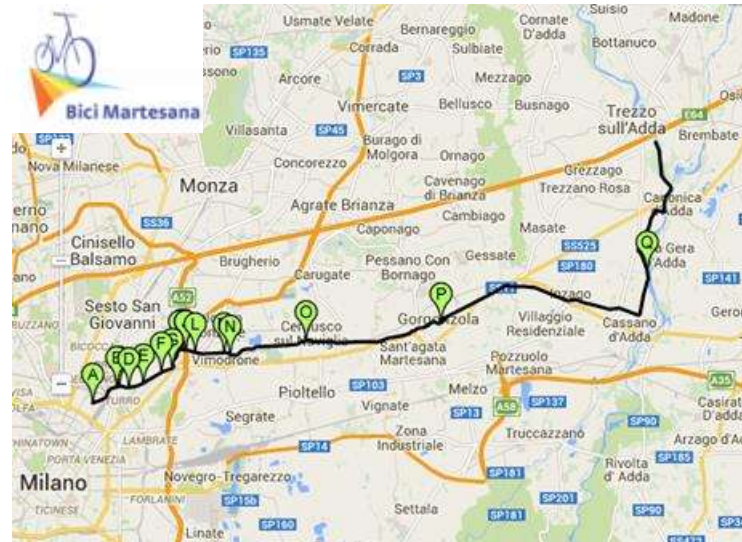
- **VIA AREA**

- Aeroporto Forlanini di Linate

- Il DAT sarà inoltre interessato dalle nuove infrastrutture Brebemi e TEEM, che faranno della Città di Melzo un nodo nevralgico per il trasporto su gomma, andando ad intersecare queste nuove vie di comunicazione con quelle già esistenti anch'esse potenziate.

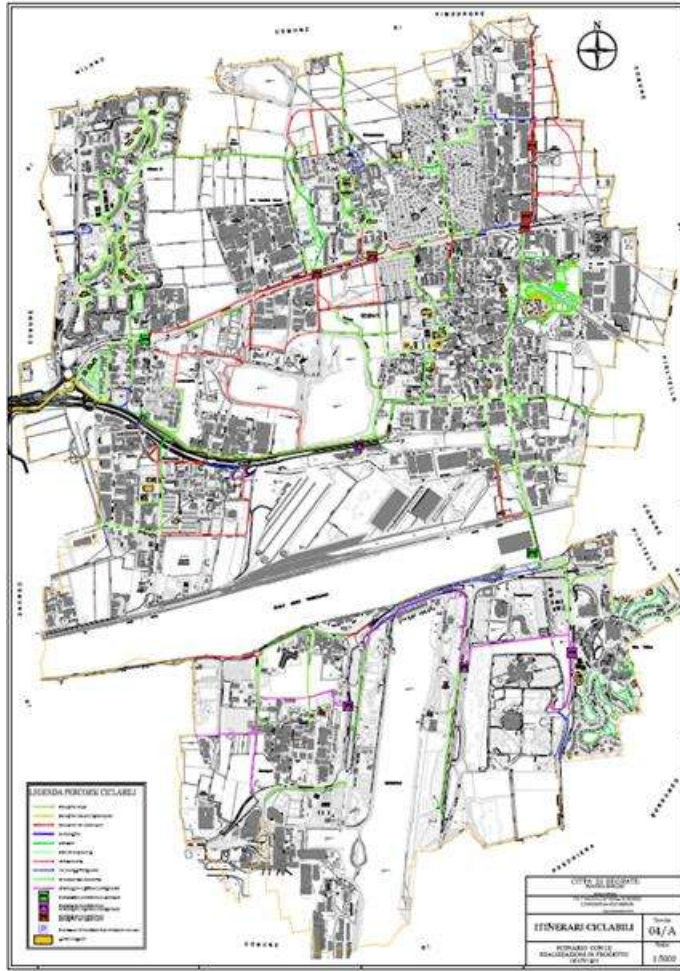


- Il DAT è infine caratterizzato da una fitta rete di piste ciclabili comunali, intercomunali e di percorsi per la mobilità dolce.
- Nel suo territorio, infatti, grazie anche al progetto BiciPlan, sono state messe in rete le piste ciclabili di alcuni comuni per collegare i diversi poli del territorio (stazioni ferroviarie, stazioni metropolitane, centri storici, parchi, ...), allungare le piste preesistenti e realizzare nuovi tratti. In particolare, BiciPlan è un programma della mobilità ciclistica di medio periodo che individua i principali percorsi ciclabili, promuove l'uso della bicicletta e prevede i principali ciclo-servizi come parcheggi protetti, ciclonoleggi, intermodalità con il trasporto pubblico.
- Il Comune di Melzo e il Comune di Vignate hanno approvato la Convenzione che istituisce il Coordinamento dei Comuni ciclabili della Martesana, le cui finalità risiedono nella volontà di diffondere le iniziative sulla mobilità sostenibile e di promuovere i progetti di mobilità ciclabile che interconnettano le reti tra i vari Comuni.
- Anche i Comuni di Cernusco sul Naviglio e di Pioltello hanno istituito un servizio di Bike Sharing (Meglio in bici) che unisce i due comuni anche con quello di Carugate.

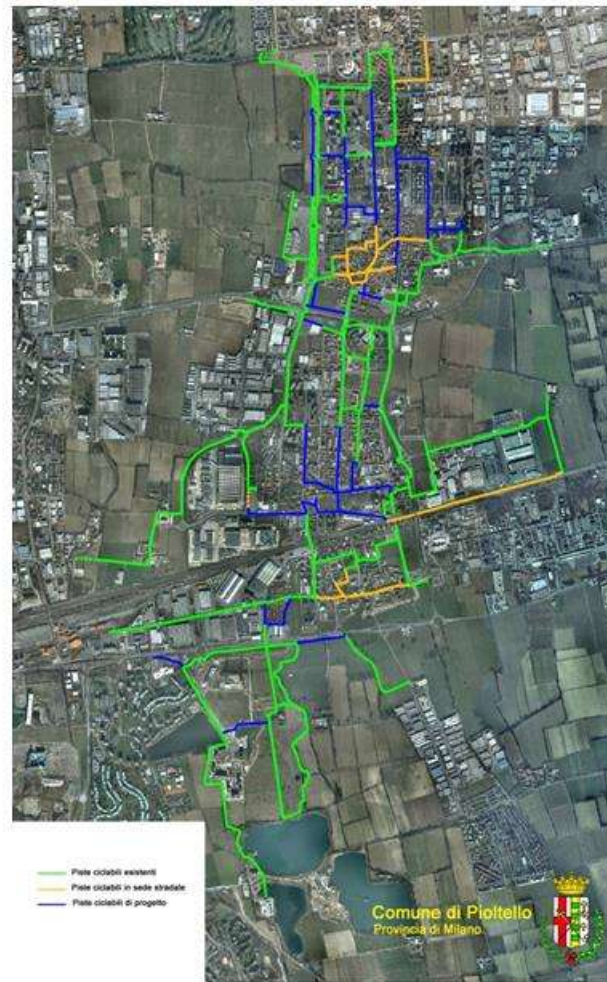


Piano della Ciclabilità della Provincia di Milano "MiBici"

SEGRATE



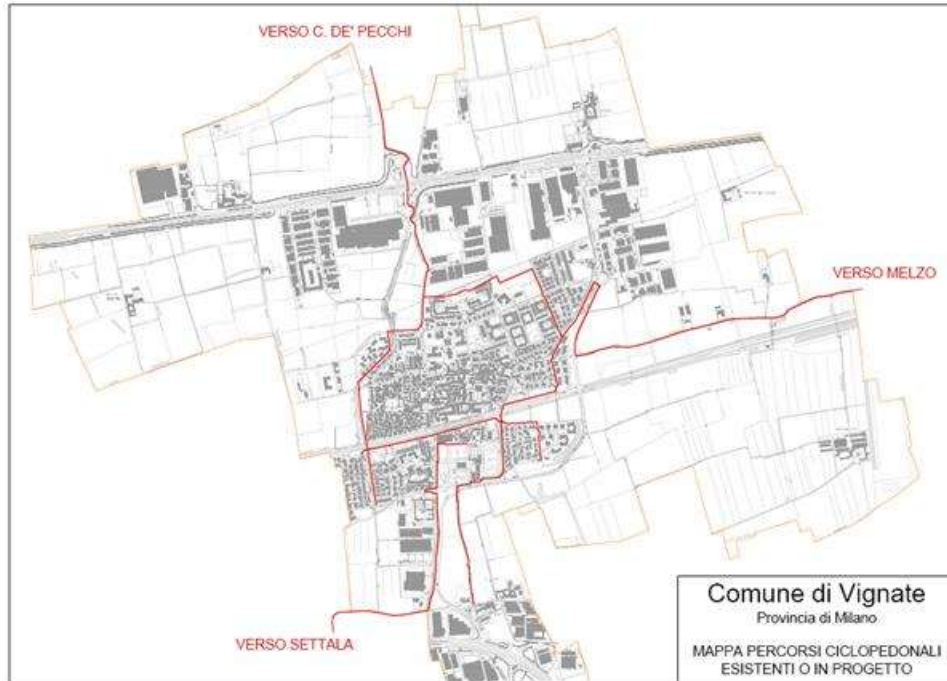
PIOTELLO



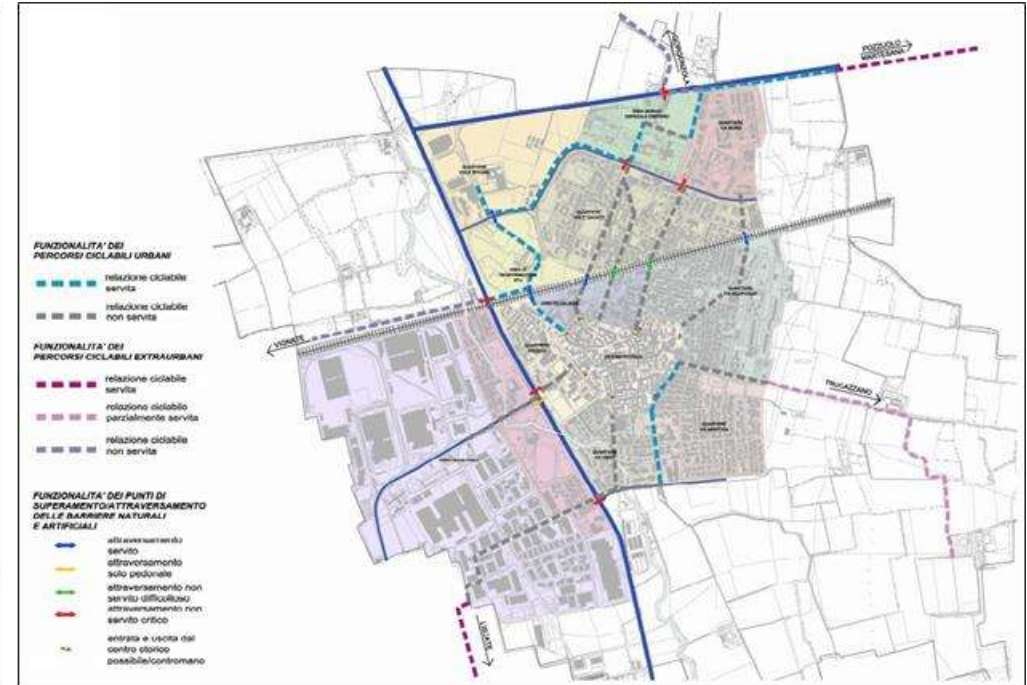
CERNUSCO SUL NAVIGLIO



VIGNATE



MELZO



L'ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA



LA POPOLAZIONE RESIDENTE COME COMPONENTE “INTERNA” DELLA DOMANDA TURISTICA

- Sul piano dei servizi turistici ed in particolare di quelli legati alle "escursioni", la popolazione del Distretto rappresenta una prima componente "interna" della domanda. Come noto, spesso infatti succede che i turisti vadano a cercare di soddisfare i propri bisogni di esplorazione, conoscenza, arricchimento personale, relax e intrattenimento in destinazioni lontane (più o meno esotiche) dalla propria residenza, senza conoscere a fondo (e alle volte neppure superficialmente) l'offerta del proprio territorio. Per tale motivo è utile innanzitutto valorizzare il territorio favorendo l'esplorazione degli abitanti dei singoli comuni nelle località degli altri comuni del DAT.

Comune	Popolazione 2009	Popolazione 2013	Variazione Percentuale
Cernusco sul Naviglio	30.599	32.527	6,3
Melzo	18.373	18.519	0,8
Pioltello	35.496	36.782	3,6
Segrate	33.916	34.611	2,0
Vignate	8.867	9.201	3,8
TOTALE DAT	127.251	131.640	3,4

Comune	Popolazione straniera 2009	Popolazione straniera 2013	Variazione Percentuale
Cernusco sul Naviglio	1.380	1.850	34,1
Melzo	1.469	1.972	34,2
Pioltello	7.369	9.156	24,3
Segrate	2.935	3.345	14,0
Vignate	590	746	26,4
TOTALE DAT	13.743	17.069	24,2

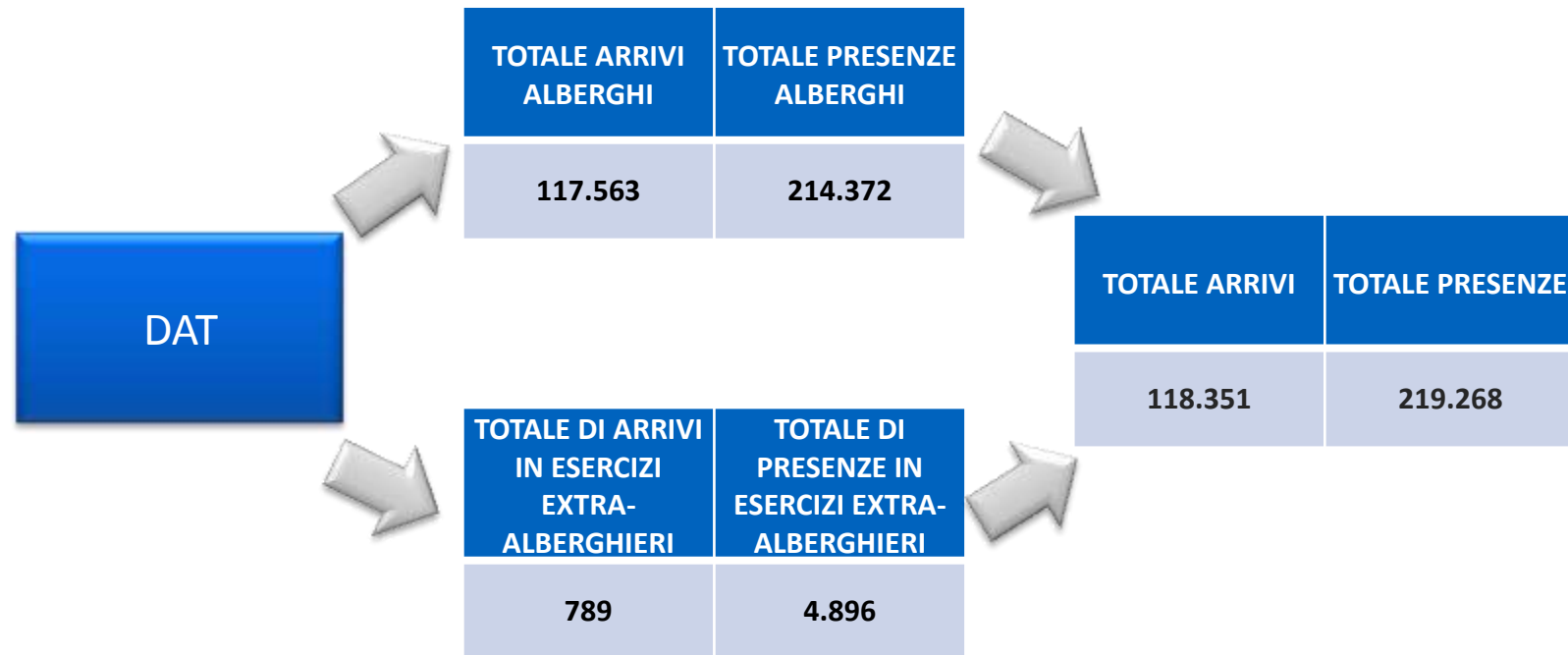
Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Istat

- La popolazione del Distretto dell'Attrattività “LE VIE DI TERRA E DI ACQUA” è composta da oltre 130.000 abitanti, in aumento negli ultimi anni.
- Il DAT è composto da quattro comuni di grandi dimensioni, classificati come Città, che superano i 30.000 abitanti, e da un solo comune al di sotto dei 10.000 abitanti.
- I comuni del DAT sono caratterizzati da un sistema insediativo articolato e complesso in cui le relazioni storiche tra i diversi centri urbani sono state modificate dalle evoluzioni economiche, sociali e, soprattutto, infrastrutturali.
- Negli ultimi cinque anni si è assistito ad un incremento della popolazione residente in tutti i Comuni del DAT.
- Questo incremento è dovuto ad interventi di riqualificazione edilizia residenziale per il recupero di ex aree industriali (come accaduto ad esempio nel comune di Pioltello), ma soprattutto al significativo incremento dei flussi stranieri in tutti i Comuni del DAT.

- Nella tabella seguente si identificano, per ciascuno dei nove macro-temi turistici individuati da Regione Lombardia nell’ambito del Documento di programmazione turistica regionale, le caratteristiche della domanda attuale nel Distretto dell’Attrattività «LE VIE DI TERRA E DI ACQUA».

TIPOLOGIA DI DOMANDA	LE CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA ATTUALE NEL DAT
1. ARTE & CULTURA	Oggi prevalentemente domanda “interna” o a carattere provinciale/regionale
2. ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE	Domanda oggi prevalentemente interna con opportunità di sviluppo (locali storici e gourmet di attrazione)
3. FASHION, DESIGN, ARTIGIANATO E SHOPPING	Domanda oggi prevalentemente interna
4. BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE	Domanda correlata alle attività economica e all’aeroporto di Linate
5. MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	Domanda prevalentemente interna al DAT e a livello provinciale
6. NATURA E GREEN	Domanda interna e provinciale/regionale da estendere e sviluppare ulteriormente
7. SPORT E TURISMO ATTIVO	Domanda interna ed esterna legata a manifestazione e alle strutture sportive
8. TERME E BENESSERE	Domanda praticamente inesistente (anche per assenza di offerta)
9. TURISMO RELIGIOSO	Domanda specifica legata al Cammino di Sant’Agostino e al percorso dei “Petali” (itinerario che segue il Naviglio e trova a Cernusco, presso il santuario di santa Maria, il punto di “timbratura” della carta del Pellegrino, come nel cammino di Santiago de Compostela). Le chiese e i luoghi di culto hanno principalmente un valore storico e culturale.

- Di seguito si riportano i valori stimati della consistenza dei flussi turistici, in termini di arrivi e presenze nelle strutture ricettive (alberghi e esercizi extra-alberghieri) presenti sul territorio del Distretto dell'Attrattività.



Fonte: stime su dati Istat

ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO: GLI ASSETT FONDAMENTALI DEL DISTRETTO



L'OFFERTA COMMERCIALE



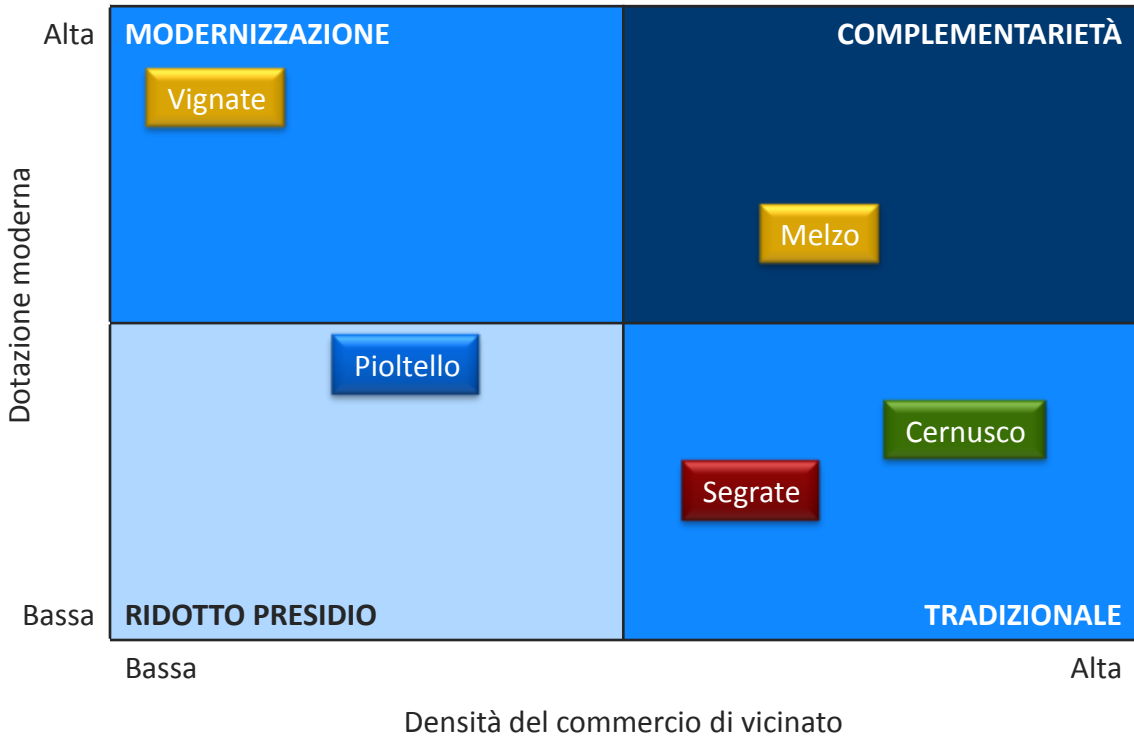
Numero di esercizi commerciali	Vicinato	Medie dimensioni	Grandi dimensioni
Cernusco sul Naviglio	328	17	-
Melzo	177	7	1
Pioltello	188	13	1
Segrate	303	7	1
Vignate	40	3	1
TOTALE DAT	1.036	47	4

Superficie totale degli esercizi commerciali	2009	2013	Variazione %
Vicinato	62.078	61.994	-0,1
Medie dimensioni	28.728	41.765	45,4
Grandi dimensioni	40.920	40.745	-0,4
TOTALE DAT	131.726	144.504	9,7

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

- Il DAT è caratterizzato da una buona offerta commerciale con un numero significativo di punti vendita, in prevalenza negozi di vicinato e medie strutture.
- Significativo l'andamento delle medie strutture che pur essendo aumentate di meno di 10 unità hanno invece quasi raddoppiato le superfici di vendita.
- Il comune di Cernusco sul Naviglio commercialmente si distingue rispetto ai comuni immediatamente adiacenti grazie alla presenza di numerose attività commerciali di piccola e media dimensione e all'assenza di grandi strutture di vendita. Questo contesto è servito a creare nel tempo un centro commerciale naturale, fortemente concentrato nel centro storico, caratterizzato da qualità e tradizione. È il comune che presenta l'indice di densità commerciale superiore.
- La rete distributiva del Comune di Segrate, secondo polo commercialmente rilevante, si caratterizza, invece, per una maggiore frammentazione e dispersione territoriale: la distribuzione commerciale ha avuto uno sviluppo di tipo diffusivo sull'intero comune, andando a fornire, in particolare nelle sue componenti di micro e piccole dimensioni, un servizio di prossimità a supporto delle diverse aree urbanizzate.
- Se Pioltello e Melzo presentano entrambe una consistenza commerciale analoga e importante (seppur inferiore a quella dei due poli precedenti), il comune di Vignate si caratterizza, invece, per una ridotta presenza di attività (nel complesso inferiore alle 50 unità), ma per un'elevatissima dotazione di servizi commerciali moderni.

- La matrice illustra le quattro possibili situazioni in cui si può trovare la rete commerciale di un territorio (ad esempio un Comune, un Distretto o un'area più vasta come la provincia e la regione). Le variabili utilizzate sono la dotazione e la densità commerciale calcolate rapportando, rispettivamente, i mq di superficie di vendita moderna e il numero di punti vendita di vicinato alla popolazione residente.
- Le singole realtà comunali del Distretto dell'Attrattività sono in questo caso posizionate in funzione del valore medio degli indicatori riferiti al Distretto stesso: si evidenziano pertanto le caratteristiche della rete commerciale dei diversi comuni, in cui possono convivere, ma in maniera più o meno accentuata, entrambe le componenti di offerta (tradizionale e moderna).



L'OFFERTA TURISTICA



- Si segnala che vi è un ulteriore parco in costruzione (approvato con delibera della Giunta provinciale lo scorso mese di dicembre), il PLIS della Martesana, un nuovo polmone verde che si estenderà lungo tutta la Martesana dall'Adda a Milano compresa.

PARCO AGRICOLO SUD MILANO



- Si tratta di un parco regionale, nato nel 1990, che comprende un'estesa area a semicerchio tra Milano e il confine sud della sua provincia, interessando il territorio di sessantuno comuni.
- Il Parco è nato con lo scopo di proteggere e valorizzare l'economia agricola a Sud Milano e di tutelare ambiente e paesaggio, mettendo così a disposizione di milioni di cittadini un enorme polmone verde e un grande patrimonio di natura, storia e cultura.
- La superficie coltivata è la più estesa ma l'ambiente naturale è connotato dalla presenza di aree boscate, parchi ed oasi naturalistiche.

PARCO BLU DEGLI AIRONI (ex cave Merlini) a Cernusco sul Naviglio



- Situato nella Città di Cernusco sul Naviglio, e inaugurato nel 2003, è l'ultimo dei grandi parchi cernuschesi.
- Il Parco sorge su un terreno pianeggiante ricoperto da una fitta e variegata vegetazione e percorrendo in discesa i sentieri che lo attraversano si arriva alle sponde di un laghetto attrezzato per la pesca sportiva.
- All'interno sono presenti anche tre caratteristici chalet che ospitano il Club Pescatori e l'associazione Scout C.N.G.E.I.

PARCO AZZURRO DEI GERMANI a Cernusco sul Naviglio



- Si estende dalla parte est alla parte ovest della Città di Cernusco sul Naviglio, abbracciando le sponde del Naviglio Martesana.
- Nel Parco sono presenti percorsi per fare jogging, un "percorso vita" e percorsi ciclabili lungo tutta l'alzaia del Naviglio della Martesana, sia in direzione Trezzo che in direzione Milano.
- All'interno del parco è presente una tribuna con il "diorama", una rappresentazione di 43 metri di diametro delle vie fluviali di Milano e provincia, e presto sorgerà un centro di documentazione sui Navigli che ora temporaneamente è ospitato dalla Biblioteca Civica.



PARCO EST DELLE CAVE a Cernusco sul Naviglio

- Si tratta di un parco locale di Interesse Sovracomunale, che comprende la Città di Cernusco sul Naviglio, ed è un'area importante per il sistema del verde nord-est milanese, sia per la sua ampiezza, sia per mantenere nel tempo la tutela del paesaggio.
- Le aree sono interessate prevalentemente da insediamenti a destinazione agricola con una presenza di cave estrattive, nonché da segni del reticolo minore (canali, fontanili) e del percorso del Naviglio della Martesana.



PARCO VERDE DELLE ALLODOLE a Cernusco sul Naviglio

- Il Parco è caratterizzato dalla presenza di una grande area di verde piantumato e del fontanile Lodi ed è situato a nord-ovest della città di Cernusco sul Naviglio.
- Il fontanile, fenomeno tipico della pianura padana, è costituito da una risorgiva da cui sgorgava acqua sospinta dalla pressione della falda che si trova pochi metri sotto il terreno. Tali risorgive venivano sfruttate per allagare le risaie nella Bassa o per irrigare i fondi agricoli, previa la loro canalizzazione.



PARCO DELLE CASCINE a Pioltello

- Situato nella Città di Pioltello, è ormai l'unica realtà di queste dimensioni, praticamente incontaminata, vicina a Milano.
- Il Parco è costituito da un'area di circa 200 ettari, compresa tra la Strada provinciale Cassanese e la provinciale Padana Superiore, riconosciuta parco sovracomunale da Regione Lombardia.
- All'interno si trovano cascine, percorsi e rogge tipiche della campagna lombarda.



PLIS ALTA MARTESANA a Melzo

- Il Parco si estende per una superficie territoriale di circa 298 ettari ed è caratterizzato da una fra le più elevate densità urbane, con una presenza di rilevanti infrastrutture per il trasporto esistenti e previste (Autostrada Tangenziale Est Esterna –TEM-, Autostrada Brescia Bergamo Milano –BreBeMi e opere connesse) le quali costituiscono un rilevante impatto ambientale che occorre mitigare e compensare.



BOSCO DELLA BESOZZA a Pioltello

- Si tratta di un'area in prossimità di Limite a sud della Rivoltana, che ha una superficie, comprese le aree di rispetto, di 50 ettari. Il Parco è stato oggetto di un intervento di forestazione, del ripristino dei fontanili esistenti, della rivalorizzazione di aree aperte e attrezzate per attività ricreative, orti sociali, percorsi ciclabili e pedonali.



AREA DEL CASTELLETTO a Pioltello

- In pieno parco Sud, comprende la Cascina Castelletto, la Cascina Croce e il Fontanile Castelletto, recuperato nel 1999 con la pulizia, il ripristino e la ripiantumazione della riva.
- Già meta di svago per molti pioltellesi è anche fonte di studio per diverse classi elementari che hanno adottato il fontanile come testimonianza di un non lontano passato e speranza per il futuro.



TENUTA INVERNIZZI a Vignate

- Visibile dalla strada Rivoltana, è una grande proprietà condotta a parco con imponenti filari di pioppi cipressino e aree boscate, alternate a fontanili e corsi d'acqua, dove vive in semilibertà un piccolo nucleo di daini, introdotto dalla proprietà.

- Si segnala che vi è un ulteriore parco in costruzione (approvato con delibera della Giunta provinciale lo scorso mese di dicembre), il nuovo Parco locale di interesse sovracomunale (PLIS) lungo il tracciato del Naviglio Martesana, un nuovo polmone verde che si estenderà lungo tutta la Martesana dall'Adda a Milano compresa, coinvolgendo anche Cernusco sul Naviglio.

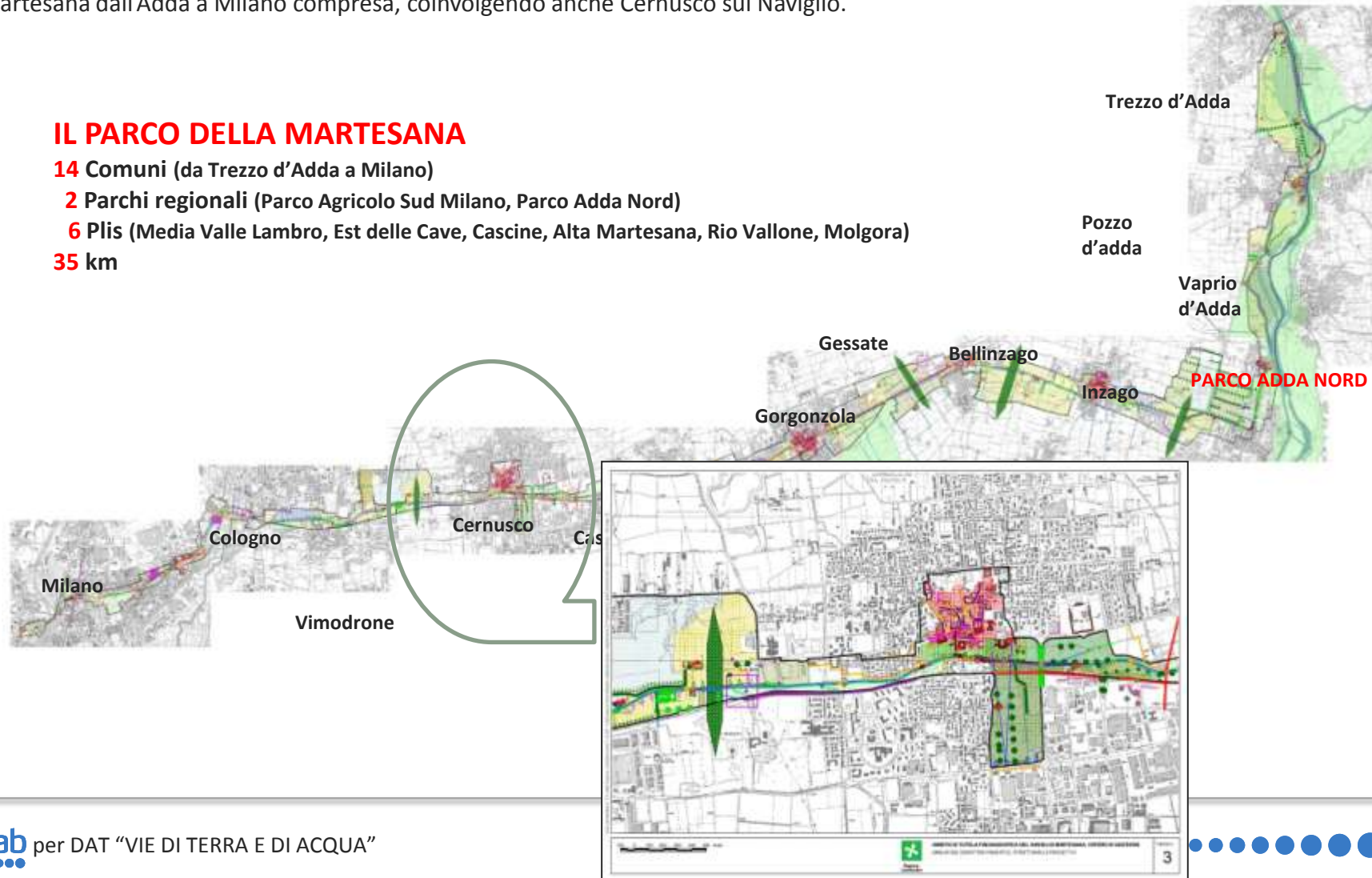
IL PARCO DELLA MARTESANA

14 Comuni (da Trezzo d'Adda a Milano)

2 Parchi regionali (Parco Agricolo Sud Milano, Parco Adda Nord)

6 Plis (Media Valle Lambro, Est delle Cave, Cascine, Alta Martesana, Rio Vallone, Molgora)

35 km



- Il Distretto offre agli amanti della natura e dello sport la possibilità di realizzare numerose attività all'aria aperta.



IDROSCALO a Segrate

- Costruito nella prima metà del XX sec. da Mussolini, non svolge più la sua funzione originaria di pista di decollo e di atterraggio di piccoli idrovolanti già dalla fine degli anni '30., situato nelle vicinanze dell'Aeroporto di Milano-Linate, è a tutti gli effetti un'importante componente del sistema dei parchi milanesi e viene definito anche «il mare dei milanesi» per le sue spiagge attrezzate.
- Le attività sportive praticate nell'idroscalo sono lo sci nautico con cable ski, la canoa (kayak, canoa canadese, canoa polo), il canottaggio, la vela (con utilizzo principale degli optimist), il nuoto pinnato (attualmente la squadra vincitrice del campionato nazionale ha sede proprio all'Idroscalo).



PISTA CICLABILE LUNGO L'ALZAIA NAVIGLIO MARTESANA

- È un'area di circa 200 ettari, compresa tra la Strada provinciale Cassanese e la provinciale Padana Superiore, riconosciuta parco sovracomunale dalla Regione Lombardia.
- Il Parco presenta cascate, percorsi e rogge tipiche della campagna lombarda.



MOLINETTO COUNTRY CLUB a Cernusco sul Naviglio

- Nato nei primi anni '80, il Molinetto deve il suo nome al vecchio mulino che funzionava con i canali del Naviglio.
- Oltre al golf, sport di elezione del circolo, è possibile praticare il tennis (14 campi in terra battuta e sintetico, quattro dei quali al coperto) e il nuoto (piscina olimpionica di 200 metri). Vi è anche una palestra e un Thermarium completo di sauna, bagno turco e massaggi.



VILLA ALARI VISCONTI a Cernusco sul Naviglio

- Per unità di progettazione e tempi di esecuzione relativamente brevi, questa Villa rappresenta un esempio unico nell'insieme delle ville sei-settecentesche lombarde. Il prestigio di questa Villa Storica è indiscutibile ed unisce imponenza a ricercatezza stilistica. La Villa figura tra i beni più amati d'Italia nella classifica de "I luoghi del cuore" FAI. Il disegno architettonico è di Giovanni Ruggeri e poggiava originariamente su una lunga spianata che proseguiva oltre il Naviglio. La fama della Villa è in buona parte affidata agli affreschi del piano terra e del piano nobile.



VILLA BIANCANI GREPPI a Cernusco sul Naviglio

- La Villa sorge su di un nucleo che risale al 1685 ma quanto ammiriamo è frutto di diversi rimaneggiamenti dovuti all'avvicinarsi di casate fino alla famiglia Greppi che seppe valorizzarla e darle una veste neoclassica.
- Risalente agli inizi del Settecento, mantiene ancora il disegno e i caratteri originali.
- La Villa è oggi sede del Municipio di Cernusco sul Naviglio.



VILLA OZZONI a Pioltello

- È l'edificio oggi meglio conservato in Pioltello Vecchia. Della sua storia racconta un pregevole articolo di Giovanni De Gaspari, apparso su uno dei Quaderni di storia e tradizione locale editi dal Comune. Si presenta come un edificio con pianta ad U, con un pentaportico a piano terra nella parte centrale, archivoltato, mentre nelle ali, fino all'inizio degli anni '80, s'intravedevano gli accessi che davano alle scuderie e ai depositi della villa.



VILLA UBOLDO a Cernusco sul Naviglio

- Fu realizzata nel 1816, in stile neoclassico, per il ricco banchiere e collezionista Ambrogio Uboldo. Il parco che circonda la villa rappresenta uno dei primi esempi di giardino all'inglese realizzati in Italia, e conserva alcuni elementi dell'impianto originale, tra cui il "Tempio della Notte", un edificio ipogeo probabilmente utilizzato per esoterici riti massonici. Attualmente il complesso è adibito ad Ospedale.



PALAZZO DELLA PESA a Pioltello

- Il Palazzo, che risale al primo periodo del '700, presenta decorazioni attorno alle porte ed alle finestre di gusto originale e leggiadro, gli interni mostravano alte sale con soffitti a cassettoni, tracce di decorazioni a fuoco e uno scalone imponente sulla testata sinistra del fabbricato. I
- I parco che era posto sul retro del palazzo, oggi non esiste più, su di esso si affacciava un grazioso balconcino in ferro battuto, impostato su mensoloni e sullo sviluppo di un cartiglio in stucco che conteneva lo stemma gentilizio.



PALAZZO TRIVULZIO a Melzo

- Il complesso architettonico trae origine da un preesistente impianto medievale, concepito in funzione di castello della città, eretto a difesa delle libertà comunali e poi via via utilizzato nel tempo e trasformato in funzione delle vicende politiche che si sono susseguite dal XIII al XVIII secolo. Dell'originale impianto oggi rimane - visibile dall'esterno - il possente torrione eretto sul lato sinistro della costruzione, mentre restando nel cortile si può osservare parte della corte che è stata realizzata con il susseguirsi di portici tra loro confinanti, e gli interessanti



VILLA TRASI a Pioltello

- Questo palazzo, già visibile nel catasto di Maria Teresa d'Austria (1764), aveva originariamente forma ad U. Proprietà a quel tempo dei marchesi Rescalli, verso la metà dell'800 fu acquistato dai signori Trasi e successivamente passò ai signori Trevisini.
- Fino agli ultimi anni del XIX secolo, alcuni locali di Villa Trasi furono sede del Municipio e delle scuole di Pioltello, poi trasferiti nel Palazzo Opizzoni. Prima di essere danneggiata da un incendio nel 1998, la villa è stata sede di varie associazioni pioltellesi.



VILLA NOGARA a Melzo

- È stata edificata tra gli anni 1910 e 1920, quando il quartiere è stato lottizzato.



TUBA MIRUM a Cernusco sul Naviglio

- Situata al centro di Piazza Unità d'Italia a Cernusco sul Naviglio, sulla quale si affaccia la maestosa Villa Greppi, questa scultura è opera del maestro del nouveau réalisme francese Arman, le cui opere sono esposte a Parigi, Berlino, New York.



M.A.F. FONDERIA D'ARTE a Pioltello

- La MAF, a Pioltello dal 2000 è testimonianza della scultura in bronzo con la tecnica della Cera Persa, com'è dai tempi di Benvenuto Cellini
- MAF nasce l'intorno al 1870, sulla scia delle vecchie Officine Milanesi, e vanta una storia centenaria che si svolge nel centro della Milano Rinascimentale.
- Da allora è diventata una realtà artistica prestigiosa per Pioltello che permette di far conoscere la città anche in ambiti artistici nazionali e internazionali. Arte e cultura si intrecciano nella storia della scultura italiana del '900.



COLONNA DI SANT'ANDREA a Melzo

- Sembra essere stata costruita nel 1704, al centro della piazza principale Vittorio Emanuele.
- Nel 1796, quando si iniziano a respirare sentimenti rivoluzionari provenienti dalla Francia, venne tramutata in "albero della libertà". Il santo venne sostituito dal berretto frigio, arricchito di tricolori presto ritornato alla sua forma originale - per venire in seguito abbattuta, probabilmente da un fulmine, ma più verosimilmente perché cambiarono le idee politiche.



EX MUNICIPIO E FONTANA MONUMENTALE a Segrate

- Il Palazzo è opera di Guido Canella e M. Achilli (1963) ed è testimonianza di una architettura importante nell'ambito del Razionalismo italiano in quanto anticipa nella rotondità quasi "romana" e monumentale dei suoi volumi la nuova forma di espressione postmoderna.
- La fontana è stata invece realizzata dall'architetto Aldo Loris Rossi in cemento armato nel 1963 nella piazza antistante il palazzo del municipio



LA SEDE DI MONDADORI a Segrate

- Opera dell'architetto brasiliano Oscar Niemeyer (1975), già creatore della capitale sudamericana Brasilia, è costituita da un complesso, circondato da un grande lago, formato da tre elementi: un grande parallelepipedo con le caratteristiche arcate e due corpi più bassi e sinuosi che sembrano fuoriuscire dal corpo centrale.



FILANDA DI PIAZZA GAVAZZI a Cernusco sul Naviglio

- L'ex opificio ottocentesco è stato il cuore produttivo di una cittadina che aveva visto la sua personale rivoluzione industriale ruotare attorno ai banchi da seta e alla produzione tessile.
- La Filanda è oggi una testimonianza di un passato industriale archiviato.

**TORRE CIVICA** a Melzo

- In origine era il campanile, unico esemplare rimasto, della Chiesa di S. Ambrogio. Essa venne fatta costruire nel 1500, lasciata incompiuta e poi abbandonata, venne demolita nel 1809. Della sopracitata chiesa rimase solamente il campanile che ora svetta isolato nell'attuale Piazza Vittorio Emanuele II. Questo frammento di storia melzese ha soprattutto un'importanza commemorativa perché la sua ubicazione, pressoché centrale rispetto alla piantina di Melzo, ricorda l'importanza sul piano storico svolta dai Signori Trivulzio, conti di Melzo. Questa torre campanaria è stata ritenuta monumento nazionale.



GROTTE DEL TEMPIO E DELLA NOTTE a Cernusco sul Naviglio

- Si tratta di un edificio ipogeo realizzato all'inizio del sec. XIX, di cui si conoscono solo altri due esempi (in Lombardia ed in Austria) e la cui natura è ancora avvolta nel mistero.
- All'edificio costruito per celebrare esoterici riti massonici si accedeva dall'ingresso di via Uboldo, sopra il quale campeggia ancora l'inquietante scritta "sempre all'entrare aperto e all'uscir chiuso". Al suo interno si estende un'articolata rete di grotte artificiali che conducono alla sala del tempio dove avvenivano le iniziazioni.



OSSERVATORIO ASTRONOMICO a Cernusco sul Naviglio

- Situato a Cernusco sul Naviglio, al numero 75 dell'Alzaia del Naviglio Martesana nella località Cascina Villa, è contraddistinto dalla bianca cupola e contiene un telescopio Newton Cassegrain da 305 mm. È l'unico osservatorio astronomico pubblico di tutta la Provincia di Milano.
- L'osservatorio è gestito dall'Associazione cernuschese astrofili e mette a disposizione i propri telescopi e le preziose apparecchiature a tutti gli appassionati di astronomia.

**ORATORIO PRIVATO DI SANT'ANTONIO** a Melzo

- La tradizione locale colloca la data di fondazione del piccolo Oratorio di Sant'Antonio il 9 gennaio 1679, voluta dalla Famiglia Trivulzio per commemorare la morte di Antonio Teodoro, ultimo Signore di Melzo.
- L'edificio è presente già nella pianta "a volo d'uccello" della città del Ferrante Da Lodi del 1623, la torre campanaria è però raffigurata a nord e non nella posizione in cui è attualmente. Il fatto che appaia già in questa raffigurazione fa pensare, che la data presunta di fondazione, sia piuttosto riferibile ad un episodio di riforma da parte della famiglia Trivulzio.
- Negli ultimi anni la chiesa versa in uno stato di abbandono, è stata sporadicamente utilizzata per celebrazioni commemorative del Santo e in altre rare occasioni.



CASCINA TRIULZA a Melzo

- La Cascina Triulza possiede rilevanti potenzialità, sia come testimonianza storica e culturale del sistema agrario locale, sia per per l'elevata accessibilità offerta dalla sua immediata prossimità rispetto al polo di scambio intermodale (treno-bus-auto-bici) in corso di realizzazione nei pressi della stazione ferroviaria di Melzo.



CHIESA DI SANT'ANDREA a Pioltello

- Si tratta di un tempio settecentesco che non ha subito modifiche sostanziali da circa due secoli. È il più illustre del genere in tutta l'area del nord-est Milanese.
- Una cappella dedicata a Sant'Andrea esisteva già dal Duecento; nel Cinquecento venne ricostruita e, tra il 1742 e il 1745 venne completamente trasformata e allargata, con la facciata e il campanile a cura del grande architetto Carlo Giuseppe Merlo. Particolari le Cappelle del Rosario e di San Francesco di Paola ornate da finte prospettive del '700, il settecentesco Altar Maggiore e il superbo organo ottocentesco. Più recenti gli affreschi di Giovanni Valtorta, Romeo e Paolo Rivetta e dei fratelli Rino e Federico Bertini.



CHIESA DI SANTA MARIA DELLE STELLE a Melzo

- La data della fondazione non è conosciuta, però la sua presenza è già testimoniata a partire dal XIV secolo come parte del vicino convento dei Carmelitani.
- Di modeste proporzioni, la chiesa si presenta disposta su una pianta a navata unica senza cappelle, con quattro campate scandite da archi a sesto acuto; presenta una modesta facciata a capanna.



CHIESA DI SANT'ALESSANDRO E SANTA MARGHERITA a Melzo

- E' una chiesa molto antica, dalla sua struttura si può supporre che sia di stile gotico lombardo e dalla forma della pianta si può supporre che sia di origine romanica, riferibile all'XI o al XII secolo.
- Inizialmente era una semplice abbazia dedicata al S. Nome di Dio ma nel 1555, per volere del Vescovo di Lodi, venne dedicata ai Santi Alessandro e Margherita. Nel 1863 la chiesa venne restaurata e ridipinta.
- L'edificio è stato dichiarato nel 1912 monumento nazionale per l'importanza storico-artistica attribuitagli.



CHIESA DI SANT'ANDREA a Melzo

- L'oratorio dedicato a Sant'Andrea nasce intorno all'anno 1000 come cappella privata di alcune famiglie aristocratiche del luogo. Assume importanza come chiesa con l'inserimento nel 1205 di una adiacente cappellania.
- Il Settecento porta nella Chiesa nuove cappelle laterali in stile barocco interamente affrescate mentre nell'800 la Chiesa muta la sua funzione, vertendo maggiormente sull'aspetto di accoglienza e assistenza nei confronti di persone bisognose. Questa sua funzionalità ha contribuito sicuramente ad accelerare il deterioramento della stessa.



CHIESA DI SAN FRANCESCO a Melzo

- Costruita per volere di Trivulzio, era l'oratorio del sodalizio del SS. Sacramento.
- La Chiesa presenta una facciata sobria che introduce all'interno costituito da un'unica navata, dove in un semplice apparato decorativo risalta il monumentale altare barocco proveniente dalla chiesa adiacente allo scomparso monastero dei cappuccini.
- Da questa stessa chiesa sono stati asportati gli affreschi della "Madonna della neve", attribuita al Luini, e l'affresco con il "Cristo morto" di probabile attribuzione al Cerano.



CHIESA DI SANTA MARIA REGINA a Pioltello

- Costruita fra il 1959 e il 1963 su progetto di Vincenzo Gandolfi, si mostra con le sue linee essenziali accanto all'ardito campanile, opera dell'architetto Bernardo Bernardi.
- L'edificio ha forma a capanna; in cima alla scalinata una cancellata in ferro battuto di Genesio Fumagalli. All'interno lo sguardo corre verso la statua in bronzo di Maria Regina, che emerge sulla parete terminale da una composizione a mosaico, opera di Nicola Cassani e padre Costantino Ruggeri. Sul fondo un grande quadro di Alessandro Nastasio. Di Fumagalli sono anche l'altare laterale, la Via Crucis e la Vita e infanzia di Gesù.



CHIESA DI SAN GIORGIO a Pioltello

- Limoto ebbe una chiesa fin dal 1200, dedicata a San Martino di Tours, che venne demolita per ordine di San Carlo Borromeo quando venne in visita a Limoto nel 1573. L'altra vecchia chiesa, cinquecentesca, dedicata a San Giorgio, fu demolita invece dopo l'arrivo del parroco don Bonizio, che ne fece costruire una nuova, senza preoccuparsi delle pitture e degli avori contenuti nella precedente, diventata troppo piccola per contenere i fedeli.
- All'interno della chiesa si possono ancora ammirare i settecenteschi reliquiari che ornano l'altare seicentesco. Dell'800 è invece il complesso dell'organo.



SANTUARIO DELL'IMMACOLATA a Pioltello

- Risalente al 1748, è un vero gioiello dell'epoca. Si trova nei pressi della Corte della Pesa, di cui è ancora visibile il bel portale ormai occluso.
- La chiesa fu eretta come cappella di famiglia per volontà di Elisabetta Giulia Ferrario Stoppani.
- Accanto all'attuale portone d'entrata della corte si trova la bottega che, fino al 1981 fu dei fratelli Fumagalli, maestri del ferro battuto



SANTUARIO DI SEGGIANO DELLA BEATA VERGINE ASSUNTA a Pioltello

- Forse voluto dai frati, come si dedurrebbe dalla presenza di un fontanile, ora scomparso, denominato dei frati, il Santuario era già detto vecchio in un documento del 1573 e intorno ad esso si raccontava anche di una apparizione della Madonna.
- Durante le ripetute pestilenze, il Santuario venne utilizzato come ricovero per i malati. Distrutto nel 1944 da un bombardamento, il Santuario venne ricostruito già nel '45. Nel 1950 venne consacrato Santuario.



CHIESA DI SANT'AMBROGIO a Vignate

- Nella chiesa, già esistente nel XII secolo, si possono ammirare alcune opere artistiche di un certo pregio: anzitutto le quattordici grandi tele settecentesche della Via Crucis di scuola lombarda; un quadro ad olio di inizio '600 rappresentante S. Carlo Borromeo in abiti pontificali; un crocifisso ligneo della prima metà del XVI secolo.



SANTUARIO DI SANTA MARIA ADDOLORATA a Cernusco sul Naviglio

- I primi documenti che riguardano la Chiesa risalgono al 1119, ma recenti ritrovamenti permettono di far risalire la costruzione almeno al IX secolo.
- A partire dal 1642 fu radicalmente trasformata, passando da una pianta a due navate asimmetriche, ad una sola navata.



CHIESA DI SAN BIAGIO a Vignate

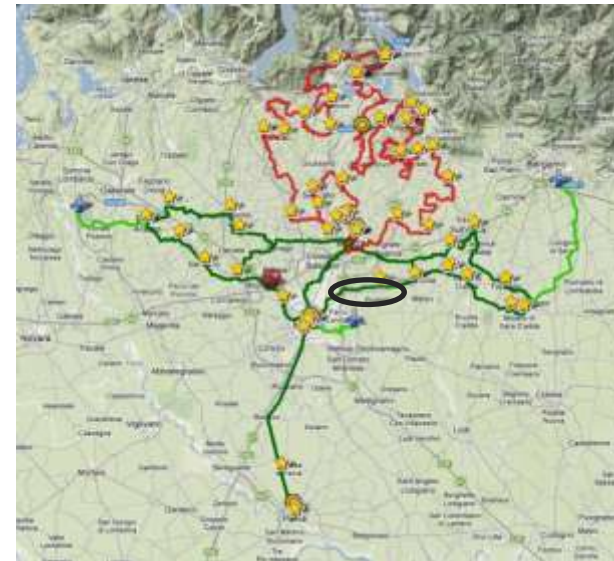
- Nell'oratorio di S. Biagio, ritenuto a ragione il più antico del paese, è conservato un dipinto cinquecentesco rappresentante la Madonna con i SS. Biagio e Rocco.



CHIESA DEL SACRO CUORE a Melzo

- E' stata fondata il 19 settembre 1971. In tale giorno S.E. Monsignor Luigi Oldani, rappresentante di S.E. Giovanni Colombo, allora Arcivescovo di Milano, consacrava alle ore 16,00 l'altare e benediceva la Chiesa. Benediceva e non consacrava la chiesa perché era incerto il suo uso definitivo a causa delle condizioni economiche e finanziarie generali e per le urgenti necessità oratoriali e parrocchiali dovute all'elevato numero di famiglie insediate nelle nuove costruzioni.

- Uno dei comuni del DAT (Cernusco sul Naviglio) è sede di una tappa del «Il Cammino di Sant'Agostino», punto di “timbratura” della carta del Pellegrino. Si tratta di un pellegrinaggio a piedi, inizialmente concepito per collegare i Santuari mariani di alcune Province della Lombardia, che lega i punti più emblematici della vita di Agostino in Europa. In tutto - in Lombardia - 610 km per 26 giorni di cammino (il Cammino è poi previsto proseguire verso Genova e l'Africa, per ulteriori 870 km) a disegnare un itinerario «di fede e di delizia» analogo ad altre importanti proposte europee più note e blasonate (es. Santiago de Compostela).
- Cardine del percorso a piedi è ovviamente la figura di Agostino, alla riscoperta dei tanti Santuari mariani del Cammino (che sono idealmente i punti di partenza ed arrivo di ogni tappa) ma anche degli innumerevoli parchi, monumenti, musei, ville di delizia, sentieri nei boschi, fiumi e laghi presenti. Anche per questa valenza ambientale, il Cammino di Sant'Agostino ha conseguito la certificazione di proposta turistica a *Emissione Zero* (Zero Emission Tour Experience, according with ISO 14064): uno strumento, questo - primo al mondo in ambito turistico – che testimonia la volontà di fruire in modo moderno dei tesori custoditi nei nostri territori.



TEATRO TRIVULZIO a Melzo



- Il Teatro Trivulzio, inaugurato nel dicembre del 2006, è uno spazio in grado di ospitare oltre 400 persone per eventi musicali, teatrali, cinematografici. L'obiettivo è stimolante e impegnativo: offrire una proposta culturale che sappia tracciare un percorso nel quale le diverse scuole e i diversi pensieri - sviluppatisi in periodi anche distanti - possano incontrarsi e dialogare, per confluire nella comune missione di musica, teatro, cinema e delle arti in genere: emozionare.

BIBLIOTECA VITTORIO SERENI a Melzo



- Una casa per i lettori da 1.200 metri quadrati con 80.000 volumi sugli scaffali e altri 700.000 libri consultabili.
- Il complesso è il fulcro del Sistema Bibliotecario Est Milano che fornisce servizi di alto livello a quasi 50 Comuni compresi nel quadrante Est-Sud del Milanese (la medesima area, cioè, interessata dalla costruzione di Tangenziale Est Esterna di Milano), ed è frutto della riqualificazione ecosostenibile di Cascina Brambilla.
- Portata a termine in meno di due anni nel rispetto dell'architettura originaria e nel segno del risparmio energetico, è il primo edificio melzese a essere dotato di un impianto geotermico che, attraverso l'attivazione di pompe di calore, permette di abbattere i consumi del 75%.

CINEMA ARCADIA



- Eccellenza a livello nazionale per la qualità audio-video, L'Arcadia richiama nella città di Melzo appassionati e non della settima arte, provenienti da tutta Italia. Disegnato dall'architetto Marzorati, ha visto l'intera progettazione visiva e l'illuminazione a firma del celebre direttore della fotografia Vittorio Storaro, ospita la sala Energia che vanta uno degli schermi più grandi al mondo, con i suoi 30x16,50 metri (pezzo unico senza saldature messo a punto dalla Harkness-Perlux di Londra), e ha ottenuto per tutte e 5 le sale l'ambita certificazione LucasFilm THX. Da sempre sede di anteprime nazionali e internazionali, può ospitare anche proiezioni in 70 mm. Crocevia di iniziative culturali del territorio, ha al suo interno una piccola ma ben fornita libreria, che ospita presentazioni di nuovi autori e mostre a tema.

L'OFFERTA RICETTIVA E DI RISTORAZIONE

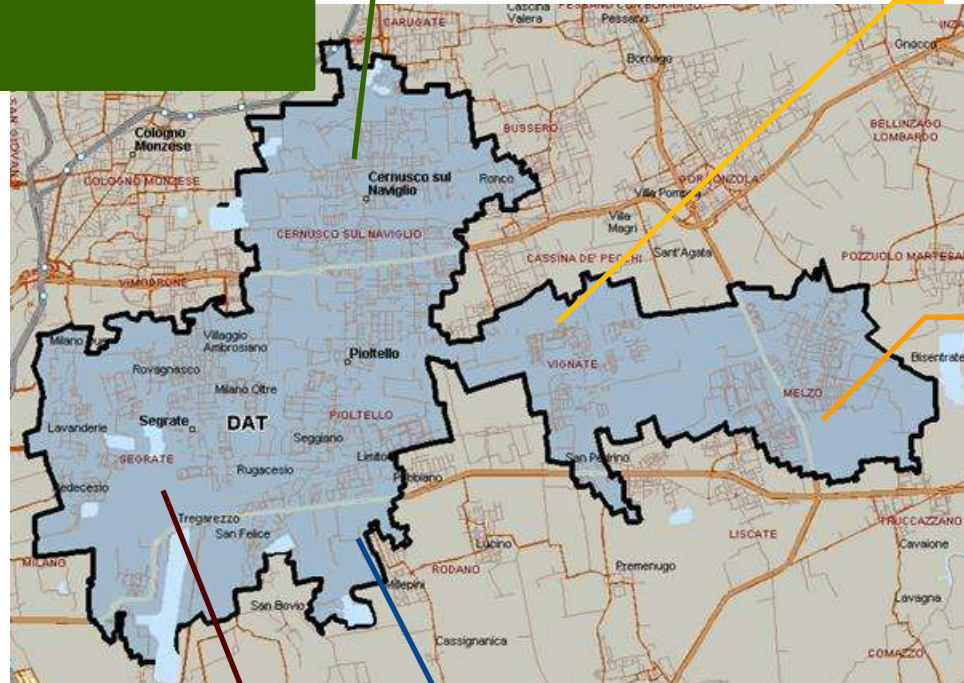


- Il DAT “LE VIE DI TERRA E DI ACQUA” presenta una significativa offerta di ristorazione grazie alla presenza di 300 pubblici esercizi e di oltre 120 ristoranti, in grado di soddisfare i flussi turistici del territorio.
- La presenza di una significativa offerta di somministrazione non solo sostiene l’economia locale e fornisce un servizio alla comunità, ma svolge anche un ruolo sociale, di intrattenimento e animazione, oltre che di presidio del territorio, elemento importante dal punto di vista della sicurezza. La rete di somministrazione rappresenta infine un rafforzamento del concetto di esistenza stessa del luogo in quanto sede dell’incontro, della socializzazione, dell’intrattenimento.
- Nel DAT sono presenti 4 ristoranti inseriti nella Guida Michelin:
 - *Osteria dei Fauni a Segrate*
 - *Al laghetto a Segrate*
 - *Antico Albergo a Pioltello*
 - *Due Spade a Cernusco sul Naviglio*
- Nel Distretto sono presenti anche numerose aziende agricole ed operatori biologici (indicati nella figura seguente), tra cui:
 - LA SOCIETÀ AGRICOLA CORBARI (certificata BIOAGRICERT), la CASCINA NIBAJ (certificata ICEA) a Cernusco sul Naviglio, che si occupa della produzione e vendita di prodotti biologici (carni, salumi, verdure e conserve), attività didattiche e laboratori.
 - I DOLCI DEL DÌ a Melzo, specializzato nella produzione artigianale di prodotti dolci e salati utilizzando esclusivamente materie prime provenienti da agricoltura biologica. L’azienda è associata a “Suolo e Salute”, uno degli enti certificatori biologici più importanti d’Italia, e sostenitrice dell’AIAB (Associazione Italiana per l’Agricoltura Biologica).

Tipologia	Numero
Bar	300
Ristoranti (senza agriturismi)	127
TOTALE DAT	427

Fonte: Elaborazioni TradeLab su fonti varie

- Società Agricola Corbari Antonio
- CO. A. FRA. SOCIETÀ AGRICOLA COOPERATIVA SOCIALE (Cascina Nibai)
- De Nigro Anna Maria (Cascina Imperiale)
- Maragna Grren
- Pirola Luigi



- Bonalumi Virgilio (Cascina Cusana)
- Brioschi Elia
- Mazzetti Angioletto

- Biondi Andrea (Cascina Biondi)
- Caglioni Carlo
- Ceriani Renato (Cascina Banfa)
- Chiappa Giovanni (Cascina Castagna)
- Colombi Andrea (Cascina Gabarella)
- F.lli Arioli (Cascina Cascinello Dosso)
- Mascheroni Marco (Cascina Mascheroni)

- Capponi Emilia (Cascina Olgetta)
- Martinelli Michele (Cascina Molino di Mezzo)

- De Ponti Riccardo
- Segale F.lli Luigi e Aurelio
- Zanini Domenico
- Zanini Giulio

- L'offerta ricettiva del DAT risulta ridotta nonostante il territorio disponga di un patrimonio potenzialmente attrattivo per i flussi turistici.
- Dal punto di vista turistico, infatti, il DAT è un polo attrattore in crescita che dispone delle potenzialità necessarie per un incremento del settore, grazie alla presenza di elementi naturali e storici del territorio che potrebbero essere maggiormente valorizzati e coordinati, oltre che messi in relazione con le attività commerciali e con gli elementi caratterizzanti l'area.
- Le tipologie di offerta prevalenti sono gli Alberghi, principalmente a 4 e 3 stelle e i Bed & Breakfast, che offrono (soprattutto ai giovani) un'alternativa *low cost* alle strutture ricettive tradizionali.

Tipologia	Numero
Alberghi	12
Bed & Breakfast	8
Esercizi Extra Alberghieri	10
TOTALE DAT	30

Fonte: Elaborazioni TradeLab su fonti varie

ANALISI STRATEGICA DEL DAT



LA SWOT ANALYSIS



LA SWOT ANALYSIS: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	COMPITI DEL DISTRETTO
ASSETT TURISTICI	Risorse naturalistiche, storiche, artistiche, culturali diffuse su tutto il territorio	Risorse artistiche e naturali presenti sul territorio ancora poco conosciute Inesistenza di un brand identitario e di un'immagine attrattiva	Qualificazione e valorizzazione dell'offerta turistica come una rete integrata, anche facendo leva su «icone» della destinazione Milano note a livello internazionale (Navigli)
MOBILITÀ INTERNA	Buoni collegamenti tra i Comuni, garantiti Ottima rete di piste ciclopedonali integrabili alla rete ferroviaria		Potenziamento e valorizzazione della mobilità dolce
LOCALIZZAZIONE E ACCESSIBILITÀ	Prossimità con l'area milanese e con il sito espositivo Vicinanza Aeroporto di Linate Ottimi collegamenti stradali, ferroviari, che generano significativi e rilevanti flussi da attrarre sul territorio		Ricerca e definizione di strumenti, modalità e mezzi per una strategia articolata e complessa di <i>incoming</i> e gestione dei flussi turistici già presenti nella città di Milano e incidenti sullo scalo di Linate
OFFERTA COMMERCIALE (ALIMENTARE E NON ALIMENTARE)	Completezza e varietà dell'offerta merceologica e di formati distributivi in particolare in alcuni centri (Cernusco e Segrate)	Alcuni problemi di desertificazione in altri centri (Vignate, Melzo e Pioltello)	Promozione anche attraverso l'uso di tecnologie digitali e l'incremento della competitività dei sistemi di offerta commerciale e turistica Valorizzazione dello shopping come fattore di attrattività e di <i>incoming</i> Sostegno al mantenimento dell'offerta commerciale nelle aree fragili

LA SWOT ANALYSIS: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA (segue)

PUNTI DI FORZA		PUNTI DI DEBOLEZZA	COMPITI DEL DISTRETTO
OFFERTA DI PUBBLICI ESERCIZI/RISTORAZIONE	Offerta ampia e diversificata, tarata sulle esigenze della clientela turistica Ristorazione anche di alta qualità (ristoranti nelle migliori guide)		Sviluppo di sinergie tra attività commerciali, ricettive e di ristorazione (attraverso il progetto dell'Albergo diffuso)
OFFERTA RICETTIVA	Concentrata nel comune di Segrate	Poco sviluppata negli altri comuni	Sviluppo e incentivazione di una "ospitalità diffusa"
PRODUZIONI LOCALI E PRODOTTI TIPICI		Assenza di eccellenze enogastronomiche tipiche	
SERVIZI DI ACCOGLIENZA TURISTICA		Non completa adeguatezza delle strutture di servizio e supporto ai turisti	Qualificare e migliorare la funzione e i servizi di accoglienza turistica (anche utilizzando la tecnologia)
MANIFESTAZIONI ED EVENTI	Presenza di numerosi eventi e manifestazioni		Azioni di promozione e comunicazione coordinate Animazione del territorio e promozione di itinerari turistici

LA SWOT ANALYSIS: MINACCE E OPPORTUNITÀ

OPPORTUNITÀ		MINACCE	COMPITI DEL DISTRETTO
SITUAZIONE ECONOMICA		Congiuntura economica generale negativa Riduzione della propensione al consumo Stagionalità dei flussi turistici attuali Prevalenza di turismo per lo più “di giornata”	Promozione e incremento dell’attrattività turistica e commerciale
EVOLUZIONE DELLA DOMANDA/NUOVI TREND SOCIO CULTURALI	Ritorno della domanda ai valori della tipicità e al riconoscimento delle piazze come luoghi di relazione Presenza di numerosi segmenti di clientela potenziale	Invecchiamento della popolazione locale Dinamica negativa dei redditi e conseguente attenzione alla convenienza di prezzo che va a svantaggio dell’offerta di vicinato	Promozione e incremento dell’attrattività turistica e commerciale Animazione del territorio e promozione di itinerari turistici delle caratteristiche e delle tradizioni dei territori
TENDENZE DEL MERCATO TURISTICO LOCALE, NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Crescita della domanda di cultura e di benessere, ricerca di prodotti di nicchia, con particolare riferimento all’ambientale e all’enogastronomico Incremento degli short break		
POLARITÀ COMPETITIVE	Coordinamento degli sforzi comuni per la creazione di una polarità unica e forte	Concorrenza di altre aree su alcuni dei temi turistici del DAT (arte e cultura, natura e green)	Tutti gli obiettivi

LA SWOT ANALYSIS: MINACCE E OPPORTUNITÀ (segue)

OPPORTUNITÀ		MINACCE	COMPITI DEL DISTRETTO
INTERVENTI STRUTTURALI E INFRASTRUTTURALI	Interventi dei programmi di sviluppo della mobilità da coordinare con gli obiettivi del DAT Valorizzazione e integrazione degli elementi di attrattiva (aree verdi)		Valorizzazione delle strutture per la promozione e la fruizione dei luoghi Sviluppo e potenziamento della mobilità dolce
AEROPORTO DI LINATE	Far conoscere ai passeggeri di Linate l'offerta del territorio, individuando anche modalità sostenibili per veicolare i turisti (Sviluppo di servizi e supporti web e tecnologici, eventi di promozione e commercializzazione dell'offerta, pacchetti turistici)		Ricerca e definizione di strumenti, modalità e mezzi per una strategia articolata e complessa di <i>incoming</i> e gestione dei flussi turistici incidenti sullo scalo di Linate
EXPO 2015	Rilevanti flussi di visitatori attesi Vicinanza all'area metropolitana milanese e presenza dell'Aeroporto di Linate		Sviluppare iniziative di marketing territoriale che consentano di sfruttare i rilevanti flussi di visitatori attesi
GESTIONE COORDINATA	Recupero delle necessarie economie di scala su alcune funzioni centrali, in particolare sulla comunicazione e il marketing d'area Mettere in rete gli operatori per coordinare gli interventi e amplificare i risultati delle singole attività.	Assenza di un organismo territoriale unico con ruolo di meta-management Necessità di superare visioni particolaristiche, a tutti i livelli, non più rispondenti ai nuovi modelli di sviluppo a rete	Gestire in modo efficiente le sempre più scarse risorse per comunicazione e marketing Diventare strumento a sostegno della competitività delle imprese e tavolo di condivisione di politiche legate allo sviluppo del territorio (coordinatore di servizi e di politiche di area)

VISION, STRATEGIA E OBIETTIVI



- La vision del DAT recepisce e condivide le indicazioni della vision formulata da Regione Lombardia all'interno del documento «Il posizionamento turistico di Regione Lombardia», selezionando gli indirizzi strategici più coerenti con le peculiarità del territorio, le sue opportunità specifiche e le possibilità di sviluppo futuro dell'offerta.
- Il modello di segmentazione utilizzato è basato sui benefici ricercati dai turisti che rappresentano, oltre a specifici target, le "categorie di offerta turistica". Una visione per categorie è utile in quanto spesso i turisti (e i consumatori in genere) non sono caratterizzati da una domanda monoliticamente specialistica, ma manifestano "grappoli di bisogni" diversamente gerarchizzati.

1. CATEGORIE/BENEFICI CENTRALI

("DESTINATION"). Sono le categorie di offerta caratterizzanti il posizionamento del DAT, ovvero quelle per le quali i turisti devono essere attratti dall'offerta.

2. CATEGORIE/BENEFICI INTEGRATIVI PRIMARI

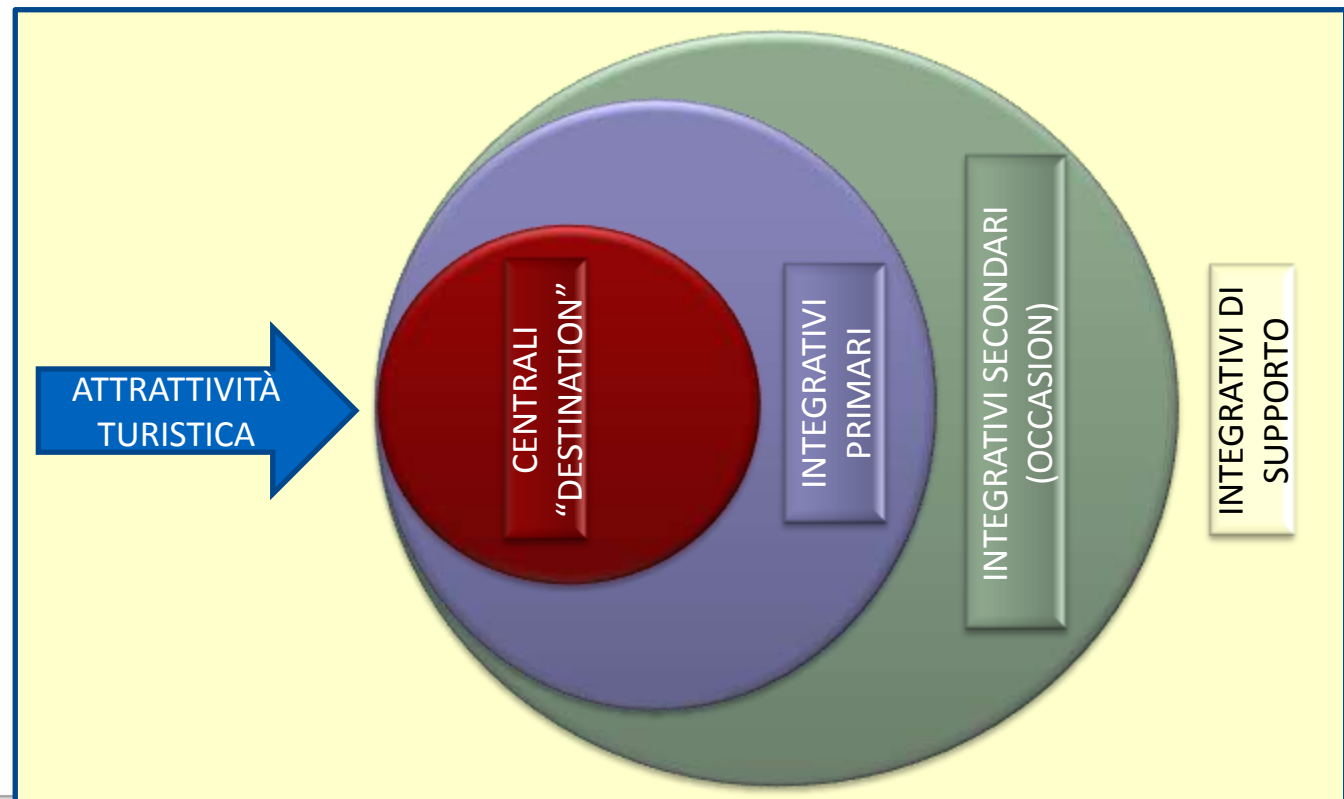
Sono le categorie che integrano l'offerta centrale in modo più diretto, vale a dire che fanno parte dei percorsi stimolati dai benefici centrali ricercati.

3. CATEGORIE/BENEFICI INTEGRATIVI SECONDARI

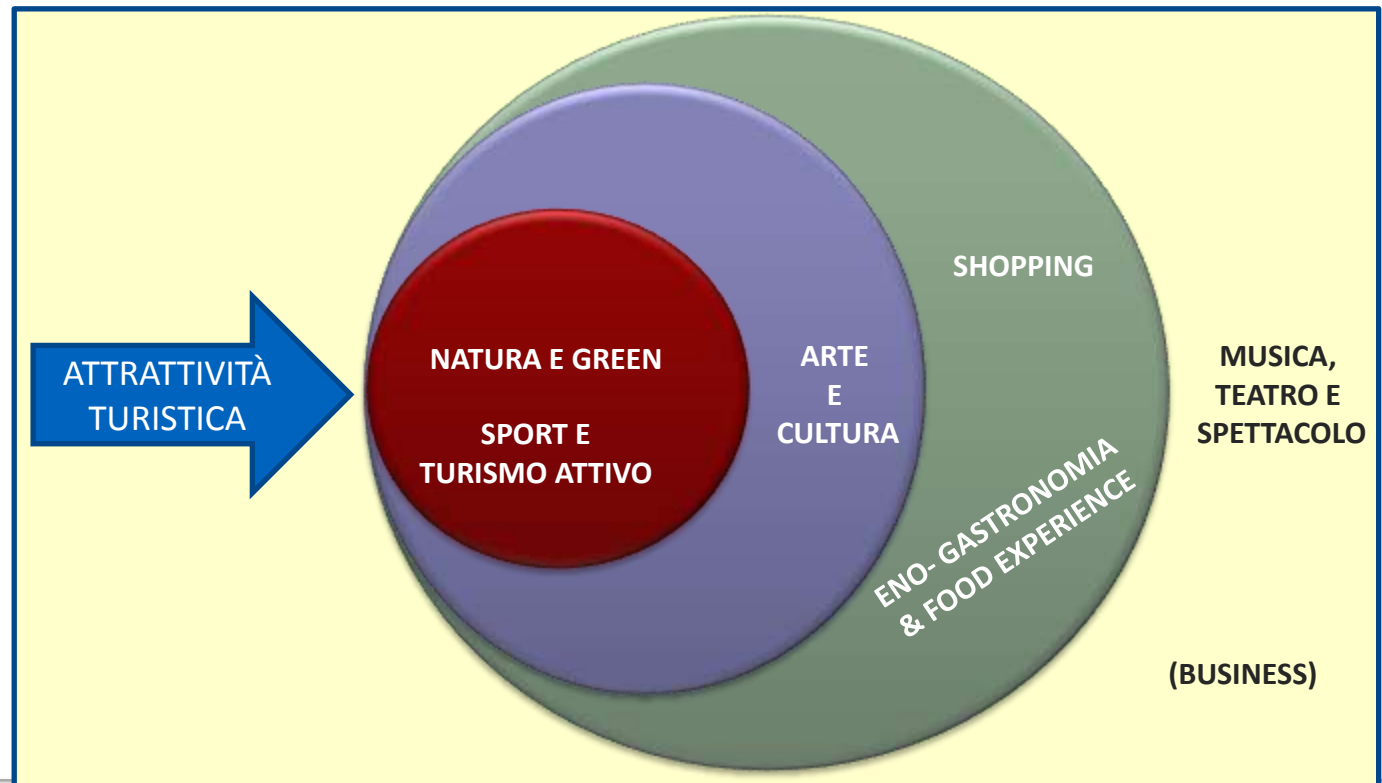
Sono le categorie che integrano l'offerta centrale e che pur non essendo inseriti nei percorsi integrano l'offerta o possono addirittura diventare occasioni di specifiche visite.

4. CATEGORIE/BENEFICI INTEGRATIVI DI SUPPORTO

Sono servizi trasversali e importanti ma non caratterizzanti l'offerta turistica del DAT.



- Nell'attuale panorama evolutivo della domanda e della concorrenza, il DAT intende proporsi alla domanda turistica come un **"TERRITORIO VERDE E ATTIVO"**, un territorio immerso nella natura, ma prossimo e ben collegato a Milano e al resto della Lombardia: **"MUOVERSI NEL VERDE A UN PASSO DA MILANO"**.
- Un territorio che inoltre può rendere più completa la soddisfazione della visita e della permanenza grazie a un'offerta integrativa capace di soddisfare la domanda di arte e cultura e di shopping con un'offerta *food* varia e qualificata, che pur non rappresentando la motivazione principale di visita ne sono un complemento.
- La capacità di rispondere ai bisogni di arte, cultura e spettacoli, shopping e ristorazione, è prevalentemente funzionale alla componente "interna" della domanda.
- Quindi, se le aree maggiormente indirizzate alla domanda turistica "esterna" sono quelle centrali mentre quelle più periferiche perdono rilevanza, viceversa le aree "periferiche" del modello sono quelle indirizzate alla domanda "interna" (popolazione residente e domanda regionale).



IL POSIZIONAMENTO DEL DAT NEL QUADRO DI RIFERIMENTO DELLA REGIONE LOMBARDIA

- Al fine di rappresentare il posizionamento del DAT è stato utilizzato il MODELLO “ATTRATTIVITÀ-COMPETITIVITÀ” DI REGIONE LOMBARDIA, rappresentato nelle mappe della pagina successiva.
- Per quanto riguarda la dimensione “Attrattività”, essa è una variabile “esogena” al DAT, essendo la misura di quanto i diversi segmenti di domanda sono attrattivi (per dimensioni e altre caratteristiche) per la Lombardia, così come per il DAT. Di conseguenza le valutazioni di Regione Lombardia non sono state ovviamente modificate. Viceversa, la “competitività è una variabile direttamente e specificamente riferita al DAT. Per misurare tale variabile, è stata realizzata un’analisi qualitativa con i partner del progetto.
- Rispetto alla mappa di Regione Lombardia, quindi, i diversi target di domanda si sono “mossi” in senso orizzontale.
- Il risultato mostra molte aree di **COERENZA CON IL POSIZIONAMENTO GENERALE** della Regione e alcune specificità già emerse in fase di “visioning”.
- L’analisi del posizionamento attuale vede il DAT più “debole” in competitività rispetto alla Regione in diverse aree. Tale situazione è solo in parte dovuta a carenze strutturali d’offerta; altrettanto impattante è l’ancora ridotta valorizzazione degli “asset” territoriali e delle opportunità.
- Ciò detto, se è comunque auspicabile un trading up di tutta l’offerta, in una logica di efficienza degli investimenti è opportuno compiere una selezione degli obiettivi. In base all’analisi condivisa dal partenariato, il DAT punta a un miglioramento del proprio posizionamento competitivo in tre aree specifiche: “**NATURA E GREEN**”, “**SPORT E TURISMO ATTIVO**” (entrambi con obiettivi di eccellenza), “**ARTE E CULTURA**” (dove l’obiettivo è quello della valorizzazione dell’esistente in modo che, pur non puntando all’eccellenza, venga migliorata la conoscenza e la percezione di quanto il territorio del DAT offra e possa offrire in futuro).
- Ciò non significa abbandonare le altre aree o trascurare altre funzioni. Anzi, lo sviluppo del DAT deve essere **sinergico alla crescita qualitativa dell’economia del territorio e in particolare di quella dei servizi commerciali**. All’interno di questo percorso, infatti, l’offerta commerciale deve considerarsi strumentale a supportare il turismo. Nel DAT il commercio svolge un ruolo fondamentale, non solo perché può contribuire in modo significativo alle dotazioni di servizi, ma perché rappresenta un elemento di incontro tra residenti e turisti. In altri termini il commercio è parte integrante e fondamentale dell’offerta di accoglienza del territorio, così come il turismo è una fonte importante di domanda per il commercio.

POSIZIONAMENTO ATTUALE E OBIETTIVI DI RI-POSIZIONAMENTO DEL DAT NEL QUADRO DI RIFERIMENTO DI REGIONE LOMBARDIA

ATTRATTIVITÀ

da 2.5 a 3			•ARTE E CULTURA
da 2 a 2.5	• BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE •MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	• FASHION, DESIGN, ARTIGIANATO E SHOPPING • SPORT E TURISMO ATTIVO	• NATURA E GREEN • ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE
da 1 a 2	•TERME E BENESSERE •TURISMO RELIGIOSO		
	da 1 a 2	da 2 a 2.5	da 2.5 a 3



REGIONE LOMBARDIA

Fonte: Documento di programmazione turistica regionale

COMPETITIVITÀ

DAT
“LE VIE DI TERRA E DI ACQUA”



ATTRATTIVITÀ

da 2.5 a 3	•ARTE E CULTURA		
da 2 a 2.5	•BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE •FASHION, DESIGN, ARTIGIANATO E SHOPPING •MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	• NATURA E GREEN • SPORT E TURISMO ATTIVO • ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE	
da 1 a 2	•TERME E BENESSERE •TURISMO RELIGIOSO		
	da 1 a 2	da 2 a 2.5	da 2.5 a 3



COMPETITIVITÀ



LEVE DI ATTRATTIVITÀ TURISTICA E MACROTEMI DEL POSIZIONAMENTO TURISTICO REGIONALE

Sono considerate **CARATTERIZZAZIONI AD ALTO POTENZIALE**, presenti in questo DAT:

NATURA E GREEN

- Parchi (regionali e sovracomunali)
- Naviglio della Martesana
- Idroscalo

SPORT E TURISMO ATTIVO

- Piste ciclabili
- Idroscalo
- Sport acquatici
- Golf

ARTE E CULTURA

- Chiese e santuari
- Palazzi e monumenti
- Ville
- Archeologia industriale
- Palazzo Mondadori
- Osservatorio astronomico

Nel documento di programmazione turistica della Regione Lombardia vengono considerati **primari per il rafforzamento del posizionamento turistico alcuni asset fortemente presenti nel DAT**

- Viste panoramiche
- Trasporti panoramici
- Parchi
- Naviglio
- Fotografia
- Turismo green

- **Cicloturismo per tutti**
- **Water sport**

- **Ville e palazzi storici**
- **Architettura religiosa e civile**
- **Arte moderna**
- **Architettura contemporanea**
- **Archeologia industriale**

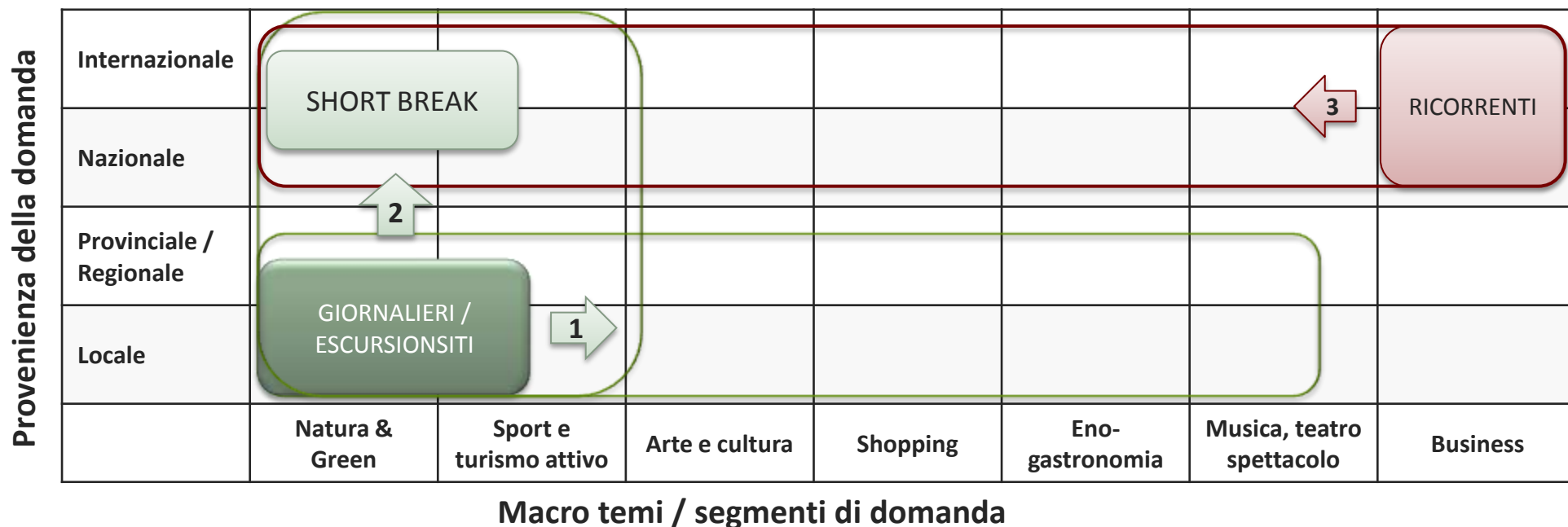
- Il filo conduttore con cui unire l'offerta ricca ed eterogenea, puntando sulla scoperta (o riscoperta) di un patrimonio ancora effettivamente poco noto, a pochi chilometri da Milano, è rappresentato dalla **NATURA**, dall'**ACQUA** e dalla **MOBILITÀ DOLCE**.
- Tali fattori diventano quindi gli elementi di un filone unico che unisce natura, relax, turismo attivo, cultura e storia, tenendo conto che, come indicato nel Posizionamento Strategico della Regione, nel 2011 riposarsi e vedere le bellezze naturali erano il motivo della visita per il 44,3% dei turisti, e praticare uno sport o vedere la bellezza del patrimonio artistico aggiungevano un altro 22,2% di visitatori.
- Consapevoli che, rispetto ad altre destinazioni (come Milano e i Laghi, o le città d'arte), le attrattive del territorio sono meno note a livello italiano e internazionale, ciò che il Distretto si propone è quello di costruire nel prossimo quinquennio, in collaborazione con gli altri soggetti del territorio, **UN'IMMAGINE UNICA E UNA PROMOZIONE TURISTICA STRUTTURATA E INTEGRATA DI TUTTE LE ATTRAZIONI** che esso offre, non solo tra le differenti tipologie di turismo, ma anche con il commercio.
- In particolare, il Distretto punterà a:
 - *definire un posizionamento turistico distintivo, centrando il focus dell'offerta turistica sul tema della Natura e green e, a questo strettamente connesso, dello sport e turismo attivo*
 - *agganciare a questi, in modo coerente e coordinato, la promozione degli altri luoghi di interesse (arte e cultura in primis), ma anche commercio e ristorazione*

- Le **LINEE STRATEGICHE GENERALI** che il DAT intende seguire sono riassumibili nelle seguenti proposizioni:
 - Valorizzare le risorse del territorio in una logica di conservazione e miglioramento qualitativo
 - Coinvolgere e valorizzare le competenze e le capacità locali
 - Sfruttare economie di scala e di centralizzazione senza necessariamente favorire fenomeni di concentrazione economica dell'offerta, ma attraverso soluzioni di coordinamento tra le forze pubbliche e private agenti sul territorio: Amministrazioni pubbliche, imprese, associazioni imprenditoriali e di categoria, singoli imprenditori, e così via. Attraverso il DAT si cercherà infatti di:
 - Favorire il dialogo e la cooperazione fattiva tra i soggetti partner, in primis per lo sviluppo di offerte innovative e coordinate
 - Mettere a frutto le differenti attività e i variegati know-how per incrementarne i risultati
 - Avviare una gestione unitaria dell'offerta (coesione tra operatori privati e attori pubblici)
 - Promuovere il DAT come "prodotto integrato " aumentandone visibilità e riconoscibilità cogliendo l'opportunità di EXPO 2015 per aprire il mercato che ad oggi è estremamente circoscritto all'ambito locale
 - Favorire l'incremento dell'offerta di ospitalità privilegiando operazioni di ristrutturazione e riconversione ed evitando "consumo di territorio", in particolare di "territorio verde", ma puntando su forme di offerta in rete (albergo diffuso)

- La domanda può essere segmentata non solo in relazione ai diversi bisogni/benefici ricercati; ai fini di una pianificazione delle attività di marketing del territorio è infatti opportuno collocare tali segmenti anche con riferimento alla provenienza e alla durata della permanenza nel territorio.
- Per quanto riguarda la provenienza la domanda può esser classificata in:
 - Internazionale (dato il contesto non è necessaria una sottosegmentazione più fine)
 - Nazionale
 - Provinciale/Regionale
 - Locale (interna al DAT)
- Dal punto di vista della durata della permanenza
 - "Turismo giornaliero"/Escursionisti
 - Short break (1-2 giorni)
 - Settimanali (e bisettimanali)
 - "Ricorrenti" (visitatori che utilizzano i servizi del territorio peiordicamente, per esempio per esigenze di lavoro)

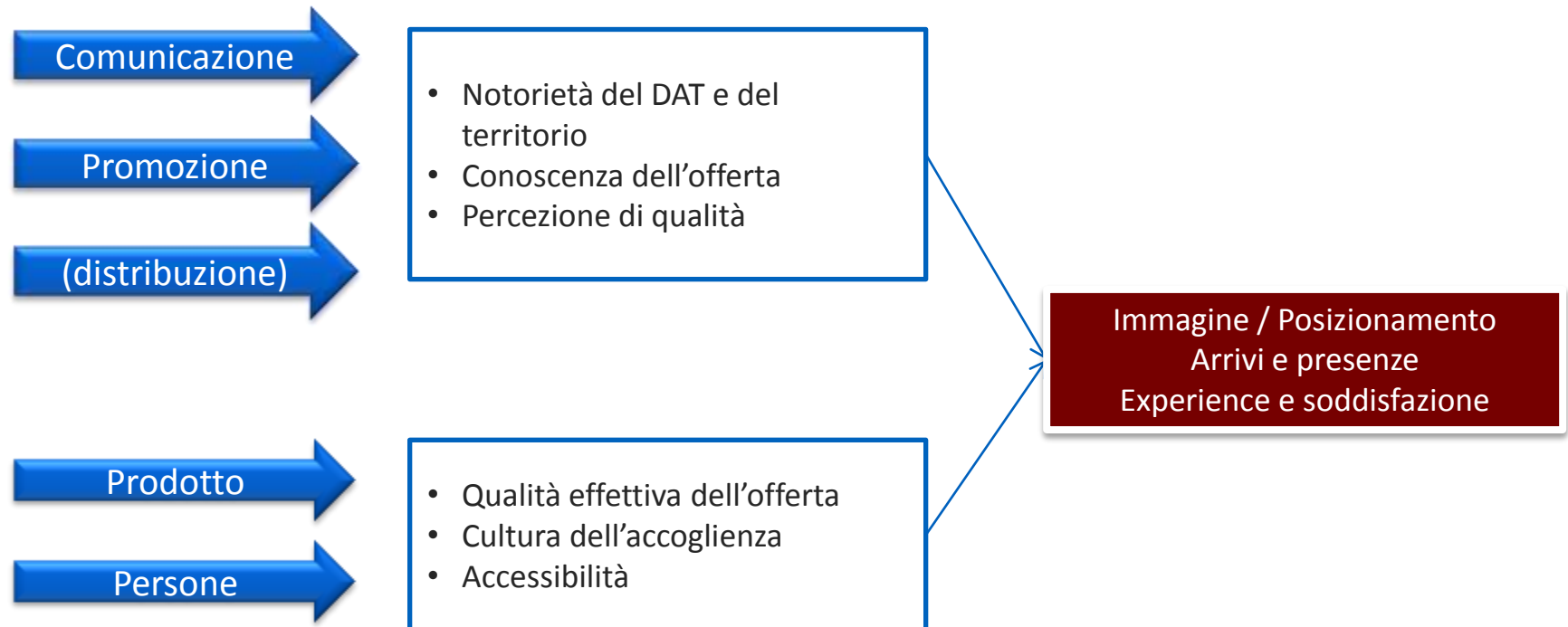
LA SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA E LE STRATEGIE DI SVILUPPO DEI MERCATI

- Come emerge dalla rappresentazione grafica, il DAT oggi e anche in prospettiva difficilmente può incontrare la domanda turistica per permanenze settimanali. Tale segmento perciò è assente dalla pianificazione strategica e operativa del DAT.
- Viceversa un obiettivo perseguibile è quello di un ampliamento dell'offerta fruita dagli attuali escursionisti locali e provinciali/regionali (linea strategica 1);
- Contemporaneamente, è doveroso provare a perseguire una strategia di allargamento del mercato alla domanda nazionale e internazionale che potrebbe aumentare la permanenza almeno fino alla tipologia "short break" (linea strategica 2).
- Infine, il DAT deve porsi l'obiettivo di sfruttare la domanda di tipo "business" (concentrata ovviamente nelle componenti nazionale e internazionale) che già visita il territorio e quella attesa per EXPO 2015 in una logica di *cross selling*, vale a dire estendendo a tale segmento l'offerta delle diverse componenti (linea strategica 3).



- Perché tale posizionamento non rimanga un puro obiettivo, è necessario sviluppare un piano di azioni di marketing che consentano di:
 - AUMENTARE LA CAPACITÀ ATTRATTIVA DEL DAT attraverso un TRADING UP DELL'OFFERTA: si tratta di agire principalmente sulle leve del prodotto turistico e del personale, con effetti positivi in termini di miglioramento della qualità effettiva, dell'accessibilità e dell'accoglienza;
 - MIGLIORARE LA COMPETITIVITÀ, potenziando le leve della comunicazione, della promozione e delle politiche distributive, con effetti positivi sulla notorietà e sulla percezione di qualità.

Tutto ciò consentirà di incidere in maniera significativa sull'immagine della destinazione, sulle motivazioni di scelta dei turisti (che si tradurranno in un aumento del numero di arrivi e di presenze), sull'esperienza complessiva di visita e sulla soddisfazione dei frequentatori.



- Sulla base della vision, degli obiettivi di posizionamento che si intendono raggiungere e degli obiettivi specifici del DAT, di seguito si individuano, per ciascuna leva di marketing (prodotto, promozione, comunicazione e persone) le azioni che il DAT intende perseguire.

LEVE DI AZIONE		AZIONI
PRODOTTO	ITINERARI TURISTICI	➤ Sviluppare itinerari turistici strutturati, in particolare creando itinerari integrati tra i diversi macrotemi (natura e green, sport e turismo attivo, arte e cultura) ➤ Sviluppare il materiale informativo degli itinerari non solo in italiano, ma anche nelle principali lingue straniere e formare guide multilingue che possano accompagnare turisti stranieri sul territorio ➤ Avvalersi di strumenti (es. ciclofficine, bike sharing, audioguide) che facilitino la fruizione del servizio (cicloturismo)
	EVENTI E MANIFESTAZIONI	➤ Allineare gli eventi con le scelte strategiche di posizionamento sui segmenti ➤ Coordinare gli organizzatori di eventi pubblici e privati per orientare la loro programmazione e facilitare l'aggregazione dei diversi enti in un'offerta comunicativa di più facile fruizione, strutturando un calendario unico di eventi per tutto il DAT ➤ Rendere il calendario eventi più accessibile tramite strumenti innovativi multimediali
	SERVIZI DI ACCOGLIENZA	➤ Qualificare e migliorare la funzione e i servizi di accoglienza turistica (anche utilizzando la tecnologia) ➤ Migliorare e sviluppare gli Info Point sia dal punto di vista delle dotazioni, che dal punto di vista della qualità del personale ➤ Aumentare e migliorare gli strumenti di comunicazione e informazione ➤ Formare gli addetti per migliorare la qualità dell'accoglienza
	SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO ACCESSIBILITA'	➤ Valorizzare le strutture per la promozione e la fruizione dei luoghi ➤ Sviluppare iniziative di riqualificazione delle strutture del commercio, del turismo e dei servizi (attraverso la predisposizione di misure di incentivazione)

LEVE DI AZIONE	AZIONI
PROMOZIONE E COMUNICAZIONE	➤ Promuovere il DAT per creare un'immagine forte e una notorietà tali da competere <i>in primis</i> con i concorrenti diretti del bacino di riferimento e poi con le altre Destinazioni ➤ Sviluppare gli strumenti di comunicazione non solo in italiano, ma anche nelle principali lingue straniere, soprattutto in vista dell'Expo 2015 ➤ Realizzare strumenti tecnologici innovativi (Siti internet, APP, E-book, loyalty card) per la promozione della Destinazione e per agevolare la diffusione delle informazioni e la fruizione del territorio
PERSONE	➤ Formazione continua agli operatori per migliorare il servizio offerto

IL PIANO DI MARKETING DEL DAT: GLI INTERVENTI

ITINERARI
TURISTICI

- Percorsi cicloturistici (integrati nelle diversi componenti dell'offerta)
- Dotazione strutturale di supporto



QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO

- Riqualificazione urbana
- Accessibilità: strade, parcheggi e piste ciclabili e mobilità dolce
- Illuminazione



EVENTI

- Manifestazioni sportive
- Manifestazioni culturali
- Manifestazioni gastronomiche
- Altre iniziative di promozione



COMUNICAZIONE
INTEGRATA

- Siti internet
- APP e E-book
- Mappe e brochure
- Comunicazione “personale” (operatori economici)
- Creazione calendario eventi



PERSONE

- Formazione operatori (Ambassador)



- Il DAT “LE VIE DI TERRA E DI ACQUA” non si propone solamente di sfruttare l’opportunità generata dalla Esposizione Universale del 2015, ma intende anche essere un elemento di supporto alla manifestazione.
- La prossimità geografica a Milano, i collegamenti su ferro tramite passante e metropolitana e, soprattutto, la vicinanza all’aeroporto di Milano-Linate fanno sì che il DAT sia, da un lato, **UNO DEI "PORTALI" D'ACCESSO A EXPO**, dall'altro, **UN'ESTENSIONE DELLA CAPACITÀ DI ACCOGLIENZA DEI VISITATORI DELLA MANIFESTAZIONE VERSO EST IN UN CONTESTO "GREEN"**.
- EXPO rappresenta così anche un'eccellente occasione di stimolo agli investimenti per fare crescere qualitativamente l'offerta enogastronomica del territorio. In particolare, nel suo ruolo di “Porta Orientale” di EXPO2015, il DAT può e deve sfruttare l’occasione per catalizzare e rappresentare le **VARIEtà E LE ECCELLENZE ALIMENTARI**, proprie e di tutta la Regione Lombardia.
- Oltre a quello appena citato, un altro elemento di coerenza con EXPO2015 sono le **VIE D’ACQUA** che nel DAT sono rappresentate da uno dei canali più caratteristici e sfruttati (il Naviglio Martesana), oltre che dai numerosi luoghi d’acqua (tra cui l’Idroscalo) che costellano il territorio.
- Altro tema strettamente inerente a quello dell’esposizione universale è quello delle **“BIO-DIVERSITÀ”**. Caratteristica di questo territorio è rappresentata, infatti, dal patrimonio naturale (parchi e aree protette) di cui il Distretto è ricco: la straordinaria flora e fauna presente sul territorio si presta così ad un’attenzione in chiave di tutela e valorizzazione della biodiversità.
- Quella legata a EXPO costituirà **una delle principali attività di tutto il 2015, in termini di risorse investite e di risultati attesi**, anche perché è chiara in tutti i partner del DAT la percezione dell’estremo affollamento della comunicazione che molteplici territori e molteplici espositori realizzeranno, e il conseguente ridotto livello di attenzione che i visitatori potranno dedicare a ciascun soggetto ivi presente.
- Ciononostante, le opzioni di sviluppo del DAT non si esauriscono con EXPO 2015. Pur essendo quest’ultima una straordinaria vetrina di promozione e comunicazione, **è opinione dei partner che la vera attività di promozione e sviluppo turistico per il Distretto sarà quella che esso dovrà porre in essere con continuità lungo tutti i prossimi anni.**
- EXPO in sostanza costituisce un’occasione unica per il lancio dell’attività promozionale in un contesto favorevole, un momento essenziale per le politiche di marketing territoriale intese come preconditione per lo sviluppo integrato delle iniziative dei settori commercio, turismo e terziario e per valorizzare tutte le eccellenze lombarde.

LA COERENZA DEL DAT CON ALTRI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE IN TEMA DI COMMERCIO E TURISMO

- Come è stato evidenziato nel corso della trattazione, il programma di intervento del DAT, oltre a mostrare un'elevata coerenza con le **STRATEGIE E GLI OBIETTIVI DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO DI REGIONE LOMBARDIA PER IL TURISMO IN VISTA DI EXPO PER LA X LEGISLATURA**, risulta coerente anche con altri strumenti di programmazione regionale in tema di commercio, come con le «**NUOVE LINEE PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE DEL SETTORE COMMERCIALE** (D.C.R. 12 novembre 2013 – n. X/187)» di cui si è fatto proprio la linea relativa al supporto alla competitività e all'attrattività del sistema territoriale di acquisto, di offerta commerciale e di fruizione di servizi, a partire dalla ricerca e dalla valorizzazione delle vocazioni di ciascun territorio e dalla loro messa in rete a favore di una capacità di offerta più integrata e articolata per filiere tematiche e per fasce di utenza. Inoltre, il DAT ha programmato interventi (creazione di itinerari integrati commercio e turismo, iniziative ed eventi di attrazione, formazione e coinvolgimento degli operatori economici) che consentiranno di perseguire un'altra linea individuata da Regione Lombardia, relativa alla valorizzazione del commercio di prossimità in sede fissa favorendone l'integrazione con le attività e con le politiche per l'attrattività, il turismo, la promozione del territorio, delle sue eccellenze e delle sue promozioni. Il Programma di Intervento del DAT prevede infatti una serie di azioni integrate che permetteranno una maggiore e migliore fruizione dell'area, incentivando al contempo anche il commercio al dettaglio e l'economia locale. Infine, si ricorda che il presente DAT prende le mosse dalla esperienza maturata dalla totalità dei Comuni nella attivazione e sviluppo di ben 4 Distretti del Commercio.
- Il Programma di Intervento, inoltre, centrato sulla mobilità dolce, si inserisce perfettamente nel filone della mobilità sostenibile che fa parte delle linee di indirizzo sostenute dalla Provincia di Milano e da Regione Lombardia. In particolare, si ricorda che lo strumento del **PTCP** prevede per l'area Martesana-Adda:
 - la razionalizzazione e sviluppo del sistema della viabilità con prioritaria riqualificazione e gerarchizzazione della rete esistente;
 - il recupero e la promozione del patrimonio storico–architettonico locale con particolare attenzione al sistema dei navigli e delle cascine;
 - la salvaguardia degli elementi tipici del paesaggio agrario;
 - la creazione di circuiti turistici ciclopedonali finalizzati alla fruizione delle emergenze storiche, paesistiche e ambientali.
- Il Programma di Intervento è inoltre **COERENTE ANCHE CON LE LINEE GUIDA CONTENUTE NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO** (si ricorda che il DAT rientra nell'Ambito turistico Sud Milano). La strategia del DAT e gli obiettivi che intende perseguire si inseriscono, infatti, nel più ampio disegno del Sistema Turistico. In particolare può favorire uno degli obiettivi enunciati nel PST, ovvero lo sviluppo della mobilità ciclabile, progetto che si integrano con la programmazione regionale relativamente alla realizzazione della rete ciclabile regionale, al piano paesistico regionale, così come al già citato Piano Territoriale Provincia di Milano - MiBici.

IL PIANO DEGLI INTERVENTI



- In coerenza con la classificazione richiesta da Regione Lombardia nel Bando (punto 2.6), le tipologie di intervento nelle quali si declina il Programma di Intervento sono:
 - Misure di incentivazione degli esercizi commerciali e turistici (Tipologia 1)
 - Sviluppo e valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale territoriale (Tipologia 2)
 - Interventi per la promozione e l'accoglienza (Tipologia 3)
 - Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale (Tipologia 5)
- Nelle pagine successive sono riportate le schede per ciascun intervento, in cui si riepilogano gli obiettivi di riferimento, le sue caratteristiche, i valori economici, gli attuatori e i destinatari, gli indicatori di risultato e i tempi previsti di realizzazione (cronoprogramma).

GLI INTERVENTI PROPOSTI

MISURE DI INCENTIVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E TURISTICI

- Bando per le imprese turistiche e del commercio

SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA E COMMERCIALE TERRITORIALE

- Creazione di itinerari cicloturistici
- Dotazione strutturale a supporto degli itinerari cicloturistici

INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E L'ACCOGLIENZA

- APP del DAT, Portali e siti internet
- Realizzazione ed estensione di reti e aree wi-fi free
- Potenziamento e interconnessione degli Info Point turistici
- Realizzazione e diffusione materiale di accoglienza e orientamento dei turisti
- Creazione di un calendario eventi coordinato
- Eventi di valorizzazione e promozione del territorio
- Albergo diffuso
- Formazione operatori
- Loyalty card

SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO A SUPPORTO DELL'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

- Realizzazione e potenziamento del sistema di piste ciclabili
- Qualificazione del contesto urbano:
 - riqualificazione viaria
 - arredo urbano
 - verde pubblico

PIACEVOLEZZA DEL CONTESTO (strutturale e di accoglienza)



LA COMPLEMENTARIETÀ DELL'OFFERTA CONSENTIRÀ DI FAR VIVERE UNA ESPERIENZA DI VISITA PIENA E GRATIFICANTE SOTTO I DIVERSI PUNTI DI VISTA (NATURA, DIVERTIMENTO, CULTURA, GUSTO E SHOPPING)

MISURE DI INCENTIVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E TURISTICI



BANDO PER LE IMPRESE TURISTICHE E DEL COMMERCIO

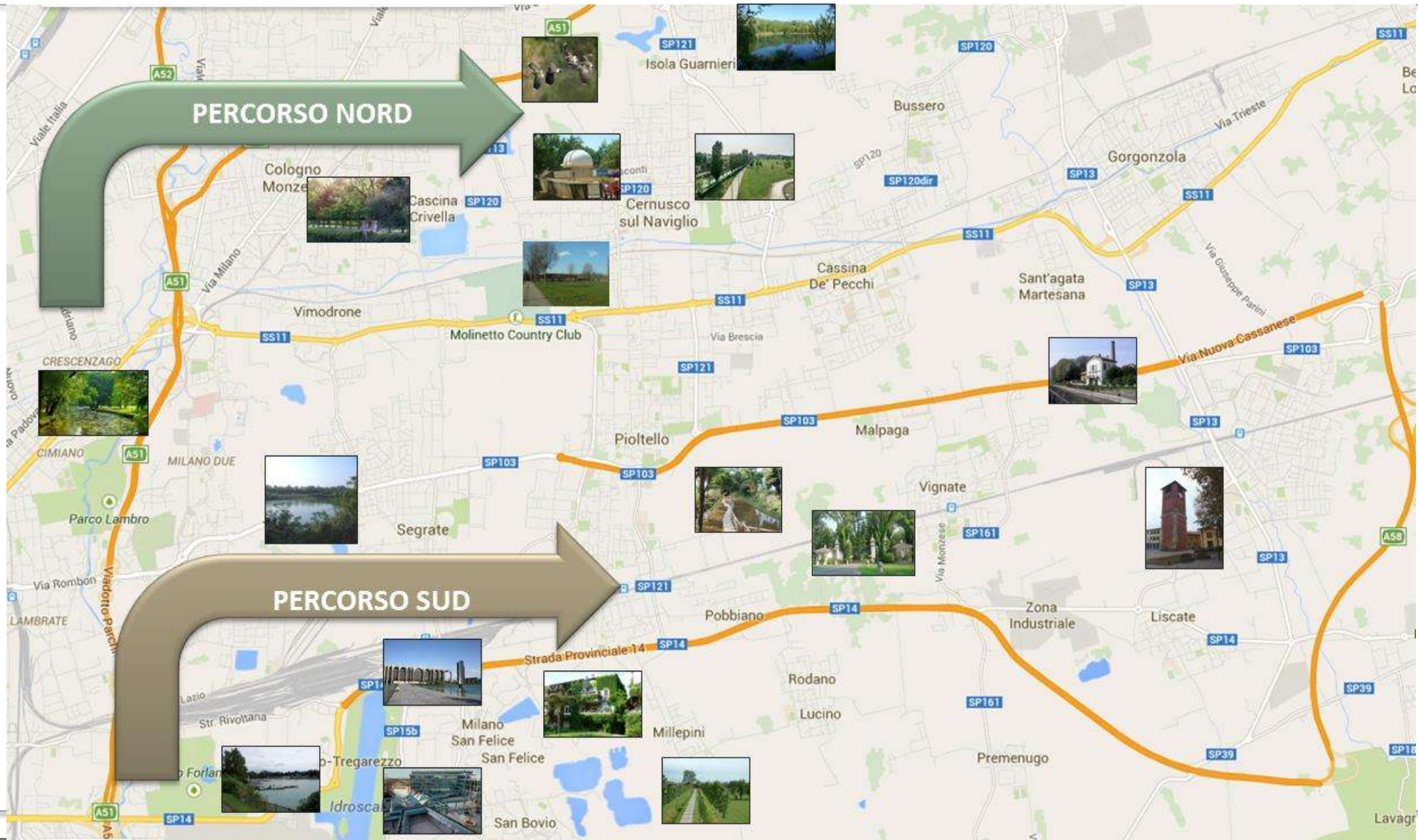
Tipologia	1: <u>Misure di incentivazione degli esercizi commerciali e turistici</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Coerentemente con quanto prescritto nel Bando, le Amministrazioni comunali del DAT si impegnano a garantire la realizzazione di misure di incentivazione delle imprese del commercio e del turismo. Il Comune Capofila del DAT emanerà, in nome e per conto degli altri Partner pubblici, un bando per l'erogazione di contributi a fondo perduto nella misura massima del 50% per la realizzazione di un sistema di illuminazione a led finalizzato al risparmio energetico.
Finalità e Obiettivi	▪ Migliorare il contesto urbano in cui il turista vive la sua esperienza di visita, incentivando la riqualificazione delle strutture commerciali. ▪ Sviluppare una maggiore orientamento ai temi della sostenibilità ambientale e al risparmio energetico.
Destinatari	Imprese, singole o associate, con sede legale o operativa nel Distretto, con Codice Ateco compreso tra quelli indicati da Regione Lombardia nel Bando.
Attuatori	Le Amministrazioni comunali del DAT, tramite il Comune Capofila, che, in seguito all'ottenimento del contributo regionale, emaneranno un bando per l'assegnazione dei contributi messi a disposizione.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto è di 100.000 euro. I Comuni si impegnano, a seguito dell'approvazione del progetto da parte di Regione Lombardia, a mettere a disposizione delle imprese 50.000 euro (10.000 euro da parte di ciascun Comune). ▪ L'intervento prevede sinergie operative con gli investimenti relativi alla riqualificazione delle aree commerciali e turistiche del DAT da parte delle Amministrazioni comunali in quanto contribuiscono entrambi all'abbellimento del DAT e alla sua riqualificazione estetica.
Crono-programma	Febbraio 2015: emanazione del bando. Marzo 2015: raccolta delle domande di partecipazione e richieste di contributo e procedura di selezione e aggiudicazione del contributo. Da Aprile a Dicembre 2015: realizzazione degli interventi.
Indicatori di efficacia	▪ % di risorse economiche messe a disposizione dal bando utilizzate ▪ Numero di operatori finanziati

SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA E COMMERCIALE TERRITORIALE



Tipologia	2: <u>Sviluppo e valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale territoriale</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Al fine di valorizzare al meglio il territorio e di offrire interessanti e diversificate proposte ai turisti, il Distretto dell'Attrattività intende promuovere una serie di iniziative volte alla creazione di alcuni itinerari cicloturistici e a una migliore accoglienza degli utenti. In particolare, coerentemente con le specificità del territorio e con gli assett individuati, si prevede di sviluppare dei percorsi che, centrati sul tema del verde e delle acque e, a questo strettamente connesso, dello sport e turismo attivo, aggancino a questi, in modo coerente e coordinato, la promozione degli altri luoghi di interesse (arte e cultura <i>in primis</i>), ma anche commercio e ristorazione. Anche tenuto conto della conformazione spaziale e dei vincoli logistici dovuti alla rete infrastrutturale esistente (si pensi alla cesura determinata dal passante ferroviario), si possono immaginare, in prima battuta, due diversi percorsi: ▪ PERCORSO A SUD: a partire dall'Idroscalo, si sviluppa verso Melzo, toccando i diversi elementi di attrattiva (Palazzo Mondadori e IBM, la <i>new town</i> di San Felice, lo Stagno Parco della Besozza, la villa Invernizzi, e così via). ▪ PERCORSO A NORD: parte dal parco Lambro (altra porta di accesso da Milano), per proseguire sempre verso est toccando i diversi parchi e arrivare, passando da Pioltello, a Cernusco sulla Martesana. La definizione puntuale dei percorsi, dei punti di attrazione (di carattere artistico, enogastronomico e commerciali) da inserire e, soprattutto, la connessione con il più ampio percorso ciclopedonale che interessa tutta la Martesana sarà uno dei primi compiti che il DAT si troverà ad affrontare, attraverso una fase di studio e di progettazione definitiva del prodotto che vedrà coinvolti tutti i soggetti interessati.

CREAZIONE DI ITINERARI CICLOTURISTICI (segue)



Tipologia	2: <u>Sviluppo e valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale territoriale</u>
Finalità e Obiettivi	▪ Creare itinerari per la scoperta e la fruizione del territorio del DAT, con cui attrarre i visitatori e, quindi, aumentare il numero di arrivi e di presenze sul territorio. ▪ Animare il territorio e promuovere gli itinerari turistici basati sulla riscoperta, valorizzazione e la promozione di eccellenze architettoniche, artistiche, commerciali (shopping), enogastronomiche e storiche, unite alla disponibilità di strutture e servizi di accoglienza di qualità e funzionali all'itinerario.
Destinatari	Target elettivi sono: "Turisti giornalieri"/Escursionisti e Short break, che mettono al primo posto tra le loro motivazioni di visita gli asset fondamentali del territorio, considerati singolarmente (es. cicloturisti) o nella loro ampiezza e completezza di offerta (natura e sport attivo, cultura, arte, enogastronomia, ecc.).
Attuatori	Comitato e altri soggetti interessati.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Non si prevedono costi, in quanto rientrano nell'attività di coordinamento e di progettazione svolta dal Comitato. ▪ L'intervento è il fulcro del Programma e prevede sinergie fattive derivanti dalla collaborazione con altri soggetti (l'Associazione In Martesana in primis, ma anche gli operatori economici del territorio). Inoltre, i percorsi saranno promossi in modo integrato attraverso i vari strumenti di promozione e comunicazione attivati (siti internet, e-book, ecc.).
Crono-programma	Gli itinerari verranno definiti e resi disponibili entro febbraio 2015, in modo da essere pronti per l'inizio di EXPO.
Indicatori di efficacia	▪ Numero di cicloturisti ▪ Numero di punti di interesse turistico collegati ▪ Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso una indagine di Customer Satisfaction in apposita sezione

DOTAZIONE STRUTTURALE A SUPPORTO DEGLI ITINERARI CICLOTURISTICI

Tipologia	2: <u>Sviluppo e valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale territoriale</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Oltre alla creazione degli itinerari e all'ampliamento e riqualificazione della rete di piste ciclabili (vedi intervento relativo), sono previste le seguenti azioni: ▪ potenziamento del servizio di <i>bike sharing</i>, attraverso l'utilizzo di strumenti hardware per migliorare la funzionalità del parcheggio delle biciclette; ▪ interventi di miglioramento della ciclofficina e del deposito biciclette (in Piazza Giolitti a Melzo); ▪ acquisto di radioguide, da utilizzare per visite guidate in bicicletta.
Finalità e Obiettivi	▪ Garantire al turista la disponibilità delle strutture e attrezzature necessarie alla piena e soddisfacente fruizione del servizio proposto.
Destinatari	Target elettivi sono: "Turisti giornalieri"/Escursionisti e Short break, che mettono al primo posto tra le loro motivazioni di visita gli <i>asset</i> fondamentali del territorio, considerati singolarmente (es. cicloturismo) o nella loro ampiezza e completezza di offerta (natura e sport attivo, cultura, arte, enogastronomia, ecc.).
Attuatori	Comuni di Cernusco sul Naviglio e di Melzo, ognuno per le opere di propria competenza.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Potenziamento servizio di <i>bike sharing</i>, miglioramento della ciclofficina e deposito biciclette: 13.000,00 euro (Melzo), 24.497,72 euro (Cernusco sul Naviglio); Acquisto di radioguide: 2.000,00 euro (Cernusco sul Naviglio). ▪ L'intervento è complementare e sinergico alla creazione degli itinerari, rappresentando la dotazione funzionale all'erogazione del prodotto "cicloturismo".
Crono-programma	Ciclofficina e deposito biciclette: entro dicembre 2014 Gestione ciclostazione: per tutto il biennio 2014-2015 Acquisto radioguide: aprile 2014
Indicatori di efficacia	▪ Numero di cicloturisti fruitori del servizio ▪ Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso una indagine di Customer Satisfaction in apposita sezione

INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E L'ACCOGLIENZA



- Per promuovere il prodotto turistico del Distretto «LE VIE DI TERRA E DI ACQUA», il DAT ha programmato di realizzare una **POLITICA PROMO-COMUNICAZIONALE INTEGRATA**, avvalendosi di una molteplicità di strumenti, da quelli più tradizionali (mappe, brochure e così via) a quelli di nuova generazione, al fine di raggiungere la più ampia diffusione possibile.
- In particolare, considerati i nuovi trend, il Distretto creerà strumenti di promo-comunicazione avvalendosi delle nuove tecnologie (APP, Sito internet) che consentano una fruizione multimediale dell'offerta turistica, commerciale e ristorativa, contribuendo a far vivere al turista un'esperienza di visita unica.
- Con riferimento allo sviluppo di **ALTI STANDARD DI ACCOGLIENZA**, il DAT intende:
 - potenziare gli Info Point presenti sul territorio (Cernusco sul Naviglio e Melzo) per l'accoglienza e il rilascio di informazioni e materiale turistico in più lingue, e del portale www.inmartesana.org;
 - creare momenti di formazione del personale presso hotel, ristoranti, b&b, agriturismi, operatori commerciali della zona con lezioni di territorio (conoscenza linguistica, geografica, enogastronomica, storica, artistica e culturale dei cinque Comuni del DAT);
 - dotare i turisti di strumenti, quale le audioguide, che consentano di usufruire di un servizio completo e, tenuto conto delle modalità di fruizione (cicloturismo), in sicurezza ;
 - studiare soluzione di ospitalità diffusa sul territorio.

POTENZIAMENTO DEGLI STRUMENTI DI PROMOZIONE ONLINE: L'APP DEL DAT

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Si tratta di un progetto editoriale multimediale che prevede la descrizione dei luoghi, mappe, percorsi ciclopedonali, punti di interesse e di attrattività, connessioni viabilistiche, attività commerciali. Utilizzabile in mobilità su smartphone e tablet, permette di percorrere i territori dei cinque comuni conoscendone, in tempo reale e "guidati", le attrattive turistiche e commerciali.
Finalità e Obiettivi	▪ Dare visibilità all'offerta del territorio, accrescere la promozione, i servizi di interazione tra gli attori del territorio e i potenziali fruitori, nonché la conoscenza di ciò che avviene sul territorio durante l'evento di EXPO 2015 e anche successivamente. ▪ Attivare una serie di azioni di comunicazione e di marketing territoriale per: • allargare il numero di utenti che fruiscono del patrimonio; • qualificare e orientare le modalità di fruizione del patrimonio e realizzare un'azione di comunicazione efficace rivolta oltre i confini regionali e nazionali; • innovare e ampliare gli strumenti di comunicazione online e offline.
Destinatari	Turisti e residenti del DAT.
Attuatori	I Comuni del DAT.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto è di 8.000 euro, ripartito equamente tra i cinque comuni. ▪ L'intervento prevede sinergie operative con tutti gli interventi di promozione del DAT: verrà a rappresentare infatti uno degli strumenti attraverso cui veicolare tutte le informazioni relative all'offerta del territorio.
Crono-programma	L'APP sarà disponibile a partire da marzo 2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero di download ▪ Numero di accessi all'APP ▪ Numero di frequentatori unici ▪ Numero pagine visitate

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'intervento nasce dal potenziamento, rivisitazione ed estensione a tutto il territorio del DAT di uno strumento già sviluppato da un Partner, l'Associazione Culturale In Martesana, ossia il portale www.inmartesana.org. Questo sito è strutturato per contenere e promuovere le informazioni relative: • all'offerta turistica dei percorsi; • all'ospitalità (dove mangiare, dove dormire, ecc.); • alle manifestazioni e agli eventi del territorio. L'intervento prevede, da un lato, l'estensione di questo strumento a tutto il territorio del DAT e, dall'altro, la sua integrazione con altri strumenti, attraverso i protocolli E015. Al fine di amplificare le potenzialità dello strumento, verranno realizzati dei cross-link tra gli strumenti multimediali già disponibili o di prossima realizzazione dei singoli Partner.
Finalità e Obiettivi	▪ Dare visibilità all'offerta del territorio, accrescere la promozione, i servizi di interazione tra gli attori del territorio e i potenziali fruitori, nonché la conoscenza di ciò che avviene sul territorio durante l'evento di EXPO 2015 e anche successivamente. ▪ Attivare una serie di azioni di comunicazione e di marketing territoriale per: • allargare il numero di utenti che fruiscono del patrimonio; • qualificare e orientare le modalità di fruizione del patrimonio e realizzare un'azione di comunicazione efficace rivolta oltre i confini regionali e nazionali; • innovare e ampliare gli strumenti di comunicazione online e offline.
Destinatari	Turisti e residenti del DAT.
Attuatori	Comune di Cernusco sul Naviglio.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto è di 4.000 euro (Cernusco sul Naviglio). ▪ L'intervento prevede sinergie operative con tutti gli interventi di promozione del DAT: verrà a rappresentare infatti uno degli strumenti attraverso cui veicolare le informazioni relative all'offerta del territorio.
Crono-programma	Il sito sarà disponibile a partire da marzo 2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero di accessi al portale ▪ Numero di frequentatori unici ▪ Numero pagine visitate

POTENZIAMENTO DEGLI STRUMENTI DI PROMOZIONE ONLINE: I SITI DEI DISTRETTI DEL COMMERCIO

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Come già evidenziato nelle pagine precedenti, uno degli obiettivi del DAT è quello di promuovere l'offerta del territorio presso la "domanda interna", ovvero la popolazione residente. A tal fine, tutti i siti dei Distretti del Commercio e quelli dei Comuni partner prevedranno sezioni e pagine dedicate al DAT, conterranno informazioni sull'offerta turistica e link agli altri siti specifici. In particolare, il Distretto del Commercio di Pioltello che sta affrontando il processo di progettazione e messa online del proprio sito investirà una risorsa differenziale per questo specifico scopo. Si tratta di uno strumento innovativo che facilita l'incontro tra chi offre servizi/prodotti e il potenziale cliente alla ricerca di quella specifica offerta. Viah24 è un portale in 3D che mostra al visitatore una Via infinita in 3D lungo la quale sono collocate tutte le attività del territorio. Il portale, inoltre, consente al commerciante di usufruire di una piattaforma e-commerce per avere un'ulteriore possibilità di promuovere il proprio prodotto.
Finalità e Obiettivi	▪ Comunicare e promuovere la varietà dei servizi offerti (commerciali e non) a tutti i frequentatori (fisici e virtuali).
Destinatari	Turisti e residenti del DAT.
Attuatori	Comune di Pioltello.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto, relativo all'attività di comunicazione del sito internet Viah24, è di 2.000 euro (Comune di Pioltello). ▪ L'intervento prevede sinergie operative con tutti gli Interventi di promozione del DAT: verrà a rappresentare infatti uno degli strumenti attraverso cui veicolare anche tutte le informazioni relative all'offerta del territorio.
Crono-programma	Il sito sarà disponibile a partire da dicembre 2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero di accessi al portale ▪ Numero di frequentatori unici ▪ Numero pagine visitate

REALIZZAZIONE ED ESTENSIONE/POTENZIAMENTO DI RETI E AREE WI-FI FREE PER INFORMAZIONI TURISTICHE

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'intervento prevede la realizzazione di impiantistica finalizzata alla copertura Wi-Fi area delle zone del comune di Pioltello (centro storico, area municipio, area stazione).
Finalità e Obiettivi	▪ Agevolare il reperimento di informazioni relative al sistema di offerta turistico-commerciale territoriale del DAT. ▪ Migliorare i servizi legati all'accoglienza del turista .
Destinatari	Escursionisti e turisti.
Attuatori	Comune di Pioltello.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto per la realizzazione dell'impiantistica è di 14.274,00, e di 6.368,40 per il canone di utilizzo del wi-fi. ▪ L'intervento è compatibile e presenta buoni livelli di sinergia con le altre attività del Distretto perché costituisce un'attività di supporto alla competitività delle imprese e consente la proposizione di un'immagine del Distretto al passo con i tempi, anche per i visitatori occasionali (soprattutto in vista di EXPO 2015).
Crono-programma	L'offerta del servizio riguarda il biennio 2014-2015 L'intervento è complementare e sinergico con la messa a disposizione dei residenti e turisti di strumenti promo-comunicazionali godibili sulla rete virtuale.
Indicatori di efficacia	▪ % di incremento del numero di hot-spot sul territorio del Distretto ▪ % di incremento del numero di accessi totale e in occasione di eventi e manifestazioni ▪ Numero contatti

POTENZIAMENTO E INTERCONNESSIONE DEGLI INFO POINT TURISTICI

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Al fine di fornire un'accoglienza pronta e completa, l'intervento mira a potenziare il servizio offerto dai due Info Point (localizzati a Cernusco sul Naviglio e a Melzo) e a formare il personale in modo tale da rispondere alle molteplici esigenze e domande dei turisti. Il progetto prevede: l'acquisto di attrezzature, di impianti e di strutture funzionali all'erogazione del servizio, e l'ampliamento degli orari di apertura dell'info Point di Cernusco sul Naviglio, in modo da offrire il servizio anche infra-settimanalmente durante il periodo di Expo. L'intervento prevede poi il dialogo, attualmente inesistente, tra di due Info-point al fine dello scambio di informazioni e dello sfruttamento di sinergie e opportunità.
Finalità e Obiettivi	▪ Accogliere il turista con un'immagine coerente con l'offerta della destinazione. ▪ Garantire all'utenza un ottimo servizio di informazione e di accoglienza, assistendolo nelle diverse lingue straniere. ▪ Supportare l'organizzazione dell'intero programma di promozione e di valorizzazione del DAT. ▪ Proporre ai turisti soluzione per itinerari, visite di luoghi e conoscenza della realtà locale. ▪ Costituire un riferimento per l'intera area.
Destinatari	Escursionisti e turisti.
Attuatori	Comune di Cernusco sul Naviglio. Il DAT si avvale della stretta collaborazione con l'Associazione In Martesana, che si occuperà della gestione e del funzionamento dell'Info Point di Cernusco sul Naviglio.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Investimento previsto: 8.000 euro a carico del Comune di Cernusco sul Naviglio. ▪ L'intervento prevede sinergie fattive in quanto gli Info Point turistici saranno utilizzati per promuovere e comunicare in modo integrato tutti i prodotti offerti.
Crono-programma	Anno 2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero di contatti /mese dell'Infopoint ▪ Numero di materiale di promozione distribuito

REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE MATERIALE DI ACCOGLIENZA E ORIENTAMENTO DEI TURISTI

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'intervento prevede la realizzazione di un piano di comunicazione integrato che consiste nella realizzazione, stampa e diffusione materiale di accoglienza, orientamento del turista sul territorio e di informazione sulle attrattive del DAT. In particolare, si prevede di realizzare: ▪ mappe turistiche e depliant informativi; ▪ una pubblicazione sul verde a Segrate; ▪ materiale informativo del Comune di Vignate. Il materiale prodotto potrà essere distribuito anche attraverso gli Info Point.
Finalità e Obiettivi	▪ Agevolare il reperimento di informazioni relative al sistema di offerta turistico-commerciale territoriale del DAT. ▪ Potenziare e migliorare l'accoglienza turistica. ▪ Valorizzare il patrimonio del DAT.
Destinatari	Residenti, escursionisti e turisti.
Attuatori	Comune di Cernusco sul Naviglio, di Segrate e di Vignate.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Mappe turistiche: 3.000 euro (Cernusco sul Naviglio) ▪ Libro verde: 30.000 euro (Segrate) ▪ Materiale informativo: 8.400 euro (Vignate)
Crono-programma	Il materiale sarà disponibile a partire da maggio 2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero di materiale prodotto ▪ Numero di contatti realizzati

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'intervento consiste in un percorso formativo e informativo rivolto non solo al personale di hotel, ristoranti, b&b e agriturismi della zona, ma anche a quello delle attività commerciali del territorio, avente ad oggetto: ▪ la conoscenza geografica, enogastronomica, storica, artistica e culturale del territorio: attraverso una serie di incontro anche con le guide turistiche, gli operatori economici apprenderanno curiosità e nozioni sul territorio e le sue attrattive per trasmetterle ai turisti in modo informale, diventando così "Ambasciatori del territorio"; ▪ la conoscenza linguistica: per rendere gli operatori autonomi nell'uso della lingua in un tempo breve, si realizzerà un percorso formativo (base, specialistico, avanzato) che si ricollega, dal punto di vista metodologico, alla filosofia del cosiddetto ENGLISH FOR PROFESSIONAL PURPOSE; ▪ Management: relativo in particolare alle tematiche di gestione del punto vendita, promozione e animazione.
Finalità e Obiettivi	▪ Sensibilizzare gli operatori economici verso la presenza del turista o visitatore, diventando i primi promotori del proprio territorio e rendendo dunque i propri negozi dei "punti informativi informali". ▪ Valorizzare il ruolo degli operatori economici che diventano attori del territorio, incentivando il flusso di presenze e indirettamente, la crescita del giro di affari. ▪ Rendere il Distretto un territorio amichevole, aperto e a misura di visitatore. ▪ Generare maggiore soddisfazione nei turisti/consumatori. ▪ Dotare gli operatori delle conoscenze e delle competenze utili a una efficace gestione del proprio esercizio.
Destinatari	Diretti: Operatori economici del Distretto (attività turistiche, ricettive, di ristorazione, commerciali). Indiretti: Escursionisti e turisti.
Attuatori	Il percorso formativo sarà organizzato e gestito dall'Unione CTSP.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'investimento previsto è di 15.000 euro e sarà coperto con risorse dei Comuni del DAT (ripartite equamente tra i cinque Comuni). ▪ L'intervento è altamente sinergico con gli altri in quanto consente di formare gli operatori del territorio sull'intero pacchetto di offerta turistica e commerciale, amplificando gli sforzi di promozione e comunicazione attivati, e contribuendo ad aumentare la soddisfazione dei turisti/frequentatori/consumatori

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Crono-programma	Il percorso formativo si concluderà entro maggio 2015, in modo da essere pronti per accogliere il flusso dei visitatori
Indicatori di efficacia	Numero di partecipanti al percorso formativo Numero ore di formazione (e conseguente valutazione della ricaduta economica) Soddisfazione dei partecipanti

CREAZIONE DI UN CALENDARIO EVENTI COORDINATO E DELLE RELATIVE PROMOZIONI

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'intervento prevede la creazione di un calendario di eventi del DAT, rilevanti per l'attrazione di flussi turistici, coerenti con il suo posizionamento e le sue aree di attività turistica, individuati su proposta di tutti i partner pubblici e privati, per i quali si procederà alle seguenti fasi: ▪ contatto con gli organizzatori e raccolta dei materiali di promozione in formato digitale; ▪ definizione del target di turisti e frequentatori coinvolti; ▪ pubblicazione del materiale sull'APP e sul sito del DAT e dei Partner; ▪ creazione di pacchetti di promozioni collegati agli eventi e manifestazioni, mediante il coinvolgimento degli operatori privati e degli sponsor, e relativa pubblicazione sugli strumenti online.
Finalità e Obiettivi	▪ Contribuire a valorizzare l'aspetto di animazione del territorio legato agli eventi, e a consolidare in modo duraturo il suo posizionamento come area dove si può godere di attrazioni naturali, culturali, commerciali e gastronomiche. ▪ Integrare al meglio l'offerta del commercio e del turismo in chiave di attrattività del territorio. ▪ Sostenere la qualità e la vivacità del tessuto urbano sfruttando scelte e strumenti innovativi rispetto a quelli finora promossi.
Destinatari	Popolazione residente, flussi di turisti provenienti da comuni esterni al DAT, flussi di visitatori in occasione di EXPO.
Attuatori	Partner del DAT.
Investimenti e sinergie ottenibili	L'investimento non prevede costi, in quanto sarà realizzato dal Comitato. L'intervento prevede sinergie connesse all'uso degli strumenti multimediali, in cui tutti gli eventi inseriti nel calendario comune saranno pubblicati. Inoltre consente di promuovere l'offerta complessiva (turismo e commercio).
Crono-programma	La realizzazione del calendario inizierà ai primi di gennaio 2015 e procederà in modo continuativo, seguendo l'andamento delle stagioni turistiche, fino alla fine del 2015 e oltre
Indicatori di efficacia	▪ Numero di eventi di promozione turistica e commerciale inseriti ▪ Numero di contatti realizzati

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	L'evento in sé e gli effetti delle azioni realizzate influenzano l'immagine e il posizionamento di un territorio sul mercato. In una strategia di marketing territoriale che ha come obiettivo prioritario l'attrazione di flussi turistici, un programma di eventi rilevanti sono, infatti, in grado di diffondere l'immagine del territorio, di rafforzarne la reputazione, di stimolare investimenti, di catalizzare energie presenti in un'area per farle convergere verso un'idea condivisa di sviluppo del territorio. Gli eventi rappresentano inoltre un'occasione per far conoscere l'offerta del territorio e indurre il ritorno e il positivo passaparola. Il progetto si basa sulla produzione e realizzazione di alcuni eventi finalizzati ad attrarre flussi di turisti italiani e stranieri in occasione di Expo 2015. A tale fine, saranno creati servizi di supporto alla realizzazione di tali eventi e all'incremento dell'offerta turistica e verrà svolta un'attività di comunicazione e di promozione con la produzione del relativo materiale. Il DAT è ricco di una molteplicità variegata di eventi e manifestazioni che animano il territorio lungo il corso dell'anno. Il DAT intende operare lungo le seguenti direttrici: ▪ Selezionare quelle iniziative che hanno un grande potenziale attrattivo dal punto di vista turistico e/o commerciale e quelle che si svolgono presso i punti di attrazione. ▪ Coordinarle e fornire loro una caratterizzazione coerente con il posizionamento del DAT e con le attrattive che si intendono promuovere: ciò significa, ad esempio, prevedere, in occasione di tali eventi, il collegamento o la possibilità di fruizione delle attrazioni, la promozione e comunicazione del pacchetto di offerta, la realizzazione di iniziative interconnesse tra commercio e turismo, e così via; ▪ Promuoverle in modo unitario attraverso la creazione di un calendario unico e condiviso, fattore questo che consente, da un lato, di evitare fenomeni di cannibalizzazione dei visitatori all'interno dei comuni che compongono il DAT, dall'altro, di conseguire economie di costo e sfruttare le sinergie di un'attività di comunicazione integrata. Nello specifico, il programma prevedono le seguenti tipologie di manifestazioni ▪ Manifestazioni culturali ▪ Manifestazioni sportive ▪ Manifestazioni gastronomiche ▪ Altre iniziative di promozione

GLI EVENTI DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO (segue)

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO	CRONO-PROGRAMMA
Manifestazioni culturali	Cernusco sul Naviglio	Giornate europee del patrimonio (2014-2015)	6.102,40	Ultima settimana settembre
	Melzo	Fiera delle palme 2014-2015	135.000,00	Aprile
	Melzo	Coltivare cultura e teatro	5.100,00	Maggio – giugno
	Melzo	Concerto Adda Martesana Jazz	3.000,00	Giugno
	Melzo	Mostre originali prime edizioni di autori contemporanei	2.200,00	Luglio – settembre
Manifestazioni sportive	Pioltello	Festa dello sport	3.000,00	Sette, nov. e Aprile
	Vignate	Festa dello sport	-	
	Vignate	Palio dei rioni	-	
	Vignate	Giro dei fontanili	-	
Manifestazioni gastronomiche	Cernusco sul Naviglio	Parco goloso e Golosarte	6.000,00	Maggio e ottobre
	Melzo	Festa del cioccolato 2014	2.440,00	Novembre
	Pioltello	Cioccolandia	12.000,00	Febbraio
	Pioltello	Festa della birra	3.000,00	3-5 ottobre
	Pioltello	Festa del pane	6.000,00	Maggio
	Vignate	Sagra dei sapori	-	

GLI EVENTI DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO (segue)

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO	CRONO-PROGRAMMA
Altre iniziative di promozione	Cernusco sul Naviglio	Eventi natalizi 2014	37.500,00	Novembre-febbraio
	Cernusco sul Naviglio	Iniziative estive (2014-2015)	32.705,60	Giugno-agosto
	Cernusco sul Naviglio	Fiera di San Giuseppe	13.000,00	22 marzo
	Melzo	Eventi natalizi 2014	16.500,00	Luglio – agosto
	Melzo	Iniziative estive (2014-2015)	40.080,89	Dicembre – gennaio
	Pioltello	Eventi natalizi 2014	45.000,00	Dicembre

GLI EVENTI DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO (segue)

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Finalità e Obiettivi	▪ Contribuire a valorizzare l'aspetto di animazione del territorio legato agli eventi e a consolidare in modo duraturo il suo posizionamento come area dove si può godere di attrazioni naturali, culturali, commerciali e gastronomiche. ▪ Attrarre visitatori e sfruttare i flussi di persone attratte per far conoscere il patrimonio del DAT e la sua offerta complessiva.
Destinatari	Popolazione residente, flussi di turisti provenienti da comuni esterni al DAT, flussi di visitatori in occasione di EXPO.
Attuatori	I Comuni del DAT.
Investimenti e sinergie ottenibili	L'investimento previsto è di 395.628,89 euro, sostenuto dalle Amministrazioni comunali del DAT. L'intervento prevede sinergie fattive in quanto gli eventi saranno promossi attraverso gli strumenti di comunicazione attivati (APP, Siti internet, Portale del DAT). Gli eventi saranno, inoltre, occasione per promuovere l'offerta complessiva del DAT.
Crono-programma	Gli eventi si svolgeranno nell'arco dell'anno (2014-2015) sulla base di un calendario condiviso
Indicatori di efficacia	▪ Numero di eventi di promozione turistica e commerciale ▪ Numero di operatori aderenti alle iniziative realizzate ▪ Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso una indagine di Customer Satisfaction in apposita sezione

Tipologia

3: Interventi per la promozione e l'accoglienza

Al fine di valorizzare al meglio il territorio del DAT “LE VIE DI TERRA E DI ACQUA” e renderlo maggiormente attrattivo e interessante, in primo luogo per il turismo “interno”, senza comunque dimenticare la domanda turistica esterna, si è deciso di sviluppare uno strumento di loyalty card che permetterà, attraverso una serie di promozioni/benefit incrociati, di moltiplicare le occasioni di contatto, consumo, fruizione, acquisto delle eccellenze del DAT sia commerciali sia turistiche.

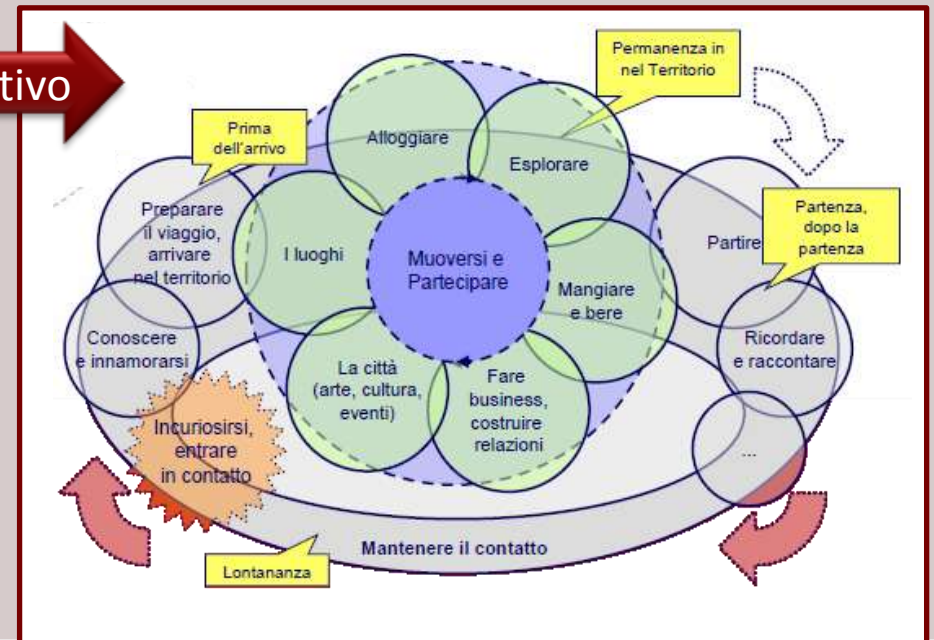
L'iniziativa della CARD del DAT nasce sull'esempio positivo di quanto avvenuto nel DUC di Cernusco sul Naviglio. Proprio sulla base di tale esperienza pregressa si è deciso di estendere lo strumento agli altri territori del DAT e di potenziarlo fornendogli anche una connotazione turistica.

Oltre ad essere uno strumento promozionale, la loyalty card rappresenta anche una piattaforma di comunicazione verso il pubblico e una fonte di raccolta di informazioni sulla clientela: consentirà infatti di costruire un database di clienti ai quali poter fornire tempestivamente notizie (commerciali, turistiche, etc.) inerenti la «vita del DAT».

Descrizione Intervento e Azioni

L'identità del territorio viene proposta attorno ai punti di forza (valori, storie, tradizioni, imprese, ...), per costituire un fattore di attrazione turistico commerciale verso la domanda (interna o esterna). Al centro del sistema, quindi, c'è la domanda che è l'**asset** da valorizzare attraverso una **relazione continuativa** (prima, durante e dopo la visita al territorio) in grado di creare valore e profitto, per sviluppare e moltiplicare le opportunità del business system «esteso».

Il modello operativo



Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Finalità e Obiettivi	▪ Supportare gli operatori economici del DAT. ▪ Reindirizzare una parte delle scelte d'acquisto della domanda verso i negozi di prossimità, attività di servizi e poli turistici interne al DAT. ▪ Collezionare indirizzi profilati di utilizzatori ai quali si potranno inviare, oltre a comunicazioni di natura promozionale, questionari informativi finalizzati a: • conoscere e tracciare nel tempo il profilo del comportamento dei consumatori, in particolare in termini di attrazione ed evasione dei consumi dal territorio; • indagare gli effetti di cross selling tra servizi turistici e commerciali nei comportamenti dei turisti; • analizzare i dati della card in una logica di “basket analysis” per verificare la penetrazione dell'offerta dei diversi servizi del territorio sugli utilizzatori e quindi le sinergie commerciali prodotte dallo strumento.
Destinatari	Turisti e residenti del DAT.
Attuatori	I partner del DAT.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ L'iniziativa non comporta costi per i Comuni in quanto l'investimento sarà a carico degli operatori aderenti. Una volta lanciato il sistema si autosostiene attraverso il contributo marginale dei commercianti aderenti, calcolato sui singoli acquisti effettuati attraverso la card, senza costi fissi e con il plusvalore di una piattaforma di comunicazione in costante sviluppo ▪ L'intervento prevede sinergie operative con gli altri Interventi di promozione e comunicazione del DAT.
Crono-programma	2015
Indicatori di efficacia	▪ Numero operatori aderenti ▪ Numero di clienti possessori della card ▪ Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso un'indagine di Customer Satisfaction

SVILUPPO DELL'OSPITALITÀ ATTRAVERSO IL MODELLO "ALBERGO DIFFUSO"

Tipologia	3: <u>Interventi per la promozione e l'accoglienza</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Ad esclusione del comune di Segrate, l'offerta di ricettività alberghiera nel DAT è carente. Viceversa il territorio è ricco di situazioni abitative di qualità, spesso gradite agli stranieri che, venendo a lavorare a Milano, hanno preferito risiedere in ambienti meno metropolitani. Da questa premessa nasce l'idea di sviluppare, in particolare per i visitatori internazionali, il modello dell'albergo diffuso. Tale soluzione prevede, come noto, l'organizzazione e la messa a sistema dell'offerta di ospitalità presso le case private all'interno dello stesso territorio (nucleo urbano o area più vasta). L'offerta di accoglienza è integrata dagli altri tipici servizi alberghieri, a partire da quelli di pulizia e di ristorazione (in particolare le prime colazioni, ma non solo) a quelli di prenotazione e assistenza, che sono messi in comune tra i diversi operatori/proprietari. L'intervento specifico, nella prima fase, consisterà nella realizzazione di uno studio di fattibilità del progetto.
Finalità e Obiettivi	▪ Potenziare e qualificare l'offerta ricettiva e di accoglienza ▪ Sviluppare modelli di gestione integrata
Destinatari	Operatori, proprietari immobili, Turisti (nazionali e, in particolare, internazionali).
Attuatori	Comune di Melzo.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Lo studio sarà condotto, in economia, dal Comune di Melzo. ▪ L'intervento è altamente sinergico con il Programma nel suo complesso, in quanto consente di offrire un prodotto turistico di qualità, offrendo ai turisti opportunità di soggiorno e di servizi connessi.
Crono-programma	Dicembre-gennaio 2015
Indicatori di efficacia	▪ Prima fase: Fattibilità economica e numero di soggetti interessati ▪ Seconda fase: ▪ Numero di privati proprietari coinvolti ▪ Numero di unità immobiliari partecipanti/ Numero di posti letto offerti ▪ Numero di altri operatori coinvolti (per esempio bar e ristoranti, noleggio auto e bike) ▪ Numero di richieste di informazioni /Numero di prenotazioni ▪ Numero di ospiti / Presenze ospiti

SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO A SUPPORTO DELL'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE



REALIZZAZIONE E POTENZIAMENTO DEL SISTEMA DI PISTE CICLABILI

Tipologia	5: <u>Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Realizzazione di percorsi ciclo-pedonali per favorire il collegamento tra i comuni e all'interno degli stessi. In particolare, a completamento della già nutrita rete di piste ciclabili, si prevedono i seguenti interventi: ▪ Realizzazione di una nuova pista ciclabile in Via Monza a Cernusco sul Naviglio ▪ Riqualificazione passerella ciclopedonale di attraversamento della strada statale 11 a Cernusco sul Naviglio ▪ Percorso ciclopedonale in Via Redeciesio a Segrate ▪ Percorso ciclopedonale centro parco e Cassanese a Segrate
Finalità e Obiettivi	▪ Migliorare la fruibilità e l'accessibilità del territorio dei comuni. ▪ Sviluppare e qualificare il contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale. ▪ Migliorare la viabilità, decongestionando il traffico, rispettando l'ambiente e favorendo delle visite più gradevoli.
Destinatari	Residenti, escursionisti e turisti.
Attuatori	Comuni di Cernusco sul Naviglio e di Segrate, ciascuno per le opere di propria competenza.
Investimenti e sinergie ottenibili	▪ Cernusco sul Naviglio: 333.353,69 euro ▪ Segrate: 283.001,40 euro
Crono-programma	Alcuni interventi sono già conclusi, mentre altri sono in fase di realizzazione con ultimazione prevista entro la fine dell'anno
Indicatori di efficacia	▪ Completamento degli interventi infrastrutturali previsti ▪ Stima del numero di turisti-fruitori delle piste e percorsi

SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO A SUPPORTO DELL'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE

Tipologia	5: <u>Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale</u>
Descrizione Intervento e Azioni	Nella costruzione del prodotto turistico e della percezione che di esso si formano i turisti visitatori, oltre al patrimonio del territorio (nelle sue diverse componenti: storico, artistico, culturale, naturalistico, enogastronomico), ai servizi di accoglienza e all'animazione, una grande rilevanza assumono anche le condizioni di contesto e di accessibilità dei luoghi in cui l'esperienza viene vissuta. Le Amministrazioni comunali del DAT realizzeranno pertanto una serie di interventi per lo sviluppo e la qualificazione del contesto urbano dell'offerta turistica e commerciale territoriale. Si tratta in particolare di opere relative a: ▪ RIQUALIFICAZIONE URBANA: opere a verde (Cernusco sul Naviglio), acquisto e installazione di nuovo arredo urbano, riqualificazione di Piazza Berlinguer, interventi straordinari Teatro Trivulzio e area Fiera, riqualificazione parco E. Montale e G. Deledda (Melzo), opere a verde (Segrate) ▪ EFFICIENTAMENTO ENERGETICO: pannelli solari termici campi da tennis (Melzo), riqualificazione illuminazione pubblica a led (Pioltello) ▪ ACCESSIBILITÀ: riqualificazione marciapiedi (Cernusco sul Naviglio), ampliamento parcheggio e riqualificazione viaria (Segrate) Di seguito si riporta nel dettaglio l'elenco delle opere pubbliche.

SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO

A SUPPORTO DELL'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE (segue)

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO	TEMPI REALIZZAZIONE
RIQUALIFICAZIONE URBANA	Cernusco sul Naviglio	Sistemazione area verde	10.000,00	Concluso
	Melzo	Riqualificazione parco E. Montale	191.049,31	Settembre – dicembre 2014
	Melzo	Casetta per parco Deledda	24.400,00	Maggio 2014
	Melzo	Acquisto e installazione di nuovo arredo urbano	22.049,60	Maggio – ottobre 2014
	Melzo	Riqualificazione piazza Berlinguer	49.857,53	Ottobre – dicembre 2014
	Melzo	Riqualificazione area fiera	10.248,00	Aprile 2014
	Melzo	Interventi straordinari teatro Trivulzio	7.911,09	Ottobre 2014
	Segrate	Opere a verde	30.134,00	Entro dicembre 2014
	Segrate	Arredo urbano	48.424,46	Maggio 2014
EFFICIENTAMENTO ENERGETICO	Melzo	Pannelli solari termici campi sportivi	26.884,00	Maggio 2014 – maggio 2015
	Pioltello	Illuminazione pubblica a led Via Mantegna	27.572,00	Aprile 2015
	Pioltello	Illuminazione pubblica a led Piazza Don MIlani	10.208,67	Aprile 2015
ACCESSIBILITÀ	Cernusco sul Naviglio	Riqualificazione marciapiedi	199.822,82	Entro dicembre 2014
	Segrate	Ampliamento parcheggio	42.143,81	Concluso
	Segrate	Riqualificazione viaria	333.771,70	Concluso

SVILUPPO E QUALIFICAZIONE DEL CONTESTO URBANO A SUPPORTO DELL'ATTRATTIVITÀ TURISTICA E COMMERCIALE (segue)

Tipologia	5: Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale
Finalità e Obiettivi	▪ Migliorare la qualità e l'attrattività degli spazi pubblici del Distretto, anche attraverso la riqualificazione delle piazze, delle strade, dell'illuminazione pubblica, dell'arredo urbano e del verde pubblico, valorizzando in tal modo il contesto urbanistico e architettonico del Distretto. Ciò consentirà di promuoverne l'utilizzo da parte dei frequentatori dell'area e migliorarne la fruibilità. ▪ Migliorare l'accessibilità e la mobilità delle persone e delle merci nel Distretto, attraverso opere di riqualificazione viaria, dei parcheggi, delle piste ciclabili. In particolare, l'obiettivo è quello di: • consentire ai frequentatori del Distretto una migliore facilità di accesso all'area e una migliore fruizione dei servizi da essa offerti; • assicurare una maggiore vivibilità e fruibilità della strada pubblica, incrementando la sicurezza e favorendo i flussi veicolari.
Destinatari	Turisti, cittadini residenti, operatori economici.
Attuatori	Le Amministrazioni comunali del DAT, ciascuna per le opere di propria competenza.
Investimenti e sinergie ottenibili	L'investimento previsto è di 1.034.480,99 euro.
Crono-programma	Tutte le opere saranno terminate entro la fine del 2015
Indicatori di efficacia	▪ Rispetto dei tempi di realizzazione e dei valori di investimento previsti

GLI ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL DAT E IL PROGRAMMA DI INTERVENTO



GLI ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL DAT E IL PROGRAMMA DI INTERVENTO

- Il DAT, pur composto da solo cinque Comuni, aggrega una **REALTÀ TERRITORIALE PARTICOLARMENTE AMPIA**, se si considerano gli oltre 130,000 abitanti e gli oltre 62 Km quadrati di superficie, e **OMOGENEA**, accomunata da caratteristiche e fattori identitari simili, così come da obiettivi condivisi.
- Inoltre, è forte la volontà degli Amministratori di **PROSEGUIRE A LAVORARE NELLA LOGICA DELLA COOPERAZIONE E DELLA RICERCA DI SINERGIE GIÀ SPERIMENTATA CON I DISTRETTI DEL COMMERCIO** (a cui tutti i Comuni hanno aderito già da diversi anni). Ciò facilitato anche dal fatto che alcuni di questi Comuni stanno già collaborando nella realizzazione di alcuni progetti sovracomunali (come ad esempio il BiciPlan o il Polo culturale della Martesana, che si inseriscono in modo coerente nel Programma di Intervento proposto dal DAT). La partecipazione al Bando Distretti dell'Attrattività sarà l'occasione per rinsaldare ulteriormente i rapporti tra i diversi soggetti che a vario titolo operano sul territorio, recuperando una **VISIONE DI INSIEME UNITARIA** per la progettazione e la realizzazione di una programma condiviso e concertato.
- Grazie a una regia unitaria che ha messo in coerenza e integrato risorse, competenze e strumenti operativi, il Programma di intervento è stato pensato per garantire una **FORTE INTEGRAZIONE TRA LE VARIE COMPONENTI DELL'OFFERTA**, non solo tra i diversi prodotti turistici, ma anche tra il settore turismo e il settore del commercio, della ristorazione, della ricettività e della produzione.
- Si tratta di un'offerta che presenta diversi elementi di **INNOVATIVITÀ** rispetto alle politiche di promozione del territorio finora promosse, sia per quanto riguarda i contenuti (percorsi ciclopedonali), sia per quanto riguarda le modalità con cui vengono proposti (offerta integrata, comunicata in modo sinergico e con innovativi strumenti multimediali, come il Portale e l'APP). Il marketing turistico non può più ignorare il canale dei dispositivi mobile: già per il prossimo anno gli analisti del settore prevedono che l'accesso a internet da mobile supererà quello da desktop.
- Gli interventi proposti presentano un **BUON LIVELLO DI SOSTENIBILITÀ NEL TEMPO** in quanto si tratta, per molti di essi, di interventi "strutturali", che permettono di dotare il Distretto di strumenti (es. sito internet, individuazione degli attrattori e definizione di percorsi e così via) che non esauriscono la loro funzione nel breve, ma rappresentano la base per programmi di valorizzazione a medio-lungo termine. Inoltre, il coinvolgimento dei diversi operatori del Distretto consente di attivare sinergie e risorse (di capitale umano ed economiche) con effetti moltiplicativi sul "patrimonio" attuale.

- Il programma del DAT e gli interventi previsti inoltre sono stati costruiti prestando particolare attenzione e rispettando la **COERENZA CON GLI OBIETTIVI DEL POSIZIONAMENTO STRATEGICO DI REGIONE LOMBARDIA PER IL TURISMO** in vista di Expo (DGR X/651 del 6 settembre 2013), così come di **ALTRI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE REGIONALE IN TEMA DI COMMERCIO**, come con le Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale (D.C.R. 12 novembre 2013 – n. X/187).
- Si tratta inoltre di un Programma integrato di valorizzazione delle eccellenze e delle vocazioni territoriali che, facendo di EXPO l'elemento propulsivo, mira a **SVILUPPARE E CONSOLIDARE IN MODO DURATURO IL POSIZIONAMENTO DEI TERRITORIO**, che potrà avere rilevanti effetti e ricadute positive sul territorio e sulla sua economia.

IL PIANO FINANZIARIO



- A seguire viene illustrato il **Piano degli Interventi e il piano finanziario complessivo** del DAT.
- In particolare, si riportano distintamente, per ciascun soggetto investitore:
 - Gli investimenti in conto capitale (Tabella 1)
 - Le spese correnti per eventi, manifestazioni e attività diverse di promozione e comunicazione turistica (Tabella 2)
 - Le risorse destinate al bando delle imprese (Tabella 3)
 - Il piano finanziario di sintesi (Tabella 4)

1. INTERVENTI PUBBLICI: INVESTIMENTI IN CONTO CAPITALE

COMUNE	INTERVENTO	COSTO TOTALE INVESTIMENTO	INVESTIMENTO COMUNI	CONTRIBUTO REGIONE LOMBARDIA
Cernusco sul Naviglio	Riqualificazione marciapiedi	199.822,82	551.278,23	109.440,49
Cernusco sul Naviglio	Manutenzione straordinaria della passerella ciclopedonale di attraversamento della strada statale 11	60.353,69		
Cernusco sul Naviglio	Nuova Pista ciclabile via Monza	273.000,00		
Cernusco sul Naviglio	Sistemazione aree verdi	10.004,00		
Cernusco sul Naviglio	Potenziamento strumenti hardware per funzionalità parcheggio biciclette	6.497,72		
Cernusco sul Naviglio	APP del Distretto	1.600,00		
TOTALE CERNUSCO SUL NAVIGLIO				
Melzo	Riqualificazione parco E. Montale	191.049,31	336.999,53	65.814,70
Melzo	Interventi di miglioramento ciclofficina e deposito biciclette	3.000,00		
Melzo	Acquisto e installazione di nuovo arredo urbano	22.049,60		
Melzo	Interventi straordinari Teatro Trivulzio	7.911,09		
Melzo	Riqualificazione Piazza Berlinguer	49.857,53		
Melzo	Pannelli solari termici strutture sportive	26.884,00		
Melzo	Casetta per Parco G. Deledda	24.400,00		
Melzo	Interventi straordinari Area Fiera	10.248,00		
Melzo	APP del Distretto	1.600,00		
TOTALE MELZO				

1. INTERVENTI PUBBLICI: INVESTIMENTI IN CONTO CAPITALE (segue)

COMUNE	INTERVENTO	COSTO TOTALE INVESTIMENTO	INVESTIMENTO COMUNI	CONTRIBUTO REGIONE LOMBARDIA
Pioltello	Realizzazione impiantistica multimediale (area wi-fi free)	14.274,00	53.654,67	52.054,67
Pioltello	Impianti di pubblica illuminazione siti in via Piazza Don Milani a Limito	10.208,67		
Pioltello	Impianti di pubblica illuminazione siti in Via Mantegna	27.572,00		
Pioltello	APP del Distretto	1.600,00		
TOTALE PIOLTELLO				
Segrate	Allestimento rotatoria con velivolo	48.424,46	739.075,37	132.690,14
Segrate	Ampliamento parcheggio	42.143,81		
Segrate	Lavori di manutenzione strade	333.771,70		
Segrate	Percorso ciclopedonale Via Redecesio	48.291,58		
Segrate	Percorso ciclopedonale centro parco e cassanese	234.709,82		
Segrate	Opere a verde	30.134,00		
Segrate	APP del Distretto	1.600,00		
TOTALE SEGRATE				
Vignate	APP del Distretto	1.600,00	1.600,00	-
			1.682.607,80	360.000,00

2. INTERVENTI PUBBLICI: SPESE IN CONTO CORRENTE

COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
Cernusco sul Naviglio	Giornate europee del patrimonio (2014-2015)	6.102,40
Cernusco sul Naviglio	Parco goloso e Golosarte	6.000,00
Cernusco sul Naviglio	Eventi natalizi 2014 (tra cui pista di pattinaggio, luminarie)	37.500,00
Cernusco sul Naviglio	Iniziative estive (2014-2015)	32.705,60
Cernusco sul Naviglio	Fiera di San Giuseppe	13.000,00
Cernusco sul Naviglio	Pubblicazione mappe turistiche	3.000,00
Cernusco sul Naviglio	Radioguide	2.000,00
Cernusco sul Naviglio	Ciclofficina	3.000,00
Cernusco sul Naviglio	Ampliamento orari di apertura infopoint	8.000,00
Cernusco sul Naviglio	Realizzazione sito internet	4.000,00
Cernusco sul Naviglio	Formazione commercianti	3.000,00
Melzo	Fiera delle palme 2014-2015	135.000,00
Melzo	Coltivare cultura e teatro	5.100,00
Melzo	Concerto Adda Martesana Jazz	3.000,00
Melzo	Mostre originali prime edizioni di autori contemporanei	2.200,00
Melzo	Festa del cioccolato 2014	2.440,00
Melzo	Eventi natalizi 2014	16.500,00
Melzo	Iniziative estive (2014-2015)	40.080,89
Melzo	Gestione ciclostazione	10.000,00
Melzo	Formazione commercianti	3.000,00

2. INTERVENTI PUBBLICI: SPESE IN CONTO CORRENTE (segue)

COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
Pioltello	Festa dello sport	3.000,00
Pioltello	Cioccolandia	12.000,00
Pioltello	Festa della birra	3.000,00
Pioltello	Festa del pane	6.000,00
Pioltello	Eventi natalizi 2014	45.000,00
Pioltello	Canone per utilizzo aree wi-fi free	6.368,40
Pioltello	Promozione attività commerciali tramite tecnologie digitali	2.000,00
Segrate	Libro Segrate verde Manuale d'uso della città	30.000,00
Segrate	Formazione commercianti	3.000,00
Vignate	Giornale informativo del territorio	8.400,00
Vignate	Eventi e manifestazioni (Sagra dei sapori, Festa dello sport, Palio dei rioni, Giro dei fontanili)	-
Vignate	Formazione commercianti	3.000,00
TOTALE COMUNI		475.397,29

3. BANDO PRIVATI - FINANZIATO CON RISORSE DEI COMUNI (SPESE IN CONTO CORRENTE)

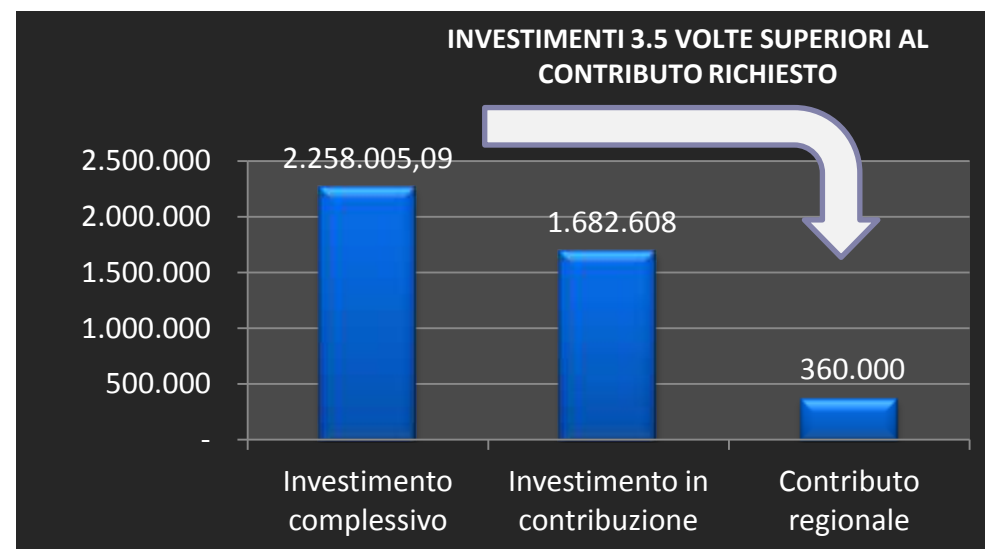
TITOLO/INVESTIMENTO	Risorse messe a disposizione dai Comuni	Privati	VALORE TOTALE
Bando privati	50.000,00 €	50.000,00 €	100.000 €

Le risorse economiche per il bando privati (totale 50.000 euro) vengono messe a disposizione dai cinque Comuni (10.000,00 euro a Comune).

SOGGETTO	TIPO SPESA	VALORE TOTALE DEGLI INTERVENTI	CO-FINANZIAMENTO COMUNI	CO-FINANZIAMENTO PRIVATI	CO-FINANZIAMENTO REGIONE LOMBARDIA
PUBBLICO	Conto capitale	1.682.607,80	1.322.607,80	-	360.000,00
PUBBLICO	Conto corrente	475.397,29	475.397,29	-	-
<u>TOTALE PUBBLICO</u>	-	<u>2.158.005,09</u>	<u>1.798.005,09</u>	-	<u>360.000,00</u>
IMPRESE	Conto capitale	-	-	-	-
IMPRESE	Conto corrente	100.000,00	50.000,00	50.000,00	-
<u>TOTALE IMPRESE</u>	-	<u>100.000,00</u>	<u>50.000,00</u>	<u>50.000,00</u>	-
TOTALE PROGRAMMA DI INTERVENTO	Conto capitale	1.682.607,80	1.322.607,80	-	360.000,00
TOTALE PROGRAMMA DI INTERVENTO	Conto corrente	575.397,29	525.397,29	50.000,00	-
TOTALE PROGRAMMA DI INTERVENTO	-	<u>2.258.005,09</u>	<u>1.848.005,09</u>	<u>50.000,00</u>	<u>360.000,00</u>

- L'arco temporale considerato è un piano biennale, che si sviluppa a partire da aprile 2014 a dicembre 2015, coerentemente a quanto previsto dal Bando regionale.
- In tale periodo, è previsto un investimento complessivo di quasi 2,3 milioni di euro. Gli investimenti per i quali si presenta una richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia sono pari a 1,682 milioni di euro: il contributo richiesto è pari a 360.000,00 euro (16% dell'investimento complessivo). Il progetto ha consentito di mettere a sistema sul territorio risorse di natura pubblica e privata per la valorizzazione del Distretto dell'Attrattività per un ammontare consistentemente superiore a quanto richiesto dal Bando. In particolare il valore complessivo delle risorse risulta pari a oltre 6 volte l'ammontare di co-finanziamento previsto da Regione Lombardia: ciò significa che, per ogni euro di co-finanziamento regionale, il partenariato pubblico-privato ha investito, per i diversi interventi, oltre 6 euro.
- Alla realizzazione e al finanziamento del progetto contribuiscono attivamente sia le Amministrazioni comunali coinvolte, sia gli operatori privati.
- Il Piano finanziario del DAT mette così in evidenza alcuni aspetti valorizzanti il progetto:
 - **L'ADDIZIONALITÀ DI RISORSE ULTERIORI DI PARTE CORRENTE** da parte delle Amministrazioni comunali è pari a circa il 140% del contributo, decisamente superiore al 40% richiesto
 - La presenza di **MISURE DI INCENTIVAZIONE DELLE IMPRESE** pari a 50.000 euro
 - Una **MINORE PERCENTUALE DI COFINANZIAMENTO REGIONALE (16%)** rispetto al massimale del 50%

CONSISTENTE EFFETTO LEVA: 1 A 6



- Il contributo richiesto alla Regione Lombardia è di 360.000 euro, esclusivamente per investimenti in conto capitale dei Comuni.
- In aggiunta ai massimali previsti, il soggetto Capofila (Amministrazione comunale di Segrate) richiede anche un contributo di finanziamento pari a 25.000,00 euro (venticinquemila euro) a copertura delle attività di predisposizione delle proposta progettuale.

GLI INDICATORI DI PERFORMANCE E L'IMPATTO DEL PROGRAMMA DI INTERVENTO



- La misurazione dei risultati raggiunti rappresenta un elemento conoscitivo fondamentale per valutare l'efficacia delle azioni realizzate e per guidare lo sviluppo del Distretto sulla base di riscontri oggettivi. Le informazioni raccolte consentiranno, infatti, di attivare tutte quelle possibili azioni correttive che dovessero rendersi necessarie, qualora ci fossero problemi nella realizzazione dei singoli interventi, in modo da poter mettere in atto efficaci azioni correttive. Inoltre, obiettivo dell'attività di monitoraggio è verificare se il percorso di attuazione del progetto risulta in linea con quanto elaborato e pianificato in sede di ideazione e di progettazione, attraverso una vigilanza costante di variabili quantitative misurabili e verificabili nel corso del periodo di programmazione.
- A tal fine si è deciso di effettuare un'attività di monitoraggio e di valutazione così strutturata:
 - È stato individuato un insieme di indicatori di performance (KPI - *Key Performance Indicator*) che permettono di monitorare il raggiungimento degli obiettivi strategico-competitivi prefissati.
 - L'attività di monitoraggio sarà sviluppata nelle seguenti fasi:
 - *Misurazione iniziale degli indicatori di performance. Tale misurazione, effettuata in coincidenza con la fase di avvio del Piano delle Attività, fornirà un quadro puntuale della situazione iniziale del Distretto relativamente ad alcuni aspetti chiave e rappresenterà il benchmark di riferimento per la valutazione delle performance delle iniziative realizzate.*
 - *Misurazione periodica degli indicatori di performance. Tali misurazioni consentiranno di misurare nel tempo le modificazioni delle performance del Distretto e il grado di successo delle iniziative intraprese. La cadenza delle rilevazioni sarà normalmente annuale, ma potrà anche riguardare periodi più brevi o più lunghi in funzione della natura del fenomeno che si intende misurare e delle risorse economiche destinate a tali misurazioni.*
- Oltre a una serie di indicatori specifici individuati per ciascun intervento (che sono stati inseriti all'interno delle schede relative), il DAT svilupperà un sistema di monitoraggio per la rilevazione di alcuni indicatori generali e trasversali che vengono indicati nella tabella seguente.

INDICATORE	PERIODICITÀ	FINALITÀ
INDICE DI CUSTOMER SATISFACTION: giudizio espresso da commercianti, residenti e turisti su aspetti identificativi dell’offerta del Distretto risultante da una specifica indagine di Customer Satisfaction.	Annuale	Valutare la soddisfazione di turisti, residenti e operatori economici relativamente all’offerta del Distretto.
INDICE DI BRAND AWARENESS della Destinazione: numero di utenti che conoscono l’offerta del Distretto e le sue iniziative, risultante da una sezione di analisi nell’ambito della prevista indagine di Customer Satisfaction.	Annuale	Misurare il livello di notorietà del Distretto e delle sue azioni.
INDICE DI CONOSCENZA E INDICE DI SODDISFAZIONE DEI DIVERSI PRODOTTI (itinerari, eventi e manifestazioni, servizi di accoglienza) offerti dalla destinazione, in generale e con riferimento alle singole componenti, risultante da una sezione di analisi nell’ambito della prevista indagine di Customer Satisfaction.	Annuale	Misurare la conoscenza e apprezzamento dei prodotti offerti dal Distretto.
INDICE DI PRESENZA, calcolato in termini di numero di arrivi e di tempo di permanenza.	Mensile	Misurare l’efficacia delle azioni di promozione-comunicazione in termini di aumento del numero di turisti/frequentatori (arrivi e presenze)
INDICE DI SODDISFAZIONE E DI EFFICACIA DEGLI OPERATORI ECONOMICI (produttori, commercianti, ristoratori) sull’iniziativa di valorizzazione delle produzioni locali e sulla formazione	Trimestrale	Misurare le ricadute (anche economiche) dell’iniziativa presso i diversi attori coinvolti

L'IMPATTO DEL PROGRAMMA DI INTERVENTO E GLI INDICATORI DI EFFICACIA OCCUPAZIONALE E DI RICADUTA ECONOMICO/SOCIALE

- Le caratteristiche dell'area, la tipologia di turismo (prevalentemente escursionisti/*short break*) e, conseguentemente, la mancanza delle informazioni di base, rendono difficile effettuare a priori una valutazione quantitativa dell'impatto del Programma di Intervento sullo sviluppo turistico e commerciale del territorio, se non sulla base di stime che però potrebbero risultare non sufficientemente precise.
- Il Distretto ha però deciso di predisporre una metodologia di valutazione che sarà condotta in seguito alla realizzazione degli interventi previsti, avendo allora la possibilità di contare su informazioni certe e misurabili.
- Data l'impossibilità di misurare tutti i flussi che insisteranno sul territorio del DAT, si limiterà la misurazione a due punti di rilevazione (Cernusco sul Naviglio e Melzo), eventualmente integrata da qualche rilevazione dei flussi su alcuni attrattori principali. Entrambe le location infatti sono presidiate da due Info Point, strutture in grado di rilevare le presenze turistiche. Ciò consentirà di misurare i flussi e la loro evoluzione (prevedibile in aumento), per effetto delle azioni previste all'interno del Programma proposto.
- A partire dalla spesa media del turista e della sua ricaduta sulle diverse componenti dell'offerta (bar/ristoranti, commercio, aziende agricole, e così via), è possibile così immaginare un moltiplicatore turistico sulla base del quale costruire un indicatore di performance e misurare gli effetti complessivi (impatti) del Programma di Intervento, in termini di ricaduta economico sociale.
- La realizzazione di un portale del Distretto sarà inoltre un canale fondamentale di misurazione degli impatti e delle ricadute di carattere economico. Attraverso la registrazione al sito sarà possibile, infatti, collezionare indirizzi profilati di utilizzatori ai quali si potranno inviare, oltre a comunicazioni di natura promozionale, questionari informativi finalizzati a:
 - *conoscere e tracciare nel tempo il comportamento di acquisto e di consumo dei turisti;*
 - *indagare gli effetti di cross selling tra servizi turistici e commerciali nei comportamenti dei turisti in termini di*
 - spesa complessiva
 - composizione della spesa e dei luoghi di acquisto e di consumo
- Sarà inoltre importante integrare i dati di movimento turistico provenienti da diverse fonti (pubbliche e private) sul territorio: hotel, musei, teatri, sale cinematografiche, strutture sportive e così via) che potranno raccogliere dati statistici ed erogare indagini sulla provenienza dei frequentatori.

L'IMPATTO DEL PROGRAMMA DI INTERVENTO E GLI INDICATORI DI EFFICACIA OCCUPAZIONALE E DI RICADUTA ECONOMICO/SOCIALE (segue)

- Mettendo a sistema tutte le informazioni raccolte sarà effettuata una stima delle ricadute economiche del DAT sulle diverse componenti dell'offerta (bar/ristoranti, commercio, aziende agricole, e così via), cercando di costruire un "moltiplicatore turistico".
- Inoltre, mutuando la metodologia adotta negli studi di impatto delle nuove aperture di vendita, a partire da dati di fatturato medio per tipologia di attività e di numero medio di addetti (così come forniti da fonti ufficiali - Istat, Camera di Commercio), rapportati alla variazione del numero di attività presenti sul territorio (nuove aperture), si potranno misurare gli effetti indotti dal Programma di Intervento proposto in termini:
 - di valore economico (fatturato) generato
 - di occupazione (numero di addetti)
- A ciò si deve aggiungere l'impatto diretto, sia pure molto più contenuto e temporaneo, del personale necessario per la gestione di alcuni degli interventi previsti dal Progetto (guide turistiche, corsi di formazione, e così via).

IL CRONOPROGRAMMA



- Di seguito viene fornita una rappresentazione (cronoprogramma) riassuntiva dei tempi in cui si prevede di realizzare gli interventi inseriti nelle diverse aree, che consentono di raggiungere i diversi obiettivi strategici e, conseguentemente, il programma nel suo complesso. Il diagramma riporta sull'asse delle ordinate i singoli interventi e su quello delle ascisse i relativi tempi di esecuzione.
- La finestra temporale considerata è quella prevista nel Piano delle Attività: dal 1° aprile 2014 al 31 dicembre 2015, fermo restando che tutti gli interventi per cui si chiede cofinanziamento regionale saranno ultimati, fatturati e quietanzati entro il 31 dicembre 2015.
- Il diagramma di Gantt è uno strumento di supporto alla gestione dei progetti che consente di monitorare lo stato di avanzamento dei lavori. Saranno utilizzati, quali indicatori di realizzazione:
 - la percentuale di completamento degli interventi;
 - la corretta realizzazione degli interventi (rispetto alle specifiche definite nel Programma di Intervento)
 - la percentuale di interventi realizzati nei tempi previsti.

IL CRONOPROGRAMMA (segue)

