



IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ DI  
**GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI**

“Distretti dell’attrattività. Iniziative di area vasta per l’attrattività territoriale integrata  
turistica e commerciale della Lombardia (Linea B)”



Gallarate, Novembre 2014

- PREMESSA E MOTIVAZIONI DELL'AGGREGAZIONE
  
- IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ DI GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI
  - L'aggregazione territoriale
  - Il Partenariato
  - Soggetti toccati dal DAT
  - Responsabilità e ruoli specifici dei soggetti coinvolti
  - Il modello di governance
  
- IL CONTESTO DI RIFERIMENTO
  - Territorio del DAT "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei"
  - Localizzazione e accessibilità
  
- L'ANALISI DELLA DOMANDA
  - La popolazione come componente "interna" della domanda
  - La domanda turistica
  
- ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO: GLI ASSETT FONDAMENTALI DEL DISTRETTO
  - L'attrattività turistica
  - L'offerta ricettiva e di ristorazione
  - L'attrattività commerciale
  
- ANALISI STRATEGICA DEL DAT
  - La Swot Analysis

## ● IL MODELLO STRATEGICO DEL DAT

- La Vision
- Il posizionamento del DAT nel quadro di riferimento della Regione Lombardia
- Gli obiettivi di posizionamento del DAT nel quadro di riferimento di Regione Lombardia
- Le linee strategiche generali di sviluppo del DAT
- La segmentazione della domanda
- Le linee strategiche generali di sviluppo del DAT: la matrice prodotto-mercato per il DAT
- Obiettivi di posizionamento e leve d'azione
- Il valore sinergico del progetto in funzione di expo 2015
- L'integrazione del DAT con altri progetti per expo 2015
- La coerenza del DAT con altri strumenti di programmazione in tema di commercio e turismo

## ● IL PROGRAMMA DI INTERVENTO

- Misure di incentivazione degli esercizi commerciali e turistici
- Interventi per la promozione e l'accoglienza
- Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale
- Bando dei Privati
- Elementi distintivi DAT

## ● IL PIANO FINANZIARIO

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

## ● IL CRONOPROGRAMMA

---

## PREMESSA E MOTIVAZIONI DELL'AGGREGAZIONE

---



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



## PREMESSA E MOTIVAZIONI DELL'AGGREGAZIONE (segue)

- Queste considerazioni sono state condivise dai Partner del progetto di DAT (Amministrazioni comunali e associazioni di categoria) che ritengono vitale la funzione del turismo al fine di supportare non solo le attività di commercio e dei servizi, ma anche per sostenere tutta l'economia del territorio, in particolare a seguito del graduale processo di "de-industrializzazione" del territorio.
- Lo strumento del DAT proposto da Regione Lombardia è stato ritenuto perfettamente confacente alle esigenze (anche del territorio del presente progetto) per affrontare la complessità della competizione:
  - superando i limiti della frammentazione amministrativa del territorio;
  - perseguendo economie di scala e sinergie tra i soggetti partner e tra tutti gli "stake holder";
  - ricercando soluzioni di coordinamento
- A tal fine il DAT in progetto ha sfruttato, nella fase di condivisione degli obiettivi tra i soggetti partner, l'esperienza di meta-management e di condivisione dei piani di sviluppo maturata all'interno dei DUC di Gallarate e di Cassano Magnago e del e DID dei Castelli Viscontei.
- In tal senso il DAT si prospetta come una "rete di reti" o una "meta-rete" che ha l'ambizione di portare su una scala più elevata l'esperienza dei distretti del commercio e di rappresentare una prima applicazione pratica di una strategia di coordinamento territoriale su area più vasta.
- Naturalmente l'omogeneità territoriale e culturale del territorio ha favorito la condivisione del progetto.



---

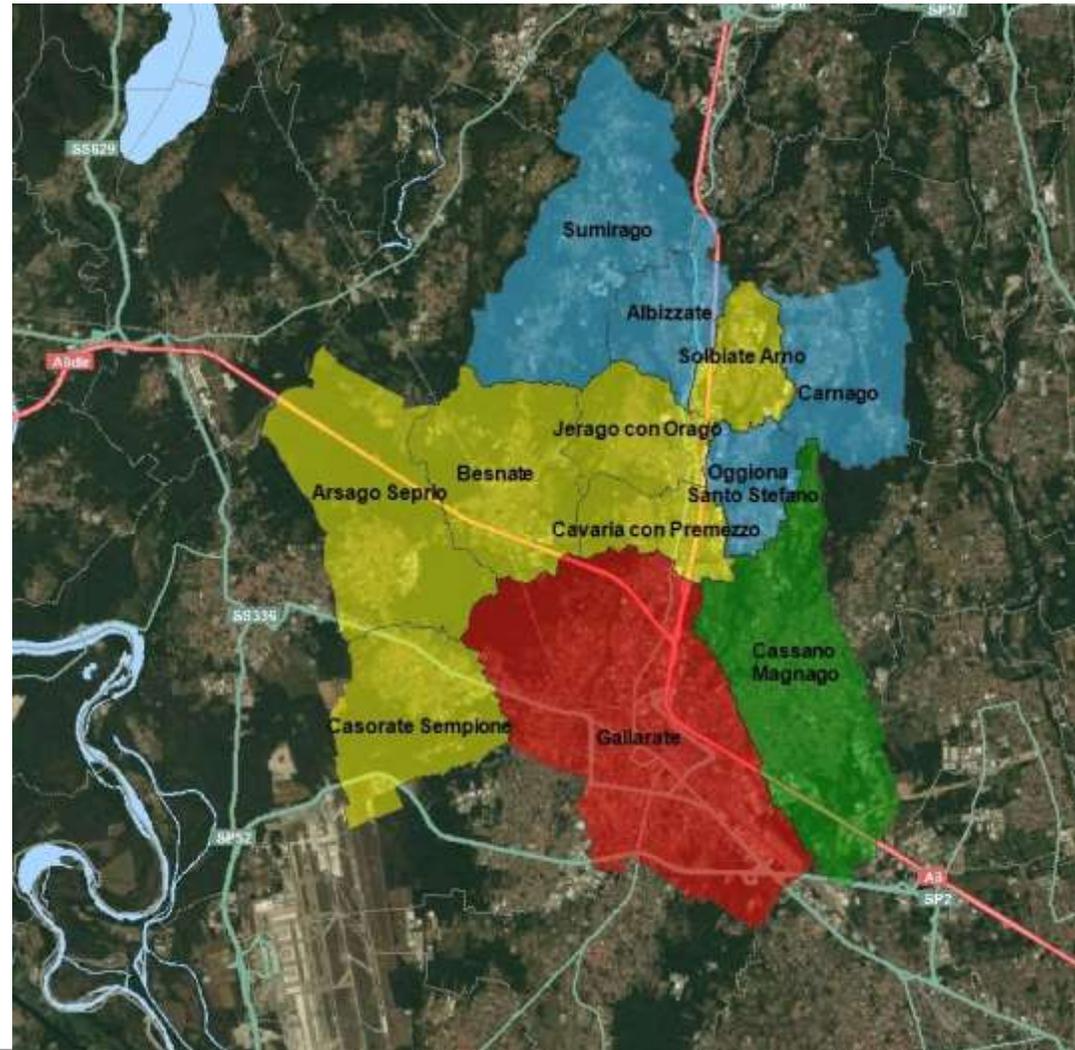
## IL DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ DI GALLARATE, CASSANO E CASTELLI VISCONTEI

---

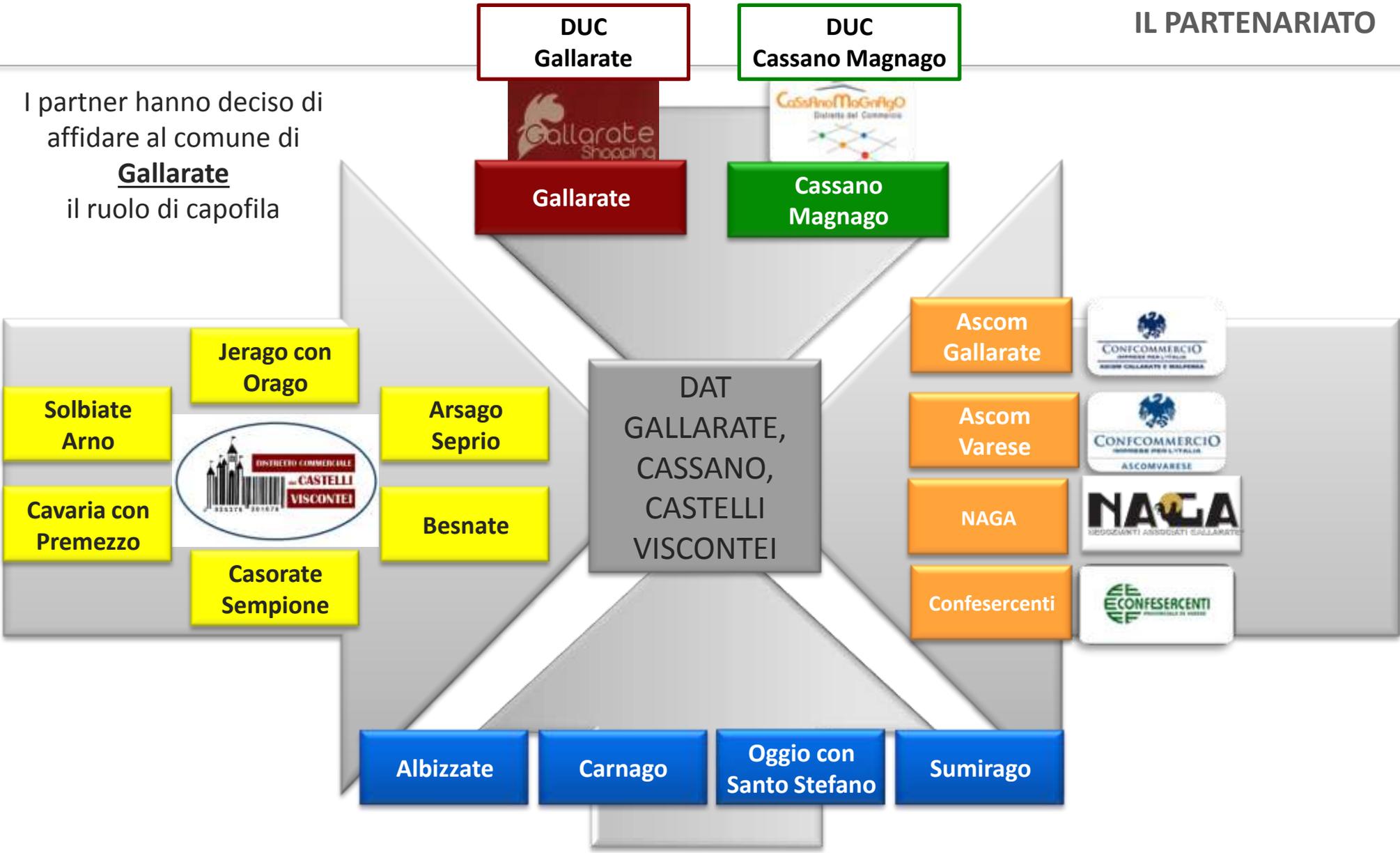


## L'AREA DEL DAT

- Il progetto Distretto dell'Attrattività «Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei» insiste sui territori di due Distretti Urbani del Commercio, un Distretto Diffuso di Rilevanza Intercomunale del Commercio, e altri 4 comuni appartenenti all'area del gallaratese:
  - DUC di Gallarate costituito con la partecipazione al 1° bando di Regione Lombardia per la creazione del Distretto Urbano del Commercio (DUC)
  - DUC di Cassano Magnago costituito con la partecipazione al 3° bando di Regione Lombardia per la creazione del Distretto Urbano del Commercio (DUC)
  - DID dei Castelli Viscontei (Jerago con Orago, Arsago Seprio, Besnate, Casorate Sempione, Cavaria con Premezzo e Solbiate Arno) costituito e ampliato con la partecipazione ai bandi 3° e 4° di Regione Lombardia per la creazione e allargamento dei Distretti Diffusi di Rilevanza Intercomunale
  - I comuni di Albizzate, Carnago, Oggiona con Santo Stefano e Sumirago
- Il territorio, sopra descritto, comprende un totale di 12 comuni e poco più di 126'000 abitanti.
- Il territorio rappresenta inoltre il passaggio preferenziale (attraverso la direttrice viabilistica A8) per tutti i viaggiatori in transito dall'aeroporto di Malpensa verso il capoluogo lombardo o l'area fieristica di Rho-Però.
- Nell'area oggetto dell'aggregazione territoriale è presente un significativo patrimonio naturale e culturale, nonché una significativa presenza di attività produttive.

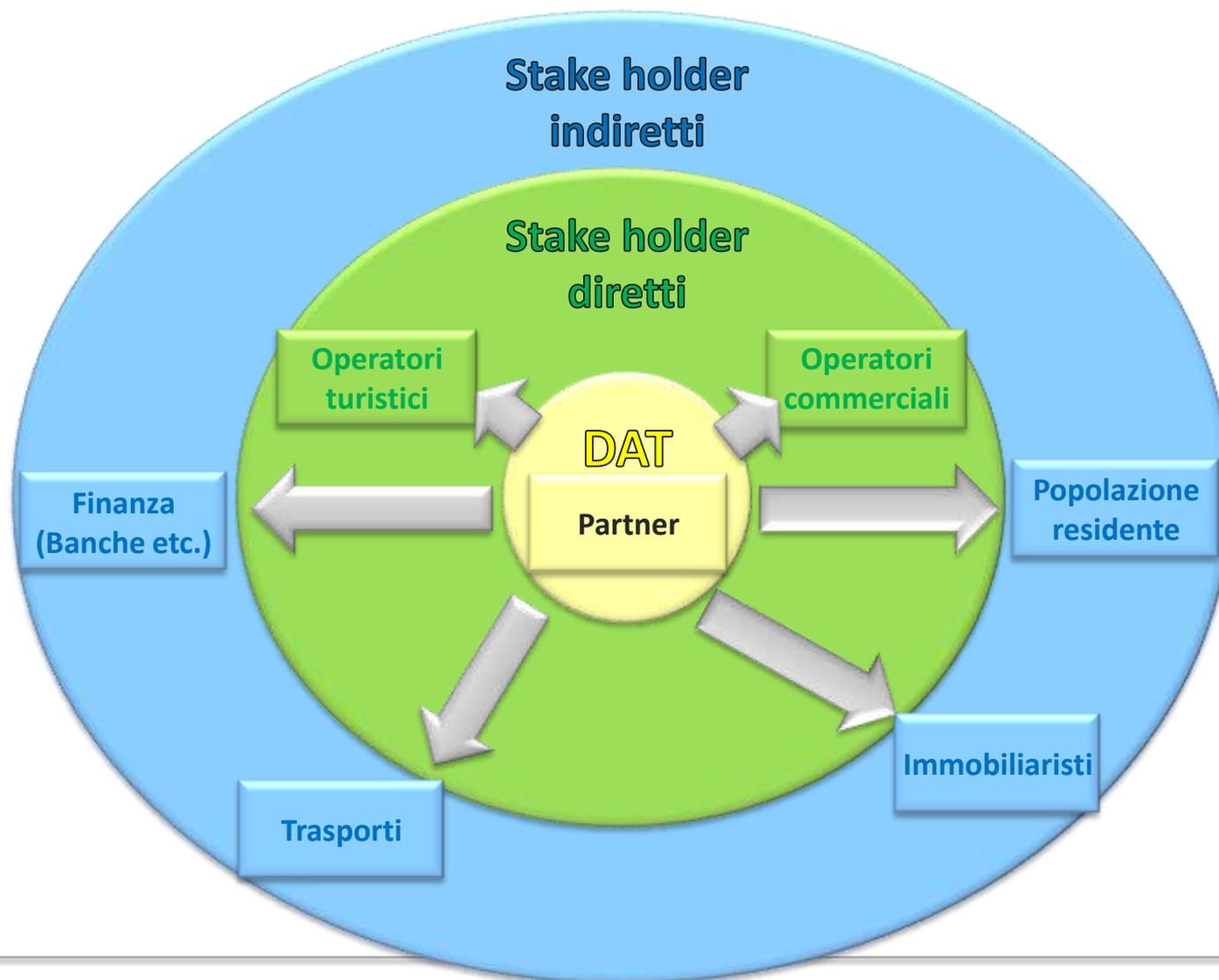


I partner hanno deciso di affidare al comune di Gallarate il ruolo di capofila

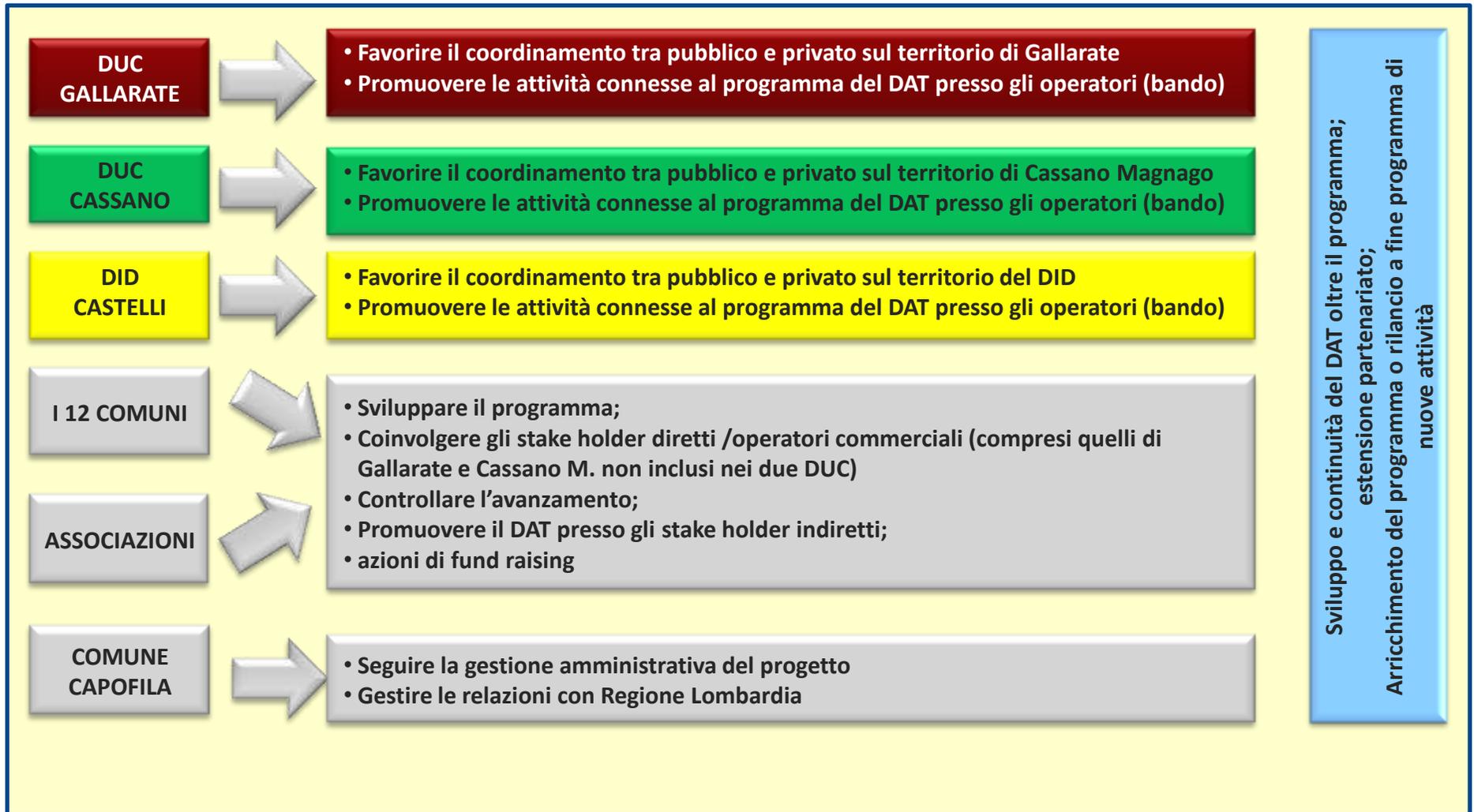


La creazione e la gestione delle attività del DAT coinvolgono in maniera diretta o indiretta tre diverse tipologie di attori:

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



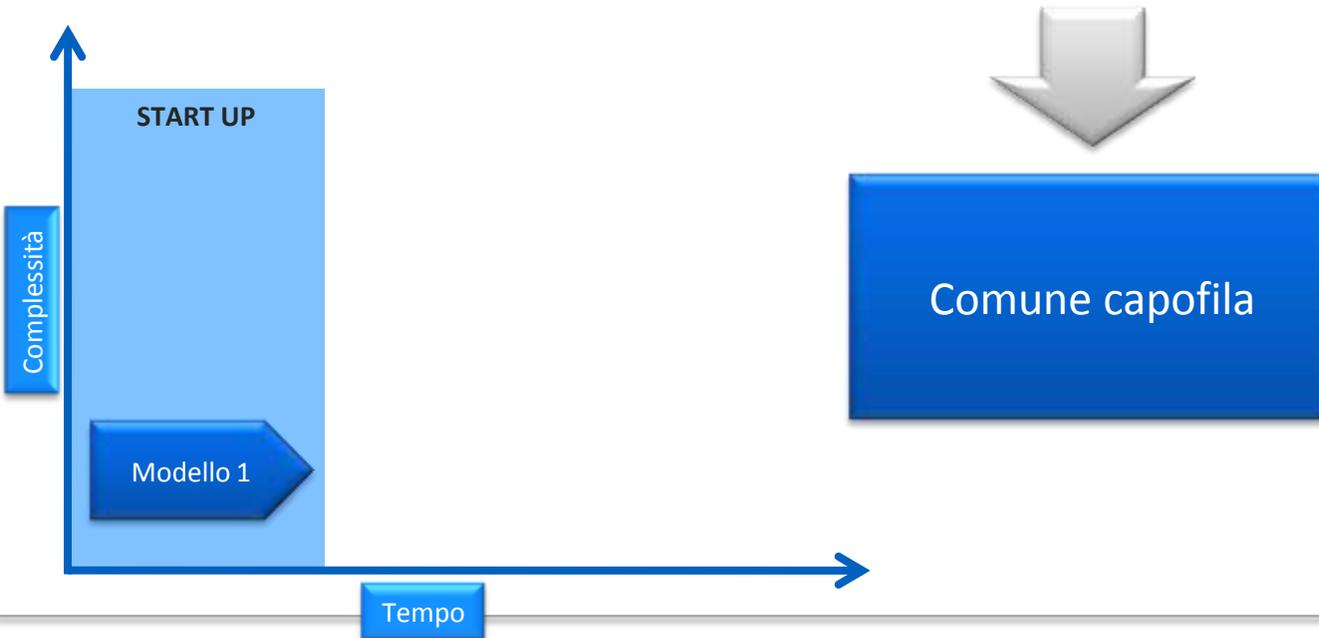
# RESPONSABILITÀ E RUOLI SPECIFICI DEI SOGGETTI COINVOLTI





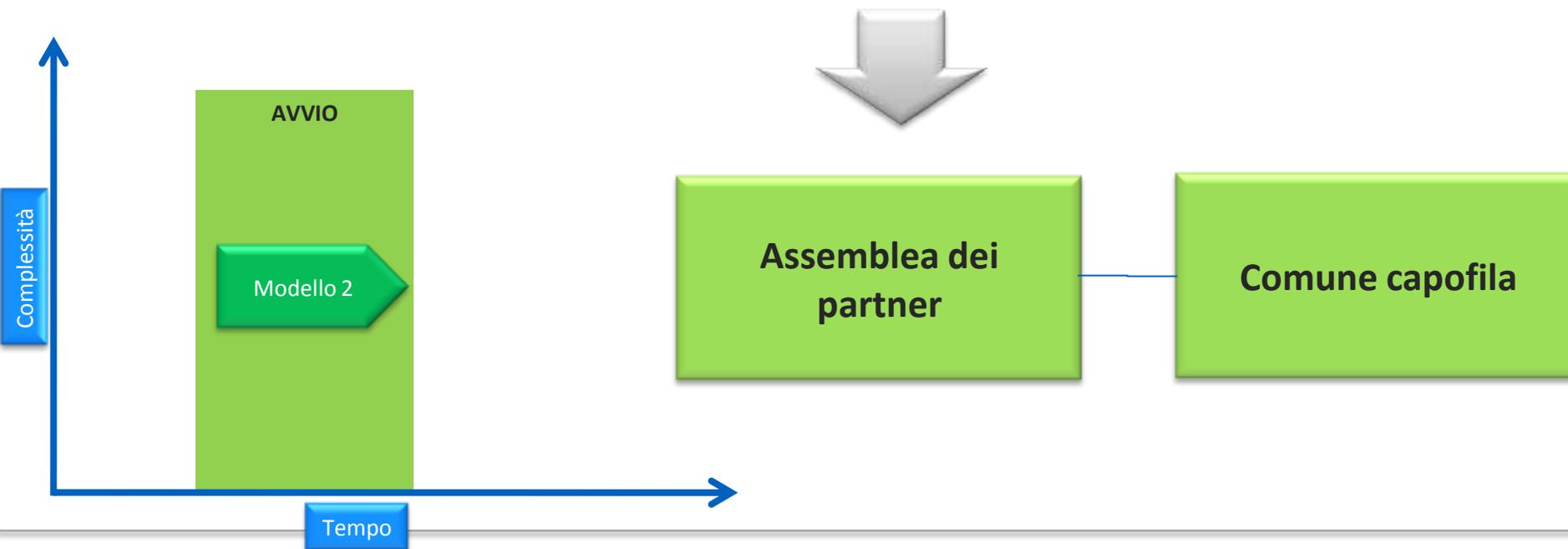
# IL MODELLO DI GOVERNANCE – FASE DI START UP – MODELLO 1

La fase di Start Up del DAT è caratterizzata da una bassa complessità di gestione delle dinamiche del Distretto, in quanto, le linee guida sono già definite nel programma di intervento condiviso in fase di progettazione dai partner e devono essere, quindi, “solamente” messe in atto da un punto di vista operativo. In questa fase si ritiene che il modello più efficiente per la gestione delle attività da svolgere possa essere **incentrato sul ruolo del comune capofila che risponde direttamente all’assemblea dei partner**



## IL MODELLO DI GOVERNANCE – FASE DI AVVIO – MODELLO 2

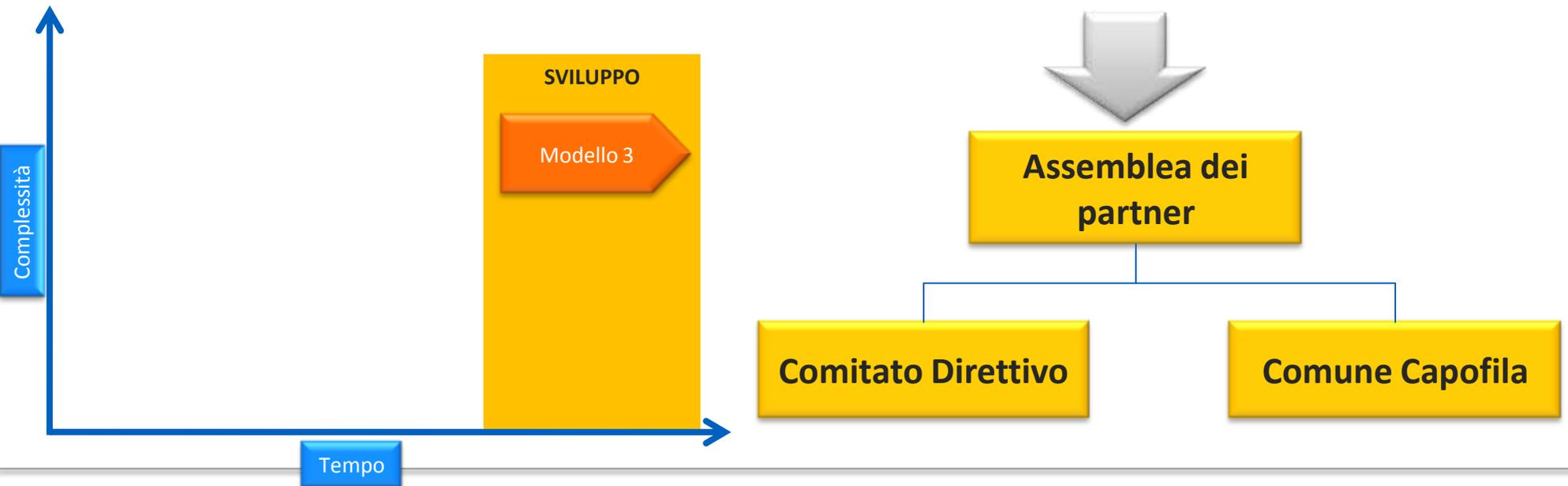
La fase di Avvio del DAT è caratterizzata da una media complessità di gestione delle dinamiche del Distretto. In questa fase si inizia a dare continuità al programma di intervento presentato in fase di costituzione del DAT. Si iniziano a definire nuove iniziative e progetti di medio termine che agiscono come fertilizzante alle basi poste con la realizzazione del programma di intervento, moltiplicando gli effetti positivi sul DAT. In questa fase si ritiene che il modello più efficiente per la gestione del DAT preveda **un ruolo operativo del comune capofila affiancato da un ruolo di indirizzo strategico a più alto livello dell'assemblea dei partner del DAT.**



## IL MODELLO DI GOVERNANCE – FASE DI SVILUPPO– MODELLO 3

La fase di Sviluppo del DAT è caratterizzata da una alta complessità di gestione delle dinamiche del Distretto. In questa fase si verifica quanto fatto nelle due fasi precedenti e si prendono le decisioni relative alla strategia di medio lungo termine e si definisce un programma di azioni tattiche da porre in essere per poter raggiungere gli obiettivi prefissati. Per gestire la complessità delle decisioni e garantire la necessaria agilità per essere tempestivi nella realizzazione delle azioni tattiche si rende necessaria l'istituzione di un comitato direttivo. In questa fase si ritiene che il modello più efficiente per la gestione del DAT preveda:

- **Un'assemblea dei partner che ha il compito di approvare le linee strategiche del DAT e verificare l'operato degli altri Organi ai quali avrà dato deleghe operative;**
- **Un comitato direttivo, composto da un numero ristretto di membri selezionati dai partner, che ha il compito di implementare le strategie di sviluppo, pianificare le attività operative e dare esecuzione ad alcune di esse**
- **Il comune capofila, che ha il ruolo di porre in essere alcune delle decisioni operative.**



---

## IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

---



## TERRITORIO DEL DAT "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei"

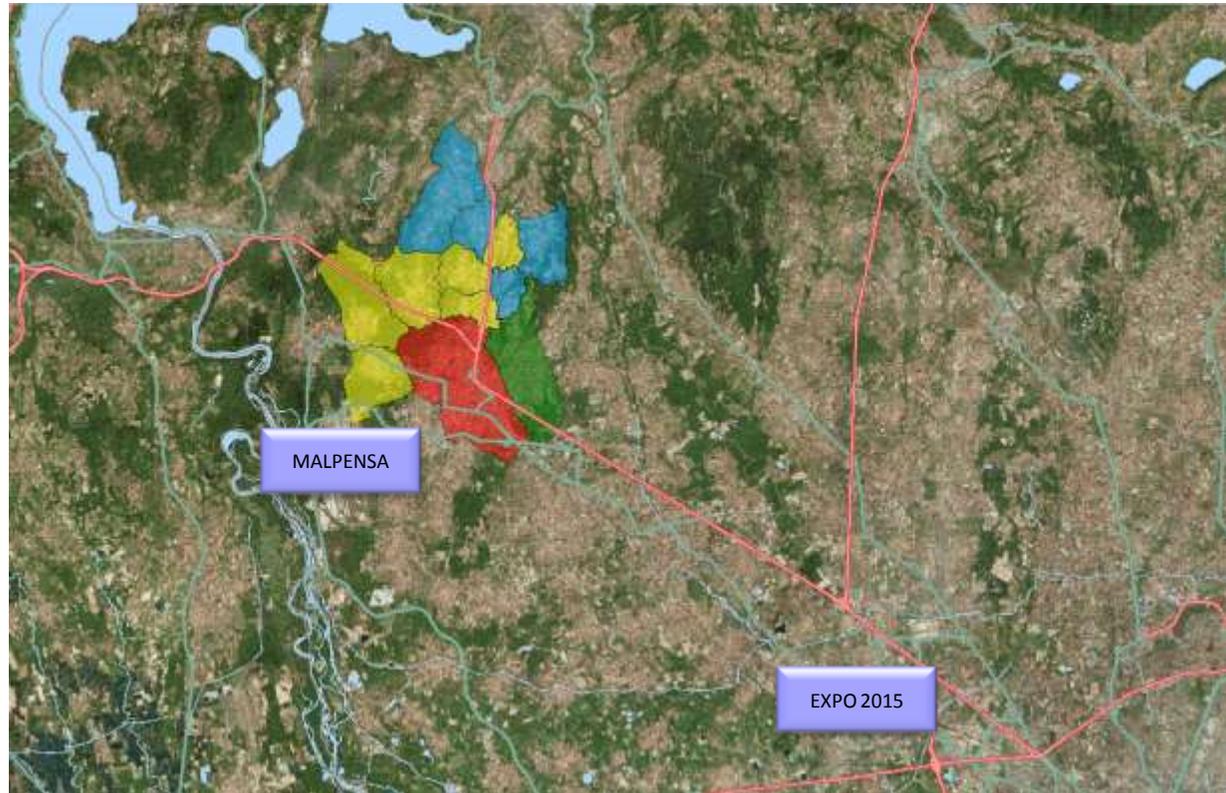
Il Distretto è collocato nella porzione nord-ovest della regione Lombardia, nella zona meridionale della provincia di Varese e quindi in prossimità di quella di Milano; si tratta di un'area ad alta densità commerciale ed industriale, caratterizzata dalla presenza di numerose infrastrutture e servizi. Tra le infrastrutture, che pur non rientrando nel territorio dei comuni del Distretto sono da considerare per la loro concentrazione di relazioni economiche di varia natura, spiccano soprattutto l'aeroporto internazionale di Malpensa e la nuova fiera internazionale di Milano. Tali infrastrutture avranno un ruolo primario per EXPO 2015. Si attendono importanti ripercussioni a livello economico, grazie agli investimenti sul territorio (oltre 20 miliardi di euro in infrastrutture) e ai numerosi visitatori (nei 6 mesi dell'Expo sono stimati 29 milioni di turisti, per una media giornaliera di 160.000 visitatori al giorno).

- I comuni del Distretto presentano una forte omogeneità sotto l'aspetto:

- territoriale (natura e composizione),
- struttura sociale.

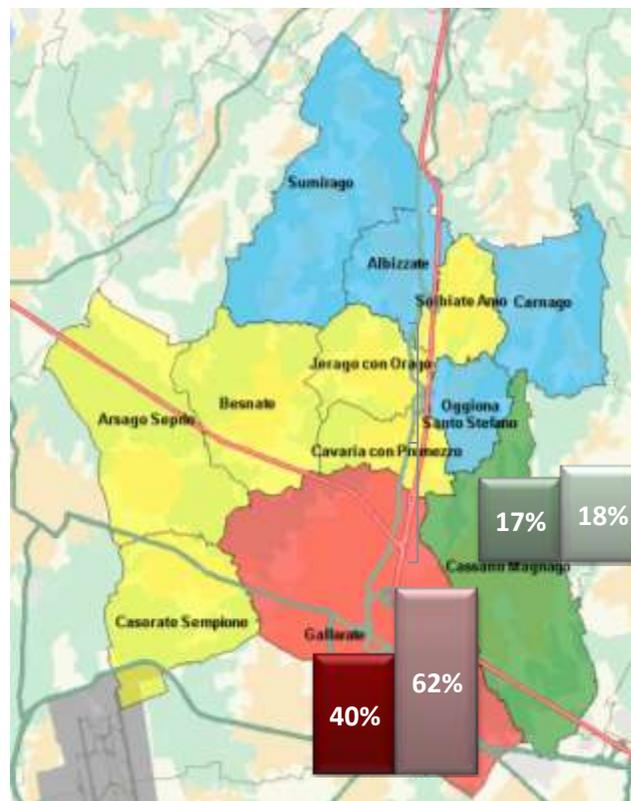
Si tratta di una peculiare situazione in cui si riscontrano allo stesso tempo identità forti interne conosciute e riconoscibili solo a chi vive i luoghi, eredità delle originarie frazioni e parrocchie, e una sostanziale unitarietà dell'identità comune, risultato del progressivo avvicinarsi e mischiarsi nel tempo della popolazione all'interno del distretto e del suo confrontarsi con un mondo sempre più globalizzato.

- **Agli occhi di chi viene da fuori del distretto gli elementi caratteristici della storia, del territorio e della popolazione del distretto appaiono sotto una luce di omogeneità e di unità, all'interno della quale le peculiarità e le specificità dei singoli comuni compongono in forma di mosaico il quadro d'insieme.**



## TERRITORIO DEL DAT "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei" (segue)

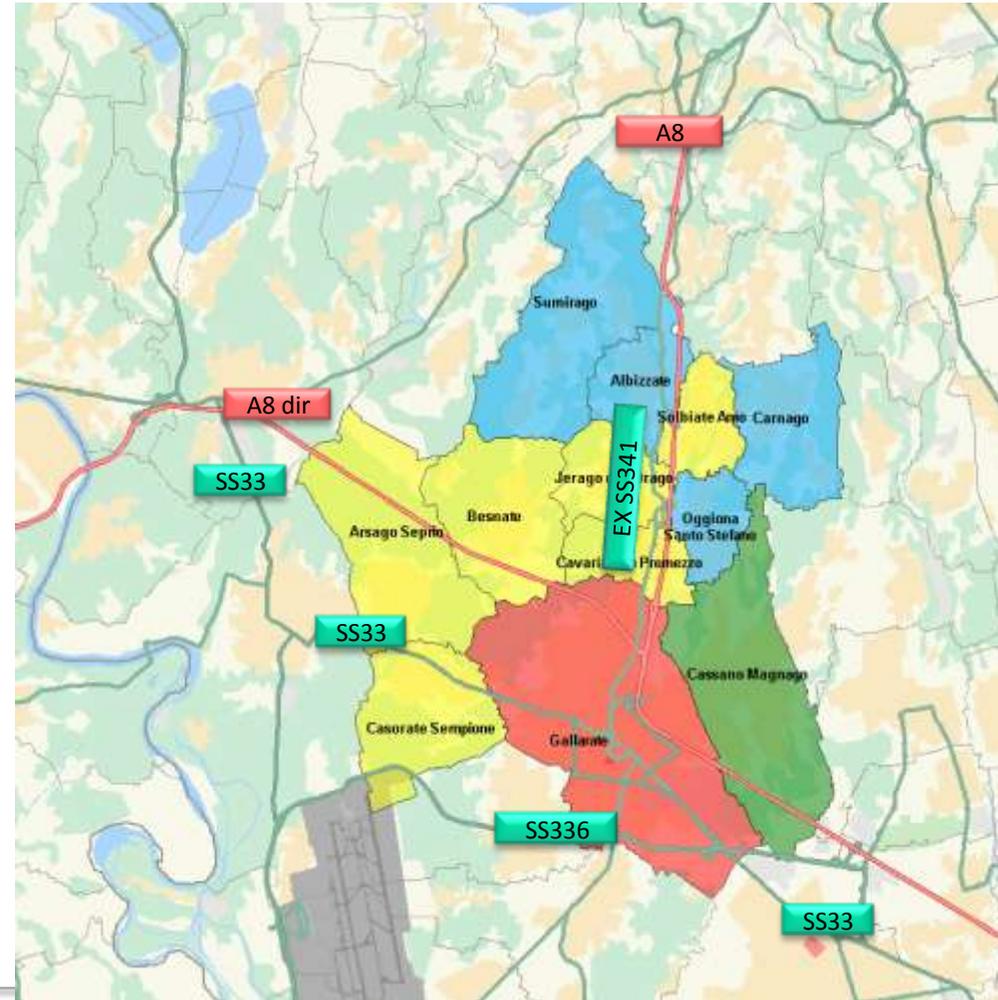
- Dal punto di vista dimensionale il territorio del DAT presenta una chiara articolazione che si è formata nel corso del tempo, non tanto in termini di estensione, quanto di concentrazione della popolazione.
- Si distinguono a Sud i due comuni di maggiori dimensioni Gallarate e Cassano Magnago che rappresentano le due principali polarità residenziali rispettivamente con il 40% e il 17% della popolazione
- Tale fenomeno di maggiore inurbamento è correlato alle caratteristiche storiche e geografiche che hanno visto concentrarsi nei due comuni le attività produttive e di servizio.
  - Polarità commerciali: circa l'80% della rete commerciale al dettaglio è concentrata nel loro territorio (Gallarate circa il 62% e Cassano circa il 18%)
  - Crocevia logistica: nel territorio, in particolare di Gallarate sono situati due importanti snodi viari, la diramazione della autostrada A8 e la tri-ripartizione delle linee ferroviarie che partono da Milano per arrivare a Varese, Luino e Domodossola
- Tale situazione fa sì che anche oggi, come in passato, ai comuni di Cassano e soprattutto di Gallarate venga assegnato un ruolo centrale e di riferimento per tutto il DAT anche sul piano dell'offerta di servizi non solo privati (dettaglio) ma anche pubblici (sanità).
- I comuni circostanti che completano il DAT si integrano ai due poli principali non solo in termini di distribuzione delle funzioni residenziali e produttive, ma anche completamento del panorama per quanto riguarda la componente naturalistica e storica del territorio. Nei comuni della zona Nord del DAT si trovano infatti in quantità rilevante attrattive di carattere storico e culturale (castelli e chiese) e paesaggistiche, parchi e boschi.



Il Distretto si trova in un'area caratterizzata da una forte localizzazione strategica dal punto di vista logistico, all'incrocio di direttrici stradali e ferroviarie di assoluto rilievo: il **"corridoio 5"** (arteria a rete multimodale, appartenente ad uno dei grandi assi ferroviari ed autostradali per il trasporto di persone e merci, che l'Unione Europea si è impegnata a realizzare per connettere adeguatamente Lisbona a Kiev).

## Collegamenti stradali - attuali

- Autostrada **A8 Milano-Varese** e la sua diramazione **A8dir** (verso la A26 Voltri – Gravelona Toce); attraversano il territorio del Distretto e ne permettono l'accesso attraverso 4 caselli: Gallarate, Besnate, Cavaria con Premezzo e Solbiate Arno
- la **SS 33 del Sempione**, che unisce Milano con la Svizzera;
- la **SS 336 dell'Aeroporto della Malpensa**, di cui una parte è una superstrada nota come "Superstrada Malpensa 2000" (La SS 336 collega, dal comune di Busto Arsizio, l'autostrada Milano-Varese - uscita Busto Arsizio - ai due terminal dell'Aeroporto Intercontinentale di Milano-Malpensa con un percorso a quattro corsie complessive su due carreggiate separate).
- La **ex SS 341 Gallaratese** attraversa il territorio del Distretto collegandolo con tutti i centri limitrofi più importanti, in particolare con Varese in direzione nord e Gallarate in direzione sud. La ex SS 341 Gallaratese costituisce una valida alternativa al percorso autostradale in quanto si sviluppa parallelamente ad esso, pur trovandosi ad attraversare la stretta, ma continua, fascia urbanizzata che si dirama da Gallarate e dalla pianura in direzione del capoluogo provinciale: è il bacino di raccolta della maglia stradale extraurbana secondaria. Da questa asta si diramano diversi tracciati secondari come la SP 20, la SP 34 e la SP 26, che consentono gli spostamenti locali tra i diversi centri della zona. Nel centro edificato di Gallarate la ex SS 341 interseca anche la più rilevante SS 33 del Sempione.



### Collegamenti stradali – previsti

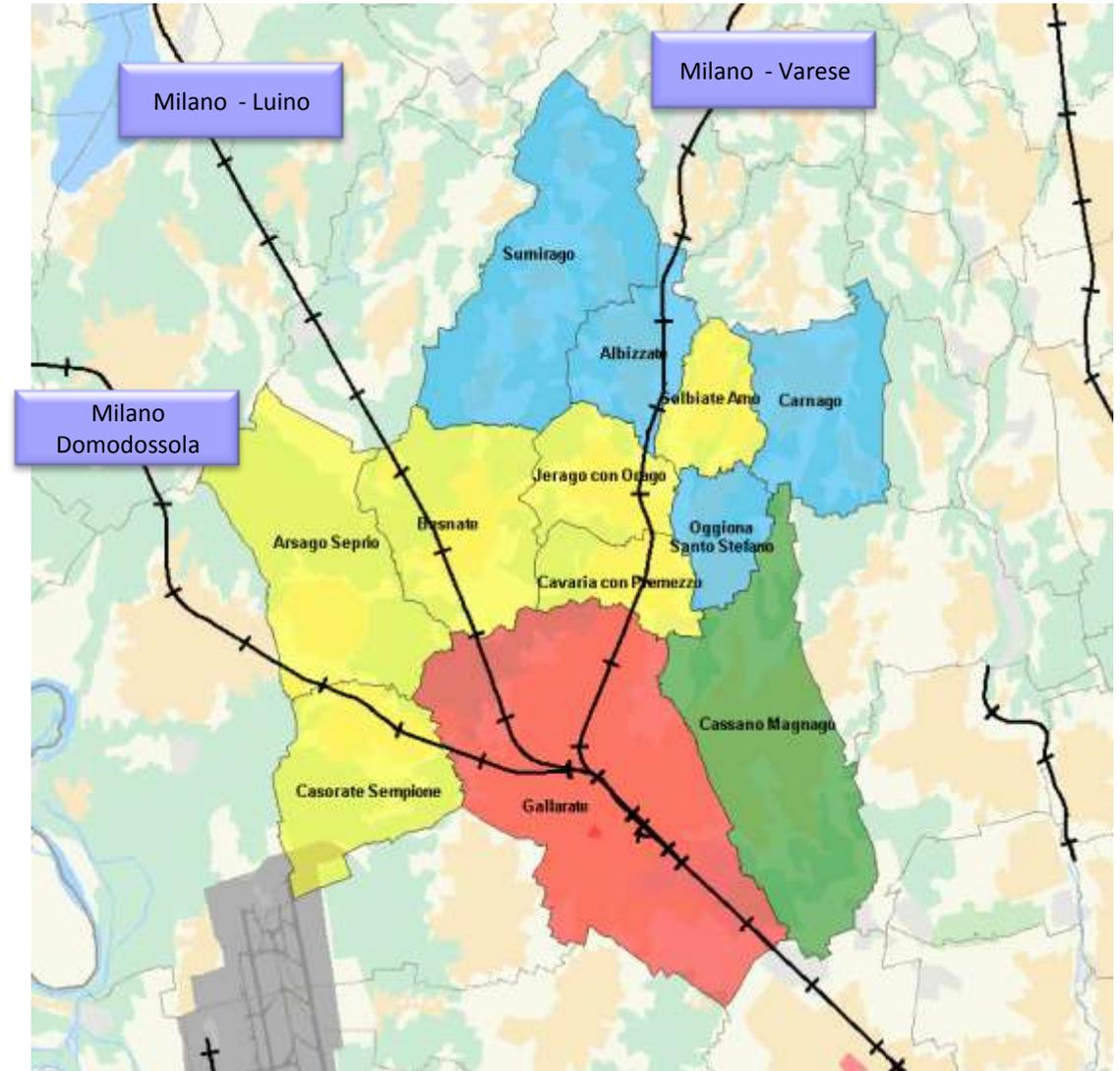
Le attuali vie di comunicazioni saranno incrementate grazie alla realizzazione di nuovi collegamenti:

- **l'Autostrada Pedemontana Lombarda**: una grande infrastruttura viaria, al termine dei lavori collegherà 5 province (Bergamo, Monza e Brianza, Milano, Como, Varese), in un territorio abitato da circa 4 milioni di persone, dove operano oltre 300.000 imprese, che esprimono il 10% del PIL nazionale. La Pedemontana Lombarda è composta da 67 km di autostrada, che costituiscono l'asse principale da Cassano Magnago a Osio Sotto, 20 km di tangenziali (articolati nei sistemi tangenziali di Varese e Como, lunghi rispettivamente 11 e 9 km ) e 70 km di opere stradali connesse, che contribuiranno a risolvere la congestione della viabilità locale.
- Il PTCP della Provincia di Varese prevede:
  - la realizzazione di un percorso di **collegamento tra Albizzate e Gallarate**, alternativo all'attuale tracciato della ex SS 341. La realizzazione di questo tracciato, che corre nella valle dell'Arno in direzione nord-sud costeggiando ad est il ramo della A8 per Varese, prevede la riqualificazione di un tratto esistente tra Albizzate e Cassano Magnago e la realizzazione di un nuovo tratto tra Cassano e Gallarate.
  - la **riqualificazione lungo un tratto SP 26 che va da Besnate a Gallarate**; questo intervento, unitamente alla realizzazione di un nuovo tratto che interseca la superstrada di Malpensa fino a connettersi alla SP 28, dovrebbe costituire un percorso tangenziale a Gallarate.



## Collegamenti ferroviari – attuali e previsti

- Il territorio è attraversato da tre direttrici ferroviarie:
  - Milano-Varese,
  - Milano-Luino
  - Milano – Domodossola.
  
- Il PTCP della provincia di Varese dà molta importanza al potenziamento e riassetto della rete ferroviaria attraverso la realizzazione di nuovi tracciati anche per il trasporto merci, la riqualificazione dei nodi, a cui si affiancano interventi di tipo organizzativo/gestionale migliorativi dell'efficienza delle reti. A questo proposito il PTCP prevede il prolungamento della linea ferroviaria di Malpensa oltre l'attuale stazione di testa dell'aeroporto in direzione della linea del Sempione e della Gallarate-Varese.



---

# L'ANALISI DELLA DOMANDA

---



# LA POPOLAZIONE COME COMPONENTE "INTERNA" DELLA DOMANDA

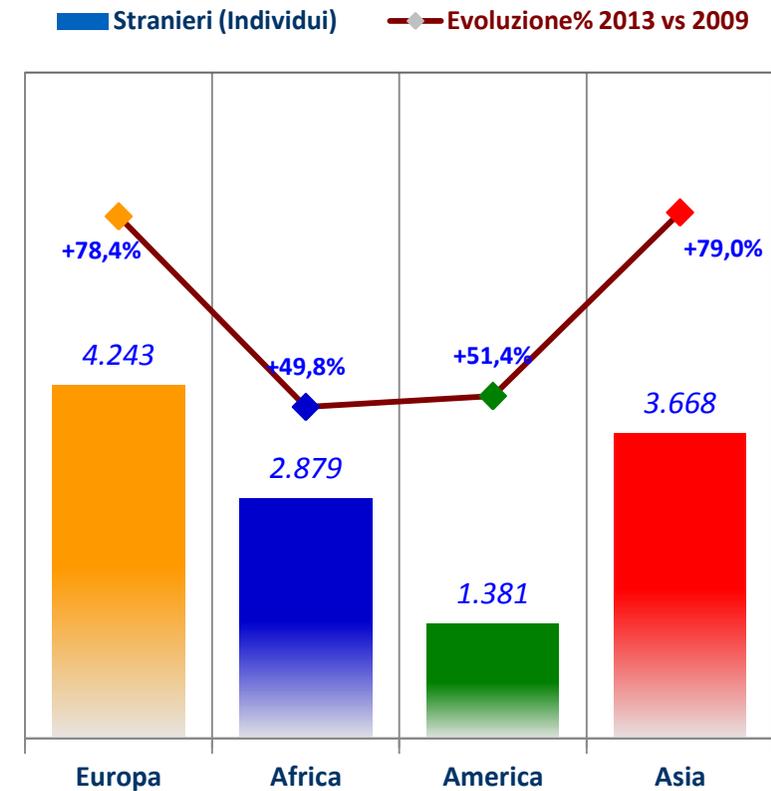
- Sul piano dei servizi turistici e in particolare di quelli legati alle "escursioni", la popolazione del distretto rappresenta una prima componente "interna" della domanda. Come noto, spesso, infatti, succede che i turisti vadano a cercare di soddisfare i propri bisogni di esplorazione, conoscenza, arricchimento personale, relax e intrattenimento in destinazioni lontane (più o meno esotiche) dalla propria residenza, senza conoscere a fondo (e alle volte neppure superficialmente), l'offerta del proprio territorio.
- Per tale motivo è utile innanzitutto valorizzare il territorio favorendo l'esplorazione degli abitanti dei singoli comuni nelle località degli altri comuni del DAT.
- La popolazione del Distretto dell'Attrattività "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei" è composta da circa 126.000 abitanti, per un totale di circa 54.000 famiglie.
- La popolazione sia a livello di residenti (+1,4%) sia a livello di famiglie (+5,4%) è in aumento negli ultimi anni.
- Fatto salvo per i comuni di Gallarate (50.961 ab.) e di Cassano Magnago (21.565 ab.) si tratta di comuni di medio-piccole dimensioni (circa 5.000 ab.)

POPOLAZIONE INDIVIDUI			POPOLAZIONE FAMIGLIE		
AREE	VALORE	x 1.000 m <sup>2</sup>	AREE	VALORE	Evol. % vs 2009
<b>TOTALE DAT</b>	<b>126.371</b>	<b>1,4</b>	<b>TOTALE DAT</b>	<b>54.132</b>	<b>5,0</b>
ALBIZZATE	5.349	1,4	ALBIZZATE	2.198	6,7
ARSAGO SEPRIO	4.869	0,5	ARSAGO SEPRIO	2.071	5,6
BESNATE	5.553	0,7	BESNATE	2.310	13,9
CARNAGO	6.580	1,1	CARNAGO	2.717	6,1
CASORATE SEMPIONE	5.806	0,8	CASORATE SEMPIONE	2.472	3,3
CASSANO MAGNAGO	21.565	1,7	CASSANO MAGNAGO	8.792	3,6
CAVARIA CON PREMEZZO	5.731	1,7	CAVARIA CON PREMEZZO	2.312	8,2
GALLARATE	50.961	2,4	GALLARATE	23.226	4,8
JERAGO CON ORAGO	5.142	1,3	JERAGO CON ORAGO	2.083	5,5
OGGIONA CON SANTO STEFANO	4.319	1,6	OGGIONA CON SANTO STEFANO	1.693	1,5
SOLBIATE ARNO	4.287	1,4	SOLBIATE ARNO	1.763	4,3
SUMIRAGO	6.209	0,5	SUMIRAGO	2.495	3,1

# I CAMBIAMENTI DEMOGRAFICI E LA POPOLAZIONE RESIDENTE COME PARTE DELL'OFFERTA TURISTICA

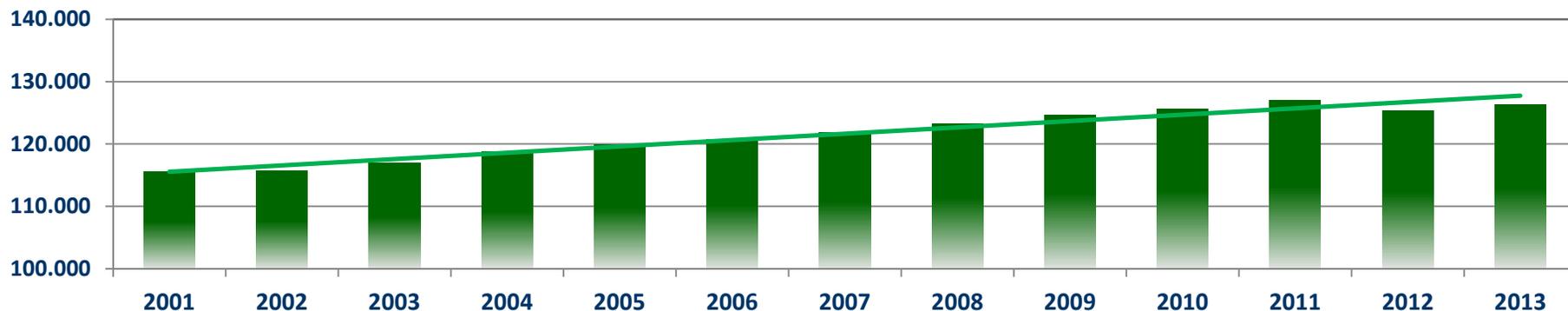
- L'incremento della popolazione deriva dal aumento della presenza di stranieri nel territorio (+67,6%) negli ultimi anni.
- Il numero di famiglie aumenta di 3,6 punti percentuali in più rispetto al numero di residenti. Questo deriva dall'incremento del numero di famiglie monocomponenti e coppie. Tale fenomeno porta a una riduzione del numero di componenti medio per famiglia 2,33 (-3,48%).
- La popolazione del DAT sta progressivamente invecchiando (indice di vecchiaia pari a 137) negli ultimi anni la popolazione tra i 15 e 45 anni si è ridotta del 11,5%, mentre la popolazione over 45 è aumentata del 21,7%
- Conseguenza inevitabile del progressivo invecchiamento della popolazione è una ridefinizione dei bisogni e delle priorità della domanda che porta conseguentemente a nuove abitudini e attitudini al consumo.
- Tutto ciò comporta, come noto, una necessità di integrazione. In tal senso il DAT potrebbe svolgere sulla domanda interna un ruolo rilevante favorendo il processo di conoscenza della storia e della cultura del territorio ai "nuovi cittadini", senza dimenticare che tutti i cittadini, oltre a essere parte della domanda potenziale, sono al tempo stesso parte dell'offerta e quindi devono conoscere e interpretare il proprio territorio per i visitatori.

DETTAGLIO POPOLAZIONE	VALORI	Evol. % vs 2009
<b>Residenti</b>	<b>126.371</b>	<b>+1,38</b>
<b>Famiglie</b>	<b>54.132</b>	<b>+5,04</b>
<b>Componenti famiglia (media)</b>	<b>2,33</b>	<b>-3,48</b>
<b>Totale Stranieri regolari</b>	<b>12.171</b>	<b>+67,62</b>
		
Fasce d'età Residenti	VALORI	Evol. % vs 2009
<b>0-14 anni</b>	<b>18.013</b>	<b>+4,28</b>
<b>15-30 anni</b>	<b>19.970</b>	<b>-5,06</b>
<b>31-45 anni</b>	<b>29.246</b>	<b>-6,46</b>
<b>46-55 anni</b>	<b>18.872</b>	<b>+11,49</b>
<b>56-65 anni</b>	<b>15.573</b>	<b>+3,00</b>
<b>oltre 65 anni</b>	<b>24.697</b>	<b>+7,27</b>
<b>Indice di Vecchiaia = 137</b>		



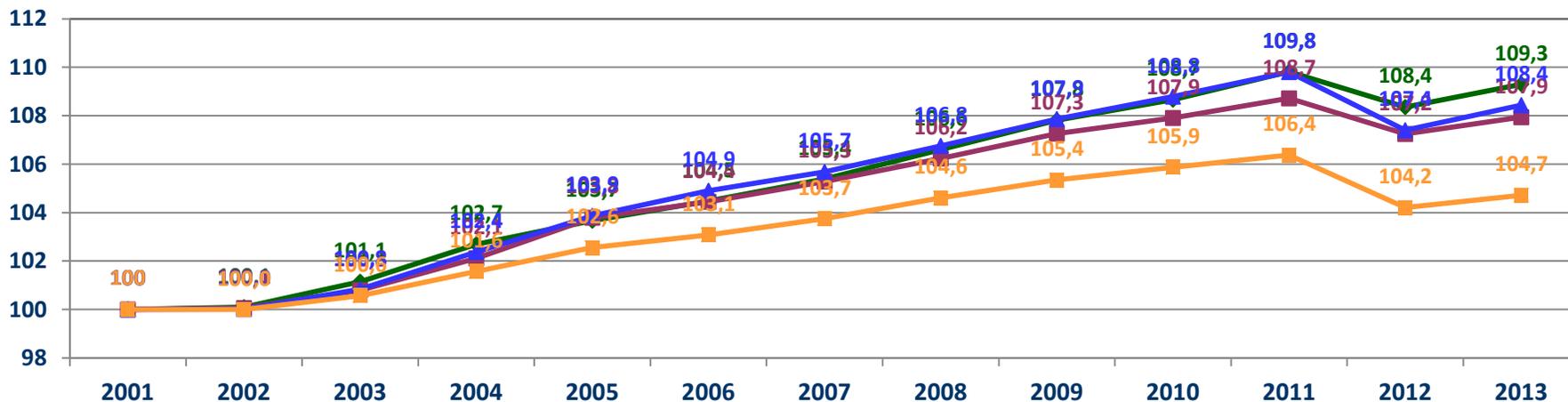
■ Popolazione Area Attrazione

Andamento Demografico *Totale Area di Attrazione*

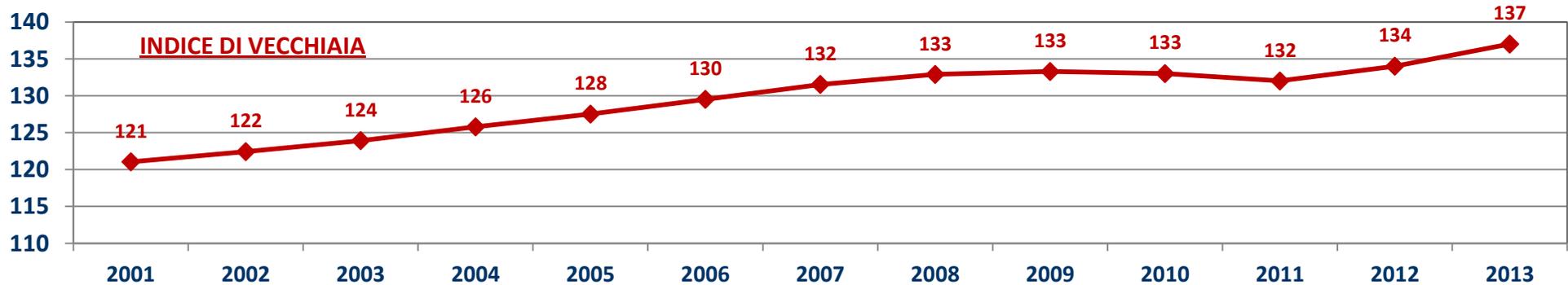
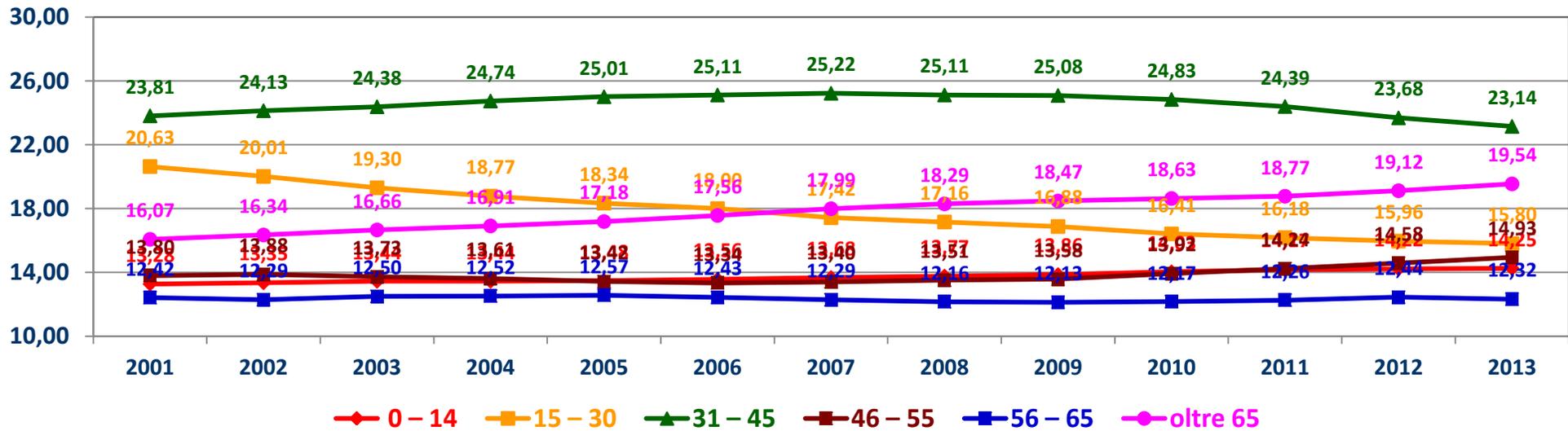


◆ Area Attrazione    ■ Varese    ▲ Lombardia    ■ Italia

Andamento Demografico *Confronti*

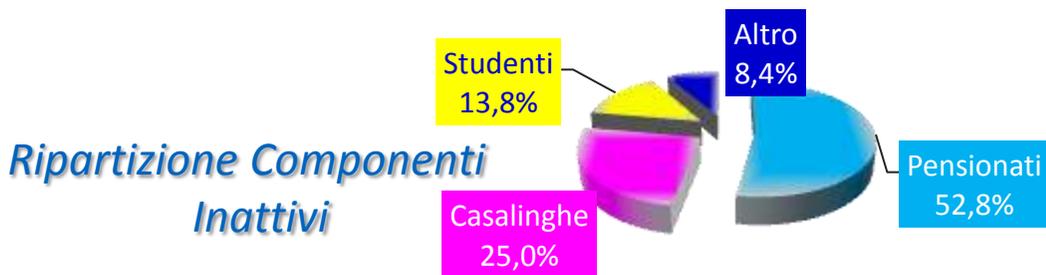
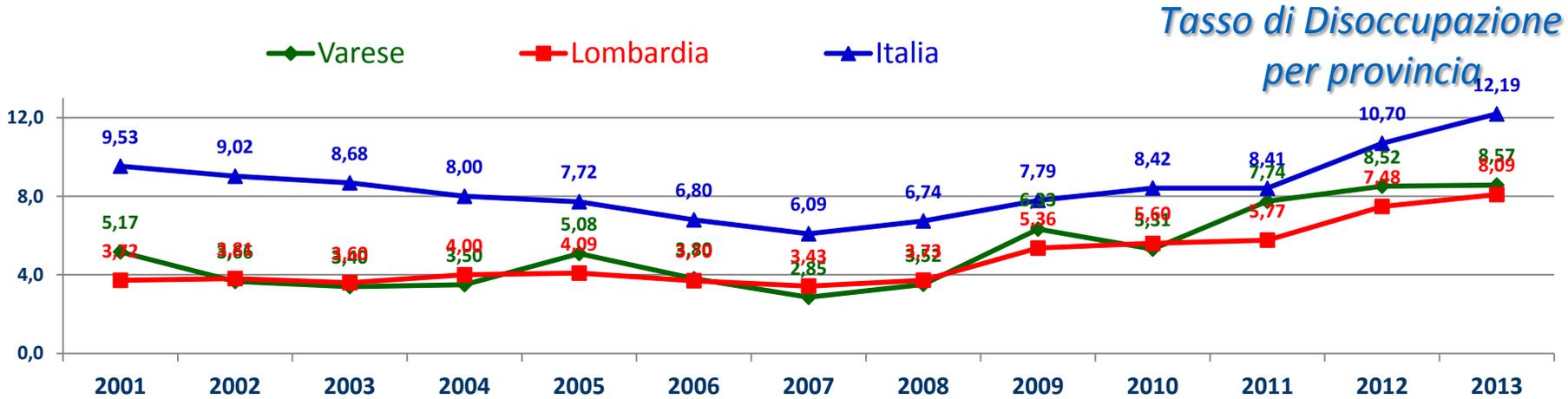


## Tendenza Segmenti per Età

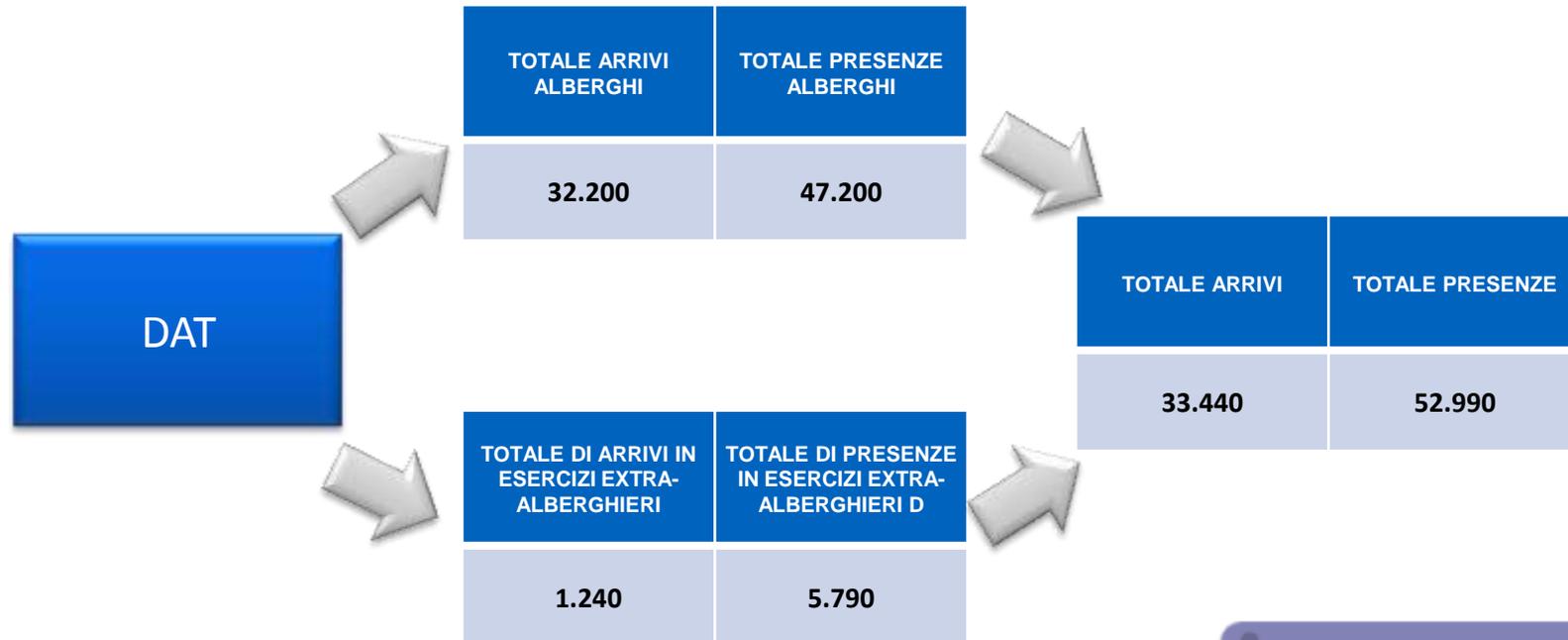


# LIVELLI OCCUPAZIONALI NELL'AREA

- Il trend di disoccupazione della provincia di Varese ricalca sostanzialmente l'andamento sia nazionale che regionale.
- Nella provincia di Varese si presenta un tasso di disoccupazione del 8,57% nel 2013 dato allineato con la Regione Lombardia (8,09%) e decisamente inferiore alla media nazionale (12,19%).
- Ciò premesso è evidente che lo sviluppo del DAT possa contribuire alla generazione di nuova occupazione o quanto meno a frenare i fenomeni di crescita della disoccupazione che stanno caratterizzando l'economia nazionale.



Tipologia di domanda	Le caratteristiche della domanda attuale nel DAT
1. ARTE & CULTURA	Oggi prevalentemente domanda "interna" anche se alcuni elementi dell'offerta riescono ad attrarre una domanda almeno a carattere regionale (MAGA, Castelli,)
2. ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE	Domanda oggi prevalentemente interna con opportunità di sviluppo (Prodotti tipici, locali storici e di attrazione)
3. FASHION, DESIGN, ARTIGIANATO E SHOPPING	Domanda prevalentemente interna
4. BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE	Domanda correlata alle attività industriali (es. meccanica tessile e aeronautica), all'aeroporto di Malpensa e alle fiere (Rho; Gallarate, Busto)
5. MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	Domanda prevalentemente interna al DAT con possibilità di sviluppo a livello provinciale e regionale
6. NATURA E GREEN	Domanda prevalentemente interna (quella esterna è da sviluppare)
7. SPORT E TURISMO ATTIVO	Domanda interna ed esterna legata a manifestazione e alle strutture sportive (per esempio i maneggi)
8. TERME E BENESSERE	Domanda praticamente inesistente (anche per carenza di offerta competitiva)
9. TURISMO RELIGIOSO	Domanda praticamente inesistente. Le chiese e i luoghi di culto hanno principalmente un valore storico e culturale.



**IL 50% DEI TURISTI È RESIDENTE ALL'ESTERO**

Fonte: stime su dati Istat

---

## L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO: GLI ASSETT FONDAMENTALI DEL DISTRETTO

---



---

## L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA DAT

---



- Il DAT ha un'offerta turistica caratterizzata da diverse componenti che possono essere sia integrate sia specifiche di differenti tipologie di prodotto turistico.
- L'offerta turistica del territorio è sostenuta da attività di promozione del patrimonio e delle testimonianze culturali presenti nel territorio. Il trend è inoltre sostenuto dalla partecipazione a fiere ed eventi nazionali ed estere per promuovere l'offerta turistica locale, dall'organizzazione di iniziative pubblicitarie e di formazione del personale per incrementare il livello dell'offerta ed adeguarlo ai nuovi target turistici.
- Di seguito, sono descritte brevemente le eccellenze del Distretto dell'Attrattività, ricomprendendo tutti i fattori di attrazione presenti sul territorio. Per quanto consapevoli che non tutti i fattori di attrazione possono essere considerati delle vere «eccellenze» e non tutti ovviamente si pongano sullo stesso piano dal punto di vista qualitativo, il termine intende sottolineare che l'offerta complessiva si posiziona mediamente su un elevato livello di qualità.

- **BASILICA ROMANICA DI S. VITTORE (sec. IX) – Arsago Seprio:** È il ricordo più solenne dell'antica protopieve. Riedificata sulla primitiva costruzione del quinto secolo, ha un impianto rettangolare ed è divisa in tre navate con le rispettive absidi ad oriente. Il paramento murario esterno è costituito da pietre non squadrate; l'uniformità delle pareti è interrotta dalle finestre ad arco tondo e da una fascia di archetti ciechi quale ornamento. All'interno il soffitto è in legno a capriate, le arcate che dividono le navate sono alternativamente sostenute da massicci pilastri a pianta quadrata e da esili colonne, quasi tutte romane di recupero. L'abside centrale accoglie l'altare marmoreo settecentesco costruito su disegno del pittore Biagio Bellotti. A ridosso si innalza la torre campanaria che, costruita nel XII secolo con materiali provenienti da antichi edifici, presenta l'inserimento di pietre nobili di età romana. Le pareti sono divise in ripiani da cornici decorate con archetti pensili sormontati da fregi a dente di sega. La cella campanaria è caratterizzata da quattro bifore con capitelli ornati, essa mantenne la sua fisionomia fino al 1872 quando le campane vennero collocate allo scoperto su un terrazzo soprastante.
  
- **BATTISTERO ROMANICO DI S. GIOVANNI BATTISTA (sec. XII) – Arsago Seprio:** Monumento simbolo di Arsago Seprio, sorge sullo stesso asse e davanti alla basilica; è a pianta ottagonale con un tamburo a sedici lati con piccole finestre ad occhio, a croce e ad arco a tutto sesto. La muratura consiste di grossi blocchi rettangolari; a lato delle porte, nello spessore della parete, sono ricavate due anguste scale che conducono alla galleria superiore. Di notevole interesse i materiali antichi di reimpiego ed alcune lapidi e miliari di età romana ivi conservati, nonché le decorazioni scultoree dei capitelli.



- **ABBAZIA DI S. MARIA IN MONTICELLO – Arsago Seprio**, Sorge su una piccola altura ed è ad unica navata con abside semicircolare, al lato meridionale sono addossati il campanile e la sagrestia. All'interno la chiesa è molto semplice e presenta lacerti di affreschi romanici (sec. XI-XII), al centro si eleva l'altare che ospita l'icona cinquecentesca rappresentante la Beata Vergine che allatta il Bambino Gesù. La più antica testimonianza relativa a questo edificio è costituita dalla lapide carolingia, un tempo esistente sulla parete esterna e ora collocata nel Battistero, che suggerisce la sepoltura in S. Maria di un personaggio di stirpe illustre, Arnolfo, morto nell'anno 893.
- **ORATORIO CAMPESTRE DEI SS. COSMA E DAMIANO – Arsago Seprio** : del XII secolo, nei boschi a nord del paese, è in stile romanico e probabilmente fu edificato sopra un preesistente edificio di culto pagano. Degli affreschi che l'adornavano è rimasto solo il paliotto in legno dipinto che raffigura i due santi. Di tutti gli altri sono rimaste solo le descrizioni settecentesche e delle fotografie scattate quando fu deciso di trasportare a Milano alla Biblioteca Ambrosiana la monumentale lastra della "gens Terentia della tribù Oufentina" ritenuta da Carlo Mastorgio la più bella epigrafe funeraria di età romana di tutto il territorio varesino. Questo monumento dal ragguardevole peso di una tonnellata era stato reimpiegato come mensa d'altare della chiesetta ed è tutt'oggi visibile nel lapidario del cortiletto degli Spiriti Magni alla Biblioteca Ambrosiana. Un'altra lapide funeraria romana è tuttora visibile nel pavimento della chiesa.
- **CHIESA DI S. ROCCO (sec. XVI) – Arsago Seprio** , citata la prima volta in un documento del 1498, era utilizzata come deposito e solo nel 1630 si cominciò a celebrarvi con regolarità le messe. Nel tabernacolo si custodiva una statuetta in avorio con la raffigurazione di San Rocco vestito da pellegrino, descritta dal cardinale Schuster come "opera assai importante del secolo XV". La chiesa venne definitivamente sconsacrata nel corso della seconda guerra mondiale e nel 1958 l'allora prevosto di Arsago chiese alla Soprintendenza ai Monumenti della Lombardia di poterla demolire. La Soprintendenza concesse l'autorizzazione alla demolizione o trasformazione della chiesa ma decretò di conservare il campanile poichè costituiva "una particolare caratteristica ambientale della zona" e doveva essere armoniosamente inserito nella futura nuova costruzione o trasformazione.



## DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : ARTE E STORIA E RELIGIONE

- **NECROPOLI LONGOBARDA (sec. VII) – Arsago Seprio**, Scoperta nel 1972 ed indagata a più riprese, è l'unica visibile in Italia e si trova proprio all'entrata del Museo. Tutte le sepolture sono ad inumazione e presentano tecniche di costruzione diverse, talvolta con il reimpiego di cotto e pietra di spoglio da edifici romani. Alcune tombe recavano rotture delle coperture con sconvolgimento e spogliazione dei più preziosi oggetti contenuti.
- **CHIESA DEI SANTI QUIRICO E GIULITTA – Cavaria con Premezzo**: edificata dal 16 agosto 1813 nei pressi della precedente e poi abbattuta chiesa parrocchiale, già cappella dell'omonimo monastero femminile benedettino. Le volte della chiesa sono affrescate con racemi e volute di passiflora dipinte in grigio su fondo azzurro
- **ORATORIO DI SAN ROCCO – Cavaria con Premezzo**, a pochi passi dalla chiesa parrocchiale di Cavaria è stato edificato a partire dagli anni 70 del XVIII secolo, precedentemente sullo stesso sito era presente un'edicola dedicata al medesimo santo;
- **CHIESA DI SANT'ANTONINO MARTIRE - Cavaria con Premezzo**: di origine medioevale ha subito lavori di ingrandimento nella prima metà del '900. Di particolare interesse l'affresco cinquecentesco con l'adorazione dei pastori, l'altare ligneo settecentesco probabilmente ridipinto in concomitanza coi lavori di ingrandimento della chiesa e il soffitto a cassettoni



- **CAMPANILE DELLA CHIESA DI SAN GIORGIO – Jerago con Orago:** La torre, snella e sottile, risente nell'aspetto generale dei pesanti e radicali restauri, che gli conferiscono un'immagine artefatta. Il campanile è costruito con pietre di dimensioni variabili con i massi i più grandi collocati agli angoli della canna. Il fusto è aperto da tre specchiature sottili, chiuse tra larghe lesene angolari e coronate da gruppi di tre archetti in laterizio appoggiati su peducci di forma triangolare. Le aperture sono costituite da tre lunghe feritoie a spalle dritte con archivolti in cotto. A salire la canna continua con l'orologio, la moderna cella campanaria e termina con una copertura conica in cotto.
- **CHIESA DI SAN GIACOMO – Jerago con Orago:** L'edificio, di ridotte dimensioni, è costruito (XI secolo) con ciottoli e pietre squadrate, i masselli più grandi sono disposti a rinforzare gli angoli della costruzione e in facciata. La chiesa, preceduta da un lungo portico, ha facciata a capanna composta da pietre squadrate di differenti dimensioni disposte su file orizzontali, la parte superiore sotto il culmine è invece in ciottoli annegati in abbondanti strati di malta. Al centro della facciata si apre una porta formata da due larghi pilastri in pietra che sorreggono un architrave sormontato da una lunetta, dove si intravedono a fatica le tracce scolpite di una figura umana. Le due pareti laterali sono prive di decorazioni e interamente percorse da sottili gronde in pietra. I muri sono costruiti con ciottoli, a tratti disposti a spina di pesce, e pietre annegate nella malta. La parete settentrionale è completamente priva di aperture mentre quella meridionale ha nella parte finale una piccola porta con architrave e due sottili ed eleganti monofore strombate in pietra. L'abside sporge con poca profondità dalla parete orientale della chiesa e si affaccia sul ciglio del profondo dosso. Anch'essa è formata da lunghe pietre squadrate e da massi legati da malta ed è aperta da una lunga monofora centrale strombata e da due monofore laterali, di dimensioni notevolmente più ridotte. All'interno sono presenti sulle pareti laterali interessanti tracce di pittura del periodo romanico e nel catino absidale pregevoli affreschi risalenti al XIII secolo, anche le tre monofore sono dipinte con vivaci colori su sfondo bianco.
- **CHIESA DI SAN ROCCO – Jerago con Orago;** complesso del XVI sec., caratterizzato da un soffitto a cassettoni



- **Chiesetta di S. Agata – Solbiate Arno**, (sec. XIII-XIV) in origine era una cappella gentilizia, fatta probabilmente edificare dalla famiglia Mantegazza, proprietari della collina di Monte. Venne prima restaurata nel 1930 con una solenne cerimonia alla presenza dell'allora Cardinal Schuster e successivamente nel 2008 sono stati riportati in luce la bellezza degli affreschi del catino absidale, di fine XV inizio XVI secolo, di un autore della scuola di Fra Galdino da Varese.
- **Oratorio Visconteo – Albizzate**, affrescato con scene della vita di San Ludovico di Tolosa e di San Giovanni Battista alla fine del XIV secolo, e il Castello, affacciato sul ciglione prospiciente la vallata dell'Arno in posizione strategica a controllo della vallata e in collegamento con le altre opere difensive viscontee della zona. Agli inizi del Seicento esso fu trasformato in residenza di villeggiatura per poi divenire, a metà del XIX° secolo, centro di attività produttive legate all'allevamento del baco da seta e all'attività di una filanda. Rimarrà contemporaneamente centro produttivo e residenziale fino agli anni '40 del Novecento. La sua importanza all'interno del suo paese è confermata dall'espandersi del centro storico albizzatese con andamento radiale, mantenendo sempre al centro il castello, che viene continuamente ampliato e adeguato negli anni alle nuove esigenze.
- **La Ca' Taverna - Albizzate**: appartiene ai Taverna dal XVIII secolo, è risultato di rimaneggiamenti e integrazioni, ancora oggi in atto con la destinazione ad istituto religioso. Si tratta dell'unione di più corpi di fabbrica, alcuni anche con destinazione agricola, a formare un quadrilatero che ricorda più lo schema chiuso del palazzo che quello aperto della villa. L'elemento più interessante della composizione è il corpo di fabbrica orientale per motivi sia architettonici, sia ambientali: esso infatti prospetta verso un pendio, piuttosto scosceso, sulla valle del torrente Arno, in posizione panoramica molto favorevole; su tale versante fu infatti organizzato, con ogni probabilità nel XVII secolo, il giardino, assieme ad una massiccia trasformazione dell'architettura su di esso prospettante, in modo da garantire una continuità tra il cortile ed il giardino stesso. Tale è il significato dell'elemento centrale della composizione, costituito da una specie di grande portale a due ordini che, attraverso il fornice inferiore di ampie dimensioni, permette la veduta e l'accesso dalla corte al giardino, mentre con le due rampe di scale consente di raggiungere il piano superiore del palazzo, secondo uno schema scenografico di percorso caro al Settecento.



- **Chiesa di Sant'Alessandro Martire - Albizzate**, La chiesa è molto antica, anche se non si conosce con precisione la data di fondazione. Essa è nominata fra le Chiese della Diocesi di Milano, dedicate a Sant'Alessandro, nell'elenco del 'Liber notitiae sanctorum mediolani', attribuito a Goffredo da Bussero (1220 – fine sec. XIII). Nel 1865 n. Barabini eseguì alcuni affreschi. In seguito (1876/77 circa) fu eseguito un allargamento davanti alla Chiesa; il suolo fu abbassato per ragioni d'estetica e di viabilità (occorreva una strada) e per far ciò fu distrutto il grande arco che congiungeva la Chiesa al caseggiato parrocchiale e furono molto modificati entrambi gli edifici. Probabilmente in questa occasione fu pure costruito il portico di tipo neoclassico che ora si apre sulla facciata.
- **Santuario Mariano di Valdarno - Albizzate**: Le prime notizie della chiesa di Valdarno risalgono al 1392 quando un certo Giovanni Ghiringhelli fonda la Capellania sotto il titolo di Purificazione della Beata Vergine. La chiesa ad un'unica aula conserva un affresco di Madonna con Bambino, dipinto forse su commissione di qualche persona o famiglia, da un pittore di passaggio intorno al 1300, come ex-voto o atto di devozione. Osservandone i colori, i gesti e l'espressione di quest'immagine semplice e preziosa, ci possiamo accorgere della sua straordinaria bellezza. Nel 1983, la chiesa di Valdarno venne riconosciuta Santuario Mariano dall'Arcivescovo Carlo Maria Martini.
- **Moneta in bronzo di Traiano – Oggiona con Santo Stefano**, datata tra il 103 e il 112 d.C, proveniente da Santo Stefano è oggi conservata presso il municipio all'ingresso del quale si trova anche la tomba alla cappuccina facente parte di una vasta area necropolare.



- **Chiesa di Sant'Alessandro Martire – Casorate Sempione**, Anticamente esistevano a Casorate tre chiese: S. Maria, S. Ilario e S. Stefano. Di queste tre chiese ora non rimane che quella di Sant'Ilario, che negli anni subì ampliamenti e modifiche cosicché della costruzione originaria oggi non rimane che una muraglia su cui si conservano un affresco rappresentante la Vergine e un trittico. Quest'ultimo fu attribuito a Zanetto Bugato, pittore prediletto della corte di Francesco Sforza dal 1458 al 1474. Il trittico, che oggi si conserva nella chiesa parrocchiale, rappresenta Gesù Bambino adorato da Maria, da San Giuseppe e dagli angeli. La chiesa parrocchiale fu costruita tra il 1621 e il 1644 e presenta una sola navata e sei cappelle laterali in perfetto stile barocco povero. Nel 1925 l'edificio fu ampliato, si decise di prolungare in avanti la navata laterale e di aggiungere altre due cappelle laterali secondo il progetto dell'architetto Oreste Benedetti. La chiesa parrocchiale di Casorate contiene vere opere d'arte scultoria: l'altare maggiore, l'altare di San Tito, l'altare della Madonna, il confessionale, la cantoria, tutte pregevoli per il lavoro e l'antichità
- **Chiesa di San Martino – Carnago**: di epoca tre-quattrocentesca, contiene al proprio interno arredi sacri, opere pittoriche ed affreschi. Nel 1620 diventa Santuario della Madonna dei Miracoli in seguito ad un fatto miracoloso del 1619 con cui un membro della famiglia Trinchinetti riacquista l'uso degli arti inferiori. Contiene l'affresco della Madonna Miracolosa del quattrocento; l'affresco della natività e un crocifisso ligneo del XV secolo provenienti dalla Chiesa di Santa Maria foris portas di Castelseprio. Completata e ristrutturata nel 1855 dall'architetto Giacomo Moraglia. Nel 1895 viene elevato il campanile fino a 52 metri e l'anno successivo dotato di 8 campane.
- **La chiesa di San Rocco – Carnago**: edificata nel 1524 conserva al suo interno l'affresco raffigurante Cristo Crocifisso con Maria Addolorata e Santa Caterina d'Alessandria eseguito nel XVII secolo, oltre alla statua lignea del Santo a cui è dedicata. Oggi l'edificio non è più utilizzato per il culto, ma è divenuto la sede di attività culturali.



# DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : ARTE E STORIA E RELIGIONE

- **La Basilica di Santa Maria – Gallarate,** È stata costruita sull'area di due antiche chiese, intitolate entrambe a Santa Maria. Una è menzionata in una pergamena del 974. La seconda fu costruita tra il XIV ed il XV secolo. La basilica odierna fu edificata tra il 1856 e il 1861. La facciata completata nel 1870. L'edificio di culto ha un'unica navata di 89 metri di lunghezza e di 17,30 metri larghezza. La cupola è di 18 metri di diametro e 27 di altezza. La basilica, oltre a numerosi affreschi di Luigi Cavenaghi e agli stucchi di Celso Stocchetti, la Basilica ospita, tra le sue numerose sculture, "l'Assunta" di Giuseppe Rosnati, quella dell'altare maggiore di Edoardo Tabacchi e San Giovanni Battista del Duprè. L'organo del 1922, recentemente restaurato, è fonte di prestigiose offerte musicali. Fiancheggia la Basilica il campanile, recentemente (per volere di Monsignor A. Piantanida) restaurato, alto 45 metri, iniziato nel 1454 e quindi coevo, almeno nei piani inferiori, alla seconda Basilica di Santa Maria Assunta.
- **Santuario della Madonna in Campagna – Gallarate:** A chi giunge in auto da Busto non può sfuggire, affiancato in posizione asimmetrica al viale Milano il Santuario di Madonna in Campagna. Risale al Seicento quando, per un voto fatto dai borghigiani il 21 novembre 1630 (festa della presentazione al Tempio di Maria Vergine), la famosa pestilenza dei Promessi Sposi fu arrestata alle porte della città. Notevole l'altare maggiore, opera del ticinese G. B. Rigoli e del Rosnati. La Madonna del Latte, al centro dell'ancona, risale al secolo XV-XVI e proviene da un preesistente "gesio" (cappellina). Nella chiesa, si notano anche dipinti di Carlo Cane, della cerchia dei fratelli Campi e di Biagio Bellotti e una Madonna dei Mercedari (appartenenti all'ordine della Beata Vergine della Mercede) attribuita al Nuvolone. Il Santuario e l'intero rione si animano nell'ultima decade di novembre per la tradizionale "Rama di Pomm", una tra le poche sagre rimaste vive in Gallarate.
- **L'Aloisianum – Gallarate:** Dal 1970 non è più sede universitaria ma rimane centro primario di attività culturali sotto vari aspetti: la Biblioteca, con centinaia di migliaia di testi, accessibili agli studiosi; il monumentale "Index Thomisticus", elaborato da padre Roberto Busa, dal 1946 al 1980; gli annuali Convegni Filosofici, che hanno dato vita ad un autentico movimento di pensiero di portata universale; la Procura delle Missioni; l'I.R.I.S., diretto, nelle sue varie sezioni sociali ed artistiche da padre Alfredo Imperatori. L'Aloisianum apre inoltre a tutti le sue porte per convegni scientifici e tecnici, raduni, manifestazioni culturali, mostre, concerti. Contiguo al complesso universitario, sorge dal 1959, (su un naturale belvedere), la chiesa del Sacro Cuore, tempio funzionale e moderno con una Via Crucis di Francesco Messina, opere del gesuita Fratel Venzo, Bianchi, Kaufmann ed altri.



## DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : ARTE E STORIA E RELIGIONE

- **La chiesa di San Pietro – Gallarate**, Situata nel centro di Gallarate, in piena zona pedonale, si trova questo gioiello di arte lombarda in stile romanico (con elementi gotici). Pur ampiamente rimaneggiata nei secoli e più volte deturpata da usi impropri (fu perfino fortilizio nel 1400, e, poi locale per falegnami e macelleria) e da restauri rovinosi, si considera l'edificio architettonicamente più importante in Gallarate. L'edificio fu eretto tra l'XI e il XIII secolo, periodo nel quale Gallarate seppe affermare il suo spirito di operosità ed indipendenza partecipando attivamente, quale libero comune rurale, alle complesse vicende che la resero capoluogo del Seprio. Reca l'impronta dei maestri comacini, anonimi, ma meritevoli artigiani. Monumento nazionale dal 1844, conserva un altare barocco in marmi policromi del sec. XVII ed un capitello corinzio del III-IV secolo, adattato ad acquasantiera. Di particolare importanza e pregio è la piccola loggia che si apre sulla facciata ed è caratterizzata dall'alternanza di archetti pensili e altri poggianti su colonnine, tra cui si inseriscono simmetricamente due finestre a losanga. Fra gli interventi (positivi), quello promosso dalla Società Gallaratese degli Studi Patri all'inizio del secolo, che portò alla demolizione di alcune catapecchie addossate al tempio e del campaniletto ed allo spostamento in posizione asimmetrica della porta principale. Contemporanea a quei restauri è la raffigurazione del Buon Pastore a finto mosaico sull'abside.
- **La Chiesa di San Giulio - Cassano Magnago** in realtà è costituita da un complesso di monumenti che definiscono l'aspetto odierno della struttura e il suo aspetto nella storia. La Chiesa di San Giulio presenta una pavimentazione in cristallo, attraverso la quale è possibile ammirare le fondazioni dell'edificio originario e la sua abside risalente ad un periodo anteriore al VI secolo. Questa struttura probabilmente è stata realizzata su un precedente tempio romano. La struttura medievale è stata in seguito sostituita da una rinascimentale, per adattarsi alle esigenze della popolazione in continuo aumento. La Chiesa fu realizzata per volere di San Giulio, un sacerdote di origini greche durante il suo passaggio a Cassano Magnago.



## DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : ARTE E STORIA E RELIGIONE

- **La chiesa di San Rocco – Gallarate,** Tra gli edifici sacri di maggiore interesse a Gallarate c'è la chiesa di San Rocco. Sorta nel XV secolo come semplice cappella, venne ampliata in seguito al crescere della devozione nei confronti del santo al quale è dedicata. Nel 1570 il monumento ricevette la visita di San Carlo Borromeo, mentre nel 1622 ricevette quella del cardinale Federico Borromeo. A lungo utilizzata come oratorio, la chiesa fu completata con pregevoli tele nel XVIII secolo. Nel 2009, in seguito ad un importante restauro diretto dall'architetto Giorgio Luini, la Chiesa di San Rocco venne riaperta al pubblico. Molto bella è l'immagine della Madonna del Melograno, realizzata da allievi della scuola di Bernardo Luini. Il dipinto è stato compromesso da varie ridipinture effettuate nel corso degli anni.
- **La chiesa di San Antonio Abate – Gallarate,** Tra i monumenti di interesse di Gallarate c'è la Chiesa di Sant'Antonio Abate, eretta in pieno centro storico. L'edificio è di piccole proporzioni, addossato ai palazzi adiacenti. Poche sono le notizie che si hanno sulle origini di questo edificio sacro. Si suppone che probabilmente fu realizzato su una chiesa precedente. Alcuni documenti attestano la presenza di un oratorio, consacrato a Sant'Antonio. La chiesa di Sant'Antonio Abate, nella sua conformazione odierna, è stata realizzata nel Settecento, in uno stile barocco misurato e armonioso. È noto che il progettista della struttura fu Biagio Bellotti, importante architetto e pittore. Lavori di abbellimento e restauro vennero effettuati nel secolo scorso, durante i quali il campanile fu abbattuto, e fu aperta una facciata sul lato opposto rispetto a quello sul quale c'era la facciata originaria. Da vedere, all'interno del monumento, sono la statua di Santa Maria, gli affreschi raffiguranti episodi della vita di Sant'Antonio. Sulla volta sono stati effettuati degli affreschi con la vita di Santa Maria.
- **la Crocetta - Gallarate,** nota localmente con il nome di "Cruzeta". Nonostante il valore artistico riconosciuto al monumento dagli studiosi sia modesto, il monumento della Cruzeta riceste una notevole importanza per la cittadinanza di Gallarate. La colonna della Crocetta si innalza su un piedistallo ed è sormontata da un capitello riportante il doppio simulacro della Vergine del Pilar. Una croce in ferro sovrasta il doppio simulacro della Vergine. La Cruzeta venne fatta edificare nel 1694, per sostituire una colonna preesistente, più bassa. Il committente fu Cesare Visconti, conte di Gallarate sotto alla dominazione spagnola. La colonna fu più volte spostata nel corso degli anni, soprattutto durante il secolo scorso. La sua collocazione rimase, però sempre nella Piazza Maggiore (già Piazza Vittorio Emanuele II, oggi Piazza Libertà). Sul basamento dal lato che dà su via Mazzini è riportata l'iscrizione: "I posteri giudichino l'autore, la cosa, il fine, il modo, l'epoca".



- **Sede degli studi Patri - Gallarate**, L'antico convento di San Francesco sorto in seguito alla venuta dei Frati Minori (1234), si può definire, pur nella limitata estensione superstite, l'edificio storico che meglio rappresenta l'antico borgo citato sulle mappe dell'epoca come sede di un'importante comunità francescana. Nel 1245 l'opera era già ben avviata e comprendeva, oltre alla chiesa (più a sud), il mistico "chiostrino", come è familiarmente chiamato dai gallaratesi. Il convento subì varie vicissitudini nel corso delle lotte tra francesi e spagnoli. Nel 1718 si estendeva fino all'ex Pasquirolo (parte dell'attuale piazza Risorgimento). Nel 1926, il Chiostrino venne donato da Enrico Macchi alla Società degli Studi Patri, sorta nel 1896, la quale vi si trasferì. In quel che rimane dell'antico complesso ha sede oggi il Museo di Storia ed Arte, aperto al pubblico dal 1961. Nel museo è presente materiale archeologico di epoca preistorica, gallica, etrusca, romanica e longobarda. Inoltre ha sede la Pinacoteca con dipinti del XVII, XVIII, XIX secolo. Tra gli artisti presenti ricordiamo Giacomo Raibolini detto il Francia, Jacopo Zucchi, Giovan Battista Crespi detto il Cerano, Tanzio da Varallo, Niccolò Pisano, Daniele Crespi, Giacomo Sementi, Carlo Cane, Giuseppe de Albertis, Giuseppe Bossi, Adolfo Wildt, Renzo Colombo, ecc.
- **MAGA - Gallarate**: istituito nel 1966 oggi il museo conserva più di 5.000 opere tra dipinti, sculture, installazioni, libri d'artista, fotografie, oggetti di design e opere di grafica che offrono ai visitatori un ricco e articolato panorama dei principali orientamenti artistici dalla metà del Novecento ai giorni nostri, con aperture sulle ricerche contemporanee internazionali. Nel dicembre del 2009, il Comune di Gallarate costituisce la Fondazione "Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea Silvio Zanella" che ha come soci fondatori il Comune stesso e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e come partner istituzionali Regione Lombardia e Provincia di Varese e come soci sostenitori Yamamay, SEA e BPM. Il compito della Fondazione è quello di gestire le attività del museo: la conservazione e valorizzazione delle opere della collezione, l'organizzazione di mostre ed eventi culturali e le attività creative e formative per le scuole e il pubblico adulto. A seguito di questa svolta istituzionale, nel marzo del 2010, il Museo acquisisce il nome MAGA - Museo d'Arte Gallarate e inaugura la nuova e più prestigiosa sede museale in via De Magri che per i suoi ampi spazi favorisce una proposta culturale varia e aperta per offrire un supporto conoscitivo al patrimonio del Museo e per rendere il pubblico partecipe e attento alle tematiche evidenziate, denunciate ed espresse dall'arte dei nostri giorni



- **CIVICO MUSEO ARCHEOLOGICO – Arsago Seprio**, Istituito nel 1977 ed inaugurato nel 1983, custodisce le testimonianze archeologiche del cammino umano nel territorio, dalla preistoria all'età altomedievale. Ampliato e radicalmente ristrutturato è stato riaperto ai visitatori nel maggio 1998. Nelle nuove sale sono esposti in ordine cronologico - topografico i numerosi reperti rinvenuti. La sezione preistorica presenta i manufatti degli insediamenti palafitticoli, ed in particolare quelli della Lagozza e della Lagozzetta. La sezione protostorica rivela l'affascinante mondo delle antiche popolazioni celtiche. L'importanza del vicus romano d'Arsago è ampiamente illustrata con un repertorio di oggetti provenienti dall'esteso sepolcreto di via Beltrami. La sezione barbarica ospita le armi e gli oggetti di ornamento e abbigliamento rinvenuti nella necropoli longobarda; nell'ultima vetrina è esposto il vasellame da mensa appartenuto ai Visconti di Arsago. Il Museo è dotato di una sala con archivio e biblioteca a disposizione degli studiosi.
- **Villa Oliva di - Cassano Magnago**: è un edificio adibito a residenza signorile, realizzato nel XVIII secolo. A partire dal 1985 la Villa Oliva è di proprietà del Comune. La Villa Oliva è stata realizzata nella parte più alta di Cassano Magnago, con affaccio sul parco della Magana. L'aspetto attuale della Villa si deve agli interventi operati dalla famiglia Oliva, che impostato l'intero impianto decorativo in uno stile neoclassico. Tra gli elementi introdotti o ridefiniti dagli Oliva ci sono il bugnato finto all'esterno, i balconi in ferro battuto, i soffitti in legno a cassettoni affrescati, i camini in marmo e lo scalone che collega piano terra con primo piano. Da vedere è anche l'affresco sulla parete in fondo allo scalone, noto come il Ratto d'Europa. Molto belle sono anche le meridiane sui lati esterni della villa,



## DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : I CASTELLI

- **Il castello Visconteo di Jerago – Jerago con Orago**, La costruzione del Castello di Jerago risale ai primi anni del XIII secolo e le vicende che si consumarono fra le sue mura sono per lo più legate alla famiglia dei Visconti di Jerago. Come la maggior parte dei manieri medioevali fu costruito per ragioni di difesa, faceva parte della linea difensiva nord del ducato di Milano. Il feudo fu assegnato nel 1248 da Ottone Visconti, arcivescovo di Milano al fratello Gaspare e al nipote Pietro. Nel 1402 il Castello fu attaccato dai nemici dei Visconti. Diversi componenti della famiglia dei Visconti di Jerago ricoprirono cariche di una certa importanza nell'amministrazione civile del ducato. Antonia sposò il Carmagnola, capitano di ventura, la cui vicenda ispirò la tragedia del Manzoni. Elisabetta sposò Cicco Simonetta, famoso segretario ducale del tempo degli Sforza. Il Castello fu teatro di scontri anche al tempo delle lotte nel territorio di Gallarate fra Spagnoli e Francesi. La famiglia dei Visconti di Jerago si estinse con la morte di Antonio nel 1751. Alla fine del diciottesimo secolo la fortezza fu trasformata in residenza. Vennero aperte le finestre sul lato sud e vennero costruite le due terrazze giardino come le potete ammirare al giorno d'oggi. Prima di arrivare al Castello sulla sinistra è presente una chiesetta romanica. L'interno contiene tracce di affreschi risalenti ad epoche diverse. Sotto due nicchie ricavate nello spessore del muro si ammira un dipinto a fresco secco risalente probabilmente al IX secolo. La chiesetta è dedicata a San Giacomo perché faceva parte delle tappe dei pellegrini che si recavano a Santiago di Compostela. Le pareti sono decorate con affreschi della vita di San Giacomo.
- **Il castello Visconteo di Orago – Jerago con Orago**, Posto sull'itinerario della valle dell'Arno che portava da Milano verso i valichi alpini, il Castello di Orago faceva parte del sistema fortificato a difesa del percorso. Appartenente ai Visconti del ramo di Orago, il castello è di pertinenza del milite Antonio Visconti e di suo figlio Gentile all'inizio del Quattrocento quando il "Castrum de Urago" venne distrutto da soldatesche di Busto e di Gallarate. Presumibilmente riadattato dopo i danni del 1402, il Castello di Orago rimase ai Visconti fino alla metà del Cinquecento. Quando Bianca Visconti sposò un Lampugnani legnanese il Castello con relative proprietà passerà a tale famiglia. A testimonianza della antica origine fortificata si può notare ancora oggi la torre quadrangolare posta sul lato meridionale del palazzo.



# DAT "GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI" : I CASTELLI

- **Castello Visconteo di Crenna – Gallarate**, il castello di Crenna citato per la prima volta nel 1160 fu eretto nell'alto medioevo sullo sperone della collina dominante la valle dell'Arno. Dominava tutta la piana di Gallarate dalla stupenda posizione sullo sperone della collina. Abbattuto e ricostruito nel XIV secolo, nel XVI e XVII secolo il castello subì trasformazioni e adattamenti a seguito delle divisioni famigliari. Viene pesantemente trasformato alla fine del '800 e durante il primo trentennio del '900, per cui oggi è difficile distinguere le varie fasi costruttive dei vari edifici che si affacciano sul terrazzo di Crenna.
- **Palazzo del Broletto – Gallarate**: Il Broletto (termine che in passato designava ovunque il palazzo municipale) sorge su un'area adibita fin dalla metà del '200 al convento di San Michele, edificato dall'Ordine degli Umiliati. Dopo la soppressione dell'ordine (1570), conseguente all'attentato del Farina a San Carlo Borromeo, il convento ospitò altri religiosi (monache Benedettine ed Agostiniane, frati Francescani). Sotto Napoleone, l'edificio perse il carattere di convento per essere adibito a pubblici uffici, sia pure con funzioni diverse nel tempo. Dal 1859 al 1861, crollata la torre già campanile della chiesa, esso venne ristrutturato su progetto dell'architetto Leone Savoia; dell'antico convento rimane l'ampio cortile con il porticato coperto da volte a crociera poggianti su colonne in granito. Ospitò fino al 1929 il Municipio, poi trasferito nel palazzo di via Verdi, ed ora denominato Palazzo Borghi.
- **Castello visconteo di Caiello – Gallarate**: La sua costruzione risale presumibilmente al XV secolo. Nel corso degli anni il castello è stato riconvertito a villa.



- **Castello Visconti di Cassano Magnago:** Il castello di Cassano Magnago sorge su un rilievo in posizione sopraelevata rispetto all'abitato, e si presenta oggi come un palazzo signorile immerso in un parco di grandi dimensioni. Adibito a residenza privata, è un edificio a pianta rettangolare privo di cortile interno. Fu costruito ex novo nell'Ottocento dai marchesi Dal Pozzo secondo un gusto neogotico che si riflette nelle facciate in mattoni a vista, nelle finestre ad arco acuto e nella merlatura che corre lungo l'intero perimetro dell'edificio. Le testimonianze storiche relative al castello forniscono alcuni dettagli sul suo aspetto antico. Sappiamo infatti che in epoca tardomedievale era conosciuto come "ca' bianca" o "domus alba", doveva quindi presentare pareti esterne intonacate di bianco; mentre un dipinto del Settecento raffigura a ridosso del palazzo una torre, detta "del Biscione", oggi scomparsa. Ciononostante risulta difficile ricostruire l'articolazione originaria della fortezza e del complesso di edifici che l'attorniavano. Le uniche tracce delle antiche costruzioni sono visibili in prossimità della chiesa di Santa Maria del Cerro, che in origine era la cappella del castello: si tratta dei resti di una piccola torre d'ingresso e di alcuni degli edifici che definivano il perimetro settentrionale del "ricetto", uno dei quali presenta una loggetta con decorazioni rinascimentali. Murato nel campanile della chiesa, è invece visibile uno stemma marmoreo recante le insegne viscontee.
- **Castello Confalonieri – Sumirago:** ubicato nella frazione di Caidate è di origine viscontea e risale al 1300 circa. Edificato dai Visconti come luogo dove svagarsi nel nobile passatempo della caccia, ha struttura massiccia a pianta quadrilatera, cortile centrale e una torre robusta e quadrata sull'angolo che guarda verso la valle. Nel 1614 il castello passa alla famiglia Bigli, grazie al matrimonio dell'ultima Visconti di Caidate. Al '600 risalgono le prime trasformazioni che muteranno il castello in villa residenziale, conservando tuttavia alcuni aspetti esteriori delle antiche origini. Nell'Ottocento con i Confalonieri, nuovi proprietari del castello, vengono aggiunte ai lati della facciata principale, su progetto dell'architetto Balzaretto, al quale si attribuisce anche il rifacimento del parco, due torri cilindriche coronate di merli



- **Castello Visconteo – Albizzate:** Le vicende relative al Castello di Albizzate, le sue modifiche e trasformazioni sono direttamente legate alla presenza della famiglia Visconti. Eletto feudo nel 1142, Albizzate restò loro possedimento sino alla fine del XVIII° secolo, con l'estinzione del ramo nobile e la confluenza della discendenza rispettivamente nelle famiglie Archinto e Taverna. La scarsità delle fonti documentarie e la complicità delle sovrapposizioni di elementi architettonici cronologicamente disomogenei non consentono di datare o di formulare alcuna ipotesi per collocare con precisione il periodo di costruzione del manufatto.



- **Minipalio Besnatese - Besnate:** Una delle principali attrattive di Besnate è il “Minipalio Besnatese”, una manifestazione folkloristica organizzata dall'Oratorio "San Giovanni Bosco", della durata di 7 giorni, tra l'ultima settimana di giugno e la prima di luglio. L'idea di riprendere l'usanza del Palio tra i Borghi Besnatesi ed è associato alla Festa patronale del martire Sant'Eugenio. Per una settimana il paese è simbolicamente diviso in 4 borghi:

- Il Borgo "Bisun"
- Il Borgo "Nord-Ovest"
- Il Borgo "Punt-Pedar"
- Il Borgo "Tre Ponti"

I giochi proposti vengono decisi dall'Organizzazione del Minipalio Besnatese e consistono in competizioni ludico-sportive dove occorrono non solo abilità fisiche, ma anche logiche e di squadra. In passato (1100-1600 d.C.) erano proposti giochi a carattere medioevale in segno di omaggio ai feudatari Visconti, di cui una parte risiedeva in Besnate, presso il Castellaccio e che con entusiasmo vi assistevano. Questo evento ha avuto una continua ascesa di spettatori, attirando da tutta la Provincia varesina e superando (dati approssimativi) i 1000 visitatori per serata.

Il territorio del DAT del Gallaratese è interessato da due parchi:

- **IL PARCO DELLA VALLE DEL BOIA**, si colloca entro i confini comunali di tre paesi: Besnate ad Ovest, Cavaria con Premezzo ad est e Jerago con Orago a Nord. Occupa circa 2 kmq e si colloca a cavallo tra la parte del territorio varesino considerato collina e la pianura. Per giungere al Parco: stazione ferroviaria di Cavaria a 1 km circa, oppure uscite autostrada Cavaria o Besnate. Il suo più interessante e intrigante biglietto da visita sta proprio nel curioso contrasto tra la sua denominazione e la variegata e rigogliosa natura del territorio fatto di boschi e prati, di sorgenti e paludi, di fontanili e stagni, di maestosi alberi e variopinti cespugli, di multiforme fauna e di gente laboriosa, di turretti castelli e artistiche chiese, di memoria storica e voglia di futuro. Passeggiando per i sentieri del Parco della Valle del Boia entriamo in contatto, spesso in modo inconsapevole con diversi ecosistemi che nel loro complesso caratterizzano il nostro piccolo "polmone verde". Il territorio del Parco è interessato da un buon numero di sentieri agevoli e facilmente praticabili sia a piedi che in mountain bike. Esistono due itinerari principali segnalati, uno denominato "Percorso vita", l'altro "Percorso Natura" che conducono nella parte principale del Parco. Il percorso vita ha una lunghezza approssimativa di 1 km; il tempo di percorrenza solo per escursione è di circa 15 min, altrimenti in base al tempo dedicato agli esercizi, attrezzatura: strutture per esercizi ginnici, area pic-nic, tavolini, barbecue, giochi per bimbi. E' segnalato con vernice gialla sui tronchi degli alberi, cartelli indicatori direzioni. Il percorso natura ha una lunghezza approssimativa di 3,5 km; il tempo di percorrenza solo per escursione e di circa 45 min. altrimenti in base al tempo dedicato agli esercizi, attrezzatura: strutture per esercizi ginnici.



- **IL PARCO DEL TICINO:** I comuni di Arsago Seprio , Besnate, Casorate e Gallarate fanno parte del Parco del Ticino, fiume che con il suo corso costituisce il confine naturale tra la Lombardia e il Piemonte. Il Parco del Ticino, primo parco regionale d'Italia, nasce nel 1974 per difendere il fiume e i suoi numerosi ambienti naturali dagli attacchi dell'industrializzazione e di urbanizzazione sempre più invasiva. Nel 2002 viene inserito nella Rete Mondiale delle Riserve della Biosfera, nell'ambito del programma MAB (Man and Biosphere) dell'UNESCO. Il Consorzio Parco della Valle del Ticino gestisce il Parco e governa il suo territorio, applicando un sistema di protezione differenziata alle aree naturali, agricole e urbane. Una scelta questa, fatta a suo tempo dal legislatore, per estendere la competenza in termini di tutela e valorizzazione non solo sull'ambiente, ma anche su aspetti paesaggistici, storici, archeologici, architettonici, agricoli presenti sul territorio, con un'opera di conservazione che avesse anche l'obiettivo di non frenare le attività compatibili, ma di generarle in un'ottica di compatibilità. L'obiettivo è conciliare le esigenze della protezione ambientale con quelle sociali ed economiche delle numerose comunità presenti nell'area, una delle più densamente popolate d'Italia. Una sfida difficile ma possibile, la cui parola d'ordine è "sviluppo sì, ma sostenibile". Il Parco è un'area ad elevata biodiversità, dove ad una grande variabilità di ambienti – corsi d'acqua, boschi, brughiere, zone umide, pianura agricola – corrisponde una mirabile varietà di habitat, all'interno dei quali trovano condizioni uniche per la loro sopravvivenza numerose specie di animali e vegetali. Il Parco offre moltissime occasioni per trascorrere giornate immersi nel verde e nella natura, praticando un turismo responsabile. Il "Parco del Ticino" si estende, lungo il fiume omonimo, su 2 Regioni: Piemonte e Lombardia. Il Parco del Ticino Lombardo, formato dall'intero territorio amministrativo dei 47 Comuni lombardi collocati lungo il tratto del fiume Ticino, ha una superficie di 91.410 ettari ed è compreso tra il lago Maggiore e il fiume Po, nelle province di Varese, Milano e Pavia. Il Territorio del Parco è governato attraverso un Piano Territoriale di Coordinamento (PTC), attraverso il quale l'intera area sottoposta a tutela viene indirizzata verso un modello di sviluppo ecocompatibile.



---

## L'OFFERTA RICETTIVA E DI RISTORAZIONE

---



- Il settore ricettivo e di accoglienza del DAT "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei" è particolarmente attento alle dinamiche del turismo diffuso e sostenibile, che privilegia strutture a carattere familiare rispetto a complessi maggiormente invasivi da un punto di vista strutturale e visivo.
- Oltre il 70% delle strutture ricettive si concentra all'interno di due comuni: Gallarate (16 strutture) e Casorate Sempione (10 strutture).
- I comuni di Cavaria con Premezzo e Oggiona con Santo Stefano non presentano alcuna struttura,

Comune	TOTALE esercizi ricettivi	esercizi alberghieri	esercizi extra-alberghieri
Albizzate	1	1	-
Arsago Seprio	1	-	1
Besnate	1	-	1
Carnago	1	1	-
Casorate Sempione	10	2	8
Cassano Magnago	1	1	-
Cavaria con Premezzo	-	-	-
Gallarate	16	4	12
Jerago con Orago	1	-	1
Oggiona con Santo Stefano	-	-	-
Solbiate Arno	1	-	1
Sumirago	3	-	3
<b>TOTALE</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>27</b>

- Le tipologie di offerta prevalenti sono i B&B che rappresentano poco più del 50% delle strutture ricettive e offrono (soprattutto alle famiglie e ai giovani) un'alternativa low cost all'*accomodation* tradizionale
- Le strutture alberghiere rappresentano il 25% dell'offerta e offrono una scelta abbastanza trasversale al turista sono presenti infatti alberghi a tre stelle (fascia media di offerta) alberghi a 4 stelle (fascia medio-alta di offerta) e alberghi a 1 stella (fascia bassa di offerta).
- L'offerta ricettiva si focalizza lungo due direttrici: un servizio di appoggio logistico per l'aeroporto di Malpensa (che ha sviluppato la strutture ricettive alberghiere) e un servizio di pernottamento low cost per i turisti che si possono inserire "nella figura di" escursionisti motivati e motivabili principalmente da due elementi d'offerta: natura e cultura.

Comune	esercizi alberghieri	ESERCIZI ALBERGHIERI					RTA
		5 STELLE	4 STELLE	3 STELLE	2 STELLE	1 STELLA	
Albizzate	1	-	-	-	-	1	-
Arsago Seprio	-	-	-	-	-	-	-
Besnate	-	-	-	-	-	-	-
Carnago	1	-	1	-	-	-	-
Casorate Sempione	2	-	-	2	-	-	-
Cassano Magnago	1	-	-	1	-	-	-
Cavaria con Premezzo	-	-	-	-	-	-	-
Gallarate	4	-	1	2	-	1	-
Jerago con Orago	-	-	-	-	-	-	-
Oggiona con Santo Stefano	-	-	-	-	-	-	-
Solbiate Arno	-	-	-	-	-	-	-
Sumirago	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>

Comune	esercizi extra-alberghieri	ESERCIZI EXTRA ALBERGHIERI			
		Affitta camere	Agriturismi	Case per ferie	B&B
Albizzate	-	-	-	-	-
Arsago Seprio	1	-	1	-	-
Besnate	1	-	-	-	1
Carnago	-	-	-	-	-
Casorate Sempione	8	1	-	-	7
Cassano Magnago	-	-	-	-	-
Cavaria con Premezzo	-	-	-	-	-
Gallarate	12	3	-	1	8
Jerago con Orago	1	-	-	-	1
Oggiona con Santo Stefano	-	-	-	-	-
Solbiate Arno	1	1	-	-	-
Sumirago	3	-	1	-	2
<b>TOTALE</b>	<b>27</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>19</b>

- Il DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” presenta una buona offerta di ristorazione grazie alla presenza di 572 pubblici esercizi di cui 185 ristoranti in grado di soddisfare i flussi turistici del territorio.
- Nell’offerta di ristorazione è presente un’eccellenza: **Osteria della Pista, Casorate Sempione è infatti un esercizio STORICO**

COMUNE	RISTORANTI	TAKE AWAY	BAR	TOTALE
Albizzate	6	2	7	15
Arsago Seprio	6	1	7	14
Besnate	5	2	12	19
Carnago	8	2	8	18
Casorate Sempione	3	5	11	19
Cassano Magnago	17	10	33	60
Cavaria con Premezzo	4	5	12	21
Gallarate	113	45	186	344
Jerago con Orago	5	3	6	14
Oggiona con Santo Stefano	7	2	8	17
Solbiate Arno	3	4	6	13
Sumiago	8	1	9	18
<b>TOTALE</b>	<b>185</b>	<b>82</b>	<b>305</b>	<b>572</b>

Fonte: Elaborazioni TradeLab su fonti varie

---

## L'ATTRATTIVITÀ COMMERCIALE E PRODUTTIVA

---



● Tra gli esercizi commerciali di vicinato è importante segnalare la presenza di **4 NEGOZI STORICI**, riconosciuti come tali da Regione Lombardia grazie agli oltre cinquant'anni di attività:

- Cristina di Finato Maria Antonietta - Cappelli e accessori, Gallarate
- Velati – Ottica, Gallarate
- Farmacia Daho' di Minoli, Gallarate
- Cristalleria Bosco di Adriana Bosco, Gallarate



● A questi si aggiunge anche il **MERCATO STORICO** di Gallarate che si tiene dal 1542 ogni sabato dalle 7:30 alle 19:30 in via Torino.

- Il 95% della rete commerciale del Distretto è composta da esercizi di vicinato che rappresentano il 47% della superficie totale di vendita.
- Negli ultimi anni si è assistito ad una sostanziale stabilità in termini di numerica della rete commerciale (-0,2%) che è riflesso della sostanziale stabilità della rete di vicinato e delle grandi strutture. Si è invece assistito ad una riduzione dell'8,3% delle medie strutture (9 unità)
- Il commercio di vicinato continua a svolgere un ruolo rilevante di prossimità per la popolazione residente, ma può essere valorizzato anche a supporto della domanda turistica.

Aree	Anno 2009				Anno 2013				trend 2009-2013			
	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv
Esercizi di Vicinato	312	1.267	216	1.795	309	1.247	244	1.800	-1,0%	-1,6%	13,0%	0,3%
Medie superfici	5	77	27	109	7	66	27	100	40,0%	-14,3%	0,0%	-8,3%
Grandi superfici	-	3	7	10	-	3	7	10	-	0,0%	0,0%	0,0%
<b>TOTALE</b>	<b>317</b>	<b>1.347</b>	<b>250</b>	<b>1.914</b>	<b>316</b>	<b>1.316</b>	<b>278</b>	<b>1.910</b>	<b>-0,3%</b>	<b>-2,3%</b>	<b>11,2%</b>	<b>-0,2%</b>

- La superficie complessiva di vendita si è contratta del 2,7%. Tale riduzione è conseguenza diretta delle chiusure di 9 unità di medie dimensioni e da un ridimensionamento, ove possibile, del tagli dimensionale degli esercizi commerciali

Aree	Anno 2009			Anno 2013			trend 2009-2013		
	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE
Esercizi di Vicinato	20.490	98.029	118.519	20.505	96.226	116.731	0,1%	-1,8%	-1,5%
Medie superfici	18.994	61.813	80.807	19.367	56.369	75.736	2,0%	-8,8%	-6,3%
Grandi superfici	20.162	36.544	56.706	20.162	36.544	56.706	0,0%	0,0%	0,0%
<b>TOTALE</b>	<b>59.646</b>	<b>196.386</b>	<b>256.032</b>	<b>60.034</b>	<b>189.139</b>	<b>249.173</b>	<b>0,7%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>-2,7%</b>

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

# L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - RETE TRADIZIONALE – IL NUMERO DI PUNTI DI VENDITA

- La rete commerciale tradizionale del Distretto dell'attrattività Turistica complessivamente non ha subito variazioni nel corso degli ultimi anni. La rete è infatti incrementata di 5 punti di vendita pari allo 0,3%.
- Situazioni differenti si hanno invece a livello di singolo comune. In particolare i comuni di Arsago Seprio (-44%), Carnago (-23%) e Albizzate (-17%) hanno visto un'importate razionalizzazione della rete di vicinato.
- L'indice di densità commerciale del DAT nel 2013 è pari a 14,2 esercizi di vicinato ogni 1.000 abitanti. Nel territorio del DAT sono quindi presenti mediamente **2,4 esercizi ogni 1.000 abitanti in più** rispetto alla media Regionale (11,8 punti di vendita ogni 1.000 abitanti)

Aree	Anno 2009				Anno 2013				trend 2009-2013			
	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimentari	N. pdv Non Alimentari	N. pdv Misti	TOTALE pdv
TOTALE DAT	312	1.267	216	1.795	309	1.247	244	1.800	-1,0%	-1,6%	13,0%	0,3%
ALBIZZATE	11	23	0	34	10	18	0	28	-9,1%	-21,7%	-	-17,6%
ARSAGO SEPRIO	9	31	3	43	2	19	3	24	-77,8%	-38,7%	0,0%	-44,2%
BESNATE	9	39	0	48	7	40	0	47	-22,2%	2,6%	-	-2,1%
CARNAGO	12	30	1	43	14	19	0	33	16,7%	-36,7%	-100,0%	-23,3%
CASORATE SEMPIONE	24	37	1	62	25	35	1	61	4,2%	-5,4%	0,0%	-1,6%
CASSANO MAGNAGO	75	237	19	331	73	238	19	330	-2,7%	0,4%	0,0%	-0,3%
CAVARIA CON PREMEZZO	10	29	2	41	10	31	3	44	0,0%	6,9%	50,0%	7,3%
GALLARATE	134	761	184	1.079	142	766	210	1.118	6,0%	0,7%	14,1%	3,6%
JERAGO CON ORAGO	9	29	0	38	9	32	0	41	0,0%	10,3%	-	7,9%
OGGIONA CON SANTO STEFANO	5	9	0	14	3	10	3	16	-40,0%	11,1%	-	14,3%
SOLBIATE ARNO	6	32	4	42	6	33	4	43	0,0%	3,1%	0,0%	2,4%
SUMIRAGO	8	10	2	20	8	6	1	15	0,0%	-40,0%	-50,0%	-25,0%

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

# L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - RETE TRADIZIONALE – LA SUPERFICIE DI VENDITA

- La rete commerciale tradizionale del Distretto dell'Attrattività Turistica ha ridotto leggermente (-1,5%) la propria superficie di vendita nel corso degli ultimi anni passando da 118.519 mq a 116.731.
- Le riduzioni più importanti si hanno nei comuni di Arsago Seprio (-45%), Carnago (-27%) e Albizzate (-15%) dovute alla forte contrazione dell'offerta vista nella tabella precedente.
- La dimensione media degli esercizi di vicinato passa da 66,0 mq a 64,9 mq

Aree	Anno 2009			Anno 2013			trend 2009-2013		
	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimentari	MQ di vendita NON Alimentari	MQ di vendita TOTALE
<b>TOTALE DAT</b>	20.490	98.029	118.519	20.505	96.226	116.731	0,1%	-1,8%	-1,5%
ALBIZZATE	599	970	1.569	489	842	1.331	-18,4%	-13,2%	-15,2%
ARSAGO SEPRIO	367	2.965	3.332	150	1.669	1.819	-59,1%	-43,7%	-45,4%
BESNATE	418	2.200	2.618	320	2.181	2.501	-23,4%	-0,9%	-4,5%
CARNAGO	619	1.634	2.252	540	1.105	1.645	-12,7%	-32,4%	-27,0%
CASORATE SEMPIONE	1.303	2.569	3.871	1.362	2.763	4.124	4,5%	7,6%	6,5%
CASSANO MAGNAGO	6.458	23.223	29.681	6.415	23.274	29.689	-0,7%	0,2%	0,0%
CAVARIA CON PREMEZZO	328	1.768	2.095	482	1.871	2.352	47,0%	5,8%	12,3%
GALLARATE	8.792	57.179	65.970	9.202	57.072	66.273	4,7%	-0,2%	0,5%
JERAGO CON ORAGO	350	2.642	2.992	350	2.685	3.035	0,0%	1,6%	1,4%
OGGIONA CON SANTO STEFANO	312	362	674	312	382	694	0,0%	5,5%	3,0%
SOLBIATE ARNO	514	1.852	2.365	475	1.929	2.403	-7,6%	4,2%	1,6%
SUMIRAGO	433	668	1.100	410	455	865	-5,2%	-31,8%	-21,4%

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

# L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - MEDIE STRUTTURE – IL NUMERO DI PUNTI DI VENDITA

- La rete commerciale di medie dimensioni del Distretto dell'attrattività Turistica si riduce in termini numerici di 9 unità (-8,3%) nel corso degli ultimi anni.
- Situazioni differenti si hanno invece a livello di singolo comune. Si passa da situazioni di forte incremento come ad esempio nel comune di Jerago con Orago (da 1 media struttura nel 2009 a 5 nel 2013) a scenari di forte contrazione come Cavaria con Premezzo (da 7 medie strutture nel 2009 a 3 nel 2013) Carnago e Solbiate Arno

Aree	Anno 2009				Anno 2013				trend 2009-2013			
	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv
<b>TOTALE DAT</b>	5	77	27	109	7	66	27	100	40,0%	-14,3%	0,0%	-8,3%
ALBIZZATE	0	3	2	5	0	3	2	5	-	0,0%	0,0%	0,0%
ARSAGO SEPRIO	0	1	2	3	0	1	2	3	-	0,0%	0,0%	0,0%
BESNATE	0	4	1	5	0	4	1	5	-	0,0%	0,0%	0,0%
CARNAGO	0	2	0	2	0	1	0	1	-	-50,0%	-	-50,0%
CASORATE SEMPIONE	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-
CASSANO MAGNAGO	0	16	4	20	0	14	4	18	-	-12,5%	0,0%	-10,0%
CAVARIA CON PREMEZZO	0	4	3	7	0	1	2	3	-	-75,0%	-33,3%	-57,1%
GALLARATE	4	46	13	63	4	39	14	57	0,0%	-15,2%	7,7%	-9,5%
JERAGO CON ORAGO	1	0	0	1	3	2	0	5	200,0%	-	-	400,0%
OGGIONA CON SANTO STEFANO	0	0	1	1	0	0	2	2	-	-	100,0%	100,0%
SOLBIATE ARNO	0	1	1	2	0	1	0	1	-	0,0%	-100,0%	-50,0%
SUMIRAGO	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

## L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - MEDIE STRUTTURE – LA SUPERFICIE DI VENDITA

- La rete di medie dimensioni del Distretto dell'Attrattività Turistica ha ridotto del 6,3% la propria superficie di vendita nel corso degli ultimi anni passando da 80.807 mq a 75.736 mq nel 2013.
- Le riduzioni più importanti si hanno nei comuni di Carnago (-88%), Solbiate Arno (-51%) e Cavaria con Premezzo (-46%) dovute alla forte contrazione dell'offerta vista nella tabella precedente.
- L'indice di dotazione commerciale del DAT nel 2013 è pari a 599 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti (nel 2009 erano 648 mq). Nel territorio del DAT sono quindi presenti mediamente **58 mq di vendita ogni 1.000 abitanti in più** rispetto alla media Regionale (541 mq ogni 1.000 abitanti)
- La dimensione media delle medie strutture passa da 741 mq a 757 mq

Aree	Anno 2009			Anno 2013			trend 2009-2013		
	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE
<b>TOTALE DAT</b>	<b>18.994</b>	<b>61.813</b>	<b>80.807</b>	<b>19.367</b>	<b>56.369</b>	<b>75.736</b>	<b>2,0%</b>	<b>-8,8%</b>	<b>-6,3%</b>
ALBIZZATE	848	1.611	2.459	888	1.692	2.580	4,7%	5,0%	4,9%
ARSAGO SEPRIO	789	855	1.644	789	665	1.454	0,0%	-22,2%	-11,6%
BESNATE	229	1.560	1.789	229	2.559	2.788	0,0%	64,0%	55,8%
CARNAGO	0	1.478	1.478	0	178	178	-	-88,0%	-88,0%
CASORATE SEMPIONE	0	0	0	0	0	0	-	-	-
CASSANO MAGNAGO	2.438	8.640	11.078	2.438	7.890	10.328	0,0%	-8,7%	-6,8%
CAVARIA CON PREMEZZO	1.402	1.717	3.119	1.010	678	1.688	-28,0%	-60,5%	-45,9%
GALLARATE	10.625	45.066	55.691	9.975	40.243	50.218	-6,1%	-10,7%	-9,8%
JERAGO CON ORAGO	1.473	0	1.473	2.730	1.474	4.204	85,3%	-	185,4%
OGGIONA CON SANTO STEFANO	870	418	1.288	1.308	602	1.910	50,3%	44,0%	48,3%
SOLBIATE ARNO	320	468	788	0	388	388	-100,0%	-17,1%	-50,8%
SUMIRAGO	0	0	0	0	0	0	-	-	-

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

# L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - GRANDI STRUTTURE – IL NUMERO DI PUNTI DI VENDITA

- La rete commerciale di grandi dimensioni del Distretto dell'attrattività Turistica rimane invariata nel corso degli ultimi anni (10 grandi strutture)
- Solamente due comuni presentano grandi strutture di vendita all'interno del proprio territorio: Gallarate e Solbiate Arno.
- Cinque delle dieci grandi superfici sono in forma di centro commerciale

Aree	Anno 2009				Anno 2013				trend 2009-2013			
	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv	N. pdv Alimenta ri	N. pdv Non Alimenta ri	N. pdv Misti	TOTALE pdv
<b>TOTALE DAT</b>	-	3	7	10	-	3	7	10	-	0,0%	0,0%	0,0%
ALBIZZATE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARSAGO SEPRIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BESNATE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CARNAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CASORATE SEMPIONE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CASSANO MAGNAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAVARIA CON PREMEZZO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GALLARATE	-	2	6	8	-	2	6	8	-	0,0%	0,0%	0,0%
JERAGO CON ORAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OGGIONA CON SANTO STEFANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SOLBIATE ARNO	-	1	1	2	-	1	1	2	-	0,0%	0,0%	0,0%
SUMIRAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

# L'OFFERTA DI SERVIZI COMMERCIALI - GRANDI STRUTTURE – LA SUPERFICIE DI VENDITA

- La rete di grandi dimensioni del Distretto dell'Attrattività Turistica è rimasta invariata anche sotto il profilo dimensionale nel corso degli ultimi anni (56.706 mq)
- L'indice di dotazione commerciale del DAT nel 2013 è pari a 449 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti. Nel territorio del DAT sono quindi presenti mediamente **46 mq di vendita ogni 1.000 abitanti in più** rispetto alla media Regionale (406 mq ogni 1.000 abitanti)
- La dimensione media delle grandi strutture di vendita è pari a 5.670 mq

Aree	Anno 2009			Anno 2013			trend 2009-2013		
	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE	MQ di vendita Alimenta ri	MQ di vendita NON Alimenta ri	MQ di vendita TOTALE
<b>TOTALE DAT</b>	20.162	36.544	56.706	20.162	36.544	56.706	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
ALBIZZATE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARSAGO SEPRIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BESNATE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CARNAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CASORATE SEMPIONE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CASSANO MAGNAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAVARIA CON PREMEZZO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GALLARATE	18.212	24.654	42.866	18.212	24.654	42.866	0,0%	0,0%	0,0%
JERAGO CON ORAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OGGIONA CON SANTO STEFANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SOLBIATE ARNO	1.950	11.890	13.840	1.950	11.890	13.840	0,0%	0,0%	0,0%
SUMIRAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborazioni TradeLab su dati Osservatorio del Commercio

## ECCELLENZE ALIMENTARI: I PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI DI REGIONE LOMBARDIA PRESENTI NEL DAT:

- Gli **AMARETTI DI GALLARATE**, in realtà il loro nome è “Furlandoni”. L’origine di questo prodotto infatti, s’intreccia tra storia e leggenda. All’inizio del Novecento un certo Furlandoni, gestore di un negozio di pasticceria in Via Mazzini, avrebbe preparato durante la serata gli amaretti e lasciati a riposare per la notte, ma un gatto ci passò sopra con le zampine, rompendo i biscotti. Al risveglio il Furlandoni colto di sorpresa voleva rifare l’impasto, mentre la moglie gli consigliò di vendere gli amaretti così come gli aveva trovati. Così nacquero i famosi “Furlandoni”. De.Co.: 17 Ottobre 2005. Il prodotto è un amaretto a forma di guscio di colore leggermente dorato con superficie irregolare, schiacciato al centro e cosparso di zucchero a velo, fragrante all’esterno e morbido all’interno dal retrogusto amarognolo e dal profumo delicato. La grandezza corrisponde a quella di un guscio 1,5 cm di diametro.
- **BRUTTI MA BUONI DI GALLARATE**, Biscotti tipici della provincia di Varese, sono dolcetti preparati con nocciole, mandorle, albume d’uovo, zucchero a velo e zucchero in grani. I Brutti e buoni sono tipici di Gavirate e **Gallarate**, in provincia di Varese.



---

## ANALISI STRATEGICA DEL DAT

---



---

## LA SWOT ANALYSIS

---



# LA SWOT ANALYSIS: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	COMPITI DEL DAT
PATRIMONIO STORICO, ARTISTICO E CULTURALE	Risorse storiche, artistiche, culturali e naturalistiche diffuse su tutto il territorio. Per la componente storica sono da ricordare i Castelli Viscontei e i musei Archeologici. Per la parte artistica sicuramente il MAGA di Gallarate è un forte attrattore.	Sistema di offerta di ricezione turistica attualmente concentrato in pochi comuni Scarsa visibilità delle singole risorse artistiche	Qualificazione e valorizzazione dell'offerta turistica Coordinamento dell'offerta e sua promozione come una rete integrata di eccellenze (itinerari ed eventi).
MOBILITÀ INTERNA	La rete di viabilità e ferroviaria garantisce buoni collegamenti tra i Comuni	Servizi pubblici di trasporto interno al DAT Ancora ridotta la rete di piste ciclopedonali soprattutto di interconnessione tra i comuni Mancanza di un collegamento ferroviario diretto con Rho Fiera-EXPO	Lavorare in sinergia tra comuni per cogliere opportunità di sviluppo di servizi interni al territorio del DAT
LOCALIZZAZIONE E ACCESSIBILITÀ	Prossimità con l'area milanese e con area Expo Ottima rete autostradale di collegamento con Rho Fiera e la domanda esterna (Milano, Varese, Svizzera, Francia, centro Europa) Vicinanza Aeroporto di Malpensa e collegamento con la domanda internazionale	Mancanza di una linea ferroviaria diretta con Malpensa (attualmente lo snodo ferroviario è a Busto Arsizio) e con Rho Fiera-Expo	Realizzare servizi in comune di trasporto da e verso Rho-Expo e Malpensa
OFFERTA COMMERCIALE (ALIMENTARE E NON ALIMENTARE)	Completezza, varietà e diffusione dell'offerta sia dal punto di vista dei format (di medio piccole dimensioni) sia da quello merceologico Storicità e tradizione dell'offerta	Presenza di un solo forte polo di attrazione commerciale (Centro storico di Gallarate)	Realizzare sinergie ed economie di scala a livello promozionale (anche attraverso l'uso di tecnologie digitali) integrando l'offerta commerciale e turistica

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

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	COMPITI DEL DISTRETTO
OFFERTA DI PUBBLICI ESERCIZI	Offerta ampia e diversificata, tarata sulle esigenze della clientela turistica Esistono alcuni casi di eccellenza nel territorio	Carente l'immagine (e in certa misura la stessa consistenza) di offerta di alta gamma (eccellenza gastronomica – ristoranti stellati)	Sviluppo di sinergie tra attività commerciali, ricettive e di ristorazione e il settore agricolo per la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche tipiche locali
PRODUZIONI LOCALI DI ECCELLENZA	Due riconosciute eccellenze enogastronomiche	Ridotto numero di prodotti tipici riconosciuti Immagine debole in termini di eccellenza gastronomica	
OFFERTA RICETTIVA	Nascita di numerosi Bed and Breakfast per offerte ricettive più economiche	Poco strutturata l'offerta alberghiera Offerta concentrata in due comuni Prevalenza di strutture impersonali (non sono sfruttate le dimore storiche)	
SERVIZI DI ACCOGLIENZA TURISTICA		Scarsamente sviluppati	Qualificare e migliorare la funzione e i servizi di accoglienza turistica (anche utilizzando la tecnologia)
MANIFESTAZIONI ED EVENTI	Presenza di numerosi eventi e manifestazioni	Scarsa conoscenza al di fuori del territorio o addirittura dei singoli comuni	Azioni di promozione e comunicazione coordinate Animazione del territorio e promozione di itinerari turistici
GOVERNANCE	Esperienza dei DUC e del DID	Governo del turismo fino ad oggi sotto tono Gestione poco sistemica dell'offerta	Coordinamento tra gli operatori del settore di tutto il territorio
CULTURA LOCALE	Forte cultura del lavoro	La cultura storica della popolazione è prevalentemente industriale e ciò non favorisce l'apertura verso un maggiore sviluppo turistico	Sviluppare cultura del servizio e dell'accoglienza Sviluppare sinergie tra pubblico e privato

# LA SWOT ANALYSIS: MINACCE E OPPORTUNITÀ

	OPPORTUNITÀ	MINACCE	COMPITI DEL DISTRETTO
SITUAZIONE ECONOMICA	Solidità patrimoniale diffusa Capacità di resistenza delle imprese	Congiuntura economica generale negativa erode la capacità di investimento (e la propensione)	Sviluppare soluzioni sinergiche ed accessibili a un tessuto imprenditoriale frammentato per la promozione dell'offerta e l'incremento dell'attrattività turistica e commerciale
EVOLUZIONE DELLA DOMANDA	Riscoperta dei borghi e della storia e delle tradizioni Domanda green e di turismo attivo (sport) Ritorno della prossimità per la domanda interna (Aree centrali come "piazze-salotti" per la dimensione relazionale ed esperienziale dello shopping) Ritorno della domanda ai valori della tipicità Presenza di numerosi segmenti di clientela potenziale	Competizione allargata sul territorio Regionale e internazionale  Possibile riduzione del ruolo di Malpensa nel sistema di connessione internazionale	Promozione e incremento dell'attrattività turistica e commerciale Animazione del territorio e promozione di itinerari turistici Valorizzazione produzioni enogastronomiche tipiche locali, delle caratteristiche e delle tradizioni dei territori
INTERVENTI STRUTTURALI E INFRASTRUTTURALI	Realizzazione della Pedemontana Realizzazione linea ferroviaria Malpensa Gallarate		
AEROPORTO MALPENSA	Far conoscere ai passeggeri di Malpensa l'offerta del territorio, individuando anche modalità sostenibili per veicolare i turisti (Sviluppo di servizi e supporti web e tecnologici, eventi di promozione e commercializzazione dell'offerta, pacchetti turistici)	Involuzione dello sviluppo aeroportuale	Ricerca e definizione di strumenti, modalità e mezzi per una strategia articolata e complessa di incoming e gestione dei flussi turistici incidenti sullo scalo di Malpensa

- Nel complesso il DAT presenta un “saldo positivo” tra minacce e opportunità.
- Allo stesso tempo però il DAT attualmente non presenta, rispetto ai potenziali competitor a livello regionale, ma soprattutto nazionale e internazionale, elementi di forza particolarmente riconosciuti.
- La debolezza, prima ancora che strutturale, è di immagine e cultura.
- Ciò significa che per cogliere le opportunità permanenti (per esempio Malpensa) e quelle temporanee (per esempio EXPO) è innanzitutto necessario
  - Valorizzare e promuovere l'offerta esistente
  - Sviluppare / potenziare la cultura dell'accoglienza
  - Promuovere l'innovazione dei servizi
  - Investire nella qualificazione del territorio, nella sue diverse componenti (naturalistica, urbana)

---

## IL MODELLO STRATEGICO DEL DAT

---







# IL POSIZIONAMENTO DEL DAT NEL QUADRO DI RIFERIMENTO DELLA REGIONE LOMBARDIA

- Al fine di rappresentare il posizionamento del DAT è stato utilizzato il modello “Attrattività-Competitività” di Regione Lombardia, rappresentato nelle mappe della pagina successiva.
- Per quanto riguarda la dimensione “attrattività”, essa è una variabile “esogena” al DAT, essendo la misura di quanto i diversi segmenti di domanda sono attrattivi (per dimensioni e altre caratteristiche) per la Lombardia, così come per il DAT. Di conseguenza le valutazioni di Regione Lombardia non sono state ovviamente modificate.
- Viceversa, la “competitività” è una variabile direttamente e specificamente riferita al DAT.
- Per misurare tale variabile, è stata realizzata un’analisi qualitativa con i partner del progetto.
- Rispetto alla mappa di Regione Lombardia, quindi, i diversi target di domanda si sono “mossi” in senso orizzontale.
- Il risultato mostra molte aree di coerenza con il posizionamento generale della Regione e alcune specificità già emerse in fase di “visioning”.
- In particolare assume tra gli obiettivi di posizionamento del DAT una rilevanza maggiore il target “Business, congressi e incentive”, mentre “perdono centralità” i target “Arte e cultura” , “Enogastronomia e food experience” e “Fashion, design e shopping”.

# GLI OBIETTIVI DI POSIZIONAMENTO DEL DAT NEL QUADRO DI RIFERIMENTO DI REGIONE LOMBARDIA

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



**REGIONE LOMBARDIA**

Fonte: Documento di programmazione turistica regionale

**DAT  
GALLARATE – CASSANO  
– CASTELLI VISCONTEI**

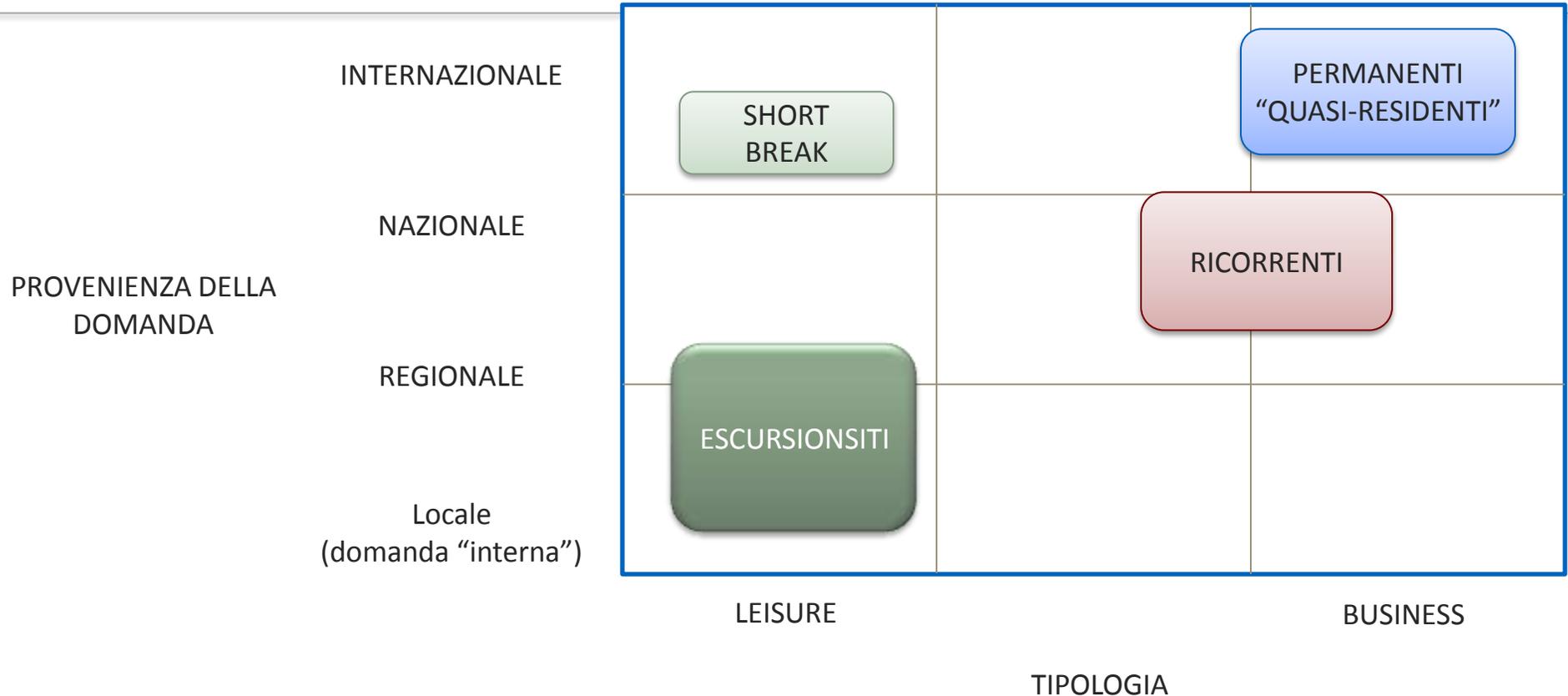


ATTRATTIVITÀ	da 2.5 a 3		• ARTE E CULTURA	
	da 2 a 2.5	•FASHION, DESIGN, ARTIGIANATO E SHOPPING •MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	• ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE • SPORT E TURISMO ATTIVO	• NATURA E GREEN • BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE
	da 1 a 2	•TERME E BENESSERE •TURISMO RELIGIOSO		
		da 1 a 2	da 2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



- Le **LINEE STRATEGICHE GENERALI** che il DAT intende seguire sono riassumibili nelle seguenti proposizioni:
  - Valorizzare le risorse del territorio in una logica di conservazione e miglioramento qualitativo
  - Favorire l'incremento dell'offerta di ospitalità privilegiando operazioni di ristrutturazione e riconversione ed evitando "consumo di territorio", in particolare di "territorio verde"
  - Coinvolgere e valorizzare le competenze e le capacità locali
  - Favorire il dialogo e la cooperazione fattiva tra i settori pubblico e privato
  - Incentivare il raggiungimento di economie di scala e di centralizzazione attraverso soluzioni di rete tra imprese, anche di settori diversi
  - Promuovere il DAT come "prodotto integrato" aumentandone visibilità e riconoscibilità
- Per quanto riguarda la tipologia di visita rispetto ai target elettivi selezionati si possono individuare diversi tipi di prodotto in relazione alla durata e al tipo di permanenza attesa nel territorio
  - "Turismo giornaliero" / Escursionisti
  - "Short break" (1-2 giorni)
  - "Ricorrenti" (visitatori che utilizzano i servizi del territorio periodicamente, per esempio per esigenze di lavoro)
  - "Permanenti" / "Quasi residenti" (persone che frequentano il territorio per periodi prolungati per esigenze di lavoro – eventualmente a supporto dei padiglioni Expo)

## LA SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA



- Come emerge dalla rappresentazione grafica, il DAT oggi e anche in prospettiva difficilmente potrà incontrare la domanda turistica nazionale o internazionale per permanenze settimanali, sia di natura leisure, sia di natura business.
- Tale segmento perciò è assente dalla pianificazione strategica e operativa del DAT
- Inoltre si evidenzia una forte polarizzazione tra domanda leisure di tipo giornaliero e domanda business con permanenze più lunghe.

# LE LINEE STRATEGICHE GENERALI DI SVILUPPO DEL DAT: LA MATRICE PRODOTTO-MERCATO PER IL DAT

## SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA

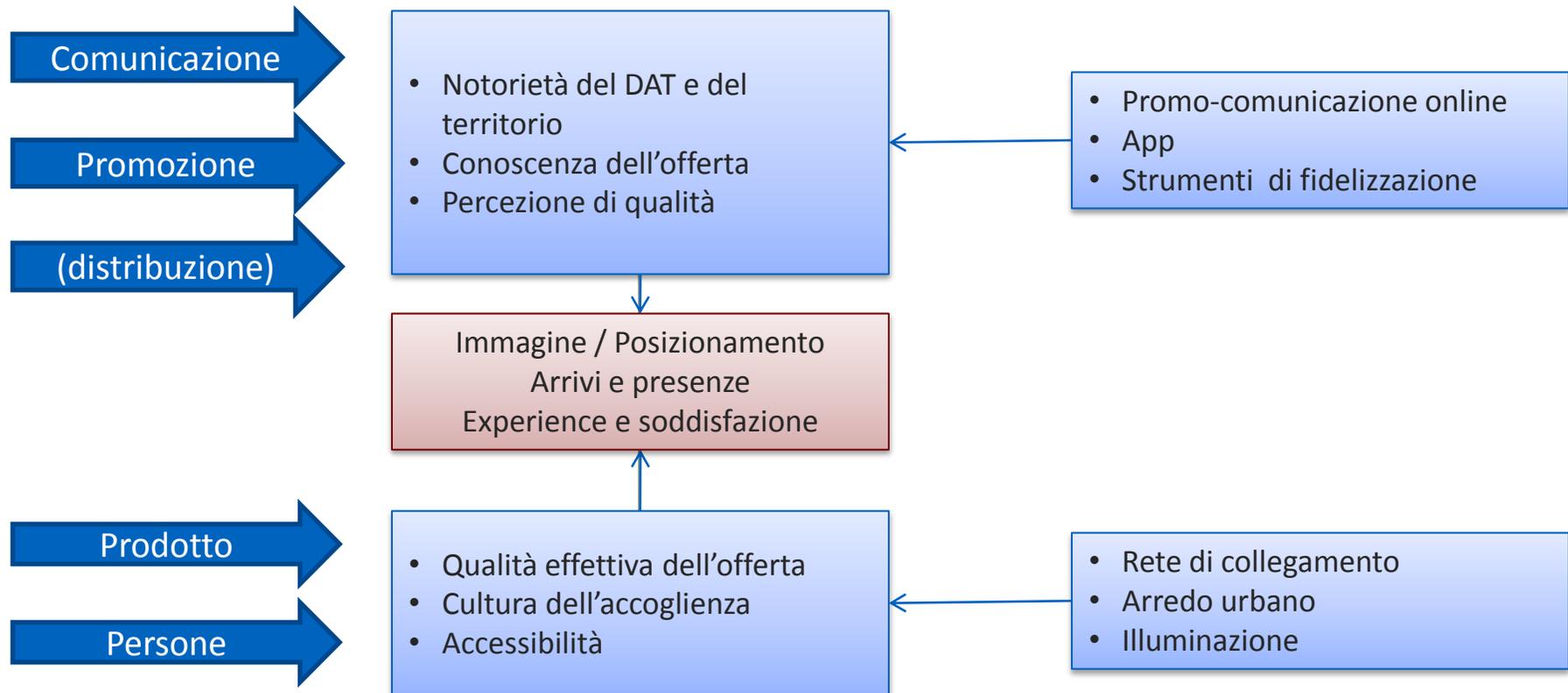
	GIORNALIERO	SHORT BREAK	SETTIMANALI	RICORRENTI	PERMANENTI
4. BUSINESS, CONGRESSI E INCENTIVE					
6. NATURA E GREEN					
1. ARTE & CULTURA					
2. ENOGASTRONOMIA & FOOD EXPERIENCE					
7. SPORT E TURISMO ATTIVO					
5. MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO					

MACROTEMI

- La polarizzazione evidenziata si riflette nelle tipologie di domanda sui diversi macrotemi evidenziando come il sistema d'offerta turistica del DAT deve lavorare, sia pure con intensità diverse, trasversalmente ai diversi bisogni serviti.

# OBIETTIVI DI POSIZIONAMENTO E LEVE D'AZIONE

- Il posizionamento peculiare del DAT si può riassumere nello slogan **"BEST PLACE TO LIVE AND WORK"**
- Tale slogan eredita dal territorio la cultura del lavoro, ma anche la ricerca dell'equilibrio tra natura e sviluppo industriale ed economico e l'aspirazione a un ambiente intellettuale e stimolante
- **"Tutti i benefici della città senza lo stress della metropoli – Tutti benefici della natura a un passo dalla città"**.
- Perché tale posizionamento non rimanga un puro obiettivo, è necessario sviluppare un piano di azioni.



## IL VALORE SINERGICO DEL PROGETTO IN FUNZIONE DI EXPO 2015

- A differenza di altre situazioni territoriali lombarde, il DAT "Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei" non si propone solamente di sfruttare l'opportunità generata dalla Esposizione Universale del 2015 manifestazione, ma vuole anche essere un elemento di supporto alla manifestazione stessa
- La collocazione geografica, la posizione strategica di nodo viario regionale, nazionale e internazionale e la prossimità all'aeroporto internazionale di Malpensa fanno del Dat un "portale" d'accesso a EXPO.
- Inoltre il DAT, oltre a potere essere esplorato dai visitatori della fiera, può garantire situazioni eccellenti di residenza "quasi-permanente" agli operatori internazionali della manifestazione e ai loro ospiti.
- Naturalmente EXPO rappresenta un'occasione imperdibile per stimolare la crescita qualitativa dell'offerta enogastronomica del territorio a partire dalle eccellenze presenti, ma spesso troppo poco conosciute, del DAT.



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

- Come è stato evidenziato nel corso della trattazione, il programma di intervento del DAT, oltre a mostrare un'elevata coerenza con gli obiettivi di **POSIZIONAMENTO STRATEGICO DI REGIONE LOMBARDIA PER IL TURISMO IN VISTA DI EXPO**, risulta coerente anche con altri strumenti di programmazione regionale in tema di commercio, come con le «**NUOVE LINEE PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE DEL SETTORE COMMERCIALE** (D.C.R. 12 novembre 2013 – n. X/187)» di cui si è fatto proprio la linea relativa al supporto alla competitività e all'attrattività del sistema territoriale di acquisto, di offerta commerciale e di fruizione di servizi, a partire dalla ricerca e dalla valorizzazione delle vocazioni di ciascun territorio e dalla loro messa in rete a favore di una capacità di offerta più integrata e articolata per filiere tematiche e per fasce di utenza.
- La strategia del DAT e gli obiettivi che intende perseguire raccolgono il lavoro fatto nel più ampio disegno del Sistema Turistico locale “Varese Land of Tourism” espresso nel **PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO** del 2012.
- Rafforzare il peso della “destinazione turistica Varese” sui mercati turistici nazionali e internazionali, nel pieno rispetto dei vincoli “naturali” e infrastrutturali alla capacità di accoglienza, al fine di:
  - Incrementare i flussi di turisti in entrata coerentemente con la “capacità di accoglienza” del territorio,
  - Prolungare la permanenza media del turista. È ragionevole ipotizzare il passaggio dalle attuali notti di permanenza media
  - Favorire lo sviluppo di forme di turismo sostenibile.

---

## IL PROGRAMMA DI INTERVENTO

---



- In coerenza con la classificazione richiesta da Regione Lombardia nel Bando, le tipologie di intervento nelle quali si declina il Programma di Intervento sono:
  1. Misure di incentivazione degli esercizi commerciali e turistici
  2. Interventi per la promozione e l'accoglienza
  3. Sviluppo e qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale
- Dopo aver descritto gli interventi relativi alle tre aree sopra definite si passerà alla quantificazione, coerentemente con quanto prescritto nel Bando, delle risorse che le Amministrazioni comunali del DAT si impegnano a mettere a disposizione dei privati a fronte della realizzazione di interventi che siano coerenti con le linee del DAT.
- Per rendere più semplice e chiara la natura degli interventi, nelle pagine successive sono riportate le schede per ciascun intervento, in cui si riepilogano gli obiettivi di riferimento, le sue caratteristiche, i valori economici, gli attuatori e i destinatari, gli indicatori di risultato e i tempi previsti di realizzazione (cronoprogramma).

---

## 1. MISURE DI INCENTIVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E TURISTICI

---



# LA “CONSUMER&TOURIST CARD” DEL DAT “GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI”

- Al fine di valorizzare al meglio il territorio del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” e renderlo maggiormente attrattivo e interessante, in primo luogo per il turismo “interno”, senza comunque dimenticare la domanda turistica esterna, si è deciso di sviluppare uno strumento che incrementi il movimento dei flussi all’interno delle attività commerciali, di servizio e ovviamente turistiche nell’area del DAT.
- Lo strumento che si è deciso di adottare è la CARD del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei”. Tale strumento permetterà infatti attraverso una serie di promozioni/benefit incrociati di moltiplicare le occasioni di contatto, consumo, fruizione, acquisto delle eccellenze del DAT sia commerciali sia turistiche.
- L’iniziativa della CARD del DAT nasce sull’esempio positivo di quanto avvenuto nel DUC di Gallarate su iniziativa di Confcommerio – Ascom Gallarate e Malpensa, Naga e Y-Tech. Proprio sulla base di tale esperienza pregressa si è deciso di lanciare uno strumento simile nella struttura, ma più completo nella natura (forte connotazione turistica) su tutto il territorio del DAT
- La parte “hardware” della CARD del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” (progettazione, sviluppo e implementazione del sistema) verrà pagata totalmente e direttamente da Confcommerio - Ascom Gallarate e Malpensa **CHE COSÌ ASSUME UN RUOLO NON SOLO DI PARTNER COSTITUENTE DEL DAT, MA ANCHE DI SPONSOR**
- Una volta creato il sistema e superata la fase di start up la **CARD RIUSCIRÀ AD AUTOFINANZIARSI** (grazie al suo modello di business) sia nella parte di comunicazione e promozione sia nella fase di ampliamento del circuito. I partner del DAT si impegneranno comunque a potenziare al massimo la diffusione dello strumento.
- Con la distribuzione delle card nei diversi esercizi commerciali e turistici, sarà possibile collezionare indirizzi profilati di utilizzatori ai quali si potranno inviare, oltre a comunicazioni di natura promozionale, questionari informativi finalizzati a:
  - *conoscere e tracciare nel tempo il profilo del comportamento dei consumatori, in particolare in termini di attrazione ed evasione dei consumi dal territorio;*
  - *indagare gli effetti di cross selling tra servizi turistici e commerciali nei comportamenti dei turisti*
  - *Analizzare i dati della card in una logica di “basket analysis” per verificare la penetrazione dell’offerta dei diversi servizi del territorio sugli utilizzatori e quindi le sinergie commerciali prodotte dallo strumento.*

## IL PROGETTO

•La creazione della “consumer&tourist card” del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” verrà realizzata mediante una collaborazione tra Ascom, il DAT e Y-TECH con l’obiettivo di attivare un sistema di «loyalty card di coalizione» che vada a supportare il commercio, il turismo, i servizi, le attività locali in genere andando a indirizzare una parte delle scelte d’acquisto della domanda verso i negozi di prossimità, attività di servizi e poli turistici interne al DAT. Per questo si prevede la collaborazione con il maggior numero possibile di attori attivi nel territorio: **maggiore e trasversale è il numero di player coinvolti, maggiore è l’impatto dell’iniziativa**. L’attivazione della “consumer&tourist card” ha tra i suoi scopi anche quello di costituire un’efficace piattaforma di comunicazione verso il pubblico e di costruire un database di clienti ai quali poter fornire tempestivamente notizie (commerciali, turistiche, etc.) inerenti la «vita del DAT». Potendo sfruttare opzioni di comunicazione degli eventi attraverso:

- Sito web e facebook
- E-mail ed SMS
- Leaflet e materiali cartacei
- App mobile
- La partecipazione diretta ad eventi locali



## LE MOTIVAZIONI

- Coerentemente con la propria mission strategica, ASCOM intende farsi promotore attivo dello sviluppo di una «sistema» integrato e coeso di promozione del territorio sul quale opera con l'intento di aiutare il DAT a superare il contesto economico sfavorevole
- In questo ambito si ritiene interessante il modello proposto dalla “consumer&tourist card” del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” poichè dispone di un potenziale adatto a favorire lo sviluppo di alcune infrastrutture e sistemi di cooperazione e collaborazione attiva ed a dare un supporto al sistema economico locale (sia da un punto di vista commerciale sia da un punto di vista turistico).
- Lo schema operativo “consumer&tourist card” del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” diverrebbe quindi la base infrastrutturale di una «rete» di sistemi locali indipendenti, ma coordinati tra loro, e facilmente integrabili in un'unica visione collaborativa. Partendo dall'identità principale (ASCOM) e poggiando sulla struttura tecnica, ogni territorio (DAT) potrà sviluppare la propria identità specifica ed indirizzare le pratiche di valorizzazione del proprio tessuto commerciale e turistico, sfruttando al massimo gli strumenti di marketing e comunicazione messi a disposizione all'infrastruttura (tecnica, marketing, operatività)

## I SOGGETTI PROMOTORI

- **ASCOM:** è il soggetto di riferimento sul territorio, autorevole per l’azione di supporto e stimolo all’economia locale e capace di influire positivamente sulle dinamiche locali in termini di relazione, coinvolgimento, visibilità.
  - Si attiva presso i soggetti potenziali aderenti (Comuni, Associazioni, aziende private, ...) e conduce il programma di reclutamento nei diversi territori;
  - Si attiva presso gli enti sovra-territoriali per stimolarne l’adesione al programma;
  - Gestisce la parte contrattuale / amministrativa
  - Contribuisce agli investimenti operativi con una parte dei costi di start-up
  - Contribuisce agli investimenti variabili sul territorio (in base ai piani di lavoro)
  - Sovrintende l’analisi dei risultati del programma e collabora alla pianificazione
- **DAT**
  - È responsabile della stesura di una proposta operativa per l’animazione dei territori aderenti; il piano deve contemplare l’obiettivo primario della gestione (spostamento) dei flussi di domanda sul territorio, perché la domanda è l’elemento chiave della valorizzazione dei territori in termini commerciali e turistici
  - È il responsabile operativo per l’attuazione del piano degli eventi nei territori che avranno aderito (all’intero piano o selezionando alcuni eventi specifici)
  - È delegato alla gestione dei budget collegati agli eventi di animazione
  - Sovrintende l’analisi dei risultati dell’operazione

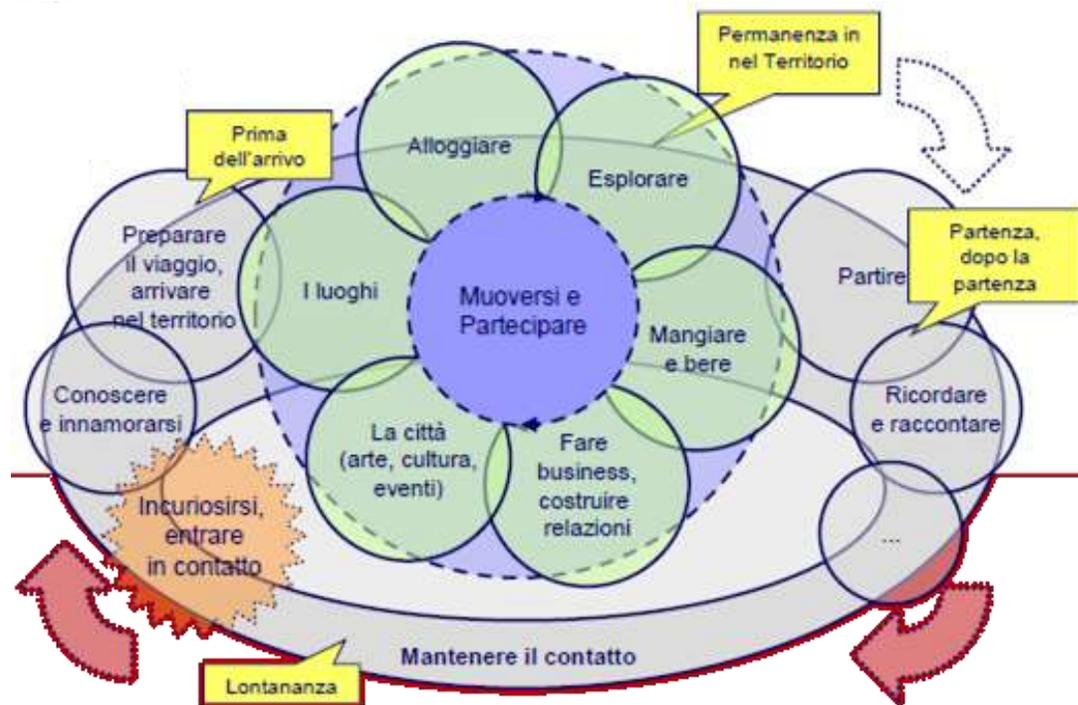
## I SOGGETTI PROMOTORI

- **Y-TECH:** è la società che svilupperà e gestirà il programma mettendo a disposizione gli strumenti ed il supporto operativo sul campo.
- È il responsabile operativo del sistema declinato nei vari territori in termini di identità, comunicazione, tecnologia; fornisce i servizi tecnici ed il supporto operativo, con programmi di formazione ai referenti locali di sistema
- Pianifica e conduce l'evoluzione tecnica e funzionale del sistema
- Supporta ASCOM nella promozione del programma
- È fornitore di ASCOM Servizi per le attività di erogazione del servizio ed i amministrazione (rendicontazioni)
- Contribuisce agli investimenti operativi con una parte dei costi di start-up
- Sovrintende l'analisi dei risultati del programma e collabora alla pianificazione

# LA “CONSUMER&TOURIST CARD” DEL DAT “GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI”

## LO SCHEMA DI SINTESI

- Nell’eco-sistema del territorio le organizzazioni locali (collegate ed attive) sono il software, il Territorio ed i suoi valori sono l’hardware. L’identità del territorio viene proposta attorno ai punti di forza (valori, storie, tradizioni, imprese, ...), per costituire un fattore di attrazione turistico commerciale verso la domanda (interna o esterna). Al centro del sistema, quindi, c’è la domanda che è l’asset da valorizzare attraverso una relazione continuativa, in grado di creare valore e profitto, per sviluppare e moltiplicare le opportunità del business system «esteso».



# LA “CONSUMER&TOURIST CARD” DEL DAT “GALLARATE, CASSANO, CASTELLI VISCONTEI” IN SINTESI

## FINALITÀ

- L’obiettivo della “consumer&tourist card” è di attivare un sistema di «loyalty card di coalizione» che vada a supportare il turismo, il commercio, i servizi, le attività locali in genere andando a indirizzare la scelta d’acquisto dei residenti/turisti verso attività commerciali/attrazioni turistiche interne al DAT

## DESTINATARI

- Target elettivi sono tutti i frequentatori del DAT, siano questi turisti, siano residenti o abitanti dei comuni limitrofi

## SOGGETTI ATTUATORI

- Il DAT si avvale della stretta collaborazione di Ascom (promotore e sponsor), Y-TECH (soggetto incaricato della realizzazione tecnologica dello strumento) e ovviamente conta sulla collaborazione degli operatori del territorio.

## INVESTIMENTO E SINERGIE OTTENIBILI

- Il costo relativo allo sviluppo è di 10.000 euro, interamente sostenuto da ASCOM Gallarate che assume **il doppio ruolo di partner e sponsor del DAT.** Tale investimento non rientra nel montante investimenti sui quali si richiede il contributo regionale.

## INDICATORI - KPI

- Numero operatori aderenti
- Numero di clienti possessori della “consumer&tourist card”
- Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso un’indagine di Customer Satisfaction

## CRONOPROGRAMMA

- La CARD del DAT sarà realizzata e messa a regime nel corso dell’anno 2015

---

## 2. INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E L'ACCOGLIENZA

---



# POLITICA PROMO-COMUNICAZIONE “VIRTUALE” - POTENZIAMENTO RETE WI-FI

## AZIONI E INTERVENTI

- Per promuovere il territorio del DAT “Gallarate, Cassano, Castelli Viscontei” si è programmato di realizzare una politica promo-comunicazionale integrata, avvalendosi di strumenti di nuova generazione, al fine di raggiungere la più ampia diffusione possibile.
- In particolare, considerati i nuovi trend, il Distretto creerà strumenti di promo-comunicazione avvalendosi delle nuove tecnologie (Sito internet, APP, Social Media) facendo rete inizialmente con i siti internet dei singoli partner del DAT per poi sviluppare ambienti virtuali “ad hoc” che ne moltiplichino gli effetti di promo comunicazione.
- Passo fondamentale per poter erogare tale tipo di promo comunicazione è l’estensione della copertura della rete Wi-fi sul territorio e il miglioramento della banda di trasmissione dati e della fruibilità delle informazioni.
- Otto dei dodici comuni del DAT hanno deciso di operare in tale direzione.

TIPOLOGIA	INVESTIMENTO IN CONTO CAPITALE	SPESA CORRENTE	INVESTIMENTO
Comune di Albizzate		2.367 €	2.367 €
Comune di Besnate		5.294 €	5.294 €
Comune di Carnago		484 €	484 €
Comune di Cassano Magnago	17.200 €	10.000 €	27.200 €
Comune di Cavaria con Premezzo		10.000 €	10.000 €
Comune di Jerago con Orago		7.000 €	7.000 €
Comune di Solbiate Arno	7.320 €	854 €	8.174 €
Comune di Sumirago	8.000 €	3.000 €	11.000 €
<b>Totale complessivo</b>	<b>32.520 €</b>	<b>38.999 €</b>	<b>71.519 €</b>

# POLITICA PROMO-COMUNICAZIONE “VIRTUALE” - POTENZIAMENTO RETE WI-FI – IN SINTESI

## FINALITÀ

- L’obiettivo dell’estensione della copertura della rete Wi-fi sul territorio e il miglioramento della banda di trasmissione dati e della fruibilità delle informazioni è permettere la creazione di un network virtuale fra comuni che permetta una promo-comunicazione delle peculiarità caratterizzanti il territorio del DAT (sia turistiche che commerciali) che metta in connessione la domanda e l’offerta

## DESTINATARI

- Target elettivi sono tutti i frequentatori del DAT, siano questi turisti, siano residenti o abitanti dei comuni limitrofi

## SOGGETTI ATTUATORI

- I comuni partner del DAT

## INVESTIMENTO E SINERGIE OTTENIBILI

- L’investimento previsto è di 71.519 euro, interamente sostenuto dalle Amministrazioni Comunali del DAT.

## INDICATORI - KPI

- Numero contatti
- Soddisfazione dei partecipanti, misurata attraverso un’indagine di Customer Satisfaction

## CRONOPROGRAMMA

- Il potenziamento della rete Wi-Fi e il miglioramento della banda di trasmissione e della fruibilità dei contenuti sarà realizzata nel periodo aprile 2014 – dicembre 2015

## AZIONI E INTERVENTI

- L'evento in sé e gli effetti delle azioni realizzate influenzano l'immagine e il posizionamento di un territorio sul mercato. In una strategia di marketing territoriale che ha come obiettivo prioritario l'attrazione di flussi turistici, un programma di eventi rilevanti sono, infatti, in grado di diffondere l'immagine del territorio, di rafforzarne la reputazione, di stimolare investimenti, di catalizzare energie presenti in un'area per farle convergere verso un'idea condivisa di sviluppo del territorio. Gli eventi rappresentano inoltre un'occasione per far conoscere l'offerta del territorio e indurre il ritorno e il positivo passaparola.
- Il DAT è ricco di una molteplicità variegata di eventi e manifestazioni che animano il territorio lungo il corso dell'anno. Il DAT intende operare lungo le seguenti direttrici:
  - Selezionare quelle iniziative che hanno un grande potenziale attrattivo dal punto di vista turistico e/o commerciale e quelle che si svolgono presso i punti di attrazione.
  - Coordinarle e fornire loro una caratterizzazione coerente con il posizionamento del DAT e con le attrattive che si intendono promuovere: ciò significa, ad esempio, prevedere, in occasione di tali eventi, il collegamento o la possibilità di fruizione delle attrazioni, la promozione e comunicazione del pacchetto di offerta, la realizzazione di iniziative interconnesse tra commercio e turismo, e così via;
  - Promuoverle in modo unitario attraverso la creazione di un calendario unico e condiviso, fattore questo che consente, da un lato, di evitare fenomeni di cannibalizzazione dei visitatori all'interno dei comuni che compongono il DAT, dall'altro, di conseguire economie di costo e sfruttare le sinergie di un'attività di comunicazione integrata.

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO	Comune di Besnate	"MAST" spettacoli di circo contemporaneo, teatro verticale etc.	€ 2.000
	Comune di Carnago	Stagione teatrale	€ 540
	Comune di Cassano Magnago	Stagione teatrale	€ 80.580
	Comune di Gallarate	Cinema all'Aperto 2014-2015	€ 8.000
		Festival Jazz 2014-2015	€ 20.500
		Stagione Classica 2014-2015	€ 16.000
		Stagione musicale	€ 3.000
	Comune di Oggiona con S. Stefano	Concerti pianistici	€ 1.000
	Comune di Solbiate Arno	Concerto in cortile storico centro paese 2014-2015	€ 2.595
	Comune di Sumirago	Festival Terra Arte	€ 2.000
		Manifestazione musicale "Jazz-Altro"	€ 2.500
<b>MUSICA, TEATRO E SPETTACOLO Totale</b>			<b>€ 148.715</b>
ARTE & CULTURA	Comune di Albizzate	Eventi natalizi	€ 1.642
		Festa compatronale	€ 2.565
		Patrono S. Alessandro	€ 1.129
	Comune di Arsago Seprio	Promozione Territorio	€ 793
		Mostra caldera	€ 250
	Comune di Carnago	Museo Civico Archeologico	€ 4.000
		Evento natalizio	€ 2.000
		Festa patronale	€ 4.400
	Comune di Casorate Sempione	Evento biblioteca	€ 2.000
		Festa della filosofia	€ 2.000
	Comune di Gallarate	2000Libri	€ 47.000
		Filosofarti	€ 8.000
	Comune di Sumirago	Settimana della Scienza	€ 4.000
		141Expo	€ 500
<b>ARTE &amp; CULTURA Totale</b>			<b>€ 80.279</b>

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
<b>ENOGASTRONOMIA &amp; FOOD EXP.</b>	Comune di Albizzate	Risottata d'Albizzà	€ 7.183
<b>NATURA E GREEN</b>	Comune di Albizzate	Paese Fiorito	€ 1.744
	Comune di Casorate Sempione	Comune Fiorito	€ 10.000
<b>NATURA E GREEN Totale</b>			<b>€ 11.744</b>
<b>SHOPPING</b>	Comune di Carnago	Notte 2014	€ 1.400
		Festa d'autunno 2014	€ 2.000
<b>SHOPPING Totale</b>			<b>€ 3.400</b>
<b>SPORT E TURISMO ATTIVO</b>	Comune di Albizzate	Festa dello Sport	€ 3.079
		Stracascine disabili	€ 3.079
		Edizioni della stracascine	€ 1.539
	Comune di Carnago	Festa di primavera sportiva	€ 4.200
	Comune di Oggiona con S. Stefano	Festa dello Sport	€ 1.002
<b>SPORT E TURISMO ATTIVO Totale</b>			<b>€ 12.898</b>
<b>TOTALE</b>			<b>€ 264.220</b>

### FINALITÀ

- Contribuire a valorizzare l'aspetto di animazione del territorio legato agli eventi, e a consolidare in modo duraturo il suo posizionamento come area.
- Attrarre visitatori e sfruttare i flussi di persone attratte dagli eventi e dalle manifestazioni per far conoscere il patrimonio del DAT e la sua offerta complessiva.

### DESTINATARI

- Popolazione residente, flussi di turisti provenienti da comuni esterni al DAT, flussi di visitatori in occasione di EXPO.

### SOGGETTI ATTUATORI

- L Amministrazioni comunali del DAT in collaborazione con le Proloco e le Associazioni dei commercianti locali.

### INVESTIMENTO E SINERGIE OTTENIBILI

- L'investimento previsto è di 264.220 euro, interamente sostenuto dalle Amministrazioni Comunali del DAT.

### INDICATORI – KPI

- Numero di eventi di promozione turistica e commerciale
- Numero di operatori aderenti alle iniziative realizzate
- Numero di comuni coinvolti

### CRONOPROGRAMMA

- Gli eventi si svolgeranno nell'arco dell'anno (2014-2015) sulla base di un calendario condiviso.

---

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

---



## AZIONI E INTERVENTI

- Nella costruzione del prodotto turistico e della percezione che di esso si formano i turisti visitatori, oltre al patrimonio del territorio (nelle sue diverse componenti: storico, artistico, culturale, naturalistico, enogastronomico), ai servizi di accoglienza e all'animazione, una grande rilevanza assumono anche le condizioni di contesto e di accessibilità dei luoghi in cui l'esperienza viene vissuta.
- Le Amministrazioni Comunali del DAT si impegnano a realizzare una serie di interventi per lo sviluppo e la qualificazione del contesto urbano dell'offerta turistica e commerciale territoriale. Si tratta in particolare di opere relative a:
  - **PUBBLICA ILLUMINAZIONE:** Carnago (Efficientamento illuminazione pubblica del comune), Jerago con Orago (Efficientamento dell'illuminazione del Parco Daccò), Gallarate (Efficientamento dell'illuminazione di Via Egeo, Via del Teatro e Via del Prestino),
  - **RIQUALIFICAZIONE AREE URBANE:** Arsago Seprio (Riqualificazione dell'arredo urbano di Via D'Annunzio e Via Neruda) Carnago (riqualificazione centro cittadino), Casorate Sempione (Riqualificazione del centro cittadino) Jerago con Orago (riqualificazione dell'area di piazza Mazzini e del parco Daccò), Sumirago (riqualificazione del parco pubblico antistante villa Molino), Gallarate (riqualificazione del parco pubblico di Via Tombini).
  - **OPERE PER LA PROMOZIONE TURISTICA:** Oggiona con Santo Stefano (bacheche informative stradali)
  - **ACCESSIBILITÀ:** Casorate Sempione (rifacimento dell'incrocio tra via Verbanò e Via Torino), Cavaria con Premezzo (rifacimento della piazza Pertini) Oggiona con Santo Stefano (rifacimento dei marciapiedi di Via del Vallone, Via Bonacalza, Via Vittorio Veneto) Jerago con Orago (messa in sicurezza della Piazza San Giorgio) Gallarate (riqualificazione di Via Mazzini, Via del Popolo, Via Magenta, Via Venegoni) Cassano Magnago (realizzazione del parcheggio pubblico in prossimità di Villa Oliva)
- Di seguito si riporta nel dettaglio l'elenco delle opere pubbliche.

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

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
PUBBLICA ILLUMINAZIONE	Carnago	Installazione nuovi impianti illuminanti nel territorio comunale	30.744 €
	Jerago con Orago	Installazione di nuovi impianti illuminanti all'interno del nuovo parco pubblico Daccò	16.821 €
	Gallarate	Installazione di nuovi impianti illuminanti in via Egeo	1.403 €
	Gallarate	Installazione di nuovi impianti illuminanti in via del Prestino	6.853 €
	Gallarate	Installazione di nuovi impianti illuminanti in via del Teatro con rifacimento della pavimentazione	8.235 €
	<b>TOTALE PUBBLICA ILLUMINAZIONE</b>		
RIQUALIFICAZIONE AREE URBANE	Arsago Seprio	Rifacimento della aiuola spartitraffico tra via D'Annunzio e via Neruda	16.000 €
	Carnago	Lavori di riqualificazione del centro urbano con annessa posa di arredo urbano	10.318 €
	Jerago con Orago	Completamento della pizza Mazzini con posa di arredo urbano	13.725 €
	Jerago con Orago	Posa di arredo urbano nel parco Daccò	14.582 €
	Gallarate	Riqualificazione della recinzione e ingresso del parco di via Trombini	51.474 €
	Sumirago	Posa di arredo urbano nel parco di Villa Molino	12.000 €
	<b>TOTALE PUBBLICA RIQUALIFICAZIONE AREE URBANE</b>		

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

TIPOLOGIA	COMUNE	INTERVENTO	INVESTIMENTO
OPERE PER LA PROMOZIONE TURISTICA	Oggiona con Santo Stefano	Installazione di 2 bacheche informative stradali nelle aree strategiche del territorio comunale	<b>9.899 €</b>
ACCESSIBILITÀ	Casorate Sempione	Rifacimento dell'incrocio via verbanò via torino	7.800 €
	Cavaria con Premezzo	Rifacimento della piazza Pertini	119.136 €
	Jerago con Orago	Posa di dissuasori in piazza San Giorgio	2.367 €
	Oggiona con Santo Stefano	Rifacimento dei marciapiedi Via del Vallone, Via Bonacalza, Via Vittorio Veneto	10.000 €
	Cassano Magnago	Rifacimento del parcheggio pubblico Villa Oliva	155.000 €
	Gallarate	Opere complementari alla rotatoria Via Venegoni	134.735 €
	Gallarate	Asfaltatura/manto stradale Via Mazzini	14.183 €
	Gallarate	Asfaltatura/manto stradale Via del Popolo	10.671 €
	Gallarate	Asfaltatura/manto stradale Via Magenta	49.487 €
	Gallarate	Asfaltatura/manto stradale Via Venegoni	25.080 €
<b>TOTALE ACCESSIBILITÀ</b>			<b>538.359 €</b>
<b>TOTALE</b>			<b>720.513 €</b>

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

## FINALITÀ

- Migliorare la qualità e l'attrattività degli spazi pubblici del Distretto, anche attraverso la riqualificazione delle piazze, delle strade, dell'illuminazione pubblica, dell'arredo urbano e del verde pubblico, valorizzando in tal modo il contesto urbanistico e architettonico dei centri del Distretto. Ciò consentirà di promuoverne l'utilizzo da parte dei frequentatori dell'area e migliorarne la fruibilità.
- Migliorare l'accessibilità e la mobilità delle persone e delle merci nel Distretto, attraverso opere di riqualificazione viaria, dei parcheggi. In particolare, l'obiettivo è quello di:
  - consentire ai frequentatori del DAT una migliore facilità di accesso all'area e una migliore fruizione dei servizi da essa offerti;
  - assicurare una maggiore vivibilità e fruibilità della strada pubblica, incrementando la sicurezza e favorendo i flussi veicolari;
  - Potenziare la presenza e la vivibilità delle aree verdi per riallacciare alla natura sia il turista che il residente

## DESTINATARI

- Turisti, cittadini residenti, operatori economici.

## SOGGETTI ATTUATORI

- Le Amministrazioni comunali del DAT.

## INVESTIMENTI E SINERGIE OTTENIBILI

- L'investimento previsto è di 720.513 euro, interamente sostenuto dai Comuni del Distretto. Su tale investimento si richiede il contributo regionale.
- L'intervento prevede sinergie operative con le misure di incentivazione delle imprese commerciali e turistiche del DAT in quanto contribuiscono entrambi all'abbellimento del DAT e alla sua riqualificazione estetica e funzionale.

## INDICATORI – KPI

- Rispetto dei tempi di realizzazione e dei valori di investimento previsti

## CRONOPROGRAMMA

- Tutte le opere saranno terminate entro la fine del 2015.

---

## 4. BANDO DEI PRIVATI

---



# MISURE DI INCENTIVAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E TURISTICI

## AZIONI E INTERVENTI

- Coerentemente con quanto prescritto nel Bando, le Amministrazioni comunali del DAT si impegnano a garantire la realizzazione di misure di incentivazione delle imprese del commercio e del turismo. Il Comune Capofila del DAT emanerà, in nome e per conto degli altri Partner pubblici, un bando per l'erogazione di contributi a fondo perduto nella misura massima del 50% degli investimenti. Gli investimenti ammessi dovranno essere coerenti con quanto indicato da Regione Lombardia al punto 3 (Spese ammissibili) del Bando regionale.

## FINALITÀ

- Migliorare il contesto urbano in cui il turista vive la sua esperienza di visita, incentivando la riqualificazione esterna delle strutture commerciali
- Promuovere le attività economiche del territorio
- Far crescere le competenze e le conoscenze degli operatori e la cultura del servizio
- Sostegno all'imprenditorialità in un periodo di difficoltà economica

## DESTINATARI

- Imprese, singole o associate, con sede legale o operativa nel Distretto, con Codice Ateco compreso tra quelli indicati da Regione Lombardia nel Bando.

## SOGGETTI ATTUATORI

- Le Amministrazioni comunali del DAT, tramite il Comune Capofila, che emaneranno un bando per l'assegnazione dei contributi messi a disposizione.

## INVESTIMENTI E SINERGIE OTTENIBILI

- L'investimento previsto è di 100.000 euro, sostenuto dai Comuni del Distretto (50.000 euro) e dagli operatori commerciali (50.000 euro).
- L'intervento prevede sinergie operative con gli investimenti relativi alla riqualificazione delle aree commerciali e turistiche del DAT da parte delle Amministrazioni Comunali in quanto contribuiscono entrambi all'abbellimento del DAT e alla sua riqualificazione estetica. Sul fronte dell'innovazione tecnologica degli strumenti per la vendita e la promozione, l'intervento è sinergico con l'obiettivo di migliorare il livello di servizio offerto.

## INDICATORI – KPI

- Numero di operatori aderenti
- Investimento medio e contributo medio concesso

## CRONOPROGRAMMA

- Febbraio 2015: Emanazione del bando (in seguito all'approvazione del progetto da parte di Regione Lombardia)
- Marzo 2015: raccolta delle domande di partecipazione e richieste di contributo
- Aprile 2015: procedura di selezione e aggiudicazione del contributo
- Da maggio a Dicembre 2015: Realizzazione degli interventi

---

**ELEMENTI DISTINTIVI DAT**

---



# GLI ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL DAT E IL PROGRAMMA DI INTERVENTO

- L'**AGGREGAZIONE DEL DAT È AMPIA** (12 comuni, rappresentanze imprenditoriali pubbliche e private, imprese private), **FORTEMENTE RAPPRESENTATIVA DEL TERRITORIO E DEGLI OPERATORI COMMERCIALI**
  - *Forte volontà degli amministratori di proseguire a lavorare nella logica della cooperazione e della ricerca di sinergie già sperimentata con i distretti del commercio.*
  - *Coinvolgimento di quattro nuovi comuni che non fanno parte di Distretti del commercio e che potenzialmente entreranno nel DID dei Castelli Viscontei rafforzando lo strumento promosso da Regione Lombardia*
- Forte integrazione delle componenti commercio e turismo.
  - *Il partenariato è lo stesso e le azioni di promozione interna agli operatori sarà di conseguenza fortemente sinergica*
  - *Il programma è caratterizzato dallo sviluppo di una carta che diventerà grazie al DAT contemporaneamente “carta commerciale” e “tourist card”.*
- Si tratta di un progetto che presenta diversi elementi di **INNOVATIVITÀ**, se non in senso assoluto, sicuramente rispetto alle politiche finora promosse nel territorio (piano di comunicazione integrato).
- La **SOSTENIBILITÀ NEL TEMPO** del programma è esemplificata dalla card la cui diffusione, una volta finanziato dallo sponsor lo start up, è supportata da un modello di business economicamente autosufficiente.
- Il programma di intervento del DAT e gli interventi previsti sono stati costruiti prestando particolare attenzione e rispettando la **COERENZA CON GLI OBIETTIVI DEL POSIZIONAMENTO STRATEGICO DI REGIONE LOMBARDIA PER IL TURISMO** in vista di Expo (DGR X/651 del 6 settembre 2013), così come di **ALTRI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE REGIONALE IN TEMA DI COMMERCIO**, come con le Nuove linee per lo sviluppo delle imprese del settore commerciale (D.C.R. 12 novembre 2013 – n. X/187).
- Così come c'è una stretta **COERENZA E INTEGRAZIONE CON ALTRI PROGETTI REALIZZATI E PREVISTI PER EXPO** (Club di prodotto promossi dalla CCIAA di Varese, Bando Expo, valorizzazione del mais, e così via). Si tratta inoltre di un Programma integrato di valorizzazione delle eccellenze e delle vocazioni territoriali che, facendo di EXPO l'elemento propulsivo, mira a **SVILUPPARE E CONSOLIDARE IN MODO DURATURO IL POSIZIONAMENTO DEI TERRITORIO**, che potrà avere rilevanti effetti e ricadute positive sul territorio e sulla sua economia.

---

## IL PIANO FINANZIARIO

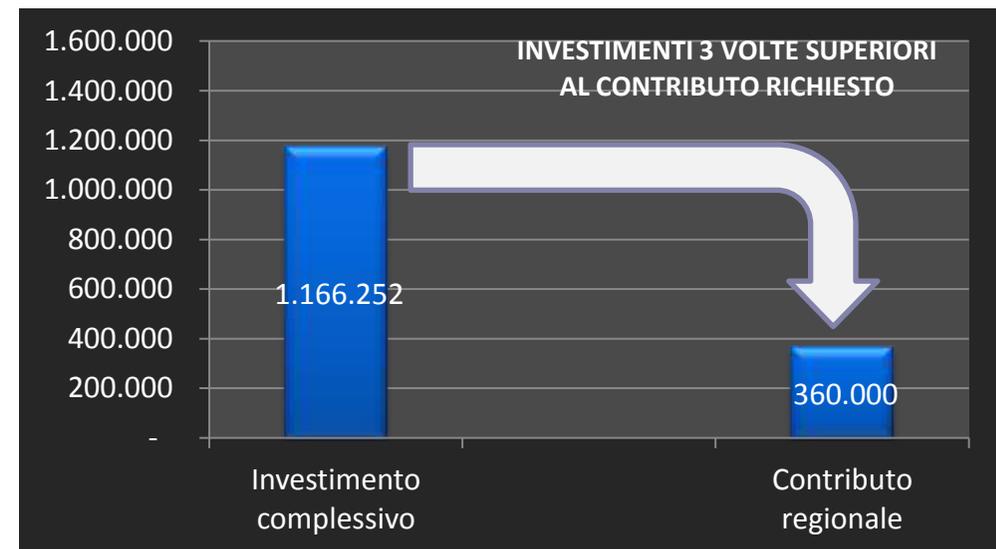
---



SOGGETTO	TIPO SPESA	INVESTIMENTI	QUOTA A CARICO DEI COMUNI	QUOTA A CARICO DELLE IMPRESE	QUOTA A CARICO ALTRI SOGGETTI	CONTRIBUTO RICHIESTO A RL
PUBBLICO	Conto capitale	753.033,29	393.033,29	-	-	360.000
PUBBLICO	Conto corrente	303.218,80	303.218,80	-	-	-
<b>TOTALE PUBBLICO</b>		<b>1.056.252,09</b>	<b>696.252,09</b>	-	-	<b>360.000</b>
IMPRESSE	Conto capitale	100.000,00	50.000,00	50.000,00	-	-
IMPRESSE	Conto corrente	-	-	-	-	-
<b>TOTALE IMPRESSE</b>		<b>100.000,00</b>	<b>50.000,00</b>	<b>50.000,00</b>	-	-
<b>PROGRAMMA INTERVENTO</b>		<b>1.156.252,09</b>	<b>746.252,09</b>	<b>50.000,00</b>	-	<b>360.000</b>
ALTRI SOGGETTI (sponsor)	Conto capitale	-	-	-	-	-
ALTRI SOGGETTI (sponsor)	Conto corrente	10.000,00	-	-	10.000,00	-
<b>TOTALE ALTRI SOGGETTI</b>		<b>10.000,00</b>	-	-	<b>10.000,00</b>	-
<b>TOTALE INVESTIMENTI</b>		<b>1.166.252,09</b>	<b>746.252,09</b>	<b>50.000,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>360.000</b>

- L'arco temporale considerato è un piano biennale, che si sviluppa a partire da aprile 2014 a dicembre 2015, coerentemente a quanto previsto dal Bando regionale.
- In tale periodo, è previsto un investimento complessivo di 1.166.252,09 euro. Gli investimenti per i quali si presenta una richiesta di co-finanziamento a Regione Lombardia sono pari a 1.156.252,09 euro: il contributo richiesto è pari a 360.000,00 euro (31% dell'investimento complessivo). Il progetto ha consentito di mettere a sistema sul territorio risorse di natura pubblica e privata per la valorizzazione del Distretto dell'Attrattività per un ammontare consistentemente superiore a quanto richiesto dal Bando. In particolare il valore complessivo delle risorse risulta pari a oltre 3 volte l'ammontare di co-finanziamento previsto da Regione Lombardia: ciò significa che, per ogni euro di co-finanziamento regionale, il partenariato pubblico-privato ha investito, per i diversi interventi, oltre 3 euro.
- Alla realizzazione e al finanziamento del progetto contribuiscono attivamente sia le amministrazioni comunali coinvolte, sia gli operatori privati, ma anche ulteriori soggetti pubblici e sponsor privati.
- Il Piano finanziario del DAT mette così in evidenza alcuni aspetti valorizzanti il progetto:
  - **L'ADDIZIONALITÀ DI RISORSE ULTERIORI DI PARTE CORRENTE** da parte delle Amministrazioni comunali è pari a 84,1%, superiore al 40% richiesto
  - La presenza di **MISURE DI INCENTIVAZIONE DELLE IMPRESE** pari a 50.000 euro
  - **L'ADDIZIONALITÀ DI RISORSE DA PARTE DI ULTERIORI SOGGETTI PUBBLICI E SPONSOR** è pari a 10.000 Euro per la realizzazione della "consumer&tourist card"
  - Una **MINORE PERCENTUALE DI COFINANZIAMENTO REGIONALE**, pari al 31% degli investimenti sostenuti, rispetto al massimale del 50%

## CONSISTENTE EFFETTO LEVA: 1 A 3



---

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

---



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

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

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

- La “consumer&tourist card” sarà un canale fondamentale di misurazione degli impatti e delle ricadute di carattere economico. Infatti con la distribuzione delle card nei diversi esercizi commerciali e turistici, sarà possibile collezionare indirizzi profilati di utilizzatori ai quali si potranno inviare, oltre a comunicazioni di natura promozionale, questionari informativi finalizzati a:
  - *conoscere e tracciare nel tempo il profilo del comportamento dei consumatori, in particolare in termini di attrazione ed evasione dei consumi dal territorio;*
  - *indagare gli effetti di cross selling tra servizi turistici e commerciali nei comportamenti dei turisti in termini di*
    - spesa complessiva
    - composizione della spesa e dei luoghi di acquisto e di consumo
  - *Naturalmente sarà poi possibile analizzare i dati della card in una logica di “basket analysis” per verificare la penetrazione dell’offerta dei diversi servizi del territorio sugli utilizzatori e quindi le sinergie commerciali prodotte dallo strumento.*
- Sarà inoltre importante integrare i dati di movimento turistico provenienti da diverse fonti (pubbliche e private) sul territorio: hotel, musei, teatri, sale cinematografiche strutture sportive e così via) che potranno raccogliere dati statistici e erogare indagini sulla provenienza dei frequentatori.
- Mettendo a sistema tutte le informazioni raccolte sarà effettuata una stima delle ricadute economiche del DAT sulle diverse componenti dell’offerta (bar/ristoranti, commercio, aziende agricole, e così via), cercando di costruire un “moltiplicatore turistico”.
- Inoltre, mutuando la metodologia adotta negli studi di impatto delle nuove aperture di vendita, a partire da dati di fatturato medio per tipologia di attività e di numero medio di addetti (così come forniti da fonti ufficiali - Istat, Camera di Commercio), rapportati alla variazione del numero di attività presenti sul territorio (nuove aperture), si potranno misurare gli effetti indotti dal Programma di Intervento proposto in termini:
  - di valore economico (fatturato) generato
  - di occupazione (numero di addetti)

---

## IL CRONOPROGRAMMA

---



- Di seguito viene fornita una rappresentazione (cronoprogramma) riassuntiva dei tempi in cui si prevede di realizzare gli interventi inseriti nelle diverse aree, che consentono di raggiungere i diversi obiettivi strategici e, conseguentemente, il programma nel suo complesso. Il diagramma riporta sull'asse delle ordinate i singoli interventi e su quello delle ascisse i relativi tempi di esecuzione.
- La finestra temporale considerata è quella prevista nel Piano delle Attività: dal 4 aprile 2014 al 31 dicembre 2015.
- Il diagramma di Gantt è uno strumento di supporto alla gestione dei progetti che consente di monitorare lo stato di avanzamento dei lavori. Saranno utilizzati, quali indicatori di realizzazione:
  - la percentuale di completamento degli interventi;
  - la corretta realizzazione degli interventi (rispetto alle specifiche definite nel Programma di Intervento)
  - la percentuale di interventi realizzati nei tempi previsti.

# IL CRONOPROGRAMMA

