

Avviso per l'acquisizione di manifestazioni di interesse, in attuazione della DGR n. X/3332 del 27 marzo 2015

Allegato B alla manifestazione di interesse - Scheda illustrativa della proposta progettuale

Soggetto proponente: Provincia di Monza e della Brianza

Titolo del progetto

Meet Brianza Expo - Fuori Expo, In Brianza

Sommario

Partenariato	3
Descrizione iniziativa.....	4
1. La Brianza e l'Expo: analisi del contesto.....	4
1.1. Un territorio dove si lavora in rete.....	4
1.2. Expo: opportunità e sfide per Monza e Brianza	6
2. Obiettivi e finalità.....	8
2.1. Obiettivi generali	8
2.2. Obiettivi specifici	9
3. Destinatari.....	9
4. Strategia	10
4.1. Azioni di sistema	11
4.2. Azione di settore.....	14
5. Budget del progetto	33
6. Soggetti attuatori e beneficiari dei contributi regionali	33

Partenariato

Il partenariato proponente il progetto è composto da 43 soggetti, dei quali 27 enti pubblici e 16 soggetti privati.

Capofila del partenariato è la Provincia di Monza e della Brianza, che ha ricevuto da ciascun partner la delega alla rappresentanza dell'intera aggregazione.

Complessivamente il partenariato risulta così composto:

- Provincia di Monza e della Brianza: capofila e coordinatore della linea Arte & Cultura
- Parco Regionale Valle del Lambro: coordinatore della linea Natura & Green
- 26 Comuni: Arcore, Besana in Brianza, Barlassina, Cogliate, Bellusco Biassono, Cesano Maderno, Desio, Lentate sul Seveso, Lissone, Meda, Monza, Muggiò, Nova Milanese, Seregno, Seveso, Sulbiate, Triuggio, Verano Brianza, Vimercate.

Il Comune di Cesano Maderno ha aderito anche in rappresentanza della rete "Provincia di Monza e Brianza: territorio vivo di arte, monumentalità e artigianato" composta dai Comuni aderenti di Barlassina, Cogliate, Desio, Lentate sul Seveso, Meda, Seveso.

Il Comune di Lissone ha aderito anche in rappresentanza della rete "Brianza Experience" composta dai Comuni aderenti di: Cabiante, Cantù, Carugo, Figino Serenza, Giussano, Lentate sul Seveso, Lissone, Mariano Comense e Meda.

- Parco Regionale della Valle del Lambro,
- Parco Regionale delle Groane, Provincia di Milano, Monza Brianza,
- Creda onlus - Centro ricerca educazione documentazione ambientale
- Consorzio Parco del Molgora, Parco di Interesse sovra comunale
- Parco del Rio Vallone
- Oasi Lipu di Cesano Maderno
- Fondazione Distretto Green & High Tech Monza Brianza, Monza
- Formaper-Formazione e servizi per l'imprenditoria, Milano
- Go!Ecellence srl, Milano
- Servia srl, Milano
- Monza Crea Valore s.r.l., Monza
- Unione artigiani della provincia di Milano e della Provincia di Monza e Brianza
- Consorzio Comunita' Brianza S.C.S Impresa Sociale
 - Betania coop. Soc. Monza
 - Consorzio Laser Monza
 - Consilium s.r.l. Arcore
 - FIES Lombardia – Federazione Italiana Case Esercizi Spirituali
 - Desbri – Distretto Economia Solidale della Brianza
 - Coordinamento CRAL Monza e Brianza
- 3 Associazioni: Associazione culturale Musicamorfofi, Corpo musicale di Santa Cecilia, Besana in Brianza e Associazione di promozione sociale Terralab3.0

Descrizione iniziativa

1. La Brianza e l'Expo: analisi del contesto

1.1. Un territorio dove si lavora in rete

L'Esposizione Universale di Milano rappresenta un'occasione unica per il territorio della Brianza di mostrare al mondo la bellezza delle proprie risorse ambientali, il patrimonio culturale e architettonico, le sedi e i luoghi che hanno visto crescere il design italiano facendone un prodotto di interesse mondiale. Il vero asset dello sviluppo territoriale in Brianza è però il “darsi da fare” che caratterizza la popolazione locale, quell'operosità che porta a valorizzare il patrimonio culturale con strategie mirate e iniziative di promozione, che rende fruibili le risorse ambientali e i prodotti agroalimentari, e che ha permesso lo sviluppo di un sistema produttivo capace di unire impresa ed artigianato nel nome del design Made in Italy.

Un'occasione cui il territorio – con la sua vasta offerta turistica in ambito culturale e ambientale e il plus connesso con le eccellenze produttive legate al mondo del design – si è preparato da tempo, attraverso la pianificazione e realizzazione di progetti di valorizzazione e sviluppo condivisi che hanno visto il protagonismo delle istituzioni, dell'associazionismo, delle imprese in ciascuno dei settori di punta del territorio – quali la cultura, l'ambiente e la produzione d'eccellenza – e nei servizi al turista.

In **ambito culturale**, le competenze acquisite in anni di valorizzazione e promozione in rete delle risorse del territorio costituiscono un know-how che è esso stesso “patrimonio” da utilizzare come leva per lo sviluppo del territorio: in questo settore la Provincia di Monza e Brianza – così come hanno fatto il Comune di Monza ed il Consorzio Villa Reale di Monza – ha agito su diversi tavoli come cabina di regia di progetti dai contenuti forti e grande presa sul territorio, lavorando, come soggetto facilitatore, in modo che i programmi di sviluppo regionali fossero attuati a livello locale con modalità coerenti e sostenibili in relazione alle risorse e alle criticità del territorio.

In particolar modo un contributo determinante per delineare la metodologia di lavoro, sia sui contenuti che nel coordinamento del partenariato, vien dall'esperienza costruita nell'ambito del **Distretto Culturale Evoluto di Monza e Brianza**, un progetto di sviluppo territoriale cofinanziato da Fondazione Cariplo con capofila la Provincia di Monza e della Brianza.

Avviato nel 2009, il Distretto Culturale Evoluto ha introdotto sul territorio un approccio innovativo nei processi di fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale, che si collega alle riflessioni della *experiential education*, basato sul coinvolgimento dei destinatari in un'esperienza diretta e partecipata; nell'ambito del Distretto, i partecipanti hanno molto riflettuto e lavorato anche sui temi della rifunzionalizzazione del patrimonio culturale per lo sviluppo del territorio, proponendo soluzioni innovative i cui contenuti si incrociano con i temi della formazione, della digital fabrication, lo sviluppo industriale, il sostegno all'imprenditorialità e all'iniziativa privata in ambito culturale.

Tale visione strategica e uno sguardo sul lungo periodo hanno reso possibile il realizzarsi di dodici edizioni dell'iniziativa denominata “**Ville Aperte in Brianza**”, che prevede nel mese di settembre l'apertura delle ville di delizia del territorio. Edifici di pregio tipici del paesaggio della Brianza, fatte edificare nei secoli dalle famiglie nobili milanesi che qui vi trascorrevano i periodi di vacanza – da cui anche la denominazione “ville gentilizie” – si trovano oggi ville di delizia sia di proprietà pubblica che privata. Alcune di esse sono sempre aperte durante tutto l'anno e fruibili

dai visitatori, altre invece sono inaccessibili per gran parte del tempo, per cui la loro apertura straordinaria rappresenta un'occasione unica per visitarle e conoscerle.

Cresciuta negli anni fino a diventare un'aggregazione di oltre 50 soggetti pubblici e privati proprietari e gestori di ville di delizia, la manifestazione "Ville Aperte in Brianza" mobilita operatori del settore culturale, del turismo e ristorazione, scuole, associazioni, rappresentando un caso esemplare di coinvolgimento del territorio per la valorizzazione del patrimonio culturale.

Sempre sul tema delle ville di delizia, la Provincia di Monza e della Brianza, in qualità di soggetto proprietario di Villa Crivelli Pusterla a Limbiate, ha aderito fin dal suo esordio al Sistema delle Ville Gentilizie Lombarde, un progetto promosso da un partenariato pubblico-privato con il sostegno iniziale di Fondazione Cariplo le cui attività sono state di recente finanziate dalla Regione Lombardia nell'ambito dell'avviso pubblico per la selezione di progetti di valorizzazione del patrimonio culturale conservato negli istituti e luoghi della cultura in vista di Expo 2015 in riferimento al D.d.u.o. del 10 luglio 2014 n. 6602.

È stato incentivato, inoltre, lo sviluppo di attività ed iniziative connesse con l'arte contemporanea, che in Brianza trova espressione nell'incontro fra artisti, designer, imprese.

La Brianza, territorio ad alta vocazione imprenditoriale, ha una rete diffusa di oltre 90.000 imprese, soprattutto PMI attive nel settore manifatturiero e artigianale, con eccellenze nell'arredo, nella meccanica e nell'elettronica.

La capacità di operare in rete nell'**ambito della produzione di eccellenza** ha portato nei mesi scorsi all'individuazione, da parte della Regione Lombardia, di tre Distretti dell'Attrattività Territoriale (DAT) in Brianza: Monza, Lissone e Desio. D'altra parte è in Brianza che il Made in Italy trova la più alta espressione nell'ambito del design e della produzione di arredamento di qualità, ben promosso nel mondo da iniziative come il "Salone del Mobile" di Milano, i cui contenuti provengono in massima parte dal nostro territorio.

Testimonianza della tradizione della Brianza nel campo del design e della produzione di eccellenza nel comparto del legno-arredo, dal 2014 è aperto presso la Villa Reale di Monza, su iniziativa e sostegno attivo della Camera di Commercio di Monza e Brianza in partnership con Triennale di Milano, il Triennale Design Museum che presenta una selezione permanente di oltre 200 pezzi iconici, testimonianza delle innovazioni, delle sperimentazioni e dell'eterogeneità della storia del design italiano, molte delle quali nate proprio in Brianza.

Inoltre, con il Triennale Design Museum, Triennale di Milano ritorna a Monza nella sede a cui storicamente sono legate le sue origini con la prima Biennale delle Arti nel 1923, le cui prime edizioni si svolgono proprio nella Villa Reale di Monza, e che dal 1930, si evolve in manifestazione a carattere triennale e, a partire dalla V Triennale, si sposta a Milano nel Palazzo dell'Arte, progettato da Giovanni Muzio, attuale sede della Triennale.

Nel solco di questa tradizione, ma al passo con gli ultimi sviluppi in ambito di ricerca industriale, la Brianza si conferma sempre più anche come terra di innovazione, **favorendo reti di imprese che investono nella *digital fabrication*** e che propongono modelli nuovi di collaborazione per aprirsi al pubblico ed ampliare il proprio mercato, reti che vengono accompagnate dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza nel processo di innovazione con formazione dedicata e incontri.

La Brianza, infine, è capace di sorprendere il visitatore presentando un territorio ricco di inattese **risorse paesaggistiche e ambientali** a pochi chilometri dalla città metropolitana di Milano.

All'intersecarsi di parchi, percorsi ciclabili, aree verdi connessi direttamente al sito espositivo, i temi approfonditi in occasione dell'Expo Milano 2015 – nutrizione, sviluppo sostenibile, protezione dell'ambiente – trovano qui una traduzione ed applicazione pratica che permea la vita quotidiana degli abitanti e offre inedite opportunità di visita ed esperienze ai turisti.

Anche nella fruizione territoriale la Brianza viene da esperienze di collaborazione che stanno portando verso un vero e proprio “Sistema verde integrato”, una rete di soggetti che agiscono sia in ambito turistico-culturale che economico ambientale, offrendo ai visitatori, sia turisti che locali, anche strumenti di conoscenza dell'ambiente circostante, come guide, laboratori, percorsi sensoriali.

I soggetti attivi in Brianza in ambito culturale, ambientale, produttivo, hanno avviato anche progetti di collaborazione per lo sviluppo integrato, in un'ottica di sistema che unisce pubblico e privato, fruizione e valorizzazione a vantaggio della crescita globale del territorio.

Anche in questo caso, la visione strategica e sistemica ha permesso di superare individualismi ed iniziative isolate, portando a lavorare allo stesso tavolo soggetti diversi per tipologia, dimensione, storia, portata economica, ma uniti dalla condivisione degli obiettivi di sviluppo, da una visione strategica partecipata e dalla volontà di raggiungere i medesimi risultati.

È nata così l'esperienza del partenariato di oltre 60 soggetti che ha promosso la realizzazione del progetto “*Meet Brianza Expo. Design, Art, Food and nature. A way to excellence*” nell'ambito dell'Avviso per l'acquisizione di manifestazioni di interesse contenenti proposte progettuali preliminari per la promozione dell'attrattività del territorio lombardo in occasione dell'evento Expo 2015 (Fase temporale 1), in attuazione della d.g.r. n. X/2304 del 1 agosto 2014;

Il progetto, che si è svolto a partire da ottobre 2014 e si è concluso nel mese di marzo 2015, ha permesso di costituire un ampio partenariato, che ha lavorato alla realizzazione di una serie di strumenti necessari per preparare il territorio ad Expo: aggiornamento e realizzazione di materiali promozionali, siti web, cartellonistica; progettazione di eventi quali mostre, incontri, dibattiti, workshop; formazione per operatori turistici e per le imprese; strutturazione di percorsi di fruizione turistica e scoperta delle risorse culturali e ambientali; potenziamento di progetti tematici localizzati su porzioni di territorio e dedicati all'integrazione fra arte, ambiente, imprenditoria, artigianato.

1.2. Expo: opportunità e sfide per Monza e Brianza

Per tutto il semestre di apertura, da maggio a ottobre, sono attesi all'Expo milioni di visitatori da tutto il mondo; l'evento, inoltre, porterà anche un incremento del turismo interno sia di dimensione regionale che nazionale.

Non è semplice delineare il profilo del visitatore tipo di Expo, anche se secondo le previsioni degli stessi organizzatori, prevarranno le famiglie con bambini e i turisti interessati ai temi del nutrimento e della sostenibilità sviluppati nei padiglioni dell'Esposizione Universale.

Le più recenti analisi sulle tendenze del turismo mondiale mostrano inoltre come l'interesse dei viaggiatori si vada sempre più concentrando verso esperienze di scoperta delle caratteristiche più peculiari dei territori, per vivere esperienze personalizzate, costruite su misura e non replicabili altrove.

A far da attrattore verso il nostro Paese sarà infine l'interesse per tutto ciò che è "Made in Italy", a partire dai suoi paesaggi fino ad arrivare a quei temi e prodotti che rappresentano l'eccellenza e l'unicità italiana nel mondo: l'arte, la cultura, la moda, il design, le produzioni agroalimentari.

L'Expo, infatti, porta con sé uno straordinario valore aggiunto a livello imprenditoriale: esso rappresenta una vetrina eccezionale per le aziende che metteranno in gioco la loro capacità di promuoversi, di allacciare rapporti commerciali internazionali, di capire quali sono i nuovi mercati adatti ai propri prodotti e anche di confrontarsi con realtà imprenditoriali simili cui guardare come modello per migliorarsi e crescere.

Il territorio di Monza e della Brianza, forte dei contenuti sopra descritti e di una posizione privilegiata rispetto al sito dell'esposizione universale, è quindi pronto per la sfida lanciata da Expo 2015, anche in termini di capacità di accoglienza dei turisti.

La ricettività alberghiera è ampia e copre tutte le tipologie di strutture ricettive di diversa fascia.

In totale, sul territorio provinciale, sono registrate 159 strutture ricettive, così suddivise:

ALBERGHI/ HOTEL 4 STELLE	N. 16
ALBERGHI/HOTEL 3 STELLE	N. 28
ALBERGHI/HOTEL 2 STELLE	N. 8
ALBERGHI/HOTEL 1 STELLA	N. 2
RESIDENZA TURISTICO ALBERGHIERA 4 STELLE	N. 1
RESIDENZA TURISTICO ALBERGHIERA 3 STELLE	N. 2
RESIDENZA TURISTICO ALBERGHIERA 2 STELLE	N. 2
B&B	N. 57
AFFITTACAMERE	N. 22
CASE APPARTAMENTI PER VACANZE	N. 15
CASE PER FERIE	N. 3
CAMPEGGI	N. 1
OSTELLI PER LA GIOVENTU'	N. 2

Complessivamente sul territorio operano 58 guide turistiche abilitate e 274 accompagnatori turistici abilitati.

Nell'esperienza del primo progetto "Meet Brianza Expo" è stato possibile individuare best practices di collaborazione e di iniziative turistico-culturali innovative nel territorio; queste esperienze sono state accompagnate nel percorso di progettazione incentivandone lo sviluppo e la crescita qualitativa per presentarle all'utenza di Expo, che si concretizza nell'accogliere un flusso di visitatori straordinario, attivare collaborazione internazionali, aprirsi a nuovi mercati; il tutto va rilanciato nell'ambito di una nuova strategia progettuale, che fa tesoro delle esperienze pregresse, valorizza le iniziative già realizzate, offre spazio all'innestarsi di nuovi progetti, accoglie nuovi partner e incentiva l'intraprendenza dei singoli che sappiano lavorare in un'ottica di rete.

L'offerta territoriale proposta va però ben strutturata ed organizzata: la straordinarietà dell'evento, anche in termini di durata, necessita infatti che la macchina organizzativa funzioni al meglio, evitando dispersione di risorse, sovrapposizione nelle azioni o, per contro, spazi sia fisici che tematici lasciati vuoti. Il messaggio che si intende far passare, un territorio organizzato, diversificato, accogliente, rischia di risultare inefficace se non bene identificato e comunicato.

Bisogna tenere conto, infine, degli elementi esterni che influiscono sulla strategia progettuale, minacciandone la riuscita. Si pensi ad esempio alla forte concorrenza nella proposta turistica da parte di altri territori, la città di Milano in primis, con un programma di iniziative molto ricco per tutto il semestre di Expo.

Sarà necessario quindi **lavorare sulle eccellenze del territorio**, concentrando le proposte e facendole convergere verso temi ampi, quei temi che da sempre delineano l'identità della Brianza e la sua specificità rispetto ad altri territori.

2. Obiettivi e finalità

Il presente progetto nasce come momento di sintesi e sviluppo delle tante azioni di sistema strutturate sul territorio e sopra descritte, finalizzate a proporre al pubblico di Expo un'offerta turistica strutturata, organizzata, innovativa, sostenibile.

Il progetto "*Meet Brianza Expo. Fuori Expo, in Brianza*" mira al raggiungimento di diversi obiettivi, alcuni di caratteri più generale altri più specifici ed operativi, tutti connessi con la **finalità principale** dell'iniziativa, ovvero cogliere la straordinaria occasione di visibilità davanti al mondo grazie ad Expo per **offrire a ciascun attore culturale, sociale ed economico del territorio la possibilità di raggiungere il proprio pubblico di riferimento**, siano istituzioni, turisti, imprese.

2.1. Obiettivi generali

Nell'ambito della finalità principale sopra espressa, si possono individuare più obiettivi generali, che costituiscono i punti a tendere di una strategia complessa ed articolata.

Il progetto anzitutto intende **valorizzare e potenziare l'attrattività del territorio della Brianza** – nel suo insieme di risorse riconducibili a più ambiti, fra i quali spiccano design, arte, ambiente – durante i sei mesi di Expo, al termine dei quali si dovrà registrare un incremento di presenze in Brianza.

Con la realizzazione del progetto, inoltre, il partenariato intende **capitalizzare la propria capacità di costruire e sviluppare reti tematiche e trasversali di collaborazione territoriale**, facendo emergere la **logica di sistema territoriale** con la quale si è lavorato, in particolar modo con sempre maggiore intensità negli ultimi mesi. La capacità di fare rete dovrà emergere appieno durante il periodo di Expo, per poter portare avanti al meglio le attività di progetto.

La realizzazione di ciascuno degli obiettivi generali delineati, al termine delle attività di progetto, sarà la premessa per creare le basi per un ulteriore livello di sviluppo della strategia, misurabile sul medio-lungo periodo: la promozione del territorio ed il lavoro di squadra serviranno infatti a costruire opportunità per i singoli soggetti nel lungo periodo (ad esempio nuovi mercati per le imprese) e nel contempo il lavoro di squadra diventerà per i partner una pratica consolidata, una competenza acquisita per sviluppare future strategie di sviluppo territoriale.

2.2. Obiettivi specifici

Gli obiettivi generali del progetto si declinano in una serie di obiettivi specifici, che riguardano ancor più da vicino il partenariato proponente e le attività di progetto.

La proposta turistica messa a punto negli ultimi mesi per la riscoperta del patrimonio culturale, ambientale, produttivo della Brianza è ampia e variegata, capace di intercettare le preferenze e la curiosità dei visitatori di Expo e dei cittadini. Tale proposta, però, rischia di perdere la propria efficacia comunicativa se non adeguatamente organizzata e presentata al pubblico.

Con il presente progetto si intende anzitutto **mettere a punto un calendario di attività** che si svolgeranno nel territorio durante il periodo di Expo, costituendo una vera e propria agenda strutturata nell'ottica del "fuori Expo", ovvero l'offerta integrata del territorio per turisti e cittadini.

Il progetto inoltre intende **conferire una dimensione più ampia in termini di visibilità e durata ad iniziative consolidate sul territorio**, ma che in occasione di Expo possono raggiungere migliori risultati di adesione. Sostenere le iniziative con una maggiore visibilità permetterà anche di **rafforzare le reti di collaborazione che insistono e operano da tempo e quelle che si sono create più di recente**.

Al fine di orientare ed accompagnare il visitatore nella scoperta del territorio, il progetto è volto alla **definizione di percorsi di visita e attività che coinvolgano il visitatore anche sul livello emozionale**, non solo esperienziale, promuovendo un turismo capace di offrire alternative valide al di fuori dei circuiti più noti.

La realizzazione degli obiettivi specifici è strettamente connessa con l'operatività del partenariato, la cui azione è meglio dettagliata di seguito, dove si indica la strategia di progetto anche in relazione agli obiettivi operativi.

3. Destinatari

Le azioni del progetto si svolgeranno e andranno a beneficio di tre diversi gruppi target:

- a) *I visitatori di Expo*: in questo gruppo si include l'intero pubblico proveniente dall'esterno del territorio della Brianza giunto a Milano e nel nord milanese per visitare Expo; la prossimità territoriale con il sito espositivo fa sì che il territorio possa intercettare questo pubblico al quale offrire un ventaglio di attività, eventi, percorsi a completamento della visita nella nostra Regione. Attraverso una campagna promozionale massiccia (siti web, distribuzione materiale promozionale, stampa) e la possibilità di prenotare online le iniziative cui intende partecipare, il visitatore di Expo, al quale si stima non venga dedicata più di una giornata di visita, potrà organizzare il proprio viaggio inserendo la visita in Brianza già in fase di pianificazione. Le azioni rivolte specificatamente a questo target, in termini di obiettivi raggiunti, sono da leggere nell'orizzonte a breve termine, quello che coincide appunto con il periodo di apertura dell'Expo.
- b) *I cittadini della Brianza*: visite guidate, percorsi, eventi, aperture straordinarie, escursioni, workshop, sono tutte attività che si rivolgono anche ai cittadini dei Comuni della Brianza, che vengono stimolati a riflettere sui temi di Expo anche fuori dalla sua sede; a completamento della visita, infatti, i cittadini potranno scegliere le occasioni di preparazione alla visita dei padiglioni o un approfondimento sui temi lì affrontati. Rispetto

alla popolazione locale, la visione con cui le attività vengono realizzate ha, naturalmente, un orizzonte più ampio, che guarda anche al dopo Expo e alla capacità di costruire sul territorio iniziative che possano coinvolgere il pubblico in maniera più stabile, facendolo circuitare all'interno del territorio con un'offerta ricca e variegata.

- c) *Istituzioni e altri stakeholders*: la realizzazione del progetto rappresenta per il partenariato occasione di visibilità anche presso istituzioni sovra territoriali o locali che potrebbero essere interessate a collaborare con esso anche al termine del progetto. Anche questo, infatti, significa fare network: allargare la rete di contatti aprendosi a nuove collaborazioni con le quali sviluppare nuovi progetti o potenziare gli esistenti. Questo lavoro di ampliamento della rete non si rivolge, naturalmente, solo ai soggetti pubblici, ma anzi guarda con molto interesse al mondo dei privati, sia profit che no-profit, con i quali avviare partenariati specifici che rendano sostenibili attività alle quali l'ente pubblico non può più far fronte da solo.

4. Strategia

L'incrocio dei dati emersi dall'analisi del contesto in cui il partenariato agisce, con le sue criticità ed opportunità, gli obiettivi, generali e specifici che esso si è prefissato in relazione ai destinatari individuati, è rappresentato da una strategia operativa complessa, basata su una forte coesione ed aggregazione territoriale, all'interno della quale vengono definiti progetti territoriali espressione del partenariato locale ma integrati in una architettura progettuale funzionale, concreta, strategica, convergente su obiettivi condivisi di valorizzazione del territorio.

Partendo dall'esperienza del primo progetto "Meet Brianza Expo", servito a costruire gli ambienti, anche digitali, entro cui muoversi e gli strumenti per operare, il partenariato ha adesso messo a punto una strategia di sviluppo di quel primo passaggio e che va a lavorare maggiormente su contenuti di integrazione dei soggetti proponenti e delle iniziative.

I temi sviluppati nell'ambito di "Meet Brianza Expo" che hanno parlato ad un pubblico vastissimo (pubblico inteso non solo come insieme dei partecipanti alle singole iniziative organizzate, ma soprattutto nella sua accezione più ampia, di soggetti che seguono un progetto nella sua interezza), continuano ad essere il centro dei contenuti del progetto, le cui attività si declinano quindi su arte e cultura, design, natura e green.

Con un partenariato così ampio ed esigenze, tempi ed attività molto diversificate, è però necessario un ruolo di regia forte, che sappia seguire in maniera efficace tutte quelle attività, complesse e delicate allo stesso tempo, che vanno a beneficio dell'interno sistema: progettazione, management, comunicazione e rendicontazione.

La strategia di progetto si articola pertanto in "azioni di sistema" e "azioni di settore", suddivise sui tre diversi temi.

In fase di progettazione, ciascun partner ha indicato le attività ritenute prioritarie nell'ambito della cornice complessiva della strategia progettuale, ovvero finalizzate a contribuire al calendario di eventi ed iniziative di alto livello, complete in sé e pronte per essere immediatamente realizzate. Questa tipologia di attività rientra nella sezione operativa del progetto.

In seconda battuta, al reperimento di ulteriori fondi, verranno realizzate dal partenariato altre attività, volte ad arricchire ed incrementare quelle inserite in fase operativa, ma del tutto

autonome rispetto ad esse. Gli interventi di quest'altra tipologia sono considerati meno strategici ai fini della valorizzazione del territorio per Expo e quindi inseriti nella sezione "programmatica".

Le due sezioni sono indipendenti l'una dall'altra e non corrispondono ad una scansione temporale delle attività, ma ad un livello di priorità delle singole attività rispetto alla complessità della strategia proposta.

Vengono di seguito descritte in dettaglio le attività di progetto, partendo dalle azioni di sistema e proseguendo con le azioni settore.

Per agevolare la lettura dei contenuti, al termine della descrizione delle azioni, in una tabella di sintesi vengono riprese le iniziative descritte suddividendole nelle due sezioni operativa e programmatica.

4.1. Azioni di sistema

Sono "azioni di sistema" tutte quelle attività svolte e coordinate dal capofila, con il supporto dei referenti per ciascun settore e la partecipazione di tutti i partner ove necessario, che vanno a beneficio dell'intero partenariato e della sua operatività. Le azioni di sistema servono a costruire l'architettura di progetto, a coordinarne e comunicarne i contenuti, a monitorarne l'andamento sia in termini di azione che di spese. Sono quindi trasversali ai tre ambiti tematici e anche alle due sezioni operativa e programmatica.

4.1.1. Progettazione

La pianificazione della strategia e dei contenuti del progetto si è svolta in una dimensione aperta e partecipata, con incontri fra i referenti dell'intero partenariato o a livello di singoli tavoli tematici.

Il ruolo di regia è stato affidato da ciascun partecipante alla Provincia di Monza e Brianza, in qualità di ente pubblico sovra territoriale e in continuità con la precedente esperienza del partenariato di "Meet Brianza Expo". La Camera di Commercio di Monza e Brianza e il Parco Regionale della Valle del Lambro hanno affiancato la Provincia in questo ruolo di guida nel percorso di progettazione, così come si era svolto in occasione della precedente progettualità condivisa. In fase di progettazione si è deciso di replicare, della precedente esperienza "Meet Brianza Expo" l'organizzazione in tavoli tematici per approfondire i contenuti e definire la progettazione per ciascuno dei tre ambiti strategici.

Nel percorso di progettazione è stata capitalizzata l'esperienza della Provincia di Monza e Brianza acquisita nell'ambito del Distretto Culturale Evoluto, un progetto complesso che ha richiesto, nel corso degli anni, la capacità di definire la progettazione esecutiva talvolta riprogrammandola in base alle trasformazioni intervenute nel contesto di azione, in condivisione con il partenariato.

A coordinare il tavolo tematico dedicato ad arte e cultura è stata delegata dai partner la Provincia, per il tavolo del design il coordinamento è stato svolto dalla Camera di Commercio, mentre il Parco Valle del Lambro ha fatto da capofila nel tavolo dedicato a natura e green, replicando anche in questo uno schema sperimentato e consolidato nella precedente fase di programmazione.

La fase di progettazione ha avuto inizio nel mese di marzo, quando il partenariato si è interrogato su come continuare l'esperienza di "Meet Brianza Expo", giunta a conclusione.

A partire dalla metà di marzo e fino alla chiusura della fase di progettazione il partenariato si è riunito cinque volte. Nelle prime riunioni il capofila e i coordinatori dei vari tavoli hanno presentato le linee guida della DGR N. X/3332 del 27 Marzo 2015, servite come traccia per definire i confini tematici e temporali del progetto; in quest'occasione è stato dato compito ai referenti di ciascun partner, in particolare della parte pubblica del partenariato, di attivarsi come antenne sul territorio per dare la massima diffusione nel proprio territorio dell'avvio della progettazione condivisa, in modo da ampliare la rete a nuovi soggetti. I componenti dei tavoli tematici si sono poi confrontati autonomamente nelle riunioni successive entrando sempre più nel dettaglio della progettazione, per ritrovarsi infine nuovamente tutti insieme per la chiusura del documento progettuale.

All'interno di ciascun tavolo tematico sono stati presentati anche progetti e iniziative di interesse sovra territoriale, coordinati da un referente che ha lavorato da anello di congiunzione fra componenti del tavolo tematico e referenti del territorio interessato dal singolo progetto.

I progetti trasversali alle diverse tematiche, quindi di interesse di più tavoli, sono stati trattati insieme, coinvolgendo tutti i soggetti interessati.

Ne è conseguito un **percorso di progettazione intenso, condiviso, inclusivo e partecipato**, durante il quale tutti i soggetti hanno avuto un ruolo attivo nel proporre idee e iniziative, riviste insieme in un contesto dialettico e di ascolto aperto ed obiettivo.

La presenza di un soggetto che ha svolto il ruolo di sintesi delle diverse progettualità emerse ha permesso di strutturare una strategia operativa efficace, che integra fra loro i diversi soggetti e li porta al dialogo e alla collaborazione fattiva, evitando di raddoppiare iniziative simili sul territorio, ma tendendo al raggruppamento delle proposte, per potenziare tutti i progetti raccolti.

La regia territoriale, inoltre, è stata svolta garantendo continuità con le azioni promosse da Regione Lombardia sul territorio della Brianza, che trovano riscontro nel progetto qui proposto.

4.1.2. Management

Il management del progetto è stato impostato secondo lo stesso schema adottato per il percorso di progettazione, con un soggetto capofila che ha il compito di coordinare i lavori del partenariato, tenere le fila delle diverse attività e agevolare i rapporti all'interno del partenariato, al fine di facilitarne l'azione e promuovere la crescita di collaborazioni anche nuove che possono portare allo sviluppo di ulteriori progetti. Il ruolo di capofila del progetto è stato affidato dai partner alla Provincia di Monza e della Brianza, che svolge quindi questo compito senza soluzione di continuità con le azioni di progettazione e con il management del primo progetto "Meet Brianza Expo".

Anche nella fase di management, l'esperienza acquisita e consolidata già nel coordinamento svolto nell'ambito del Distretto Culturale Evoluto rappresenta un plus per l'efficacia gestionale: la provincia infatti può utilizzare know-how e risorse adeguatamente formate in quel contesto progettuale, mentre i partner si confrontano con un soggetto il cui ruolo di coordinamento è riconosciuto dai tanti anni di collaborazione sui temi della valorizzazione del patrimonio culturale e della sua fruibilità anche a fini turistici.

La provincia svolge anche il ruolo di coordinatore delle attività promosse all'interno dell'ambito "Arte e cultura", così come la Camera di Commercio di Monza e Brianza e il Parco Regionale Valle del Lambro coordinano le attività che si svolgeranno rispettivamente nell'ambito del tema "design" e "natura e green".

Il management del progetto verrà svolto con incontri periodici con tutto il partenariato, ai quali si arriverà dopo momenti di confronto specifico sui singoli temi all'interno di ciascuno dei tre tavoli. Vista l'ampiezza e la varietà di cui si compone il partenariato, il monitoraggio attento e costante dello svolgimento delle attività è la premessa necessaria alla buona riuscita del progetto.

Una particolare attenzione verrà riservata ai progetti di dimensione sovra territoriale, che riguardano quindi aggregazioni di più comuni, per garantire un equilibrato stato di avanzamento delle attività.

La Provincia di Monza e della Brianza, inoltre, coordinerà e gestirà direttamente alcune delle attività previste nell'ambito del tavolo arte e cultura, occupandosi in particolare dell'edizione straordinaria di "Ville Aperte in Brianza", come meglio dettagliato in seguito.

Non mancheranno, nel corso del progetto, momenti di confronto con i singoli partner o con i referenti di progetti specifici, finalizzati ad una gestione il più possibile efficace delle risorse disponibili e dei tempi di realizzazione degli interventi.

4.1.3. Comunicazione integrata

Le attività previste nell'ambito delle azioni di settore si articolano in larga parte in realizzazione dell'intervento e realizzazione del materiale promozionale ad esso relativo. Il partenariato, dunque, agisce in autonomia nel comunicare i contenuti delle proprie iniziative, scegliendo i canali e gli strumenti di comunicazione ritenuti più adatti per raggiungere il proprio pubblico.

Il progetto "*Meet Brianza Expo. Fuori Expo, in Brianza*" deve però mantenere una propria identità sia concettuale che visiva per non disperdersi nella miriade di informazioni con le quali cittadini e turisti saranno bombardati durante l'Expo.

A questo scopo, le azioni preparatorie svolte nell'ambito del primo progetto "Meet Brianza Expo" tornano ora molto utili: in quell'occasione infatti è stata definita l'immagine coordinata del progetto e la linea grafica per rappresentarlo. Sono stati ideati 3 loghi, utilizzando i medesimi caratteri ma con differenti colori per ciascun ambito tematico, affiancati da un quarto logo, in rappresentanza del progetto.



Questa parte di lavoro costituisce la premessa su cui si costruisce la strategia di comunicazione integrata dei prossimi mesi. Il materiale utilizzato risulta ancora valido per comunicare il progetto: risponde anzi proprio ad una specifica esigenza di comunicazione la scelta di mantenere invariata la prima parte del titolo del progetto, mantenendo un naming ed una grafica che rispecchia l'identità del partenariato e dei contenuti promossi e che si è creata una propria visibilità e riconoscibilità anche fuori dal territorio della Brianza.

Ai partner del progetto è stato distribuito un modello per l'utilizzo del logo del progetto in combinazione con il logo della Regione Lombardia.

Per quanto riguarda l'utilizzo dei loghi, il capofila ha svolto, e continuerà a farlo, anche il ruolo di facilitatore per i partner nella richiesta di approvazione all'uso del logo da parte della Regione Lombardia, raccogliendo il materiale in bozza e proponendolo in un solo invio agli uffici regionali competenti per un'unica approvazione.

Sarà compito del capofila anche curare i contenuti della comunicazione generale del progetto, raccordandosi con i singoli partner per raccogliere materiale da rilanciare in comunicati stampa dedicati con visibilità sulle principali testate giornalistiche diffuse in Brianza ed a Milano.

Per quanto riguarda la comunicazione via web è stata realizzata una *landing page* all'indirizzo www.meetbrianzaexpo.it, che rimanda ai siti di riferimento per ciascun ambito tematico (www.villeaperte.info, www.leviedelparco.com, www.turismo.monza.it).

I tre siti web, collegati fra loro da un sistema di banner e link, saranno implementati per tutta la durata del progetto, con l'aggiornamento dei contenuti e del calendario degli eventi. Tutti e tre i siti web dei partner sono ottimizzati in modo da dialogare con l'ecosistema digitale E015; per divulgare l'utilizzo di questo sistema, i partner di progetto sono stati invitati a registrarsi anche come fornitori di contenuti e abilitare i tre capofila ad utilizzarli, in modo che da lì vi si possano recuperare le informazioni inserite e farle circuitare maggiormente.

4.1.4. Rendicontazione

La rendicontazione del progetto sarà gestita direttamente dal capofila, in qualità di soggetto delegato dal partenariato a rappresentare l'aggregazione ai tavoli di confronto con Regione Lombardia ed Unioncamere.

Per agevolare le operazioni dei partner in merito alla rendicontazione, il capofila stilerà un vademecum sintetico con indicazioni relative a: tipologie di spese ammissibili, periodo di ammissibilità, documentazione dimostrativa dell'avvenuto pagamento, timesheet per rendicontare le ore del personale impiegato sul progetto, ed altra documentazione utile.

Il capofila fisserà un primo incontro con il partenariato dedicato alla rendicontazione, per definire tempi e modalità di trasmissione e raccolta della documentazione, in modo che fin dall'inizio del progetto i partner siano pienamente consapevoli del percorso da svolgere a questo proposito.

Il monitoraggio delle attività e la rendicontazione non riguarderanno solo gli aspetti economici, ma anche i contenuti, per valutare le modalità di realizzazione degli interventi, i tempi di svolgimento, l'efficacia della strategia proposta, i risultati raggiunti.

4.2. Azione di settore

Dal punto di vista operativo, si è mantenuta la suddivisione delle attività per ambiti tematici: arte e cultura, design, natura e green.

All'interno di ciascun ambito tematico, nel rispetto dell'autonomia decisionale dei componenti dei tavoli, è stata data priorità ai progetti in grado di contribuire allo sviluppo di tematiche ampie,

coinvolgenti, non focalizzate su piccoli territori o eventi, ma contestualizzate in una dimensione più ampia, volte a contribuire all'arricchimento di contenuti del "Fuori Expo in Brianza".

Il calendario di eventi tradizionalmente inteso come sequenza cronologica di avvenimenti con riferimento di data e luogo, è un work in progress in continuo aggiornamento, grazie ai contributi e agli approfondimenti inseriti dai partner man mano che passando alla progettazione esecutiva riescono a meglio dettagliare le iniziative proposte. Dalla descrizione che segue emerge però già chiaro, nell'insieme, il calendario di attività che settimana dopo settimana possono essere svolte in Brianza, dedicate al pubblico di ogni età e provenienza, che coprono tutto il territorio brianteo e che variano per tema e tipologia.

Vengono descritte di seguito le attività svolte all'interno di ciascun ambito tematico, con il dettaglio degli obiettivi operativi, dei territori e dei partner coinvolti, gli interventi previsti. Le seguenti schede sono esito del percorso di progettazione ed elaborazione dei contenuti, lavoro svolto dai tavoli tematici prima in autonomia e poi confrontandosi con l'intero partenariato, partendo dalle iniziative messe in cantiere nel primo progetto di Meet Brianza Expo e dai progetti di rete che costituiscono un valore aggiunto nella storia della fruizione del territorio.

4.2.1. Area Arte e Cultura

La linea di lavoro che il tavolo tematico si è posto, nell'ambito degli obiettivi strategici del progetto, è stata di definire le tematiche che caratterizzano per qualità ed unicità l'offerta culturale del territorio distinguendola da quelli di altre zone della Lombardia, e puntare su di esse, come **veri e propri asset di una strategia di marketing territoriale**, nell'ottica di vendita di una destinazione-prodotto unica, basata sull'eccellenza del territorio e valorizzata in modo da intercettare un pubblico interessato alle proposte culturali di alto livello. Il tavolo di lavoro ha operato inoltre in modo inclusivo, valorizzando sia le progettualità emerse all'interno di reti territoriali sia le proposte giunte da un singolo soggetto i cui contenuti vadano a vantaggio dell'intero progetto.

Riprendendo il patrimonio di know-how operativo costruito negli anni ed in particolar modo rafforzato nell'esperienza del primo progetto "Meet Brianza Expo", sono state enucleati due macro-temi intorno ai quali ruotano una serie di attività: 1) le **Ville di Delizia** e 2) l'**arte contemporanea**; funzionali al progetto sono state considerate anche alcune attività che non riguardano direttamente i due macro-temi, quanto piuttosto la valorizzazione di iniziative locali innovative, che seppur slegate fra loro tematicamente, tuttavia testimoniano la vivacità culturale della Brianza. Si tratta, in linea di massima, di **servizi ed eventi culturali vari**, di alto valore turistico oltre che culturale per il territorio perché vanno ad intercettare specifici target di pubblico cui non sono dedicate altre attività mirate.

Dal punto di vista operativo, declinati sui tre macro-temi sopra esposti, gli obiettivi che il partenariato si è posto riguardano pertanto:

1. Valorizzazione delle iniziative di valore culturale con richiamo turistico;
2. Potenziamento e sviluppo della rete delle Ville Gentilizie in Brianza, con l'avvio di nuovi servizi per il turista;
3. Valorizzazione degli itinerari di arte contemporanea, con particolare riferimento ai percorsi in cui arte e cultura si integrano con percorsi di fruizione ambientale;

Attività

Nell'ambito del progetto verranno svolte le seguenti attività, declinate nei macro-temi sopra esposti.

Valorizzazione delle iniziative di valore culturale con richiamo turistico

La prima esperienza del progetto "Meet Brianza Expo" ha fatto emergere un'interessante vivacità culturale nel territorio, continuata con entusiasmo anche nella fase di progettazione della presente proposta, durante la quale diversi comuni hanno espresso la loro intenzione di realizzare e sviluppare le attività giunte in fase avanzata di progettazione ed organizzazione.

Si viene delineando un territorio ricco di spunti e proposte in ambito culturale, capace di ragionare con mentalità progettuale e rapportarsi in una strategia di dimensioni più ampie al fine di integrarsi in un calendario di eventi unico.

Durante il semestre di Expo i turisti ed i cittadini potranno beneficiare di un'offerta di concerti e spettacoli di musica dal vivo ricca e diversificata, che vede l'eccellenza nelle stagioni concertistiche proposte dal **Comune di Monza**. Il **Comune di Seregno**, nella settimana dal 23 al 29 settembre, al fine di valorizzare la figura del pianista e compositore Ettore Pozzoli organizzerà la prima edizione del Concorso Internazionale di Composizione "Ettore Pozzoli" in collaborazione con il Conservatorio Giuseppe Verdi di Milano e Casa Ricordi, diventando punto di riferimento per il pianismo nazionale ed europeo, collegando questa iniziativa con la mostra realizzata per valorizzare la Collezione lasciata in eredità alla città Luca Crippa, artista surrealista famoso in ambito internazionale, inaugurata il 14 aprile e aperta fino al 30 settembre 2015. Altro contributo al calendario di concerti e spettacoli dal vivo viene dal Comune di Verano, che ha organizzato eventi teatrali, musicali e sportivi che si svolgeranno per lo più all'aperto in luoghi caratteristici e attrattivi del comune, come il cortile dell'antico convento dei cappuccini, la biblioteca civica, i sentieri lungo la valle del Lambro.

Anche nel territorio di **Besana Brianza** l'evento di punta per l'attrazione di visitatori è dedicato alla musica: fra fine giugno e inizio luglio si svolgerà il 16esimo Festival Bandistico Internazionale, con la partecipazione di gruppi provenienti da diversi stati europei, realizzato dal Comune con la collaborazione dell'Associazione Corpo Musicale "Santa Cecilia".

Il calendario di eventi culturali sarà incrementato con altre proposte provenienti dal territorio, come la rassegna di spettacoli di arte di strada "**Nonsoloclown**" che si svolgerà a Monza.

Molto ricca ed articolata è la proposta del **Comune di Vimercate**, che rilancia l'iniziativa "Turisti a km 0" con la realizzazione di nuovi percorsi e dei materiali necessari alla loro fruizione, che potranno essere ritirati anche presso il punto turistico informativo che sarà allestito in occasione del progetto all'ingresso del MUST Museo del Territorio di Vimercate.

Nell'ottica di valorizzare il Museo civico "Carlo Verri", fornendo al pubblico nuove occasioni di fruizione, il **Comune di Biassono** ha previsto la realizzazione di alcuni momenti ludico-didattici rivolti soprattutto ad un pubblico giovane: laboratori, mostre e visite guidate, per un calendario a misura di bambino.

Nell'ambito dei servizi per la cultura, verrà avviato anche il progetto "*STRADE MB: Sistema Turistico, Rete di Accoglienza Diffusa che porta all'esperienza di Expo*" un'iniziativa di ricettività turistica low cost che, strutturata intorno all'idea di turista come "residente

temporaneo”, mira a coinvolgere i visitatori, favorendo incontri fra persone e garantendo inclusività e accessibilità. Il progetto permetterà di ospitare i turisti presso strutture ricettive low cost (circa venti case per ferie, residence, ostelli, case per esercizi spirituali, B&B, appartamenti) e offrire loro un catalogo di servizi turistici ad alto contenuto sociale, con la possibilità di comporre il “pacchetto” più adatto alle proprie esigenze.

Ville Gentilizie in Brianza

Il territorio della Brianza è caratterizzato dalla presenza diffusa delle Ville Gentilizie, anche dette ville di Delizia, abitazioni fatte costruire nel corso dei secoli dalle ricche famiglie milanesi che qui vi trascorrevano i periodi di vacanze e riposo.

La presenza capillare sull’area (sia in contesti urbani che rurali), l’appartenenza a diversi periodi storici ed artistici, con la possibilità di narrare in senso diacronico la storia del territorio, l’unicità di talune strutture, degli affreschi e dei giardini storici, attribuiscono alle Ville di Delizia, considerate nel loro insieme, un ruolo strategico per la promozione del territorio.

Nel corso degli ultimi anni, la Provincia di Monza e Brianza ha coordinato una rete di ville in un progetto volto ad implementare la fruizione dei beni, “*Ville Aperte in Brianza*”, che negli anni ha visto concretamente aumentare il numero Amministrazioni Comunali coinvolte e partner pubblici e privati coinvolti, raggiungendo nell’ultima edizione 53 soggetti aderenti

La manifestazione si svolge ogni anno l’ultima domenica del mese di settembre, con l’obiettivo di offrire una nuova modalità di fruizione del patrimonio da parte di cittadini e visitatori, ampliare l’offerta culturale, intercettando nuovi pubblici e creando anche opportunità di lavoro per le associazioni culturali del territorio e potenziando le conoscenze e le competenze in campo culturale all’interno delle pubbliche amministrazioni aderenti.

Il format privilegiato nella giornata dedicata all’apertura è la visita guidata, offerta da ciascuna realtà aderente secondo orari e modalità stabiliti autonomamente, sulla base delle risorse disponibili necessarie all’apertura, alla guardiania e alla visita del bene. All’unanimità fra tutti gli aderenti viene stabilito invece il costo del biglietto della visita, per evitare che, nell’autonomia decisionale, vengano adottati prezzi molto differenti fra loro indebolendo l’unitarietà dell’iniziativa.

Ciascun partner di “*Ville Aperte in Brianza*” progetta e gestisce le visite guidate e le attività logistiche di supporto (segnaletica, viabilità), fornisce le informazioni utili a promuovere l’iniziativa a livello centrale, organizza in autonomia eventi di valorizzazione del bene anche in collaborazione con associazioni e soggetti privati del territorio, al fine di coinvolgere maggiormente la cittadinanza.

La Provincia, dal canto suo, si occupa del coordinamento dell’intera iniziativa, dall’organizzazione di momenti di aggiornamento e formazione per gli operatori privati ed il personale dei Comuni coinvolti, alla predisposizione e distribuzione del materiale promozionale, dall’aggiornamento e l’implementazione del sito web dell’iniziativa, www.villeaperte.info, fino alla gestione del servizio di informazione e prenotazione delle visite, effettuabile tramite il sito stesso o per telefono.

Al fine di intercettare il pubblico di Expo, molte ville di delizia del territorio apriranno le porte ai visitatori già dal mese di maggio, con tour guidati, laboratori, eventi. Ville Aperte in Brianza diventa quest’anno quindi un contenitore di valorizzazione dei beni del territorio,

integrando le tradizionali **visite guidate** e gli **eventi con gli itinerari** e i **servizi turistici** correlati ai beni e sviluppati nell'ambito della strategia di progetto. La data di riferimento per "Ville Aperte in Brianza" resta dunque l'ultima domenica di settembre, con un periodo più intenso di attività da domenica 20 settembre fino a domenica **25 ottobre e un calendario complessivo di eventi che va da maggio a fine ottobre, considerando le ville** aperte in maniera continuativa per tutto il semestre di Expo.

Queste novità sui contenuti si rifletteranno anche sugli strumenti di comunicazione e promozione previsti e in parte già realizzati. Grazie al finanziamento ottenuto nell'ambito dell'Avviso pubblico "Promozione dell'attrattività del territorio lombardo in occasione dell'evento Expo 2015", la Provincia di Monza e Brianza ha potuto far realizzare il nuovo sito di www.villeaperte.info, che dialoga con altri portali locali di promozione culturale-turistica per una proposta integrata, come ad esempio il nuovo sito della società partecipata dal Comune di Monza e Camera di Commercio Monza e Brianza "Monza crea valore" espressamente dedicato alla promozione turistica della città e del territorio www.turismo.monza.it e il sito del Parco Valle del Lambro con i percorsi naturalistici dedicati agli amanti delle biciclette e delle camminate <http://www.leviedelparco.com/>

Per **eventi** ed **itinerari** verrà data la possibilità di inserire le informazioni direttamente dal sito www.villeaperte.info attraverso la compilazione di un semplice form. Successivamente il capofila validerà e pubblicherà la notizia. Si tratta di una nuova sezione di inserimento autonomo, che affianca il sistema di prenotazione gestito dai partner dell'iniziativa attraverso le credenziali (user e passord) già utilizzate per la gestione delle visite guidate.

Ai nuovi aderenti verranno fornite nuove credenziali e un vademecum per l'utilizzo del sito.

Il sito web è stato realizzato in modo da dialogare con il sistema E015, l'ambiente digitale di cooperazione che consente di far parlare tra loro settori, quali trasporti, accoglienza, turismo, *cultura* e spettacolo in uno scenario innovativo di erogazione dei servizi ai cittadini e visitatori.

Per una più rapida circolazione dei contenuti, a quanti fra i partner già aderiscono alla piattaforma sarà fatta richiesta di poter utilizzare il servizio di fornitura dei dati. Per chi non aderisce, sarà sempre la Provincia di Monza e della Brianza, attraverso le informazioni degli eventi e degli itinerari, che creerà un servizio aggregatore.

Alcune novità sono state introdotte anche nella realizzazione del materiale promozionale, riguardanti soprattutto il libretto/opuscolo, snellito nei contenuti. Il libretto conterrà: la descrizione degli edifici/giardini/ville che verranno aperte durante la manifestazione, le informazioni di contatto per ciascun bene, una mappa dei luoghi visitabili e dei Comuni/Soggetti aderenti, alcune pagine di approfondimento su azioni e progetti specifici. Non conterrà invece gli eventi e gli itinerari che saranno pubblicati solo on line e continuamente aggiornati. Altri materiali promozionali realizzati per l'occasione saranno i flyer e i manifesti.

Nell'ambito del macro-tema "Ville Gentilizie in Brianza", diversi soggetti del partenariato hanno proposto iniziative collaterali di ulteriore valorizzazione del bene inserito nel circuito delle Ville, con eventi dedicati, mostre, incontri, laboratori.

Un progetto di valorizzazione di alcune ville attraverso la realizzazione di eventi dedicati è stato sviluppato dal Comune di Cesano Maderno insieme ai comuni di Barlassina, Cogliate, Desio, Lentate sul Seveso, Meda e Seveso.

L'iniziativa, dal titolo **“Brianza: territorio vivo di arte, monumentalità e artigianato”** prevede una serie di mostre itineranti, allestite nei comuni coinvolti, per la valorizzazione del territorio attraverso l'esposizione di suggestive immagini fotografiche realizzate appositamente da elicottero. Il patrimonio dei saperi accumulato per la realizzazione di questa iniziativa potrà essere messo a disposizione di altri progetti sostenuti dalla regione Lombardia, come il Sistema Ville Gentilizie o gli altri sistemi di comunicazione e valorizzazione pensati per la piattaforma E015. Ciascun Comune si fa promotore di manifestazioni culturali e rassegne connesse al tema del progetto, volte alla promozione e valorizzazione del territorio.

Fuori da questa rete, anche altri soggetti, come il **Comune di Arcore**, il **Comune di Muggiò**, il **Comune di Triuggio** intendono realizzare, in concomitanza con la giornata di “Ville Aperte in Brianza” e in altre occasioni durante i mesi estivi, iniziative di valorizzazione delle ville di loro proprietà, come eventi, laboratori per bambini, percorsi di escursionismo e scoperta del territorio.

L'Associazione Musicamorfofi di Seveso ha proposto invece un progetto di valorizzazione del territorio attraverso le arti performative che si svolgerà fino al 5 settembre ed avrà inizio il 27 maggio con eventi presso Villa Tittoni a Desio.

Come sviluppo del tema della valorizzazione delle Ville, in occasione di “Ville Aperte in Brianza” si prevede di realizzare, anche per quest'anno, *“pH – performing Heritage”*, l'evento diffuso sul territorio per la valorizzazione del patrimonio culturale attraverso il coinvolgimento del pubblico in attività di arti performative e spettacoli live progettati appositamente intorno al bene che si intende valorizzare. La realizzazione di *“pH – performing Heritage”* è strettamente connessa con il reperimento di fondi da parte dei soggetti coinvolti.

Valorizzazione degli itinerari di arte contemporanea

La presenza della sede del **Museo d'Arte Contemporanea di Lissone** rappresenta una importante peculiarità dal punto di vista artistico-culturale in ambito contemporaneo, ai fini della creazione di una rete delle più qualificate realtà dell'area.

Anche nel periodo di Expo il Museo si propone come soggetto che produce esperienze culturali di alto livello, con l'organizzazione della mostra antologica dedicata a Gianni Pettena – il cui lavoro si colloca tra l'arte concettuale e la land art – nell'ambito del progetto “Da Ville Aperte al Museo Espanso”, che intende sviluppare sinergie con realtà qualificate quali i Musei Civici di Monza, il MAGA di Gallarate. La mostra sarà inaugurata il 27 settembre con la partecipazione dell'artista. Per valorizzare ulteriormente l'iniziativa, il Comune di Lissone, durante “Ville Aperte in Brianza” intende organizzare Cinema degli Architetti, tre serate con proiezioni di filmati, presentazione di libri, dibattiti.

Il **Comune di Nova** promuove invece una rete di enti per lo sviluppo di una iniziativa che si presenta come museo diffuso di arte contemporanea.

Le collezioni verranno ospitate in quattro importanti ville di delizia del territorio brianteo: Palazzo Arese Borromeo (Cesano Maderno), Villa Tittoni Traversi (Desio), Villa Filippini (Besana in Brianza), Villa Brivio (Nova Milanese).

Le opere esposte saranno selezionate da un comitato scientifico presieduto dall'Accademia di Belle Arti di Brera, che definirà un filo conduttore tra le diverse opere in modo da mantenere l'identità e la riconoscibilità della manifestazione in ogni sede.

La valorizzazione è pensata su vari livelli e coinvolge attivamente sia il patrimonio pubblico che quello privato, in una sinergia tra forze diverse. Le esposizioni si svolgeranno in un arco di quattro mesi e saranno fruibili come unico percorso ma anche per singole sedi.

Le associazioni Bice Bugatti Club di Nova Milanese e Heart pulsazioni culturali di Vimercate, collaborano con il comune di Nova Milanese nell'organizzazione della manifestazione.

Inoltre nel programma sono coinvolti comuni diffusi su un ampio ambito del territorio brianzolo quali: Cesano Maderno, Desio, Besana in Brianza, Monza, Lissone, Triuggio, Barlassina, Briosco.

4.2.2. Area Design

Obiettivo prioritario dell'area è sviluppare e valorizzare l'attrattività turistica del territorio di Monza e Brianza quale distretto di eccellenza del design attraverso iniziative, azioni ed eventi da realizzare in concomitanza con lo svolgimento di Expo 2015 in un'ottica di "Fuori Expo".

Le attività previste dal progetto sono caratterizzate dalla coniugazione del "saper fare" brianzolo con l'aspetto turistico, al fine di proporre al turista un'esperienza che lo coinvolga attivamente ed emozionalmente.

Le attività proposte portano a visitare i luoghi in cui la creatività e l'ingegno degli artigiani brianzoli si sono espressi in passato (es. Ville di delizia, Reggia di Monza, Triennale Design Museum, ...) e si esprimono nel presente (Botteghe e laboratori, aziende), il tutto collegato con le valenze storico-artistiche e naturalistiche del territorio, alla scoperta delle produzioni locali caratterizzanti e di eccellenza.

A. Esposizioni e altri eventi

A.1 salone del mobile – settimana del design: fuori salone a monza

Il Salone internazionale del mobile torna a Milano, nell'anno di Expo, dal 14 al 19 aprile e con la manifestazione ritornano gli eventi collegati con il Fuorisalone. Anche Monza ha organizzato diverse iniziative, animando la città e promuovendone i luoghi simbolo, valorizzando il tessuto produttivo e i giovani designer del territorio. Il programma si è articolato nelle seguenti iniziative:

- **Il Fuori Villa:** apertura straordinaria per Villa Reale nei giorni **16-17-18 aprile 2015**, eccezionalmente fino alle ore 22.00; per cittadini e turisti è stato possibile visitare gli appartamenti reali e il Triennale Design Museum. Inoltre, con il biglietto della visita, è stato possibile usufruire di una promozione per **l'Aperitivo del design** presso **Le cucine di Villa Reale** il cui barman ha realizzato appositamente per la serata tre nuovi cocktail dedicati ad altrettanti designer della Brianza conosciuti a livello internazionale.

- **Il contest "X Design":** gli esperti della Camera di commercio di Monza e Brianza hanno selezionato dieci idee progettuali che meglio interpretano il territorio e lo valorizzano in vista di Expo 2015; i designer selezionati hanno presenteranno il loro progetto presso l'Arengario di Monza nella giornata del 18 aprile 2015 e sono stati valutati da una commissione di esperti. Il

vincitore del contest ha ricevuto in omaggio due biglietti per la visita di Expo Milano 2015 e la prototipazione dell'idea progettuale.

- **Alla scoperta delle 13 sedie:** le vetrine di alcuni negozi del centro di Monza sono state allestite con i pezzi della mostra **(1:13) Le tredici sedie mai dipinte nell'Ultima cena di Leonardo:** 13 sedute ideate da altrettanti designer (che hanno reinterpretato la celebre opera di Leonardo) e realizzate da artigiani d'eccellenza della Brianza.

A.2 eventi del saper fare - dialoghi di artigianato

Questa azione si basa sulla valorizzazione del "saper fare" che il territorio brianzolo, tramite le proprie aziende artigiane, è in grado di esprimere, grazie a una secolare- esperienza nelle espressioni dell'artigianato artistico e a una forte competenza nel settore legno-arredo-design, nella convinzione che la crescita del "saper fare" sia stimolata dalla conoscenza e dall'interscambio delle esperienze artigianali.

Da questa idea è nato un **circuito di eventi, mostre tematiche e incontri**, dedicato alla presentazione dell'artigianato del territorio, con la finalità di far conoscere quello che "c'è" e che non tutti conoscono, anche attivando l'interscambio della cultura artigiana tra i popoli del mondo al fine di incrementare l'interesse verso il territorio brianzolo.

Il calendario predisposto e concordato con le Amministrazioni Comunali, che comprende 36 eventi, è il seguente:

CITTA'	LOCATION	INIZIO	FINE	TITOLO
MONZA	Urban Center	30.04.2015	10.05.2015	BICI BIKE&DESIGN L'ARTE DEL SAPER FARE NEL VENTO
USMATE VELATE	Villa Scaccabarozzi	17.05.2015	22.05.2015	NUTRIAMOCI AD ARTE - L'ARTE DEL SAPER FARE TRA ARTE E ARTIGIANATO
LISSONE	Palazzo Terragni	26.05.2015	02.06.2015	ARTIGENIO - STORIA DEL SAPER FARE NEL LEGNO
BIASSONO	Laboratorio Beretta	30.05.2015	30.05.2015	MINIMAL NO MORE - IL COLORE IN TAVOLA
MEDA	Sala Cassina	06.06.2015	14.06.2015	MESSICO - L'ARTE DEL SAPER FARE NEL DESIGN
CARATE	Villa Cusani	06.06.2015	21.06.2015	UNGHERIA - L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA PORCELLANA
DESIO	Villa Tittoni	09.06.2015	19.06.2015	CAPPE - L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA PORCELLANA DEL TERRITORIO
USMATE VELATE	Villa Scaccabarozzi	13.06.2015	28.06.2015	L'ARTE DEL SAPER FARE NELLE VALLI LOMBARDE-SONDRIO
MUGGIO'	Sala Pasolini	16.06.2015	30.06.2015	L'ARTE DEL SAPER FARE NEL METALLO PER IL GADGET MUSEALE
GIUSSANO	Villa Sartirana	17.06.2015	30.06.2015	CATALOGO ARTIGIANO l'arte del saper fare è " DI Donne "
SEREGNO	Villa Landriani	20.06.2015	28.06.2015	TASK GIAPPONE IL SAPER FARE COME DIFESA DELLA TRADIZIONE
SEREGNO	Villa Landriani	20.06.2015	28.06.2015	DAL VALORE DELLA TRADIZIONE ALL'ARTIGIANATO 2.0 - STORIA DEL SAPER FARE
MACHERIO	Laboratorio Didoni	20.06.2015	20.06.2015	MINIMAL NO MORE -MOSAICO E LAPISLAZZULI
LISSONE	Palazzo Terragni	20.06.2015	27.06.2015	PIERLUIGI GHIANDA IL MAESTRO DEL SAPER FARE

CESANO MADERNO	Chiesa Antica S.Stefano	22.06.2015	12.07.2015	CAIMI BREVETTI IL SAPER FARE NEL DESIGN
MONZA	Villa Reale	01.07.2015	20.07.2015	LE TREDICI SEDIE - IL SAPER FARE TRA DESIGN E RELIGIONE
BIASSONO	Laboratorio Beretta	18.07.2015	18.07.2015	MINIMAL NO MORE - IL COLORE IN TAVOLA
MONZA	Villa Reale	22.07.2015	31.07.2015	concorso " Il piatto come simbolo utile"
MACHERIO	Biblioteca	29.08.2015	29.08.2015	MINIMAL NO MORE
MACHERIO	Laboratorio Didoni	30.08.2015	30.08.2015	MINIMAL NO MORE - ARTE IN PIETRA LABORATORIO
MUGGIO'	Sala Pasolini	01.09.2015	07.09.2015	CAPPE L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA PORCELLANA DEL TERRITORIO
LISSONE	Palazzo Terragni	05.09.2015	20.09.2015	BICI BIKE&DESIGN L'ARTE DEL SAPER FARE NEL VENTO
NOVA MILANESE	Palazzo Brivio	05.09.2015	13.09.2015	CAIMI BERVETTI IL SAPER FARE NEL DESIGN
MEDA	Sala Cassina	05.09.2015	15/09/2015	DAL VALORE DELLA TRADIZIONE ALL'ARTIGIANATO 2.0 - STORIA DEL SAPER FARE
MEDA	Sala Cassina	05.09.2015	15/09/2015	ARTEINPIETRA IL SAPER FARE DALLA PIETRA ALL'ARTE
GIUSSANO	Villa Sartirana	05.09.2015	13.09.2015	L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA CERAMICA MUSEO DELLA FORNACE DI CUNARDO
USMATE VELATE	Villa Scaccabarozzi	13.09.2015	20.09.2015	NUTRIAMOCI TRA ARTE E ARTIGIANATO
DESIO	Villa Tittoni	22.09.2015	05.10.2015	UNGHERIA L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA PORCELLANA
LISSONE	Laboratorio Pavi	26.09.2015	26.09.2015	MINIMAL NO MORE - INSOLITE ROCCE
GIUSSANO	Villa Sartirana	03.10.2015	15.10.2015	MESSICO L'ARTE DEL SAPER FARE NEL DESIGN
CARATE B.ZA	Villa Cusani	10.10.2015	25.10.2015	PIERLUIGI GHIANDA IL MAESTRO DEL SAPER FARE
CARATE B.ZA	Villa Cusani	10.10.2015	18.10.2015	DAL VALORE DELLA TRADIZIONE ALL'ARTIGIANATO 2.0 - STORIA DEL SAPER FARE
VIMERCATE	Villa Sottocasa	10.10.2015	25.10.2015	BICI BIKE&DESIGN L'ARTE DEL SAPER FARE NEL VENTO
NOVA M.SE	Palazzo Brivio	17.10.2015	24.10.2015	MESSICO L'ARTE DEL SAPER FARE NEL DESIGN
CESANO M.NO	Chiesa Antica di S. Stefano	17.10.2015	01.11.2015	UNGHERIA L'ARTE DEL SAPER FARE NELLA PORCELLANA
BIASSONO	Laboratorio Beretta	24.10.2015	24.10.2015	MINIMAL NO MORE IL COLORE IN TAVOLA

A.3 eventi “dai forma ai tuoi sogni – digital fabrication in Brianza”

Un'altra serie di eventi, specificatamente pensata come offerta turistico-esperienziale per le famiglie, è costituita dal programma “**Dai forma ai tuoi sogni - digital fabrication in Brianza**” che creerà animazione con eventi tematicamente coerenti con la vocazione del territorio. In occasione di tali eventi i bambini incontreranno il mondo della fabbricazione digitale e saranno chiamati a riprogettare e realizzare, secondo le loro idee e i loro sogni, oggetti di uso quotidiano “Made in Brianza”, dando loro nuova vita e nuove funzioni. Gli eventi, realizzati in collaborazione con i Comuni di Lissone, Meda, Giussano, Lentate sul Seveso e le aziende del territorio, costituiranno anche occasioni per creare informazione e coinvolgimento sulle “cose

nuove” del mondo, dall’Internet degli oggetti alla digital fabrication, e rappresentano un format da replicare e/o rendere permanente per arricchire l’offerta turistica del territorio. Si tratta quindi di uno strumento innovativo per far conoscere la Brianza e le sue imprese, creando spazi di relazione tra le imprese, le giovani generazioni del territorio e i turisti.

In chiusura del ciclo di eventi, verrà inoltre organizzato un momento di confronto con le imprese, al fine di promuovere la replica dell’iniziativa anche presso spazi aziendali e per analizzare i risultati raggiunti in termini di possibilità di “industrializzazione” del fenomeno, verificando come questo tipo di applicazioni possano in realtà portare nuova linfa creativa anche a produzioni su scala industriale.

A.4 mostra itinerante “un posto a tavola”

Il tema della mostra è il “rito” della tavola che tocca un momento centrale della vita quotidiana di ognuno di noi e porta con sé un significativo carico di storia, di tradizioni e di cultura.

La mostra espone una collezione di 54 “posti a tavola”, intesi come tavole apparecchiate pronte per accogliere i commensali, realizzata utilizzando un insieme di pezzi pregiati e all'avanguardia, realizzati da artigiani che hanno saputo declinare la tradizione e i nuovi bisogni secondo i criteri della bellezza e della funzionalità. Il progetto ha lo scopo di presentare i vari modi di interpretare il posto a tavola degli artigiani lombardi, delle regioni italiane e di alcune nazioni partecipanti all’EXPO, accompagnati da alcuni elementi enogastronomici tipici del territorio di ogni singolo partecipante. Ogni “posto a tavola” sarà presentato su un tavolo, uguale per tutti, dalle dimensioni di cm. 70 x cm 70; i 60 “posti a tavola” saranno così suddivisi:

- 35 progetti realizzati da artigiani del territorio di Monza e Brianza
- 8 progetti realizzati da artigiani delle province lombarde
- 1 progetto realizzato da artigiani delle altre regioni italiane
- 10 progetti realizzati da artigiani di Paesi partecipanti a Expo.

La collezione sarà esposta dal 7 maggio al 10 novembre 2015 nelle seguenti sedi:

- Monza – Villa Reale
- Lissone – Biblioteca
- Nova Milanese – Palazzo Brivio
- Meda – Medateca
- Vimercate – Biblioteca
- Desio – Villa Tittoni
- Cesano Maderno – Biblioteca
- Carate Brianza – Comune nuova sede
- Seregno – Comune

Ogni 15 giorni la collezione dei 60 posti a tavola cambierà sede cosicché, alla fine del periodo espositivo, ogni sede avrà avuto l’opportunità di ospitarla quale fattore culturale e di attrattività per cittadini e turisti dell’EXPO.

A.5 mostra itinerante “botteghe artigiane eccellenti”

Le botteghe artigiane, storicamente e prevalentemente destinate ad attività di tipo artistico, tradizionale ed alimentare, rappresentano da sempre un riferimento privilegiato per chi cerca

l'incontro tra creatività, tradizione ed eccellenza. Alcune di queste realtà continuano, ancora oggi, a trasmettere il proprio valore economico e culturale, offrendo al cliente esperienze ed emozioni uniche all'atto di acquisto. L'iniziativa "Mostra itinerante delle botteghe artigiane eccellenti" coinvolge imprese artigiane nell'ambito dell'arte e cultura, design e sostenibilità ambientale: gli artigiani daranno prova della loro abilità attraverso dimostrazioni dal vivo, in spazi pubblici, dei propri processi di lavorazione.

I destinatari dell'iniziativa, che saranno coinvolti attraverso messaggi promozionali a mezzo stampa, radio e TV, sono i cittadini del territorio e i turisti che si troveranno in loco per visitare EXPO.

Nella fase operativa del progetto, da maggio 2015 alla prima metà di luglio 2015, si realizzeranno due eventi espositivi, della durata di un giorno ciascuno, presso la città di Lissone, in occasione degli eventi "Dai forma ai tuoi sogni".

Nella fase programmatica invece, da metà di luglio 2015 a fine ottobre 2015, verranno realizzati altri due eventi di durata superiore, con l'obiettivo di riprodurre su "ampia scala" gli elementi core che hanno caratterizzato le precedenti esposizioni, cercando di offrire agli utenti un maggior livello di dettaglio.

B. ITINERARI E PERCORSI ESPERIENZIALI

B.1 ITINART - Itinerari alla scoperta delle botteghe di qualità del territorio

Anche questa iniziativa punta alla valorizzazione del "saper fare" che la Brianza è in grado di esprimere attraverso le proprie aziende artigiane, depositarie di una secolare tradizione ed esperienza nel campo del legno-arredo e dell'artigianato artistico.

Con questo obiettivo, verranno promossi e commercializzati, mediante agenzie di incoming, alcuni pacchetti turistici che favoriscono la conoscenza di quattro itinerari già strutturati ed attivi (**Brianza Classica, Valle del Lambro, Brianza Vimercatese, Brianza Experience**), conducendo il turista alla scoperta delle botteghe di eccellenza brianzole in cui potrà assistere direttamente alle lavorazioni ed acquistare i prodotti.

B.2 VISITE INTERATTIVE IN AZIENDA

Allo scopo di arricchire l'esperienza e l'attrattiva delle visite alle botteghe ed alle imprese del territorio, le **visite risulteranno interattive** grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa attraverso la quale il visitatore, mantenendo attiva la fotocamera del proprio smartphone, phablet o tablet, potrà inquadrare degli elementi distintivi delle aziende visitate (es. insegne, prodotti, ...) che saranno automaticamente riconosciuti, determinando l'attivazione di contenuti multimediali di approfondimento quali immagini, filmati, narrazioni.

L'utilizzo dell'applicativo in una determinata location assicurerà anche la funzione di segnalazione all'utente dell'esistenza di altre tappe dove usare lo strumento, facenti parte di un unico itinerario tematico. Inoltre questa nuova APP per le visite interattive, scaricabile gratuitamente per Apple e per Android, sarà predisposta per il riconoscimento di contenuti promozionali dell'impresa anche al di fuori delle location predefinite.

L'utilizzo di questa APP, dal forte contenuto tecnologico, porta elementi di grande innovatività nel progetto in quanto estende al di fuori della fruizione dei beni culturali le potenzialità di

attivazione della realtà aumentata mediante l'utilizzo di strumenti tecnologici personali di connessione mobile. Inoltre la APP, abbinata con la versione analogica già utilizzabile presso il Museo del Belvedere della Villa Reale di Monza, amplia "on the road" la serie di applicativi di realtà aumentata a sostegno della fruizione da parte del turista degli *assets* turistici individuati dal progetto Meet Brianza Expo Design District, rafforzandone la visibilità e la diffusione sul territorio con possibilità di ulteriori integrazioni successive.

C. WORKSHOP SUL DESIGN E INCONTRI B2B

L'iniziativa offre a designer e imprenditori la possibilità di fruire di approfondimenti specialistici su tematiche innovative che caratterizzano l'evoluzione del design nei suoi diversi aspetti, proponendo loro nuovi spunti di riflessione per migliorare le loro competenze e la loro competitività.

Gli incontri, strutturati in workshop interattivi della durata di quattro ore - anche al fine di agevolare la partecipazione di visitatori Expo - si svolgeranno nel periodo maggio-ottobre 2015 come da calendario sotto riportato; le tematiche trattate riguardano argomenti di particolare attualità e interesse nel campo del design, in coerenza con l'eccellenza espressa dal territorio in questo settore di avanguardia. Per facilitare l'intervento di partecipanti stranieri sarà previsto un adeguato supporto linguistico (relatore e materiale didattico bilingue, servizio di traduzione, ...). Inoltre, al fine di favorire i contatti B2B e lo scambio di esperienze tra i partecipanti ai workshop, è prevista la distribuzione di una guida riportante l'offerta di designer del territorio di Monza Brianza. Tale importante strumento conoscitivo è indirizzato a promuovere il notevole know-how espresso dalla Brianza in materia di design e ad aprire a nuove possibili collaborazioni.

I seminari saranno gratuiti per le imprese di Monza e Brianza e per i visitatori di EXPO che esibiranno il biglietto di ingresso utilizzato per visitare la manifestazione; in questo modo si ritiene di promuovere il territorio e le sue eccellenze in un'ottica *business-oriented* tipica del turista del comparto business.

I cinque workshop previsti sono i seguenti:

Il Design e le nuove tecnologie - settimana 11/05/2015-15/05/2015

Nell'ambito del design, l'avanzamento tecnologico ha permesso di arricchire gli strumenti utilizzati con macchine a controllo numerico, nuovi materiali, tecnologie open source (come Arduino); nel corso del seminario si farà il punto della situazione evidenziando opportunità e punti critici da tenere sotto controllo per ottenere il miglior risultato dall'aggiornamento tecnologico.

Stampa 3D e artigiani digitali – settimana 01/06/2015-05/06/2015

Con la diffusione della stampa 3D, molti artigiani e designer stanno "digitalizzando" il loro lavoro: la stampa 3D fornisce numerose opportunità per la produzione e la prototipazione rapida, a patto di sapere come utilizzare i software necessari e studiare i giusti accorgimenti per la stampa dell'oggetto progettato. Nel corso del seminario verrà presentato un percorso di avvicinamento a questo nuovo mondo.

Le opportunità del fare rete: autoproduzione e collettivi – settimana 13/07/2015-17/07/2015

Il seminario è finalizzato a scoprire le opportunità offerte dalla disponibilità di laboratori condivisi, ovvero Coworking e Fablab, evidenziando i potenziali vantaggi del lavorare in team.

Food e retail design in connubio per Expo - settimana 07/09/2015-11/09/2015

Con EXPO 2015 il cibo torna ad essere al centro di riflessioni politiche, culturali e scientifiche di livello locale e globale; in questo seminario verranno analizzati gli ultimi sviluppi del retail design, del design del cibo e del design della tavola con site-visit in ristoranti “di design” del territorio.

Il green design: riuso, eco compatibilità e “cradle to cradle” - settimana 28/09/2015-02/10/2015

Le imprese sono sempre più attente alla loro impronta ambientale ed al modo in cui i consumatori ne tengono conto in quanto “pensare verde” è diventata una scelta ormai di molti.

Il seminario si occuperà quindi di tematiche legate al green design: packaging innovativi e sostenibili, progettazione di prodotti che inglobano la possibilità di riuso e riciclo, le frontiere del riciclo e dell’autoproduzione.

D. OFFERTA DI SERVIZI INNOVATIVI DI MOBILITA' GREEN PER I TURISTI

Obiettivo di questa azione è collegare tra loro, ed al sito di Expo, le eccellenze turistiche e produttive del territorio di Monza e Brianza con un sistema di mobilità elettrica innovativo composto da:

- colonnine di ricarica veloce;
- mezzi di alta gamma e bus-navetta (Tesla Model S e Nissan eNv-200) di ultima generazione, gestibili anche da remoto (tramite internet) per un miglior controllo delle prenotazioni e delle performance, così da confermare la forte accezione innovativa del territorio di Monza e Brianza;

- Hub-info point di riferimento per la gestione del servizio e delle prenotazioni e per fornire agli utilizzatori del servizio informazioni turistiche e sugli eventi presenti sul territorio.

Gli Hub-info point sono strutture dotate di un terminale informatico grazie al quale il visitatore potrà trovare le informazioni turistiche, ritirare l’auto elettrica e organizzare il proprio percorso, anche con l’aiuto del personale presente presso l’Infopoint.

La rete di mobilità che sarà attivata sul territorio di Monza e Brianza fa parte di un progetto complessivo di livello regionale, avviato e cofinanziato da soggetti privati.

4.2.3. Area Natura e Green

Partendo dalla scoperta delle radici della cultura agroalimentare lombarda, sarà proposta una serie di attività che punteranno, in parallelo, sia alla scoperta dell’ambiente naturale e delle aree protette del territorio brianzolo, sia alla conoscenza delle tradizioni agricole in esso presenti, che eccellano in termini di sostenibilità ambientale.

In particolare, con questo progetto, si intende promuovere un turismo “alternativo”, che sappia cogliere le peculiarità ambientali, storico-architettoniche e culturali della Brianza, facendo sperimentare ai visitatori di Expo, scolaresche e famiglie, l’applicazione pratica sul territorio dei concetti di nutrizione, sostenibilità ambientale e protezione dell’ambiente, attraverso proposte di viaggio che includono itinerari tematici, punti di attrazione caratteristici ed un ricco calendario di attività dislocate sull’intero territorio.

Tra gli obiettivi operativi:

- accrescere la conoscenza del territorio in esame, in modo particolare degli elementi naturali caratterizzanti le diverse aree protette coinvolte;
- portare alla conoscenza del pubblico le esperienze di questo territorio che si contraddistinguono per tutelare l'ambiente, promuovere un'agricoltura sostenibile, salvaguardare l'agrobiodiversità e le colture tradizionali, diversificare il paesaggio e contribuire a preservare habitat e specie animali e vegetali autoctone di importanza conservazionistica regionale e a livello europeo, favorendo la biodiversità;
- favorire la conoscenza di edifici e monumenti storici, anche quelli poco conosciuti, ma che hanno una forte valenza per la cultura locale;
- valorizzare i saperi e la cultura del territorio;
- promuovere la conoscenza delle tradizioni locali ed in modo particolare quelle legate alle attività agricole tradizionali;
- riscoprire e "riconoscere" l'importanza dei prodotti tipici della tradizione agroalimentare in termini di:
 - o recupero e valorizzazione delle eccellenze agricole;
 - o educazione ad un'alimentazione corretta e sostenibile;
- diffondere la conoscenza di prodotti agricoli genuini e valorizzarne l'importanza anche dal punto di vista economico, come "marchio di qualità" del *Made in Italy*.
- valorizzare l'economia locale rendendola appetibile anche ai fini di un orientamento lavorativo per i giovani visitatori italiani.

In particolare il progetto intende:

- creare sbocchi commerciali alternativi alle aziende agricole che si sono strutturate (agriturismo, fattorie didattiche, ect.) per ospitare utenza esterna, con una vocazione di didattica e di educazione ambientale;
- aumentare le opportunità lavorative in particolare delle associazioni locali (Cooperative, Associazioni onlus) che propongono attività di educazione ambientale e storico-culturale dirette a famiglie e a scolaresche, coinvolgendo i fruitori in laboratori didattici, escursioni guidate in natura e visite ai musei territoriali e/o esposizioni temporanee sui temi di Expo 2015;
- coinvolgere le strutture residenziali presenti all'interno delle aree protette del territorio (ostelli, Case del Parco) che offrono, oltre al classico servizio di pernottamento e ristoro, anche una rete di servizi aggiuntivi per valorizzare la fruizione dell'ambiente naturale;
- creare una rete per favorire la conoscenza delle filiere produttive del territorio, con possibilità di promuovere eventi legati alla produzione e vendite di prodotti agricoli locali (mercati territoriali a km 0)

Il progetto andrà a sviluppare e mettere a disposizione del pubblico una serie di pacchetti turistici di breve durata (1/2 giornata o 1 giornata, abbinabili in percorsi di più giornate), sviluppati con azioni specifiche destinate ad adulti e bambini, su tematiche connesse al mondo agricolo, agli aspetti naturalistico-ambientali e alle bellezze storico-architettoniche e culturali del territorio in esame.

I tempi di attuazione riguardano il periodo dell'Expo (maggio – ottobre) con particolare riguardo ad iniziative svolte essenzialmente nei periodo primaverile ed estivo, in quanto queste sono le

stagioni di maggiore attività per “vivere in natura”. La programmazione degli enti coinvolti sui temi sotto riportati, riguarda però anche azioni svolte nel periodo autunnale e nei mesi precedenti l’apertura dell’Esposizione Universale, queste ultime propedeutiche al periodo di maggior afflusso turistico.

Le azioni di visita e scoperta del territorio sono state riunite in macrotemi al fine di permettere una uniformità del messaggio da veicolare, mantenendo le peculiarità, i differenti approcci e le modalità di interazioni con il territorio tipiche di ciascun soggetto attuatore.

Biodiversità: racchiude tutte le iniziative che ruotano attorno al mondo naturale, a titolo d’esempio:

- CREDA Parco di Monza, Cascina Mulini Asciutti, orto della Biodiversità: laboratori sull’orto della biodiversità (Mettete dei fiori sui vostri balconi, Mandala di profumi e colori, Ortokit, Pongo naturale, Il pranzo è servito, Pomidori e manici di scopa, Ti spezio in due, Salsa e merende);
- PLIS Molgora visite guidate su entomofauna, acqua;
- PLIS Rio Vallone: visite guidate sulle specie alloctone, sui boschi, sulle lucciole;
- PARCO VALLE LAMBRO: 3 letture animate per bambini con tema la natura e i suoi ambienti dell’iniziativa “Bimbi al Parco”;
- LIPU: visite guidate domenicali (alcune anche in lingua inglese) e visite guidate notturne su fauna e flora dell’Oasi di Cesano Maderno.

Ecologia: racchiudono tutte le attività che si riconducono al grande tema dell’ambiente, a titolo d’esempio:

- CREDA: Parco di Monza, 6 visite guidate sulla vegetazione del parco;
- PLIS Rio Vallone: letture serali di storie per bambini;
- PARCO VALLE LAMBRO: realizzazione percorsi turistici per visite guidate con laboratori per bambini “Itinerari nel Parco Valle Lambro: viaggio nella Brianza più autentica” e realizzazione schede itinerari per sito web – a tema natura e peculiarità paesaggistiche;
- PARCO VALLE LAMBRO 1 uscita “orienteeing naturalistico nel Bosco del Chignolo”;
- LIPU: laboratori didattici per famiglie e bambini nel Centro Visite “Alex Langer”.

Agricoltura e cultura contadina: iniziative dove l’agricoltura è il centro del discorso e la chiave di lettura del paesaggio e dell’ambiente circostante, a titolo d’esempio

- CREDA Parco di Monza: 8 visite guidate alle sale macine della Cascina Mulini Asciutti con macinazione;
- PLIS Rio Vallone: asparalonga;
- PLIS Molgora: visite guidate sul tema agricoltura;
- LIPU: visite guidate domenicali alla scoperta delle antiche colture un tempo praticate nell’Oasi di Cesano Maderno.

Natura e cibo: come la natura si possa leggere nel cibo che portiamo a tavola e come il cibo che mangiamo sia parte della natura

- CREDA Parco di Monza, corsi di panificazione (pane e pizza) e degustazioni (una domenica al mese);

- CREDA Parco di Monza Cascina Mulini Asciutti, cucinare con la natura (laboratori di cucina naturale con le erbe e i fiori del parco, con visita guidata);
- PLIS Rio Vallone: asparalonga;
- PARCO VALLE LAMBRO: 3 iniziative da realizzare all'interno del Festiva degli Orti – Parco di Monza (laboratori per bambini “Il Pranzo è servito” e “L’Arte nell’Orto” e lettura animata per bambini “Storie fruttate”).

Arte e cultura: iniziative in cui la natura ed il territorio fanno da sfondo per parlare di cultura, arte e storia, a titolo d’esempio:

- PARCO VALLE LAMBRO: realizzazione percorsi turistici per visite guidate con laboratori per bambini “Itinerari nel Parco Valle Lambro: viaggio nella Brianza più autentica” e realizzazione schede itinerari per sito web - a tema ville di delizia, storie e leggende, chiese ed arte, cascine e mondo rurale;
- PARCO GROANE: Creazione ed implementazione della stazione multimediale interattiva con testi e data-base per la sezione cultura (Ville storiche, Monumenti, Fornaci, ecc., anche con integrazione archivio fotografico).

Le azioni di progettazione e coordinamento sono trasversali e interessano tutte le attività di organizzazione e messa a sistema delle varie iniziative, ivi compresa la promozione e la segreteria dei singoli eventi.

Le azioni di promozione turistica e multimediale vanno incontro alla volontà di offrire, oltre alle classiche fonti di comunicazione (locandine e pieghevoli) anche forme nuove di raccolta e divulgazione delle informazioni sul territorio, a titolo d’esempio:

- PARCO VALLE DEL LAMBRO: realizzazione dell’applicazione multimediale “Le Vie del Parco” per supporti telefonici Apple e Android;
- PARCO VALLE DEL LAMBRO: Gestione semestrale social network Facebook e Twitter;
- PARCO VALLE DEL LAMBRO: Realizzazione grafica e stampa di locandine eventi letture animate per bambini, orienteering nel bosco;
- PARCO GROANE: implementazione della stazione multimediale interattiva con creazione della modalità di navigazione e chiavi turistico-dicotomiche di riconoscimento per gli uccelli e farfalle;
- PARCO GROANE: implementazione della stazione multimediale interattiva con albero di navigazione della sezione “Cultura”;
- PARCO GROANE: implementazione della stazione multimediale interattiva con aggiornamento flora;
- PARCO GROANE: creazione di una mappa del parco interattiva con i principali elementi paesaggistici, naturalistici e monumentali in rilievo, e comprensiva degli oltre 40 chilometri di piste ciclabili presenti sul territorio;
- PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa pieghevoli per divulgazione eventi;

- PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa su alluminio (ecobond) pannelli divulgativi lungo la rete sentieristica o punti d'interesse, e successiva fornitura e posa su bacheche in legno;
- CREDA: realizzazione grafica e stampa di calendario eventi, 4 pannelli informativi.

Date le tempistiche incerte e molto a ridosso della conclusione dell'esposizione Universale, tutti i partner hanno concentrato in fase programmatica la realizzazioni di azioni/eventi destinati a costituire la base del dopo EXPO. Per questa fase, quindi, sono state programmate solo in parte visite guidate sul territorio, e soprattutto azioni volte a creare una infrastruttura stabile, destinata a durare anche in seguito alla conclusione dell'esposizione e a poter ripetere molte delle esperienze maturate con EXPO negli anni successivi.

A titolo d'esempio:

- CREDA Parco di Monza, Schede plastificate farfalle e api (elaborazione, impaginazione e stampa), casa delle farfalle e insettario ed attuazione di laboratori di entomologia;
- PARCO GROANE: visite guidate in Polveriera, tra natura e storia;
- PLIS Rio Vallone: creazione cartellonistica informativa;
- PLIS Molgora: grafica e stampa libretti divulgativi sull'entomofauna e realizzazione relative visite guidate;
- PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa pieghevoli per divulgazione eventi;
- PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa su alluminio (ecobond) pannelli divulgativi lungo la rete sentieristica o punti d'interesse, e successiva fornitura e posa su bacheche in legno;
- PARCO VALLE DEL LAMBRO: realizzazione itinerario di visita nel territorio del Parco e stampa del volume monografico correlato "Storie D'impresa For Expo. Un percorso che dà gusto: il bello e il buono del saper fare", per conoscere come sono cresciute e cosa sono oggi le aziende del comparto alimentare del territorio e le attività manifatturiere a impatto 0 sull'ambiente;
- PARCO VALLE DEL LAMBRO: progettazione, realizzazione e posa di pannelli e cartellonistica informativa relativa agli "Itinerari nel Parco Valle Lambro: viaggio nella Brianza più autentica".

Alcuni partner del progetto (Parco della Valle del Lambro e Parco delle Groane) aderiscono al progetto regionale "dall'EXPO al PO", un progetto per le scuole ideato dal Sistema Parchi di Regione Lombardia che coinvolge le aree protette lombarde in una serie di percorsi alla scoperta dell'AgriBioCultura verso EXPO 2015. Il progetto è rivolto agli studenti di ogni ordine o grado e prevede percorsi didattici ecosostenibili nelle aree protette lombarde, seguendo tre assi tematici: AgriCultura, Binomi territoriali e Capitale umano, un "ABC" per conoscere meglio il territorio, non solo da un punto di vista ambientale, ma anche economico e storico.

Le proposte inserite in questo progetto sono complementari a quanto sviluppato nell'ambito del progetto regionale, ricalcando le tematiche proposte da Area Parchi ma rivolgendo le attività ad un

pubblico più ampio, comprendente le famiglie ed in generale il turismo che l'Esposizione Universale **porterà nel nostro territorio.**

Il Parco della Valle del Lambro partecipa ai DAT Distretti di Attrattività (MISURA A - Programmi integrati per l'attrattività territoriale turistica e commerciale e per il miglioramento della logistica urbana con i Comuni capoluogo di Provincia), con il progetto presentato dal Comune di Monza "Monza Emozione Vera – Monza True Emotion", nell'area tematica Natura e Green entro i due sottoprogetti N. 6 – Esperienze, laboratori, visite guidate, degustazioni nel parco e N. 9 – Interventi per la promozione del turismo ciclabile.

Inoltre, il Parco delle Groane, è che caratterizzato nella sua parte meridionale dal binomio Ville storiche – agricoltura, ha realizzato eventi volti alla conoscenza degli aspetti culturali, paesaggistici e naturalistici caratteristici di tale contesto. Il LET1 Ville storiche e Groane, proposto durante le edizioni 2013 e 2014 di "Una Settimana a Supermilano", è un itinerario ciclo-turistico che si snoda per circa 35 km con lo scopo di valorizzare il territorio nei suoi aspetti caratteristici. In occasione di Expo, il Parco amplierà la proposta delle iniziative legate al LET1, presentando una bicicletata tematica al mese, per i 6 mesi della durata di Expo.

Le proposte, che verranno elaborate per il periodo di EXPO 2015 ma che si intende mantenere anche una volta conclusa l'esposizione universale, vogliono sviluppare un turismo alternativo e comprendono un ventaglio di attività caratterizzate, come denominatore comune, da un approccio "lento" al territorio, che sappia quindi cogliere aspetti particolari, suggestivi e lontani da un turismo consumistico "mordi e fuggi", con l'obiettivo che l'esperienza vissuta nei Parchi o all'interno delle aziende agricole sia un punto di partenza per un'educazione ed una formazione permanente delle persone verso i temi della sostenibilità ambientale.

Le singole attività verranno arricchite da proposte di itinerari all'interno delle aree protette, con modalità che sappiano valorizzare un approccio eco-compatibile. In particolare si basano su un'offerta turistica che sfrutta l'utilizzo del Centri Parco, la consolidata rete di noleggi biciclette (connessi anche con le reti ferroviarie), la messa in rete di punti ristoro (agriturismi, realtà ristorative, aziende agricole), la messa in rete di punti pernottamento (ostelli, agriturismi e Centri Parco).

Si ritiene di avere piena rispondenza con il Programma Azione 2 dell'Accordo di Programma per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo 2010-2015, in quanto vi è una effettivo rafforzamento della competitività e del posizionamento di alcune realtà imprenditoriali del settore agricole che hanno investito nella ricezione turistica.

Nella tabella seguente vengono riprese le attività sopra esposte, suddivise per ambito tematico e sezioni (operativa e programmatica):

Sezioni/Temi	Arte e cultura	Design	Natura e green
Operativa	<ul style="list-style-type: none"> - Percorsi e laboratori ad Arcore – Villa Borromeo d'Adda - 16esimo Festival Bandistico Internazionale, Besana Brianza - Museo in festa, Biassono - Territorio di arte – Mostre fotografiche, Cesano Maderno 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Salone del mobile – settimana del design: fuori salone a monza</i> - <i>Saper fare - dialoghi di artigianato</i> - <i>Dai forma ai tuoi sogni – digital fabrication in brianza</i> 	Laboratori, visite guidate, produzione materiali sui temi: Biodiversità Ecologia Agricoltura e cultura contadina Natura e cibo Arte e cultura a cura di tutto il

	<ul style="list-style-type: none"> - Mostra antologica al MAC, Lissone - Mostra “Collezionismo lombardo”, Nova e territori aderenti - Brianza Open Jazz Festival, Monza - Radichiamo il futuro – concerti, Muggiò - Fuori Monza - concerti, Desio - Mostra lascito Crippa, Seregno - Expo eventi, Triuggio - Rappresentazioni teatrali, Verano - Mostra “Bruno Freddi”, animazioni ed eventi per “Ville Aperte”, allestimento ufficio turistico, Vimercate - Festival degli orti – Laboratori, Villa Reale di Monza - Accoglienza turistica, progetto STRADE - Ville Aperte in Brianza 	<p>Nella fase operativa sono previsti n.3 eventi e n.1 seminario di follow up</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Itinart</i> - <i>App visite interattive in azienda</i> Nella fase operativa è previsto l’inserimento di n. 2 imprese nella app - <i>Seminari specialistici sul design e incontri b2b</i> Nella fase operativa sono previsti n.3 seminari - <i>Offerta di servizi innovativi di mobilità green per la fruibilità turistica</i> 	partenariato
Programmatica	<ul style="list-style-type: none"> - Percorsi e laboratori ad Arcore – Villa Borromeo d’Adda - 16esimo Festival Bandistico Internazionale, Besana Brianza - Museo in festa, Biassono - Territorio di arte – Mostre fotografiche, Cesano Maderno - Eventi di approfondimento della mostra al MAC, Lissone - Performance teatrali e installazioni, Nova e territori aderenti - Monza Estate - concerti, Monza - Radichiamo il futuro – concerti, Muggiò - Fuori Monza - laboratori, Desio - Concorso internazionale di composizione, Seregno - Expo eventi, Triuggio - Rappresentazioni teatrali, Verano - Turisti a km 0, Vimercate - Festival degli orti – Dibattiti e installazioni, Villa Reale di Monza - Servizi aggiuntivi, progetto STRADE - pH – performing Heritage 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Dai forma ai tuoi sogni – digital fabrication in brianza</i> Nella fase programmatica sono previsti n.1 evento e n.1 seminario di follow up - <i>Mostra itinerante “un posto a tavola”</i> Iniziativa interamente realizzata nella fase programmatica, per un totale di 10 eventi - <i>App visite interattive in azienda</i> previsto l’inserimento di altre 3 imprese nella app - <i>Seminari specialistici sul design e incontri b2b</i> previsti n.2 seminari - <i>Offerta di servizi innovativi di mobilità green per la fruibilità turistica</i> Ampliamento numero di location con l’installazione di altre cinque colonnine di ricarica. 	<ul style="list-style-type: none"> - CREDA Parco di Monza, Schede plastificate farfalle e api, casa delle farfalle e insettario ed attuazione di laboratori di entomologia; - PARCO GROANE: visite guidate in Polveriera, - PLIS Rio Vallone: creazione cartellonistica informativa; - PLIS Molgora: libretti divulgativi sull’entomofauna e realizzazione relative visite guidate; - PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa pieghevoli per divulgazione eventi; - PLIS Molgora: realizzazione grafica e stampa pannelli divulgativi lungo la rete sentieristica e successiva fornitura e posa su bacheche in legno; - PARCO VALLE DEL LAMBRO: realizzazione itinerario di visita nel territorio del Parco e stampa della brochure correlata “Storie D’impresa For Expo. Un percorso che dà gusto: il bello e il buono del saper fare”; - PARCO VALLE DEL LAMBRO: progettazione, realizzazione e posa di pannelli e cartellonistica informativa relativa agli “Itinerari nel Parco Valle Lambro: viaggio nella Brianza più autentica”.

5. Budget del progetto

Valore complessivo del progetto	€ 914.707,09	
	Sezione operativa	Sezione programmatica
8.1. Voci di spesa		
1. Spese per il personale	€ 24.202,00	€ 28.585,00
2. Spese per la progettazione	€ 47.005,00	€ 54.450,52
3. Spese per acquisizione beni e servizi	€ 266.766,01	€ 248.692,84
4. Spese per la promozione, commercializzazione e marketing	€ 110.856,79	€ 134.148,93
Totale	€ 448.829,80	€ 465.877,29
9. Copertura finanziaria del progetto		
9.1. Quota di cofinanziamento a carico dell'aggregazione	€ 224.411,80	€ 232.938,65
9.2. Quota di cofinanziamento a carico di altri soggetti	€ -	€ -
9.3. Valore complessivo cofinanziamento	€ 224.411,80	€ 232.938,65
9.4. Importo del contributo regionale richiesto	€ 224.418,00	€ 232.938,65
9.5. Totale (9.3+9.4)	€ 448.829,80	€ 465.877,29

6. Soggetti attuatori e beneficiari dei contributi regionali

Ad attuare il progetto contribuirà l'intero partenariato, descritto a pagina 2.

Beneficiari del contributo saranno pertanto tutti i soggetti indicati.