



## VERBALE 1° INCONTRO “VIGEVANO PARTECIPA” - 31 MAGGIO 2025 - Sala Affresco -

### TAVOLO “CULTURA E TURISMO”

Dal primo giro di tavolo emerge la stessa percezione su Vigevano da parte di chi non è vigevanese: una città immersa nel torpore, dalle grandi potenzialità non adeguatamente sfruttate.

Margherita introduce mettendo a disposizione dei dati ufficiali del Comune di Vigevano da cui emerge che negli ultimi due anni tutti gli indicatori sono stati in calo (presenze, presenze torre, incassi torre, visite guidate, incassi visite guidate); l'unico dato positivo sono gli incassi per via dell'affitto delle sale (senza affitto sale è negativo). Inoltre, Margherita cita dati di altri castelli dell'Italia Settentrionale che registrano ingressi e incassi molto al di sopra di quelli del castello di Vigevano. Fa anche notare che nel periodo post-covid il turismo in Lombardia è cresciuto come numero di arrivi del 20% e che tutto il settore nel sistema Italia è in crescita. La conclusione è che Vigevano potrebbe essere una città a forte attrattività turistica ma al momento non ci sono le condizioni per realizzare questo obiettivo.

Viene posta la domanda: come è cambiato il turismo negli ultimi tempi? Si riduce alla visita giornaliera?

Laura, che gestisce una struttura ricettiva, riscontra che le persone che lei accoglie sono contente del servizio ma c'è l'esigenza di uscire da una gestione “artigianale” per mettere in campo una progettualità che non lasci nulla al caso. Bisogna uscire dai confini cittadini, uscire dall'isolamento, coinvolgere tutte le forze sociali e culturali, facendo dei piani integrati di accoglienza.

A Vigevano esistono 92 strutture ricettive, che sono quasi raddoppiate dal 2019 al 2023, ma sul sito del Comune manca nella pianta organica il servizio turismo con un capo servizio e un capo ufficio questo significa che non esiste progettazione, non esiste una voce in bilancio, non esistono adeguate risorse umane. Ne è una prova l'esperienza della Biennale di Arte Moderna che si è svolta nella primavera 2024: sono stati venduti soltanto 1.571 biglietti. Inoltre, il servizio visite guidate nel fine settimana è carente.

Un altro punto critico è la gestione del castello, che attualmente costa 600.000 € ma, se il Comune acquisisse la proprietà, come vorrebbe il sindaco, costerebbe il doppio, una cifra insostenibile per le casse comunali.

Stefania, che lavora all'Università di Novara, lamenta il problema dei collegamenti, nel senso che non c'è comunicazione tra i Comuni per concordare i trasporti. Evidenzia che per dare un'offerta turistica all'altezza del mondo di oggi occorre capitale umano, competenze, una programmazione di almeno 4-5 anni, che si basi sull'analisi di dati oggettivi e che guardi alle prospettive future. Serve una comunicazione che vada al di là dei confini locali e crei una narrazione interessante e attraente per il turista. Vigevano potrebbe diventare sede universitaria, che attirerebbe giovani e alimenterebbe l'indotto, ma anche in questo caso serve una progettualità.

Viene sollevato anche il problema del brand: come è riconoscibile Vigevano? Occorre una politica di marketing territoriale, che è stata fatta in passato ma poi tralasciata.

Mario fa l'esempio del Comune di Omegna che, con il coinvolgimento delle associazioni professionali, culturali e sociali, ha fatto un masterplan turistico, che comprende un brand, punti di forza e di debolezza, ambiti di miglioramento, puntando su un personaggio facilmente riconoscibile. Omegna è diventata la "Città di Rodari", attorno al quale è stato costruito un premio, un parco letterario ecc. Viene citato anche il problema del Colombarone, su cui in tanti anni non è stato fatto alcun progetto realizzabile. Mario propone di costituire un gruppo denominato "Amici della Sforzesca" allo scopo di esprimere idee e promuovere progetti.

Si aggiunge al tavolo Simone, che porta all'attenzione il problema del centro, con i negozi che chiudono e i privati che sono esasperati per la ZTL. Tutto questo ha un impatto negativo anche sul turismo.

Si concludono di lavori: gli organizzatori si impegnano a:

- promuovere altri incontri periodici, cercando di portare al tavolo anche figure istituzionali
- organizzare una tavola rotonda invitando un esponente del Comune di Omegna per conoscere buone pratiche replicabili, impostando anche un discorso di turismo territoriale lomellino
- rafforzare la comunicazione per divulgare le proposte che via via saranno elaborate.