GAL BASSO MONFERRATO ASTIGIANO

PSR 2007-2013 ASSE IV LEADER

Misura 313
Azione 2 Operazione 2a)

"*Progetto per la commercializzazione dell'offerta legata al settore turistico*"

Versione integrata

RELAZIONE FINALE (**FILE WORD e cartaceo**)
La relazione finale (integrata) fa riferimento ai seguenti Allegati:
Allegato 1 Dati domanda, offerta, commercializzazione (**Cartella di N 3 file Excel**):
Allegato 1.1: Composizione offerta turistica, flussi turistici in area GAL
Allegato 1.2. Data Base offerta
Allegato 1.3 Canali commercializzazione e promozione

Allegato 2 Documentazione incontri di concertazione e risultati: cartella contenente **N. 1 File complessivo WORD** composto di:
SubAllegato 2.1 Presentazione progetto
SubAllegato 2.2 Concetti base per la sensibilizzazione operatori
SubAllegato 2.3. Linee guida per la costruzione dei pacchetti turistici
SubAllegato 2.4. Protocollo di intesa e Scheda adesione protocollo di intesa
Suballegato 2.5. Bozza accordo per la costruzione dei Pacchetti turistici
Sub Allegato 2.6. Sintesi incontri

Allegato 3. Bandi e inviti per le Operazioni della Misura 313 (integrati): **(N. 4 file WORD e anche in cartaceo)**
3.1. Bozza bando Op. 2b) RIV NOV
3.2. Bozza Bando Op. 2c) RIV NOV
3.3. Invito capitolato attività coordinamento e organizzazione generale Op. 2d)
3.4. Invito capitolato Attività organizzazione "evento nell'evento" Op. 2d
Allegato 4. Materiale per la realizzazione del progetto:
Cartella di file, contenente:
Suball. 4.0 Verbali incontri GAL CORINTEA
Suball 4.1. lettera di richiesta dati turistici al Comune di Asti.
Suball 4.2 Avvisi incontro di concertazione
Suball 4.3. Inviti agli incontri di concertazione
Suball 4.4. Fogli Presenze incontri di concertazione.
Suball 4.5 Schede adesione rete operatori
mappa strutture alberghiere
mappa strutture extraalberghiere

INDICE

A.1 Presa d'atto analitica e critica dei risultati del Progetto di Sviluppo Turistico integrato e sostenibile redatto per LEADER+	4
A.2 Costruzione del data base strutturato in merito alle risorse, ai dati aggiornati di domanda ed offerta	10
B.1. Contatti informativi con soggetti e Tour operators locali e nazionali che operano specificamente sulle aree rurali (turismo verde-culturale ed enogastronomico, turismo scolastico) e sul turismo religioso	27
B.2. Animazione, sensibilizzazione e concertazione per la costruzione della rete di operatori turistici e per l'individuazione delle linee guida per la costruzione dei pacchetti turistici.	30
B.3. Programmazione e gestione di incontri mirati all'informazione e sensibilizzazione del territorio sui risultati raggiunti nelle fasi precedenti.	37
B.4. Elaborazione dell'accordo "tipo" finalizzato alla costruzione della rete di operatori inseriti nella filiera turistica (propedeutici all'attivazione del Bando a valere sull'Op. 2c)	43
B.5 Individuazione dei canali ottimali per la promozione e la commercializzazione dei pacchetti turistici che verranno successivamente costruiti (operazione 2c)	52
B.6 Definizione degli articolati dei Bandi a valere sulle Operazioni *2b* e *2c*, e dell'invito pubblico per la realizzazione dell'Operazione *2d*.	56
Nota integrativa per l'Operazione 2d)	65

Relazione finale

A.1 Presa d'atto analitica e critica dei risultati del Progetto di Sviluppo Turistico integrato e sostenibile redatto per LEADER+

La fase di Analisi e Studio, si è concretizzata in un'attività di **completamento** delle informazioni e dei dati già disponibili, caratterizzanti il settore turistico sul territorio del GAL Basso Monferrato Astigiano.

L'obiettivo di questa fase è stato quello di reperire, analizzare dati ed informazioni per integrare e aggiornare i dati disponibili inerenti la domanda e l'offerta del settore turistico, partendo dalla base informativa già a disposizione del GAL, ovvero i dati e le informazioni raccolte ed elaborate per la stesura del PSL e, prima ancora, per la definizione del Progetto di Sviluppo Turistico elaborato nella programmazione Leader +.

Si è analizzato il settore turistico in termini di filiera *tout court (*si veda, a tal proposito, il materiale presentato negli incontri descritti nella fase B.2), andando a reperire dati ed informazioni di tipo qualitativo e quantitativo che hanno permesso di descrivere:

- ✓ L'**offerta turistica** (dati relativi agli anni 2002, 2006, 2007 e 2008), con particolare riferimento a:
  - Numero di esercizi suddivisi per Comune e Comunità Collinare (*Allegato 1.1)*;
  - Numero di letti alberghieri ed extra - alberghieri suddivisi per Comune e Comunità Collinare (*Allegato 1.1*)
- ✓ La **domanda turistica** (dati relativi agli anni 2002, 2006, 2007 e 2008), con particolare riferimento a:
  - Presenze aggregate alberghiere ed extra – alberghiere (*Allegato 1.1*);
  - Arrivi aggregati alberghieri ed extra –alberghieri (*Allegato 1.1)*;

- Tempo Medio di Permanenza (*Allegato 1.1*);

Gli altri dati ed informazioni, sistematizzati nel data base di seguito illustrato, sono state reperite richiedendo al Comune di Asti (si veda la lettera di richiesta ufficiale riportata nell'Allegato 4.1) la possibilità di avvalersi delle informazioni contenute nel sito web il http://net.comune.asti.it/turismo/, in cui Comune di Asti (settore Sistemi informativi) rende già disponibili le informazioni relative alle possibilità di pernottamento, di ristorazione e di servizi turistici aggiuntivi (es. strutture sportive, patrimonio storico-culturale e naturalistico, noleggi, ecc)., in collaborazione con ATL Astiturismo.
Questa mole di informazione è stata successivamente integrata/validata avvalendosi di altre fonti documentali quali:

- ✓ la Brochure "Ospitalità in Terre d'Asti",
- ✓ la pubblicazione "Le colline del Bello e del Buono" a cura della Strada del Vino Monferrato Astigiano,
- ✓ La pubblicazione "la squadra delle eccellenze enogastronomiche del Territorio" a cura della Regione Piemonte
- ✓ L'elenco delle eccellenze artigiane della Regione Piemonte
- ✓ Altro materiale reso disponibile da ATL Asti Turismo

I dati relativi ai flussi turistici sul territorio sono stati inoltre integrati con le elaborazioni statistiche fornite dall'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte, settore Offerta Turistica; l'Assessorato ha fornito le elaborazioni relative ai flussi turistici del territorio del GAL BMA, fornendo una comparazione con l'intero territorio provinciale, anche per l'anno 2009.

L'analisi di questi dati, riportati nell'*Allegato 1.1*, permette di rendere evidenti alcuni aspetti interessanti:

- ✓ una crescita modesta ma costante delle presenze turistiche sul territorio del GAL BMA, soprattutto per quanto riguarda il comparto extralberghiero;

- ✓ una certa significatività di aumento dei flussi durante i mesi interessati dalle fiere che saranno oggetto della promozione prevista dall'operazione 2d della misura 313. (legati, soprattutto, alla concomitanza con "ponti" festivi (25 aprile, 1^ maggio, ecc);
- ✓ un'interessante aumento dei flussi dei turisti stranieri.

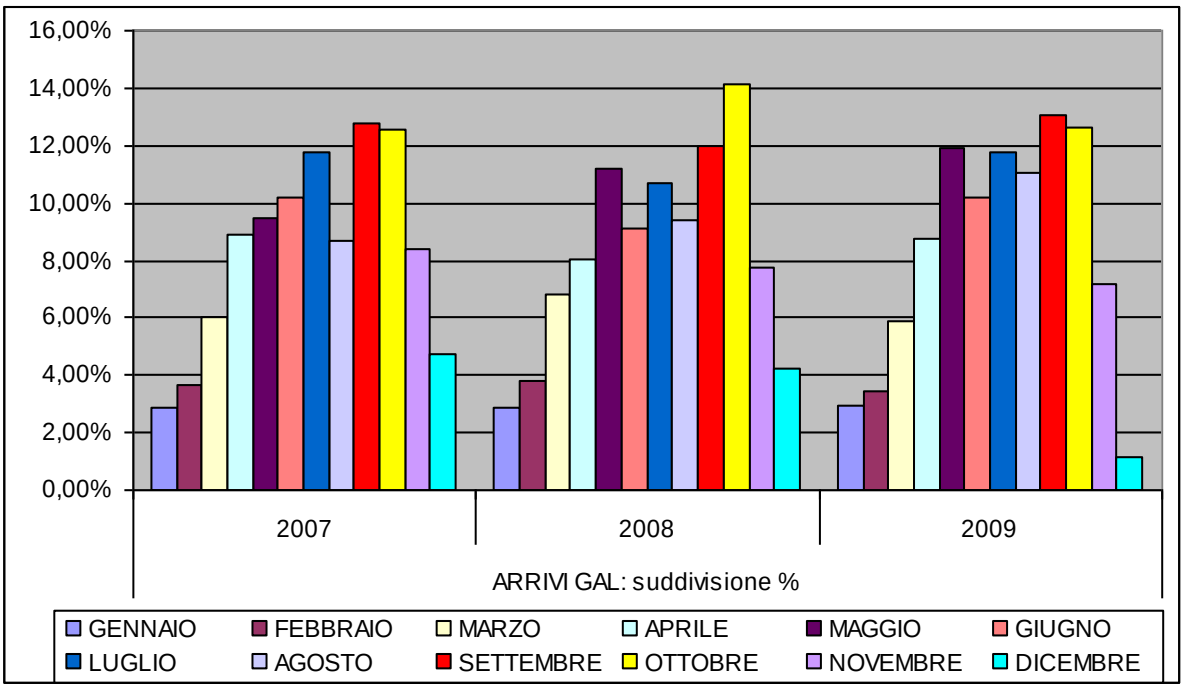
Anno 2007	ATL		GAL	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
GENNAIO	3.428	8.338	643	1.886
FEBBRAIO	3.970	9.355	820	1.897
MARZO	5.229	11.749	1.355	2.587
APRILE	8.482	20.191	1.996	4.927
MAGGIO	9.581	22.083	2.122	5.043
GIUGNO	9.405	23.046	2.288	5.714
LUGLIO	10.533	27.488	2.650	7.246
AGOSTO	7.947	24.173	1.958	6.971
SETTEMBRE	12.139	28.450	2.873	7.002
OTTOBRE	11.510	24.944	2.816	6.095
NOVEMBRE	8.487	17.532	1.893	3.813
DICEMBRE	4.732	11.008	1.067	2.092
TOTALE	**95.443**	**228.357**	**22.481**	**55.273**

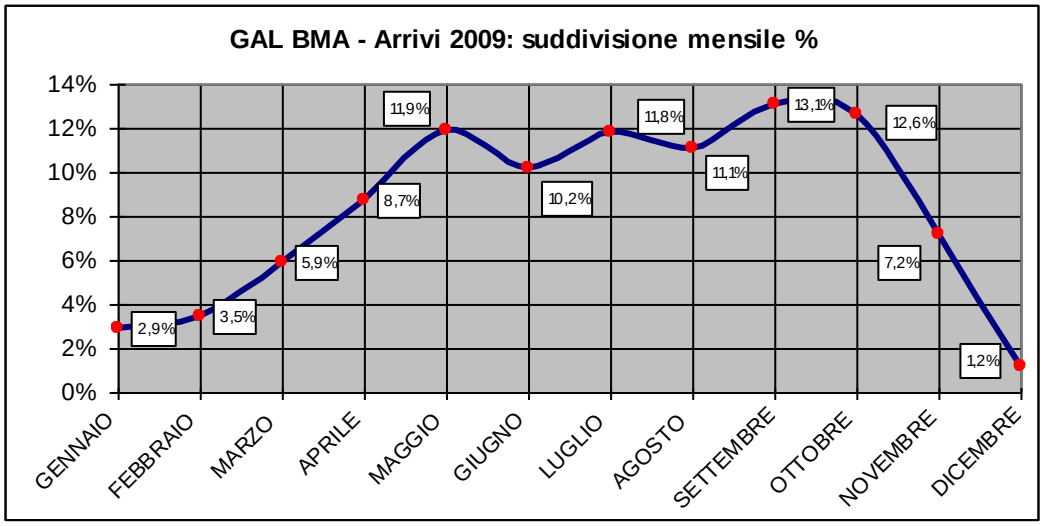
Anno 2008	ATL		GAL	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
GENNAIO	3.666	8.232	695	1.804
FEBBRAIO	4.282	10.133	931	2.226
MARZO	6.272	14.646	1.667	4.431
APRILE	7.864	18.767	1.962	4.852
MAGGIO	10.205	25.047	2.734	6.409
GIUGNO	9.373	23.514	2.218	5.882
LUGLIO	10.283	29.330	2.611	7.752
AGOSTO	8.397	25.658	2.288	7.453
SETTEMBRE	11.462	28.749	2.916	7.830
OTTOBRE	12.366	29.451	3.442	8.263
NOVEMBRE	7.393	17.574	1.884	4.235
DICEMBRE	4.608	11.130	1.031	2.355
TOTALE	**96.171**	**242.231**	**24.379**	**63.492**

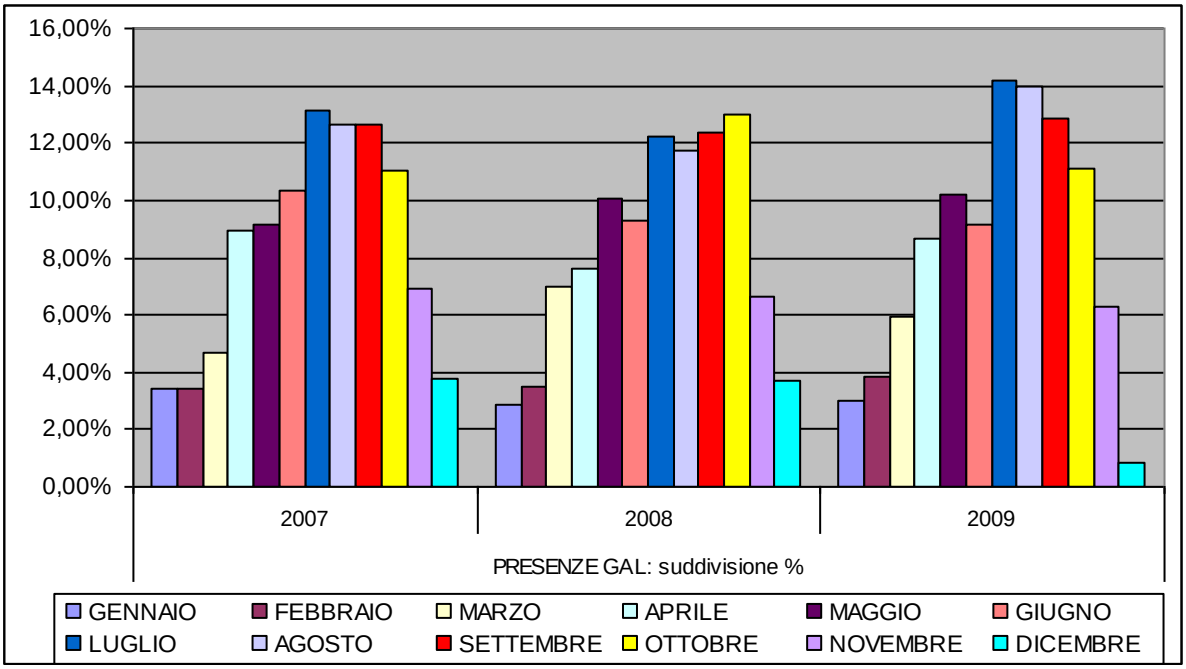
Anno 2009	ATL		GAL	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
GENNAIO	3.394	8.588	679	1.864
FEBBRAIO	4.121	9.988	800	2.416
MARZO	5.655	13.723	1.356	3.705
APRILE	7.799	19.931	2.014	5.423
MAGGIO	10.728	24.877	2.741	6.405
GIUGNO	9.376	21.972	2.346	5.752
LUGLIO	9.851	28.091	2.717	8.889
AGOSTO	8.607	26.406	2.555	8.757
SETTEMBRE	12.229	29.532	3.017	8.060
OTTOBRE	10.815	24.493	2.914	6.966
NOVEMBRE	6.018	14.117	1.656	3.948
DICEMBRE	3.231	6.884	272	523
TOTALE	**91.824**	**228.602**	**23.067**	**62.708**

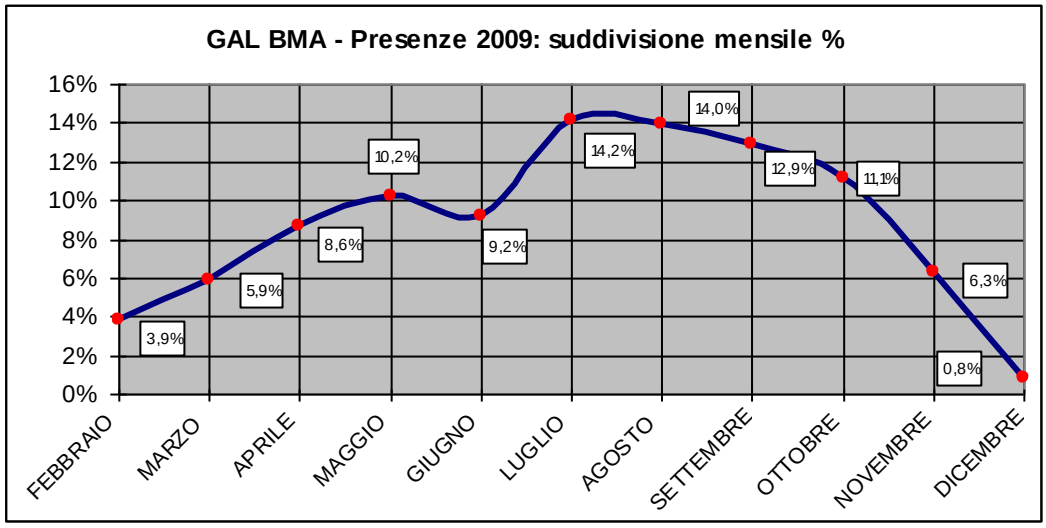
L'elaborazione dei dati sopra riportati permette di evidenziare come la **stagionalità** sia una variabile che incide notevolmente sui flussi turistici nell'area del GAL BMA.

Si può così notare che in generale la presenza turistica sul territorio è più accentuata nei mesi primaverili, ma soprattutto estivi ed autunnali, con un significativo calo nella stagione invernale (negli anni precedenti c'è stato un picco nel febbraio 2006, ovviamente imputabile all'evento olimpico).




GAL BMA - Arrivi 2009: suddivisione mensile %
14%
12%
10%
8%
6%
4%
2%
0%
2,9%
3,5%
5,9%
8,7%
11,9%
10,2%
11,8%
11,1%
13,1%
12,6%
7,2%
1,2%
GENNAIO
FEBBRAIO
MARZO
APRILE
MAGGIO
GIUGNO
LUGLIO
AGOSTO
SETTEMBRE
OTTOBRE
NOVEMBRE
DICEMBRE


16,00%
14,00%
12,00%
10,00%
8,00%
6,00%
4,00%
2,00%
0,00%
2007
2008
2009
PRESENZE GAL: suddivisione %
GENNAIO
FEBBRAIO
MARZO
APRILE
MAGGIO
GIUGNO
LUGLIO
AGOSTO
SETTEMBRE
OTTOBRE
NOVEMBRE
DICEMBRE


GAL BMA - Presenze 2009: suddivisione mensile %
16%
14%
12%
10%
8%
6%
4%
2%
0%
3,9%
5,9%
8,6%
10,2%
9,2%
14,2%
14,0%
12,9%
11,1%
6,3%
0,8%
FEBBRAIO
MARZO
APRILE
MAGGIO
GIUGNO
LUGLIO
AGOSTO
SETTEMBRE
OTTOBRE
NOVEMBRE
DICEMBRE

A.2 Costruzione del data base strutturato in merito alle risorse, ai dati aggiornati di domanda ed offerta

Nel corso di questa fase si è proceduto alla definizione del Data Base integrato per l'offerta turistica (*Allegato 1.2*).
La costruzione di un *Data Base "integrato"* per l'offerta turistica del Monferrato Astigiano, è stata esplicitamente richiesta dal committente in relazione al perseguimento degli obiettivi del presente progetto: la costituenda Rete degli Operatori a vario titolo coinvolgibili nella Filiera Turistica Integrata è, infatti, mirata, come più volte esplicitato, alla costruzione e alla commercializzazione di pacchetti turistici (Op. 2c), tramite precisi accordi da stipulare con il soggetto che verrà incaricato per l'attuazione di tale operazione.

Il Data Base è infatti funzionale:

- ✓ all'aggiornamento periodico e sistematico dei dati;
- ✓ alla costruzione di una offerta integrata, cioè alla articolazione dell'offerta con tutte le proposte che il territorio può offrire per una semplice visita, per un soggiorno più o meno lungo, a quello specifico turista cui il pacchetto si rivolge.

E' forse opportuno qui riprendere quanto è emerso, in accordo con il GAL BMA, nell'ambito della preparazione degli incontri con gli operatori, in particolare per quanto riguarda la definizione di "offerta turistica integrata". Tale concetto deve essere messo in rapporto con le proposte di visita e soggiorno elaborate in funzione dei target cui le proposte stesse si rivolgono.

Il DB è impostato sulle Unità Amministrative di primo livello (Comuni) raccolti nelle Unità di secondo livello (Comunità Collinari). Tale impostazione è motivata, oltre che alla facilità di organizzazione dei dati e di lettura degli

stessi, dai livelli e dalle scale di programmazione e progettualità che in questi ultimi anni, in particolare dalla costituzione delle Comunità Collinari, si attiva sul territorio in occasione di Bandi provinciali e regionali inerenti i vari settori economici (del resto è proprio su una sorta di "terzo livello", coordinando in un primo tempo i Comuni e poi la e Comunità Collinari, che è nato e si consolidato il GAL BMA e si sono costruiti i PSL per le tre programmazioni LEADER). E' evidente che, in generale, l'accesso a dati organizzati e aggiornati è una necessità in sede di analisi preliminare delle dinamiche di un territorio, e di programmazione, necessità che diventa assoluta quando si deve parlare di integrazione dell'offerta turistica: ricettività, ristorazione e servizi si devono interrelare con tutti quei settori che devono essere presi in considerazione per proporre, appunto, un'offerta completa, articolata, capace di mettere in gioco tutte le risorse attrattive disponibili (o rese tali con precisi accordi) di in territorio con le specificità del Monferrato Astigiano. Il Data Base integrato consente, su base comunale e di Comunità Collinare, di mettere in relazione, a seconda delle necessità, tutti i dati "sensibili", utili per:

- ✓ elaborare programmi e progetti in qualsiasi ambito/settore che possa essere connesso alla filiera turistica integrata;
- ✓ l'elaborazione di contenuti per le attività di sensibilizzazione e animazione;
- ✓ la costruzione di pacchetti turistici integrati.

La costruzione del Data Base, in termini operativi, è stata sopratutto fondata sul momento della progettazione: l'organizzazione dei settori è stata accuratamente predisposta per favorire al massimo grado il dialogo tra dati apparentemente non comunicanti, in realtà dotati di forti potenzialità di interrelazione.

Il momento successivo, attualmente in progress, è stato quello del popolamento dei dati, tratti da tutte le fonti disponibili, ma non organizzati in funzione di uno scopo preciso quale quello proposto dal committente.

Il Data base verrà inserito nel sito del GAL, pubblicizzato negli incontri di concertazione e sensibilizzazione che verranno attivati sul territorio nel corso della programmazione: verrà richiesta esplicitamente a tutti gli operatori una

costante verifica dei dati in modo da procedere al loro completamento e al loro regolare aggiornamento.

Il Data base è stato sviluppato, per agevolarne l'utilizzo, su supporto informatico excel.

Vengono qui presentate le categorie inserite nel DB con un commento integrativo in relazione a quanto osservato nell'istruttoria al punto 1.1

Le categorie sistematizzate sono le seguenti:

1. STRUTTURE ALBERGHIERE

Le strutture alberghiere sono state censite sulla base dei dati aggiornati ATL e delle pubblicazioni della CCIAA, verificando sui singoli siti, qualora esistenti, i dati stessi. Le informazioni da inserire sul DB sono state preventivamente concordate con il GAL, in modo da renderle comunque funzionali all'obiettivo del Progetto e dell'intera Misura 313, che si sottolinea è quello di supportare la costruzione dei pacchetti turistici finalizzata alla commercializzazione dell'offerta in modo coordinato e integrato, coerente con le le potenzialità che l'area del GAL vanta per uno sviluppo del turismo rurale. Tale obiettivo è da considerarsi assolutamente **innovativo** per il Monferrato Astigiano, territorio che, anche e sopratutto in relazione alle precedenti programmazioni, ha realizzato le basi strutturali (in termini qualitativi e quantitativi dell'offerta) per avviare finalmente iniziative mirate alla sua commercializzazione.

I dati principali sono poi stati riportati nella mappa in calce al presente paragrafo, al fine di fornire, in sede di concertazione futura per la costruzione dei pacchetti turistici, una percezione immediata della dislocazione di tali strutture sul territorio.

2. STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE

Vale quanto detto sopra, con particolare attenzione posta alle strutture agrituristiche, da considerarsi come potenziali beneficiarie della Mis 311. Agriturismi e B&B forniscono la struttura portante della ricettività dell'area (che comunque conta attualmente *N. 550 camere per N.1.252* posti letto): potenzialità da sfruttare anche in termini di accordi preventivi che mirino a

coordinare una disponibilità ricettiva sicuramente interessante ma diffusa. Si sottolinea che al momento gruppi di visitatori che abbiano una certa consistenza (50-60 persone) sono dirottati addirittura all'esterno della città di Asti (ad es. ad Acqui Terme).

Anche per tale tipologia è stata creata una mappatura di prima percezione, che fornisce interessanti indicazioni sulle subaree in cui si sono sviluppati maggiormente gli agriturismi o i B&B, in piena armonia con le caratteristiche specifiche delle cosiddette aree omogenee in cui è stato strutturato il Monferrato Astigiano

3. RISTORAZIONE

I dati sulla ristorazione evidenziano una diffusione capillare di strutture: in prima approssimazione le categorie concordate con il GAL sono le seguenti: *osteria-trattoria, Ristorante, agriturismo con ristorazione, pizzeria* (che peraltro nella maggior parte dei casi fa anche ristorazione vera e propria), *vinerie con ristorazione*. Al di là della categorizzazione, che appare rispondente alla realtà, ciò che interessa al GAL nell'ambito della strategia su cui è stata impostata la linea di intervento, è una individuazione delle strutture sula base dell'effettiva rispondenza alla costruzione dei pacchetti turistici. La ristorazione agrituristica è già in linea con tale impostazione: negli ultimi anni gli agriturismi si sono di fatto posizionati su un target amante della cucina tradizionale e pertanto hanno elaborato un'offerta mirata alla valorizzazione delle produzioni tipiche locali. I ristoranti si possono ulteriormente suddividere in due sottocategorie:

- quelli specializzati sopratutto in pranzi per feste e nozze (dotati pertanto di sufficiente capienza) e caratterizzati da una cucina anche di alta qualità ma non strettamente tipica, e
- quelli che si sono posizionati sul mercato in relazione alla qualità connessa alla *tipicità*. A questo proposito è interessante segnalare l'estrema precarietà di tale posizionamento in un contesto fortemente concorrenziale, sia per l'effettiva qualità dell'offerta in rapporto alla tipicità, sia per il rapporto qualità/prezzo: la “fortuna” di questa categoria

di ristoranti, oltre è connessa, in particolar modo in un'area rurale quale quella del GAL BMA, alla soddisfazione del cliente e al passa parola. Si è rilevato, in questi anni di esperienza di rapporto diretto sul territorio, come basti un piccolo "errore" (leggendaria la vicenda dell'avere offerto a una cena importante un prodotto surgelato) per scendere rapidamente una china di immagine e fama, per risalire la quale occorrono tempi imprevedibili.

Al di là delle indicazioni contenute nei siti specifici e nei vari strumenti informativi e promozionali interessa al GAL definire, nell'ambito della costruzione dei pacchetti turistici e per l'apertura del Bando a valere sull'op. 2b) individuare standard qualitativi (di ospitalità e ambientali) che siano in stretta connessione con la valorizzazione delle tipicità enogastronomiche e culinarie, in modo da valorizzare il territorio nelle sue specificità.

4. SERVIZI INFORMATIVI PER IL TURISTA

Questo settore è sostanzialmente rappresentato dai servizi decentrati ATL (che è orientata a completare la dotazione in ragione di almeno un servizio per Comunità Collinare) e da alcune iniziative di tipo volontaristico, sorte in aree che hanno un forte caratterizzazione storica: ad. es. la Valle Versa in cui opera una omonima associazione (*valleversa.it*) con un sito di notevole interesse, articolato, aggiornato, ma ancora poco conosciuto, alla quale è legato anche il servizio informativo di Montiglio M.to, che garantisce la visite guidate a S. Lorenzo, oppure l'Alto Astigiano, dove opera la cooperativa La Cabalesta, con intenti informativi e promozionali. La specificità del territorio e dell'offerta richiederebbero una maggiore diffusione, ne sono consapevoli Enti Pubblici e comuni, tuttavia consapevolezza e disponibilità si scontrano con le difficoltà gestionali: questo è il motivo per cui i Comuni sempre più suppliscono preso le loro sedi con la presentazione di materiale informativo. Il presente progetto intende, nell'ambito della sottoscrizione del Protocollo di Intesa propedeutico alla costruzione di pacchetti turistici, **sensibilizzare e impegnare gli operatori** stessi a svolgere tale servizio: tale impegno potrebbe consentire

una soluzione se pure non istituzionale ma certamente assai efficace del problema.

5. AZIENDE AGRICOLE CHE SVOLGONO VENDITA DIRETTA

6. LABORATORI ARTIGIANALI (CON PARTICOLARE RIFERIMENTO ALLE ECCELLENZE ARTIGIANE DELLA REGIONE PIEMONTE)

7. COMMERCIO DEI PRODOTTI TIPICI LOCALI

Queste tre sezioni costituiscono un elemento informativo molto importante nella direzione di una costruzione di una filiera turistica territoriale integrata. Il GAL intende infatti (quanto meno nelle proposte dei Bandi) connettere la filiera turistica vera e propria con quella produttiva, indicando tra gli obiettivi comuni per accordi di filiera anche quelli connessi alla costruzione dei pacchetti turistici integrati*. La possibilità di degustare e acquistare prodotti tipici locali, insieme a quella di prendere contatto diretto con le aziende che proporranno condizioni di favore agli acquirenti il pacchetto turistico, dovrà costituire uno dei punti di forza dei pacchetti stessi.*

8. SERVIZI PER IL TEMPO LIBERO

Questa sezione intende fornire a chi costruirà i pacchetti turistici ma anche al turista stesso informazioni per il "tempo libero": come e dove passare una serata, dove rivolgersi per un pomeriggio sportivo, per una passeggiata a cavallo ecc. Il concetto di "*tempo libero*" è stato introdotto per dare ulteriore senso (ovviamente in termini propositivi) all'"impegno" (di esperienza e conoscenza del territorio) che comunque una vacanza, un soggiorno in un'area rurale, comportano per il turista. Una vacanza "impegnata" è del resto quella che i target individuati si aspettano: in questa ottica diventa importante definire anche le possibilità legate al "tempo libero" da impegni di visite, di percorsi ecc.

9. ASSOCIAZIONISMO

Il coinvolgimento delle Associazioni nella costruzione dei Pacchetti turistici non può essere sottovalutato, anche considerando tale strategia come occasione per una evoluzione della prassi dell'associazionismo locale (in primis le Pro Loco) in direzione della valorizzazione delle specificità del territorio: E' infatti

da sottolineare come un turista che si fermi, non diciamo una giornata, ma anche solo tre giorni nel Monferrato Astigiano, non potrà in alcun modo non venire a diretto o indiretto contatto con le iniziative delle Pro Loco e in genere delle Associazioni Locali: ne vedrà i manifesti e i depliant, ne sentirà parlare, potrà scegliere di partecipare ad una sagra: quale il messaggio? Quale l'accoglienza? Quale l'immagine che ne percepirà? Tutti gli sforzi di qualificazione dell'offerta, le attenzioni dedicate agli eventi/fiera che i Gal Intende mettere al centro delle potenzialità informative e promozionali rischiano di essere vanificati se non si lavora in parallelo ad una sensibilizzazione (e pertanto ad un coinvolgimento "culturale") delle associazioni, che sono di fatto gli "operatori" turistici, ancorchè non qualificati come tali, più visibili sul territorio. Il coinvolgimento, in termini di "cultura dell'informazione e dell'accoglienza" è uno dei cardini dell'Op, 2d), nell'ambito della quale tutti i Comuni delle rispettive Comunità Collinari e pertanto anche le Associazioni locali saranno invitate a partecipare alla organizzazione e gestione dell'evento/fiera e ad adeguare l'offerta agli standard minimi richiesti per ospitare l'evento.

10. INTERMEDIARI TURISTICI

11. GUIDE TURISTICHE

Questa sezione è stata redatta con molte difficoltà, attingendo, confrontando e aggiornando almeno tre fonti, tutte parziali e non aggiornate (provincia, ATL; siti personali delle guide quando esistenti). La stessa Provincia ha segnalato che le sue indicazioni, oltre che parziali, erano da aggiornare: in particolare non è stato e non è facile rilevare i dati relativi al compimento dei corsi di formazione (molte guide sono state infatti inserite nell'elenco dopo la partecipazione a tali corsi, salvo poi dedicarsi ad altra attività). Sono state ovviamente prese in considerazione solo le guide operanti nell'area e ivi residenti. Per quanto riguarda le *guide ambientalistiche, naturalistiche, cicloturistiche ed equestri (in realtà la qualifica è di "accompagnatore"), dopo avere sentito anche operatori di Ente Parchi Astigiani, risulta che tale settore è attualmente coperto esclusivamente dall'Agenzia T&T (cui si rivolge anche*

EPA), che dispone di n.4 figure di accompagnatori abilitati nell'ambito paesaggistico e naturalistico.

12. PATRIMONIO AMBIENTALE PAESAGGISTICO (*)

Questa sezione è ovviamente impostata sull'unica area protetta esistente nel Monferrato Astigiano, Valle Andona e Valle Botto: tale area, compresa per la maggior parte nel territorio del Comune di Asti, è stata estesa ai Comuni di Camerano, Settime, Cinaglio. In tale settore, con LEADER+, il GAL ha attivato una notevole serie di interventi in convenzione con Ente Parchi Astigiani. A fianco di interventi materiali mirati alla dotazione dell'area parte del territorio del GAL di infrastruttura per la fruizione, è stato realizzato uno studio/progetto per *l'individuazione di areali e corridoi ecologici* di importanza ambientale. L'individuazione e l'analisi di tali elementi è propedeutica ad una ulteriore eventuale estensione delle competenze dell'Ente Parchi, obiettivo da anni perseguito. In questa fase è parso comunque interessante segnalare uno per uno gli elementi censiti e analizzati, che possono contribuire ad arricchire l'offerta rivolta, ad esempio, ad appassionati del trekking, che possono cercare e conoscere luoghi non ancora gestiti in forma istituzionale ma accessibili. Ciò già accade, ad esempio, con l'area di *Muscandia*, cui fa riferimento l'omonima associazione nell'Alto Astigiano, o con "I *sentieri della pietra e dell'acqua*" sulla dorsale di *Cardona*. Al conseguimento dell'obiettivo indicato potranno sicuramente contribuire i sentieri recuperati con la Misura 313 Az. 1 del PSR, se adeguatamente manutenuti e gestiti (a tale obiettivo è tra l'altro rivolto il coinvolgimento dei Comuni nei Pacchetti Turistici integrati).

13. MUSEI ECOMUSEI

14. FIERE E SAGRE

15. ALTRE MANIFESTAZION

Per queste due sezioni, compilate anch'esse sulla base di almeno due fonti incrociate (ATL e CCIAA) si è posta particolare attenzione ad operare una suddivisione funzionale alla costruzione dei pacchetti turistici e di siti informativi comunque accessibili al turista. Infatti la documentazione informativo/promozionale esistente è redatta per lo più in funzione temporale

(ad es tutto quanto viene proposto nella provincia di Asti il 4 Giugno), rendendo quanto meno problematico, al turista e comunque al fruitore che ne abbia interesse, orientarsi "spazialmente" nell'enorme quantità di iniziative, elencate alla rinfusa e senza alcun criterio di catalogazione e descrittivo. Si ritiene il lavoro svolto una semplice, ma assolutamente necessaria base per successive interpolazioni e filtraggi resi possibili dal Data Base.

(*)Con riferimento all'osservazione specifica in merito alla non presenza di dati relativi all'offerta "culturale" per le sezioni relative ai Beni culturali si fa riferimento (che verrà evidenziato nel momento della pubblicazione del DB sul sito del GAL, al lavoro già realizzato per LEADER+ (www.beniculturali.monferratoastigiano.it), che offre un censimento completo, con dati verificati con esperti e amministratori locali, nonchè sulla base di una ampia bibliografia, di quanto ogni singolo Comune offre al potenziale turista.
Le schede dei singoli Comuni sono scaricabili e rese pertanto disponibili al fruitore come una vera e propria "*guida*" che egli potrà costruire sulla base delle sue esigenze: tale guida, specificamente mirata ai beni Culturali in senso lato (con particolare e innovativa attenzione ai borghi storici, alle strade di interesse paesaggistico) è destinata già da tempo ad integrare *l'Audioguida del Paesaggio*, strumento realizzato con LEADER+ e base per la strutturazione del territorio in aree omogenee e per una fruizione realmente "integrata" Monferrato Astigiano.
Le schede contengono un censimento puntuale e una descrizione sintetica ma esaustiva, desunta dalle fonti più consolidate e successivamente verificata con gli Amministratori dei singoli Comuni, di tutte le loro specificità: esse integrano il Data Base in modo più che soddisfacente, per metodologia usata, per omogeneità nel trattamento dei dati e delle informazioni, ed anche per la facilità di accesso e di uso.
Il Gal provvederà a trasferire dati e informazioni sul DB a seguito di aggiornamento ed ulteriore verifica delle schede, in modo da rendere tale lavoro concretamente utile.

Non è parso opportuno duplicare il lavoro, che sarebbe stato necessariamente svolto peraltro in termini assai meno analitici e documentati.

A titolo esemplificativo si riporta la scheda del Comune di Cortazzone, sottolineando che un lavoro analogo è reperibile per tutti i 70 comuni del Monferrato Astigiano. Il sito offre cartografia aerea, immagini e riferimenti iconografici.

UNIONE COLLINARE: VAL RILATE

Comune di Cortazzone

Il borgo curtense che avrebbe dato origine al villaggio di Cortazzone potrebbe essere stato fondato in epoca longobarda. La pars dominica della curtis sarebbe sorta ad ovest del rio di Piea, mentre il villaggio di Cortazzone, la pars massaricia, sarebbe stato fondato sul versante orientale della vallata. In alcuni documenti del XII secolo si fa già riferimento ai signori de Cortasono, feudatari del Vescovo di Pavia. Costui, alternandosi con la famiglia Pelletta, manterrà la sua giurisdizione su Cortazzone fino al XVIII secolo, quando il paese passò sotto il dominio sabaudo.
Nei documenti più antichi, risalenti al X secolo d.C. il toponimo risulta Curte Uncionis, con un probabile riferimento al nome di origine franca Uncia. Una seconda ipotesi legherebbe il toponimo al personale Azo.
Come spesso accade per i borghi in cui il Castello è ancora presente, l'impianto medioevale di Cortazzone è rimasto sostanzialmente intatto. Il borgo si presenta come un insediamento di sommità con andamento accentuato a gradoni. Sia il primitivo sviluppo, sia quelli successivi, si sono realizzati sul versante sud-ovest della rocca.

Elementi urbani	
Struttura a gradoni	La percezione del sistema di gradoni, che caratterizza il borgo, si ha già agli ingressi del paese. Da quello nord-est, avamposto del borgo, si accede al Castello attraverso un percorso suggestivo attraverso il gradone mediano. Quest'ultimo offre slarghi a balconata che si affacciano sulla valle e boscose colline circostanti, articolandosi nel sagrato della Parrocchiale. L'ingresso sud-ovest immette invece al gradone più basso su cui poggia il concentrico. La strada di accesso e attraversamento del borgo, via Roma, su cui si affacciano le principali attività commerciali del paese, conduce al nucleo originario attraverso alcune scalinate.
Sottopasso alla Parrocchiale	Di grande interesse architettonico è il sottopasso della Casa Parrocchiale, una particolare porta di accesso al nucleo originario, in direzione nord-ovest, sul gradone mediano.
Frazioni Briccarello Mongiglietto Valmezzana Vanara	Cortazzone può essere definito un paese diffuso data la presenza, oltre al capoluogo, di alcune frazioni, Briccarello, Mongiglietto, Valmezzana e Vanara, diverse località molto popolate e numerose case sparse sul territorio.

Elementi singoli

Castello	l Castello di Cortazzone, che domina imponente sul paese, fu edificato probabilmente nel XIII secolo. Di questa primitiva costruzione, tuttavia, non rimangono tracce. Restano, invece, segni evidenti della riedificazione che fece seguito alla parziale distruzione avvenuta nel XIV secolo, durante le lotte di successione tra i Marchesi del Monferrato, i Visconti e i Savoia. Finestre a sesto acuto affiorano in diversi punti della muratura, così come cornici ornate con mensoline e mattoni posti a denti di sega e merlatura a coda di rondine. Risale alla stessa epoca anche la torre quadrata, rovinata in parte durante la guerra franco-spagnola di inizio Settecento. L'ultima significativa campagna di riadattamento e decorazione del complesso fu intrapresa intorno alla metà del XVIII secolo. Fruibilità: di proprietà privata
Parrocchiale di San Secondo	La Chiesa Parrocchiale di Cortazzone è intitolata, come la vicina Chiesa romanica, a San Secondo. L'esistenza dell'edificio di culto nel centro del paese è attestata in epoca remota, tuttavia esso fu completamente riedificato nel corso del XVIII secolo. Successivamente rimaneggiata, la Chiesa si presenta oggi con una facciata e un campanile neoromanici realizzati nei primi anni del XX secolo. Fruibilità: durante le funzioni religiose
Chiesa di San Secondo	La Chiesa romanica di San Secondo, risorsa di eccellenza del Monferrato Astigiano, sorge su un bricco posto sul versante ovest della Valle del rio Piea, in direzione di Montafia. Costruita tra l'XI e il XII secolo e documentata a partire dall'anno 1300, la Chiesa è giunta fino a noi in ottimo stato di conservazione. La facciata, a salienti, presenta un portale ad arco a tutto sesto con chiave di volta figurata, sovrastato da un elegante fregio a conchiglie, simbolo dei pellegrini. Poco al di sopra, due colonnine addossate alla parete fanno da raccordo con il motivo ad archetti che segue il profilo del tetto. Ai lati del portale corrono due sottili lesene. La parte superiore della facciata e il campanile sono il risultato di un rifacimento posteriore, databile probabilmente al XVII secolo. La parete sud dell'edificio offre un ricco campionario di scultura medioevale. Oltre ad eleganti motivi a intrecci e a cubetti, si conservano infatti diversi bassorilievi zoomorfi e atropomorfi. Nella zona delle absidi, dove le monofore si alternano alle lesene, diverse altre figure animano gli archetti pensili, poco sotto la gronda. La stessa varietà si ritrova nelle sculture all'interno dell'edificio, dove i capitelli che separano le tre navate offrono alla vista uno straordinario bestiario composto da volatili, sirene, pesci, felini, asini e cavalli, accanto a motivi geometrici e vegetali ispirati in parte alle stesse conchiglie scolpite nella facciata. Sulla volta del catino absidale è conservato un affresco risalente al XIV secolo in cui sono rappresentati il Salvatore affiancato da San Girolamo, con il leone, e San Secondo, con la spada in mano. Fruibilità: in occasioni particolari
Confraternita di San Rocco	La piccola Chiesa della confraternita di San Rocco risale al XVIII secolo. La facciata, a capanna, è caratterizzata dalle paraste angolari. In corrispondenza della zona absidale, sul lato destro, si erge il campanile in mattoni a vista.

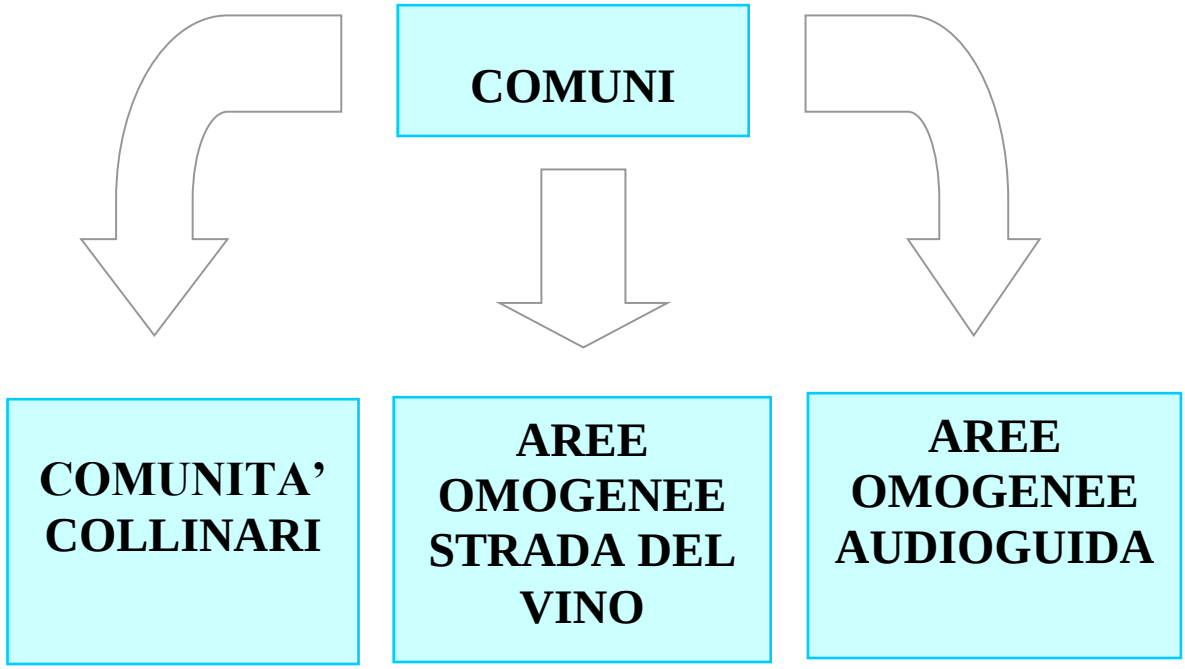
	Fruibilità: durante la festa patronale
Elementi particolari	IUn percorso secondario di accesso alla Chiesa di San Rocco, di notevole interesse urbanistico, è quello che costeggia la rocca sul gradone alto, attraverso via del Castello.
Strade panoramiche	l paese di Cortazzone è immerso tra le verdeggianti Colline dei Boschi, da cui dipartono percorsi ricchi di valore ambientale e storico. In particolare, la presenza della Chiesa di San Secondo di Cortazzone rende la zona tappa obbligata nell'itinerario tematico del romanico. Di alto valore paesaggistico sono anche le due strade che collegano Cortazzone con Montafia, in direzione nord-ovest, e con Soglio, in direzione nord-est.
Avvenimenti (aggiornare)	Festa di Carnevale, febbraio Rievocazione storica medioevale, presso la Pieve romanica di San Secondo, 10 giugno Musica nelle Pievi, presso la Pieve romanica di San Secondo, giugno Festa Patronale di Santa Rosa, agosto Fiera del tartufo, dicembre
Siti internet	http://www.comune.cortazzone.at.it/ http://www.valrilate.it/presentazione/Cortazzone.htm http://www.lacabalesta.it/testi/comuni/cortazzone.html http://www.lacabalesta.it/testi/arte/cortazzonesansecondo.html http://www.ilmonferrato.info/bs/cortaz/cortaz1.htm http://www.dismec.unige.it/san_secondo/prem.htm http://www.dismec.unige.it/san_secondo/cap.htm http://www.ciaoasti.it/chiese/cortazzone.htm http://www.mondimedievali.net/Edifici/Piemonte/SanSecondo.htm http://www.osservatoriodelpaesaggio.org/8bq.htm http://www.medioevo.org/artemedievale/Pages/Piemonte/Cortazzone.html http://www.archeocarta.com/piemonte/asti/siti_asti/cortazzone.htm
Bibliografia	S. CAPUSSO, Storia e valorizzazione del paesaggio agrario astigiano: il comune di Cortazzone, Tesi di laurea, Politecnico di Torino, Facoltà di Architettura, a.a. 2004-2005 P. COGGIOLA, La Chiesa di S. Secondo a Cortazzone d'Asti: indagine storica, dalle origini agli ultimi restauri, in Bollettino della Società piemontese di archeologia e belle arti, 45, 1993, pp. 111-122 Cortazzone, in T. VALENTE, M.S. INZERRA BRACCO, Castelli e "ville-forti" nella Provincia di Asti a nord della valle del Tanaro, vol. I, Asti 1985 Cortazzone: S. Secondo, in T. VALENTE, F. ZANCHETTIN, Chiese romaniche nella Provincia di Asti. Frammenti di storia da salvare, Cinaglio 1982 L. DE STEFANO, L. VERGANO, San Secondo di Cortazzone, in Chiese romaniche nella provincia di Asti, Asti 1960 E. EYDOUX, Dalla "curtis" di Azo al villaggio di Cortazzone, in Rivista di storia arte e archeologia per le province di Alessandria e Asti, CVIII, 1999, pp. 31-46 G. GANDOLFO FEX (a cura di), Guida alla visita di San Secondo in Cortazzone. Chiesa romanica (XI

secolo). Monumento nazionale, Asti 1995
G. GASCA QUEIRAZZA, C. MARCATO, G. B. PELLEGRINI, G. PETRACCO SICARDI, A.
ROSSEBASTIANO, Dizionario di toponomastica. Storia e significato dei nomi geografici italiani, Torino
1997, p.232
Il Piemonte paese per paese, vol. III, Firenze 1994, p.48-49
P. LEONARDI, Scultura di tradizione preistorica nella chiesa romanica di S. Secondo a Cortazzone
(Piemonte, Italia), in M. G. MARZI COSTAGLI, L. TAMAGNO PERNA (a cura di), Studi di antichità in
onore di Guglielmo Maetzke, vol. III, Roma 1984, pp. 635-637.
E. MELLA, San Secondo a Cortazzone d' Asti (sec. XI), in Atti della Società di archeologia e belle arti per la
provincia di Torino,1, 1875, pp. 381-385
P. POGGIO, E. RECLUTA, Esperienze e problemi di conservazione delle chiese di Cortazzone e
Montechiaro d'Asti nel patrimonio del romanico in area astigiana: approfondimenti sull'arenaria, Tesi di
laurea, Politecnico di Torino, Facoltà di Architettura, a.a. 1999-2000
N. VANARA, Ricerche storico-giuridiche sul feudo e sul comune di Cortazzone, Tesi di laurea, Università di
Torino, Facoltà di Giurisprudenza, a.a. 1968-1969
E.M. ZINI, San Secondo di Cortazzone e le chiese romaniche delle campagne astigiane : proposta di
metodo per un'azione di monitoraggio, Tesi di laurea, Politecnico di Torino, Facoltà di Architettura, a.a.
2003-2004

Il Data Base ha un'impostazione che individua, come già anticipato, nel singolo Comune l'unità territoriale di riferimento.

Al singolo Comune sono state poi abbinate altre classificazioni di tipo amministrativo (Comunità Collinare) e di tipo qualitativo (appartenenza alle aree omogenee definite dall'audio-guida del GAL BMA e alle aree omogenee individuate dalla Strada del Vino Monferrato Astigiano); ciò permetterà, a seguito di interrogazioni opportunamente filtrate, di estrapolare le informazioni in funzione della classificazione che si vuole approfondire.

Nello specifico l'impostazione adottata può essere così schematizzata:



All'interno delle categorie le singole voci che sono state censite riportano una serie di informazioni che ne permettono una dettagliata qualificazione.

A titolo esemplificativo si riporta, nello schema successivo, quanto previsto per le strutture ricettive extralberghiere.

Si rimanda ai contenuti dell'Allegato 4 la possibilità di visionare il dettaglio delle singole categorie.

CATEGORIA: RICETTIVITA' EXTRALBERGHIERA

Comune	ISTAT	Area Omogenea Audioguida	Area Omogenea Strada del Vino

ID	Denominazione

Referente	Indirizzo	CAP	Telefono	Fax	e-mail	Sito web	Socio Strada del

Tipologia	Camere	Letti	Possibilità ristorazione	Piscina	Noleggio bici

Agriturismo: AG, Bed&Breakfast: BB, Affittacamere: AF, Casa ferie - Ostello: CFO, Camping: CP

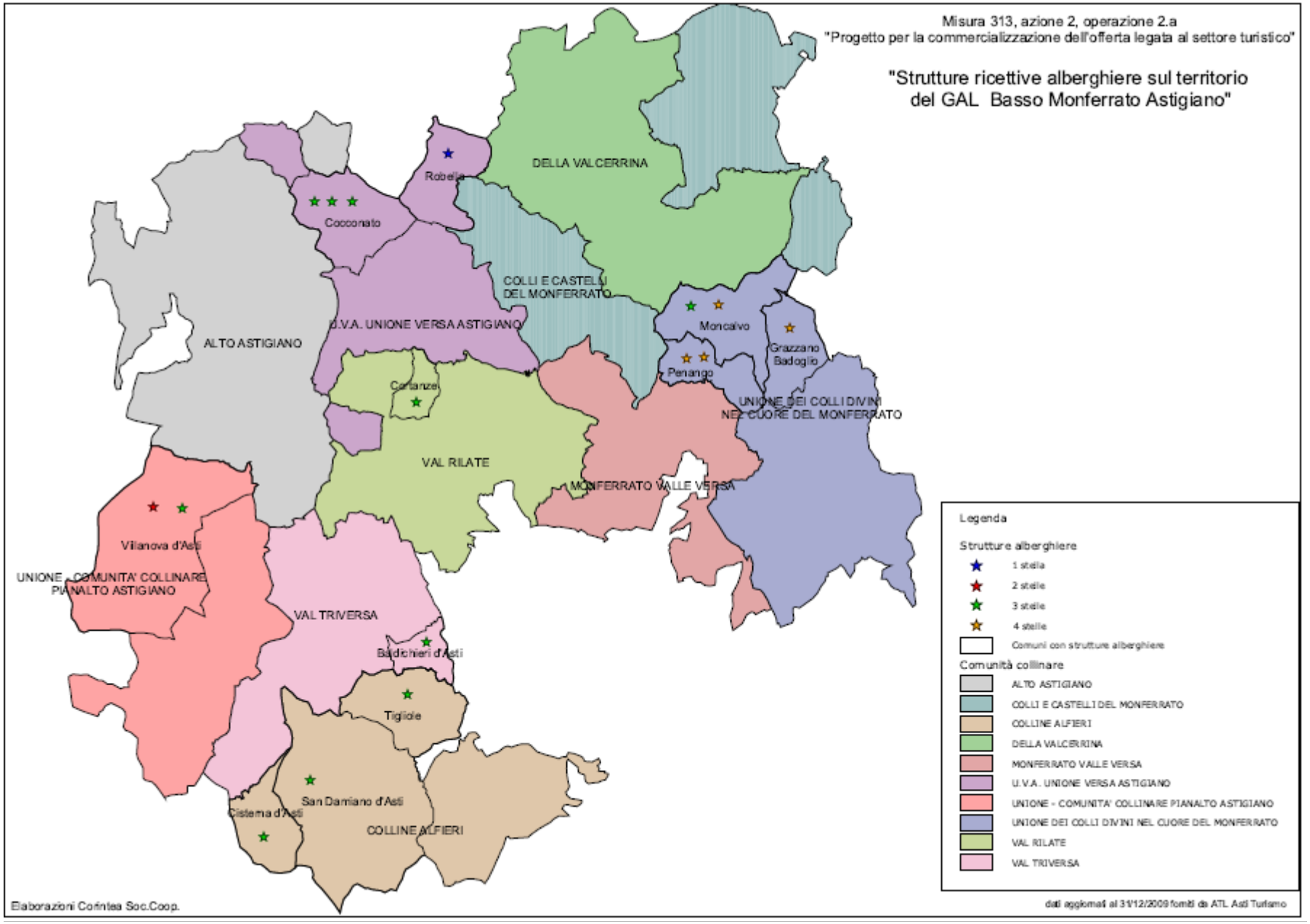
Maneggio	Ulteriori servizi offerti	Accoglienza animali

esempio: campo golf, calcio/calcio a 5, tennis, bocce… Attività legate alla fruizione del territorio (organizzazione escursioni, degustazioni, partecipazione attività agricole: vendemmia, ricerca tartufo…)

Il Data Base è già stato proficuamente impiegato dal GAL BMA nelle attività di contatto con gli operatori della filiera turistica coinvolti nei n.4 incontri, descritti nella fase B.2, funzionali alla concertazione per la costruzione di una rete di operatori turistici.

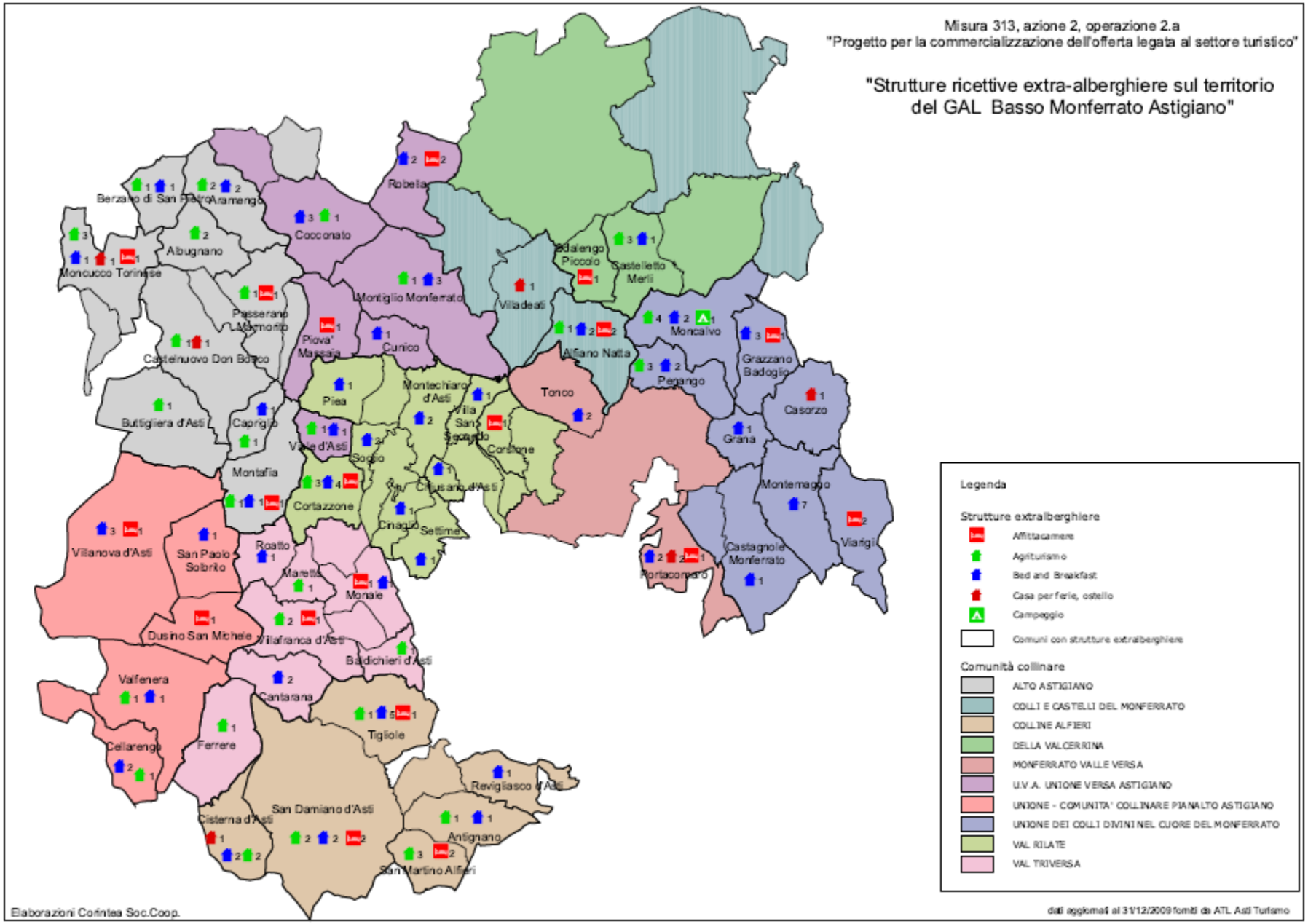
Misura 313, azione 2, operazione 2.a
"Progetto per la commercializzazione dell'offerta legata al settore turistico"

"Strutture ricettive alberghiere sul territorio del GAL Basso Monferrato Astigiano"



Elaborazioni Corintea Soc.Coop.

dati aggiornati al 31/12/2009 forniti da ATL Asti Turismo


Misura 313, azione 2, operazione 2.a
"Progetto per la commercializzazione dell'offerta legata al settore turistico"
"Strutture ricettive extra-alberghiere sul territorio del GAL Basso Monferrato Astigiano"
Robella
Berzano di San Pietro
Aramengo
Cocconato
Albugnano
Moncucco Torinese
Passerano Marmorito
Castelnuovo Don Bosco
Montiglio Monferrato
Piova' Massaia
Cunico
Villadeati
Odalengo Piccolo
Odalengo Grande
Castelletto Merli
Moncalvo
Grazzano Badoglio
Pegrango
Altiano Natta
Tonco
Montechiaro d'Asti
Vila
Piea
Viale d'Asti
Soglio
San Secondo
Corsione
Casorzo
Grana
Montemagno
Viarigi
Castagnole Monferrato
Portacomaro
Butigliera d'Asti
Capriglio
Montafia
Cortazzone
Cisnago
Settime
Cinaglio
Villanova d'Asti
San Paolo Solbrito
Roatto
Maretto
Monale
Dusino San Michele
Villafranca d'Asti
Baldichieri d'Asti
Valfenera
Cellarengo
Cantarana
Ferrere
Tigliole
Revigliasco d'Asti
San Damiano d'Asti
Cisterna d'Asti
Antignano
San Martino Alfieri
Legenda
Strutture extralberghiere
Affittacamere
Agriturismo
Bed and Breakfast
Casa per ferie, ostello
Campeggio
Comuni con strutture extralberghiere
Comunità collinare
ALTO ASTIGIANO
COLLI E CASTELLI DEL MONFERRATO
COLLINE ALFIERI
DELLA VALCERRINA
MONFERRATO VALLE VERSA
U.V.A. UNIONE VERSA ASTIGIANO
UNIONE - COMUNITA' COLLINARE PIANALTO ASTIGIANO
UNIONE DEI COLLI DIVINI NEL CUORE DEL MONFERRATO
VAL RILATE
VAL TRIVERSA
Elaborazioni Cofintea Soc.Coop.
dati aggiornati al 31/12/2009 forniti da ATL Asti Turismo

B. PROGETTAZIONE

PREMESSA.

Questa Fase Operativa intende connettersi strettamente alla strategia di Sviluppo Turistico (c.d. ***Petit Tour)*** individuata nello Studio realizzato per LEADER+ che, come già ricordato precedentemente è mirata a:

- ✓ privilegiare e favorire un particolare modo di fruizione del territorio, (appunto il Petit Tour.[1]), adatto alle sue caratteristiche;
- ✓ dotare il turista di opportuni strumenti informativi capaci di guidarlo in una fruizione che può anche essere costruita di volta in volta dal turista stesso, in relazione ai suoi specifici interessi;
- ✓ **dotare il territorio di una rete strutturata e diffusa di strutture ricettive e di servizi per supportare le sue scelte di permanenza**.

B.1. Contatti informativi con soggetti e Tour operators locali e nazionali che operano specificamente sulle aree rurali (turismo verde-culturale ed enogastronomico, turismo scolastico) e sul turismo religioso

Nel corso dell'attività propedeutica alla fase di animazione, sensibilizzazione e concertazione sul territorio (si veda punto B.2.) è stato condotto un confronto diretto e telefonico con una serie di interlocutori privilegiati che ha permesso di confermare, ed in alcuni casi integrare, le analisi già dettagliatamente emerse

---

[1] *Petit Tour, Andar per colline* è una suggestione che si è presto trasformata in una sorta di slogan che sintetizza in modo esaustivo una ipotesi di strategia di sviluppo. La dizione *Petit Tour* è evidentemente tratta dal *Grand Tour* ottocentesco, le cui implicazioni "formative", ovviamente connesse alle risorse storiche ed artistiche di itinerari che toccavano le culle della storia e dell'arte, era anche implicitamente legata ai *tempi* ed ai *modi del viaggiare, del percepire, del conoscere*. Superfluo il confronto con i tempi e i modi di oggi: *qui è proposta una vera e propria inversione di tendenza.*

Petit Tour significa

- che si può "*andar per Colline*" da soli, in famiglia, in piccoli gruppi di amici utilizzando la fittissima rete stradale che le percorre e consente di muoversi a piedi su sentieri e strade di campagna, in bici, in moto, a cavallo (ed ora anche sugli asinelli delle associazioni di appassionati), in macchina, su navette in occasione delle Fiere di "Ritorno alla Fiera".
- Che si può raggiungere ogni riposta valle, ogni dorsale, ogni più segreto anfratto di un'area che non solo ad ogni passo offre continue **variazioni di ambienti**, di paesaggi e di panorami, ma anche che, alla distanza media di uno-due Km, presenta piccoli borghi e insediamenti ricchi di storia, castelli e chiese barocche, forme e spazi da cogliere nelle loro radici storiche millenarie.
- Che si può soggiornare nei piccoli alberghi, negli agriturismi, nel B&B, nelle locande che si offrono su tutto il territorio e consento facili ed autonomi spostamenti di "zona", in rapporto alla zone omogenee individuate, dove potranno esser frequentati i ristoranti tipici, essere visitate la aziende agricole di qualità, le imprese artigiane.

e recepite dal GAL BMA nelle attività svolte in Leader + e nel corso della predisposizione dell'attuale PSL.
I soggetti interpellati sono:

- ✓ ATL Astiturismo,
- ✓ l'Ente Parchi Astigiani,
- ✓ il Consorzio operatori turistici del Nord Astigiano,
- ✓ La struttura avviata in LEADER + per la gestione dell'incoming,
- ✓ L'associazione Strada del Vino del Monferrato Astigiano
- ✓ L'Ecomuseo del BMA
- ✓ I responsabili della gestione del flusso di visitatori al Santuario dei Becchi.
- ✓ Alcuni tour operator nazionali che operano specificamente nel settore del turismo verde-culturale ed enogastronomico.

Il confronto è stato funzionale a raccogliere, da un lato, elementi e valutazioni per soddisfare **le reali esigenze** (implicite ed esplicite) dei target turistici individuati come maggiormente interessanti per lo sviluppo sostenibile del settore turistico nell'area del GAL BMA ovvero (come meglio specificati nel paragrafo B.2):

- ✓ il **turismo verde-culturale**,
- ✓ il **turismo enogastronomico**,
- ✓ il **turismo scolastico**,
- ✓ il **turismo religioso**.

Dall'altro, è servito per correlare tali esigenze alle specifiche potenzialità e problematiche che il territorio (declinato nelle sue diverse componenti) è in grado attualmente di offrire e di sviluppare.

Il confronto ha permesso di delineare, in modo più preciso ed efficace, l'impostazione degli incontri e degli strumenti illustrati nei paragrafi successivi.

Gli interlocutori interpellati hanno ribadito l'importanza di lavorare per creare le condizioni che ovvino all'attuale difficoltà di proporre soggiorni che non si collochino nelle due tipologie della gita in giornata e del soggiorno stagionale dei non residenti nelle seconde case.

Su esplicita sollecitazione gli interlocutori hanno manifestato una significativa consapevolezza:

- ✓ dell'importanza di lavorare su forme di integrazione delle proposte turistiche che rivolgano l'attenzione non (o solo in minima parte) alle aree limitrofe (Roero, Langa, ecc) ma ai grandi centri urbani limitrofi, alla Liguria, alle dinamiche del turismo religioso.
- ✓ di strutturare il territorio affinché diventi un reale sistema di accoglienza integrato e con servizi costanti da proporre al turista nel corso di tutto l'anno; l'idea del GAL di proporre quindi un sistema consolidato e formalizzato di accordi precisi tra gli operatori per la costruzione di pacchetti turistici integrati è stata dunque ulteriormente validata e supportata prima di essere proposta nel corso degli incontri di cui alla par. B.2.

Il confronto ha inoltre permesso di definire gli operatori turistici e le aziende del territorio che, successivamente, si è ritenuto opportuno coinvolgere con particolare attenzione nelle fasi di definizione e costruzione della rete di cui al par. B.2, poiché rappresentano, a giudizio dei più, i soggetti maggiormente attivi in termini promozionali (della loro attività ma, allo stesso tempo, del territorio) e maggiormente propensi al coinvolgimento di iniziative su scala territoriale.

B.2. Animazione, sensibilizzazione e concertazione per la costruzione della rete di operatori turistici e per l'individuazione delle linee guida per la costruzione dei pacchetti turistici. (*vedi Allegato 2 e Allegato 4)***)**

Questa fase operativa ha costituito il "cuore" operativo del Progetto.

L'attività di animazione e coinvolgimento degli operatori turistici si è concretizzata in n. 4 incontri (si veda *l'Allegato 4.4* relativo ai fogli presenze) che si sono svolti sul territorio del GAL BMA nei Comuni di:

- ✓ **Valfenera**, 24 febbraio 2010, h. 17.30 presso il centro informazione sito nel Cortile del Municipio:
- ✓ **Castelnuovo Don Bosco**, 24 febbraio 2010, h. 21.00 presso il Municipio;
- ✓ **Cortanze**, 25 febbraio 2010, h. 17.30 presso il Castello;
- ✓ **Tonco**, 25 febbraio 2010, h. 21.00 presso Villa Toso.

Le finalità che ci si è prefissi di raggiungere nell'organizzazione degli incontri sono molteplici e possono così essere riassunte:

- ✓ Dare un segnale tangibile al territorio della ripresa delle attività del GAL BMA, a seguito delle precedenti attività di animazione svolte con il coordinamento della Provincia di Asti (misura 341) e di concertazione finalizzata alla redazione del PSL;
- ✓ Presentazione agli operatori del settore turistico del lavoro svolto nelle fasi precedenti del presente progetto, con particolare riferimento alla costruzione del Data Base;
- ✓ Presentazione delle motivazioni che sottendono alla creazione di una rete di operatori costituenti la filiera turistica del Basso Monferrato Astigiano;
- ✓ Illustrazione (in termini di ipotesi di lavoro da verificare e concertare) di cosa è e di come si costruisce un pacchetto turistico (si veda *Allegato 2 suball. 2.3);*

- ✓ Illustrazione del **Protocollo di Intesa** (*Alleg. 2 suball. 2.4*) per la costruzione della rete di operatori costituenti la filiera turistica del Basso Monferrato Astigiano e delle ricadute attese;
- ✓ Illustrazione delle modalità di adesione alla rete da parte degli operatori turistici del territorio

Nel presentare le motivazioni che sottendono alla creazione della rete di operatori costituenti la filiera turistica del BMA, si è dettagliatamente illustrato agli operatori come l'attività di analisi condotta fino ad ora ha evidenziato come l'Area del Monferrato Astigiano sia riconducibile ad *"una sorta di "**borgo diffuso**", adagiato in un grande "parco collinare", r*icchissimo di altrettanto diffuse attrattive (ancorché non ancora sufficientemente valorizzate) nell'ambito del paesaggio e dell'ambiente naturale, della storia, dei castelli, medioevali, delle testimonianze romaniche e barocche, dell'architettura rurale, dei borghi storici, dell'arte e della cultura materiale, situato peraltro in *posizione strategica nel cuore della Regione,* con facile ed immediato accesso dalle principali direttrici regionali: area pertanto dotata di *interessanti potenzialità di sviluppo* del settore turistico.

Ci si è inoltre collegati alla strategia elaborata dal GAL BMA nel "P*rogetto di Sviluppo Turistico integrato e sostenibile"* nell'ambito di LEADER +.
Il *"Progetto di Sviluppo Turistico integrato e sostenibile"* ha proposto una strategia di sviluppo turistico impostata su quello che viene chiamato *Petit Tour (Andar per Colline):* una strategia che intende sfruttare la *diffusione delle risorse attrattive* e delle *microstrutture ricettive* per consentire al turista una fruizione spontanea ed (almeno parzialmente) autogestita sulla base di una rete di *operatori, di servizi, di strumenti informativi capace di facilitare* (e prolungare) il suo soggiorno, di arricchirlo con continui stimoli, di proporsi come competitiva in confronto ad aree limitrofe come la Langa, anche in relazione alla integrazione armonica tra offerta e reali potenzialità del territorio.

Sono state riprese, nel corso dei 4 incontri, anche le iniziative di grande interesse che hanno consentito di consolidare una vera e propria "strutturazione" del territorio in aree omogenee: *l'Audio guida del Paesaggio (scaricabile dal Portale del GAL)*, la messa in rete della "*schedatura" integrale* dei borghi e delle loro risorse, ed il Progetto "Ritorno alla Fiera" un circuito di eventi che si propone come vero e proprio Prodotto Turistico (oggetto della promozione nell'operazione 2d).

Al fine di motivare e illustrare il significato della creazione di una rete di operatori ci si è saldamente agganciati, nel corso degli incontri, a ciò che le analisi condotte in Leader + hanno permesso di evidenziare ovvero che *principale punto di debolezza* del settore e della strategia individuata è la ***carenza di una rete strutturata di operatori*** che possa essere coinvolta in modo diretto nella costruzione di pacchetti turistici e che colga l'importanza di operare e promuovere il territorio passando da una **logica dell'IO ad una logica del NOI.**

Si è dunque ribadito più volte ai presenti che i **destinatari** del presente progetto sono pertanto gli **operatori** coinvolgibili a vario titolo in una **rete strutturata** che dovrà assumere il carattere di una vera e propria filiera turistica territoriale, capace di rispondere alle sollecitazioni che precederanno la pubblicazione del bando a valere **sull'Operazioni 2b e 2c.**

Obiettivo principale degli incontri è stato dunque quello di **strutturare**, sulla base anche delle indicazioni già emerse nella programmazione Leader + e nella predisposizione del nuovo PSL 2007-2013, la **rete degli operatori locali e dei servizi** propedeutici alla definizione di pacchetti turistici integrati, al fine di poter avviare e sviluppare una significativa commercializzazione dell'offerta turistica.

In particolare l'**obiettivo prioritario ed urgente** è stato quello della costruzione di un *sistema di accoglienza integrato e con servizi costanti da offrire al turista nel corso di tutto l'anno:* **sistema consolidato** da **accordi precisi** tra gli operatori per la costruzione di pacchetti turistici integrati a valere **sull'Operazione 2c** della stessa Misura 313.

L'illustrazione del **Protocollo di Intesa** per la costruzione della rete di operatori costituenti la filiera turistica del Basso Monferrato Astigiano e delle ricadute attese dalla sua applicazione ha permesso, già nel corso dei singoli incontri, a molti operatori presenti di sottoscrivere e restituire già compilata la scheda di adesione al Protocollo.
Per gli altri operatori presenti e per coloro che non hanno potuto presenziare agli incontri è stata data la possibilità di compilare la scheda anche nelle settimane successive e di restituirla via fax.
Il protocollo di Intesa con la scheda di adesione è, infatti, disponibile sul sito del GAL BMA ed è tuttora sottoscrivibile dagli operatori del territorio.

L'attività di confronto con gli operatori del territorio ha inoltre permesso di validare i target individuati (tematismi) nei precedenti studi su cui costruire i pacchetti turistici ovvero:

- ✓ il **turismo verde-culturale**, in relazione alle risorse dell'ambiente naturale e del paesaggio e delle testimonianze storiche, artistiche e culturali presenti nel'area
- ✓ il **turismo enogastronomico**, in relazione alla ricca presenza di produzioni tipiche e di qualità
- ✓ il **turismo scolastico**, in relazione all'attività dell'Ente Parchi Astigiani e dell'Ecomuseo del BMA,
- ✓ il **turismo religioso**, in relazione alla presenza del Santuario dei Becchi e delle numerose testimonianze di architettura religiosa (Pievi e

Abbazie romaniche, Parrocchiali barocche), cui si aggiungono le iniziative dell'Ecomuseo del BMA in merito ai Santi Sociali.

I pacchetti turistici dovranno essere concepiti in modo da rispettare:

- ✓ la flessibilità in rapporto alla diffusione delle microstrutture ricettive e delle strutture per la ristorazione,
- ✓ l'adattabilità in funzione dei tempi di soggiorno proposti, alle emergenze attrattive realmente fruibili (ai modo e tempi di fruibilità) e alle zone omogenee individuate e strutturate (nonché degli strumenti per la fruizione realizzati),
- ✓ la possibilità di fruizione in "autonomia" da parte dei turisti, la facilità di integrazione ed aggiornamento,
- ✓ la possibilità di vendita e commercializzazione da parte di tour operator.

Si è inoltre condiviso la necessità di prevedere la creazione di pacchetti turistici che inglobino più temi (ovvero multi-tematici) integrati fra loro poiché le singole dimensioni tematiche non sono sufficienti per connotare e caratterizzare i pacchetti turistici in relazione all'obiettivo fondamentale di prolungare e destagionalizzare il tempo di soggiorno dei turisti.

A questo proposito si sottolinea l'importanza, condivisa anche dal territorio, di prendere in considerazione ipotesi di **integrazione** anche con risorse **attrattive "esterne" all'area,** con particolare riferimento a poli urbani vicini e facilmente raggiungibili (definiti già nello studio elaborato nel corso di leader + ovvero i poli urbani di Torino, Milano, la Liguria, ecc).

Risultati degli incontri

Totale dei partecipanti	***75***
Adesioni totali al protocollo di Intesa per la costruzione della rete di operatori* (al 30 aprile 2010)	***102***
Di cui:	
Enti Pubblici	***12***
Turistico ricettivo - alberghiero	***3***
Turistico ricettivo – extralberghiero	***41***
Turistico ricettivo - ristorazione	***14***
Servizi Turistici	***10***
Az. Agricola con punto vendita diretta	***36***
Artigianato agroalimentare	***2***
Artigianato manifatturiero	***4***
Associazionismo	***11***
Tempo Libero	***13***
*La somma delle adesioni settoriali risulta essere maggiore del totale delle adesioni perché alcuni operatori hanno aderito al Protocollo in una veste molteplice (es. struttura ricettiva e azienda agricola, ecc.)	
Continuano comunque a pervenire adesioni. Ad oggi sono N. 180	

Al di là dei risultati concreti e immediati è importante sottolineare che gli incontri hanno svolto anche una funzione di diffusione dell'informazione tramite:

- iniziative attivate da alcuni presidenti di CC sul proprio territorio, volte, con l'aiuto della documentazione fornita, a informare e sensibilizzare operatori cui la prima comunicazione non era pervenuta (perchè mancanti di indirizzo mail),

- passaparola attivato dagli operatori presenti agli incontri.

Nei giorni e negli orari resi disponibili si sono infatti stabiliti numerosi contatti diretti e indirizzati dal GAL, mirati a richiesta di informazioni e alla sottoscrizione del Protocollo di Intesa

B.3. Programmazione e gestione di incontri mirati all'informazione e sensibilizzazione del territorio sui risultati raggiunti nelle fasi precedenti.

Questa fase operativa è stata in parte assorbita dagli incontri di cui alla fase precedente: incontri ai quali, considerata la difficoltà di organizzarli in modo efficace, e con una presenza significativa di operatori in un contesto di non semplice comunicazione, è stata data un valenza ben più articolata di quanto previsto inizialmente.

L'organizzazione degli incontri è stata attivata non appena le condizioni meteorologiche ne hanno resa più sicura l'affluenza: sono state costruite alcune mailing list per categoria, in relazione al data base e ad altre fonti cui di volta in volta venivano attinti i dati. L'invio delle mail ai singoli operatori è stato accompagnato da un avviso (*all. 4.2 e 4.3*) inviato a tutti i Comuni con preghiera di affissione, e dal coinvolgimento diretto dei Sindaci nell'iniziativa, che comunque vede anche il Comune, in qualità di Ente responsabile di alcune delle risorse attrattive più importanti dell'Area (nuclei storici, siti e chiesette romaniche, strade storiche connesse alla sentieristica ecc.) come nodo importante della rete degli operatori sui quali impostare la costruzione dei pacchetti turistici integrati *(vedi all. 2 suball.2.5*).

Gli incontri sono stati pertanto preparati e condotti in modo interlocutorio, al fine di favorire l'illustrazione delle proposte/ipotesi di lavoro e, in termini dialettici, consentirne direttamente la verifica.

In effetti, sia il Protocollo di Intesa, redatto peraltro a seguito di contatti informali con il settore turismo della Regione Piemonte, che la scheda di adesione, e sopratutto la bozza di accordo per la costruzione dei pacchetti turistici, sono stati redatti in modo definitivo in parallelo allo svolgersi degli incontri, e sottoposti a costante verifica con il GAL BMA.

Successivamente, come accennato nel paragrafo B.2, è stato attivato un sistema di informazione per quegli operatori che avessero necessità di ulteriori

chiarimenti: Corintea ha dato disponibilità il martedì e il mercoledì per due settimane consecutive per rispondere a chiamate dirette o indirizzate dal GAL.

Il problema del monitoraggio delle presenze

In questa fase operativa, a seguito di richieste direttamente pervenute dai Sindaci presenti agli incontri, è stato anche affrontato il problema del monitoraggio delle presenze turistiche sul territorio del GAL.

Punto di partenza per il lavoro è stata una riflessione emersa in sede di incontri specifici attivati dal GAL, cui ha partecipato Corintea, per affrontare il problema dell'organizzazione degli eventi informativi e promozionali previsti nell'ambito dell'Operazione 2d): il rilevamento delle presenze basato esclusivamente sui dati forniti dalle strutture ricettive è apparso non totalmente rispondente alle esigenze del GAL, sia per la costruzione futura dei pacchetti turistici integrati, sia per una efficace gestione degli eventi stessi e, in generale, per l'elaborazione di correttivi nella strategia di promozione del territorio e di commercializzazione dell'offerta.

Il territorio del GAL,come si evince dal data base nelle sezioni dedicate alle manifestazioni, è assai ricco di proposte che possono essere lette, oltre che come rivolte al consolidamento delle tradizioni e dell'identità collettiva della popolazione locale, anche come **potenziali attrazioni** per visitatori esterni e, sopratutto, come interessanti **occasioni per la promozione e l'informazione**. Se quest'ultima valenza è, di fatto, la principale motivazione per l'attuazione dell'operazione 2d) di questa misura, (gestione a fini informativi e promozionali del circuito di eventi compresi nell'iniziativa denominata "Ritorno alla Fiera", non c'è dubbio che le varie manifestazioni che si rincorrono in pratica nel corso di tutto l'anno sul territorio potranno entrare a pieno titolo nei Pacchetti turistici integrati, nella "categoria" tempo libero, come arricchimento e articolazione dell'offerta, previa, ovviamente formulazione di accordi con le Pro Loco.

Un sistema di rilevamento delle presenze, da attivare in forma sperimentale per il circuito di eventi dell'Operazione 2d), potrebbe pertanto esser gradualmente esteso a tutte le manifestazioni che entrano a far parte dei Pacchetti turistici, in modo da fornire quei dati che tutti gli operatori e gli amministratori hanno dichiarato essere opportuni e che il GAL ritiene assolutamente necessari per elaborare strategie di consolidamento del settore.

Alcune **ipotesi di lavoro**, formulate in modo interlocutorio nel corso degli incontri, sono state elaborate e sottoposte a verifica con il GAL BMA.
Sono state individuate tre fonti possibili, i cui dati potranno essere utilmente interpolati:

A. Le "fonti ufficiali"

B. Il rilevamento qualiquantitativo presso il santuario dei Becchi

C. Il rilevamento qualiquantitativo in occasione degli eventi/fiera per l'Op. 2d)

A. Le "fonti ufficiali"

Le fonti "ufficiali" come accennato, sono attualmente il rilevamento da parte di ATL e le elaborazioni, di grande interesse, fornite dalla Regione Piemonte (turismo), per i Comuni coinvolti negli eventi de "Ritorno alla Fiera", alcuni dei quali, tuttavia, mancando strutture ricettive, risultano appunto privi di dati in assoluto.

B. *Il rilevamento qualiquantitativo presso il santuario dei Becchi*

Un (relativamente) facile secondo punto di rilevamento è il Santuario dei Becchi, che fornisce dati informali di presenza annuale: un primo momento di riflessione dovrebbe riguardare appunto questa importantissima struttura che, se pure limitata al target del cosiddetto "t*urismo religioso*" ha, in più occasioni pubbliche, dichiarato la sua disponibilità a partecipare attivamente ad iniziative che consentano un ampliamento degli interessi dei pellegrini e dei suoi visitatori.

Ipotesi:

1. campionatura delle giornate in funzione stagionale (ad es, una giornata /mese per tutti i mesi dell'anno)
2. scelta specifica di momenti particolarmente significativi (ricorrenze ecc)
3. rilevamento, nelle giornate individuate a campione:
   - delle presenze in relazione al numero dei pullman e delle auto presenti in una data ora del giorno considerata strategica,
   - delle presenze nel momento clou della giornata (ad es. la Santa Messa):
4. compilazione di N. x schede di intervista che consentano di stabilire: età, composizione del nucleo famigliare, provenienza, interessi in relazione al territorio.

Il rilevamento potrebbe essere effettuato da personale incaricato dai gestori del Santuario ed elaborato da ATL in collaborazione con il GAL fino al raggiungimento di uno standard operativo semplice e affidabile, che consenta il proseguimento del rilevamento in modo "automatico".

Non c'è dubbio che anche il Santuario è interessato a tale iniziativa: in generale sarebbe opportuno che siano i diretti interessati a coglierne l'importanza e pertanto a gestirla poi autonomamente nel modo più efficace. Tale obiettivo è raggiungibile solo con il coinvolgimento, perlomeno iniziale, di una struttura "esterna", che ne guidi l'avvio e ne gestisca i primi risultati.

C. Il rilevamento qualiquantitativo in occasione degli eventi/fiera per l'Op. 2d)

La metodologia sopra descritta può essere proposta anche ai Comuni che ospitano gli eventi inseriti nell'Operazione 2d) e successivamente diffusa a tutte le manifestazioni che verranno inserite nei Pacchetti Turistici integrati.

In questo caso la collaborazione principale dovrebbe provenire dalle **Pro Loco**, che sempre partecipano direttamente, e talvolta in modo predominante, all'organizzazione "interna" degli eventi.

Si ipotizzano *due* momenti di **rilevamento quantitativo** e *uno* di **rilevamento qualitativo.**

Il rilevamento quantitativo

1. L'arrivo dei visitatori è necessariamente e tradizionalmente gestito da personale che smista le auto nei vari parcheggi disponibili. Si presentano due possibilità:
   - un battipunto potrebbe essere fornito a tale personale per una valutazione "sul momento" delle persone che affluiscono dalle automobili (o dai pullman) alla manifestazione
   - potrebbe essere calcolato il flusso delle persone in relazione ai mezzi parcheggiati fino ad una data ora da definirsi in relazione al clou della manifestazione
2. Un momento tradizionalmente connesso all'evento è quello enogastronomico gestito solitamente dalla Pro Loco e integrato dalla ristorazione locale che, per l'occasione, propone menu a tema. Entrambe le situazioni sono rilevabili: sicuramente e facilmente quella gestita dalla Pro Loco, tenuta ad erogare il servizio con ticket, meno facilmente per ovvi motivi (tra l'altro simili a quelli che rendono non del tutto affidabile il rilevamento presso le strutture ricettive), ma certo raggiungibile con una efficace opera di sensibilizzazione, quella della ristorazione.

Il rilevamento qualitativo

Il rilevamento **qualitativo** può essere attivato, da volontari, con la somministrazione di schede di intervista breve, a campione, sui presenti nel momento clou della giornata. Si ipotizza che sarebbero sufficienti una ventina di interviste: età, composizione del gruppo, provenienza, interessi, eventuale valutazione dell'evento.

I dati dovrebbero essere elaborati dal Comune in collaborazione con il GAL, fino ad una gestione autonoma dell'iniziativa nel suo insieme. I dati elaborati sarebbero inseriti dal GAL nel Data base opportunamente adeguato a sostenerne il popolamento per una analisi che ciascuna Comunità Collinare potrà a questo punto elaborare in modo autonomo.

I momenti operativi

Nel corso delle **Conferenze dei Presidenti** delle Comunità Collinari, che il GAL attiva con cadenza bimestrale, verranno presentate e discusse ulteriormente e definite in modo organico tali ipotesi di lavoro.

Nel corso degli **incontri di coordinament**o degli eventi per **l'operazione** 2d) verranno definiti gli **strumenti** per l'attuazione del rilevamento.

Nel corso della **costruzione dei Pacchetti turistici** le modalità di rilevamento, che ormai si saranno definite in dettaglio, verranno proposte a tutte le manifestazioni incluse nei pacchetti stessi.

B.4. Elaborazione dell'accordo "tipo" finalizzato alla costruzione della rete di operatori inseriti nella filiera turistica (propedeutici all'attivazione del Bando a valere sull'Op. 2c) (*vedi All. 2, suball. 2.5)*

La logica che ha sotteso la definizione di questa fase ha preso spunto dall'intendere la rete degli operatori come l'insieme di tutti gli elementi che concorrono a formare, promuovere e commercializzare il prodotto turistico del territorio, una volta che gli operatori abbiano preso coscienza della necessità di integrazione tra i soggetti, pubblici e privati, operanti nel settore del turismo.

Il perseguimento di tale obiettivo, come già accennato, mira a superare uno dei maggiori punti di debolezza di questo settore caratterizzato da una frammentazione dell'offerta e dalla sua incapacità di organizzarsi come sistema integrato.

Un altro elemento, che non si può definire tout court di "debolezza" in quanto costituisce la specificità del Monferrato Astigiano (Borgo diffuso) è dato dalla tipologia e dalle possibilità fruitive delle risorse attrattive.
Paradossalmente, come è stato proposto e condiviso dagli operatori nel corso degli incontri, fare una vacanza in questa area di per sé bella dal punto di vista naturalistico e paesaggistico, ricca di "cose" che possono diventare molto interessanti da vedere e gustare solo se adeguatamente presentate e illustrate, altrettanto ricca di momenti possibili di svago, è, in un certo senso un "impegno" di conoscenza, di arricchimento interiore.
Tale "impegno" deve essere accuratamente programmato, oppure occorre fornire al turista gli strumenti per programmarselo da sé. In ogni caso è fondamentale che gli operatori tutti, in tutti i settori, si convincano che l'accoglienza e i servizi forniti durante un soggiorno, sia esso lungo o breve, non son un optional ma una necessità intrinseca al sistema integrato

dell'offerta. Solo in questa direzione si potranno costruire pacchetti turistici integrati e competitivi.

I tematismi per la strutturazione dell'offerta

E' da sottolineare come l'offerta del territorio del GAL, dal punto di vista delle risorse attrattive, non consenta (come del resto espresso nel PSL) di affidarsi ad un solo "tema" in termini di costruzione di pacchetti turistici. Specifica di questo territorio è infatti la *necessità* di **integrare** i "temi" dell'offerta, anche se ovviamente, rivolgendosi ai target individuati, si farà riferimento privilegiato ora all'uno ora all'altro. Ad esempio, per una attività di incoming in relazione al progetto sulla Op. 2d) si privilegerà il tema enogastronomico, senza però ignorare le possibilità di fruire di altre attrattive del territorio di riferimento di ogni singolo evento.

In particolare, e a livello esemplificativo, si ribadisce come sia assolutamente non realistico (con gravi rischi di "delusione" per il turista) impostare un "tematismo/percorso del romanico" quando la realtà è quella di max N. 5 Chiese/pievi visitabili, di cui almeno due con una certa difficoltà.

Tutto il progetto e sopratutto l'opera di concertazione avviata per la costruzione dei Pacchetti turistici integrati (*Op. 2c)* è fortemente mirata a coinvolgere il maggior numero di "operatori", tra cui i Comuni, appunto in funzione di un impegno a rendere fruibili le risorse culturali (*siano essi i borghi storici o i Castelli o le Chiese barocche*) e ambientali (*ad esempio una strada storica, o la stessa sentieristica il cui recupero potrà essere finanziato nell'ambito della Mis. 313, Azione 1, ma che deve ovviamente essere soggetta a costante manutenzione a cura dei beneficiari*).

La metodologia del "tematismo dominante"

Comunque, in relazione ai target individuati, la costruzione dei pacchetti turistici sarà impostata su un **tematismo "dominante"**, con funzione di un *messaggio/target*, per accogliere, anche in funzione diretta del tempo di permanenza, proposte che contribuiscano in ogni caso a permettere al turista di soddisfare le sue esigenze, ma anche di realizzare una *immagine il più possibile complessiva* del territorio.

Se *l'allegato 2 (suball.2.3)* fornisce le linee guida per la costruzione di un pacchetto turistico funzionale alle specificità di **questo** territorio rurale (Monferrato Astigiano), si intendono qui ulteriormente specificare ipotesi metodologiche concrete.

A) Tematismo dominante **l'enogastronomia (e la cucina locale**)**.** *Potenzialità connesse alla destagionalizzazione**: elevate**)*

Il pacchetto potrà essere impostato, ad esempio, sugli *eventi /fiera (vedi Op. 2d)*, che di fatto presentano i prodotti più significativi dell'area del GAL[2], che già di per se si propongono come occasioni privilegiate per la visita al territorio e alle aziende. Un effetto moltiplicatore, nel caso specifico di pacchetti sugli eventi/fiera, potrà essere conseguito integrando il pacchetto a messaggio prevalente enogastronomico, con tematismi di tipo *culturale fortemente caratterizzati,* quali il *barocco, o il romanico, o i borghi medioevali,* che in tal modo acquisterebbero un loro spessore anche in mancanza per alcuni di essi, almeno per ora, di una possibilità di fruizione diffusa.

Un'altra ipotesi è quella di un "**nucleo portante" di visite** (*percorsi a tappe*) in aziende vitivinicole (comprendendo nel Tour a tappe le Cantine Sociali e le Botteghe del Vino), e/o operanti nell'agroalimentare (salumifici, dolci tipici). In questo caso si tratta di definire veri e propri "*percorsi" enogastronomici*, (primo giorno, secondo giorno ecc.) integrati da *soste di ristorazione* in ristoranti scelti e da visite guidate di tipo culturale, e inserendo nei percorsi stessi i tematismi di cui sopra.

B) Tematismo dominante il settore **verde-culturale**. *Potenzialità connesse alla destagionalizzazione: buone per la l'impostazione (1), scarse per l'impostazione (2).*

[2] A questo proposito non si può ignorare la possibilità, offerta dalla rete di operatori che si sta costruendo e consolidando, di "cavalcare" occasioni di grande afflusso nell'astigiano come la Duja d'or, che potrebbe davvero diventare o per la costruzione e vendita di pacchetti per la conoscenza del Monferrato Astigiano, in quella stagione dotato di colori e atmosfere sontuose e romantiche. Questo discorso vale anche, e sarà ripreso, per l'affluenza al Santuario dei Becchi (turismo cosidetto "religioso")

Messaggio di target sarà in questo caso la **storia** connessa al paesaggio (**1**) o **viceversa (il paesaggio** integrato dalla **storia)** (**2**). In entrambi i casi questa è sicuramente la tipologia che più facilmente consente di ideare pacchetti a media e anche lunga durata.

Il pacchetto tipo (**1**) fornisce le indicazioni per conoscere le emergenze storiche (*urbanistiche:* borghi storici*; architettoniche*: castelli, il romanico, il barocco; *artistiche*: il Moncalvo, i grandi artigiani/artisti ecc).

Tali tematismi, come già accennato e ribadito, non sono in sé autonomi se considerati singolarmente: diventano di grande interesse se coordinati e integrati tra loro. Si tratta di costruire percorsi multitematici (a tappe) anche eventualmente guidati, che consentono di contestualizzare tali emergenze tematiche nel paesaggio, di connetterle all'ambiente naturale (Area protetta, zona paleontologica) che in tal modo entra nell'offerta in "*seconda battuta"*. L'integrazione (necessaria) prevede l'inserimento in tali percorsi a tappe di *degustazioni presso aziende*, di *ristorazione* presso strutture adeguatamente selezionate tramite gli accordi.

Il Pacchetto tipo (**2**) viene decisamente impostato sul *paesaggio* e sulle emergenze *ambientali* (ad es. appassionati di trekking, di cicloturismo) e si porta in seconda battuta quelle **culturali** *(come sopra accennate)* e, a integrazione delle precedenti, enogastronomiche.

Entrambe le ipotesi possono essere costruite su tempi di permanenza variabili entro i quali, se previsti oltre i tre-quattro giorni, possono essere comprese *visite all'esterno dell'area* (visite rese agevoli dalla sua posizione geografica): ad es. Torino, Venaria e le residenze sabaude più vicine, Casale (per completare la storia del Marchesato del Monferrato che ha le sue testimonianze a Moncalvo), la Langa, Genova addirittura (40 minuti di treno da Asti), ecc.

Queste e altre indicazioni di metodo tengono conto (nel costruire percorsi a tappe) di due caratteri specifici che si intendono valorizzare:

- la possibilità di *cambiare zona di pernottamento* nel corso del soggiorno per entrare più addentro alle tappe dei percorsi (ciò richiede una

evoluzione del concetto di "ospitalità" per gli operatori, evoluzione incoraggiata dagli accordi per la costruzione dei pacchetti);

- la *strutturazione del territorio in aree omogenee* e la definizione dei percorsi di base per la fruizione integrata delle aree stesse (già realizzata con LEADER+ insieme all'audioguida e alle schede dei comuni) che è da considerarsi come base ineludibile per "muoversi" e soggiornare nel Monferrato Astigiano.

C) Tematismo dominante il settore del turismo "religioso". *Potenzialità connesse alla destagionalizzazione: elevate)*

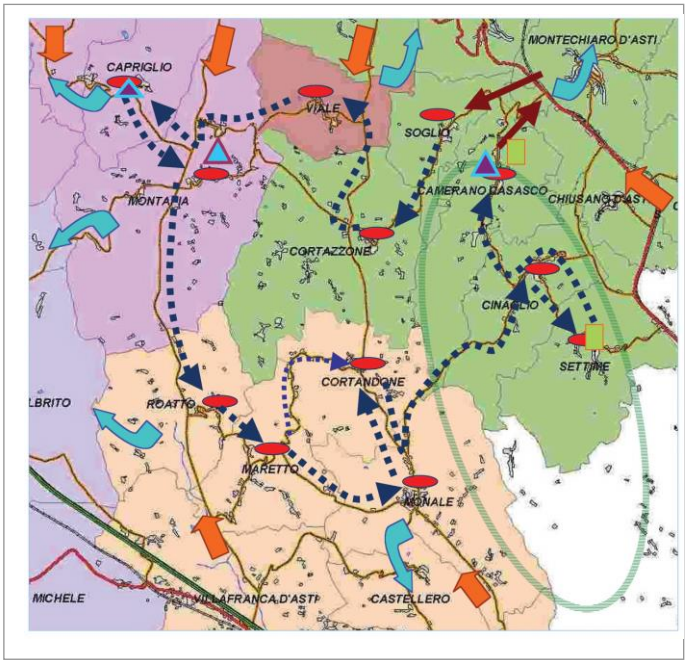
La "normale" affluenza al Santuario dei Becchi, peraltro, come si è accennato, di notevole consistenza, consente perlopiù di impostare e organizzare (tramite accordi con gli operatori) l'offerta nell'ambito della giornata di visita e permanenza (visite guidate alle testimonianze dei Santi Sociali, come il Museo di Mamma Margherita a Capriglio, e le sedi inserite nel progetto sui santi Sociali dell'Ecomuseo del Monferrato Astigiano, nonché a emergenze di carattere religioso come l'Abbazia di Vezzolano, San Secondo a Cortazzone, ecc., altre pievi minori comunque ubicate a distanza accessibile dal Santuario) con il coinvolgimento di strutture per la ristorazione e per la degustazione e vendita di produzioni tipiche.

Se si considera invece tale settore come e vero e proprio target, interessato al territorio anche e sopratutto per la presenza di tali testimonianze di carattere religioso, occorre ovviamente impostare l'offerta, per così dire, a "rovescio", con un *messaggio specifico che riprenda il tematismo dominante*, e procedere con la metodologia descritta per i due target precedenti. In tal caso i percorsi a tappe, con soggiorni più lunghi che possono variare il luogo di soggiorno in rapporto alla presenza in zona di una emergenza specifica del tema dominante (ad es. intorno a S. Lorenzo a Montiglio, al Moncalvo, a S. Lorenzo di Tigliole ecc) saranno organizzati in modo che tale tema posa fungere da *traino* per i gli altri tematismi (cultura, arte, paesaggio, ambiente naturale, enogastronomia).

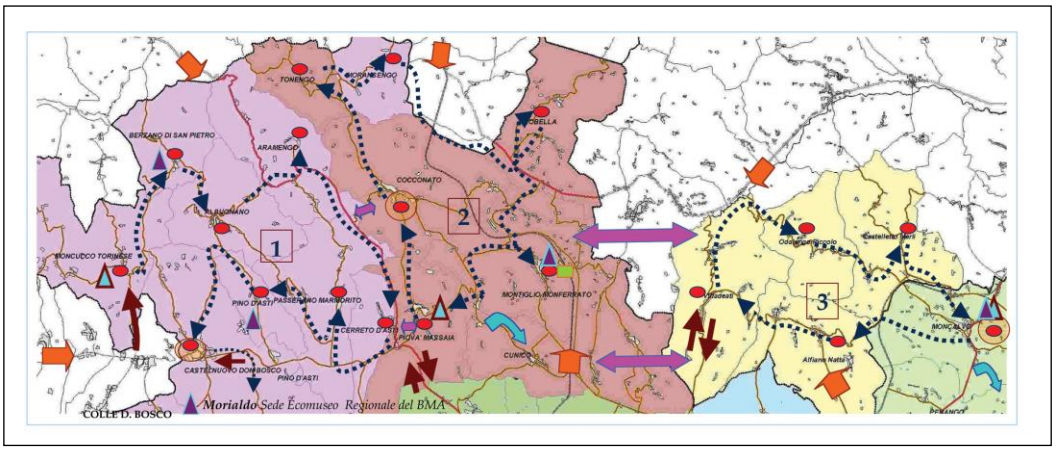
D) Il **turismo scolastico**. *Potenzialità connesse alla destagionalizzazione: ottime*

Il turismo "scolastico" è impostato su brevi permanenze molto mirate ed è oggi sostanzialmente gestito da Ente Parchi Astigiani. La lunga e fruttuosa collaborazione del GAL con l'Ente ha condotto a individuare numerose ipotesi di coordinamento in funzione delle chance offerte dal territorio per arricchire il tema *ambientale e palentologico* (comunque dominante) con spunti connessi alla *storia* (i castelli, le pievi romaniche e i Borghi storici). L'interesse per tale target (che normalmente arriva e parte con pulman, pranza al sacco) va evidentemente oltre la mera visita scolastica, che può invece essere considerata come una occasione di promozione "spontanea" da parte dei visitatori nei confronti delle famiglie. L'obiettivo strategico a lunga scadenza resta comunque quello, condiviso con Ente Parchi, di potenziare la ricettività in tale settore, in modo da favorire soggiorni più lunghi e davvero "scolastici" (con possibilità di tenere le lezioni o comunque di ospitare un "segmento temporale di attività didattiche"), come già in parte possibile a Rocchetta Tanaro (poco fuori area GAL)

A titolo esemplificativo vengono qui riportate due delle sei aree omogenee dell'Audioguida, aree sulla base delle quali è stato strutturato il territorio del GAL, e che forniscono la base per i percorsi a tappe relativi ai vari tematismi. In questo caso il percorso indicato è quello ottimale per scoprire e conoscere il paesaggio in rapporto ai borghi storici e alle emergenze artistico-culturali (vedi la pubblicazione "Andar per Colline" che supporta l'Audioguida del Paesaggio).



Le Colline dei Boschi



Le Colline del Po e della Val Cerrina

L'accordo tipo per la costruzione dei pacchetti turistici

La bozza di accordo (*All.2, Suball. 2.5*) per la costruzione dei pacchetti turistici è rivolta agli *operatori a vario titolo coinvolgibili nella filiera*, così come evidenziato *nell'Allegato 2* (*linee guida per la costruzione dei pacchetti turistici*): essa è stata redatta a seguito della presentazione e sottoscrizione del Protocollo di Intesa, risultato operativo fondamentale del presente progetto, e da considerarsi assolutamente indispensabile per il prosieguo della linea di intervento, in considerazione della totale assenza, fino a questo momento, di qualsiasi iniziativa di coordinamento specifico del settore turistico nel territorio del GAL: la bozza è stata redatta con la collaborazione di ATL, con cui sono state prese in considerazione e analizzate le proposte di pacchetti al momento esistenti che in qualche modo (come si è verificato in piccolissima misura) coinvolgono questo territorio.

La proposta di "accordo tipo" è stata definita fra più settori, in relazione anche alla disponibilità che si è fino ad ora potuto rilevare nel corso della fase B.2. E in relazione diretta con le linee guida per costruzione dei pacchetti turistici.

I settori individuati sono:

a) la **ricettività**,
b) la **ristorazione**,
c) la **fruizione** (accesso e visita) delle risorse culturali (borghi storici, beni architettonici e artistici, tradizioni e cultura immateriale) e delle risorse ambientali e paesaggistiche (sentieristica),
d) i **servizi** al turista (info, guide)
e) il "**tempo libero**": sport e fitness, manifestazioni di cultura e arte,
f) la **conoscenza e l'acquisto** di produzioni tipiche (agrolimentari e artigianali),
g) le possibilità di **muoversi** (vivere e percepire) sul territorio (a piedi, a cavallo, in bici ecc).

Gli impegni che si richiede di rispettare, in bozza, sono esplicitati nell'art. 3 della "Bozza di Accordo per la costruzione di pacchetti turistici" e nell'allegata scheda di sottoscrizione (*Allegato 2, Suball. 2.5)*.

B.5 Individuazione dei canali ottimali per la promozione e la commercializzazione dei pacchetti turistici che verranno successivamente costruiti (operazione 2c) *(vedi anche Alleg. 1.3)*

La Regione Piemonte ha fornito ad ATL Asti Turismo (e quest'ultimo lo ha reso disponibile al GAL) un utile cd contenente i dati forniti dalla BIT nel corso dell'ultimo evento fieristico che raccoglie le schede riportanti l'anagrafica dei cosiddetti buyer e l'elenco degli interessi da loro espressi per tipologie di strutture ricettive e luogo, per tipologia di viaggio e cliente (individuale, piccoli e grandi gruppi).
Le sezioni denominate "Collina e area rurale" e i segmenti legati alla cultura, all'educazione alimentare/ambientale, all'enogastronomia, al leisure, al settore Parchi e riserve naturali, al turismo religioso e alla vacanza attiva permettono al GAL di individuare, con estrema puntualità, i soggetti a cui rivolgere la promozione e la commercializzazione dei futuri pacchetti turistici.
Il cd non viene allegato alla presente relazione in quanto già a disposizione degli Uffici della Regione Piemonte.

Parallelamente è stata realizzata un'indagine riportante, nell'Allegato 8, alcuni riferimenti significativi di Tour Operator, Associazioni, Agenzie Viaggi e Società che operano nel settore turistico, le indicazioni necessarie al fine di creare un contatto e approfondire la conoscenza (indirizzo postale, sito Web) e una sintetica descrizione delle attività proposte.
Si tratta di gruppi che operano nel settore turistico italiano ed estero con particolare interesse ed attenzione verso un turismo sostenibile, rispettoso dell'ambiente, della cultura e delle tradizioni dei luoghi. Il documento è suddiviso in due parti, la prima dedicata ad operatori italiani e la seconda ad operatori esteri. I contatti sono stati reperiti tramite Internet, da "L'Annuario del Turismo" del Touring Club Italiano; durante la partecipazione alla Borsa Internazionale del Turismo.

La sezione italiana è strutturata nel seguente modo:

- **Tour Operator interessati al turismo rurale**, offrono attività di Incoming, pacchetti turistici a tema, vacanze nel verde con soggiorno in strutture tipicamente rurali. Si tratta di Tour Operator con sede in Emilia Romagna, Lazio, Lombardia, Piemonte, Sicilia, Toscana, Trentino, Umbria, Campania, operano in particolare nelle regioni di appartenenza, dispongono di numerose proposte in tutta Italia e potrebbero avere interesse ad ampliare il loro campo di azione nel territorio del Monferrato Astigiano;
- **Altre Organizzazioni**, si tratta di Associazioni, Agenzie che si occupano di promuovere il territorio, organizzano viaggi, gite scolastiche, corsi di educazione ambientale, attività ricreative. Sono state suddivise, per facilitare la lettura, in funzione del settore in cui operano anche se spesso vengono proposte attività trasversali che non permettono di effettuare una rigida classificazione.

  La suddivisione comprende:

  Operatori del settore rurale – ambientale, alcuni nominativi di Associazioni che riuniscono operatori turistici e ne tutelano e promuovono l'attività (Anagritur);

  Turismo religioso – Sociale (pellegrinaggi, visite ai santuari, accoglienza in strutture gestite da enti religiosi, animazione) rivolto alle famiglie, ai giovani e agli anziani;

  Turismo Sportivo (**verde culturale**) (proposte di trekking, itinerari cicloturistici, viaggi in occasione di eventi sportivi);

  Incoming in Piemonte (Incoming, pacchetti turistici, itinerari a tema).

Questo elenco di indirizzi non ha la pretesa (soprattutto alla luce dei dati emersi dall'ultima BIT e, come prima evidenziato, da poco fornito al GAL dalla Regione Piemonte) di essere esaustivo ma può rappresentare uno spunto di riflessione sulle proposte in ambito rurale più diffuse nel territorio nazionale oltreché essere il punto di partenza per la creazione di nuovi contatti con tour

operator interessati ad ampliare le proposte turistiche al territorio. Per le realtà del settore estero si rimanda in toto al data base fornito dalla Regione Piemonte.
Durante la consultazione dei siti Web delle Associazioni di categoria è possibile visionare i calendari mensili dei convegni e delle mostre inerenti il turismo a cui può essere utile partecipare per aggiornamenti attraverso la partecipazione ai convegni, per promuovere il territorio ed incentivare l'incontro tra la domanda e l'offerta italiana ed estera in ambito turistico.

Si ricorda infatti che vengono organizzate numerose fiere di interesse, per gli addetti ai lavori e non, in tutta Europa, tra le quali:

- BIT – Borsa Internazionale Turismo (Milano, febbraio)
- Salone International des Vacances (Bruxelles, febbraio)
- Salon Mondial du Tourisme – Salone mondiale del turismo (Parigi, marzo)
- International Tourism Borse – Salone mondiale del Turismo (Berlino, marzo)
- Biteg – Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico (Serralunga d'Alba, Aprile)
- BTC International – Borsa del Turismo Congressuale ed Incentives (Rimini, aprile)
- BPDC – Borsa dei Percorsi devozionali e culturali (Oropa – giugno)
- BTS – Borsa del Turismo Scolastico e Studentesco (Genova, novembre)
- Agrietour - Salone dell'agriturismo e dell'offerta territoriale (Arezzo, novembre)

E ancora fiere dedicate ad operatori turistici che lavorano nel campo della ricettività e dei servizi collegati al turismo:

- Tour.it – Salone del turismo itinerante (caravanning, camping, agriturismo, outdoor) (Carrara, gennaio)
- Sirha – Salone Internazionale della Gastronomia (Lyon, gennaio)

- Borsa del Turismo Sportivo (Montecatini Terme, ottobre), offre l'opportunità di incontrare tour operator stranieri, rappresentanti di associazioni e federazioni sportive interessati al turismo sportivo
- Host – Salone internazionale dell'Ospitalità Professionale (Milano, novembre)
- Cibus Tour – Salone del turismo enogastronomico e dei prodotti tipici e biologici (Parma, novembre)

ll GAL BMA ha coinvolto sempre e in prima istanza **ATL** Asti per collaborare al progetto e già nella precedente programmazione ha optato per una partecipazione congiunta a Fiere e Borse del Turismo. In occasione della recente BITEG di Canelli è emersa l'opportunità, assolutamente condivisa dal GAL BMA, di ideare e progettare una Borsa del Turismo rurale su scala regionale, con evidente prioritaria partecipazione dei GAL disponibili. Del resto la partecipazione ad una Borsa prevede il coinvolgimento diretto, per il territorio del GAL, di un *operatore abilitato alla commercializzazione* dei pacchetti turistici: tale obiettivo è appunto quello che il GAL BMA intende perseguire con l'Op. 2c).

Come già accennato, la Bozza di accordo in Allegato 2 è uno **strumento** indicativo per le attività di concertazione dell'operatore che, a seguito di pubblicazione del Bando Op. 2c) si aggiudicherà il sostegno per lo sviluppo e commercializzazione di servizi turistici, nella direzione indicata dal GAL BMA nel PSL.

Tale *strumento/accordo* è rivolto a tutti gli operatori che hanno (e nel frattempo avranno) sottoscritto il Protocollo di Intesa (allegato 2), il cui senso è stato appunto quello di ottenere un primo impegno nella costruzione dei Pacchetti. Dalla data di presentazione del Progetto le adesioni al Protocollo di intesa (già sorprendenti in prima battuta) hanno continuato ad affluire presso la sede del GAL..

B.6 Definizione degli articolati dei Bandi a valere sulle Operazioni *2b* e *2c*, e dell'invito pubblico per la realizzazione dell'Operazione *2d*. (*vedi** Allegato 3 che contiene, in termini di file; sia il file complessivo di bandi e inviti Alleg 3.1), che i singoli bandi e inviti***)**

Obiettivo di questa fase operativa è quello di definire gli articolati dei **Bandi** a valere sulle **Operazioni 2b)** e **2c)** e dell'**invito pubblico** relativo all'attuazione dell'Operazione **2d)**.

La definizione degli articolati dei bandi in bozza è stata concordata con il GAL BMA, sulla base della bozza del "bando Filiere" fatto pervenire ai GAL nell'Ottobre 2009, e sul quale il GAL BMA sta lavorando.

A. L'**Allegato 3.1** riporta la proposta di articolato previsto per il Bando a valere sull'operazione **2b**) della misura 313. (rivisitato e integrato a seguito dell'istruttoria)

Le *linee guida* del Bando *("Realizzazione di infrastrutture ricreative con servizi ricettivi di piccola entità")* hanno preso spunto dalle seguenti premesse, desunte dagli obiettivi specifici del PSL:

- ✓ i soggetti beneficiari potranno essere solo gli operatori che, preventivamente, avranno sottoscritto gli accordi di cui al punto B4.
- ✓ le risorse dovranno sostenere l'adeguamento di microimprese ricettive alberghiere ed extra alberghiere (max. 25 posti letto) al fine di migliorarne la qualità (del servizio e della gestione ambientale), di ampliare e riqualificare i servizi offerti.

B. L'**Allegato 3.1** riporta altresì la proposta di articolato previsto per il **Bando** a valere sull'operazione **2c)** della misura 313. (rivisitato e integrato a seguito dell'istruttoria)

Le *linee guida* del Bando hanno preso spunto dalle seguenti indicazioni:

- ✓ sviluppo di formule innovative di commercializzazione dell'offerta turistica, nell'ottica della filiera precedentemente strutturata, e pertanto
- ✓ costruzione di pacchetti turistici integrati sulla base di quanto emerso in sede di concertazione nelle fasi operative **B1, B2, B3, B4.**
- ✓ coinvolgimento attivo di tour operator che operano a diversi livelli territoriali
- ✓ soddisfacimento delle richieste tecniche ed organizzative per la promozione e commercializzazione dei pacchetti (caratteristiche sito Web, modalità di prenotazione pacchetti, ecc)

C) L'**Allegato 3.1** riporta infine la proposta dei due **inviti pubblici** per la realizzazione dell'operazione **2d)** della misura 313 (il primo riferito alle attività di coordinamento e organizzazione generale, il secondo riferito alle attività di ideazione e organizzazione degli "eventi negli eventi".

Il GAL ha espressamente richiesto di dedicare a questa Operazione a Regia un particolare approfondimento.

L'attuazione dell'Operazione 2d) a regia diretta GAL intende utilizzare il consolidamento, in termini di *coinvolgimento del territorio e degli operatori turistici*, di *notorietà* acquisita al di fuori del territorio del GAL del circuito denominato "Ritorno alla Fiera".

Il circuito dei **dodici eventi** (vedi **Nota Integrativa**), può diventare un vero e proprio prodotto turistico e favorire, tramite le attività di informazione e promozione del territorio che verranno svolte nell'ambito dei singoli eventi, un *effetto moltiplicatore* della promozione del circuito.

E' importante innanzitutto evidenziare che il Circuito ha dimostrato di poter procedere, negli anni successivi al sostegno da parte del GAL in LEADER+ (2008, 2009), in modo autonomo, se pure con qualche difficoltà connessa al coordinamento generale e all'animazione: difficoltà superate con il sostegno transitorio della Fondazione CRA.

Il sostegno del GAL per la presente programmazione non comprende pertanto spese connesse all'organizzazione dei singoli eventi: si tratta di dare **valore aggiunto** ad una iniziativa che si propone ormai come una attrattiva del territorio, fornendo un **supporto** che le consenta di proiettarsi definitivamente verso l'esterno, in funzione dell'avvio di una seria commercializzazione dell'offerta turistica del Monferrato Astigiano: avvio reso possibile:

1. dai risultati conseguiti dal presente progetto,
2. dal consolidamento e allargamento della rete degli operatori,
3. dalla costruzione dei pacchetti turistici integrati.

Le **linee guida** dell'Operazione 2d) sono le seguenti:

C.1. L'**obiettivo** del Circuito coincide pienamente con il titolo dell'Operazione 2d: esso infatti intende realizzare iniziative mirate a informare l'utenza sulle possibilità fruitive dell'area, e a promuovere il territorio nella precisa direzione di supportare la commercializzazione dell'offerta.

C.2. Il Circuito è inteso come una **rete strutturata** di eventi informativi e promozionali del territorio, dei suoi prodotti, dei suoi caratteri specifici e si propone esso stesso, a tutti gli effetti, come un prodotto turistico: come tale entrerà a pieno titolo tra i tematismi sui quali verranno costruiti i pacchetti turistici di cui all'Operazione 2c).

C.3. La promozione del circuito attraverso opportuni ed efficaci canali (in relazione ed integrazione di quelli già attivati nell'edizione precedente: riviste specializzate, passaggi su canali televisivi su scala regionale) consentirà infatti all'iniziativa di proporsi come vera e propria risorsa attrattiva, nell'ambito della quale il visitatore troverà una ulteriore promozione mirata di specifici aspetti del territorio e potrà disporre di informazioni sulle possibilità fruitive e di ospitalità del territorio stesso: ne deriva, come già accennato, un notevole **effetto moltiplicatore** della promozione stessa. È evidente inoltre l'altissimo valore aggiunto applicabile

al **numero** di eventi, alla loro diffusione sul territorio e pertanto alla loro potenzialità attrattiva nei confronti di visitatori esterni, in considerazione anche del basso costo unitario previsto come sostegno ad ogni evento.

C.4. Il **sostegno del GAL** verrà attivato, sulla base di una cadenza annuale, e per quattro annualità, **per tre tipologie di spesa** che non si sovrappongono affatto all'organizzazione operativa delle singole Fiere individuate (la cui organizzazione rimane in capo agli Enti ospitanti):

*A) attività di **coordinamento e organizzazione generale** del circuito,*

*B) ideazione organizzazione e gestione di un momento attrattivo specifico per ogni evento (**evento nell'evento**) per potenziarne la specificità attrattiva*

*C) attività di i**nformazione e promozione** all'esterno dell'area del GAL (media, riviste, web) gestite direttamente dal GAL BMA*

La realizzazione dei servizi relativi alle attività di tipologia A) e B) verrà assegnata con procedura pubblica. La tipologia di spesa C) verrà gestita direttamente dal GAL tramite contatti diretti con i canali individuati come ottimali per il perseguimento degli obiettivi dal CdA.

Tipogia A) Si tratta di un servizio la cui gestione verrà affidata, anno per anno, sulla base dell'invito pubblico e del Capitolato di cui all'*Allegato 11*:

A.1) incontri di concertazione e coordinamento con gli Enti Pubblici che partecipano all'evento (C.C.), con le Pro Loco, con le Associazioni presenti sul territorio e soprattutto con gli operatori economici e turistici dell'area di riferimento, con particolare riferimento a coloro che hanno sottoscritto il protocollo di intesa per la costruzione della rete degli operatori di cui all'*Operazione 2a) della Mis. 313.*

Tali incontri sono finalizzati a:

- ✓ definire e coordinare le *modalità di partecipazione all'evento* degli operatori locali in tutti i settori (ospitalità, ristorazione, produzioni tipiche agrolimentari e artigianali)

- ✓ definire di volta in volta i target specifici di riferimento, con particolare attenzione ai CRAL e al mondo delle associazioni e organizzare le visite gratuite guidate sul territorio e alle aziende con bus navetta
- ✓ Coordinare l'organizzazione e la realizzazione del *"momento attrattivo" caratterizzante e specifico di ciascun evento (*evento nell'evento)

A.2) Servizio di informazione nell'ambito dell'evento ***(gestione del punto informativo)*** e delle visite gratuite guidate

A.3) Servizio di incoming: organizzazione di visite e partecipazione di gruppi di visitatori (con particolare attenzione al target del turismo enogastronomico) ai singoli eventi

A.3) Organizzazione **conferenza stampa** per l'avvio del circuito di eventi

A.4) Redazione degli strumenti informativi e promozionali che verranno distribuiti nel corso degli eventi

A.5).Elaborazione dei redazionali per i media che verranno utilizzati per la informazione e promozione degli eventi

Tipologia B) Si tratta di un servizio la cui gestione verrà affidata, anno per anno, sulla base dell'invito pubblico e del Capitolato di cui all'*Allegato 11bis*:

L'attività consiste nell'ideazione organizzazione e gestione di un momento attrattivo specifico per ogni evento (evento nell'evento) per potenziarne la specificità attrattiva

Il servizio è mirato a *valorizzare e potenziare l'attrattività* nei confronti di visitatori esterni all'area del GAL, dei singoli eventi/fiera che costituiscono il circuito e del circuito nel suo insieme, tramite l'ideazione e realizzazione di momenti/evento connessi alle specificità degli eventi/fiera. Esso prevede:

l'ideazione e realizzazione di eventi attrattivi (spettacolo/animazione) capaci di valorizzare la singole Fiera. Una ipotesi esemplificativa è quella di spettacoli mirati alla presentazione in forma artistica del prodotto di riferimento della

singola Fiera, da attuarsi nelle location offerte dai borghi storici e senza l'ausilio di particolari scenografie.

Tipologia C) Le spese inerenti la *tipologia c)* che saranno gestite direttamente dal GAL sono le seguenti:

b.1) promozione del circuito annuale di eventi

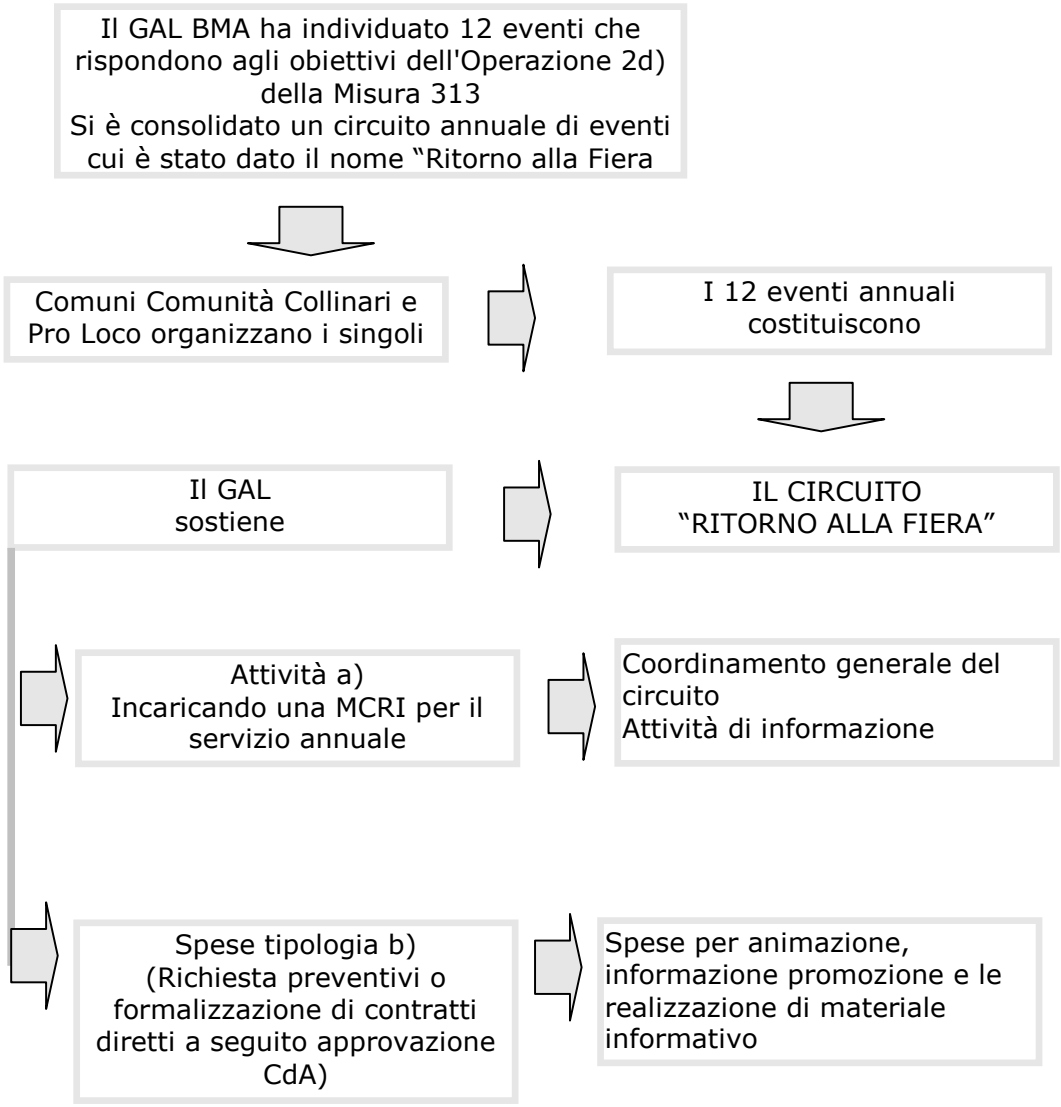
- inserzioni pubblicitarie su stampa
- passaggi e servizi su canali radio e televisivi.
- eventuale inserzioni su riviste specializzate,

b.2) Realizzazione degli strumenti informativi e promozionali

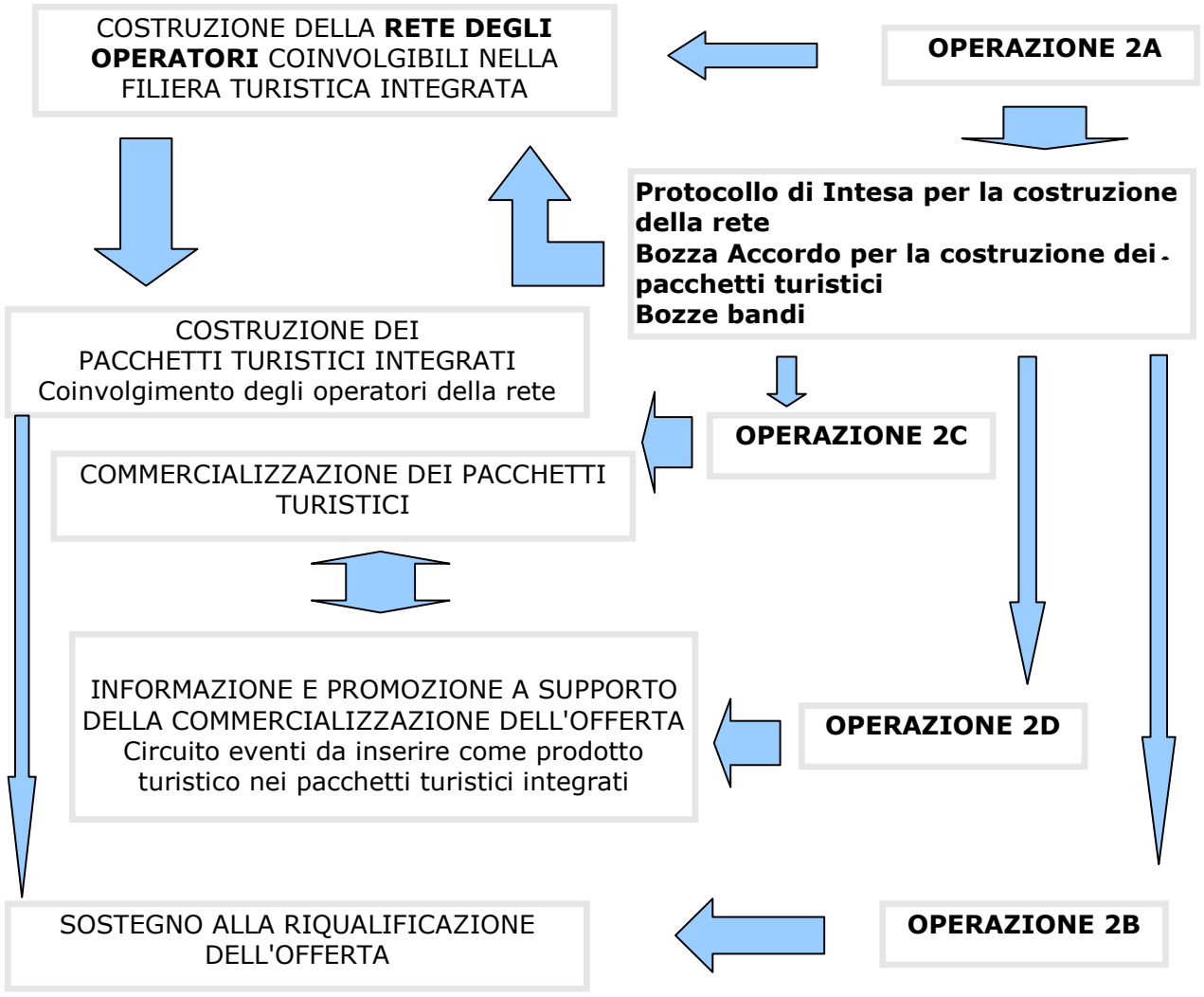
Viene qui presentata una ipotesi di piano finanziario del progetto su base annuale (annualità calcolata a partire dall'avvio del progetto fino all'ultimo evento prima dalla ripresa del ciclo) al fine di sintetizzare quanto sopra descritto)

PIANO FINANZIARIO ANNUALE EVENTI/FIERE								
		TOT. SPESA	SPESA PUBBLICA				SPESA PRIVATA	
			CONTR PUBBL		QUOTA FEASR			
Categoria di spesa riferita al piano di comunicazione	tipologia di spesa	euro	euro	% su tot spesa	euro	% su contr.pubbl.	Euro	% su costo totale
Tipologia A)	Coordinamento generale, attività di informazione, guida, incoming, pubblicistica ecc	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	TOTALE TIP A)	**0,00**	**0,00**	**70,00**	**0,00**	**44,00**	**0,00**	**#DIV/0!**
Tipologia B)	Organizzazione eventi attrattivi	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
Tipologia C)	Realizzazione strumenti infopromozionali	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	Pubblicizzazione su organi stampa	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	Informazione e pubblicizzazione rete tv locale	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	Pubblicizzazione su riviste	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	punto info	0,00		70,00	0,00	44,00	0,00	#DIV/0!
	TOTALE TIP B) e C)	**0,00**	**0,00**	**70,00**	**0,00**	**44,00**	**0,00**	**#DIV/0!**
TOTALE I ANNO		***0,00***	***0,00***	***70,00***	***0,00***	***44,00***	***0,00***	***#DIV/0!***
	RIF: disponibilità annuale	96.428,57	67.500,00					
	RIF: costo medio unitario /evento	8.035,71	5.625,00					

SCHEMA attuazione Operazione 2d)



SCHEMA GENERALE DELLA MISURA 313



NOTA INTEGRATIVA

IL CIRCUITO di eventi informati e promozionali da sostenere nell'ambito dell'Operazione 2d) a Regia

Premessa: Le attività in ambito turistico in cui è impegnato attualmente il GAL in collaborazione con ATL, Strada del Vino, Ecomuseo del Monferrato Astigiano

Santuario dei Becchi (Colle D. Bosco)

Si sono recentemente aperti rapporti diretti con il Colle Don Bosco per gestire nel modo migliore possibile il flusso, che è previsto notevolissimo, di "turisti religiosi" in occasione della esposizione della Sindone, da connettere con un progetto di percorsi dei Santi Sociali che è in corso di elaborazione da parte dell'Ecomuseo del BMA.

In queste attività di programmazione è stata coinvolta anche la struttura per l'incoming attivata in Leader+. Tale struttura, una cooperativa sociale di tipo B, ha preso sede presso il Castello di Cortanze, e sta trattando con ATL per gestirvi un punto informativo decentrato.

Il problema emerso dai contatti con il Colle Don Bosco è proprio quello della carenza di una rete strutturata di operatori e servizi, cui far riferimento sia per l'ospitalità, sia per indirizzarli nella fruizione del territorio e delle sue risorse.

A tale carenza cerca di supplire il GAL con l'attivazione della Linea di Intervento 4.

Ente Parchi Astigiani

Si sono avviati e consolidati, già in occasione di Leader+, rapporti con l'Ente Parchi Astigiani per una gestione collaborativa del "turismo scolastico" coinvolto nella visita all'Area Protetta Valle Andona Valle Botto. A questo proposito è da notare che il database dell'offerta andrà a censire anche le risorse specificamente ambientali (sicuramente tra le più interessanti del territorio).

PSR 2007/2013 Misura 3131 Azione 1

Il GAL BMA ha collaborato attivamente per il progetto sulla sentieristica, elaborato sulla Misura 313 del PSR, anche in considerazione del fatto che il "turismo escursionistico" è tra le principali attrattive potenziali di questo territorio.

L'Operazione 2d) a regia della Misura 313.

A fronte delle risorse e delle iniziative di cui in premessa è da sottolineare che l'enogastronomia (considerando oltre al settore agrituristico e alla ristorazione di qualità anche il crescente numero di aziende dotate di punti di vendita diretta) e la cultura (borghi storici, eccellenze storico-architettoniche, ecc.) costituiscono ovviamente il collante e la base "strutturale" delle risorse del territorio.

Gli eventi/manifestazioni che il GAL intende sostenere annualmente con l'operazione **2.d** (a regia) hanno i seguenti obiettivi:

a) arricchire l'offerta nell'ambito dei pacchetti turistici
b) costituirsi come momenti privilegiati per la promozione e l'informazione al turista.

Utilizzare manifestazioni già consolidate e conosciute per questo tipo di operazione sembra essere la soluzione più efficace anche in considerazione del fatto che non pare opportuno "inventarsi" eventi/manifestazioni nuovi.

Inoltre queste manifestazioni sono ormai collegate tra loro e "disposte" sul territorio e nel corso dell'anno in modo strategico in quanto l'obiettivo originario era già quello di garantire una "copertura" di tutto il territorio e il più possibile destagionalizzare l'offerta, con particolare attenzione alle stagioni in cui non sono ancora o piu' presenti le cosiddette sagre.

Nota: le denominazioni sono quelle che attualmente caratterizzano gli eventi: denominazioni che sono già per lo più impostate su un prodotto trainante, considerando comunque l'enogastronomia locale come uno dei fattori di

maggiore attrattività e peso dal punto di vista promozionale. Tutte le manifestazioni sono dotate di un logo la cui impostazione grafica, innovativa per il territorio, ha ricevuto sempre entusiastici apprezzamenti.

25 aprile – *Riviera in Fiera* a Cocconato

Cocconato è uno dei luoghi turisticamente più noti ed affermati della nostra area. La manifestazione è ormai altrettanto nota e consolidata anche in funzione di una speciale attrattività verso l'esterno dell'area.

1 maggio – *Le Contrade del Freisa* a Buttigliera/Castelnuovo D.B.

Questa manifestazione ha il vantaggio di proporsi in una zona facilmente accessibile da Torino e nelle immediate vicinanze del Colle Don Bosco (in pratica raggiungibile anche a piedi dai visitatori del Colle).

Ultima domenica di maggio – *Pane al Pan*e a Montemagno

L'evento si colloca in un'area di estremo interesse per l'area in quanto da sempre è meta di visitatori che arrivano dalla zona est del Piemonte e da Milano. Montemagno è inoltre una delle eccellenze dal punto di vista architettonico e storico.

***Nota**: queste prime tre manifestazioni coprono il periodo primaverile, notoriamente sguarnito di sagre o comunque iniziative locali: periodo importante per presentare il territorio del GAL in una stagione in cui cominciano ad emergere tutte le sue potenzialità attrattive dal punto di vista del paesaggio.*

Prima domenica di agosto – *Stelle in Stalla* a Tigliole

Qui viene"coperta" la zona ovest del territorio, facilmente accessibile dal torinese con l'autostrada Torino-Piacenza: come tutte le altre ha origini antiche e si è consolidata in un'area di assoluta eccellenza dal punto di vista vitivinicolo e con la più notevole presenza di allevamenti bovini in rapporto all'intero

territorio. Questa è l'unica manifestazione del pieno periodo estivo che comunque sembra opportuno non lasciare del tutto sguarnito anche in copresenza delle numerosissime altre iniziative a valenza locale (vedi data base).

Prima domenica di settembre – *Tonda e Gentile* a Settime d'Asti

Questa manifestazione, secondo quanto è emerso nei numerosi incontri, potrebbe anche essere spostata in concomitanza alla Fiera del Tartufo di Montechiaro d'Asti, che si svolge a novembre. Pare interessante sfruttare la notorietà di questa fiera per perseguire gli oboettivi individuati. Il mese di settembre, come noto, è dedicato alla Douja d'Or di Asti alla quale il GAL è già intervenuto nelle ultime edizioni con un suo stand in funzione della possibilità di promuovere il suo territorio.

Ultima domenica di settembre – *La Zucca delle Meraviglie* a Piea

Basata su un'antica tradizione locale: potrebbe coprire un'area tra le più importanti ed interessanti del Monferrato Astigiano, ricca di castelli e di pievi romaniche ma ancora piuttosto misconosciuta.

Prima domenica di ottobre – *Elogio della Bionda* a Villanova d'Asti

Su questa manifestazione è inutile fare commenti trattandosi del fiore all'occhiello del GAL, ormai consolidata, ben nota, ricca di iniziative collaterali in una zona di immediato accesso dal chierese e dal torinese.

Seconda domenica di ottobre – *Castellero città della Nocciola* a Castellero

Questa manifestazione, che si colloca sulla direttrice Torino-Asti, in una zona che è porta d'ingresso da est per il cuore del Monferrato Astigiano, ha un'antica tradizione, valorizza in particolare i prodotti dolciari a base di nocciole che confluiscono per l'occasione anche da altre zone del territorio.

Terza domenica di ottobre – *L'Asino vola* a Calliano

Qui è stata recuperata una tradizione specifica di quell'area (l'uso degli asinelli per il trasporto del materiale dalle cave di gesso alle fornaci), con il vantaggio di collocarsi in una zona strategica trovandosi all'ingresso, sulla direttrice Milano-Casale-Asti, dell'area est del Monferrato Astigiano.

Secondo lunedì di dicembre – *Il Cappone alla Festa* a San Damiano d'Asti

Manifestazione *ormai lanciatissima*, nel cuore di una zona turisticamente sempre più apprezzata anche per le produzioni enologiche (presenza alla Prova del Cuoco, servizi su Linea Verde, ecc.).

Prima quindicina di dicembre - *Sua Maestà il Bue Grasso* a Moncalvo

Evento di ampio respiro, di antichissima tradizione e ampiamente consolidato, che proprio all'inizio della stagione invernale offre una opportunità di conoscenza, se non del territorio "nella sua forma migliore", sicuramente delle sue risorse, tramite adeguati strumenti promozionali ed informativi.

Nota. La maggior parte di questo secondo blocco di manifestazioni si collocano in un arco temporale che accoglie l'autunno avanzato e l'inizio dell'inverno. Dopo i primi due anni (2003 e 2004) di rodaggio interno, sono state decisamente "virate" in direzione esterna, privilegiando attività di tipo informativo e promozionale (vedi le navette gratuite per visitare, con tanto di guida, il territorio e i produttori).

Carattere specifico del "circuito", infine, è il fatto che ogni manifestazione **rimanda costantemente a tutte le altre** sia tramite gli strumenti informativi sia tramite grandi cartelloni stabili che sono stati realizzati e situati nei Comuni che ospitano le manifestazioni stesse con risorse extra Leader.

ELABORAZIONE DATI PRESENZE NEI COMUNI OSPITI DEGLI EVENTI

GENTILMENTE FORNITA DA

ASSESSORATO AL TURISMO DELLA REGIONE PIEMONTE

NOTA. I dati sono stati rilevati esclusivamente dalle strutture ricettive.
E' anche in relazione a questa interessante elaborazione che è emersa la necessità di definire metodi e strumenti di rilevamento più fedeli alla realtà (vedi par. B3 della relazione finale)

			ALBERGHIERO				EXTRALBERGHIERO				arrivi complessivi	presenze complessive
			ITALIANI		STRANIERI		ITALIANI		STRANIERI			
FIERA	**COMUNE**	**ANNO**	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE		
	COCCONATO	2007	450	631	709	1629	310	733	118	334	1587	3327
Riviera in fiera		2008	489	865	748	2226	481	903	176	437	1894	4431
		2009	381	1043	560	1732	686	1592	218	884	1845	5251
	BUTTIGLIERA D'ASTI	2007					79	102	30	206	109	308
		2008					178	247	31	140	209	387
Le contrade del Freisa		2008					162	271	45	102	207	373
	CASTELNUOVO D.B.	2007	188	722	59	190	2039	3929	766	3067	3052	7908
		2008	461	843	115	224	2124	4311	450	1557	3150	6935
		2008	677	998	219	593	1921	4370	788	2519	3605	8480
	MONTEMAGNO	2007					59	172	37	89	96	261
Pane al pane		2008					68	99	34	98	102	197
		2008					244	451	151	365	395	816
	TIGLIOLE	2007	77	77	369	810	158	505	67	562	671	1954
Stelle in stalla		2008	50	57	365	822	166	467	50	331	631	1677
		2008	29	29	418	899	130	432	34	127	611	1487
	SETTIME D'ASTI	2007									0	0
Tonda e gentile		2008					69	127	20	51	89	178
		2008					45	67	23	47	68	114
	PIEA	2007					9	13	4	6	13	19
La zucca delle meraviglie		2008									0	0
		2008					13	57	3	3	16	60
	VILLANOVA D'ASTI	2007	1067	1737	434	968	32	44	2	52	1535	2801
Elogio della bionda		2008	1161	2240	322	632	41	56			1524	2928
		2008	768	1335	233	697	10	11			1011	2043
	CASTELLERO	2007							2	4	2	4
Castellero città della nocciola		2008					8	8			8	8
		2008					8	8			8	8
	CALLIANO	2007									0	0
L'asino vola		2008									0	0
		2008									0	0
	SAN DAMIANO D'ASTI											
Il cappone alla festa		2007	82	912	54	295	96	1361	350	926	582	3494
		2008	47	396			162	2053	362	998	571	3447
		2008	92	818	13	53	148	1269	142	370	395	2510
	MONCALVO	2007	731	1047	529	980	592	951	799	2837	2651	5815
Sua maestà il bue grasso		2008	770	1063	590	1077	548	806	830	3154	2738	6100
		2008	352	505	232	948	629	1539	744	2740	1957	5732