



**DISTRETTO DIFFUSO  
I BORGHI DEI  
CAMPIONISSIMI**

**PIANO STRATEGICO TRIENNALE  
“I BORGHI DEI CAMPIONISSIMI”**

## Premessa.

Questo Distretto Diffuso del Commercio che vede capofila il Comune di Pozzolo Formigaro e partner i Comuni di: Villavernia, Cassano Spinola, Sardigliano, S. Agata Fossili, Carezzano, Paderna e Castellania Coppi, rappresenta una strategia singolare e innovativa volta allo sviluppo economico e sociale del territorio che, attraverso un percorso integrato con le risorse esistenti quali cicloturismo, enogastronomia, agricoltura, ambiente naturale, vede nel commercio di tradizione il punto di incontro, valorizzazione e distribuzione dei prodotti locali.

Quindi un nuovo modo di fare commercio facendo tesoro del patrimonio di tipicità e tradizione, da un lato, ma utilizzando le moderne tecnologie di comunicazione per diffondere il nostro nuovo messaggio.

Il primo passo è la catalogazione delle eccellenze che questa terra offre, valutarne le possibilità di crescita, coglierne le opportunità per integrarle in un sistema e avviare contestualmente un percorso di valorizzazione di questa terra dei "Borghi" per farla diventare meta gradita, offrire al visitatore la gioia di acquistare e portare agli amici le cose buone e semplici che il fornaio, il salumiere, il macellaio, il fruttivendolo, sanno offrirti per ricordarti i profumi di queste dolci colline che rinnovano sapori e ricordi.

Allora "il piccolo commercio" diventa valore assoluto, prezioso, ricercato. L'emergenza sanitaria che ha costretto "prigionieri" milioni di abitanti delle grandi città, diventa opportunità da cogliere. La ricerca di piccoli borghi, dove un ragazzino di 10 anni la sera va nel bar per ritrovarsi con i nuovi amici, dove puoi andare in bici per strade dal traffico quasi inesistente o correre in un prato a raccogliere fiori o albicocche senza essere sgridato, rappresenta un elemento di pregio oggi ricercato e gradito.

Bisogna attivare iniziative ed eventi che portino nuovi visitatori, anche per un solo giorno. Se saremo bravi torneranno. Se saremo in grado di offrire familiarità e qualità possiamo diventare il luogo per una vacanza o trovare una casa per i week end. Saranno nuovi clienti anche dei nostri negozi.

Il Distretto dovrà quindi stimolare pubblico e privato a realizzare iniziative volte ad aumentare il numero dei visitatori e residenti ovvero famiglie con buona capacità di spesa che chiedono servizi e qualità.

Qui il commercio gestito da "persone" non da "addetti alla vendita" troverà nuovi spazi, inattesi e proficui.

## Il territorio con qualche cenno storico e curiosità.

I Comuni dei "Borghi" sono posizionati in provincia di Alessandria, nel tratto sud-est di Regione Piemonte delimitato come punti di riferimento dai comuni di Tortona, Novi Ligure e Serravalle Scrivia.

Zona vicina all'Appennino che ha rappresentato nei secoli - e rappresenta - il punto più importante di passaggio fra l'Europa ed il mare, che narra e ricorda storie che partono dalla notte dei tempi. L'impero di Roma con le città di Derthona e Libarna per governare passaggi e commerci. A Cassano Spinola esistono i resti del ponte romano che allora era l'unico varco sul torrente Scrivia.

Poi la Repubblica di Genova e il Granducato di Milano, ovvero i Coppi e Bartali di allora, in perenne contesa per garantire la sicurezza dei loro commerci. Novi Ligure era il "guardiano" di Genova. Pozzolo Formigaro, con il suo castello, era il baluardo di Milano. Qui passava il confine e si è creato un antagonismo secolare. Fra i due campanili 3 km. Fino a pochi anni fa gli abitanti dei due comuni si detestavano a prescindere, senza sapere il perché.

La zona di pianura, conosciuta come "Fraschetta" era ricca di boschi secolari dove spopolavano i briganti.

Lo racconta meglio un aneddoto di Napoleone che, passando verso sera in carrozza, coglie la frase del cocchiere che dice alla scorta: "siamo quasi a Pozzolo". "Allora tocca i cavalli così evitiamo brutte sorprese" replica Bonaparte.

Sono stati i monaci dell'Abbazia di Rivalta Scrivia, arrivati nel 1200, ad introdurre la cultura della vite e insegnare agli abitanti delle colline la tecnica dell'agricoltura con la semina del grano, la lavorazione degli ortaggi e della frutta.

Tanta fatica ma la vita diventa meno amara, anche se dovevano pagare "la decima" alla Chiesa.

Antiche torri di pietra ricordano i periodi tristi delle invasioni: barbari prima e saraceni poi. Si comunicava l'allerta con i fuochi. Un sistema efficace che dai forti di Genova arrivava tra monti e colline in ogni valle e, in pianura, fino all'ultimo avamposto di S. Salvatore che allertava la città di Casale Monferrato, a 120 km dal mare

Poi Carezzano, piccolo comune che ancora ricorda 3 povere donne, accusate dall'Inquisizione e bruciate al rogo come streghe nel 1520. Leggere il primo foglio del verbale fa accapponare la pelle anche dopo 500 anni.

L'evoluzione industriale ha portato nei comuni di pianura aziende importanti: Pozzolo Formigaro con la **SIOF** (Società Italiana Ossidi di Ferro) presente dagli anni '30, annovera il **Gruppo Marcegaglia** con la produzione di container; la **Fridocks** per la logistica; **Paglieri** con la cosmetica; **Garlando spa** leader mondiale nella produzione di calciobalilla.

Cassano Spinola ospita la **Roquette Italia** spa, gruppo familiare di dimensioni internazionali con 500 dipendenti, leader negli ingredienti per specialità alimentari e farmaceutiche e nella produzione di amido ricavato dal mais. Roquette acquista tutta la produzione di numerose aziende agricole della provincia.

Villalvernia ospita, su una superficie di 100 mila mq, **Albasider** azienda leader nei laminati per auto motive, elettrodomestici ed edilizia con 60 dipendenti.

La crisi industriale degli anni '80 ha solo toccato in parte questa zona. Per contro si sono sviluppate aziende artigianali specializzate ed anche attività di servizi e produzioni alimentari. Villalvernia ad esempio, a dimostrazione del posizionamento strategico sulla statale Tortona-Serravalle, ha visto: la recente apertura di un ipermercato; crescere negli anni in maniera esponenziale la Farmacia Ricci diventata un punto di riferimento per una vasta area: grande, moderna, sempre aperta, parcheggio privato; scendere a valle uno storico ingrosso di ferramenta e giardinaggio. Questo ha portato beneficio alle attività esistenti: Cabella con i suoi salumi artigianali, giunti alla terza generazione; il Forno di Pipein con la stessa famiglia da 150 anni oggi un richiamo per i "cornetti" alla nocciola, il pane e grissini di una volta.

Nei piccoli comuni si sono sviluppate attività legate all'agricoltura, vino e frutta, conserve. Qualità, località e semplicità nelle produzioni sono una costante come a Carezzano, patria del Salumificio Pernigotti che da fine '800 produce salumi e rinomati prosciutti con carni locali. Carlo ha voluto festeggiare la nascita del Distretto con una novità: il salame al tartufo utilizzando quello raffinato e prelibato di Sardiigliano.

Basti ricordare l'evoluzione della viticoltura con il recupero di antichi vitigni come Timorasso e Croatina.

Aziende agricole prestigiose a conduzione familiare con le **Vigne Marina Coppi** a Castellania, Gianni Rossi a S. Agata Fossili, Ennio Ferretti de La Morella di Carezzano con vini e sperimentazioni sempre vincenti.

Completa questa breve rassegna **Giacomo Acerbi** leader mondiale nella produzione di api regine. Produttore che definisce il miele "frutto del lavoro delle api e dell'uomo", con 700-1000 quintali di prodotto/anno rigorosamente biologico. Il suo miele è stato scelto da Masterchef!

Simbolo di questo angolo del Piemonte è **Fausto Coppi**, il campionissimo, la cui storia umana e sportiva è diventata leggenda e devozione. Una storia senza tempo, che pare non abbia fine, come scrisse Candido Cannavò, direttore di Gazzetta dello Sport, alla riapertura di Casa Coppi: *"Qui la polvere del tempo diventa borotalco, non copre i ricordi ma custodisce il luogo della memoria"*.

Straordinariamente è così. Arrivano visitatori da ogni dove, dall'Italia e dall'estero, persone anziane che vogliono ricordare e tanti giovani che vogliono capire. Castellania è diventata un gradevole museo a cielo aperto.

Casa Coppi rappresenta oggi il simbolo sacro del ciclismo internazionale.

Questo consente un contatto diretto e continuo con i giornali, magazine e net work radio tv di ogni angolo d'Europa e non solo. Contatti preziosi perché dal racconto di questa storia, unica e straordinaria, si arriva sempre a parlare di territorio, dei valori antichi del cibo, dei vini, della frutta, della familiarità dei piccoli negozi.

Chiudere il capitolo con una curiosità è sempre piacevole.

A Castellania il professor Valenzona, agronomo in pensione, oltre alle albicocche qualche anno fa ha piantato gli ulivi. Da quest'anno abbiamo **"l'Olio di Castellania"** delicato e incredibilmente fruttato. Non è in vendita vista la modesta quantità ma ha dato al sindaco una idea formidabile: quella di progettare una struttura che raccolga tutte le eccellenze locali da far gustare e vendere ai visitatori.

## Denominazione e area territoriale.

Elemento fondamentale per valorizzazione e rilancio del commercio di tradizione nei piccoli comuni è di avviare un progetto condiviso che, con energie proprie riesca a "stare in piedi" da solo, utilizzando le risorse regionali quali elemento di qualità e migliona del progetto complessivo.

Secondo elemento portante in un "distretto diffuso" è avere un 'fil rouge' che lega le varie comunità aderenti che va al di là della semplice condivisione dei confini territoriali. Qui lo abbiamo trovato nei "campionissimi" del ciclismo, una storia unica e singolare che ha visto questo angolo del Piemonte proiettato nel mondo.

**Castellania Coppi**, la Betlemme del ciclismo, riprende il nome del suo figlio prediletto indicato come il più grande campione dello sport di tutti i tempi.

**Pozzolo Formigaro**: nel 1932 nasce la SIOF la prima scuola italiana di ciclismo con Biagio Cavanna mitica figura sportiva diventata un "santone" nella preparazione tecnica e fisica degli atleti da meritarsi l'appellativo "mago di Novi".

**Villalvernia**: il 29 agosto 1940 Fausto Coppi incontra Bruna, sfollata da Genova per la guerra, che diventerà sua moglie.

**Cassano Spinola**: riposa nella tomba di famiglia Costante Girardengo, il primo "campionissimo" con le sue 1000 vittorie. Accanto al "Gira" troviamo Sandrino Carrea, formidabile scudiero di Fausto, *"una quercia possente al cui riparo Coppi pedalava tranquillo"* scrisse Gazzetta.

**Sardigliano e S. Agata** erano le zone di caccia predilette dai due campionissimi.

**Carezzano e Paderna**: i primi compagni di squadra, ragazzi che hanno cominciato a pedalare con Fausto. Curioso e bellissimo.

I Borghi dei Campionissimi condensa una storia unica e curiosa ma deve elevarsi a simbolo di qualità, genuinità, ambiente e natura, familiarità, dove il commercio, percorrendo vie innovative di sviluppo, diventa sintesi e punto di riferimento di questi valori della tradizione, esaltati e diffusi dalle moderne tecnologie.

## Area territoriale.

Regione Piemonte. Provincia di Alessandria. Zona ricompresa fra Tortona - Novi Ligure - Serravalle.

Il perimetro del Distretto Diffuso è disegnato dai confini dei territori comunali esterni. Ne deriva un'area che vede i comuni di pianura beneficiati dal posizionamento delle strade statali ad alto traffico sulle direttrici da Torino/Alessandria e Milano/Tortona verso Genova.

Il tratto collinare vede la prevalenza di borghi e paesi minuscoli che disegnano valli e colline garbate con mille luci diffuse che illuminano la notte come nel presepe. Una sorta di piccolo scrigno storico e ambientale.

Sono di pianura: **Pozzolo Formigaro** (4.758 ab.) comune capofila; **Villalvernia** (940) e **Cassano Spinola** (1.683).

Sono collinari: **Sardigliano** (402 ab.), **S. Agata Fossili** (423), **Carezzano** (433), **Paderna** (216), **Castellania Coppi** (92).

**Totale abitanti 8.947. Superficie complessiva 100,81 kmq.**

**Analisi comparti economici.**

Trattandosi di un gruppo di paesi e piccoli borghi, un progetto di sviluppo del commercio di tradizione deve, in primo luogo, conoscere e valutare la situazione esistente, delle attività presenti (commercio, agricoltura, artigianato, turismo) e delle loro capacità attrattive. Poi si prendono in esame gli eventi di promozione (fiere, mercati, sagre, ecc.), le strutture storiche o religiose; l'ambiente e le risorse naturali che possano dare maggiore appeal al territorio.

Tutto questo, inserito nei progetti di sviluppo che ogni comune ha in programma (sia nel DUP che con altri progetti condivisi con comuni vicini), consente di intraprendere una strada che abbia come fine, in primis, il mantenimento e miglioramento dell'esistente e, in particolare, la nascita di nuove attività commerciali che veda protagonisti giovani e donne che vogliono utilizzare al meglio la propria attitudine.

Uno schema sintetico racconta che le attività economiche (escluso l'artigiano di servizio e produzione) presenti nei vari paesi e borghi sono:

- **Pozzolo Formigaro (4.758ab)** - 39 Attività: 8 bar/ristoranti; 6 alimentari; 5 coiffeur/estetiste; 2 aziende agricole con spaccio di vendita; 1 media superficie/lampadari/tappeti; 1 Iper mercato con galleria negozi; 21 altri generi commerciali. Da segnalare Il Girasole un vivaio con piante e fiori con estesa capacità attrattiva.
- **Cassano Spinola (1.683ab)** - 22 Attività: 5 alimentari; 6 bar/ristorante; 2 aziende agricole con spaccio carne; 9 altri generi commerciali. Da segnalare: "Il Cavallino d'Oro" e "I Tre Ponti" intraprendenti e frequentate scuole di equitazione; "Giacomo Acerbi" leader mondiale nella produzione di api regine e importante produttore di miele bio.
- **Villalvernia (940ab)** - 16 Attività: 3 alimentari; 4 bar/ristorante; 1 Ipermercato (Basko di recente insediamento); 8 altre attività commerciali.
- **S. Agata Fossili (423ab)** - 12 Attività: 1 alimentare; 3 bar/ristorante; 2 ospitalità; 1 bici (MTB e e-bike); 1 fotografo; 4 aziende agricole con spaccio vendita (2 vino - 2 carne). Da segnalare "Namasté" gettonata scuola di equitazione.
- **Paderna (216ab)** - 5 Attività: 2 bar/ristorante; 2 produttori agricoli; 1 attività vendita e noleggio bici.
- **Sardigliano (402 ab)** - 4 Attività: 1 alimentare; 1 pizzeria; 1 produzione salumi (molto conosciuto per vendita ingrosso province ALL, GE, PV); 1 attività di grafica e comunicazione (livello nazionale).
- **Carezzano (433ab)** - 14 Attività: 2 agriturismo; 1 produzione salumi (eccellenza con distribuzione anche in Lombardia e Liguria); 6 aziende agricole. Da segnalare "La Selva" scuola di equitazione.
- **Castellania Coppi (92ab)** - 8 Attività: 1 ristorante; 1 hotel/ristorante; 5 Aziende agricole; il museo Casa Coppi.

Svariate ed interessanti sono le iniziative di promozione dei vari comuni:

- **Pozzolo Formigaro** con la **Fiera delle Palme** (10 mila visitatori); la **Festa d'Agosto** con il Castello aperto a visite culturali, lo spettacolo pirotecnico e le serate enogastronomiche (3 giorni/12-15 mila presenze). Unica in provincia la "**Festa Olistica**" (sospesa dopo due edizioni causa pandemia) con esperti da ogni parte d'Italia, stand di erbe e prodotti, corsi e attività per gruppi. Significato dell'olistica è che "*in natura l'evoluzione creativa, forma interi che sono più grandi della somma delle parti*". Una esperienza inedita ma uno straordinario successo. Da riprendere appena possibile.
- **Villalvernia** con "**Artisti e Sapori**" per scoprire i gusti della tradizione locale con pittori, scultori e musicisti (ultima domenica di settembre). La **Festa Patronale del Rosario** con visite culturali al castello, chiesa del borgo antico. Mercatini e concerto bandistico.
- **S. Agata Fossili** con "**Mestoli & Musica**" ultimo week end di luglio e "**Grigliata di fine estate**" fine agosto con le carni biologiche dei produttori locali.
- **Sardigliano** con la "**Fiera del Tartufo**" ultima domenica di ottobre e varie iniziative culturali, musicali e gastronomiche realizzate nelle 4 frazioni per far conoscere le straordinarie qualità dei prodotti che nascono "sotto terra" come patate e carote. In effetti come qualità la Val Magra fa storia a sé.
- **Carezzano** con "**Bambini in Festa**" a maggio e la "**Notte Bianca**" con la Festa Patronale la prima domenica di agosto.
- **Cassano Spinola** con la settimana di "**Arte e Cultura**" a fine maggio; la "**Fiera di S. Croce**" la 3° domenica di settembre; la "**Sagra di San Pietro**" a giugno. Di interesse il "**Centro Estivo**" iniziativa avviata da 13 anni che porta ca. 60 bambini "custoditi" per l'intera giornata nel periodo estivo.
- **Castellania Coppi** con il quasi storico "**2 gennaio**" dedicato alle celebrazioni per l'anniversario della scomparsa di Fausto Coppi; le "Storie di Sport" a ottobre con incontri settimanali con scrittori e giornalisti nel resort Borgo di Castellania; la "**Mitica**" cicloturistica storica mese di giugno; "**Welcome Castellania**" premio internazionale al giornalismo sportivo ed ai benefattori dello sport organizzato da Casa Coppi.

## Percorso progettuale.

La proposta di Regione Piemonte sui Distretti del Commercio è stata una idea nobile e feconda perché ha stimolato città e territori anche minuscoli, di provare a pensare come scrivere il loro futuro ovvero se aspettare che la desertificazione progressiva del piccolo commercio proceda nel silenzio oppure se provare a mettere assieme energie, idee e desideri, per ripartire dai valori della tradizione locale e con gli strumenti tecnologici diffondere un messaggio coinvolgente e attrattivo. Non è e non sarà una cosa facile, altrimenti lo avrebbero già fatto tutti.

L'idea dei "campionissimi" è stata gradita dal Sindaco di Pozzolo Formigaro, meglio dire accolta con la sorpresa di chi ha intravisto una strada nuova. D'accordo nel fare il capofila. Era il gennaio 2021.

Si è avviato un primo contatto con i Sindaci per informarli di questa opportunità e che valeva la pena pensare ad un progetto condiviso. Al primo incontro nel comune di Pozzolo ne sono seguiti altri: a Cassano Spinola, a S. Agata Fossili, a Castellania, anche per dare un nuovo senso a questa collaborazione che non doveva partire dall'alto ma essere condivisa. Risultato ottimale perché abbiamo trovato in questi Sindaci figure eccellenti, disponibili di provare a trovarci un "posto al sole" come si usa dire da queste parti.

Avuto l'ok dai Sindaci si è parlato con le Pro Loco e le associazioni locali (incontri a Pozzolo e Villalvernia) che hanno dato un valido contributo nella diffusione del messaggio distrettuale e raccolto, d'intesa con il manager, le manifestazioni di interesse per la candidatura.

Da subito si è delineato un percorso da seguire affidando incarichi per la fase di candidatura inerenti grafica e comunicazione, un sistema di raccolta e gestione dati, un percorso di visita alle singole attività commerciali, pubblici esercizi e turistiche ma anche a "portatori di interesse" magari non direttamente coinvolti nel progetto operativo ma lieti di far parte di una squadra che si pone l'obiettivo lo sviluppo economico e sociale di un territorio.

Sono venuti fuori progetti che i singoli comuni avevano in attuazione e si è convenuto che integrarli in un sistema sarebbe stato più proficuo. Abbiamo condiviso esperienze e scoperto eccellenze locali inaspettate. Sono scaturite proposte inattese che, partendo da una realtà locale, potevano diventare un sistema.

Ma il punto di partenza, indispensabile, è quello di dare un valore, una notorietà al Distretto Diffuso "Borghi dei Campionissimi" per non farlo rimanere un contenitore di buone intenzioni.

In sintesi le proposte scaturite nei vari incontri si possono sintetizzare in:

- Il cicloturismo come strumento di scoperta del territorio e delle singole eccellenze. Si parte con il "vantaggio" di Castellania e Casa Coppi che devono assumere il ruolo di "ambasciatori" dei Borghi.

- Le piste ciclopedonali e la sentieristica. Sono in fase esecutiva e già finanziate una serie di interventi che sono: 1- ciclovia da Pozzolo a Villalvernia; 2 - ciclovia Villalvernia- Carezzano-Castellania; 3 -nuova strada panoramica a S. Agata con vista su Castellania e il “Belvedere Coppi” con Big Bench e scultura artistica in metallo di Coppi; 3- “Sentieri dell’Airone” percorso ciclo-escursionistico da Cassano Spinola-S. Agata-Castellania (finanziato bando GAL) con area attrezzata per ricarica e-bike e parco giochi; 4- Castellania restyling mausoleo Fratelli Coppi e piazza Candido Cannavò; 5 Castellania/Casa Coppi restyling interno con nuove aree espositive scenografiche; 5- Sardiigliano restyling sentiero n. 145 “Antiche Fonti dello Zolfo” nel comprensorio “Terre del Drago” (piedi, ebike, cavallo); Carezzano: recupero ex polveriera; 6- Pozzolo Formigaro: rifacimento area piazza Castello; recupero antica Chiesa delle Giare (1200) per eventi e cerimonie (fondi Terzo Valico).
- Recupero terreni incolti per la creazione del “Parco delle Api” con erbe aromatiche e nuovi alveari. Proposta del dr. Luigi Prati Sindaco di Carezzano.
- Creazione di strutture mobili espositive per la partecipazione dei vari produttori di ogni comune ad eventi, fiere e manifestazioni. Una prima prova si farà nel 2023 con la Fiera delle Palme a Pozzolo.
- Posa di cartelli stradali che identificano l’area dei Borghi dei Campionissimi; targhette segnaletiche da posizionare nelle strutture di interesse. Il QRCode rimanda alla spiegazione della struttura ma informa anche il visitatore di specialità tipiche o iniziative commerciali. Proposta del sindaco del dr. Domenico Milosio.
- strumenti digitali per la costruzione di uno spazio di promozione e vendita dei prodotti tipici locali da promuovere anche al Serravalle Outlet grazie alla collaborazione con il Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi che gestisce il progetto turistico commerciale THINKSERRAVALLE;
- Organizzazione eventi e degustazioni nel concept store “ledolciterre” gestito dallo stesso consorzio turistico all’interno di Serravalle Outlet.

In questo angolo del Piemonte, stretto fra Lombardia e Liguria, due sono gli attrattori di eccellenza: Serravalle Designer Outlet (7 milioni di visitatori da 50 Paesi del mondo - dati 2019) e Gavi per il suo vino diventato una eccellenza mondiale (15 milioni di bottiglie; presente in 50 Paesi del mondo; oltre 100 aziende agricole). Tutte le iniziative cercano quindi di trovare una qualche forma di collaborazione.

In questo “angolo” si sono formati 3 Distretti Diffusi del Commercio, di fatto confinanti fra loro: i Borghi con Shopping & Natura e questo con Gavishire. Inesistenti le distanze: da Pozzolo Formigaro a Serravalle Outlet 5 km; per arrivare a Gavi 15km; per Vignole Borbera 16 km.

Su queste considerazioni si sono fatti ragionamenti e aperti dialoghi. Grazie al Consorzio Turistico, partner importante nei 3 progetti distrettuali, sono state delineate delle strategie di comunicazione nelle quali, pur nelle differenze fra i vari DDC, l’idea da trasmettere al visitatore è di una organizzazione coordinata, un territorio che offre peculiarità comuni, esaltandone nel contempo le singole tipicità e caratteristiche.

Per corretta informazione si evince che al Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi, sono associate ca. l’80% delle strutture di ospitalità e ristorazione e gestisce, in partnership con Serravalle Designer Outlet il progetto turistico commerciale THINKSERRAVALLE.

Questo risultato è stato raggiunto dopo una serie di incontri che hanno portato il Consorzio Turistico ad organizzare al Teatro Civico di Gavi il 17 luglio 2021 un meeting intitolato “**Via Rinascimento**” al quale hanno presenziato con i Sindaci e molti operatori economici, gli Assessori regionali Vittoria Poggio e Marco Protopapa, il presidente della Provincia.

La Tourism Manager di Serravalle Outlet, Sabina Piacenti, ha confermato la disponibilità a collaborare con il territorio. THINKSERRAVALLE che sarà lieto ospitare e diffondere informazioni, proposte, promozioni, che dovranno essere coordinate e gestite con grande cura e qualità dell’offerta.

E’ stato un evento importante per tutti che ci ha aperto spazi formidabili che dovremo guadagnarci con la nostra operosità. Piacevole e gradita la collaborazione fra i 3 DDC migliorata dal fatto che molti sindaci hanno fra loro rapporti personali di lunga data e spesso di amicizia.

Questo ha confermato anche le motivazioni di scelta del nostro manager che ha saputo in maniera raffinata legare tutti i fili del territorio per farne una corda robusta che ci auguriamo possa portarci lontano.

In questi mesi del 2022 si sono avvicendati incontri con i Sindaci e con le Pro Loco che nei piccoli borghi rappresentano spesso la spina dorsale. Ci siamo confrontati con produttori locali di salumi, formaggi, carne, miele, vino e farina, per capirne meglio situazioni e intenzioni. Abbiamo scoperto eccellenze straordinarie, spesso sottovalutate, che possono essere un traino utile al commercio. Tra le curiosità una farina il “**Tritordeum**” un nuovo cereale, nato dall’incrocio naturale con grano duro e orzo selvatico, dalle molteplici qualità organolettiche positive. “Corte di Rivalta” azienda agricola del Gruppo Gavio con sede a Pozzolo Formigaro, già leader nazionale nella lavorazione dei pomodori, lo produce in esclusiva per l’Italia. Ci sarà bisogno dell’ingegno dei maestri dell’arte bianca.

## Da dove si parte - Indirizzi strategici.

Dopo un volo d'angelo sul territorio dove sono emerse caratteristiche, pregi e criticità, per il raggiungimento degli obiettivi, ovvero il miglioramento del piccolo commercio esistente e la creazione di nuove imprese che coinvolgano giovani e donne intraprendenti, si deve salire una scala - gradino per gradino - avendo già le idee chiare sulle azioni da intraprendere.

1 - **personalizzare "I Borghi dei Campionissimi"** come elemento di attrazione piacevole, accogliente per famiglie non una "roba" esclusiva o elitaria. Una sorta di marchio di qualità, ambiente naturale, gestione familiare delle aziende. Uno spazio dove il recupero delle tradizioni diventa emozione per il nuovo visitatore; dove le Attività esistenti diventino sempre più un elemento di richiamo di persone da fuori zona; dove il turista trova servizi e assistenza per diventare "cliente".

La prima cosa sarà di evidenziare il perimetro distrettuale con tabelloni posti agli ingressi dei comuni. Un tabellone di impatto grafico ed emozionale che titola "io compro in valle il mio paese vivrà" completato dal logo istituzionale del Distretto. Questo messaggio sarà adottato e ripetuto in tutte le azioni del Distretto,; sarà una vetrofania esposta in tutti i negozi e attività turistiche, agricole, artigianali; sarà un leit motiv che accompagna le offerte commerciali, le proposte turistiche.

Personalizzare i "Borghi" vuole dire anche visitarli e conoscerli, camminare in queste piazze, vedere le cose. Allora si pensa a due iniziative che coinvolgano tutti i paesi invitando chi vuol trascorrere una domenica un po' inconsueta ad unirsi a noi.

**"La Dolce Gita"** una passeggiata cicloturistica enogastronomica che partendo dal castello di Pozzolo Formigaro tocca tutti i comuni del DDC per chiudersi a Castellania Coppi. In ogni comune una sosta con degustazione di specialità locali coinvolgendo produttori, attività commerciali e di ristorazione. Filo conduttore è il Budino Elah, simbolo delle famiglie negli anni '50, che viene preparato con curiose ricette locali. Occasione per avvicinare gruppi familiari in un piacevole tour di scoperta. Previsione Maggio.

**"Campanili in Festa"** un evento dove ogni famiglia, con mezzi propri, può trascorrere una giornata di festa un po' inusuale. I campanili che suonano in contemporanea il ritocco delle ore; chiese da visitare e dove possibile con musica; mercatino locale con degustazione e vendita specialità; visita guidata dai produttori; in omaggio una piccola guida che raccontale eccellenze dei "Borghi". Previsione Settembre.

**"Cartellonistica"** un tabellone elegante e curioso da posizionare nelle strade di accesso di ogni comune. Grafica piacevole e intrigante. "Io compro in valle, il mio paese vivrà" è il messaggio completato dal logo istituzionale del DDC con un messaggio di "benvenuti" "welcome". Previsione autunno 2022.

**"Guida ai Borghi"** un pratico, sintetico ed elegante book (formato 14,5 x 21 cm) di 48 pagine che racconta in maniera sintetica e coinvolgente le eccellenze del territorio finalizzate a dare visibilità e valore alle attività commerciali presenti. Quindi cicloturismo, agricoltura, arte e natura come elementi di attrazione dei negozi dove trovi quello che cerchi. La presenza delle attività non sarà il banale 'quadretto pubblicitario' ma una immagine diretta e avvincente che identifica e rafforza il messaggio.

Questa Guida dovrà essere presente in tutte le attività del territorio (anche in farmacia, pizzeria o ristorante) per essere distribuita ai visitatori e clienti "esterni".

Sarà distribuita anche al museo Casa Coppi e al concept store "ledolciterre" al Serravalle Outlet.

Come già sottolineato in questi spazi importanti di distribuzione (Serravalle in primis) saranno presenti anche le Guide degli altri DDC. Risulta quindi saggia ed evidente la proposta, condivisa da tutti, di offrire una immagine coordinata, un messaggio quasi familiare che dia la sensazione immediata che siamo parte della stessa famiglia, ognuno con le sue caratteristiche e peculiarità. Previsione Settembre-Ottobre 2022.

**"Cabina di regia"** è fondamentale la collaborazione fra i vari comuni per il coordinamento della varie attività culturali, folcloristiche, sportive per evitare sovrapposizioni e favorirne l'integrazione. E' altrettanto indispensabile una governance per le Attività commerciali, turistiche, ecc. sia per la raccolta dati dei clienti che per la promozione, la distribuzione di materiale nonché il contatto diretto e costante con le Attività sia per farle sentire parte del sistema che per meglio diffondere con tempestività offerte commerciali.

La soluzione proposte viaggia su due linee:

- **"Info Point"** centralizzato gestito dalla Pro Loco del Comune capofila che raccoglie e coordina le attività di carattere generale organizzate dai comuni in forma diretta o con associazioni locali;
- **"Centro Operativo"** ovvero un punto di raccolta dati, gestione comunicazioni e promozioni (social, internet) con i clienti potenziali, collegamento con le Attività del territorio, per tenerle correttamente informate sulle attività e iniziative, per ricevere proposte e suggerimenti. Questo "center" raccoglie e diffonde promozioni territoriali, offerte commerciali complessive e-o offerte mirate su singoli prodotti e Attività.

**“Collaborazioni territoriali”** sarà un altro aspetto di valorizzazione e crescita del DDC perché una fattiva collaborazione con associazioni culturali, sportive naturalistiche e altre realtà no profit porterà indubbiamente beneficio a tutto il sistema.

**“Eventi e manifestazioni”** Valorizzare le tradizioni locali e incentivare l’offerta culturale da parte di associazioni o altri soggetti sarà una funzione aggiuntiva di ausilio da parte del DDC con l’intendimento di realizzare un calendario annuale di eventi.

**“Agricoltura e allevamento”** Capire con queste attività presenti come il DDC possa essere utile a loro ma anche come loro possano essere utili al progetto distrettuale. Unire le tipicità e le risorse potrà creare le basi per una nuova forma di commercializzazione di questi prodotti di qualità.

Anche il progetto “Parco delle Api” ha un suo perché. Recuperare terreni incolti con erbe aromatiche e officinali offre due vantaggi: un paesaggio più gradevole come meta turistica; la produzione di miele di nicchia e alta qualità. Il Comune di Castellania Coppi sta elaborando un progetto interessante per edificare un punto vendita che raccolga tutte le specialità che il territorio distrettuale saprà offrire. Questo dimostra nelle intenzioni la comune volontà di partecipare ad un progetto integrato per il bene comune.

**“Cicloturismo”** “last but not list” ovvero ultimo, ma non per importanza, questo segmento dello slow tourism vede Castellania Coppi come meta privilegiata. Basti ricordare che ogni giorno dell’anno arriva qui gente in bici; che arrivano ogni anno almeno 50 corse amatoriali; che ca. 5 mila persone l’anno visitano Casa Coppi; che il Giro d’Italia è partito da Castellania per onorare i 100 anni della nascita del Campionissimo e si sta lavorando per una edizione nelle colline dei vini (proposta Castellania-Gavi a cronometro) per il Giro 2023. Come sopra detto il cicloturismo deve diventare ancora di più elemento di scoperta preparando esperienze di uno o più giorni dove sia possibile visitare le varie Attività del territorio con una sorta di mini vacanza che integra sport, cultura, natura, commercio e agricoltura. Le “sperimentazioni” organizzate in questo modo hanno dato risultati positivi, superiori alle nostre attese.

## **Programma strategico triennale**

### **Obiettivi in riferimento al territorio.**

Gli obiettivi, ovvero gli indirizzi strategici, individuati e condivisi per il DDC “I Borghi dei Campionissimi”, in riferimento alla situazione territoriale, vengono suddivisi in due macro zone ideate per sviluppare tematiche differenti ma fra loro strettamente integrate: quella di pianura con Pozzolo Formigaro, comune capofila, Villalvernia e Cassano Spinola e quella collinare con Carezzano, Sardigliano, Sant’Agata Fossili, Paderna, Castellania Coppi.

Le azioni che si intendono realizzare, ovvero interventi specifici e settoriali, seguono due tematiche: la prima di carattere strutturale per consentire una migliore forma di accoglienza (sistemazione strade, cura del verde, arredo urbano, aree attrezzate per camper, servizi assistenza e-bike, insegne e vetrine); la seconda di carattere immateriale orientata alla valorizzazione del territorio, comunicazione promozionale, adozione marchio di qualità, formazione addetti.

In sintesi gli obiettivi sono riconducibili a:

#### **1. Personalizzazione e attrazione del DDC**

Cartellonistica - orari apertura e vetofanie - eventi di coinvolgimento di tutti i comuni - promozione specialità tipiche e servizi - manutenzione verde e strade - qualificazione estetica di insegne, vetrine, facciate - arredo urbano - guida turistico commerciale - servizi al cicloturismo e sentieristica - totem informativi - promozione con slide, cartoline e flyer al Serravalle Outlet (ledolciterre) - educational tour

#### **2. Incrementare il numero dei visitatori esterni.**

Calendario eventi, mostre, spettacoli nei singoli comuni - promozione del patrimonio enogastronomico utilizzando giornate “speciali” (es. Lunedì di Pasqua) - utilizzo associazione Casa Coppi & Friends per favorire adesioni con proposte di benefit - organizzazione eventi sportivi amatoriali e per famiglie sul cicloturismo, sentieristica - utilizzare eventi sportivi di rilievo per promuovere territorio e specialità - creazione di esperienze cicloturistiche (1-2 giorni) che integrano la pedalata con visite, degustazioni, acquisti, nelle Attività del territorio. Per meglio rispondere alle richieste emergenti, ogni “esperienza” viene corredata con immagini fotografiche sia per le strade e l’ambiente che per le Attività da visitare, il tutto completato da ulteriori info costi compresi.

#### **3. Valorizzazione delle eccellenze, filiere e itinerari turistici.**

Percorsi enogastronomici con visite guidate - recupero antiche ricette contadine e cooking class - eventi di settore (carni locali; miele e arte bianca; conserve di frutta) - Estate ragazzi organizzata in diversi comuni con offerte di eccellenza specialistica (es. bambini diabetici) - Equitazione. ippoterapia, tour a cavallo.

#### 4. Sistemi di fidelizzazione dei clienti.

“Passaporto dei Campionissimi” una Card che offra privilegi negli acquisti ma che tenga informati i titolari su eventi, iniziative, offerte commerciali mirate (es. dolci tipici di Natale, funghi, tartufi, ecc.). Raccolta dati clienti presso tutte le Attività. Gestione e comunicazione personalizzata. Coinvolgimento gruppi e squadre ciclistiche amatoriali che arrivano a Castellania.

#### 5. Formazione titolari e addetti.

Interventi volti a sostenere gli operatori privati che operano nel territorio distrettuale sia sul corretto ed efficace uso delle moderne tecnologie nonché sui nuovi sistemi e strategie di visual merchandising, allestimento spazi, comunicazioni personalizzate. Meeting da tenere sia on line che in presenza con numero definito e omogeneo di partecipanti.

#### 6. Immagine e promozione coordinata e integrata.

Le forme di promozione più efficaci sono quelle coordinate, ovvero esaltate da un sistema territoriale che dà prestigio, ma soprattutto integrate con altre opportunità che rendano più interessante il messaggio commerciale o turistico. Ad esempio la visita ad una antica Abbazia desta più interesse se propongo al cliente il pranzo in un ristorante tipico dove puoi visitare l'allevamento dei bufali e l'orto italiano; dove puoi comprare nello spaccio la breasola di bufala e il formaggio caprino. Poi chiudi la giornata con la visita culturale. Questa è la linea richiesta dai visitatori di qualità che vogliono essere anche compiutamente informati sui dettagli, ad es. la visita all'Abbazia è gratuita o ha un costo?

Un aspetto innovativo e interessante, considerata come detto la presenza confinante dei 3 DDC, sarà una collaborazione integrata dove, utilizzando ad esempio canali comuni di promozione (Serravalle Outlet, store ledolciterre, siti web del consorzio turistico, strutture di ospitalità, cantine) si dovranno produrre Guide e strumenti informativi che pur mantenendo le peculiarità di ogni singolo DDC offrano al visitatore l'immagine di un territorio coordinato. Altri aspetti di collaborazione reciproca possono svilupparsi su settori specializzati: le cerimonie, ad esempio, come i wine tour o il cicloturismo riescono tranquillamente a “sconfinare” integrando le offerte dei vari Distretti. Queste nostre esperienze di partnership fra DDC rafforzano la credibilità e la volontà di scrivere un nuovo percorso dei piccoli territori.

#### 7. Comunicazione integrata.

I risultati positivi di ogni progetto derivano sia dalla collaborazione degli attori in campo ma soprattutto da una tempestiva, efficace e coinvolgente comunicazione. Su questo punto si sono fatti ragionamenti anche con gli altri DDC perché, utilizzando le moderne tecnologie che di fatto superano la presenza fisica di un info point, diventa più produttivo un “**centro operativo**” unico che riesce a concentrare e utilizzare al meglio sia le professionalità addette che disporre di strumentazione hardware all'altezza delle situazioni richieste. Il progetto “integrato” prevede che ogni distretto disponga di un “**Info Point**”, che dovrà essere dotato di idonea attrezzatura informatica (hardware) per raccogliere le informazioni inerenti attività, eventi, manifestazioni, strutture storiche e religiose, ambiente e natura, organizzate e/o gestite sia da Enti pubblici (Comuni, Unione Montana, Parco Appennino, ecc) che da associazioni o privati. Un data base utile per avere compiute informazioni, predisporre un Calendario, evitare sovrapposizioni. Questi dati saranno utili anche per integrare le “esperienze” che ogni DDC vorrà proporre e promuovere anche su temi specifici (es. le Chiese sulle cime; amaretti e canestrelli; vendita e noleggio e-bike, ecc) o percorsi che interagiscono con territori di altri DDC.

Il “**Centro Operativo**” deve avere come obiettivo “**l'incoming**” ovvero il turismo in entrata e attivare un progetto di comunicazione tematica, mai generica, che dovrà essere penetrante, periodica e coinvolgente per chi la riceve. Per questo bisogna operare su diversi livelli. Il primo: una figura che fisicamente sia vicino alle imprese, vada a visitarle con una cadenza predefinita, raccolga suggerimenti, stimoli il piccolo imprenditore a far parte del sistema, lo coinvolga lasciandogli ad es. la vetrofania del DDC, l'orario di apertura con il medesimo lay out che avranno tutti i negozi. Per costruire un percorso occorre partire dalla stima, fiducia e coinvolgimento diretto degli operatori. Solo così saranno stimolati a coinvolgere i loro clienti ed a raccogliergli i dati. Il secondo punto è la gestione del data base generale che verrà suddiviso in campi specifici inerenti singoli comuni, singoli distretti, tipologie di interesse distrettuale ed extra distrettuale, raccolta e suddivisione dati che arrivano dagli “info point” dei singoli DDC. Gestione ovviamente intesa anche aggiornamento. Il terzo punto sarà la gestione e attualizzazione dei siti web di ogni DDC e la fase di comunicazione periodica. Visto l'importanza fondamentale di questa parte operativa che richiede la presenza di una “task force” professionalmente organizzata e sempre disponibile (visto che tante cose si fanno il sabato, domenica e festivi) si è convenuto affidare questo servizio al Consorzio Turistico Terre di Fasto Coppi, struttura operativa già fortemente organizzata (20 dipendenti e collaboratori) che collabora per questo service con: Morena Mazzarello (funzionario Ascom Novi Ligure) per l'attività esterna/visita ai negozi; Claudio De Bernardi Design per la parte

grafica e software; Arianna Borgoglio professionista nella comunicazione; Alice Saladini che gestisce il museo Casa Coppi; Ilham Katibi store manager concept store "Iedolciterre" al Serravalle Outlet; Gea Fravega, tourism manager di THINKSERRAVALLE.

#### 8. **Vendite on line.**

Uno degli elementi di sviluppo economico sarà quello di unire i valori della tipicità tradizionale con i nuovi sistemi di comunicazione informatica. Trattandosi di attività a conduzione familiare e della complessità organizzativa che la vendita on line richiede, si dovrà fare una valutazione approfondita sull'offerta dei singoli per escogitare un sistema integrato che offra al cliente "tecnologico" una serie di "pacchetti" preconfezionati con le specialità locali. Questa potrebbe essere occasione per la nascita di qualche nuova impresa che attraverso le moderne tecnologie possa crearsi un nuovo ampio mercato. Sarà oggetto di valutazioni e studi con prove sperimentali in azione dal 2023.

#### 9. **Sicurezza.**

Questo tema sempre all'ordine del giorno merita una breve riflessione anche di ordine geografico. I comuni posti in pianura (Pozzolo Formigaro, Cassano Spinola e Villalvernia) dispongono già di adeguate protezioni soprattutto delle Attività private più significative. Discorso diverso per i piccoli borghi di collina dove, al di là del privato esistente, si potrebbe pensare ad una tutela più generale che registri i transiti mettendo a sistema opportune segnaletiche (peraltro già esistenti oggi usate essenzialmente per informare sulla velocità di transito) in grado di registrare i mezzi in transito per verificarle in situazioni di bisogno. Su questo è indispensabile una consulenza specifica per valutarne fattibilità, utilizzo e risultati.

### **Manager del Distretto**

La figura del Manager del Distretto diventa strategica per il successo e la realizzazione del progetto generale di sviluppo intrapreso dai Borghi dei Campionissimi.

Come evidenziato nella Relazione di Fattibilità presentata alla Regione Piemonte nella domanda di candidatura prevista dal Bando Regionale "per l'accesso all'agevolazione regionale relativa all'istituzione dei Distretti del Commercio" (DGR 23-2535 del 11.12.2020) ed in conformità all'accordo di partenariato siglato dal comune capofila di Pozzolo Formigaro e le associazioni provinciali del commercio - Confcommercio e Confesercenti - si conferma la scelta del Manager al fine di porre in atto le azioni necessarie alla realizzazione degli obiettivi programmati nel piano triennale, a sviluppare una forte identità territoriale, a portare benefici economici nella rete distributiva commerciale dei paesi e borghi del Distretto, a sviluppare progetti di collaborazione integrata nelle filiere produttive legate a specialità locali nonché attivare percorsi di collaborazione con enti, associazioni e consorzi operanti nel cicloturismo per farlo crescere come strumento di scoperta e valorizzazione del territorio, considerato la storia unica e straordinaria che il Distretto può raccontare in questo segmento specifico.

Il DDC "I Borghi dei Campionissimi" già nella fase preliminare di candidatura aveva ritenuto idonea la figura di Massimo Merlano (presidente Ascom Novi Ligure e del Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi) per il suo curriculum professionale e la profonda conoscenza del territorio sia nell'aspetto commerciale e turistico che dei suoi valori storici, delle tipicità legate alla tradizione. Segna rapporti interpersonali di lunga data con imprenditori, amministratori locali, dirigenti di importanti aziende del territorio.

Lunga e consolidata la sua attività sui centri storici (ideatore dell'OADI Il Cuore di Novi nel 2004, uno dei primi Organismi Associati fra le imprese del centro storico in Piemonte. Scelta da Regione Piemonte la città di Novi Ligure per il primo progetto sperimentale dei Distretti del Commercio nel 2006. Relatore al Congresso mondiale dei Centri Storici a New York nel 2005 invitato a relazionare di una piccola città italiana che ha visto aprire il Centro Outlet più grande d'Europa.

Nel dicembre '97 ha creato il Consorzio Turistico "Terre di Fausto Coppi", riconosciuto da Regione Piemonte, che ha riaperto Casa Coppi come museo degli affetti, oggi diventata un simbolo quasi sacrale del ciclismo a livello mondiale. Dal 2008 avvia la collaborazione con Serravalle Outlet, oggi diventata partnership con il progetto turistico THINKSERRAVALLE per raccontare ai visitatori che arrivano da ogni parte del mondo i pregi del territorio che ospita il Centro Outlet diventato l'icona mondiale dell'italian fashion. Ha operato con successo nel rilancio dei centri minori e delle valli con mercati, fiere ed eventi che hanno portato benefici concreti e duraturi. Ha contribuito nel 2000 al rilancio e valorizzazione del Tour Gastronomico della Val Borbera che quest'anno compie la sua 42° edizione.

Sul distretto ha svolto un'eccellente opera di stimolo e collegamento fra le varie amministrazioni comunali indicando formule e strade nuove per uno sviluppo economico e sociale delle nostre comunità.

## Cronoprogramma.

	2022	2023	2024
a. Personalizzazione e valorizzazione DDC	x	x	x
b. Arredo urbano - Vettrine insegne		x	x
c. Incremento visitatori esterni	-	x	x
d. Valorizzazione eccellenze, filiere, itinerari turistici	-	x	x
e. Sistemi di fidelizzazione dei clienti		x	x
f. Formazione addetti/uso strumenti tecnologici	x	x	x
g. Immagine e promozione coordinata e integrata	-	x	x
h. Comunicazione integrata e condivisa	x	x	x
i. Vendite on line		x	x
j. Sicurezza		x	x

NB Il segno - indica la fase sperimentale di avvio; il segno **X** indica operatività.

## Conclusioni.

Un territorio minuscolo ma curioso e prezioso che prova a diventare un patrimonio diffuso cercando di portare gente nuova come turisti, clienti, abitanti. Diffondere il messaggio di una diversa qualità della vita, dove la disponibilità di servizi e di tecnologia annulla le distanze ma preserva un ambiente naturale, **sano** dove la familiarità nella vita sociale ha ancora un senso.

Il DDC ha voluto chiamarsi "Borghi dei Campionissimi" perché vuole misurare le sue qualità, la sua intraprendenza, per diventare un luogo che ha saputo creare benessere e gradimento di chi verrà a trovarci.

Abbiamo idee da sviluppare, concetti da sperimentare, dubbi da dissipare. Ma gli obiettivi sono chiari.

Con il sostegno di Regione Piemonte vogliamo dimostrare di saperli raggiungere.