PRIMA PARTE

1. - Quadro territoriale

Il capitolo illustra un insieme ragionato di valutazioni sui <u>principali</u> <u>nodi critici</u> e sulle <u>potenzialità del territorio</u> che hanno orientato le scelte progettuali e le strategie di valorizzazione per il Centro Culturale dell'Adda. Dal punto di vista metodologico si è proceduto ad un'analisi della ricca documentazione inerente i processi di pianificazione e di programmazione e delle mappature già esistenti in merito a offerta e domanda di servizi, emergenze storiche e ambientali, fattori di attrattiva turistico-culturali, fornite dall'Amministrazione comunale ¹. I molti materiali e dati secondari sono stati integrati da incontri e interviste con testimoni privilegiati e da approfondimenti su aspetti di particolare rilevanza.

1.1 - La composizione e le dinamiche socio-anagrafiche e culturali

Per quanto concerne gli aspetti socio-culturali, il territorio trezzese negli ultimi vent'anni è stato oggetto di rilevanti trasformazioni legate a processi di sfruttamento dei suoli a scopi industriali, residenziali e commerciali, che hanno in parte trasformato la popolazione residente, facendola aumentare significativamente (cfr box 1). Vi è stato, infatti, un processo di ricomposizione sociale caratterizzato principalmente da "nuovi cittadini" provenienti dall'area milanese (il saldo migratorio positivo supera quello naturale negativo) che hanno innalzato il livello medio di scolarizzazione e di richiesta di servizi di natura socio-culturale. Per quanto riguarda la composizione multietnica del territorio, non si evidenziano fenomeni rilevanti di marginalità o problemi di coesistenza e di integrazione sociale.

I "nuovi trezzesi" si sono trasferiti – malgrado i prezzi elevati delle case – perché considerano elevata la qualità ambientale della zona e si caratterizzano per una maggiore esigenza e domanda di attività culturali. Non a caso negli ultimi anni si è assistito a un irrobustimento e allargamento dell'offerta culturale (ampliamento del servizio bibliotecario, festival, mostre, iniziative musicali e artistiche) - indicatore di cambiamento e di adattamento ad un bacino di utenza più composito e sensibile all'offerta culturale -, anche se si segnala che ai "cambiamenti dei comportamenti sociali non sempre è corrisposta un'adeguata disponibilità di spazi di servizio e di aggregazione (in particolare per un'utenza adolescenziale e giovanile)" (dal Piano Regolatore Partecipato). Tra le iniziative culturali di maggiore richiamo si distingue inoltre la presenza del *LiveClub* che con la sua programmazione musicale e legata ai nuovi linguaggi riesce ad

¹ Si fa riferimento in particolare, alla documentazione relativa ai processi di progettazione partecipata con la cittadinanza che hanno portato alla redazione del documento di Piano del Governo del Territorio (PGT).



_

intercettare un bacino d'utenza giovanile dell'area milanese e bergamasca.

Relativamente ai servizi e alle potenzialità dell'offerta culturale indirizzata principalmente alla cittadinanza locale un ruolo importante può essere giocato dalla donazione del Fondo De Micheli al Comune di Trezzo (cfr. box 3). Si tratta di un fondo che testimonia della vita, degli interessi e del pensiero del critico e storico dell'arte Mario De Micheli e che contiene opere di rilevanza storico artistica (dipinti, sculture e il ciclo sui disegni della Resistenza). Attualmente i volumi del fondo sono collocati presso la sede della Biblioteca Civica a Villa Crivelli, mentre la restante parte di beni mobili del fondo (dipinti, sculture, fotografie, stampe, disegni, grafica, archivio personale) non è fruibile ed è custodita in sedi e in condizioni di conservazione differenti. Emerge quindi l'esigenza di trovare una collocazione adequata e una "messa in offerta" in grado di valorizzare il fondo (anche per adempiere alle volontà testamentarie). Rendere accessibili e fruibili al pubblico i materiali e le opere del Fondo rappresenterebbe indubbiamente un rafforzamento del sistema culturale territoriale e un primo importante intervento per fornire spazi e servizi di natura culturale di cui si lamenta ancora in parte la mancanza. La valorizzazione del fondo, inoltre, risponde ad un esigenza condivisa da molti operatori locali di dotare il centro di Trezzo di un offerta museale/espositiva permanente, ad oggi assente.

Box 1.- Trezzo. Dati demografici

Abitanti: 12.129 (Istat 2007).

+ 17,2% rispetto al 1982 (10.327ab) . +4,4% rispetto al 2002 (11.609 ab)

Densità abitativa: 905,94 ab/Kmq

Famiglie: 5.216 (2007) + 10% rispetto al 2001 (4.739)

Media per nucleo familiare: 2,4 componenti

Numero Abitazioni (2001) 4.987

Saldo migratorio (+166 nel 2007) compensa il saldo naturale negativo

Indice di Vecchiaia (2007): 141,6

Reddito Medio Dichiarato (2005): 21.405 €

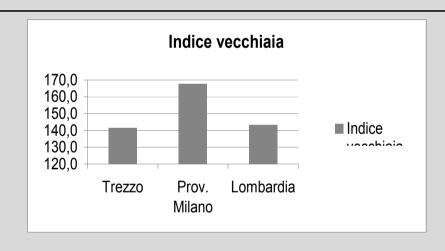


Grafico 1 – Indice di vecchiaia a Trezzo, Provincia di Milano e L:ombardia



1.2 - Le caratteristiche dell'offerta turistico-culturale

1.2.1. Inquadramento generale della domanda turistica

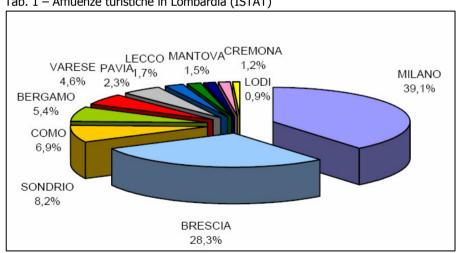
La descrizione delle dinamiche che caratterizzano il quadro regionale sul turismo costituisce un riferimento per inquadrare l'area e il contesto territoriale interessato al progetto di riqualificazione culturale e turistica. In tale prospettiva si evidenziano aspetti del quadro dei flussi turistici (arrivi e presenze, spesa delle famiglie e trend dei consumi culturali)

Nella regione si registra una variazione positiva della domanda turistica da imputare principalmente a due fenomeni:

- un maggior peso del turismo en plein air, stimolato da un 2007 particolarmente favorevole dal punto di vista metereologico;
- un'offerta culturale più ricca. Se il primo fenomeno ha incremento il turismo naturalistico, il secondo ha intercettato l'attenzione di visitatori business oltre a quella dei fruitori abituali di offerta culturale².
- I flussi turistici regionali si polarizzano nell'area di Milano: 60% degli arrivi e 50% delle presenze. Como, Varese e Bergamo registrano la maggioranza degli altri flussi, per la prossimità all'area metropolitana e il segmento business e convegnistico.

totale 2007 totale 2006 variazione % 2007/06 **PROVINCIA** arrivi presenze arrivi arrivi presenze presenze BERGAMO 703.071 1.651.070 637.726 1.458.391 10.25% 13.21% BRESCIA n.d. n.d 1.728.892 7.654.656 n.d n.d 2.325.688 сомо 852.084 723.770 17.73% 24,91% 1.861.892 CREMONA 331.813 169.399 6.62% 2.08% 180.613 325.047 LECCO 152.056 475.647 158.385 461.989 -4% 2.96% LODI 240.525 137.184 -0.19% -2.48% 136.917 246.634 MANTOVA 181.507 451.090 172.620 405.860 5,15% 11.14% MILANO 5.075.590 10.580.020 5.034.205 10.581.072 0.82% -0.01% 7.79% PAVIA 281.038 706.809 260.733 611.501 15.59% SONDRIO 2.248.790 545.869 2.220.431 2.59% 560.024 1.28% VARESE 751.259 1.498.504 631.988 1.231.312 18,87% 21,70% **TOTALE REGIONE** 20.509.956 10.200.771 8.874.159 27.058.785 n.d n.d

Tab. 1 – Affluenze turistiche in Lombardia (ISTAT)



Graf. 2 – Quote provinciali di affluenze turistiche in Lombardia (Osservatorio Provincia di Bergamo)

² Rapporto 2007 - Analisi statistica e monitoraggio dei fenomeni sul territorio - Osservatorio Turistico Provincia di Bergamo - a cura del Settore Cultura, Sport e Turismo



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi Nell'area si registrano circa 9 milioni di presenze nel 2007 (la provincia supera i 10 milioni e mezzo), con una crescita negli ultimi tre anni pari al 13%.

Per quanto riguarda la provenienza, il bacino d'utenza è per oltre il 50% lombardo, le altre regioni incidono per il 4,5%. Per gli stranieri, spicca la crescita di presenze inglesi (+26%) spagnole (+33%) dell' est europeo: Russia, Polonia e Romania.

A differenza degli anni precedenti l'incremento dei flussi turistici del 2007 ha toccato l'intera Lombardia. Questo fenomeno denota che, nonostante "storicamente" la propensione degli stranieri in arrivo fosse rivolta essenzialmente a Milano, ora la loro attenzione si va estendendo all'intero territorio, supportato anche da più efficaci politiche di promozione messe in atto dagli organismi locali in maniera sinergica con gli operatori di settore³.

Alcuni dati per una carta d'identità del turismo culturale italiano:

Si tratta di persone con età compresa prevalentemente tra i 30 e i 50 anni con un livello di istruzione medio-alto (tra gli stranieri il livello di istruzione sale ulteriormente, quasi il 50% è laureato); elevate le incidenze di impiegati (24,4%), studenti (17,3%) o professionisti (12,8%).

La ricchezza del patrimonio artistico/monumentale è la prima motivazione (38,5%) e le bellezze naturali sono la quarta motivazione (14,8%).

Tra i luoghi più visitati si segnalano: centri storici (74%), cattedrali e luoghi dello spirito (61,7%), musei e pinacoteche (48,2%), castelli (18,2%), parchi e natura (18%).

La modalità prevalente di trasporto dei turisti italiani è l'auto (43%), seguita dal treno (29%).

La durata media della vacanza per gli italiani è di 2-3 notti (31,5%), mentre per gli stranieri dalle 7 alle 13 notti (36%). Hotel a 3 stelle (49,5%) e quattro stelle (24%) le scelte principali di pernottamento.

Un turista culturale spende in media quasi il doppio di un turista generico: 101€ contro 67€

Gli stranieri arrivano anche ad una spesa giornaliera di 188€.

Fonti: ISTAT, ISNART, IReR, Osservatorio Culturale del Piemonte, Ediman srl.

 $^{^3}$ IReR, " I modelli innovativi per l'organizzazione del turismo a livello regionale" - Rapporto finale, 2003



Box.2 - Il turismo culturale in Italia

1.2.2. Inquadramento generale dell'offerta turistica

In linee generali, il sistema di accoglienza del territorio lombardo presenta una crescita sostenuta anche da un incremento complessivo dei flussi turistici regionali. La ricerca prodotta dall'Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo⁴, ha evidenziato come tale incremento sia da mettere in rapporto allo sviluppo di tipologie di strutture di media – piccola dimensione, rivolta ad un turismo dolce caratterizzato da periodi di permanenza di breve durata.

In particolare, l'area di pianura si è caratterizzata negli ultimi anni per un'intensificazione dell'offerta alberghiera (+ 8% dal 1998 al 2007), soprattutto rispetto al segmento delle strutture di maggiore categoria (4-5 stelle) rivolte al turismo business e convegnistico. L'area di Trezzo, come si descriverà in seguito, si caratterizza per un pieno allineamento a tali dinamiche, con la recente realizzazione di strutture alberghiere che si avvantaggiano della posizione geografica strategica in prossimità del casello autostradale e del polo metropolitano.

Box 3 - Uno squardo sulle prospettive per il turismo in Lombardia.

Tra le prospettive turistiche nazionali - e in particolar modo della Regione Lombardia - non si può prescindere dal considerare che soltanto nei sei mesi di Esposizione Universale organizzata da Milano nel 2015, sono attesi circa 22 milioni di arrivi solo nel capoluogo lombardo, con un numero di visite all'Expo che si attesterebbero intorno ai 29 milioni.

In vista della ragguardevole consistenza delle cifre attese per i mesi della durata di questo evento di portata internazionale, sarebbe opportuno concentrare le energie, da un lato, per cogliere a pieno l'opportunità riconosciuta dalla manifestazione in sé e, dall'altro, anche per predisporre una lungimirante gestione strategica e sinergica dell'eredità dell'Expo, al fine d'innescare meccanismi di reiterazione delle visite e di "fidelizzazione" dei turisti negli anni a seguire.

In un siffatto scenario, l'Italia e la Lombardia potrebbero veicolare immagini e messaggi tali da intercettare nuove quote di mercato ed imporsi sul panorama internazionale come una tra le più riconoscibili ed affermate destinazioni turistiche, in modo anche da sollecitare un reale coinvolgimento dell'intero territorio lombardo in tutta la sua complessità.

⁴ Ibidem
FITZCARRALDO

1.2.3. Comuni a vocazione turistica della Regione Lombardia

La già citata ricerca dell'IRER individua i comuni lombardi a "vocazione turistica",per produrre una mappatura dei siti secondo quanto previsto dalla Legge Quadro sulla devoluzione (L.135/2001).

La ricerca ha individuato 503 comuni turistici (un terzo rispetto a quelli individuati nel 2000 dal CENSIS), compresi all'interno di 33 aree turistiche, selezionando i casi secondo i seguenti criteri:

- 1. Prima mappatura della rilevanza turistica di un comune:
 - Arrivi
 - Presenze
 - Escursionisti
- 2. Informazioni per caratterizzare il fenomeno turistico
 - Movimenti turistici
 - Dotazione di servizi
 - Attrazioni turistiche (arte e cultura, terme, enogastronomia, fiere, congressi, parchi ricreativi)
 - Dinamicità dello sviluppo turistico
 - Eccellenza dell'offerta
 - Grado di sistemicità dell'area
- 3. Individuazione di un set di indicatori
- 4. Definizione delle aree

Trezzo sull'Adda è stata individuato dalla ricerca IReR come comune turistico nella provincia di MILANO, insieme ad altri 62 comuni. Il quadro del turismo nell'area presenta i seguenti dati di sintesi ⁵.

29. MILANO	•		
Movimento turistico	•	Strutture Extra Alberghiere	
Presenze	8.990.138	Campeggi	2
Arrivi	3.582.977	Posti Letto Campeggi	1.052
Permanenza media	2,5	Agriturismo	-
Densità turistica	3,6	Posti Letto Agriturismo	-
Incidenza stranieri	44,6	Alloggi iscritti REC	-
Incidenza turismo alberghiero	95,2	Posti Letto Alloggi REC	-
Permanenza media alberghiera	2,4	Altro	20
Variazione presenze 1998 - 2001	19,2	Posti Letto "Altro"	2.200
Strutture Alberghiere		Abitazioni per vacanza	5.071
Alberghi	568	Posti Letto Abitazioni - Stima	20.284
Posti Letto alberghieri	57.652	P.L. abitazioni + alloggi per P.L. alb.	0,4
Dimensione media alberghiera	101,5	Attrazioni e Servizi Turistici	
Densità ricettiva	23,3	Ristoranti	2.601
Incidenza 1-2 stelle	10,3	Ristoranti segnalati su guide	194
Incidenza 4-5 stelle	49,6	Incidenza ristoranti segnalati	7,5
Utilizzo lordo alberghiero	40,7	Monumenti segnalati	188
Rapporto bagni/camere	0,99	Centri termali	-
Dinamica Alberghiera		Cantine vinicole	-
Variazione alberghi 1994 - 2001	1,2	Centri fieristici	3
Variazione P.L. alberg. 1994 - 2001	9,2	Centri congressuali	14
Variazione dim.media 1994 - 2001	10,7	Parchi ricreativi	2
Var. rapp. bagni/cam. 1994 - 2001	5,5	Piste di sci - km totali	-



10

 $^{^{5}}$ dati elaborati dall'IReR nel 2002. Per gli altri dati citati nel testo precedente la fonte è ISTAT 2007.

1.2.4. I consumi culturali in Lombardia

Una vota considerati i flussi, la provenienza, la ricettività e le caratteristiche stesse del turismo della Lombardia, è opportuno portare all'attenzione anche le evidenze relative ai consumi che accompagnano il turismo culturale.

I dati ISNART ⁶ del 2007 evidenziano che la Lombardia è la regione con la maggiore domanda di turismo culturale: per Trezzo vuol dire poter contare su una <u>significativa domanda interna di cultura</u>, reattiva rispetto alle sollecitazioni dell'offerta culturale.

Un'altra ricerca utile per valutare gli impatti economici dei consumi culturali è quella fornita dall'Osservatorio Culturale della Lombardia ⁷, aggiornata all'anno 2007. Emerge ad esempio che circa il 34,3% dei lombardi di oltre 6 anni d'età ha visitato un museo o una mostra almeno una volta all'anno, percentuale superiore alla media nazionale e, soprattutto, in leggera crescita negli ultimi 10 anni.

Più in linea con le medie nazionali, invece, i dati relativi al consumo di servizi culturali connessi al teatro e al cinema.

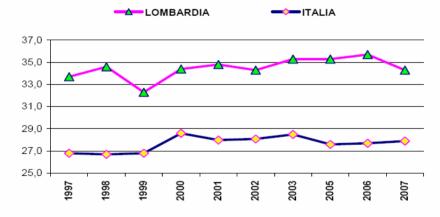
CONSUMI CULTURALI E RICREATIVI

(1) Nel caso di dati non disponibili la variazione % è calcolata tra il primo e l'ultimo anno disponibil

Persone di 6 anni e più che hanno fruito nell'anno dei diversi spettacoli ed intrattenimenti. Serie storica (per 100 persone di 6 anni e più della stessa zona)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2005	2006	2007	Var. % 2007/1997 (1)
					LOMB	ARDIA					
Teatro	20,8	19,3	21,8	19,7	22,8	22,2	20,2	22,5	23,8	25,9	24,5%
Cinema	45,5	50,3	47,9	47,0	53,9	51,1	48,5	52,6	51,2	50,4	10,8%
Musei, Mostre	33,7	34,6	32,3	34,4	34,8	34,3	35,3	35,3	35,7	34,3	1,8%
Concerti di musica classica	10,6	9,5	10,6	8,8	10,0	10,3	9,3	10,5	9,7	10,2	-3,8%
Altri concerti di musica (a)	17,1	15,8	17,1	17,7	19,3	17,5	19,0	18,2	18,4	18,6	8,8%
Spettacoli sportivi	28,5	28,1	29,9	30,2	30,9	27,0	30,4	29,1	29,1	26,9	-5,6%
Discoteche, balere, ecc.	25,7	27,1	28,3	26,4	28,4	26,8	27,3	26,3	26,3	24,0	-6,6%
Siti archeologici e monumenti	n.d.	n.d.	25,9	27,6	27,1	24,3	28,9	26,4	26,1	27,7	0,4%
					ITA	LIA					
Teatro	17,0	16,0	16,7	17,2	18,7	18,7	17,9	19,9	20,0	21,0	23,5%
Cinema	44,7	47,3	45,0	44,7	49,5	50,0	48,1	50,7	48,9	48,8	9,2%
Musei, Mostre	26,8	26,7	26,8	28,6	28,0	28,1	28,5	27,6	27,7	27,9	4,1%
Concerti di musica classica	8,8	7,9	8,9	8,5	9,1	9,0	8,8	8,9	9,4	9,3	5,7%
Altri concerti di musica (a)	17,8	17,0	17,4	18,3	19,0	19,4	20,5	19,6	19,5	19,2	7,9%
Spettacoli sportivi	28,0	26,5	26,9	27,8	28,2	27,3	29,0	28,0	27,3	26,5	-5,4%
Discoteche, balere, ecc.	25,3	25,0	25,0	25,9	26,4	25,2	26,3	25,3	24,8	23,6	-6,7%
Siti archeologici e monumenti	n.d.	n.d.	21,5	23,3	21,5	21,4	22,7	21,2	21,1	21,6	0,5%

Andamento dell'indice di fruizione di MUSEI E MOSTRI



Fonte: ISTAT - IndaginI Multiscopo sulle famiglie " Aspetti della vita quotidiana Rielaborazione dati: Osservatorio Culturale

Tab. 4-5 – Consumi culturali in Lombardia (Dati Osservatorio Culturale Regionale)
Anche rispetto alla <u>spesa media mensile</u> per i consumi per il
settore culturale, la Lombardia è tra le prime regioni (seconda solo al



⁶ cfr. *Istituto Nazionale Ricerche Turistiche*

⁷ cfr. Osservatorio Culturale Lombardia - I NUMERI DELLA CULTURA IN LOMBARDIA 2007- Dati e indicatori su offerta e consumo culturale nell'ultimo decennio - A cura di Domenica Alessandrello - Struttura "Sistemi della conoscenza dei beni culturali" – u.o. "Ossevatorio Culturale"

Trentino Alto Adige). La buona disponibilità della domanda interna si conferma con il dato sulla spesa media mensile per la cultura, il tempo libero ed i giochi: nel 2006, ha inciso sui consumi delle famiglie lombarde per il 4,96%, (dato medio nazionale 4,63%):.

CONSUMI DELLE FAMIGLIE

Spesa media mensile delle famiglie, per categoria e per Regione. Anno 2005 (valori assoluti in Euro e incidenza percentuale sul totale della spesa mensile)

	Totale						di cui			
Regioni	spesa media			Non alimentari		Istruzione		Cultura, tempo libero e giochi		
	mensile	€	%	€	%	€	%	€	%	
Piemonte	2.400	443	18,46	1.957	81,54	23,73	0,99	123,89	5,16	
Val D'Aosta	2.598	416	16,03	2.181	83,97	23,07	0,89	129,21	4,97	
Lombardia	2.872	486	16,91	2.387	83,09	26,98	0,94	142,49	4,96	
Trentino A.A.	2.912	425	14,58	2.487	85,42	39,21	1,35	143,45	4,93	
Veneto	2.736	435	15,90	2.301	84,10	30,89	1,13	133,79	4,89	
Friuli V.G.	2.379	390	16,40	1.989	83,60	25,54	1,07	115,59	4,86	
Liguria	2.246	456	20,29	1.790	79,71	25,96	1,16	101,75	4,53	
Emilia Romagna	2.778	442	15,92	2.336	84,08	23,64	0,85	122,72	4,42	
Toscana	2.566	470	18,31	2.096	81,69	23,05	0,90	117,47	4,58	
Umbria	2.403	445	18,52	1.958	81,48	24,41	1,02	119,99	4,99	
Marche	2.430	492	20,24	1.939	79,76	20,22	0,83	105,35	4,33	
Lazio	2.441	462	18,91	1.980	81,09	17,60	0,72	116,18	4,76	
Abruzzo	2.162	471	21,78	1.691	78,22	29,85	1,38	100,45	4,65	
Molise	2.121	404	19,06	1.717	80,94	26,20	1,24	81,90	3,86	
Campania	1.868	462	24,74	1.406	75,26	20,34	1,09	72,12	3,86	
Puglia	2.060	480	23,29	1.580	76,71	25,98	1,26	81,16	3,94	
Basilicata	2.024	436	21,55	1.588	78,45	47,92	2,37	85,91	4,24	
Calabria	1.906	461	24,16	1.446	75,84	29,82	1,56	93,65	4,91	
Sicilia	1.681	418	24,87	1.263	75,13	18,25	1,09	63,88	3,80	
Sardegna	2.149	453	21,09	1.696	78,91	24,27	1,13	101,07	4,70	
ITALIA	2.398	456	19,02	1.941	80,98	24,52	1,02	110,97	4,63	

Spesa media mensile sostenuta dalle famiglie per CULTURA, TEMPO LIBERO GIOCHI. Anno 2005 Trentino A.A 143,45 Lombardia 142,49 133,79 Venetr Val D'Anstr 129,21 123,89 Emilia Romagna 122,72 Umbria 119,99 117,47 Toscana 116,18 Lazio Friuli V.G. 115,59 110.97 Trentino A A 110,97 Marche 105,35 101.75 Liguria Sardegna 101,07 Abruzzo 100.45 Calabria 93.65 Basilicata Molise Puglia 81.16 Campania 72.12 63.88 Sicilia 50.00 100.00 150.00 200.00

Fonte: ISTAT

Rielaborazione dati:Regione Lombardia, D.G. Culture, - "Osservatorio Culturale" -

125 Domanda e offerta turistica a Trezzo Tab.6 – Consumi delle famiglie (dati ISTAT)

Il territorio di Trezzo e dei comuni limitrofi sulle sponde dell'Adda è caratterizzato dalla presenza di risorse e fattori di attrattiva di elevato pregio culturale e naturalistico, un unicum nell'ambito territoriale di riferimento.

Per Trezzo si può sintetizzare la seguente situazione:

- presenza di risorse ambientali, paesaggistiche e storico-artistiche di qualità (Centrale Taccani, Castello Visconteo, area archeologica, alzaia e lungo fiume, dimore storiche, paesaggio naturale) concentrate per lo più nell'intorno del Parco Castello,
- non tutte le risorse riescono a tradursi in reali fattori di attrattiva a causa di una loro debole integrazione e, in alcuni casi, per una accessibilità critica (ad es. area sulla punta del parco Castello),
- anche alla scala dell'area vasta si riproduce questa dialettica: la
 presenza diffusa di risorse naturali e storico-artistiche (paesaggi
 fluviali, l'archeologia industriale, l'acqua e le tracce di Leonardo da
 Vinci, le ville, l'esperienza del fiume lungo gli itinerari escursionistici
 ciclopedonali) e le molteplici iniziative e progetti a vocazione
 territoriale allargata (Ecomuseo, Parco Adda Nord, ABCD,
 Associazioni canottieri), pur meritorie, non riescono a fare "massa
 critica" e a rafforzare le logiche di sistema,
- gli elementi principali dell'identità e del genius loci si riconducono principalmente al ruolo dell'Adda come elemento strutturale che ha plasmato la morfologia e il paesaggio, ma anche determinato l'assetto socio-economico derivante dalle scelte insediative e produttive che si sono sovrapposte nei secoli. Il fiume, come snodo privilegiato di lettura e di interpretazione del territorio, si pone come

elemento centrale del progetto perché si valorizzino le diverse possibilità di fruizione e di utilizzo del lungo fiume.

Per quanto concerne gli aspetti più strettamente turistici (in termini di domanda e di offerta) l'area di Trezzo e dei comuni limitrofi esprime una potenzialità ricettiva di poco più di <u>450 posti letto</u> con circa <u>50.000 presenze annue (dati 2005)</u>, di cui il 60% concentrate a Trezzo (che dispone solo del 37% dei posti letto complessivi). I tempi medi di permanenza sono intorno a 1,6 giorni, più bassi a Trezzo con 1,3 giorni (cfr. tab.1).

Anno	Totale Arrivi	Totale Presenze	Totale Esercizi	Totale posti letto	Totale camere		
2002	28.938	48.080	8	305	168	1,66	
2003	33.103	52.188	10	383	209	1,58	
2004	32.792	53.586	10	383	209	1,63	
2005	31.881	50.380	10	458	250	1,58	

Tab. 7 - Domanda e Offerta turistica a Trezzo e comuni limitrofi

				Trezzo sull	'Adda						
Anno		Arrivi		Presenze		N. posti letto	N. camere	Tempi permanenza			
	2002		19.203					1,25			
	2003	2	24.119	32.007	3	171	98	1,33			
	2004	2	24.015	32.648	3		98	1,36			
	2005	2	23.698	30.421	3	171	98	1,28			
				Vanuia d'	\ alala						
Anno		Arrivi		Vaprio d'A		N. posti letto	N camere				
Aiiiio	2005		248					1,61			
								.,			
Imbersago											
non ci son	o strut	ture ri	cettive								
				Paderno d'	'Adda						
Anno		Arrivi				N. posti letto	N. camere				
	2002		4.260	8.177				1,92			
	2003		3.667	6.522	1	68	35	1,78			
	2004		3.592	6.468	1	68	35	1,80			
	2005		4.067	7.490	1	68	35	1,84			
				0	A -1 -1						
non ci son	o strut	ture ri	cettive	Cornate d'	Adda						
11011 01 3011	o strut	turern	cettive								
				Robbia	te						
Anno		Arrivi		Presenze	N. esercizi	N. posti letto					
	2003		6	33				5,50			
	2004		57	286	1			5,02			
	2005		108	405	1	5	2	3,75			
				Villa d'A	dda						
Anno		Arrivi				N. posti letto	N. camere				
	2005		24					2,92			
non ci son	o etrut	turo ri	cottivo	Canonica d	Adda						
HOH CI SOH	o stiut	tureri	Lettive								
				Fara Gera d	l'Adda						
Anno		Arrivi				N. posti letto					
	2002		548					4,06			
	2003		1.000				9	3,52			
	2004		1.463	4.142				2,83			
	2005		1.247	3.965	1	26	21	3,18			
				Cassano d	'Adda						
Anno		Arrivi		Presenze	N. esercizi	N. posti letto					
	2002		1.067	4.401				4,12			
	2003		701	2.749			29	3,92			
	2004		723	2.983	1			4,13			
	2005		1.349	5.283	1	58	29	3,92			
			.c	apriate San (Gervasio						
Anno		Arrivi				N. posti letto	N. camere				
-	2002		3.860					2,41			
	2003		3.610	7.360			36	2,04			
	2004		2.942	7.059	3		36	2,40			
	2005		1.140	2.346	1	46	23	2,06			



In termini qualitativi la domanda turistica è caratterizzata da:

- presenza di significativi flussi di <u>escursionismo di giornata</u> di breve e medio raggio (soprattutto nei weekend), con modalità di permanenza che consumano risorse o producono impatti negativi (in particolare sul traffico) spesso maggiori di quanto non restituiscano in termini di indotto economico prodotto.
- presenza di un <u>turismo business</u> che utilizza prevalentemente le strutture ricettive di alta gamma, anche in ragione della vicinanza e accessibilità all'area milanese ⁸. Si tratta di soggiorni con tempi di permanenza limitati a fronte di una tipologia di offerta notevolmente rafforzata negli ultimi tempi (apertura di nuovi hotel a 4 e 5 stelle presso i caselli della zona est di Milano).
- sviluppo di un turismo di nicchia, ancorché qualificato, legato <u>ai</u>
 convegni e alla congressistica. Sono infatti presenti ville e dimore
 storiche di elevato valore architettonico in grado di fornire servizi di
 convegnistica di charme basati su spazi attrezzati di piccole
 dimensioni.

Nel capitolo 3 si approfondisce il tema dello sviluppo del settore turistico – sulla base dei cluster di funzioni descritti nel capitolo 2 – individuando i bacini potenziali di utenza con una stima generale degli impatti economici generabili sul territorio.

Le valutazioni sul turismo di Trezzo e del territorio e sul sistema di offerta attuale, d'altro canto, s'indirizzano ad obiettivi di crescita significativi che rimangano comunque entro soglie sostenibili di pressione antropica e consentano un più completo utilizzo della capacità ricettiva attuale o già prevista. Per tale sviluppo si dovrà semmai puntare a una qualificazione del pubblico di riferimento e alla capacità di costruire un sistema culturale capace di dar valore al luogo, per qualità, originalità, specificità della proposta, di estendere la fama del sito e la sua ricchezza all'interno di alcuni precisi comparti e nicchie di media, mirando ad un'utenza specifica e senza cercare di attirare masse indifferenziate.

Il modello del turismo culturale, integrato a componenti naturalistico-paesaggistiche, ben si presta a questo tipo di prospettiva coerente con le potenzialità del territorio. A integrazione si possono individuare progetti per rafforzare il turismo congressuale e della formazione continua (ad esempio prevedendo all'interno delle funzioni culturali spazi per convegni e attività di formazione).

⁸ Intervista con Serena Arto, direttrice dell'Hotel Trezzo.



_

1.3 - Analisi SWOT e principali elementi di valutazione

PUNTI DI FORZA

Caratteristiche socio-economiche

Saldo demografico migratorio positivo che compensa e supera quello naturale negativo con effetti interessanti di ricomposizione sociale: i "nuovi Trezzesi" di prevalente provenienza milanese sono portatori di nuove istanze e bisogni di natura ricreativa e culturale.

Posizione strategica: collocazione baricentrica rispetto ai bacini di Milano e Bergamo.

Presenza infrastruttura autostradale (A4) recentemente potenziata

Offerta culturale

Il Fiume Adda è sia dal punto di vista storico, sia produttivo ed economico una risorsa condivisa e unificante per l'area vasta, nonché uno dei principali elementi dell'identità territoriale

Presenza di beni e siti culturali/naturalistici lungo le due sponde del fiume Adda fortemente compenetrati con le risorse ambientali e paesistiche

Eccezionalità culturale e paesaggistica del sito corrispondente al Parco Castello e alla Centrale Elettrica Taccani

Riconoscimento UNESCO del Villaggio Crespi (inserimento *World Heritage List* nel 1995)

Alcune iniziative culturali hanno dimostrato capacità nell'intercettare bacini d'utenza sovra territoriali (in particolare di pubblico giovane: es. LiveClub)

Crescita della domanda di servizi e attività culturali da parte della Comunità locale in particolare dai "nuovi trezzesi"

Offerta turistica

Significativi flussi di escursionismo di giornata (festivi e week-end), particolarmente legati a modalità di utilizzo dei fattori di attrattiva naturalistici all'aperto (gite, visite sull'alzaia, attività sportive e ricreative, cicloturismo, ecc.)

Crescente presenza di turismo "business" e interessanti nicchie di turismo legate alla convegnistica e alla congressistica di qualità (grazie alla presenza di spazi attrezzati di pregio, quali ville padronali)

PUNTI DI DEBOLEZZA

Caratteristiche socio-economiche

Indebolimento del tessuto produttivo e commerciale di Trezzo causato dall'apertura di centri commerciali in prossimità

Problemi di traffico veicolare e limitata capacità di assorbimento urbano dei flussi festivi causati da escursionisti e turisti.

Pur essendo solcata da moltissime infrastrutture, la zona è poco raggiungibile con il trasporto pubblico (non è presente un collegamento ferroviario diretto).

Offerta culturale

Frammentazione di soggetti proprietari nell'area del parco castello e difficoltà ad individuare modalità di regia unica nel processi di valorizzazione (Enel, Sovrintendenza, Privati, Comune).

Non adequato coordinamento/integrazione tra le realtà associative culturali

Mancata chiarezza circa competenze e modalità di gestione unitarie/coordinate sulla gestione e sulle strategie di valorizzazione del fiume Adda. In particolare si nota la quasi assenza di progetti, attività e iniziative di valorizzazione integrata tra i siti culturali sulle due sponde del fiume Adda (es. Villaggio di Crespi con Centrale Taccani)

Spazi e servizi di natura culturale non sempre adeguati alla domanda attuale

Mancanza di una gestione unitaria per la valorizzazione del Villaggio Crespi

Offerta turistica

La forte connotazione di turismo *open air* (principalmente in termini percettivi) crea un'inevitabile dipendenza e variabilità in funzione delle condizioni metereologiche. Difficile proporre alternative al chiuso in grado di bilanciare gli effetti metereologici.

Concentrazione dei flussi turistici durante il week-end e i festivi con consequenti fenomeno di sovraffollamento (congestionamento veicolare).

Problemi di accessibilità interna al sito Parco Castello e penetrabilità verso l'area della punta (attualmente inaccessibile)

Difficoltà nell'individuare strategie di promozione territoriale integrata e unitarie riferibili all'area vasta

Ridotta dotazione di strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere nell'area vasta e a Trezzo (l'indice turistico dell'area è pari a 0,5 e a Trezzo è pari a 1,5,) anche in funzione di possibili incrementi nella domanda.

Il centro storico risulta attualmente debole come proposta di visita (scarsità parcheggi, traffico veicolare, assenza di aree pedonali, trasformazione a parcheggi delle piazze, etc.), e utilizzato in prevalenza come area di transito e passaggio

OPPORTUNITA'

Creazione di partnership e/o esperienze di co-progettazione in occasione della Manifestazione dell'Expo2015 (si vedano in particolare le iniziative legate a Leonardo, ai temi dell'acqua e dell'ingegneria)

Nuova programmazione per finanziamenti europei (2007/2013)

Interesse dell'opinione pubblica e dei policy-makers sui temi riconducibili alla sostenibilità, alla bio-diversità, alla uso di energie alternative (es. idroelettrico)

Crescita nazionale dei dati riferibili al turismo culturale anche di aree minori

L'attenzione di Enel verso politiche ed interventi di valorizzazione territoriale connessi all'utilizzo dell'energia elettrica e della creatività artistica (in particolare si veda il progetto EnelContemporanea)

MINACCE

Possibili ripercussioni sull'economia reale causabili dalla crisi finanziaria internazionale (rischio di una contrazione della capacità di spesa per consumi turistico-culturali)

Forte competizione dell'area milanese rispetto a prodotti di soggiorno culturale e turistico a Trezzo

In assenza di progetti di rete l'offerta culturale rischia di non generare significativi impatti economici



2. – Il progetto di Centro Culturale dell'Adda: una presentazione

Il capitolo di inquadramento sui nodi strategici, vincoli e opportunità utili per le prefigurazioni progettuali dell'area, è basato sui dati e sulle progettualità fornite dall'Associazione dei Comuni per l'Adda e dall'amministrazione di Trezzo, sui sopralluoghi e sulle interviste a decision maker e dirigenti del Comune, a interlocutori privilegiati e conoscitori della situazione locale e sovra-locale⁹.

Per rafforzare l'identità e l'immagine di Trezzo si propone di puntare su un'offerta culturale caratterizzata da:

- <u>integrazione</u>, nel rapporto tra patrimonio tangibile e attività artistico-culturali specifiche;
- <u>qualità</u>, importante per collocare Trezzo come riferimento internazionale per alcuni aspetti peculiari (il sito, il rapporto con il fiume e la storia dello sfruttamento dell'energia idraulica), con un indirizzo a target di utenza medio-alti;
- <u>diffusione</u>, potenziando gli effetti di rete del turismo culturale e naturalistico lungo la fascia dell'Adda, assegnando a Trezzo un ruolo di nodo a scala territoriale;

- <u>fattibilità e sostenibilità dell'offerta,</u> evitando interventi sovradimensionati rispetto alle capacità dei siti.

I principali temi e nodi di sviluppo riguardano:

- 2.1 il <u>rafforzamento di Trezzo</u> come nodo centrale del futuro distretto culturale su area vasta, già in fase di sviluppo;
- 2.2 la razionalizzazione dell'accessibilità locale, <u>urbana e territoriale</u>, a partire da un potenziamento dei parcheggi prossimi al fiume e da un migliore utilizzo dell'Alzaia per l'accessibilità ciclopedonale al sito del Castello;
- 2.3 <u>la valorizzazione dell'area del promontorio</u> come sistema integrato, con funzioni che ne potenzino l'identità e il riuso per attrezzature culturali, la qualità ambientale e paesaggistica;
- 2.4 il miglioramento dell'<u>offerta di servizi culturali</u> per i residenti, razionalizzando l'impiego di risorse, strutture e spazi;

Si vuole con ciò rafforzare la percezione del valore di un territorio straordinario da parte dei cittadini residenti e dei turisti. Il valore intrinseco deve essere riconosciuto a partire da un'equilibrata combinazione di fattori diversi in cui il già elevato contributo del contesto ambientale e paesaggistico può essere arricchito e contrappuntato da interventi sul sistema di offerta turistico-culturale con:

⁹ interviste del 2008; per l'elenco delle persone intervistate vedi allegato 1.



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi



- una valorizzazione e un arricchimento dei segni dell'architettura con interventi di arredo urbano che dialoghino con le emergenze storiche;
- iniziative culturali dedicate (ad es. un River Festival dei comuni lungo l'Adda, che metta in rete le iniziative esistenti e tenga il fiume come riferimento e fattore di riconoscibilità principale) in animare grado di valorizzare brani di territorio e di coinvolgere un'utenza metropolitana attenta, esigente, interessata ad eventi ed atmosfere non banalmente riproducibili in contesti qualsiasi.

2.1 - Trezzo e l'area vasta

Per un approccio di area vasta è necessario prendere in considerazione almeno il tratto settentrionale dell'Adda e il suo territorio di attraversamento, a scavalco tra le province di Milano e di Bergamo. Su tale area è stato svolto un censimento delle emergenze culturali e turistiche del territorio per individuare punti di forza e di debolezza connessi ai livelli di accessibilità per i singoli siti e alle potenzialità d'integrazione.

Inoltre, da interviste svolte, è emerso con chiarezza come il tema della sovracomunalità sia considerato il nodo strategico principale da affrontare per pervenire a un "salto di qualità" ancora mancante nell'offerta culturale e turistica, non solo del Trezzese, ma di tutto il territorio di attraversamento dell'Adda.

In effetti, non sono pochi, né secondari, i fattori che rendono interessante per la valorizzazione dell'area la strutturazione di una rete distrettuale incentrata sul tema culturale; si citano almeno:

a. il fiume Adda, fondamentale denominatore comune all'interno della variegata offerta di beni e di siti culturali/naturalistici del territorio. La relazione storica tra il fiume, la popolazione locale e l'economia del territorio consente di riconoscere nell'Adda un punto di forza indiscutibile sia dal punto di vista della messa a sistema delle sue emergenze, sia come elemento cardine per la costruzione di una

rinnovata immagine turistica, capace di integrare i tematismi culturali con quelli del benessere, della natura, della mobilità sostenibile, della gastronomia, dello sport, etc.

- b. la distribuzione diffusa del patrimonio culturale, nel suo comporsi di tanti episodi diversi capaci, ciascuno a proprio modo, di aprire una finestra nella storia del territorio e dei suoi abitanti: dalle residenze di villeggiatura alle testimonianze di archeologia industriale (e non solo archeologia, se si prende in considerazione il fatto che le centrali elettriche sono ancora tutte attive), dagli insediamenti medievali agli squarci paesaggistici che ispirarono pittori vedutisti del calibro del Van Wittel e del Bellotto, dalle riserve naturali ai centri storici e alle cascine che punteggiano la pianura. Un patrimonio ricco, ma frammentato, che inizia a trovare in alcuni processi di messa in rete e di coordinamento dell'offerta il necessario strumento d'integrazione (è il caso del progetto ecomuseale o dei programmi che alimentano l'Associazione dei Comuni sull'Adda, oltre che del Parco fluviale).
- c. la crescente attenzione della popolazione locale per il proprio patrimonio culturale, attenzione che si traduce nella partecipazione alle iniziative di animazione culturale organizzate a Trezzo o nelle altre località lungo l'Adda. Anche se sono coinvolti, per lo più, i cosiddetti "nuovi trezzesi", ovvero coloro che hanno trasferito la loro residenza in queste aree provenendo soprattutto da Milano, si tratta,



tuttavia, di un importante indicatore di come un processo di integrazione territoriale risponda a fabbisogni culturali e di conoscenza caratterizzanti anche la popolazione locale, non solo il turista estemporaneo.

2.1.1. Trezzo: quale ruolo all'interno del distretto?

Ogni distretto o sistema si compone di nodi e d'interconnessioni: tanto più queste ultime risultano sinergiche, maggiori saranno i benefici derivanti ai singoli nodi e al sistema nel suo complesso. Per ottenere un'efficace sinergia del sistema è necessaria una organica gerarchia dell'offerta e dei ruoli, tale per cui alcuni siti/beni esercitino un ruolo di leadership mentre gli altri, invece, siano destinati a rivestire funzioni accessorie, d'arricchimento dell'offerta e d'integrazione dei prodotti. L'approccio "paritario", tendente a livellare i diversi valori e le differenti potenzialità, risponde più a esigenze di carattere politico e di relazioni di "buon vicinato", ma rivela tutta la sua inadeguatezza nella gestione pratica.

A Trezzo sembra generale il riconoscimento del sito come elemento cardinale dell'offerta culturale di area vasta, tanto per target di pubblico esterni, quanto per la popolazione residente. Nonostante la diffusione di centri d'interesse culturale nel territorio per la densità e la qualità delle testimonianze storiche, culturali e architettoniche, per le risorse paesaggistiche e per la dimensione dell'offerta di servizi alla persona, Trezzo può certamente aspirare al ruolo di fulcro dell'offerta territoriale e centro d'irradiazione dei flussi di domanda verso le altre località.

Una serie di elementi consente di confermare le potenzialità di Trezzo come porta di accesso al futuro distretto:

- 1. l'accessibilità rispetto alla grande rete stradale, che rende il sito facilmente fruibile tanto da flussi organizzati quanto da un pubblico più generalmente itinerante;
- la collocazione rispetto al fiume, che rende Trezzo un nodo naturale di accesso alla fruizione del Parco dell'Adda, punto di eccellenza per la potenza scenografica del sito, che non può che essere valorizzato da iniziative di maggiore fruizione delle alzaie o direttamente delle acque (ripristino della navigabilità per tratti, traghetti etc.);
- 3. la compresenza in Trezzo di tutte le tipologie di beni, culturali e naturalistici connotanti il comprensorio, che rafforzano il ruolo di porta di accesso di un distretto complesso: il fiume, le testimonianze di archeologia industriale, gli insediamenti antichi e medievali, le residenze di villeggiatura, i percorsi ciclabili, i centri storici, le collezioni, le aree verdi e le riserve naturalistiche, etc. sono la materia prima del distretto e solo nel contesto di Trezzo convivono senza soluzione di continuità.



Nonostante il ruolo territoriale, non è opportuno che a Trezzo si concentrino i flussi turistici. Come si è richiamato nei paragrafi precedenti, le caratteristiche e la delicatezza del sito impongono la scelta di strategie che valorizzino l'area prevalentemente in senso qualitativo. La prospettiva del distretto culturale corrisponde ad una strategia di sviluppo e di valorizzazione territoriale su area vasta che individui per ciascun sito le vocazioni e gli obiettivi, potenziando la diffusione di un turismo itinerante, con molti attrattori per piccoli flussi.

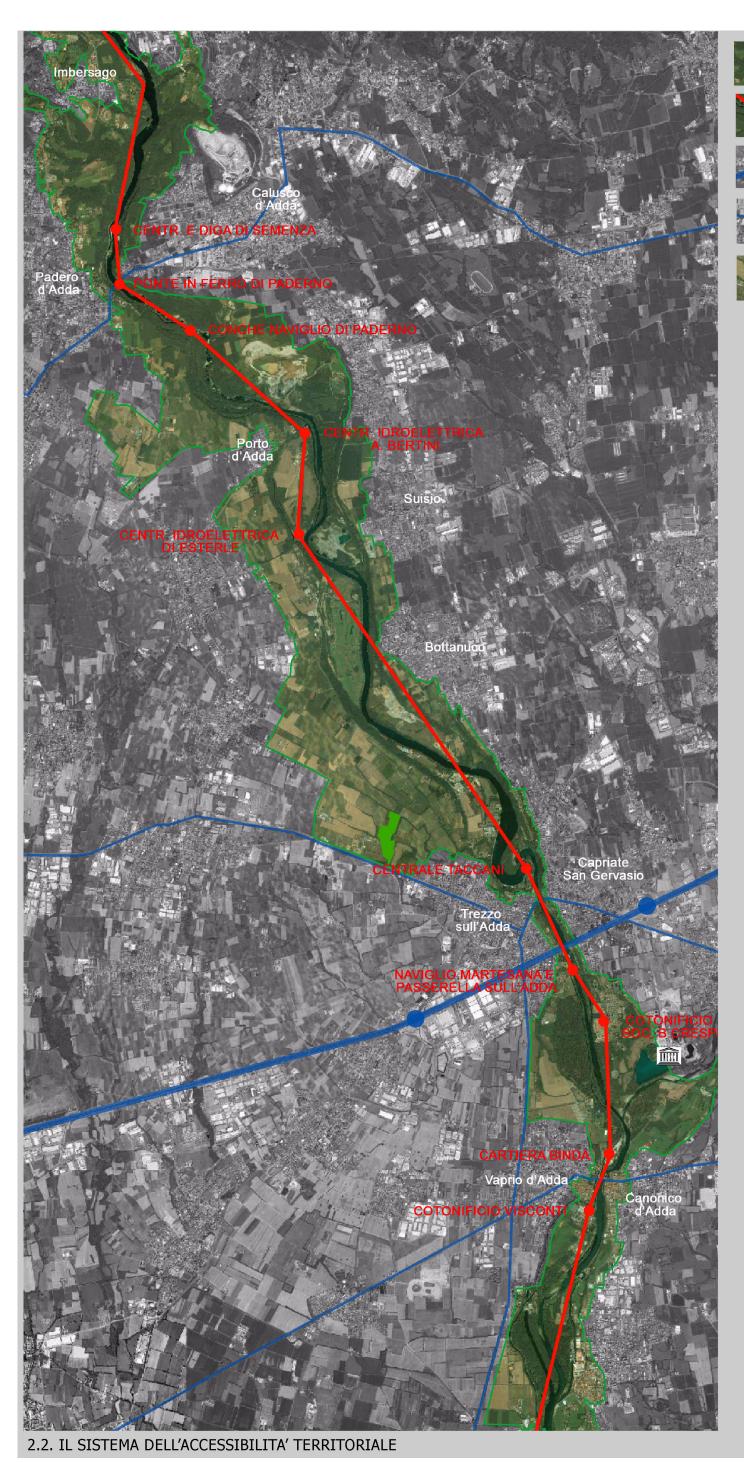
D'altra parte la troppa varietà dell'offerta, composta di tante iniziative e prodotti diversi per target di riferimento e per qualità del prodotto, si è mostrata un fattore critico in cui talvolta hanno prevalso dinamiche di frammentazione in iniziative diverse e non coordinate. In tale prospettiva, proprio il fiume Adda rappresenta un trait-d'union efficace sia sul piano strategico, sia su quello comunicativo e promozionale, potenziale "piattaforma" comune su cui far confluire le diverse proposte, enfatizzandone il carattere unitario e di espressione di un territorio specifico.

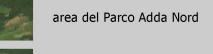
Non si tratta solo di iniziative nel settore della valorizzazione naturalistica o storica: ad esempio sono risultate vincenti proposte come il *RiverFestival* di Glasgow, dove le sedi degli eventi sono collocate lungo le sponde del medesimo fiume. Un festival dell'Adda, ad esempio, potrebbe portare all'organizzazione di iniziative

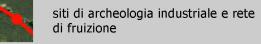
coordinate nelle diverse centrali elettriche, nei centri storici, in corrispondenza delle antiche chiuse leonardesche, nelle antiche ville nobiliari, etc., contribuendo in modo decisivo a costruire un immagine del territorio più unitaria. Anche in tale ipotesi di costruzione e potenziamento della rete territoriale, Trezzo dovrebbe qualificarsi come luogo di produzione per iniziative di elevata qualità artistica, rivolte a pubblici selezionati e rispettosi della delicatezza dell'ambiente (lo stesso discorso sembra adattarsi ad altri contesti "fragili" come, ad esempio, Vaprio) mentre nell'area della cava, nei pressi del Golf Club, oppure, per rimanere ad un sito di valenza culturale, a Crespi, potrebbe essere possibile individuare spazi capaci di assorbire flussi di domanda di maggiore consistenza.

In conclusione, l'adozione di una logica di area vasta conferma il ruolo centrale di Trezzo e dell'area del Parco-Castello ma non deve comportare la polarizzazione dei flussi sull'area del Castello ma semmai potenziare l'offerta qualitativa, finalizzata ad elevare il target di pubblico. La frammentazione dell'offerta deve essere rimediata potenziando le strategie di rete, basate sull'Adda, come ad esempio un sistema di eventi (River Festival di Glasgow) connessi al fiume come elemento territoriale distintivo, con una forte flessibilità nella tipologia delle singole proposte (dal concerto rivolto al grande pubblico all'iniziativa culturale di nicchia) e con il rispetto delle vocazioni e dei limiti di sostenibilità delle diverse località coinvolte.









caselli e rete autostradale





Scala 1:50.000

2.2 - Il sistema dell'accessibilità territoriale

Il progetto di Centro Culturale dell'Adda s'incardina su di un ripensamento delle polarità di accesso e delle modalità di ingresso alla scala urbana. Gli elementi di contesto più rilevanti che caratterizzano la presente proposta progettuale sono i sequenti:

- le principali emergenze dell'area del Parco Castello (Castello Visconteo, Centrale Taccani, area archeologica, l'Alzaia e il Fiume) vanno considerate come <u>fattori di attrattiva fortemente integrati,</u> percepiti come un brano di paesaggio unitario, dotato di grande suggestione e pregio, il quale nei comportamenti di fruizione (da parte del turista, dell'escursionista, del cittadino che in quest'area si muove principalmente a piedi e in bicicletta) possa rappresentare un <u>attrattore tanto maggiore nella misura in cui spunti di perlustrazione e visita sono maggiormente interconnessi;</u>
- appare cruciale <u>preservare e "governare" la sostenibilità complessiva</u> (ambientale, della testimonianza storica e paesaggistica) del sito <u>del Parco Castello</u> e individuare le condizioni migliori per una valorizzazione turistico-culturale dell'area che minimizzi il degrado derivante da eccessivo carico antropico, pesante sul centro urbano e sugli abitanti (aumento del traffico veicolare nel centro, congestione e inquinamento in particolare, si veda punto successivo) e che sia orientata ad un turismo e ad una fruizione di qualità;

una delle sostenibilità complesse più problematiche emerse nell'analisi e sottolineata con freguenza dai cittadini è quella relativa al contenimento del traffico veicolare che pone al contempo il tema del miglioramento dell'accessibilità urbana e interurbana: "una criticità dell'area è determinata dal paradosso che, pur essendo solcata da moltissime infrastrutture, la zona è poco raggiungibile, specie con il trasporto pubblico. Meritano, tuttavia, una nota positiva quelle infrastrutture che possono diventare un fattore di sviluppo territoriale e turistico, anche ad una scala sovra-locale: la mobilità dolce, che connette in modo non invasivo le eccellenze e le aree da valorizzare (piste ciclabili, sentieri storici), e quelle infrastrutture che non hanno impatti locali e si pongono come "possibilità di riqualificazione territoriale", che cioè non s'innervano alla rete locale e hanno lo scopo di alleggerire altre linee, al momento molto pesanti" (dal documento "Verso un Sistema Culturale dei Comuni dell'Adda"). Per quanto riguarda il tema del Parco Castello, nell'area urbana centrale, ad esso limitrofa, la capacità di assorbimento di traffico veicolare "straordinario" (ad esempio i flussi nel weekend) risulta particolarmente deficitaria; in particolare nel centro storico un soprannumero di poche vetture in sosta lungo le vie di avvicinamento all'area del Castello satura immediatamente la



disponibilità di parcheggio e produce rallentamenti e problemi di viabilità interna. Non a caso sia nel piano di Governo Territoriale, sia nei documenti di programmazione dell'Associazione dei Comuni dell'Adda si discute dell'opportunità di "chiusura del centro storico alle auto in forma permanente (ad eccezione dei residenti)" e di "limitare la mobilità automobilistica sull'Alzaia".

Nei documenti di programmazione si fa riferimento alla necessità
di individuare infrastrutture che connettano in modo non invasivo i
fattori di attrattiva del territorio e alleggeriscano i sistemi di
trasporto attuali; in questo senso la valorizzazione di una riviera
fluviale pedonale e ciclabile può giocare un ruolo strategico per
l'accessibilità e la ricucitura del sito con il fiume e con la rete di
poli attrattivi del contesto (Villaggio Crespi, sedi del Parco etc.).

In particolare, per spostare i flussi straordinari di affluenza dal Centro storico è stata considerata la necessità di convogliare i veicoli ad attestamenti esterni, a sud e a nord l'area corrispondente alle ex cave Colombo, collocate ad una distanza idonea dal promontorio e a ridosso dell'Alzaia, come zona di attestamento (parcheggio e sosta) per il traffico veicolare. Nel progetto complessivo di riorganizzazione del sistema di accessibilità all'area d'interesse culturale/turistico, quindi, tale nuovo snodo si candida a svolgere la funzione di porta di accesso principale per l'affluenza turistica di maggiore entità¹⁰: a

questo fine, oltre a dotarlo di servizi d'accoglienza e di punti informativi, assume un rilievo centrale la necessità di <u>valorizzare</u> adeguatamente il percorso lungo l'Alzaia non solo dal punto di vista dell'arredo urbano, ma anche relativamente all'offerta di servizi privati (commerciali, di ristorazione, di pubblico esercizio).

In questo modo si potrebbe fornire una degna alternativa agli attuali accessi all'area, tenendo conto della straordinaria inquadratura dell'area del Castello che accompagna il tracciato e della potenza d'immagine, ormai riconosciuta a livello internazionale, della Centrale Taccani che si specchia nel bacino. Le vie a ridosso del Castello (Via Val Verde, Via Visconti, Via Ermigli) non svolgerebbero più la funzione di punto di arrivo e sosta turistica (con conseguente alleggerimento della pressione del traffico festivo nel centro urbano).

2.2.1. Accessibilità interna all'area del Parco Castello

Per agevolare la visita e consentire una fruizione completa dei diversi fattori di attrattiva dell'area del Parco Castello si deve prevedere un miglior collegamento tra la parte bassa e quella sommitale del Castello, un dislivello di circa 16/17 m che attualmente obbliga o al periplo della penisola o alla salita che rientra nel centro storico, lungo Via Visconti.

interviste e del confronto con località simili, in 3000/4000 presenze/giorno. Tali entità corrispondono a circa 800/1200 posti auto, secondo lo standard dei 3 posti occupati in media per auto, riscontrato per questo tipo di utenza (da ridurre a 2,5 nel caso di eventi e manifestazioni ad orario fisso).



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi

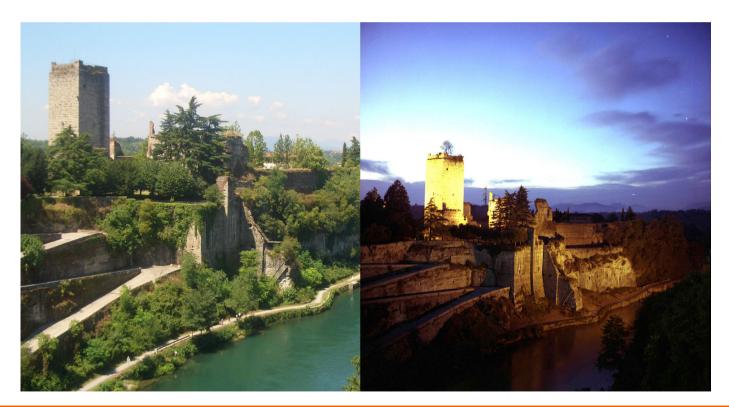
 $^{^{10}}$ Il dimensionamento dei picchi di affluenza massima, nel caso di eventi di particolare significatività o nelle giornate di maggior interesse abituale, è stato stabilito, sulla base delle

Per tale connessione va studiata la migliore tra diverse alternative. Si propongono due ipotesi di risalita sul lato ovest (lato Taccani) –da realizzarsi comunque con soluzioni che minimizzino l'impatto visivo:

- a. ascensore che permetta l'accesso all'area del Castello (dall'area della Sala Liberty all'area dell'attuale Caffetteria);
- b. navetta in servizio tra le ex cave Colombo ed il Castello, con prenotazione a chiamata dalle diverse stazioni di fermata;

Altre soluzioni sono state tenute a livelli di ipotesi, necessitanti di ulteriori approfondimenti ovvero:

- c. la riabilitazione dei camminamenti e i percorsi ipogei attualmente chiusi che uniscono il Castello con il fronte del fiume lungo a sud della punta dell'area del Parco;
- d. la realizzazione di un ascensore in corrispondenza della scarpata a nord, che permetta l'accesso diretto al belvedere sulla punta (cfr. progetto di riqualificazione dell'area Rolla).





2.3 - Valorizzazione dell'area del promontorio: le funzioni

Alla valorizzazione dell'area del Parco del Castello è affidato un ruolo cruciale per potenziare la percezione del valore culturale, storico e ambientale di Trezzo e qualificare i flussi di visitatori.

L'obiettivo strategico consiste non tanto nell'aumento quantitativo dei flussi di visitatori (da contenere entro soglie sostenibili di pressione antropica) quanto nella qualificazione del pubblico di riferimento e costruzione di un sistema culturale capace di dar valore al luogo, di estendere la fama del sito e il suo posizionamento entro alcuni comparti di media, anche senza attirare grandi masse.¹¹

¹¹ Dalle relazione dello strumento urbanistico comunale: IL CENTRO CULTURALE DELL'ADDA: il Parco del castello, della cultura e dei sistemi museali. Per questi motivi è cruciale collocare nell'area <u>funzioni ad alto</u> <u>pregio</u> che sappiano integrare l'eccezionalità ambientale del luogo con un funzioni culturali indirizzate e orientate ad un triplice *target*:

- la popolazione di Trezzo, favorendo l'appropriazione culturale dell'area e il potenziamento dei processi di appartenenza culturale e sociale al luogo;
- i flussi esistenti legati al loisir ambientale, coinvolgendoli in un'offerta culturale di qualità e in un'esperienza significativamente diversa rispetto alla "gita" o allo stare all'aria aperta;
- un *target* di nicchia di esperti e appassionati proveniente dall'esterno e interessato a specifiche tematiche culturali e a godere di una residenzialità in un luogo eccezionale.

Il raggiungimento degli obiettivi e il complesso dei temi è legato sostanzialmente alla progettazione di funzioni e strutture articolabili in quattro aree-problema.

2.3.1. Il Castello

Sebbene per larghi tratti si trovi in uno stato ruderizzato, rappresenta una meta di grande fascino e un possibile polo d'attrazione, a patto di potenziarne l'attrattività con funzioni pregiate. Il progetto indica come obiettivo primario la messa in sicurezza del sito, al fine di consentire la sua piena agibilità al pubblico. Per la sua valorizzazione, invece, si ipotizza un percorso espositivo all'aperto, da



[&]quot;Trezzo si pone come sede di importanti attrezzature di arricchimento e qualificazione culturale dell'insieme del sistema dell'Adda. Nel cuore del centro storico, sul promontorio che si protende nell'ansa dell'Adda ad integrazione del Parco del Castello, Trezzo propone il potenziamento museale e dell'accoglienza, in due sistemi edilizi significativi per localizzazione, significato, ruolo e valore testimoniale: l'opificio Rolla e la Centrale Taccani, per cui valutare la fattibilità del Museo dell'energia. In questo sistema il piano intende saldare il potenziamento del sistema culturale di rango sovralocale con il sistema locale delle attività di servizio alle persone, promuovendo attività di integrazione del sistema economico locale e di potenziamento del ruolo nel contesto territoriale. Questa trasformazione, di forte rilevanza per i luoghi interessati, gli obiettivi specifici e le destinazioni di interesse generale e peso sovralocale, incide sul sistema degli usi più che sulla trasformazione fisica. Le definizioni urbanistiche ed i principi generali per la definizione dei diritti edificatori degli ambiti di trasformazione non sono applicabili a questo intervento di recupero urbano e non di addizione. Le quantità già edificate non saranno aumentate: al contrario, una quota dell'esistente che deve essere demolito per l'incongruenza rispetto al valore testimoniale dell'insieme e per il difficile riutilizzo rispetto alle nuove esigenze, potrà essere ricostruito. Procedura attuativa. Il piano si attua con tre piani attuativi riferiti ai tre sottosistemi: il Parco del Castello, l'opificio Rolla, la Centrale Taccani, E' necessario lo stimolo ed il coordinamento dell'Amministrazione per il decollo delle proposte, il coordinamento delle fasi attuative, il potenziamento delle sinergie; solo in caso di necessario controllo della procedura e della proprietà del suolo si procederà con piani particolareggiati."

realizzarsi anche con allestimenti multimediali, avente come oggetto la descrizione e l'approfondimento del genius loci di Trezzo e del suo territorio. tale funzione andrebbe a potenziare ulteriormente l'offerta del Centro Culturale dell'Adda, accentuando la polarizzazione rispetto al centro di Trezzo.

2.3.2. Il Padiglione espositivo

All'offerta culturale del Centro Culturale non può mancare uno spazio per mostre ed eventi espositivi, capace di rappresentare sia un fattore di attrazione, sia un elemento di arricchimento della visita al sito. Lo studio di pre-fattibilità ha preso in considerazione e realizzato l'ipotesi di realizzare un padiglione ex novo in corrispondenza degli attuali campi da tennis, avvantaggiandosi di una collocazione strategica – tra Villa Crivelli ed il Municipio (futura sede della De Micheli) – per realizzare un polo di servizi culturali complementare all'area del promontorio. In tale prospettiva, Trezzo si doterebbe di un seconda polarità culturale che, per la sua posizione, fungerebbe da asse di trasmissione tra il Centro Culturale dell'Adda ed il centro abitato di Trezzo. Il padiglione si presterebbe ad ospitare, in forma temporanea, parte delle collezioni De Micheli fino a conclusione degli interventi sull'attuale sede municipale. Successivamente potrebbe ospitare anche iniziative culturali diverse, aperte alla cittadinanza: concerti, incontri pubblici, teatro, etc.

In alternativa al padiglione, si può individuare uno spazio espositivo anche all'interno dell'opificio Rolla: in questo caso, quindi,

2.3.3. L'opificio Rolla

Il progetto complessivo di Centro Culturale dell'Adda prevede I"acquisizione" all'uso pubblico dello sperone che si protende nell'Adda, usufruendo anche dell'area che attualmente si pone come barriera, costituita dall'opificio Rolla. L'eccezionalità del luogo e la sua restituzione all'uso pubblico, quindi, rappresentano le due chiavi di volta del progetto di valorizzazione qui presentato. In generale il progetto non entra nel merito della salvaguardia e della eventuale valorizzazione dei reperti archeologici, fermo restando il principio di precauzione, per il quale l'area della punta resta intatta e tutti gli interventi di rifunzionalizzazione del complesso produttivo prevedono operazioni di sistituzione edilizia nei perimetri già costruiti.

Integrando le scelte di intervento con le indicazioni raccolte durante gli incontri con la famiglia Rolla, il progetto ha individuato ed analizzato due ipotesi di riqualificazione del sito con funzioni di natura culturale (atelier, aree espositive, teatro) e ricettive/ristorative. Tutte le ipotesi hanno tenuto conto della necessità di qualificare l'area come luogo di fruizione, allo stesso tempo, però, riducendo il più possibile gli utilizzi degli accessi per il traffico veicolare privato.



2.3.4. La Centrale elettrica Taccani

Il sito è interessato da due ordini di attenzioni. In primo luogo si è individuata l'area marginale sud della centrale per consentire di accedere alla parete rocciosa per la realizzazione di un ascensore di collegamento diretto tra il livello dell'Alzaia a quello del Castello. Ouesto potenziamento dell'accessibilità al castello e all'are Rolla consente di mantenere la percorribilità pedonale (o "dolce", biciclette, navette elettriche, battello) nell'intero sistema territoriale prima descritto. Un secondo ordine di attenzioni riguarda i fattori paesaggistici: la centrale Taccani è una componente d'importanza fondamentale nella qualificazione del paesaggio e qualsiasi intervento deve migliorare le relazioni tra i manufatti e il contesto di rilevanza paesistica. Non solo la risalita deve contribuire a questa integrazione nel modo più discreto possibile, ma anche il sistema d'illuminazione scenografico e d'accento deve comprendere il percorso dell'alzaia, l'edificio della Centrale, possibile sfondo di spettacoli, e l'intero rilievo da cui spicca il Castello, con elementi d'integrazione dei percorsi e delle risorse ambientali. Una terza prospettiva, infine, riguarda la partnership tecnologica, data l'assoluta congruenza del core business Enel con i temi trattati e l'ampia opportunità di dare grande risalto all'operazione. Il progetto di un palco sull'acqua (ed eventualmente una zattera per la platea) – inserito ad esempio all'interno del contesto di un River Festival - consentirebbe, ove esistano soluzioni tecniche temporanee non interferenti o a rischio per il funzionamento

della centrale o la sicurezza degli utenti, un proscenio splendido per qualsiasi rappresentazione che regga un fondale eccezionale come la Centrale.

Per ciò che concerne le modalità di realizzazione di questi interventi diviene necessario e ineludibile l'apertura di **tavoli di negoziazione** sia con la proprietà Rolla, che con Enel. Per guanto riguarda l'opificio - stante l'obiettivo principale di riconquistare il suo sedime a uso pubblico – gli incontri svolti nel corso della realizzazione del presente studio di pre-fattibilità hanno permesso di sviluppare una serie di ipotesi di riqualificazione e di quantificare gli ordini di grandezza economici di riferimento. Nel caso di Enel, gli elementi di negoziazione appaiono molteplici: se da un lato risulta indispensabile regolamentare con appositi strumenti convenzionali le modalità d'uso della sala Liberty della Centrale ed ottenere le autorizzazioni necessarie per i collegamenti verticali motorizzati, obiettivo fondamentale diviene poter coinvolgere Enel come partner strategico e tecnologico dell'intera riqualificazione ambientale: dall'illuminazione agli strumenti interattivi del percorso museale, alla negoziazione delle possibili destinazioni culturali – anche con una presenza Enel – nell'area dell'Opificio Rolla. Va avanzata una proposta convincente perché Enel si sieda come *partner di progetto* dell'intera operazione a un tavolo di concertazione, che veda presenti l'Amministrazione, i responsabili delle precedenti intese con Enel, i tecnici, per la declinazione "in partnership" delle progettuali. proposte







2.4 – Potenziamento dell'offerta di servizi culturali: l'apertura del fondo De Micheli

Nel quadro della dotazione infrastrutturale culturale, presente e in corso di realizzazione (istituzioni culturali, spazi e attività culturali, associazionismo) e dell'evoluzione sociale del territorio si può indicare nella razionalizzazione nel coordinamento delle funzioni culturali già presenti e nella ottimizzazione degli spazi a vocazione culturale già individuati la strada per una crescita sostenibile e adeguata ai livelli attuali di domanda territoriale. L'obiettivo rientra tra le priorità dell'amministrazione comunale e degli enti di programmazione del territorio, formalizzato sia nel Piano di Governo Territoriale, sia nel documento dell'Associazione dei Comuni dell'Adda "Verso un Sistema Culturale dei Comuni dell'Adda".

In questa prospettiva l'occasione fornita dal Fondo Mario De Micheli può giocare un ruolo rilevante e strategico. Si tratta di un fondo chiuso e piuttosto eterogeneo (cfr. box 3) che testimonia della vita, degli interessi e del pensiero del critico e storico dell'arte, con opere di rilevanza storico artistica (dipinti, sculture e il ciclo sui disegni della Resistenza). Attualmente la parte del fondo bibliografico è collocata e catalogata presso la Biblioteca Civica (Villa Crivelli), mentre gli altri beni mobili (dipinti, sculture, fotografie, stampe, disegni, grafica, archivio personale) sono custoditi in altre sedi.

Rendere accessibili e fruibili al pubblico i materiali e le opere del Fondo può costituire un rafforzamento del sistema culturale di offerta di Trezzo, purché si osservino alcune condizioni di partenza:

- la collocazione in un unico luogo per <u>ricostituire l'unitarietà di una</u> <u>collezione</u> e potenziare le possibilità di lettura e di interpretazione delle opere da parte di un pubblico di appassionati e di specialisti;, con due assetti di sistemazione del materiale:
 - una parte accessibile al pubblico secondo una logica espositiva mista (il cuore della collezione esposto in forma permanente e altro materiale del Fondo presentato a rotazione);
 - una parte sistemata a "magazzino visitabile", accessibile su richiesta (archivio personale, fotografia, grafica, depositi),
- una attività di vitalizzazione del fondo con eventi e iniziative temporanee organizzate anche fuori dello spazio ad esso dedicato (ad esempio nell'area del Castello). A tale proposito si veda l'ipotesi di un padiglione espositivo da realizzare ex novo, per esposizioni temporanee anche in rapporto con le opere della Collezione.
- un sistematico "dialogo" (sia in termini fisico-spaziali, sia in termini strategico-organizzativi) tra la Collezione e la sezione bibliografica del Fondo ospitata e gestita della Biblioteca Comunale di Trezzo.

Si possono distinguere diversi target di utenza:

 il <u>pubblico degli studiosi e conoscitori dell'opera di De Micheli</u> e del suo percorso artistico e intellettuale. Si tratta di un target di



nicchia ma ad elevata valenza sovra-locale, dotato di elevato capitale culturale, disposto a muoversi per soddisfare esigenze di approfondimento e di ricerca, interessante per il profilo e su cui indirizzare strategie di marketing mirate (networking con il mondo accademico e le comunità dell'arte contemporanea).

- gli <u>appassionati e interessati all'arte contemporanea</u> presenti nell'area coinvolgibili principalmente a partire da iniziative specifiche (mostre temporanee, riallestimenti, eventi culturali specifici, ecc.);
- la <u>comunità locale</u> di Trezzo (principalmente giovani e ragazzi), che si può coinvolgere attraverso attività didattiche specifiche (corsi, laboratori, concorsi di idee) e di mediazione a partire dalle tante risorse presenti nella collezione.

Per ottenere un efficace coinvolgimento dei residenti dell'area trezzese e dei comuni limitrofi non appare sufficiente la semplice funzione espositiva delle opere, ma occorre predisporre una serie di funzioni, con spazi adeguati, e di attività educative per programmi di avvicinamento, divulgazione, approfondimento sui temi dell'arte, e della creatività in senso lato.

Nell'ottica delle politiche culturali e giovanili si rivelano infatti sempre più strategiche le iniziative volte a <u>consolidare il capitale</u> <u>culturale e creativo della popolazione residente</u>: da questo punto di vista una "gestione culturale allargata" della Collezione De Micheli

potrebbe contribuire al raggiungimento di tale obiettivo attraverso la realizzazione di momenti formativi, concorsi e premi rivolti principalmente ad un'utenza territoriale.

Box 4. - Il Fondo Mario De Micheli

Fondo Chiuso, specialistico a vocazione sovra-locale

Consistenza:

- VOLUMI: circa 26000 tra monografie, opuscoli, riviste catalogati ISBN/OPAC, oggi collocati presso la Biblioteca Civica (Villa Crivelli)
- DIPINTI E SCULTURE: circa 600. Un primo inventario ha preso in considerazione 225 dipinti e 90 sculture
- FOTOGRAFIE E DIAPOSITIVE: di consistenza ingente non ancora inventariate
- STAMPE E GRAFICA: circa 1000 documenti (parzialmente catalogate e digitalizzate SIRBEC)
- DISEGNI: vari con un nucleo sulla Resistenza (60-70 opere di Treccani, Guttuso tra gli altri - già utilizzati per mostre e esposizioni)
- ARCHIVIO PERSONALE: (manoscritti, traduzioni), conservati in scatole non ancora ordinati.



3. - Stima dei bacini di utenza e dei potenziali impatti economici riferiti ai cluster di funzioni individuate

Nel capitolo si approfondiscono gli aspetti relativi ai bacini potenziali di utenza e di pubblico riferibili all'ipotesi progettuale descritta nel capitolo precedente. Il progetto di riqualificazione e valorizzazione del sito, infatti, è indirizzato sia al tipo di pubblico che già frequenta l'area per un generico *loisir* festivo, sia a "qualificare" la domanda fornendo servizi e prodotti più efficaci per far apprezzare il sito grazie al suo straordinario spessore storico e culturale.

In tale prospettiva, le funzionalità identificate per i singoli edifici/luoghi devono concorrere alla composizione di un'offerta complessiva che deve integrare i prodotti culturali con i relativi servizi e con le attrezzature complementari per la fruizione: connessione tra il livello del Castello e quello dell'alzaia, collegamenti con gli attestamenti presso le ex Cave Colombo e l'area di Concesa, servizi ristorativi e ricettivi nell'Opificio Rolla, potenziamento della fruizione dell'alzaia etc.). Ma perchè tali offerte risultino efficaci devono essere rivolte a tipologie di pubblico predefinite nei tratti caratterizzanti: perciò è opportuna un'analisi della domanda, in termini qualiquantitativi generali, riservando alle successive analisi puntuali sui singoli edifici la valutazione dei pubblici di riferimento.

L'analisi si articola nel modo seguente:

- 3.1 caratteri qualitativi della domanda attuale di turismo culturale e le criticità dell'offerta che ne limitano lo sviluppo;
- 3.2 descrizione e quantificazione dei bacini potenziali di utenza relativi all'offerta culturale ipotizzata dal sistema promontorio / Alzaia e dal centro di Trezzo, con una distinzione tra bacini di pubblico scolastico e pubblico adulto;
- 3.3 dimensionamento della domanda attuale di Trezzo, misurandone il relativo impatto economico diretto, con un'analisi di benchmarking e con la raccolta/elaborazione delle osservazioni e dei dati forniti da alcuni operatori del territorio¹²;
- 3.4 definizione di scenari relativi ai flussi di visitatori escursionisti studiando il diverso impatto economico derivabile dall'incremento della quota di turismo culturale rispetto al segmento del turismo escursionista generico, con definizione dei relativi "profili di spesa", per tipologia di servizi (ristorazione, bar, shopping, etc.);
- 3.5 dimensionamento delle dinamiche di sviluppo delle presenze relative al turismo culturale. Tale analisi fornisce utili elementi di valutazione sul possibile impatto derivabile dal potenziamento della domanda di turismo residenziale, che pernotti almeno una notte a Trezzo.



¹² In particolare, si segnalano le statistiche prodotte dalla Pro Loco sui flussi di pubblico relativi ai servizi di guida turistica al Castello e alla Centrale Taccani.

3.1 - La domanda attuale di turismo culturale

Le interviste svolte a testimoni privilegiati ed il confronto con gli operatori nei tavoli di partecipazione hanno delineato il turismo presente come eterogeneo, prevalentemente giornaliero indirizzato per lo più ad attività sportive, svago open-air e, solo secondariamente attratto dagli aspetti culturali, attraverso i pochi servizi di visita attivati ¹³. Diverso è il target delle attrezzature alberghiere, per lo più business e convegnistico.

Mentre alcuni target, come il turismo businesse il turismo di escursionismo domenicale o sportivo appaiono sufficientemente consolidati, non altrettanto si può affermare rispetto a quello culturale. Non s'intende, evidentemente, considerare il turismo culturale come alternativo a quelli già esistenti e consolidati ma, al contrario, l'obiettivo è rafforzare tale segmento a integrazione di quelli già esistenti.

Secondo l'approccio metodologico qui adottato, si ritiene che tale strategia di potenziamento possa essere perseguita secondo due direttrici principali:

a. da una parte, "stimolare" modalità più approfondite di fruizione da parte del turismo escursionista già presente, offrendo servizi e prodotti che intercettino la sua richiesta di

- svago, ma veicolandola in forme di intrattenimento qualitative, relative alle specificità del territorio;
- b. dall'altra, attrarre e fidelizzare un turismo culturale oggi assente, interessato alla scoperta di destinazioni nuove a forte connotazione culturale e, per questo, disponibile anche a forme di permanenza più prolungata.

3.1.1. Criticità emerse rispetto al potenziamento del segmento di turismo culturale

I dati raccolti dalle statistiche e dal confronto con gli operatori locali hanno evidenziato l'attuale "sottodimensionamento" del segmento culturale rispetto alle potenzialità insite nell'area. Alla base di tale criticità si individuano diversi fattori:

- assenza di un'offerta culturale e di servizi sufficientemente articolata e complessa da creare le condizioni per "intrattenere" un visitatore culturale per un tempo prolungato, ad esempio un'offerta espositiva/museale a carattere permanente, che arricchisca di contenuti la visita;
- presenza di una "cesura", a livello di servizi culturali, di logistica e di gestione dei flussi, tra il sistema Promontorio del Castello/alzaia ed il Centro storico di Trezzo che, come si è già accennato, si caratterizzano per bacini di pubblico scarsamente interrelati. Ad esempio, il turismo di affari soggiorna a Trezzo nei

^I Garantiti dalla Pro Loco Trezzo, come l'apertura della Centrale Taccani la prima domenica del mese o le visite quidate al Castello



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi

giorni lavorativi (da lunedì a giovedì)¹⁴, ma difficilmente viene orientato a dedicare parte del proprio tempo alla visita dell'area del Castello e viceversa durante i weekend i flussi di pubblico che interessano l'Alzaia non vengono intercettati dal centro che rimane tendenzialmente deserto, con gli alberghi scarsamente occupati e gli esercizi commerciali chiusi.

- bassa qualità "contestuale" dell'esperienza di visita: le visite sono molto concentrate nei periodi di festività, e provocano punte di congestione dell'area, sia nel centro e sull'alzaia (problemi di circolazione e di parcheggio), sia sul promontorio (assenza di una gestione dei diversi flussi di utenza). Quindi l'esperienza di visita rischia di risultare deludente a causa di fattori non centrali ma complementari (sovraffollamenti, scarsità di servizi, etc.)
- <u>carenza dell'offerta ricettiva</u>, in particolare di media-alta categoria (tre-quattro stelle), e di strutture extra-alberghiere a carattere diffuso (affitto di appartamenti/camere, bed&breakfast, agriturismo, etc.);

3.2 - Analisi dei bacini potenziali di utenza culturale

L'analisi dei bacini di utenza risponde alla necessità di quantificare, per ordini generali di grandezza, quale sia la dimensione del pubblico potenziale di riferimento a cui Trezzo, può rivolgersi con la sua offerta culturale. L'individuazione di un bacino potenziale e la formulazione di ipotesi di affluenza che viene sviluppata nei paragrafi successivi non comporta, quindi, il verificarsi automatico di flussi congruenti di visitatori, ma indicano una possibilità concreta che deve costituire il riferimento/obiettivo per politiche di comunicazione e marketing.

Per l'individuazione dei bacini potenziali di utenza, è stata assunta come riferimento l'area vasta compresa all'interno di un'<u>isocrona di un'ora</u>, prendendo in considerazione, cioè, tutti i comuni dai quali è possibile raggiungere Trezzo – in condizioni di traffico normale – nell'arco di un'ora. Tale valore di isocrona è stato individuato sulla base di una serie di considerazioni:

- l'opportunità di far rientrare nel bacino di pubblico di riferimento i principali poli urbani, ovvero Milano e Bergamo;
- il dimensionamento della capacità attrattiva di Trezzo su un livello territoriale medio-piccolo (corrispondente alle province di Milano, Bergamo e Lodi), adatto a questo tipo di progetto che prevede iniziative di valorizzazione con ridotta disponibilità di risorse economiche e organizzative.

¹⁴ Informazioni fornite da Serena Arto, Albergo Trezzo



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi

L'adozione dell'isocrona di un'ora, quindi, non fa riferimento ad una estensione massima del bacino di captazione di Trezzo. Infatti l'eccezionalità del patrimonio rende tale luogo una meta di visita di livello potenziale almeno nazionale, tuttavia, con l'isocrona adottata si cerca di stabilire quali possono essere le dimensioni "minime" di pubblico, perseguibili attraverso una programmazione di attività con ricaduta interprovinciale, non richiedenti investimenti di grande peso.

3.2.1. Dimensionamento dei bacini di utenza culturale

All'interno dell'isocrona di un'ora ricade un territorio suddiviso in circa 450 comuni distribuito tra le province di Milano, Bergamo e Lodi. La popolazione residente (con età >19 anni) è superiore a $\underline{4}$ milioni di abitanti. Se si considera l'isocrona di 40 minuti, la popolazione ricadente all'interno quasi dimezza.

	Nº comuni	Totale popolazione
Provincia di Milano	178	3.164.728
Provincia di Bergamo	219	836.758
Provincia di Lodi	57	172.348
TOTALE	454	4.173.834
Comuni compresi nell'isocrona (<40')	262	2.301.980
Comuni compresi nell'isocrona (40'/60')	192	1.871.854

Tab. 1 – Pop. res. dell'area all'interno dell'isocrona di 1 ora e 40 minuti, suddivisa per province e per comuni, con distinzione

Al dato di popolazione residente sopra definito si applica l'indicatore ISTAT relativo al consumo culturale ¹⁵ che, per la Regione Lombardia, è pari al 34,3%. Si ottengono, quindi, i bacini potenziali per le due isocrone, ovvero la porzione di popolazione all'interno della quale l'offerta di Trezzo può ragionevolmente considerare di trovare il suo pubblico: in valori assoluti quasi un milione e mezzo di residenti.

	Popolazione
Domanda potenziale nell'isocrona di 1 ora	1.431.625
Domanda potenziale isocrona < 40 min	789.579
Domanda potenziale isocrona tra 1 ora e > 40 min	642.046

Tab.2 – Il bacino potenziale di utenza, ricavato applicando l'indicatore Istat (sul consumo culturale della Lombardia) alla popolazione di età superiore ai 19 anni

3.2.2. Misurazione della domanda potenziale

Per dimensionare il <u>pubblico "effettivo"</u> di Trezzo all'interno del bacino di utenza potenziale appena individuato si è utilizzato un indicatore di frequenza, sempre dell'ISTAT¹⁶. Per tali elaborazioni, si sono prese in considerazione solo i consumatori culturali abituali, dimensionati con criteri prudenziali: un 10% della domanda potenziale, a sua volta suddiviso tra quella che potenzialmente



¹⁵ Tale indicatore si riferisce alla percentuale di popolazione con età superiore ai 6 anni che dichiara di aver visitato almeno un museo oppure di aver partecipato ad almeno un evento culturale nell'arco dell'anno.

¹⁶ Tale indicatore rielabora i dati sulla popolazione (con età superiore ai 6 anni) sulla base del numero di volte in cui ha fruito di un servizio culturale suddividendolo in una serie di intervalli, ovvero: mai, da 1 a 3 volte; da 4 a 6 volte; da 7 a 12; oltre alle 12 volte.

frequenta 4/6 volte il sito (7%) e il 3% che lo frequenta una decina di volte. Il rapporto per il pubblico potenziale di turismo culturale si attesta su un valore superiore alle 70.000 unità.

Livelle di freguenza	Quota di captazione per	Bacino di
Livello di frequenza	Trezzo	domanda
4-6 volte/anno	7%	56.850
7-12 volte/anno	3%	18.619
TOTALE		75.469

Tab. 3 – Applicazione degli indicatori Istat sul livello di frequenza

Come si può verificare nei paragrafi successivi relativi alla misurazione degli impatti economici, l'area di Trezzo potrebbe beneficiare di significative ricadute economiche già attestandosi su una soglia di pubblico nettamente inferiore, pari a circa 30.000 visitatori culturali.

3.2.3. Bacini potenziali di utenza scolastica

Anche la domanda di utenza scolastica deve essere considerata, in ragione dell'offerta di elementi di alto valore didattico, variegati e complessi, come i reperti storici del castello, i percorsi leonardeschi, le valenze naturalistiche dell'Adda, l'archeologia industriale, già in parte messe a frutto dalla Pro Loco, dal Parco e da altre organizzazioni territoriali. Ad esse si può aggiungere una

possibilità di fruizione didattica del Fondo De Micheli, soprattutto per specifiche utenze della media superiore (Istituti d'arte, licei artistici).

In questa fase, si è ritenuto opportuno dimensionare il bacino potenziale sull'intero territorio regionale, ricadente all'interno di un'isocrona variabile tra le due ore e le due ore mezza, quindi ampiamente sostenibile anche entro una visita giornaliera. All'interno di tale isocrona, inoltre, rientra anche la parte nordorientale del Piemonte, in virtù delle sue forti interconnessioni - a livello logistico, di servizi, etc. - e la maggior vicinanza con l'area metropolitana milanese (rispetto al capoluogo piemontese).

Regione	Tot Alunni materne	Tot Alunni elementari	Tot Alunni Medie Inf	Tot Alunni Medie Sup	Totale Alunni
Lombardia	252.650	408.650	250.345	347.150	1.258.795
Piemonte NordOvest	13.204	22.217	13.366	19.939	68.726
Totale	265.854	430.867	263.711	367.089	1.327.521

Tab.4 – Popolazione scolastica suddivisa per classi di età

Rispetto a tale bacino di utenza, distinto tra medie inferiori e superiori, si sono definite quote, di nuovo, molto prudenziali di captazione, anche in ragione della distanza.



Regione	Tot scuole materne -medie inferiori	Quota di captazione	Bacino potenziale
Lombardia	911.645	0,5	4.558
Piemonte NordOvest	48.787	0,2	98
Totale	2.114.157		4.656

Regione	Totale medie	Quota di	Bacino
Regione	superiori	captazione	potenziale
Lombardia	347.150	0,1	347
Piemonte NordOvest	19.939	0,05	10
Totale	367.089		357

Tab. 5 – Ipotesi di quote di captazione dell'utenza scolastica dai bacini lombardi e del Piemonte orientale

Nelle tabelle riportate sopra, si ipotizza una discreta potenzialità di utenza nel segmento delle scuole inferiori e (quindi) nelle scuole di maggiore prossimità all'area. Nel complesso si giunge ad una stima di 5000 utenze scolastiche/anno per l'offerta culturale complessiva di Trezzo.

E' evidente che, rispetto alla ricchezza di temi che il patrimonio storico-culturale del Trezzese offre il dato appare sottodimensionato, ma la stima prudenziale sconta considerazioni sull'assetto generale che non possono essere rimosse se non da una politica mirata e consistente di comunicazione e di marketing:

- la presenza di un polo competitivo come Milano, che esercita una forte attrazione sulla popolazione scolastica regionale;
- l'attuale assenza, in Trezzo e dintorni, di un'offerta ricettiva idonea ad ospitare scolaresche e comitive (ostelli, alberghi sociali, etc). Tale situazione, infatti, disincentiva la possibilità di proporre i pacchetti di soggiorno didattico su più giorni adatti a questo tipo di distretti culturali.

3.3 - Pubblico nell'area del promontorio e della alzaia

L'assenza di dati quantitativi sul numero di passaggi che nell'arco dell'anno interessano l'area analizzata ha richiesto una stima ad hoc della domanda per considerare gli impatti economici derivanti dalla fruizione attuale di tale sito e derivanti dagli incrementi nei diversi scenari di sviluppo. Senza un punto di partenza certo, infatti, che descriva lo stato di partenza— l'"anno zero" — non si possono valutare gli incrementi ed il <u>relativo rapporto costi/benefici</u>.



3.3.1. L'analisi di benchmarking

La stima del pubblico attuale è il risultato, da una parte, di una analisi di benchmarking sul territorio nazionale, dall'altra dei contributi e dei dati forniti da alcuni operatori locali. Il benchmarking ha preso in considerazione una serie di siti che presentavano significative analogie con il caso rappresentato dal promontorio di Trezzo, ovvero:

- 1. prossimità rispetto un centro urbano di grandi dimensioni;
- 2. forte connotazione culturale dell'offerta;
- 3. importante componente naturalistica ed ambientale;
- 4. possibilità di fruizione diverse, non esclusivamente culturali;
- 5. bacino di attrazione principalmente regionale.

I siti analizzati sono stati i seguenti:

- Castello di Racconigi (Cuneo)
- Sacro Monte di Crea (Alessandria)
- Villa "Il Ventaglio" e Parco Storico (Firenze)
- Certosa di Padula (Salerno)
- Villa Taranto e giardini storici (Verbano Cusio Ossola)

3.3.2. Ipotesi di dimensionamento e di composizione del pubblico attuale

La valutazione dei suddetti siti e dei relativi flussi di utenza, ha portato a considerare intorno alle 150.000 unità i passaggi annui, dimensione che è stata ridotta a 120 mila passaggi a seguito di confronti con alcuni operatori locali. Allo stesso modo si ipotizza che il 75% di tali fruitori sia composto da escursionisti di giornata (in valori assoluti, 90.000 unità) mentre il restante 25% sia relativo ad un turismo residenziale, in netta prevalenza di affari ed il resto, invece, composto da altre tipologia di turista, tra cui quello culturale.

In sintesi, la tabella sottostante riporta le caratteristiche del modello utilizzato per descrivere la composizione dei fruitori attuali dell'area del promontorio e dell'Alzaia:

Totale passaggi/anno	Turismo es	scursionista	Turismo residenziale		
120.000	90.000	75%	30.000	25%	

Tab. 6 – Dimensionamenti della fruizione turistica nell'area



3.3.3. Definizione dei comportamenti di spesa

Sulla base dell'ipotesi sopra descritta, si è si sono dimensionati i modelli di spesa riferibili alle singole tipologie di fruitori individuati. Il comportamento di spesa è stato composto aggregando un set minimo di attività di spesa, (ristorante, supermercato, bar). Per ogni attività, sono stati applicati gli indicatori di spesa propri di ciascuna tipologia di turismo (la spesa media per un pasto differisce tra un turista di affari un turista culturale o un escursionista generico, etc.). In particolare, i profili di spesa elaborati ¹⁷ sono i sequenti (in euro):

Turista escursio nista	/Bar/ pasticc eria	Quota di utilizzo	Super mercati	Quota di utilizzo	Pubblico stimato	Totale spesa
	10,1	70%	17,9	50%	75.000	1.435.500

	Spesa giornaliera media	Arrivi	Totale spesa
Turista business	200	22.500	4.500.000
Turista residenziale	107	7.500	802.500

Tab. 7,- Profili di spesa considerati per ciascun target di pubblico

Applicando i suddetti modelli di comportamento di spesa alle relative tipologie di pubblico, si è pervenuti ad una quantificazione di massima sull'impatto economico generato dall'utilizzo dei soli servizi di base, senza considerare atre spese complementari come l'acquisto di prodotti e di servizi culturali (guida turistica, ingresso a mostre temporanee, etc.) ritenute ad oggi trascurabili nell'area.

3.3.4. Impatto economico diretto generato dagli escursionisti

Come è stato già descritto, il pubblico degli escursionisti giornalieri è prevalente nell'area di Trezzo.

Applicando il comportamento di spesa relativo al turista generico ¹⁸ alla totalità dei 90.000 utenti/anno ipotizzati, si arriva – come si evince dalla tabella – ad un impatto complessivo di poco superiore ad un 1.400.000 € di spesa, in piccola ristorazione o in acquisto di alimenti. D'altra parte, poiché tale tipologia di turismo interessa quasi esclusivamente l'alzaia - lungo la quale gli unici servizi presenti sono proprio quelli ristorativi - e si concentra nelle domeniche pomeriggio – quindi non pranza in loco -, tale ipotesi appare sufficientemente plausibile.

¹⁷ I valori utilizzati per la simulazione sono da riferirsi all'elaborazione fornita dalla IS.NA.R.T. -OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO - "CUSTOMER CARE TURISTI IN ITALIA", aggiornata al 2007.



¹⁸ Cfr. nota precedente.

3.3.5. Impatto economico generato dal turismo residenziale

Nell'ipotesi di pubblico formulata per descrivere la situazione attuale, una porzione ridotta dei flussi è composto da coloro che si fermano sul territorio per almeno due giorni (definiti turisti "residenziali"). Stimando, che il 75% di tale pubblico sia in Trezzo per affari, si arriva ad una quota di poco superiore alle 20.000 presenze/anno pari a circa la metà delle presenze alberghiere ed extralberghiere registrate in tutto il Trezzese nel 2007.

Se si considera che il restante 25% si compone di un turismo di qualità, anche culturale, l'impatto economico complessivo è descrivibile attraverso la successiva tabella:

Turismo residenziale	Pubblico business	Spesa (1000 x €)	Altro pubblico residenzi ale	Spesa (1000 x €)	Totale spesa (1000 x €)
	22.500	4.500	7.500	802,5	5.302,5

Tab. 8 – L'impatto della quota di turismo residenziale che – secondo l'ipotesi qui analizzata – fruisce dell'area del promontorio e dell'adiacente alzaia. L'impatto tiene conto sia degli indicatori di spesa per il turismo business (200 €/giorno), sia di quello "qualificato" (107 €/giorno)

3.3.6. Sintesi sugli attuali impatti economici diretti

In sintesi, la tabella seguente riporta i dati sugli impatti di spesa relativi ai tre segmenti di pubblico che, secondo le elaborazioni prodotte, compongono il pubblico attuale dei fruitori del sito di Trezzo. Da tali statistiche, l'impatto complessivo si attesta su un valore di poco superiore ai 6.700.000 euro di cui, occorre sottolinearlo, prevalentemente riferibili a quella componente di turismo residenziale che – in termini quantitativi – è invece nettamente minoritaria.

	Dimensione di pubblico	Spesa complessiva
Escursionisti	90.000	1.435.500
Turisti business/congressuale	22.500	4.500.000
Turismo qualificato	7.500	802.500
TOTALE		6.738.000

Tab. 9 – Sintesi dell'impatto economico diretto del pubblico attuale di fruitori dell'area



3.4 - Ipotesi di scenario per il turismo escursionista

Si è già sottolineato come una delle direttrici strategiche per potenziare il segmento del turismo culturale a Trezzo consiste nel creare le condizioni "ambientali" favorevoli ad indurre, in una parte del pubblico degli escursionisti, comportamenti di visita e di fruizione del territorio maggiormente qualitativi. In tale prospettiva, gli scenari di sviluppo di seguito descritti si basano sulla realizzazione dell'ipotesi progettuale descritta nel secondo capitolo, con la costruzione di una offerta integrata di servizi culturali e di intrattenimento sia sull'area dell'Alzaia, dalle Cave Colombo al promontorio del Castello, sia sull'area del promontorio stesso, resa pienamente fruibile, sia, infine sul centro di Trezzo, in particolare dell'attuale edificio municipale, come sede del fondo De Micheli, e di Villa Crivelli con il relativo parco/giardino.

3.4.1. Descrizione degli scenari

Gli scenari ipotizzati sono definiti in base a diverse quote dei tipi turistici rispetto ad un insieme base che si ritiene invariante. Come indicato nella tabella, lo scenario (A) ipotizza che la quota di turismo culturale rimanga simile a quelle attuale e comunque molto bassa, quasi residuale rispetto a quella degli escursionisti generici.

Nello scenario (B), la componente di turismo culturale cresce significativamente – 30% del totale, pari a 27.000 unità – pur rimanendo minoritaria. Nello scenario (C) il turismo culturale acquista una quota maggioritaria, pari al 60%.

	Totale	Escursionista	Escursionista
	passaggi	generico	culturale
SCENARIO A		90%	10%
SCENARIO B	90.000	70%	30%
SCENARIO C		40%	60%

Tab. 10 – Confronto tra i tre scenari di seguito analizzati, con le rispettive percentuali di visitatore culturale e visitatore generico

3.4.2. Comportamenti di spesa

Nella definizione dei comportamenti di spesa, si è tenuto presente il diverso contesto "ambientale" di riferimento. Rispetto alla situazione attuale, l'elaborazione degli scenari tiene conto dell'offerta di servizi che il progetto di qualificazione qui presentato propone di realizzare (cfr. capitolo 2). Per questo motivo, anche nella selezione delle tipologie di attività acquistabili e di prodotti consumabili, il profilo di spesa ha aggregato non solo i servizi di base considerati nell'analisi degli impatti economici attuali, ma anche quei servizi e prodotti aggiuntivi che dovranno caratterizzare l'esperienza di visita al sito. E' il caso del parcheggio, che nell'ipotesi progettuale rappresenta



un servizio a pagamento mentre, nella situazione presente, tale servizio non esiste (nei festivi i parcheggi attualmente sono gratuiti). Alla voce "altri servizi", invece, vanno considerati tutte quelle possibili opportunità di arricchimento della visita come: utilizzo di navette o mezzi di trasporto, servizio di navigazione, biglietto per mostre, visite guidate o audioguide, acquisto libri e gadgets al bookshop museale, etc.

Nella tabella successiva viene riportato il profilo di spesa ricostruito per ciascuna delle due tipologie di turista prese in considerazione.

<u>Profilo di spesa</u>	Spesa in €	Quota di
<u>Escursionista generico</u>		utilizzo
Parcheggio	5,8	90%
Caffe bar pasticceria	10,1	70%
Supermercato	17,9	50%
Pizzeria ristoranti	22,6	30%
Altri servizi ricreativi	10	50%
<u>Profilo di spesa</u>		
<u>Escursionista culturale</u>		
Parcheggio	9	90%
Caffe bar pasticceria	14,63	54%
Supermercato	21,4	19%
Pizzeria ristoranti	33,56	65%
Altri servizi ricreativi	15	50%

Tab. 11 – Profilo di spesa del visitatore escursionista generico e culturale. La quota di utilizzo si riferisce alla percentuale di tali visitatori che mediamente spende per il servizio indicato nella colonna precedente.

3.4.3. Impatti economici

La misurazione dell'impatto economico, declinata secondo i diversi scenari, offre indicazioni interessanti. E' evidente la relazione diretta tra crescita della componente culturale e incremento dell'impatto economico diretto complessivo, come risulta dalle variazioni del livello di impatto economico (in migliaia di euro) tra i tre scenari:

Escursionista generico	Parking	Caffè bar	Super mercato	Pizzeria/ ristorante	Altri servizi ricreat	Totale
SCENARIO A	418	567	725	549	405	2.664
SCENARIO B	329	445	564	427	315	2.080
SCENARIO C	188	255	322	244	180	1.189

					Altri	
Escursionista		Caffè	Super	Pizzeria/	servizi	Totale
culturale	Parking	/bar	mercato	ristorante	ricreat	
SCENARIO A	73	71	37	196	68	444
SCENARIO B	219	213	110	589	203	1.333
SCENARIO C	437	427	220	1.178	405	2.667

		Escursionista	Escursionista		Pubblico	
_		generico	culturale	Totale	attuale	Incremento
	SCENARIO A	2.664	444	3.108	1.436	+ 117%
	SCENARIO B	2.080	1.333	3.414	1.436	+ 138%
	SCENARIO C	1.188	2.667	3.855	1.436	+ 169%

Tab. 12– L'impatto economico diretto (spesa per serviz), secondo i diversi scenari..



3.5 - Ipotesi di scenario per il turismo residenziale

Per potenziare il turismo residenziale si ipotizza di migliorare l'offerta ricettiva di media categoria nel territorio di Trezzo, considerata un punto di debolezza da parte della quasi unanimità degli operatori locali intervistati, pubblici e privati.

3.5.1. Descrizione dello scenario

L'ipotesi progettuale qui presentata, prevede la destinazione a ricettività per una parte dell'Opificio Rolla, per un totale di circa 40 camere. Applicando il tasso di occupazione del 43%¹⁹ su un periodo di apertura pari a 240 giorni/anno²⁰, tale struttura ricettiva registrerebbe circa 9.000 presenze/anno. Se si ipotizza che un eventuale turismo culturale potrebbe essere assorbito anche da alcune strutture alberghiere già esistenti che, servendo in prevalenza un turismo business hanno ampia disponibilità di posti letto proprio da venerdi a domenica, è credibile prospettare uno scenario in cui gli arrivi annuali salgano dagli attuali 40 a 60 mila, mantenendo inalterata la dimensione di domanda relativa al turismo business e riferendo l'incremento al potenziamento del turismo culturale residenziale.

La tabella seguente indica la composizione delle presenze previste dallo scenario:

Arrivi	di cui Turismo	di cui	di cui Turismo non
complessivi	business interessato	Turismo	interessato ad
ipotizzati	all'offerta culturale	culturale	offerta culturale
60.000	22.500	27.500	10.000

Tab. 13 –Suddivisione per target degli arrivi attesi secondo lo scenario

3.5.2. Comportamento di spesa

Il comportamento di spesa per il turismo culturale residenziale è stato articolato su due livelli: i servizi primari, relativi alla fruizione culturale, (visite guidate, biglietti per il museo/mostre, etc.); i servizi secondari, che arricchiscono l'esperienza di soggiorno sul territorio.

Servizi primari	Spesa per Tipo di servizio (€)	Quota di utilizzo
Visite guidate	10,20	5,70%
Museo + trasporto	25,32	4,40%
Museo e monumenti	11,00	26,20%
Bookshop museo	11,26	2,60%
Mostre temporanee	11,60	5,00%
Altre attività culturali	15,50	0,70%

Tab. 14 – Profilo di spesa del turista culturale residenziale per i servizi primari, direttamente connessi alla fruizione del prodotto "culturale"

²⁰ Si ipotizza un periodo di chiusura nei mesi invernali, ad esclusione delle festività natalizie



Studio di Pre-fattibilità per il Centro Culturale dell'Adda: il Parco del Castello, della cultura e dei sistemi museali/espositivi

¹⁹Tasso di occupazione per la Lombardia – Dati Federalberghi 2007

Servizi secondari	Spesa per Tipo di servizio (€)	Quota di utilizzo
Ospitalità	55,70	100,00%
Pizzeria Ristorante	33,60	65,00%
Bar Caffè	14,60	54,00%
Prodotti artigianali	24,40	15,50%
Gioielleria bigiotteria	52,90	5,40%
Souvenir	24,90	22,40%
Altro shopping	25,00	22,40%

Tab. 15 – Profilo di spesa del turista culturale residenziale per servizi secondari, relativi al suo soggiorno sul territorio.

3.5.3. Impatto economico

L'applicazione degli indicatori di spesa alla domanda di turismo culturale ipotizzata, confrontata con il dato riferito alla situazione attuale, mette in evidenza il significativo valore aggiunto economico generabile non solo in termini di volumi complessivi ma anche di diversificazione dei canali di spesa e, quindi, di "spalmatura" dell'indotto su un ampio spettro di attività e servizi.

Turista	Servizi primari	Servizi secondari	Totale
culturale	(€)	(€)	(€)
residenziale	152.850	2.839.366	2.992.216

Tab. 16 – Sintesi dell'importo complessivo di spesa per le due tipologie di servizi

Si dovrebbe anche tener conto in questo quadro di attività laterali ma spesso non trascurabili come lo shopping, oppure delle ricadute generabili da escursioni sul territorio di prossimità tenendo come base logistica Trezzo.

3.6 - Commenti conclusivi

In un quadro di sintesi complessivo di seguito si può dare corpo ad primo confronto tra l'impatto attuale e quello previsto dallo scenario di sviluppo "mediano", ovvero quello caratterizzato da una quota di turismo culturale escursionista pari al 30% sul totale (scenario B):

Stato attuale	N. Turisti	Spesa
Stato attuale		complessiva (€)
Turisti business/congressuale	22.500	4.500.000
Turismo culturale qualificato	7.500	802.500
Escursionisti	90.000	1.435.500
Totale		6.738.000

Scenario	N. Turisti	Spesa complessiva
Turisti business/congressuale	22.500	4.500.000
Turismo culturale qualificato	27.500	2.992.216
Escursionisti	90.000	3.413.525
Totale	10.905.741	

Tab. 17 – Confronto tra l'impatto economico del turismo allo stato attuale e quello relativo allo scenario di sviluppo "mediano" (B)



Come si evince dai dati riportati, tale ipotesi comporta un incremento dell'impatto economico diretto di circa 4 milioni di euro/anno, prevalentemente riferibili all'incremento di una domanda di turismo culturale che decide di pernottare almeno una notte in Trezzo o nelle aree di prossimità.

Come più volte sottolineato, le valutazioni prodotte sono state intenzionalmente mantenute su livelli prudenziali: sono stati presi in considerazione solo i servizi primari al turista (ristorazione e ospitalità, parcheggio, servizi culturali) senza, quindi, comprendere l'indotto indiretto derivante da una fruizione più sistematica dell'offerta commerciale e di servizi presente nel centro di Trezzo.

Inoltre, lo scenario di sviluppo utilizzato per il confronto con la situazione attuale non rappresenta quello più "ottimistico", in quanto si mantiene minoritaria (30%) la percentuale di pubblico culturale escursionista sul totale. E', quindi, evidente che le stime sugli impatti potranno essere ritoccate verso l'alto nel momento in cui si riuscisse ad aumentare tale segmento di pubblico.

Un'ulteriore considerazione deve essere svolta sulla "sostenibilità" di tali scenari, ovvero sulla loro coerenza con i bacini potenziali di domanda precedentemente individuati. Da questo punto di vista, si può notare che anche lo scenario C, che prevede la quota massima di presenze di turismo culturale nell'arco dell'anno (60%

degli escursionisti a cui si aggiungono quelli residenziali), si attesta ad un livello inferiore rispetto ad un bacino di domanda fissato su circa 70.000 utenti (cfr paragrafo 3.3.2): tutti gli scenari presentati, quindi, ricadono all'interno dell'orizzonte di riferimento tracciato dai bacini potenziale di domanda relativi al turismo culturale all'interno di un isocrona di un'ora.

In altre parole, <u>per intercettare un pubblico di turismo</u> <u>culturale della dimensione prevista da ciascun scenario, l'offerta di Trezzo può limitarsi ad attrarre anche solo una quota dei residenti che, all'interno di un area di prossimità (meno di un ora di viaggio per raggiungere Trezzo), sono già consumatori culturali abituali, ovvero dichiarano di visitare siti culturali tra le 4 e le 12 volte l'anno.</u>

Se ciò è vero per il turista escursionista, differente è il ragionamento da svolgere per quello residenziale in cui un nodo critico da risolvere è quello relativo al potenziamento della ricettività, in particolare per la fascia di media-alta categoria ad oggi assente in Trezzo. L'ipotesi elaborata in questo capitolo, quindi, si è mantenuta su stime prudenziali di incremento del 50% delle presenze rispetto al dato attuale, in parte assorbite dalle strutture già esistenti che, in questo modo, potrebbero integrare i flussi già consolidati di turismo d'affari, concentrato nei giorni settimanali lavorativi. Un'altra parte, invece, potrebbe trovare allocazione nella struttura ricettiva individuata nel sito dell'Opificio Rolla.



In conclusione, quindi, il potenziamento del segmento di turismo culturale su livelli che siano allo stesso tempo sostenibili rispetto alla domanda potenziale e significativi in termini di ricaduta economica diretta presenta ampi margini di fattibilità. L'eccezionalità del sito del promontorio, se messo nelle condizioni di esprimere tutte le sue potenzialità di fruizione (nel rispetto dei vincoli di tutela ambientale, storico-architettonici e di sicurezza) si configura senza dubbio come un polo culturale di eccellenza a livello sopranazionale.

Occorre, tuttavia, sottolineare ancora un volta che l'ipotesi progettuale qui presentata non si pone la finalità di incrementare i flussi di visitatori. Per questo motivo, l'elaborazione di scenari si è basata sulla convinzione che gli obiettivi da perseguire consistono, piuttosto, nel miglioramento della qualità della fruizione da parte del pubblico che già frequenta tale area. Se, da una parte, il sito del Parco Castello potrebbe potenzialmente attirare flussi di pubblico ampiamente più elevati rispetto alla soglia di 120 mila passaggi ipotizzati per la situazione attuale, dall'altra la delicatezza ambientale dell'area e la scelta di mantenerne la vocazione di meta per un turismo dolce, richiedono forte attenzione, fin dalle fasi progettuali, alla pressione antropica generabile da volumi di domanda maggiori.

Per questo motivo, occorre ricordare che tali obiettivi possono essere perseguiti solo attraverso una politica integrata di riqualificazione e di valorizzazione rispetto alla quale, l'ipotesi progettuale relativa all'area del Parco Castello e del Fondo De Micheli rappresentano un tassello fondamentale, ma non l'unico. E' evidente, infatti, che la costruzione di un offerta culturale e di servizi al visitatore che connoti tutta l'area del Parco intrattenendo, con attività di qualità adeguata, i flussi di "passaggio" (escursionisti) e che fornisca una motivazione di soggiorno prolungato sul territorio, costituisce il "cuore" di ogni possibile strategia finalizzata a posizionare Trezzo come offerta culturale di livello sovraterritoriale. Allo stesso tempo, tuttavia, gli aspetti di gestione e regolamentazione complessiva dei flussi devono essere riconosciuti come altrettanto prioritari.



ALLEGATO 1– Operatori locali intervistati

Luca Giuseppe Rodda – Vicesindaco Comune di Trezzo

Dr.ssa Maria Luisa Pesenti - Assessore Cultura Comune di Trezzo

Dr.ssa Magda Bettini – Biblioteca Civica di Trezzo

Dr.ssa Tina Barzaghi – Referente per il Parco Adda Nord

Augusto Tinelli – Studioso ed esperto di storia locale

Serena Arto – Direttrice Hotel Trezzo

Flavio Rolla – proprietario dell'Opificio Rolla

Luca Rolla – proprietario dell'Opificio Rolla

Mario Donadoni – fotografo professionista locale

Angelo Monti e Federica Grandi – Pro Loco di Trezzo

Roberto Zangrandi – Responsabile Relazione Esterne Enel

Paolo Cavallotti – Museo Leonardo da Vinci di Milano

Giuliana Marangon – Osservatorio Culturale Lombardia

ALLEGATO 2 – Fonti statistiche

Turismo generico

I.S.T.A.T. – "Annuario Statistico Italiano" - Indagine "Capacità e movimento degli esercizi ricettivi"

U.I.C. - L'Ufficio Italiano dei Cambi in Banca d'Italia

Annuario del Turismo

E.N.I.T.- Ente Nazionale Italiano Turismo

IS.NA.R.T. scpa - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

IReR - Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia

Camera di Commercio Nazionale

Camera di Commercio di Milano

Si.S.E.L - Sistema Informativo Statistico Enti Locali

Turismo business e congressuale

Ediman sr – L' "Osservatorio Congressuale Italiano" e "Osservatorio Turismo Business"

Turismo culturale

Touring Club Italia – "Annuario del Turismo e della Cultura", "Dossier Musei 2008"

Consumi culturali

Il Giornale dell'Arte

I.S.T.A.T. – "Annuario Statistico Italiano" - e "Annuario Statistiche Culturali"

I.S.T.A.T. – Indicatori sui consumi culturali: Indagini Multiscopo "Aspetti della vita quotidiana" - Consumi delle famiglie: Indagini "I consumi delle famiglie"

Osservatorio Culturale Lombardia "Numeri della cultura in Lombardia. Dati e indicatori su offerta e consumo culturale nell'ultimo decennio"

