

"OLTREPÒ 2015", UN TERRITORIO FORMATO EXPO - FIRMATO IL PROTOCOLLO: IN VETRINA INSIEME

di Red

Torrazza Coste, 19 dicembre 2013 - E' stato firmato al Centro Riccagioia, polo di formazione-ricerca e sede del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, il protocollo d'intesa "Oltrepò 2015": un piano di marketing territoriale per traghettare le colline del vino, del gusto, della natura, dello sport, del termalismo, del wellness, delle città storiche e dei piccoli borghi all'esposizione universale Expo Milano 2015. L'idea è mettere in vetrina un'area ben definita di 1097 chilometri quadrati, con 13mila 500 ettari a vite e 78 Comuni, perlopiù piccoli, da vivere e valorizzare. «Non venderemo un prodotto ma metteremo in vetrina un territorio», questo l'impegno condiviso. Per una volta un progetto che nasce dal basso, dai sindaci e dal mondo agricolo in primis, per dare respiro e illuminare un piccolo universo di talenti, bellezze e virtù. I sottoscrittori del patto, prima fase di un lavoro che si articolerà a gennaio con una serie d'incontri tesi a coinvolgere capillarmente tutte le amministrazioni locali e nella costituzione di un'associazione temporanea di scopo, sono stati i centri più grandi: Comune di Voghera, Comune di Casteggio, Comune di Rivanazzano Terme, Comune di Broni, Comune di Stradella, insieme a Comunità Montana dell'Oltrepò Pavese, Fondazione Gal, Asm Voghera e Broni-Stradella, le due aziende partecipate al servizio del territorio. Primo partner privato ad aprire le porte e mettersi in gioco è stato il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, forte di cinquant'anni di storia e di una forte rappresentatività in sede regionale e ministeriale.

«Siamo voluti partire dal concreto anziché da qualche dichiarazione d'intenti – spiega il sindaco di Voghera, Carlo Barbieri -. Qui non c'è un singolo Comune con il suo campanile, ma un territorio che passa all'azione facendo squadra. Abbiamo già un coordinamento, un ufficio, una linea per informazioni (320 8992062), un sito web registrato e attivo (www.oltrepo2015.it) che sarà lanciato a gennaio insieme a una prima campagna di comunicazione, un profilo sui principali social network (Facebook e Twitter) e stiamo predisponendo i primi materiali elettronici e cartacei in più lingue. Il protocollo d'intesa, già approvato dai centri maggiori, sancisce che vogliamo arrivare a far breccia nei cuori degli amanti del buon vivere di tutto il mondo, facendo leva sulle nostre potenzialità locali non sfruttate e poco comunicate, sin qui, a un pubblico internazionale».

Il percorso di "Oltrepò 2015" mira, con azioni che saranno declinate dal 2014 e proseguiranno oltre l'Expo, a generare un "incoming" di qualità e alto profilo, facendo conoscere a un pubblico selezionato le eccellenze locali, i paesaggi da cartolina e la rete dei castelli, i vini da primato, le prelibatezze gastronomiche, le strutture termali e ricettive in genere. Si vuole inoltre contribuire a creare lavoro, specie tra i giovani, accrescendo un turismo di alta cultura e la percezione che il mondo ha di un Oltrepò che pochi conoscono ma di cui tutti s'innamorano, un mosaico di meraviglie dalla pianura alla collina arrivando alle montagne dell'Appennino.

Il business plan già in fase di stesura parla di un impegno di spesa mirato per agganciare il vagone dell'Oltrepò Pavese alla motrice di Expo Milano e dar vita a quella capillare opera di promo-comunicazione non a compartimenti stagni di cui il territorio ha bisogno da sempre eppure non ha mai beneficiato. «Expo si svolgerà a Milano dal 1 maggio al 31 ottobre 2015 – spiegano i sindaci sottoscrittori del protocollo d'intesa – e rappresenterà un'occasione irripetibile e di fondamentale valenza strategica, per promuovere e valorizzare il nostro amato Oltrepò Pavese sul piano internazionale. Expo non sarà una fiera commerciale, ma un'occasione per fare cultura e aiutare ad emergere l'identità di casa nostra, che non ha mai avuto una chance per imporsi nell'immaginario collettivo. Non tratteremo una presenza super costosa tra i padiglioni internazionali. Puntiamo a un ufficio, a una stazione di partenza, a un punto informazioni per accogliere con stile e costruire un ideale ponte da e per l'Oltrepò. Se sfruttando questa occasione saremo capaci d'internazionalizzare il nostro “menu alla carta” territoriale, faremo il bene delle generazioni che verranno».