

## Q.S.V. – III FASE – DOCUMENTO COMPLESSIVO

### TAVOLO PARTECIPATIVO CON LE PARTI SOCIALI E LE ISTITUZIONI 24 e 30 Novembre 2015

**Martedì 24 e lunedì 30 novembre 2015** presso la sede Comunale in Corciano capoluogo si sono svolti due incontri di partecipazione del Documento Complessivo del QSV ai quali l'Amministrazione comunale ha invitato le parti sociali (associazioni di categoria, organizzazioni sindacali, associazioni dei consumatori, ecc.) e le istituzioni del territorio.

La convocazione è stata effettuata per entrambe le occasioni per via telematica.

#### **24 novembre 2015**

Presenti all'incontro:

- Cirimbilli Anselmo (CISL/ADICONSUM);
- Maiarelli Massimo (CONFESERCENTI);
- Belisti Franco (CONFCOMMERCIO);
- Scacciatella Fabrizio (CONFARTIGIANATO).

Per il Comune hanno preso parte all'incontro:

- l'Assessore allo Sviluppo Economico, Cultura e Turismo: Pierotti Lorenzo;
- l'Ufficio Sviluppo Economico dell'Ente: nelle persone della Responsabile d'Area, Paltriccina Barbara, e dell'Addetta al Servizio, Cirinei Ambra;
- il consulente per la parte socio-economica del QSV: Andrea Kaczmarek.

L'incontro si è incentrato principalmente sulla presentazione, da parte del Comune, dei contenuti del Documento Complessivo ed in particolare delle azioni di breve/medio/lungo termine e del piano di marketing, a seguito della quale le parti presenti hanno richiesto la visione integrale dei documenti costituenti il QSV, che sono stati successivamente trasmessi tramite posta elettronica, al fine di una più approfondita conoscenza degli stessi e della presentazione di eventuali proposte e osservazioni. Si è pertanto deciso di aggiornare il tavolo ad una seconda seduta per il 30 novembre.

#### **30 novembre 2015**

Presenti i medesimi soggetti di cui sopra.

Sono state esaminate e discusse da parte dell'Amministrazione, nella persona del Sindaco Cristian Betti, le osservazioni presentate dalle Parti sociali nei documenti che si allegano in versione integrale.

In sintesi, i principali punti oggetto di dibattito sono stati:

- LA STESURA DI UN DISCIPLINARE PER ESTENDERE L'USO DEL LOGO BRAND DEL QSV ALLE AZIENDE "DI ECCELLENZA" DEL TERRITORIO: sulla questione il Sindaco ha dimostrato grande interesse e ha invitato le parti sociali presenti, che si sono rese disponibili in tal senso, a stendere una bozza di disciplinare da esaminare e concordare con l'Amministrazione;
- LA REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ ESPERIENZALI (ad es. CORSI DI CUCINA) DA OFFRIRE IN PIANTA STABILE AI TURISTI: anche su questo punto il Sindaco ha manifestato il proprio consenso e si è impegnato a tradurre la proposta in azione modificando così il Piano d'Azione ed inserendo la misura già dal 2016;

- IL COLLEGAMENTO TRA PRODUTTORI DEL TERRITORIO E STRUTTURE RICETTIVE PER REALIZZARE CORNER ESPOSITIVI DEI PRODOTTI TIPICI C/O LE STRUTTURE MEDESIME: il Sindaco si è reso disponibile a convocare nel 2016 un incontro di coordinamento tra le parti al fine di creare un primo momento di contatto e scambio che poi sarà lasciato ai rapporti privatistici tra gli stessi;
- MIGLIORAMENTO DELLA COMUNICAZIONE DEGLI EVENTI SIA IN TERMINI DI QUANTITÀ CHE DI TEMPISTICA, IN OTTICA DI PROGRAMMAZIONE: l'argomento è stato molto sentito dall'Amministrazione che non solo ha accolto l'osservazione, ma ha risposto con l'idea di costituire, già dal 2016, la "Consulta sul Turismo": un organismo di coordinamento, con riunioni mensili, composto da 4 membri: un rappresentante dell'amministrazione comunale, uno delle strutture ricettive del territorio, uno dei produttori di prodotti tipici di qualità del territorio e uno delle associazioni del territorio organizzatrici delle principali manifestazioni del centro storico attrattore;
- LA REALIZZAZIONE DI UN MERCATO DI PRODOTTI TIPICI LOCALI DI ECCELLENZA NEL CENTRO STORICO ATTRATTORE: dietro consenso dell'Amministrazione, le parti sociali presenti si sono dette intenzionate a presentare un progetto ad hoc ed a reperire un soggetto organizzatore;
- LA RIQUALIFICAZIONE DEL MERCATO SETTIMANALE DEL BORGO DI CORCIANO: l'Amministrazione ha constatato le forti difficoltà che sta vivendo tale mercato e si è impegnata, oltre che a mantenere la presenza di tali spazi, a valutare possibili ipotesi di sostegno chiedendo la collaborazione delle parti presenti;
- L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI LEGATI AD ALCUNI SETTORI SPORTIVI (BIKERS, TREKKING, ecc): è stata valutata la possibilità di realizzare nel medio/lungo termine manifestazioni estemporanee in tali settori, pur non inserendo al momento azioni specifiche nei documenti del QSV;
- REALIZZAZIONE DI WORKSHOP UNIVERSITARI: l'Amministrazione ha accolto con interesse la proposta valutando l'opportunità di coinvolgere la Facoltà di Ingegneria per la progettazione degli interventi sull'accessibilità al borgo attrattore.

L'amministrazione ha inoltre proposto, a seguito delle riflessioni emerse nel dibattito, una misura aggiuntiva a quelle già delineate nel Piano di Azione: al fine di incentivare l'apertura di nuove attività, soprattutto nel centro storico attrattore, il Sindaco ha deciso di istituire un bando di CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO A PARZIALE COPERTURA DELLE SPESE DI LOCAZIONE DI IMMOBILI STRUMENTALI ALL'ATTIVITÀ DI IMPRESE CHE DECIDANO DI INSEDIARSI NEI LOCALI SFITTI DEI CENTRI STORICI. Il sostegno potrebbe essere operante per i primi 2 anni di attività (fase di start-up), a condizione che i proprietari dei locali stessi accettino di applicare un canone di locazione calmierato a mq che sarà stabilito nell'avviso pubblico da emanare a tale scopo.

## **ANALISI INIZIALE**

L'idea forza alla base del QSV elaborato e l'idea di Corciano come centro storico attrattore che fa da "traino" al territorio e ai suoi piccoli borghi ci convince molto. Un territorio che funziona nella sua completezza è alla base del mantenimento del tessuto economico e la base per la creazione di nuove imprese.

Partendo dall'analisi effettuata sui dati economici del territorio (turismo, nati/mortalità delle imprese ecc...) del Comune di Corciano alla base del QSV concordiamo che la situazione più difficile è sicuramente quella del comparto turismo.

Un comparto in crisi ormai da diversi anni e che anche nel 2015 ha dovuto subire, al di là dei tentativi dell'Amministrazione Comunale di vedere comunque il bicchiere mezzo pieno, una forte flessione. Dai dati statistici emerge un calo di circa 10.000 presenze una enormità per un territorio piccolo come quello di Corciano. Sempre dai dati statistici della Regione Umbria ed è questo il dato veramente importante al fine di comprendere la criticità del comparto e la sua debolezza socio economica e' una occupazione media delle strutture ricettive del territorio scesa al 17% (nel 2005 era al 28%) dovuta principalmente a diversi fattori che uniti insieme hanno creato la situazione attuale ; il cambiamento dei bisogni , il proliferare di strutture ricettive imprenditoriali e non , la perdita di competitività del territorio nel suo complesso la mancata reingegnerizzazione come località turistica che ha portato ad un invecchiamento lento e progressivo dell'offerta stessa , competitor più innovativi e con proposte vincenti .

Detto questo, le scriventi associazioni, ritengono che il QSV e la programmazione che da questo deriva, sia uno strumento fondamentale per tentare di invertire questa situazione e far rivivere il territorio e che quindi sia un'occasione che non può essere sprecata altrimenti la situazione socio/economica del territorio già al limite rischia davvero il collasso. Occorre che l'offerta venga organizzata sulla base delle nuove esigenze della domanda , ecco perché vanno fatte scelte oculate e se possibile condivise tra l'amministrazione e le imprese del territorio, concentrandosi su un numero limitato di segmenti di offerta esaminando attentamente la domanda, al tipo di turista al quale si vuol rivolgere l'offerta , verificando la compatibilità dei diversi segmenti ed eliminando i fattori negativi .

Azioni che siano realmente realizzabili facendo distinzione ed ottimizzando le poche risorse disponibili tra immediato , breve e lungo periodo , solo così si può dare una vera e una nuova spinta economica a tutto il territorio nei prossimi anni.

## **OSSERVAZIONI**

### **2.1 Logo – Brand**

Il logo, come scritto nel piano, deve essere la "leva" di tutte le iniziative; deve essere usato e promosso in ogni occasione possibile e soprattutto deve essere incentivato il suo uso in tutte le realtà coinvolte nel processo di identità territoriale come " brand Corciano ", tutte le aziende devono essere spinte al suo utilizzo nelle proprie comunicazioni aziendali quale segno distintivo di eccellenza , prevedendo magari un disciplinare per l'ottenimento dello stesso al fine di valorizzarne ancora di più il valore.

### **2.2 Collaborazione con Associazione Slow food Condotta del Trasimeno.**

La collaborazione con Slow-Food è senza dubbio interessante e condivisibile ma deve essere meglio sfruttata di come è stato fatto sinora e di come è scritto nel QSV. Le iniziative Slow-food non devono essere abbinate solamente alle manifestazioni già esistenti (agosto corcianoese, Corciano Natale ecc..) ma devono diventare dei propri momenti di attrazione turistica proprio in quei momenti in cui il territorio risulta scoperto da manifestazioni. Ad esempio sarebbe possibile organizzare corsi di cucina per turisti con

prodotti del territorio in collaborazione proprio con il presidio slow-Food sfruttando il recupero delle sale della Taverna del Duca.

#### **2.4 apertura di una vetrina virtuale di prodotti tipici del territorio e collegamento con esposizione fisica/punto vendita nel centro storico Corciano**

Il turismo enogastronomico legato alle tipicità della nostra terra e ai prodotti tipici sembra essere l'unico tematismo economico ad non essere in crisi sia tra i turisti italiani che soprattutto stranieri. Questi ultimi vivono il nostro territorio attraverso degustazioni/assaggi che gli fanno conoscere ancor più da vicino il nostro territorio e le sue tradizioni alla ricerca del turismo esperienziale.

Per questo il canale e-commerce per l'acquisto di prodotti tipici non sembra un canale capace di attrarre turisti proprio perché manca di quella esperienza del territorio di provenienza che fa la vera differenza. Sarebbe più importante che le strutture ricettive del territorio si dotino tutte di un corner espositivo con i prodotti e i riferimenti delle aziende produttrici del territorio al fine di strutturare un filiera territoriale che unisce il mondo agricolo al turismo.

#### **2.5 Utilizzo e gestione dei locali vuoti del Borgo Attrattore.**

L'idea di mettere a regime e quindi utilizzare al meglio i locali attualmente presenti all'interno del borgo è sicuramente interessante ma è anche quella più controversa la quale ci trova in totale disaccordo con quanto proposto nel piano per i seguenti motivi:

- In base ai dati turistici di cui sopra il territorio di Corciano non necessita assolutamente di altre strutture ricettive. Sarebbe molto più responsabile cercare di aumentare lo **IUM** (Indice di Utilizzo Medio => occupazione media) e la **PM** (Permanenza Media) in maniera continuativa per creare reddito .
- Dal piano proposto e dalla sua attuazione si andrebbe a far nascere una struttura dalle caratteristiche assai strane; una struttura per metà privata e per metà pubblica che andrebbe a creare una vera e propria concorrenza sleale delle altre attività ricettive del territorio. L'amministrazione comunale deve svolgere la sua attività di promozione del territorio senza sostituirsi alla libera attività imprenditoriale che deve restare in mano e ben separata agli imprenditori che decidono di avviare nuove attività assumendosi il così detto rischio d'impresa. Se i proprietari di suddetti locali vogliono investire su Corciano e sulle sue potenzialità hanno tutto il diritto di farlo ma alle condizioni e alla pari delle altre imprese.
- Non ci vede d'accordo neanche la previsione fatta di utilizzare il sito internet comunale per una attività economica privata e nemmeno l'utilizzo di risorse umane dell'ente sia dirette che indirette , i quali certo non hanno tra i loro compiti quello della gestione di una struttura ricettiva.

#### **2.6 Collegamento di Corciano centro storico verso il territorio perugino con una navetta turistica**

L'idea di una navetta turistica è stata già realizzata nel passato e non ha portato i risultati sperati inoltre altre realtà (tipo Perugia) ci dimostrano che questa è una attività molto dispendiosa e senz'altro la previsione di budget individuata (1.000,00€ annue) risulta del tutto inadeguata per cui sarebbe più giusto utilizzare diversamente tali risorse in modo da rafforzare le altre fasi del piano.

In alternativa il servizio navetta dovrebbe essere integrato meglio con le strutture ricettive alle quali, dietro cofinanziamento, potrebbe essere data la possibilità di sfruttare tale servizio per i gruppi e/o singoli clienti delle loro strutture al fine di fornire un servizio di trasporto a quei turisti (soprattutto stranieri) che viaggiano senza il mezzo proprio. Inoltre sarebbe utile anche istituire un servizio di collegamento con l'aeroporto San Francesco.

#### **PROPOSTE**

A nostro parere tra le azioni e consigli possibili del QSV sarebbe utile inserire:

- Comunicazione: istituire un sistema di comunicazione tra Amministrazione Comunale e Aziende , e' inimmaginabile che si perda tempo e risorse umane nel predisporre piani, organizzare eventi , manifestazioni e che queste rimangano strettamente confinate al palazzo Comunale dal 1 gennaio 2014 sono state inviate complessivamente 15 comunicazioni , o non vi era nulla da comunicare o bisogna provvedere .

- Sempre in merito alla comunicazione , si chiede che venga istituito un calendario degli eventi e che questo sia definitivo almeno un anno prima , il comparto turistico lavora con largo anticipo , ad esempio ad oggi si lavora sulla stagione 2017 per quanto riguarda i viaggi organizzati e sul secondo semestre 2016 per gli individuali . Si evitino cambiamenti di date come accaduto con "Dolce Borgo" se questo dovesse accadere bisogna prevedere un impegno economico per la comunicazione . I programmi delle manifestazioni devono essere comunicati con largo anticipo soprattutto quelli della Primavera e del Corciano Festival ( es. le Gaitte di Bevagna , manifestazione che si svolge in Giugno , iniziano ad inviare comunicazioni e programmi alle strutture regionali già nel mese di Febbraio ).
- Riqualificazione, potenziamento del mercato settimanale di Corciano come attrattore per turisti e residenti i quali dovrebbero pian piano essere abituati a tornare ad essere fruitori del borgo . La riqualificazione come prima cosa prevede l'individuazione di un area più consona e più attrezzata per lo svolgimento dello stesso.
- Creazione di un mercatino Turistico settimanale di prodotti tipici locali (tipo campagna amica) e di prodotti di artigianato Artistico e Modernariato o arte povera , identificativa del territorio, dove poter trovare prodotti freschi e souvenir ; questo coinvolgendo le varie cooperative di produttori agricoli e/o di pescatori del Trasimeno, le aziende agrituristiche che possono vendere i loro prodotti ed intercettare la domanda , Trasimeno Sapori e cantine . Tale progetto, per il suo consolidamento, prevede un investimento iniziale in promozione e costanza nel tempo al fine di abituare residenti e turisti alla frequentazione dello stesso. Inizialmente si può prevedere l'istituzione nel solo periodo di alta stagione coincidente con l'ora legale . Settimanalmente si può prevedere un tematismo regionale diverso da sfruttare come attrattore e fonte di promozione turistica invitando di volta in volta un'eccellenza italiana diversa . Il giorno potrebbe essere individuato io nel Mercoledì giorno dio mercato o nel venerdì /sabato ( giorno di arrivi e partenze dei turisti nelle strutture
- In merito alle manifestazioni e' necessario iniziare molto velocemente un processo di svecchiamento dei contenuti senza snaturare l'identità.

## Quadro Strategico di Valorizzazione dei Centri Storici

Osservazioni / proposte (Adiconsum / CISL)

Ritengo che alcune proposte, seppur encomiabili, possano dare risultati non chiaramente positivi. Tutte puntano sulla presentazione di paesi (8 castelli) ameni e legati alla storia (principalmente medievale), al teatro e all'arte (principalmente moderna), utilizzando tutti i mezzi di comunicazione attuali e destinate ad un target giovane (ottimo per il futuro ma non altrettanto per persone di media e terza età), individuando anche iniziative per commercianti ed artigiani finora poco efficaci. Per promuovere Corciano (e gli altri 7 paesi / castelli = Migiana, Chiugiana, Castelvioto, Mantignana, Capocavallo, SanMariano e Solomeo) sicuramente positivo è il piano di marketing, mirato a rendere accattivante l'arrivo di turisti e, in seconda misura, la permanenza di nuovi residenti.

Personalmente ritengo che limitare la presentazione dei paesi al periodo medievale possa essere monotono e quasi inflazionato (visti gli altri paesi umbri e non solo che se ne fanno vanto) e propongo di collegare altre attività, quali quelle sportive e scientifiche/architettoniche, per ampliare il target di coloro ai quali potrebbe interessare arrivare nei paesi oggetto del programma.

Suggerisco ad esempio di attivare una iniziativa per attirare i "Bikers" (ciclisti attivi e sportivi) che potrebbero godere della attività ciclistica collegata ai panorami ed agli itinerari agresti, collegando quindi le attività sportive a quelle della tradizione. Allo scopo si potrebbe individuare una base (in una zona al centro del territorio interessato) per i campers (mezzi molto utilizzati dai bikers) da cui spostarsi per godere in più giorni della parte sportiva e della parte storico/artistica (in concomitanza ad esempio con la manifestazione dei pittori o "tre giorni nel medioevo"). I vari itinerari (riservati anche per il trekking o artc walking) andranno sviluppati da conoscitori del territorio e concordati con il personale del comune.

Si potrebbe altresì, definire le linee di un **workshop** con l'Università di Perugia e/o con istituti delle città gemellate (studenti, quindi prossimi turisti), che potrebbero portare nuove idee e scambi con i colleghi delle scuole (Pentling, Civrieux, Libiaz) e della nostra università. La manifestazione/workshop potrebbe prevedere interventi sulla parte urbanistica (accesso dal parcheggio) e viabilità (attuale fonte di problemi), facendo ricorso a tecniche architettoniche non abituali che si integrino con l'esistente. Si otterrebbe così un grande ritorno di immagine a livello non solo locale (Italia e non solo) coinvolgendo chiaramente stampa ed organi di informazione turistica etc. (vedi esperienza Massa Martana).

Anselmo Cirimbilli