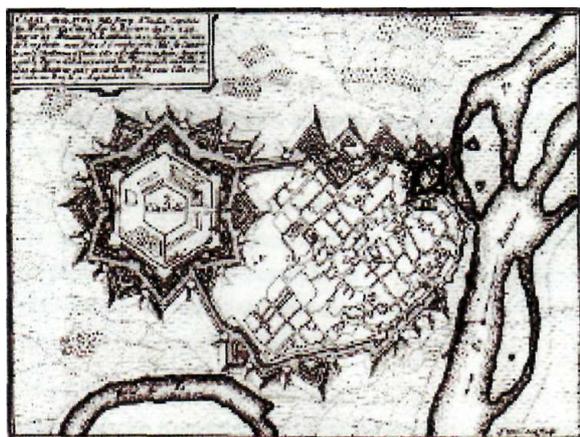




*ANALISI DEL TERRITORIO CASALESE
SECONDO IL MODELLO W.E.F.*



A cura di Filippo Monge
Università degli Studi di Torino



Sommario Generale

Premessa metodologica.....	3
Il modello del World Economic Forum.....	5
I. PANORAMICA TERRITORIALE.....	9
Il paesaggio.....	10
Il Monferrato Astigiano.....	11
Il Monferrato Casalese.....	12
L' Alto Monferrato.....	13
II. L'ANALISI PEST (STEP).....	15
Analisi strutturale e delle dinamiche demografiche.....	15
L'occupazione.....	21
Analisi del settore bancario.....	22
Le dinamiche socio-economiche ed i possibili scenari di sviluppo del sistema collinare.....	26
La piattaforma infrastrutturale: verso la costituzione di un hub internazionale.....	29
Profilo economico.....	31
Il quadro politico.....	40
I distretti industriali.....	40
I distretti culturali.....	41
Le azioni intraprese per il rilancio dell'area.....	41
Lo Sportello Unico per le Attività Produttive di Casale Monferrato.....	46
III. I MOLTIPLICATORI DI RICCHEZZA: LO SPORTELLO UNICO DI CASALE MONFERRATO.....	47
Analisi SPUN.....	47
La Società Mon.D.O.....	56
Influenza dello SPUN sulle principali attività produttive.....	57
Lo sviluppo imprenditoriale nell'area dello SPUN.....	71
IV. QUALITÀ DELLA VITA: CULTURA E TURISMO.....	73
Analisi dei flussi turistici.....	73
Analisi degli Asset culturali.....	87
V. SWOT ANALYSIS E BENCHMARKING.....	90
I punti di debolezza.....	90
I punti di forza.....	90
Le opportunità.....	93
Le minacce.....	95
Benchmarking con le altre aree del sistema collinare piemontese.....	97
VI. CONCLUSIONI E SCENARI.....	99
VII. APPENDICE.....	105



Premessa metodologica

Il dibattito sulla competitività territoriale si sta facendo sempre più serrato; il rallentamento della crescita nella produzione di ricchezza porta, inevitabilmente, a considerare con grande attenzione l'efficienza con cui i diversi attori economici utilizzano le risorse disponibili e, conseguentemente, il costo relativo dei fattori di produzione nel determinare un vantaggio comparativo di localizzazione. Citando l'economista Peter Karl Kresl, noto esperto di marketing del territorio di fama mondiale e docente presso la Bucknell University, Pennsylvania " nel mondo globalizzato sono ormai state abbattute le barriere tra i vari Paesi. La competizione vera non è più tra Stati ma tra città. Per questo, vince chi ha la leadership migliore. O le città accettano il cambiamento in modo attivo oppure restano ai margini. I leader locali hanno una grande responsabilità" . Questa premessa introduce all'esigenza di organizzare e adottare teorie e metodologie che dimostrano di essere necessarie al fine di inquadrare quelli che sono gli aspetti sistemici propri della pianificazione strategica di un ente. Essi sono la base su cui impostare strategie e progetti. Il lavoro di ricerca, che verrà presentato in seguito, si avvale dello sforzo di concettualizzazione e di operazionalizzazione compiuto dal World Economic Forum (WEF) nel misurare la capacità, che i diversi sistemi territoriali hanno, di accogliere imprese efficienti e, al contempo, di creare un ambiente favorevole allo svolgimento di attività economica. Tale ricerca si basa sull'applicazione del modello di riferimento, alla realtà locale del territorio del Monferrato (Piemonte, NW italiano) mostrando, quindi, un perfetto allineamento con le principali teorie di marketing territoriale e di sviluppo locale che si possono riassumere attraverso la tagline "Think global, do local". Nelle pagine seguenti verrà analizzato, inizialmente, in maniera sintetica, il modello proposto dal WEF, e, successivamente, verrà opportunamente customizzato alle caratteristiche del sistema territoriale preso in considerazione a seguito della *survey* condotta negli ultimi due anni sui/con i principali attori del territorio.



Fonti

- ANCITEL -www.ancitel.it – novembre 2006
- ISTAT Annuario Statistico Regionale “Piemonte in cifre”-www.istat.it- luglio 2006
- IRES, Relazione economico Sociale, 2005
- Rapporto Osservatorio Culturale del Piemonte, 2005
- Rapporto CeS.O.R “il Casalese Socio-Economico 2004,2005,2006,
- Ufficio Studi Camera di Commercio di Alessandria
- Unione Industriale di Alessandria
- Unione Industriale di Asti
- Confindustria e ANCE PIEMONTE
- Relazione sui nuovi Turismi tenuta dalla società Matica, Gennaio 2007.
- Sito web Regione Piemonte- www.regione.piemonte.it- novembre 2006
- Sito web ATL 3 Canavese e Valli di Lanzo
- Sito web Ires -www.ires.it- novembre 2006
- Sito Web ISTAT -www.istat.it- novembre 2006
- Sito Web Confindustria www.confindustria.it
- Relazioni interventi executive “Donne e Giovani nei governi locali” (8-31 Maggio 2006)
- Relazione Infocamere 2005
- Indagine Tagliacarne/ Banca d’Italia 2004
- Il Sole 24 Ore (Insero Nord-Ovest)
- La Stampa
- La Repubblica
- Il Giornale



Il modello del World Economic Forum

Il World Economic Forum (WEF) pubblica ogni anno, a fine settembre, i risultati dello studio che esso stesso ha svolto, sulla competitività dei diversi Paesi. L'indicatore complessivo di competitività su cui il WEF costruisce il ranking che viene pubblicato ogni anno sui giornali, è costruito per aggregazione progressiva di indici diversi, presentati in figura 1; il numero sulle frecce indica il peso attribuito a ciascuna dimensione nel calcolare l'indice complessivo con riferimento all'Italia. La competitività di un Paese è funzione della competitività attuale a livello microeconomico e della capacità, che il Paese stesso ha, di raggiungere una crescita economica sostenibile nel medio- lungo periodo. L'indice di competitività attuale di un Paese (BCI) valuta le determinanti della sua ricchezza, misurata in termini di PIL pro-capite. Tale indice dipende dalla qualità dell'ambiente microeconomico di riferimento per gli operatori e dalla qualità della strategia delle imprese. Il WEF deriva il BCI prevalentemente da dati qualitativi provenienti da un questionario al quale, nel 2005, hanno risposto per l'Italia 141 senior manager. Delle 71 variabili utilizzate per costruire il BCI, solo tre sono dati che provengono dall'Istat. La competitività dell'ambiente in cui operano le imprese dipende da quattro elementi: la qualità dei fattori produttivi (che a sua volta dipende dalla dotazione e dalla qualità di infrastrutture fisiche, amministrative, tecnologiche, dalla qualità delle risorse umane, dalla sofisticatezza del mercato dei capitali); la sofisticatezza dei mercati di sbocco; la presenza di un impianto normativo che favorisca lo svolgimento dell'attività economica in regime di equa concorrenza (tutela della proprietà intellettuale, disciplina della governance d'impresa, controllo del mercato a tutela del consumatore e non in logica protezionista); e la presenza di un tessuto produttivo articolato. La capacità prospettica di un Paese di essere competitivo nel medio e lungo termine dipende invece da tre fattori: la qualità dell'ambiente macroeconomico; la qualità delle istituzioni; e la disponibilità tecnologica. Il ruolo della tecnologia nei processi di crescita di un Paese varia in funzione del livello di sviluppo. Il peso attribuito a questa dimensione nel caratterizzare l'indice di competitività prospettica è pari a 0,5 per tutti i Paesi (fra i quali l'Italia) che hanno registrato almeno quindici brevetti per milione di abitanti nell'ultimo anno, negli USA. Per tutti gli altri, invece, è pari a 0,33. I tre costrutti sono stati operazionalizzati utilizzando, in parte dati tratti da



diverse fonti statistiche, in parte dati di percezione derivanti dalla survey. Gli indicatori qualitativi sono evidenziati in corsivo.

Come si può notare dalla figura 1, per il WEF la competitività di un Paese è funzione della qualità del tessuto produttivo, nonché dell'efficacia delle istituzioni e delle politiche che producono un impatto sulla sua produttività. La competitività attuale e prospettica di un Paese sono, ad evidenza, interconnesse; inoltre, l'importanza relativa di alcuni fattori nell'influenzare il livello di produttività varia in modo significativo in funzione del livello di sviluppo raggiunto dal Paese. In particolare, l'innovazione ha un peso significativo nel determinare il ranking di un Paese come l'Italia in termini di competitività futura. Per costruire un ranking che tenga conto dei diversi modelli di competitività, le variabili descritte in figura 1 sono state ricondotte a nove driver di competitività, suddivisi in tre categorie in funzione dell'importanza relativa durante il ciclo di sviluppo. Nei paesi sviluppati (fra cui l'Italia), il modello di competitività sviluppato dal WEF assegna un peso del 30% ai fattori di base, del 40% ai moltiplicatori di efficienza e del 30% ai fattori di innovazione. Il modello è presentato in figura 2. In corsivo sono segnalate le variabili misurate attraverso la raccolta di dati di percezione; ciascuna di esse pesa in modo diverso all'interno del modello. Dopo aver costruito i nove driver di competitività per aggregazione delle variabili indicate in figura 2, il WEF costruisce i tre macroindicatori di base, di efficienza e di innovazione, raggruppa i Paesi del campione in funzione del loro stadio di sviluppo e applica, per ciascun macroindicatore, il peso corrispondente allo stadio di sviluppo del Paese oggetto di indagine. Sulla base del punteggio complessivo calcola l'indice globale di competitività.

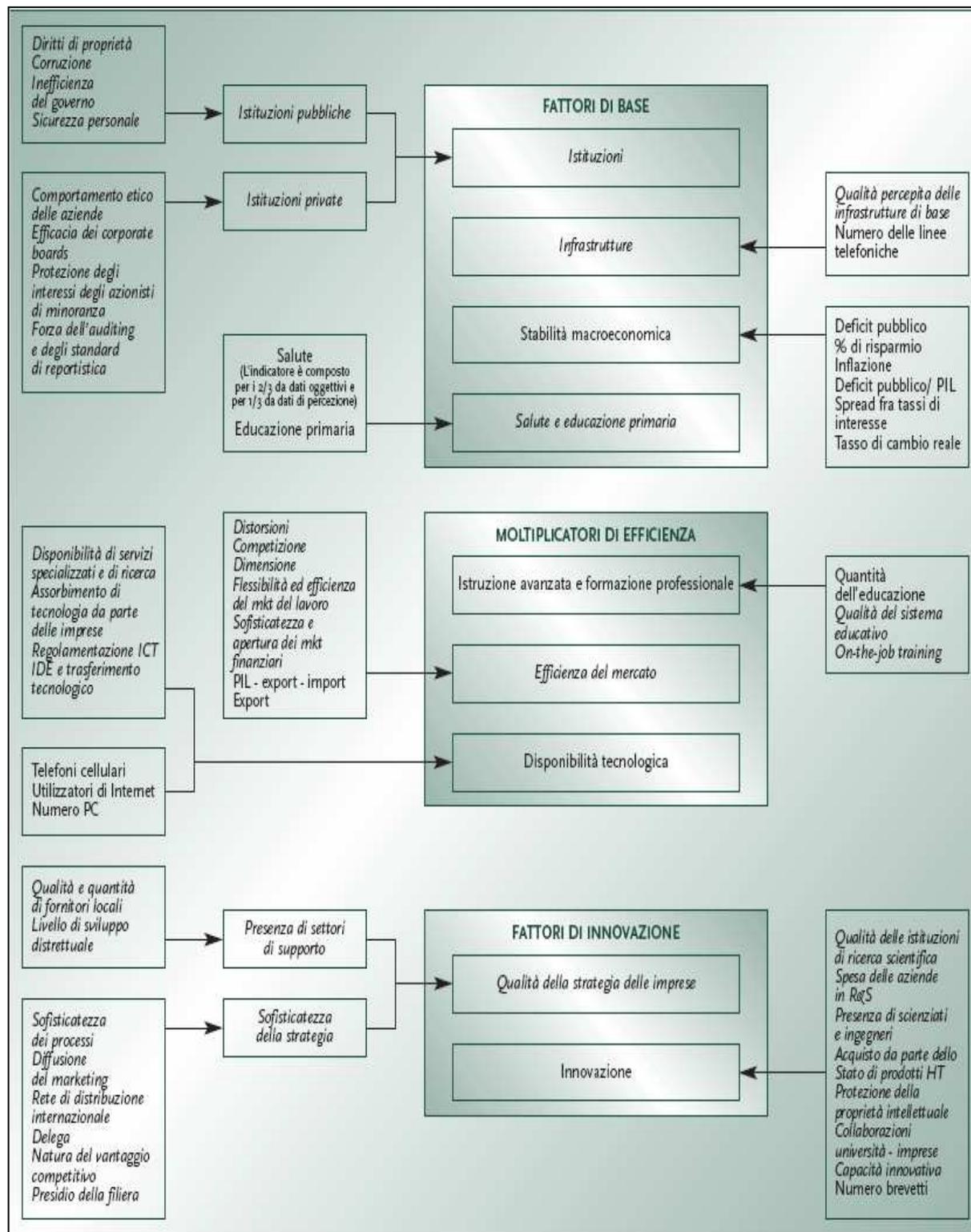


Figura 2: I driver di competitività



I. PANORAMICA TERRITORIALE

Il Monferrato è un'area collinare che si estende per circa 40 km in senso longitudine e per 60 km circa nel senso della latitudine; il territorio si snoda tra le Province di Alessandria, Asti e Vercelli, e comprende 62 Comuni.

I Comuni Aderenti sono:

1. Alfiano Natta	32. Murisengo
2. Altavilla	33. Occimiano
3. Balzola	34. Odalengo Grande
4. Bassignana	35. Odalengo Piccolo
5. Borgo San Martino	36. Olivola
6. Bozzole	37. Ottiglio
7. Camagna	38. Ozzano
8. Camino	39. Palazzolo
9. Casale	40. Pecetto
10. Casorzo	41. Penango
11. Castelletto Monferrato	42. Pomaro
12. Castelletto Merli	43. Pontestura
13. Cella Monte	44. Ponzano
14. Cereseto	45. Quargnento
15. Cerrina	46. Rivarone
16. Coniolo	47. Rosignano
17. Conzano	48. Sala
18. Crescentino	49. San Giorgio
19. Cuccaro	50. San Salvatore
20. Fontanetto	51. Serralunga di Crea
21. Frassinello	52. Solonghello
22. Frassineto	53. Terruggia
23. Fubine	54. Ticineto
24. Gabiano	55. Treville
25. Giarole	56. Trino
26. Lu	57. Valenza
27. Mirabello	58. Valmacca
28. Mombello	59. Vignale
29. Moncalvo	60. Villadeati
30. Moncestino	61. Villamiroglio
31. Morano	62. Villanova Monferrato



I principali corsi d'acqua del Monferrato sono: il Po nel tratto che delimita a settentrione il Monferrato ed i suoi affluenti, Stura, Rotaldo e Grana; il Tanaro, nel tratto Alba, Asti e Alessandria con i suoi affluenti di sinistra, Versa, Triversa e Bobore, e di destra, Belbo, Bormida, Erro ed Orba. La profonda depressione longitudinale formata dal Tanaro con i suoi affluenti Bobore e Triversa, separa il Basso dall'Alto Monferrato. Il Basso Monferrato (l'area a Nord del Tanaro) è caratterizzato da colline dolci e arrotondate, con altezza media di 350 metri. Il terreno calcareo, misto a sabbia ed argilla, è caratterizzato da povertà d'acqua. L'Alto Monferrato (a Sud del Tanaro), presenta un paesaggio più aspro, caratterizzato da alture più imponenti; i corsi d'acqua convergono tutti verso la piana di Alessandria. In questa valle scorrono le principali vie di comunicazione della zona: dalla Strada Statale 10, Padana Inferiore, all'autostrada A21 Torino - Piacenza, alla Ferrovia che collega Parigi e Roma. Tutto il sistema collinare orbita intorno al polo nevralgico costituito dalla città di Casale Monferrato e dalla sua area limitrofa.

Il paesaggio

Contrariamente all'Astesana o a certe zone delle Langhe, quest'area, il cui sistema collinare si estende fino a lambire la Liguria a Sud, la vicina Lomellina ad est, la zona del Verbano-Cusio-Ossola a Nord e l'estremità più occidentale del Canavese ad Ovest, non ha conosciuto la fittissima dispersione dell'insediamento rurale. Per ragioni storiche, economiche e sociologiche i paesi sono rimasti accentrati, mentre le abitazioni contadine sono prevalentemente organizzate in piccole frazioni compatte o in vaste ma ben distanziate "cascine" pluri-famigliari. Il territorio ha così potuto conservare un'integrità ambientale che in molte sue parti raggiunge un'inimitabile perfezione, complice anche la levigata dolcezza dei rilievi collinari e l'alternanza quasi costante della vigna al campo, al prato, alla macchia di vegetazione spontanea che colonizza i versanti più impervi o gli scoscendimenti delle ripe. La loro forza sta nell'inconfondibile omogeneità, contraddistinta da "denominatori comuni" profondamente caratterizzanti ed inequivocabili. Al primo posto si trova l'edilizia tradizionale che impiega largamente il tufo d'estrazione locale, un'arenaria a grana fine e compatta dalle tenui tonalità color avorio antico. Questo materiale, spesso alternato al cotto in piacevoli giochi cromatici, fu a lungo utilizzato negli edifici rurali e civili,



e costituisce, ancora oggi, un inconfondibile marchio visivo della “monferrinità”. Altro elemento di tipicità locale è rappresentato dalle monumentali parrocchie tardoseicentesche, sorte quasi sempre in posizioni dominanti ed in forme grandiose; la maggior parte di esse è opera del grande architetto casalese Ottavio Magnocavallo. Più dei castelli, che pure vi sorgono numerosi e non di rado estremamente scenografici, esse sono protagoniste assolute nella sky line di questi luoghi. Infine, soprattutto in ambito artistico e culturale, il Monferrato si identifica nell’opera del suo più celebre pittore: Guglielmo Caccia, detto il Moncalvo, vissuto tra il 1568 ed il 1625. Per ragioni di razionalità geografica il territorio può essere scisso in sei "aree", facilmente individuabili sulla cartina. In generale, caratteristica che le accomuna è la distanza che le separa da Casale Monferrato: non più di 40 chilometri.

- Il Casalese;
- Il Vignalese;
- La Valle Ghenza;
- La Valcerrina e il Moncalvese;
- Il Valenzano;
- Sulle rive del Po

Il Monferrato Astigiano

Si chiama così, principalmente perché è compreso entro i confini della Provincia di Asti, ma anche perché buona parte dei suoi Comuni gravita su Asti dal punto di vista economico ed amministrativo. Esso dimostra di essere un territorio cosciente della propria identità storica: profondamente e compiutamente monferrino nelle sue prerogative ambientali, paesaggistiche, artistiche ed etnografiche. Oggi il concetto di “Monferrato Astigiano” viene usato spesso a sproposito, comprendendovi tutte le terre situate a nord del Tanaro e addirittura la stessa Asti, smemorata capitale dell’Astesana. In realtà, si tratta di una terra dai confini ben netti, scritti dalla storia e durati per secoli, fino al 1935, fino a quando, cioè, durò in vita, l’antica Provincia (poi circondario) di Casale sorta sulle ceneri del glorioso Marchesato. Punto di partenza per gli itinerari dell’area è la città di Moncalvo.

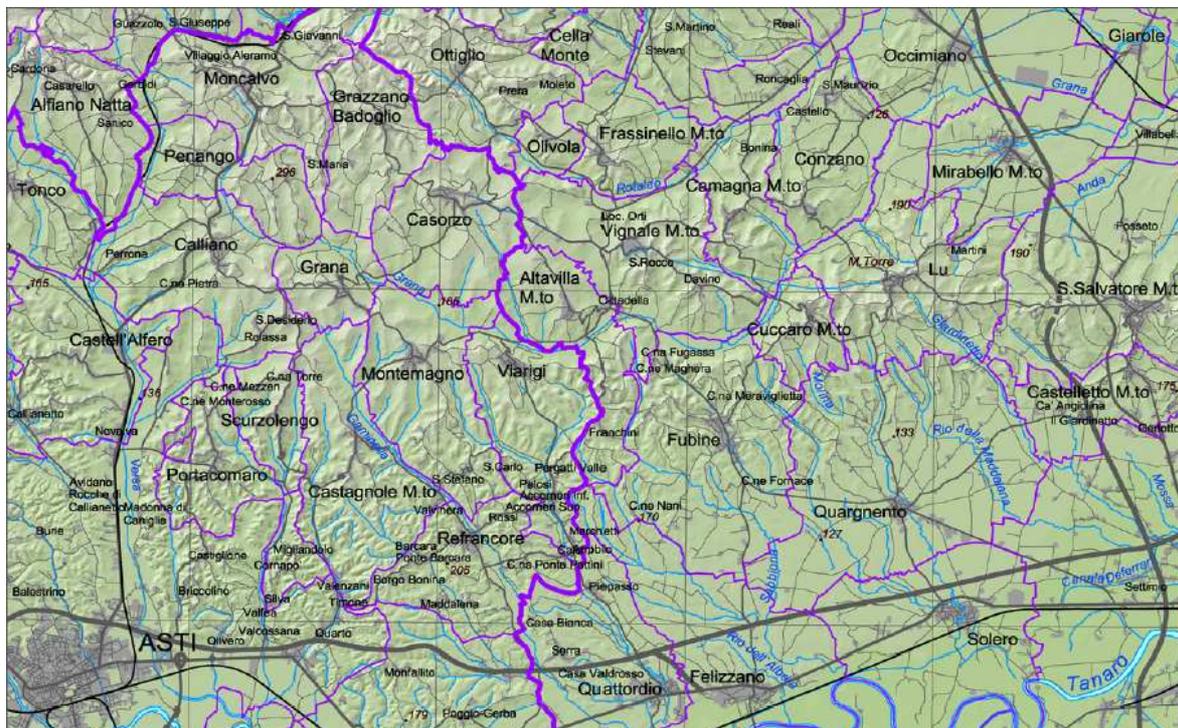


Figura 3: Il Monferrato Artigiano

Il Monferrato Casalese

Il termine è moderno, e nacque a partire dal 1935, quando il Monferrato unitario fu smembrato ed assegnato alla giurisdizione di due Province diverse. Casale soffre ancora di problemi di comunicazione che l'hanno relegata, in passato, ad una posizione di marginalità eccessiva, ma, ciononostante, è l'inevitabile punto di partenza e di arrivo per la conoscenza del territorio. Casale è l'unica, la vera capitale del Monferrato, almeno dal 1436, quando i marchesi decisero di farne definitivamente la sede della propria corte e dell'apparato statale. Essa presenta molti legami affettivi, culturali ed ideologici con il territorio circostante ancor prima che amministrativi. Dopo molti anni di disinteresse, la città sembra decisa a riaffermare con decisione il ruolo di guida che le compete, soprattutto con un'intelligente politica di valorizzazione culturale, che vede come elemento portante, il rilancio, nel contempo, della sua illustre tradizione enologica e gastronomica.

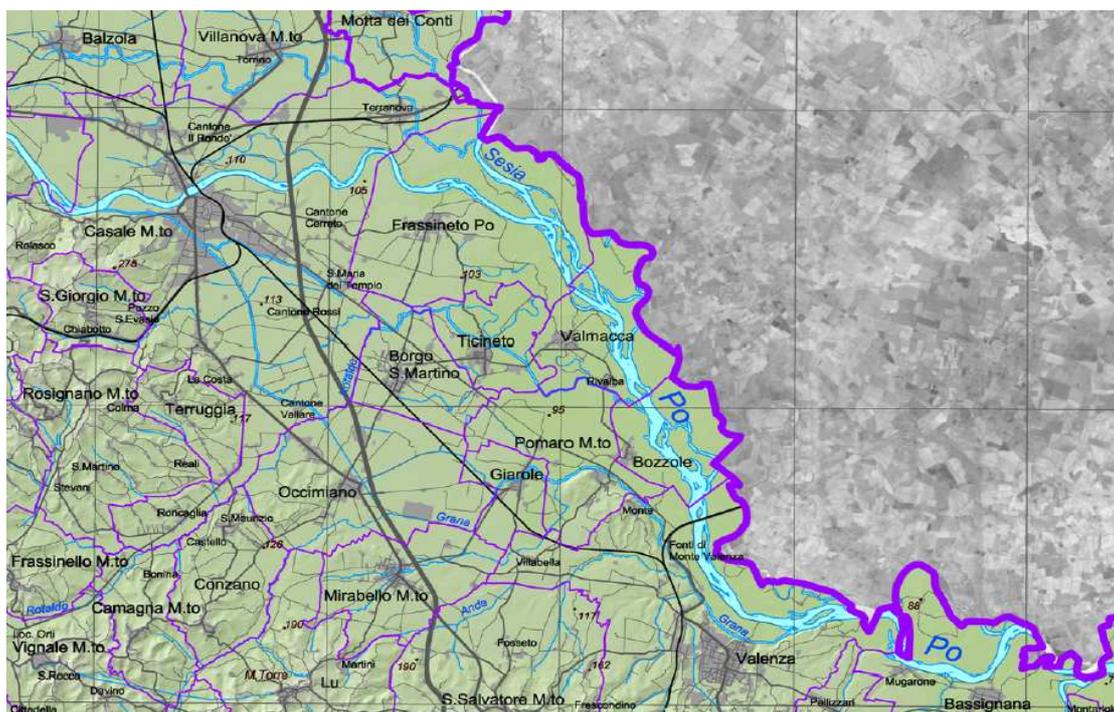


Figura 4: Il Monferrato Casalese

L' Alto Monferrato

Il Monferrato costituì per molti secoli una nazione, e come tutte le nazioni che si rispettino ha avuto le sue brave ripartizioni interne, territoriali ed amministrative. L'illustre marchesato fu sempre strutturato in due tronconi, distanziati tra loro dall'Astesana e collegati soltanto da una risicata lingua di terra in prossimità del Tanaro. La denominazione di questi due corpi separati fu, per molto tempo, casuale ed arbitraria. È a partire dal Regno di Sardegna, quando i Savoia acquisirono il definitivo dominio di queste zone, che si cominciarono ad utilizzare il termine di "Basso Monferrato" per la parte settentrionale, e il termine di "Alto Monferrato" per quella meridionale. Per quanto riguarda l'Alto Monferrato, ciò che lo caratterizza è il rapporto costante e privilegiato con la Liguria e con il mondo mediterraneo, che ne ha influenzato profondamente la storia, i dialetti, le tipologie architettoniche ed urbanistiche, le espressioni artistiche e le tradizioni gastronomiche.

I suoi asset principali risiedono in:

- Ambiente naturale bellissimo e in gran parte incontaminato;



- Centri storici ricchi di testimonianze del passato che mostrano nei numerosi castelli i simboli più evidenti e spettacolari;
- Gastronomia di prim'ordine, i cui punti di forza risiedono nelle produzioni tipiche di formaggi, salumi, dolci, nei funghi e nei tartufi, nella fitta rete di ristoranti, trattorie tradizionali, agriturismi;
- Infine il vino, che qui come in altre zone del Piemonte è il primo ispiratore delle politiche turistiche: ci sono realtà forti e trainanti come il Gavi, che ha raggiunto da tempo una notorietà ed un prestigio internazionali, o come il Brachetto d'Acqui che sta consolidando sempre più il suo travolgente e recente successo. Inoltre, ci sono notevoli potenzialità ancora in gran parte da esprimere come il Dolcetto d'Ovada, i cui caratteri d'intensità e di rotondità vedono crescere l'interesse dei consumatori.

La volontà di promuovere, attraverso un disegno comune di sviluppo del turismo e dei prodotti tipici, ha portato in tempi recenti al recupero ed al rilancio dell'identità territoriale. Essa ha trovato la sua più forte affermazione nella nascita dell'Associazione Alto Monferrato, costituita dai cinquantotto Comuni appartenenti a questa "piccola patria".



Figura 5: L'Alto Monferrato



II. L'ANALISI PEST (STEP)

Analisi strutturale e delle dinamiche demografiche

Come si evince dall'analisi delle variazioni demografiche relative agli ultimi cinquant'anni, il decremento, nei Comuni del sistema collinare, ha raggiunto punte elevatissime, di gran lunga superiori alle medie regionali e provinciali. La perdita complessiva è stata pari a circa la metà della popolazione, con punte in alcuni Comuni superiori al 70%. La migrazione, che è cominciata negli anni 50'-60', e che è stata caratterizzata dal fenomeno dell'inurbamento, uno spostamento massiccio verso i principali agglomerati urbani (in particolare Torino e Genova), si è ulteriormente allargata ed è ancora in fase di svolgimento: nell'ultimo ventennio, infatti, tutti i Comuni a fisionomia rurale e ad economia prevalentemente agricola hanno subito riduzioni consistenti di popolazione. L'emigrazione prevalentemente giovanile ha, conseguentemente, provocato la senilizzazione delle famiglie agricole. In base ai dati del censimento 2001, le aziende agricole condotte da ultrasessantenni superavano la metà del quadro complessivo delle attività agricole, con una superficie agricola utilizzabile pari a poco meno di tremila ettari. Recentemente, anche in seguito alle politiche comunitarie per lo sviluppo rurale, si sta assistendo all'emergere di iniziative legate all'agricoltura biologica, alla valorizzazione delle coltivazioni autoctone, all'agriturismo, con lo scopo duale sia, da un lato, di aprire nuove prospettive all'interno del settore, che, dall'altro, di contrastare il fenomeno di abbandono delle aree rurali. Va inoltre sottolineato il fatto che il fenomeno di spopolamento delle aree collinari interessa maggiormente i Comuni più piccoli, e che questo trend sia direttamente collegabile alla carenza infrastrutturale ed alla mancanza di varietà e di qualità dei servizi offerti. Questa situazione genera un secondo fenomeno di emigrazione endogeno, cioè, il trasferimento dai Comuni più piccoli e situati prettamente nell'Alto Monferrato agli insediamenti urbani che si sono creati a valle (il principale è Casale Monferrato) i quali fungono da polo catalizzatore dell'intero sistema, causando l'effetto collaterale della trasformazione delle zone più remote del territorio in aree dormitorio. Se dal punto di vista demografico, il forte calo risulta preoccupante per una serie di fattori, dalla tenuta del territorio al mantenimento dei servizi, un dato ulteriormente negativo emerge dalla scomposizione dei residenti in classi d'età. L'invecchiamento demografico può infatti costituire un ostacolo per iniziative



di sviluppo che spesso possono essere intraprese solo attraverso energie nuove e mentalità, non solo aperte alle innovazioni, ma, altresì, propense al rischio.

Del resto, un innalzamento dei livelli di fecondità, non può essere tale da garantire a breve termine un riequilibrio tra popolazione attiva e inattiva. Bisogna, inoltre, prendere coscienza del fatto che, per quanto riguarda il fenomeno dell'immigrazione, una maggiore consistenza dei flussi migratori non risulta essere un fenomeno facilmente programmabile e, tanto meno, alieno da difficoltà di diverso ordine. Volendo analizzare la struttura demografica più nel dettaglio, avvalendosi dei dati pubblicati dall'ISTAT nel 2006 e riferiti al confronto tra la popolazione residente nei Comuni dell'area considerata tra il 2001 ed il 2006, si può constatare il fatto che l'andamento demografico presenta un tasso di crescita che risulta essere negativo per circa un terzo dei Comuni, con punte che oscillano dal -0,01% di Moncalvo al -2,08 di Sala Monferrato. Va inoltre considerato il fatto che tutte le aree che registrano tassi di crescita in attivo si attestano su valori nettamente inferiori al 5% (il paese con il principale tasso di crescita è Cereseto con +3%), in linea quindi con il trend regionale, che, facendo registrare un +1,8, si attesta tra i più bassi a livello nazionale, anche se in netta divergenza con l'andamento delle due principali Province che interessano la zona (infatti Alessandria registra un +5,7 % ed Asti un +3,4%). Questo dato conferma la tesi secondo la quale i fenomeni migratori presenti all'interno del sistema collinare stiano continuando a fomentare il fenomeno di spopolamento dell'area collinare.



INDICATORE	Popolazione residente	Popolazione residente	Tasso crescita
FONTE	Istat	Istat	
ANNO	2001	2004	2006
UNITA' DI MISURA	n°	n°	
COMUNE/DATO			
Alfiano Natta	793	779	-0,59%
Altavilla Monferrato	480	505	1,71%
Balzola	1444	1.440	-0,09%
Bassignana	1737	1.799	1,18%
Borgo San Martino	1366	1.379	0,32%
Bozzole	293	311	2,01%
Camagna Monferrato	537	546	0,56%
Camino	734	763	1,30%
Casale Monferrato	35244	35.328	0,08%
Casorzo	687	658	-1,43%
Castelletto Merli	470	499	2,02%
Castelletto Monferrato	1428	1.511	1,90%
Cella Monte	509	541	2,05%
Cereseto	431	471	3,00%
Cerreto Grue	339	346	0,68%
Cerrina Monferrato	1599	1.598	-0,02%
Crescentino	7609	7.843	1,01%
Cuccaro Monferrato	367	358	-0,82%
Fontanetto Po	1233	1.264	0,83%
Frassinello Monferrato	562	542	-1,20%
Frassineto Po	1465	1.462	-0,07%
Fresonara	694	703	0,43%
Fubine	1683	1.689	0,12%
Gabiano	1259	1.245	-0,37%
Giarole	690	693	0,14%
Lu	1213	1.207	-0,17%
Mirabello Monferrato	1361	1.381	0,49%
Mombello Monferrato	1095	1.105	0,30%
Moncalvo	3320	3.319	-0,01%
Moncestino	226	238	1,74%
Morano sul Po	1569	1.580	0,23%
Murisengo	1511	1.525	0,31%



INDICATORE	Popolazione residente	Popolazione residente	Tasso crescita
Occimiano	1385	1.409	0,57%
Odalengo Grande	533	537	0,25%
Odalengo Piccolo	274	268	-0,74%
Olivola	145	142	-0,69%
Ottiglio	659	702	2,13%
Ozzano Monferrato	1567	1.558	-0,19%
Palazzolo Verellese	1328	1.348	0,50%
Pecetto di Valenza	1312	1.322	0,25%
Penango	538	566	1,71%
Pomaro Monferrato	423	398	-2,01%
Pontestura	1558	1.539	-0,41%
Ponzano Monferrato	404	405	0,08%
Quargnento	1296	1.346	1,27%
Rivarone	372	383	0,98%
Rosignano Monferrato	1650	1.659	0,18%
Sala Monferrato	475	446	-2,08%
Sale	4246	4.253	0,05%
San Giorgio Monferrato	1279	1.294	0,39%
San Salvatore Monferrato	4623	4.629	0,04%
Serralunga di Crea	617	627	0,54%
Solonghello	245	234	-1,52%
Terruggia	812	825	0,53%
Ticineto	1384	1.381	-0,07%
Trino	7605	7.788	0,80%
Valenza	20339	20.489	0,25%
Valmacca	1099	1.089	-0,30%
Vignale Monferrato	1141	1.114	-0,80%
Villadeati	521	513	-0,51%
Villamiroglio	312	336	2,50%
Villanova Monferrato	1743	1.769	0,49%
Tasso Incremento medio			0,35%

Tabella 1: Tassi di Crescita area Monferrato anni 2001-2004 (in rosso i tassi negativi)



TASSI E INCREMENTI DEMOGRAFICI NELLE PROVINCE ¹							
	VALORI %						
	Tasso di Natalità	Tasso Di incremento	Mortalità Naturale	Tasso di Immigrazione	Tasso di incremento	Emigrazione	Incremento Tot
Alessandria							
1991-2000	6,5	15,0	-8,5	30,8	24,5	6,3	-3,2
2001-2004	7,1	14,7	-7,6	40,5	26,9	13,6	-0,4
2005	7,1	13,4	-6,3	40,0	28,0	12,0	5,7
Asti							
1991-2000	7,4	14,1	-6,7	34,2	26,2	8,1	0,3
2001-2004	8,1	13,3	-5,2	40,5	29,2	11,4	3,3
2005	8,6	13,9	-5,3	38,8	30,1	8,7	3,4
Biella							
1991-2000	7,5	13,2	-5,7	36,3	31,9	4,4	-3,0
2001-2004	7,6	12,7	-5,1	42,6	36,4	6,2	-1,4
2005	7,7	12,4	-4,7	39,6	37,7	1,9	-2,8
Cuneo							
1991-2000	8,7	12,3	-3,6	29,9	24,0	5,9	2,0
2001-2004	9,0	11,6	-2,6	35,6	26,4	9,2	4,9
2005	8,9	11,4	-2,5	34,1	28,8	5,3	2,7
Novara							
1991-2000	8,1	11,5	-3,4	32,2	25,6	6,6	2,3
2001-2004	8,7	10,9	-2,2	40,0	29,3	10,7	6,3
2005	8,8	10,6	-1,7	39,0	32,9	6,1	4,4
Torino							
1991-2000	8,0	9,9	-1,9	31,0	30,3	0,7	-2,6
2001-2004	8,8	10,0	-1,3	39,0	29,4	9,6	2,5
2005	9,0	9,9	-0,9	35,0	31,1	3,9	3,0
VCO							
1991-2000	7,8	11,6	-3,8	29,4	26,6	2,8	-2,0
2001-2004	8,0	11,8	-3,8	36,6	28,5	8,1	1,4
2005	7,7	11,4	-3,7	33,6	30,8	2,7	-1,0
Vercelli							
1991-2000	7,2	13,8	-6,5	30,5	26,0	4,5	-2,5
2001-2004	7,6	13,3	-5,6	34,1	28,3	5,8	-4,7
2005	7,3	12,7	-5,5	34,7	31,7	2,9	-2,5

Tabella 2: Tassi ed incrementi demografici nelle Province

¹ Fonte IRES 2006



Indicatori (b)	Alessandria	Asti	Biella	Cuneo	Novara	Torino	Verbano C.O.	Vercelli	Piemonte
Tasso di natalità	7,4	8,4	7,5	9,2	8,9	9,0	8,3	7,8	8,7
Tasso di mortalità	14,0	12,3	12,3	11,1	10,3	9,7	11,4	12,7	10,8
Tasso di crescita naturale	-8,6	-3,9	-4,8	-1,9	-1,4	-0,7	-3,1	-4,9	-2,1
Tasso di immigrazione	48,8	40,1	42,2	37,7	42,2	53,1	38,6	36,8	47,4
Tasso di emigrazione	28,3	30,8	38,8	29,0	32,1	32,1	30,1	30,8	31,4
Tasso migratorio netto	20,5	9,4	3,6	8,8	10,2	21,0	8,5	6,0	16,0
Indice di vecchiaia	242,1	201,8	201,9	162,7	163,4	169,3	183,8	212,6	179,2
Indice di dipendenza	57,9	57,5	58,0	55,5	51,0	51,3	52,2	58,8	53,2
Indice di struttura	121,3	114,8	116,9	107,1	105,5	111,3	112,4	115,3	111,7
Indice di ricambio	178,7	149,2	167,4	130,4	133,0	153,1	158,7	147,1	150,8
Indice di carico	18,8	19,0	18,1	20,4	18,9	19,2	18,1	17,5	18,9
Indice di fecondità	69,5	77,4	69,5	83,0	76,1	78,6	74,2	72,2	77,3
Rapporto di mascolinità	92,6	94,5	91,5	96,7	94,2	93,9	93,4	93,1	94,0
Età media	48,6	45,3	45,3	43,5	43,3	43,8	44,4	45,4	44,2
Età mediana	47,0	45,0	45,0	43,0	42,0	43,0	44,0	45,0	44,0
Età media maschile	44,7	43,4	43,1	42,0	41,4	42,1	42,3	43,3	42,4
Età mediana maschile	45,0	43,0	43,0	42,0	41,0	42,0	42,0	43,0	42,0
Età media femminile	48,4	47,0	47,3	45,0	45,1	45,3	46,3	47,4	45,9
Età mediana femminile	49,0	47,0	48,0	44,0	44,0	45,0	46,0	47,0	46,0

(a) Stime BDDE.
(b) Per la legenda degli indicatori vedere il glossario del Cap. 2.
Fonte: Regione Piemonte, Banca Dati Demografica Evolutiva; sito internet <http://www.regione.piemonte.it/stat/bdde/index.htm>.
(Aggiornamento maggio 2008)

Figura 6: Principali indicatori demografici per Provincia



L'occupazione

I dati forniti dall'ISAT e riportati dal rapporto CESOR sulla Città di Casale Monferrato, evidenziano che, tra il 1999 ed il 2003, si è assistito ad un incremento nell'area dell'Alessandrino del 10% circa. Risultato che si pone, a livello regionale, secondo solo dopo quello del VCO ed al quattordicesimo posto a livello nazionale. Va però notato che, se si prende in considerazione anche la posizione registrata dall'area dell'Astigiano (solo 96° posto), la performance del Monferrato viene notevolmente calmierata.

Per quanto concerne invece l'occupazione dei settori si può affermare che:

- Asti presenta le più elevate quote di occupazione in campo agricolo (8,6%);
- Alessandria presenta le più elevate quote di occupazione nel terziario (61,7%);

A titolo di raffronto viene proposto, di seguito, il quadro dell'occupazione per settori della province piemontesi aggiornate al periodo 2004-2005.

Tab. 8.8 Occupati per settore di attività economica, posizione e provincia. Anni 2004-2005 (Dati in migliaia) (a)

		Agricoltura			Industria			Servizi			Totale		
		Dipendenti	Indipend.	Totale	Dipendenti	Indipend.	Totale	Dipendenti	Indipend.	Totale	Dipendenti	Indipend.	Totale
Alessandria	2005	[1]	6,4	7,5	49,3	15,6	64,9	74,8	30,5	105,2	125,2	52,5	177,7
	2004	1,0	8,2	9,2	50,0	14,3	64,3	72,6	31,2	103,8	123,5	53,7	177,2
Asti	2005	1,5	5,1	6,6	24,2	7,5	31,7	34,4	15,5	49,9	60,0	28,1	88,1
	2004	1,0	5,0	6,0	23,7	8,3	32,0	32,8	15,5	48,3	57,5	28,8	86,3
Biella	2005	[0]	1,1	1,3	30,6	6,4	37,0	27,1	12,5	39,7	57,9	20,1	78,0
	2004	0,0	1,0	1,0	32,9	6,4	39,4	25,6	12,4	38,0	58,6	19,8	78,4
Cuneo	2005	3,8	26,2	30,0	63,7	28,0	91,6	86,7	46,1	132,8	154,2	100,3	254,5
	2004	2,2	24,3	26,5	67,1	27,7	94,7	88,2	48,3	136,4	157,5	100,3	257,7
Novara	2005	1,2	3,0	4,2	48,1	12,1	60,1	66,9	23,8	90,7	116,2	38,9	155,1
	2004	1,3	2,8	4,1	50,1	10,8	60,9	62,8	23,7	86,5	114,2	37,3	151,5
Torino	2005	3,3	12,1	15,4	268,2	53,8	322,0	426,8	170,3	597,0	698,2	236,2	934,4
	2004	5,0	10,3	15,3	255,8	56,4	312,2	405,1	168,8	573,9	665,9	235,6	901,5
Verbano C.O.	2005	[0]	0,7	1,1	19,7	4,6	24,3	30,6	11,5	42,1	50,7	16,8	67,5
	2004	0,3	0,8	1,0	20,1	4,6	24,7	30,3	12,1	42,3	50,7	17,4	68,1
Vercelli	2005	0,9	3,6	4,5	23,8	4,9	28,7	28,3	12,0	40,3	52,9	20,6	73,5
	2004	0,8	3,5	4,3	23,3	5,6	28,8	28,8	12,9	41,7	52,9	22,0	74,9
Piemonte	2005	12,4	58,3	70,7	527,6	132,9	660,4	775,5	322,3	1.097,8	1.315,4	513,4	1.828,8
	2004	11,6	55,9	67,5	522,9	134,2	657,1	746,2	324,8	1.071,0	1.280,7	514,9	1.795,6
Italia	2005	436,3	510,9	947,3	5.463,8	1.476,3	6.940,1	10.633,4	4.042,0	14.675,4	16.533,6	6.029,2	22.562,8
	2004	415,8	574,4	990,2	5.350,0	1.518,4	6.868,3	10.351,5	4.194,5	14.545,9	16.117,3	6.287,2	22.404,4

(a) I valori fra parentesi quadre presentano un errore campionario superiore al 25% e sono considerati non affidabili dall'ISTAT
Fonte: ISTAT, *Rilevazione forze di lavoro*
(Aggiornamento maggio 2006)

Figura 7: Occupati per settore nelle Province piemontesi. Periodo 2004-2005



Analisi del settore bancario

La presenza di istituti di credito nell'area del Monferrato è molto ampia e capillarizzata. Buona parte dei Comuni della zona sono serviti da sportelli appartenenti a strutture di prim'ordine quali Unicredit, San Paolo IMI, Banca Popolare di Novara e Antonveneta. Di seguito viene proposto uno specchietto che illustra chiaramente il numero di sportelli bancari ed i depositi riguardanti l'area del Monferrato. Anche in questo caso, spicca il dato di Casale Monferrato, seguito da Valenza Po, che, con le sue attività produttive, viene considerata un polo molto rilevante a livello di business.

Depositi e sportelli bancari				
Area Monferrato				
INDICATORE	Sportelli	Sportelli ²	Depositi	Depositi ³
Fonte	Tagliacarne/Banca d'Italia		Tagliacarne/Banca d'Italia	
Anno	2004	2005	2004	2005
Unità di misura	n°		migliaia di euro	
Comune/Dato				
Alfiano Natta	0		0	
Balzala	1		0	
Borgo San Martino	1		0	
Bozzole	0		0	
Camino	0		0	
Casale Monferrato	29	31	589.057	639.000
Castello di Annone	1		0	
Cella Monte	1		0	
Cereseto	0		0	
Cerrina Monferrato	2	2	0	
Cerro Tanaro	0		0	
Coniolo	0		0	
Frassineto Po	1		0	
Gabiano	1		0	
Giamole	1		0	
Mirabello Monferrato	1		0	
Mombello Monferrato	1		0	
Moncestino	0		0	

² Sono stati segnalati solo i Comuni che presentano almeno due sportelli bancari.

³ Si può notare un aumento dei depositi, rispettivamente, dell'8,4% per quanto riguarda il Comune di Casale M.to e del 3% per quanto riguarda Valenza.



Depositi e sportelli bancari				
Area Monferrato				
INDICATORE	Sportelli	Sportelli ⁴	Depositi	Depositi ⁵
FONTE	Tagliacarne/Banca d'Italia		Tagliacarne/Banca d'Italia	
ANNO	2004	2005	2004	2005
UNITA' DI MISURA	n°		migliaia di euro	
COMUNE/DATO				
Morano sul Po	1		0	
Murisengo	2	2	0	
Occimiano	1		0	
Odalengo Piccolo	0		0	
Ottiglio	1		0	
Ozzano Monferrato	1		0	
Pomaro Monferrato	0		0	
Pontestura	2	2	0	
Ponzano Monferrato	0		0	
Refrancore	1		0	
Rocchetta Tanaro	1		0	
Rosignano Monferrato	1		0	
Sala Monferrato	0		0	
San Giorgio Monferrato	1		0	
Serralunga di Crea	1		0	
Solonghelo	0		0	
Terruggia	0		0	
Ticineto	1		0	
Treville	0		0	
Valenza	19	17	263.014	271.000
Valmacca	0		0	
Vignale Monferrato	2	2	0	
Villadeati	0		0	
Villamiroglio	0		0	
Villanova Monferrato	2	2	0	

Tabella 3: Depositi e Sportelli Bancari area Monferrato

⁴ Sono stati segnalati solo i Comuni che presentano almeno due sportelli bancari.

⁵ Si può notare un aumento dei depositi, rispettivamente, dell'8,4% per quanto riguarda il Comune di Casale M.to e del 3% per quanto riguarda Valenza.



Per quanto riguarda l'area del casalese, a Casale Monferrato sono presenti le seguenti banche:

- Banca del Piemonte
- Banca Antoniana Popolare Veneta S.p.A.
- Banca Cassa di Risparmio di Torino S.p.A.
- Banca di Roma
- Banca Intesa S.p.A. (in fase di fusione con il San Paolo IMI)
- Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.
- Banca Popolare Commercio ed Industria S.p.A.
- Banca Popolare di Bergamo S.p.A.
- Banca Popolare di Novara S.p.A.
- Banca Sella S.p.A.
- Bipop CARIRE S.p.A.
- Cassa di Risparmio di Alessandria S.p.A.
- Cassa di Risparmio di Asti S.p.A.
- Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli – Biverbanca S.p.A.
- San Paolo IMI S.p.A. (In fase di fusione con Banca Intesa)
- Unicredit Banca d'Impresa S.p.A.
- Unicredit Banca S.p.A.
- Unicredit Private Banking S.p.A.

Le presenze maggiori sono registrate da Banca del Piemonte (4 Sportelli) e da Unicredit Banca (3 sportelli, ma se si considerano anche le divisioni Banca d'Impresa e Unicredit Private Banking si raggiunge quota 5). Nel prospetto seguente sono stati ordinati i principali Comuni piemontesi, che a fine 2003 hanno registrato oltre i 300 milioni di Euro di impieghi; accanto l'ammontare degli impieghi, è stato indicato l'ammontare dei depositi. Come facilmente prevedibile, il comune di Torino conta, da solo, per il 42,22% degli impieghi in Piemonte e per il 35,54% dei depositi.

Tenendo presente queste considerazioni spicca comunque il dato dei due centri nevralgici del Monferrato: Casale Monferrato ricopre i primi posti del ranking con 899 milioni di Euro di impieghi e 506 di depositi, e anche Valenza registra una performance di rilievo con rispettivamente 625 milioni di Euro di impieghi e 265 di depositi.



<u>CITTA'</u>	<u>IMPIEGHI</u>	<u>DEPOSITI</u>
Torino	28.809	14.968
Novara	2.669	1.424
Biella	2.663	1.347
Alessandria	2.207	1.059
Cuneo	1.515	915
Asti	1.476	839
Alba	1.166	656
Verbania	904	422
Casale Monferrato	889	506
Vercelli Moncalieri	831	576
Rivoli	796	537
Tortona	729	459
Settimo Torinese	696	389
Valenza	645	368
Pinerolo	625	265
Saluzzo Borgomanero	599	458
Ivrea	544	280
Bra	529	369
Arona	492	496
NoviLigure	477	292
Fossano	465	238
Omegna	457	314
Borgosesia	455	260
Ciriè	404	162
Chieri	369	281
Acqui Terme	358	247

Tabella 4: Impieghi e depositi principali città del Piemonte



Le dinamiche socio-economiche ed i possibili scenari di sviluppo del sistema collinare

La dinamica demografica

Il principale fattore che incide sulla dinamica demografica è la rilocalizzazione metropolitana: fenomeno per cui nel dopoguerra gli abitanti della collina sono aumentati (di circa il 13%), per poi registrare una flessione negli ultimi anni (di circa il 18%). Questo fenomeno ha creato il cosiddetto effetto corona. La collina diventa, in questo modo, un satellite dell'area metropolitana, un rifugio dal caos e dalla frenesia dei ritmi urbani moderni. Se, esso, da un lato ha favorito un contro movimento che vede la riurbanizzazione delle zone collinari, da parte dei ceti appartenenti ad uno status sociale medio - alto, dall'altro rischia di depauperare queste zone trasformandole in aree dormitorio.

I servizi locali

Per quanto concerne i servizi locali si intende, con essi, quel fenomeno definito campagna urbanizzata, vale a dire, l'estensione (in molti casi ancora in fase di completamento) dei servizi urbani alla zona collinare caratterizzata, generalmente, da un paesaggio rurale. Questa integrazione passa attraverso il sistema delle comunicazioni, intese sia come infrastrutture (strade, nodi viari, mezzi di comunicazione), che come comunicazione in senso più ampio, cioè la comunicazione e promozione del territorio attraverso politiche di marketing territoriale. Suddetta integrazione deve avvenire, ovviamente, in maniera sinergica con l'ambiente circostante, prestando la massima attenzione al fine di non alterarlo, esaltandone, invece, le sue peculiarità. La collina deve, infatti, uscire dallo stereotipo che la vede, o come un organismo separato dalla città, o come un'appendice puramente sterile di un'area urbana prossima. È necessario essa si trasformi, arrivando ad essere, un moderno sistema insediativo. L'immagine innovativa che ne consegue, deve esaltarla in quanto sistema microurbano di ricerca e di tradizione, sistema che si avvicina a quello urbano già esistente, evidenziando quelli che sono i suoi punti di forza ed attenuando, al contempo, quelli che sono i suoi punti di debolezza. Infine, è fondamentale, essa sappia cogliere nuove opportunità, e limitare le minacce che si presenteranno in futuro.



Verso un nuovo tessuto produttivo: le economie distrettuali

Le economie distrettuali si basano, invece, sulla creazione di valore nel sistema attraverso la realizzazione di distretti industriali innovativi (che vedano la loro gestione affidata a giovani e donne: vero asset del XXI secolo) e l'implementazione di quelli già esistenti.

Un secondo obiettivo delle economie distrettuali consiste nel creare aree agrarie specializzate, che diano origine a settori d'avanguardia del comparto agricolo, quali l'agroalimentare e la zootecnia di qualità: un fiore all'occhiello del nuovo tessuto produttivo collinare. Per finire, un altro asse dell'area economica si snoda attraverso la realizzazione di comprensori turistici intesi come motore di sviluppo e creazione d'impresa. I principali distretti industriali presenti nell'area del casalese sono il distretto di Casale Monferrato, Ticineto e Quattordio (che si estende fino alla ai comuni della Provincia Astigiana fino a raggiungere Moncalvo e Rocchetta Tanaro), il distretto di Cerrina ed il distretto di Chieri Cocconato (che giunge fino a Murisengo ed Odalengo Grande), e l'importantissimo distretto orafo di Valenza Po. Per ultimo occorre ricordare che il Monferrato, Assieme alle Langhe ed al Roero, fa parte del distretto dei vini del Piemonte Sud.

Il benessere del XXI secolo: tra wellness e residenzialità di prestigio

L'item del benessere si sviluppa attraverso la riscoperta della qualità della vita, del culto del vivere bene, del mangiare sano e del vivere secondo natura. La collina infatti, è sempre più interessata dal fenomeno della sub-urbanizzazione dei ceti benestanti che individuano, ora come agli inizi del secolo, un locus amoenus, in cui trovare la tranquillità al riparo dai ritmi frenetici delle grandi metropoli. Il fenomeno si presenta in due varianti:

1. Il trasferimento di residenza vero e proprio (accade per quei sistemi collinari collocati a ridosso di grandi centri: la Brianza per Milano, Le Langhe ed il Roero per Torino e per Cuneo);
2. Il fenomeno di villeggiatura attraverso l'acquisto di una seconda casa utilizzata principalmente per week end e short breaks.

Un ultimo fenomeno, poi, che caratterizza questa variabile del sistema, è costituito dalla residenzialità di qualità per anziani. Il tessuto collinare ospita, infatti, molte case di cura e di riposo, che, visto la clemenza del clima e le connotazioni territoriali, risultano congeniali nell'assolvere a queste funzioni.



Analisi delle principali infrastrutture

A livello tecnologico nell'area si possono senza dubbio notare delle eccellenze su svariati fronti di cui i principali sono:

- Il polo logistico
- Il polo infrastrutturale
- Il polo della ricerca.

L'area, infatti, si trova idealmente inserita all'interno di più sistemi quali:

- Il triangolo Alessandria-Genova-Savona (oggi chiamato il triangolo della logistica, perché in primo luogo guarda ai rapporti porti-entroterra);
- L'asse Cuneo-Asti-Alessandria (che, oltre all'asse di comunicazione, mette in gioco collaborazioni più vaste, contenute in un comune PRUSST, è anche il distretto del vino);
- L'asse Alessandria-Casale Monferrato-Vercelli-Novara, non è solo un asse "universitario" (l'Università del Piemonte Orientale), ma anche un "disegno" di sistema "intrametropolitano", tra le aree metropolitane di Torino e di Milano per quanto riguarda i rapporti con la Lombardia, del Casalese e del Valenzano per quanto riguarda i rapporti con la Lomellina, e di Tortona per i rapporti con Voghera (per non parlare di un remoto disegno di "comprensorio turistico delle quattro regioni", là dove si incontrano quattro regioni e quattro province AL-PV-PC-GE).



La piattaforma infrastrutturale: verso la costituzione di un hub internazionale.

Sistema aeroportuale

Malpensa: la presenza di un hub internazionale, nonché piattaforma operativa Europea di uno dei principali vettori aerei low-cost (Ryan Air), costituisce un fattore primario per la buona accessibilità all'area sul versante est (NO-VCO, Vercellese, Alessandrino). Un possibile punto di debolezza può essere rappresentato dal ridotto ruolo nel servizio charter che limita l'afflusso di turisti provenienti da viaggi gestiti dai principali tour operators.

Sistema viario

Il Monferrato si raggiunge facilmente dai caselli autostradali di Casale Sud sulla Genova-Gravellona Toce (A26), e di Felizzano ed Asti Est sulla Torino-Piacenza (A21). L'importante direttrice Casale-Moncalvo-Asti è la colonna vertebrale del sistema stradale, su cui si innestano i percorsi secondari verso Chivasso (Val Cerrina e valle Versa) o verso Alessandria. L'Alto Monferrato è attraversato dall'autostrada Genova-Gravellona Toce (A26) che lo rende comodamente raggiungibile tramite i caselli di Ovada ed Alessandria Sud; una bretella autostradale tra Tortona e Novi la collega alla Milano-Serravalle ed alla Lombardia. Le principali strade statali sono: da Asti, la Nizza-Acqui (tortuosa ma molto panoramica) o la Nizza-Alessandria; da Alessandria cominciano le tre antichissime strade per le Riviere: una per Acqui risale la valle Bormida fino a Savona; l'altra per Ovada lungo la valle Orba fino a Genova; la terza per Gavi e la Val Lemme fino a Genova. Va inoltre ricordata la superstrada Asti-Alba che collega il Monferrato alle Langhe ed al Roero e l'espansione di futura realizzazione dell'autostrada Asti-Cuneo.

Il quadro infrastrutturale viario non si esaurisce alla fitta intelaiatura di vie "su gomma". L'area, infatti, oltre ad essere ben servita da linee ferroviarie che collegano la Liguria al Piemonte (le stazioni più comode sono Alessandria, Acqui e Novi), si presenta come crocevia primario di un fitto reticolo che si andrà ancora di più espandendo nel futuro. Infatti l'area del Monferrato e più nello specifico l'area casalese verrà interessata nel futuro da opere infrastrutturali di carattere internazionale tra cui:

- L'asse ferroviario denominato "corridoio 5" Lisbona-Kiev
- L'asse ferroviario Genova-Rotterdam-Londra (che vedrà nella Camera di Commercio di Alessandria l'elemento centrale all'interno del mercato promotore).



- È stata inoltre considerata la possibilità di continuare lo sviluppo di un vecchio progetto di collegamento ferroviario transalpino con la Svizzera attraverso la Valle d'Aosta (Martigny-Aosta-Milano-Torino).
- Non si può, inoltre, non citare il progetto dell'alta velocità, che mira a congiungere il centro dei due poli urbanistici in tempi record (45 min. circa). Quest'opera si pone come tassello iniziale per la futura creazione del grande polo urbano MI-TO che prevederà la creazione di modelli di sviluppo importati dalle grandi megalopoli mondiali (es. Los Angeles) opportunamente adattati al territorio. Progetto che valorizzerà ovviamente anche la vicina area del Monferrato. Queste due opere, eleggono il Monferrato come futuro hub di interesse internazionale, facendo dell'accessibilità uno degli asset futuri. L'IRES abbozzò, già tempo addietro, il modello di un grande quadrilatero europeo a cavallo tra l'Italia e la Francia con i vertici definiti da Lione-Marsiglia-Genova e Milano. Prospettiva che avrebbe rilanciato Torino (e di conseguenza tutto il Piemonte) verso una nuova centralità a carattere Europeo (che negli ultimi tempi risulta ulteriormente potenziata da eventi mediatici di rilievo primario quali le Olimpiadi del 2006 e le Universiadi del 2007) in contrasto con una discreta perifericità che l'area ancora deve scontare nel panorama dell'interesse nazionale.

Sistema portuale

Un ulteriore sviluppo potrebbe venire apportato nella zona dal progetto esistente per la creazione del retroporto dell'area portuale di Genova nella vicina zona di Ovada e di Rivalta Scrivia (dove è già presente un interporto che è oggi di proprietà del Gruppo Fagioli). Infatti, le nuove strategie di rilancio del capoluogo ligure prevedono un disegno portuale che, non solo crei un sistema sull'arcata della riviera La Spezia-Genova-Savona, ma che si protenda fino a Marsiglia. Nell'ipotesi di uno sviluppo così importante è già stata individuata, quindi, la zona retrostante l'Appennino come area ideale per la creazione del retroporto (vero tallone d'Achille dell'attuale sistema portuale ligure nei confronti dei principali competitor europei). Nell'ottica di questi nuovi progetti di ampio respiro la città di Alessandria assumerebbe quindi una posizione baricentrica nettamente superiore a quella attuale.



Profilo economico

Il settore agricolo rappresenta il comparto più diffuso e rappresentativo nell'ambito dell'economia dell'area del Monferrato alessandrino. Il terreno fertile, le colture intensive ed una struttura organizzata ed evoluta consentono un'alta produttività.

Nel 1990 sono state censite 2.292 aziende agricole con 22.282 ettari di superficie totale, di cui 18.165 agricola utilizzata (SAU). Della SAU, 15.819 ettari sono investiti a seminativi (87,1 %) e 1.596 a coltivazioni permanenti; la superficie "a bosco" si sviluppa su 477 ettari. Nel corso del tempo si è registrata una diminuzione sia delle aziende agricole che della superficie con l'abbandono di terreni marginali o utilizzati per altri usi. Pur se molto grossolano, il rapporto aziende agricole/abitanti mostra, rispetto alla media nazionale, una presenza di aziende doppia ed una superficie media per azienda superiore del 25 %. La struttura geo-morfologica del terreno e le condizioni climatiche danno grande vantaggio alle colture viticole e cerealicole, un po' meno, invece, a quelle frutticole e orticole. Tra le colture cerealicole ricopre una notevole consistenza il frumento; per quanto riguarda le colture viticole, si assiste alla presenza massiccia di vitigni DOC o DOCG. Anche l'allevamento del bestiame è consistente. Si tratta soprattutto di allevamento bovino, esso avviene all'interno di stalle modernamente attrezzate. Il tasso di imprenditorialità generico (rapporto unità locali/abitanti) è lievitato in pochi anni dal 5 % all'attuale 7,84% e l'ampiezza media è di 5,4 addetti per unità locale. Il primo rapporto indica un buon livello di diffusione dell'imprenditoria, il secondo, piuttosto elevato, la presenza di unità locali medio-grandi. Rispetto al 2001 si è registrato un incremento della struttura produttiva. L'industria rappresenta il 41 % dell'attività imprenditoriale; gli addetti (4.329) salgono a rappresentare ben il 73,3 % dovuto a 4 unità locali della classe di addetti 200-499. All'interno del settore, il comparto manifatturiero è il più rappresentativo con 3114 unità locali (27 %) di cui i due poli leader di Casale e Valenza costituiscono il 50% del totale (Rispettivamente 571 e 1331) e 3.733 addetti(63,2 % del totale).



INDICATORE	Unità locali totali, di cui:	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio	Servizi alle imprese	Servizi alle persone
FONTE	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere	Infocamere
ANNO	2005	2005	2005	2005	2005	2005
UNITA' DI MISURA	n°	n°	n°	n°	n°	n°
COMUNE/DATO						
Alfiano Natta	118	7	10	11	9	4
Altavilla Monferrato	84	9	2	13	7	1
Balzala	95	5	28	16	9	5
Bassignana	161	25	31	35	8	6
Borgo San Martino	190	25	19	37	23	6
Bozzole	30	5	3	2	1	1
Camagna Monferrato	72	6	8	8	1	1
Camino	101	5	12	13	7	2
Casale Monferrato	4.666	571	604	1.303	710	239
Catorzo	107	9	7	15	5	0
Castelletto Merli	101	11	12	10	3	1
Castelletto Monferrato	135	17	22	40	12	3
Cella Monte	63	2	5	6	1	0
Cereseto	89	7	5	13	5	1
Cerreto Grue	56	0	3	2	0	0
Cerrina Monferrato	228	30	43	42	13	7
Crescentino	785	98	170	202	62	25
Cuccaro Monferrato	53	2	2	7	0	1
Fontanetto Po	122	10	22	27	3	3
Frassinello Monferrato	98	6	8	11	2	0
Frassineto Po	158	13	29	22	7	6
Fresonara	83	13	5	9	3	2
Fubine	231	22	45	43	16	8
Gabiano	207	19	31	24	4	6
Giamole	68	6	8	13	4	3
Lu	195	10	14	22	5	5
Mirabello Monferrato	128	34	11	20	3	6
Mombello Monferrato	181	18	22	22	11	5
Moncalvo	494	68	59	137	31	20
Moncestino	41	2	1	6	1	0
Morano sul Po	141	15	20	42	5	5
Murisengo	293	45	31	65	11	9
Occimiano	196	42	24	43	14	3



Odalengo Grande	99	6	12	10	5	1
Odalengo Piccolo	42	3	6	5	3	0
Olivola	29	3	1	3	0	0
Ottiglio	116	16	14	14	3	1
Ozzano Monferrato	177	21	32	33	9	9
Palazzolo Vercellese	118	26	23	27	7	3
Pecetto di Valenza	101	14	10	16	9	1
Penango	99	10	11	6	6	3
Pomaro Monferrato	68	11	9	11	6	4
Pontestura	158	28	10	36	11	7
Ponzano Monferrato	61	4	7	7	2	1
Quargnento	183	26	21	23	5	6
Rivarone	28	0	3	5	1	0
Rosignano Monferrato	189	10	14	19	21	2
Sala Monferrato	85	3	8	14	1	1
Sale	587	63	75	114	31	14
San Giorgio Monferrato	158	22	13	30	22	4
San Salvatore Monferrato	466	86	65	122	39	14
Serralunga di Crea	101	12	10	20	8	2
Solonghelo	43	7	3	5	2	1
Terruggia	125	23	12	26	17	1
Ticineto	151	19	42	28	17	6
Trino	838	125	154	281	59	31
Valenza	3.376	1.331	198	891	260	95
Valmacca	110	15	10	16	4	3
Vignale Monferrato	181	17	12	32	11	4
Villadeati	81	7	13	6	7	0
Villamiroglio	50	1	5	6	0	0
Villanova Monferrato	222	48	11	69	15	13
	17.812	3.114	2.120	4.156	1.577	611

Tabella 5: Dettaglio attività produttive area Monferrato



INDICATORE	Popolazione residente	Unità locali totali, di cui:	Tasso di imprenditorialità
FONTE	Istat	Infocamere	
ANNO	2004	2005	
UNITA' DI MISURA COMUNE/DATO	n°	n°	
Alfiano Natta	779	118	6,60
Altavilla Monferrato	505	84	6,01
Balzala	1.440	95	15,16
Bassignana	1.799	161	11,17
Borgo San Martino	1.379	190	7,26
Bozzole	311	30	10,37
Camagna Monferrato	546	72	7,58
Camino	763	101	7,55
Casale Monferrato	35.328	4.666	7,57
Catorzo	658	107	6,15
Castelletto Merli	499	101	4,94
Castelletto Monferrato	1.511	135	11,19
Cella Monte	541	63	8,59
Cereseto	471	89	5,29
Cerreto Grue	346	56	6,18
Cerrina Monferrato	1.598	228	7,01
Crescentino	7.843	785	9,99
Cuccaro Monferrato	358	53	6,75
Fontanetto Po	1.264	122	10,36
Frassinello Monferrato	542	98	5,53
Frassineto Po	1.462	158	9,25
Fresonara	703	83	8,47
Fubine	1.689	231	7,31
Gabiano	1.245	207	6,01
Giamole	693	68	10,19
Lu	1.207	195	6,19
Mirabello Monferrato	1.381	128	10,79
Mombello Monferrato	1.105	181	6,10
Moncalvo	3.319	494	6,72
Moncestino	238	41	5,80
Morano sul Po	1.580	141	11,21
Murisengo	1.525	293	5,20
Occimiano	1.409	196	7,19
Odalengo Grande	537	99	5,42
Odalengo Piccolo	268	42	6,38
Olivola	142	29	4,90
Ottiglio	702	116	6,05
Ozzano Monferrato	1.558	177	8,80
Palazzolo Vercellese	1.348	118	11,42



Pecetto di Valenza	1.322	101	13,09
Penango	566	99	5,72
Pomaro Monferrato	398	68	5,85
Pontestura	1.539	158	9,74
Ponzano Monferrato	405	61	6,64
Quargnento	1.346	183	7,36
Rivarone	383	28	13,68
Rosignano Monferrato	1.659	189	8,78
Sala Monferrato	446	85	5,25
Sale	4.253	587	7,25
San Giorgio Monferrato	1.294	158	8,19
San Salvatore Monferrato	4.629	466	9,93
Serralunga di Crea	627	101	6,21
Solonghello	234	43	5,44
Terruggia	825	125	6,60
Ticineto	1.381	151	9,15
Trino	7.788	838	9,29
Valenza	20.489	3.376	6,07
Valmacca	1.089	110	9,90
Vignale Monferrato	1.114	181	6,15
Villadeati	513	81	6,33
Villamiroglio	336	50	6,72
Villanova Monferrato	1.769	222	7,97
Media			7,84

Tabella 6: Tasso di imprenditorialità area del Monferrato

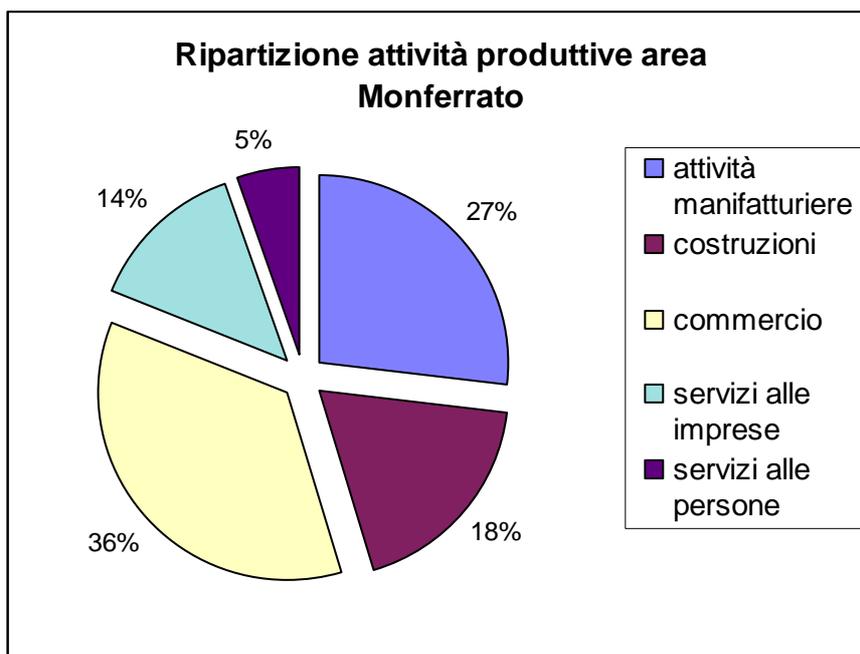
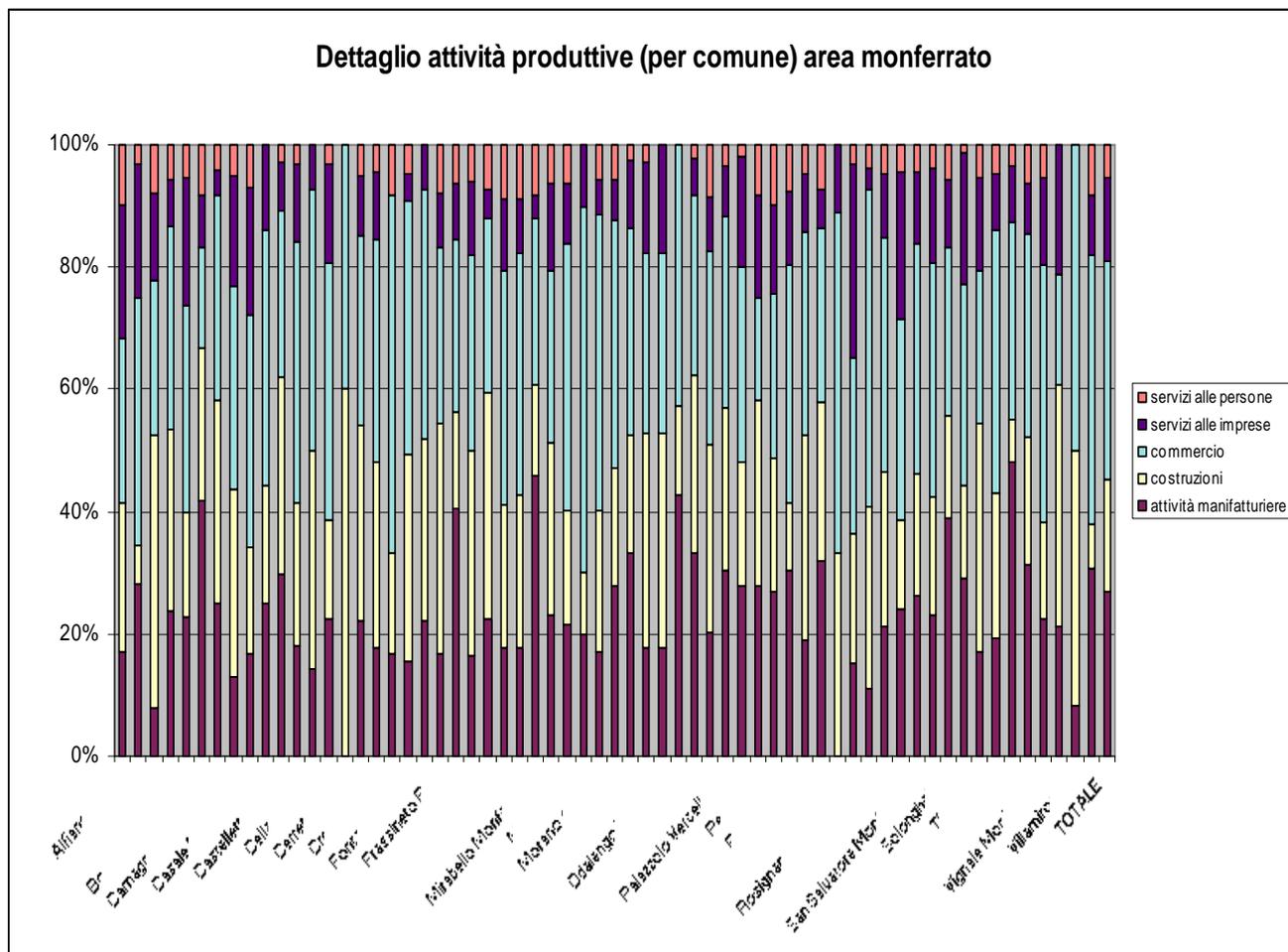




Figura 8: Ripartizione attività produttive area Monferrato



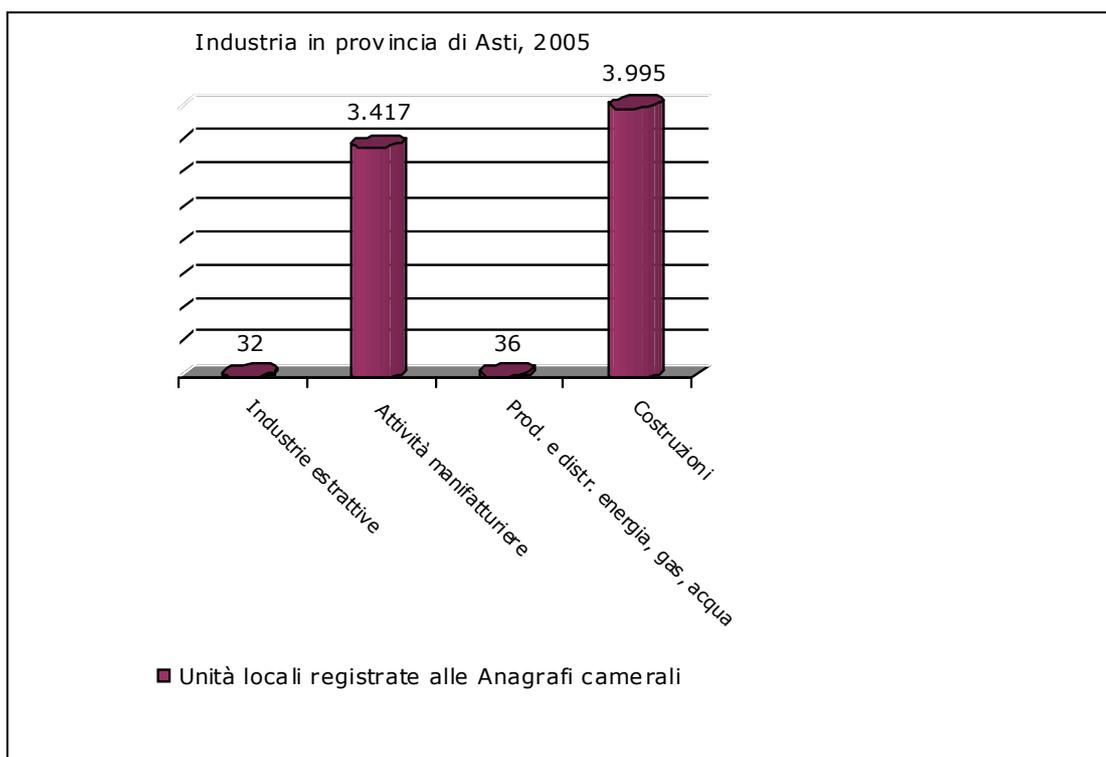
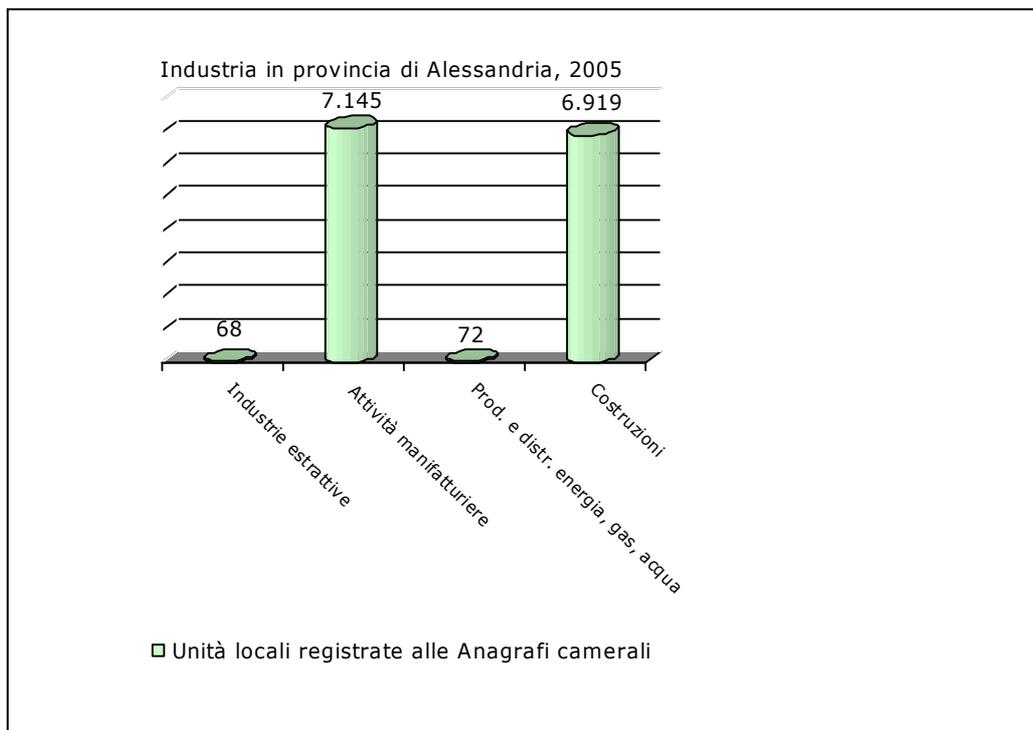


Figura 9: Dettaglio attività produttive area Monferrato



La medio- grande impresa industriale (200-499 addetti) è presente, con una sola unità, in ciascuno dei Comuni di Coniolo, Occimiano, Ticineto e Villanova Monferrato; in 6 Comuni sono insediate unità locali medio- piccole (50-199 addetti); nel resto dei Comuni sono presenti unità locali di piccole dimensioni con carattere artigianale. Con riguardo alle specializzazioni, alle produzioni tradizionali si affianca un'industria tecnologicamente più evoluta nei comparti della metalmeccanica, gomma, plastica e materiale per l'edilizia. Più numerose sono le iniziative del terziario, che rappresentano il 55 % del totale ma con un livello inferiore di addetti 1.582 pari al 26,8 % del totale. Le attività commerciali e quelle dei pubblici esercizi sono le più numerose con 449 punti vendita e 1.224 addetti: si tratta di strutture tradizionali anche se moderne. La grande distribuzione è presente con un supermercato nel solo comune di Villanova Monferrato con una superficie di 5.000 mq. e 90 addetti. La distribuzione territoriale della struttura produttiva presenta maggiore consistenza nel Comune di Villanova Monferrato con 102 iniziative e 1.112 addetti seguita da Occimiano. Nonostante le dinamiche dell'economia globalizzata stiano mettendo sempre più in discussione il concetto di "distretto", come si è visto in precedenza, il Piemonte risulta ancora caratterizzato da una forte contiguità, pur senza essere stati applicati stretti vincoli di appartenenza, al distretto nel quale ha luogo la produzione in oggetto. In particolare, nell'area di riferimento, si possono distinguere tre tipologie di distretti produttivi:

- Un importante distretto alimentare vinicolo che riesce a garantire un reddito adeguato ai coltivatori, nonostante si incominciano a sentire gli effetti dell'aumento della concorrenza straniera. Va inoltre segnalato che, l'assoluta mancanza di controllo del canale distributivo, rischia di lasciare i produttori in balia delle strategie delle multinazionali;
- Un distretto caratterizzato da una produzione, seppur meno attiva rispetto al passato, legata all' "industria del freddo" (refrigerazione industriale) nell'area compresa tra Casale Monferrato e Alessandria;
- Un importante distretto orafa presente nell'area di Valenza.

In generale, si può affermare che l'area del Monferrato mostra uno degli indici più elevati di performance socio-economica. Essa viene considerata come esempio virtuoso della



capacità di recuperare elementi caratteristici della tradizione locale rilanciandoli in chiave di sviluppo e di legarli ad aspetti di innovazione economica e commerciale, come mostra la seguente tabella:

TERRITORIO	INDICE
<i>Monferrato</i>	<i>0,81</i>
<i>Terre d'Oc</i>	<i>0,67</i>
<i>Langhe</i>	<i>0,67</i>
<i>Roero</i>	<i>0,51</i>
<i>Valli valdesi</i>	<i>0,47</i>
<i>Saluzzese</i>	<i>0,28</i>
<i>Cueese</i>	<i>0,23</i>
<i>Media Piemonte</i>	<i>0,00</i>
<i>Canavese</i>	<i>-0,04</i>
<i>Collina torinese</i>	<i>-0,40</i>
<i>Giarolo e Oltregiogo</i>	<i>-0,42</i>
<i>Resto del Piemonte</i>	<i>-0,43</i>
<i>Biellese</i>	<i>-0,63</i>
<i>Comuni metropolitani</i>	<i>-1,72</i>

Tabella 7: Performance socioeconomiche dei comuni per territorio
(Fonti: elaborazioni IRES su dati Ancitel, anni vari)



Il quadro politico

La Regione Piemonte, a seguito del decentramento funzionale, ha avviato alcune politiche in favore della PMI tramite l'emanazione di alcune leggi specifiche di incentivazione alla piccola media impresa. Il termine "distretto" ha trovato applicazione, in Piemonte, in diversi altri ambiti, seppur con una valenza non sempre congrua alla definizione iniziale data da Marshall, mettendo in particolare evidenza il concetto di partizione territoriale funzionale, con caratteristiche, punti di forza e debolezza, tipo di produzione, omogenei per l'attuazione di politiche di sostegno. Queste azioni interessano da vicino l'area del Monferrato che vanta due importanti distretti industriali quali le aree del casalese (di tradizione manifatturiera legata alla produzione di impianti di refrigerazione) e del valenzano (legata alla produzione orafa ed artigianale). È stata approvata, inoltre, una legge relativa all'individuazione dei distretti rurali e agro-alimentari del Piemonte, ancora in corso di definizione, denominata Istituzione dei distretti rurali e dei distretti agroalimentari di qualità secondo la quale i distretti verranno individuati dalla Giunta regionale su proposta delle Province e avranno lo scopo di promuovere territori omogenei per produzioni agricole certificate, tradizioni culturali e attività turistiche.

I distretti industriali

I parametri di definizione dei distretti industriali sono:

- I sistemi locali del lavoro, vale a dire la configurazione spaziale di partenza;
- L'indice d'industrializzazione manifatturiera (essa seleziona le aree più industrializzate in cui l'occupazione industriale supera il livello medio relativo nazionale. Deve essere superiore del 30%), dal quale emerge la vocazione produttiva del territorio;
- La densità imprenditoriale, vale a dire le unità locali (manifatturiere) in rapporto alla popolazione residente. Essa serve per misurare il tessuto della piccola impresa. L'indice che ne deriva deve essere superiore all'analogo indice su scala nazionale;
- La specializzazione produttiva, dato ottenuto in base a due parametri: l'indice di specializzazione produttiva e il peso del settore. Il primo è dato dalla quota percentuale di occupazione in una determinata attività manifatturiera, rispetto al



totale degli addetti al settore manifatturiero. Esso deve essere superiore del 30% all'analogo nazionale.

I distretti culturali

La presenza sul territorio di castelli ed altri elementi di valore storico, artistico, culturale ed architettonico, fa individuare l'opportunità di creare dei distretti culturali. A questo proposito, in particolare, sono stati proposti tre tipi di distretti culturali: distretto culturale industriale (costituibile nel lungo periodo in aree caratterizzate dalla presenza di piccole imprese specializzate in campo artistico e dell'artigianato); distretto culturale istituzionale (può nascere dove è attuata la scelta politica e istituzionale di attribuzione di marchi e diritti di proprietà sul patrimonio culturale nel caso di tratti culturali marcati, creando una rete di iniziative istituzionali specifiche) e infine il distretto culturale artistico museale, a cui si fa riferimento nel testo.

Le azioni intraprese per il rilancio dell'area

Gli stakeholder pubblici hanno messo in prodotto un'azione di governo (non solo la Provincia, ma anche le altre istituzioni di livello provinciale e comunale di Alessandria) che tenda a tenere insieme tutte le diverse componenti territoriali oltre al fatto di porsi al servizio di tutta la Provincia. Ciò avviene anche grazie al nuovo ruolo di Alessandria, città universitaria, e nell'interazione tra Università e istituzioni e Università e imprese (si cita la laurea breve in plasturgia animata da un'associazione di supporto tra imprese). Per quanto concerne la comunicazione e l'immagine del territorio, un ruolo significativo è svolto sicuramente dalla Provincia di Alessandria, la quale, le raggiunge tramite azioni di promozione dei prodotti enogastronomici locali tipici presso manifestazioni nazionali ed internazionali, oltre che tramite interventi mirati al sostegno economico ed occupazionale.

Le esperienze concertative dei Patti Territoriali (Patto Territoriale di Alessandria), Patto per l'agricoltura del Sud-Est Alessandrino), dei Progetti Integrati d'Area (per es. della Valle Scrivia), e la partecipazione ad alcuni progetti comunitari (Now, Adapt, Employment Week), attuate in collaborazione con la società Cofisal S.p.A., un'agenzia di sviluppo del territorio partecipata al 51% dalla Provincia, si sono rivelate un interessante volano per l'economia e l'immagine del territorio provinciale. Un altro importante fattore politico che



interessa l'area è caratterizzato dalla serie di azioni di marketing e di promozione territoriale volte al rilancio turistico. Una sinergia tra attori pubblici (Regioni, Province e Comuni) ed attori privati costituirà, infatti, la creazione di un piano d'area che vedrà al suo interno l'inserimento della collina come prodotto "da vendere", con tutte le sue declinazioni di proposte che si possono trovare all'interno di questo sistema.

Di seguito verrà proposto un prospetto riassuntivo dei principali enti promotori dell'immagine del Monferrato alessandrino, comprensivo delle principali leve di marketing territoriale applicate (suddivise in elementi dell'immagine e di eventi), e delle principali criticità affrontate.

SOGGETTO: PROVINCIA DI ALESSANDRIA – DIREZIONE ECONOMIA E SVILUPPO			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Ass di categoria Cofisal S.p.a Alexala Provincia Camera di Commercio Comuni Università Grandi Imprese	Interregionalità Buona rete viaria Presenza di centro nevralgico + eccellenze delocalizzate Significativo patrimonio archeologico Presenza di grandi centri di distribuzione commerciale	Mostra orafa di Valenza Battaglia di Marengo Premio Acquisitoria Fiera di San Giuseppe a Casale Raduno Madonnina dei Centauri Fiera di San Baudolino	Rigidità di sistema derivata dal rispetto delle procedure amministrative Radicamento di prassi consolidate.

SOGGETTO: ALEXALA			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Alesala Provincia Camera di Commercio Fondazione CRA	Vini Terme Ambiente e natura Terre di Coppi Monferrato Borsalino Industria dolciaria Artigianato orafa	Battaglia di Marengo Festival dei vini Raduno Madonnina dei Centauri Fiera di San Baudolino	Debole coordinamento delle attività di promozione Lento sviluppo delle sinergie tra forze economiche e politiche locali per la crescita della cultura dell'imprenditorialità e dell'accoglienza



SOGGETTO: CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA- ASPERIA			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Regione Provincia Camera di Commercio Alexala	Produt tradizionali ed enogastronomiche Prod. Artigianali di pregio (gioielleria) Beni storici Geografia e paesaggio Personaggi di Richiamo (Coppi) Marchi di Prestigio	Fiera Orafa di Valenza Fiera di San Baudolino Battaglia di Marengo Vignale Danza Premio Acqui Storia	Programmazione difficoltosa per carenza di fondi e sostentamenti economici.

SOGGETTO: MON.D.O (CASALE-VALENZA).			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Camera di Commercio Alexala Provincia di Alessandria	Vigne Oro Arte Tartufo	Festival dei vini Valenza Gioielli Vignaledanza Fiera degli antichi mestieri Fiera del Tartufo di Murisengo	Carenza di personale e finanziamenti Scarsa collaborazione delle istituzioni e degli operatori locali Mancanza di cultura del turismo.



Per quanto concerne il versante astigiano del Monferrato, il principale promotore di immagine nel campo turistico-economico è la Camera di Commercio di Asti, che offre servizi, anche on line, di supporto alle imprese. Essa ricopre un ruolo chiave anche per quanto riguarda la promozione e la valorizzazione di quelle che sono le manifestazioni più importanti della zona (principalmente a carattere eno-gastronomico come la “Douja d’or” e la “Sagra delle sagre”). Va inoltre ricordato che, da oltre 20 anni, la Camera di Commercio di Asti organizza viaggi nell’area collinare, attraverso un progetto denominato “Un giorno tra torri e vigneti” rivolto a tutti i gruppi interessati a forme di turismo alternativo. Il programma, a cui partecipano in media 4.500 persone nel corso dell’anno, comprende una breve visita alla città, una visita ad un’azienda vinicola e ad una distilleria con degustazione di vini locali e un pranzo con menù tipico in un ristorante della zona. L’Ente Camerale, inoltre, offre gratuitamente, ad ogni gruppo, il materiale informativo e l’assistenza di un accompagnatore per l’intera giornata. La Camera di Commercio, inoltre, patrocina e collabora alle “Giornate del tartufo”, un programma di fiere organizzate dalla Regione Piemonte, che si svolgono nelle domeniche di ottobre e di novembre, ogni volta in un paese diverso dell’astigiano. Altro attore strategico è la Provincia di Asti, la quale, sta cercando ogni possibile canale di comunicazione per rilanciare il territorio sui principali assi di sviluppo (imprenditoriale, turistico ed infrastrutturale) prestando particolare attenzione alle tecnologie dell’informazione e della comunicazione. Innanzitutto, la rete civica astigiana è in continua crescita e la Provincia di Asti stessa mantiene un proprio server internet ad accesso pubblico, estendendo il servizio gratuitamente ai Comuni, agli Enti pubblici, alle Associazioni no profit, alle scuole che ne richiedano l’accesso. L’obiettivo è di erogare, attraverso la rete telematica, servizi quali la Banca Dati della Popolazione, lo Sportello Unico delle Imprese e l’assistenza, non solo informatica, ai Comuni. La rete informatica provinciale dovrebbe infine estendersi a tutti gli enti pubblici che operano sul territorio, realizzando un sistema informativo che racchiuda, in un unico ambiente di ricerca, tutti i data base presenti, salvaguardando sicurezza e privacy degli organismi proprietari. Per concludere, Asti partecipa insieme alle maggior parte dei Comuni della provincia al progetto “Piazze telematiche” finanziato dalla comunità europea nell’ambito di un parco progetti per la riqualificazione e lo sviluppo del territorio . Anche per l’area



astigiana viene proposto di seguito un prospetto dei principali soggetti promotori attivi nel marketing e nella valorizzazione territoriale.

SOGGETTO: PROVINCIA DI ASTI SETTORE TURISMO			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Camera di Commercio Comune ATL Provincia	Ottimi vini ed offerte eno-gastronomiche Brevi soggiorni di tipo culturale	Palio d'Asti Douja d'or Fiera del tartufo Astiteatro Astifest	Scarsa disponibilità finanziaria Incapacità degli enti di elaborare progetti comuni

SOGGETTO: PROVINCIA DI ASTI SETTORE PROMOZIONE SOCIO-CULTURALE			
Principali Soggetti Promotori	Elementi dell'immagine	Eventi principali	Criticità
Camera di Commercio Comune ATL Provincia Fondazioni	Ambiente Enogastronomia Chiese Romaniche Castelli Iniziative di cultura	Palio d'Asti Douja d'or Festa delle Sagre Assedio Canelli Astifest	Dimensione locale delle iniziative Insufficiente risonanza



Lo Sportello Unico per le Attività Produttive di Casale Monferrato

Casale Monferrato ha trovato la sua arma vincente utilizzando e gestendo, in modo strategico ed intelligente, uno strumento di sviluppo locale: lo SPUN / SUAP, lo Sportello Unico per le Attività Produttive, nato dal decreto legislativo 112 del 1998.

Il Comune di Casale Monferrato, collegato ad altri 42 comuni minori con il quale fa sistema, ha messo in campo gli strumenti per:

- Ridurre i tempi di attesa del rilascio delle autorizzazioni;
- Semplificare le procedure;
- Dare maggior trasparenza all'imprenditoria;
- Togliere impedimenti burocratici;
- Dare strumenti in mano all'imprenditoria locale per non arrestare o tardare il processo di sviluppo.

Grazie a quest'azione, Casale Monferrato ha costruito negli ultimi 30 anni un'area industriale in accordo con gli amministratori locali. Gli imprenditori sono stati in grado di unire gli interessi della pubblica amministrazione con quelli dell'imprenditoria privata .



III. I MOLTIPLICATORI DI RICCHEZZA: LO SPORTELLO UNICO DI CASALE MONFERRATO

Analisi SPUN

In questa parte si cercherà di analizzare l'attività dello SPUN di Casale Monferrato, uno dei primi sportelli ad essere attivato sul suolo nazionale e che costituisce tutt'ora un esempio di eccellenza : dopo una breve introduzione sullo sportello unico in generale e sulla città capofila, si passerà ad analizzare il raffronto tra le performance del cluster rappresentato dai 42 Comuni dello SPUN e l'altra area.

L'analisi servirà a chiarire se effettivamente lo sportello unico possa venire considerato un importante strumento di sviluppo territoriale

Cos'è lo Sportello Unico per le Attività Produttive (SUAP)

Lo Sportello Unico per le Attività Produttive è uno strumento di avanguardia per lo sviluppo economico del territorio, al servizio dell'impresa e del lavoro. È una struttura unica per tutte le pratiche e le informazioni inerenti la localizzazione di impianti produttivi di beni e servizi, la loro realizzazione, ristrutturazione, ampliamento, cessazione, riattivazione e riconversione, nonché l'esecuzione di opere interne ai fabbricati adibiti ad uso d'impresa. La legislazione che lo istituisce e regola è orientata a semplificare i processi amministrativi dal lato dell'utente e costituisce, quindi, un contributo infrastrutturale che il Comune, singolo o associato, fornisce, all'incremento delle attività produttive e, quindi, all'occupazione, specie nelle aree in cui le difficoltà per l'impresa ad insediarsi e competere sono maggiori.

La Legge di Riferimento: n. 59 del 15 marzo 1997

Essa "Delega al Governo per il conferimento di funzioni e compiti alle Regioni ed Enti Locali, per la riforma della Pubblica Amministrazione e per la semplificazione amministrativa" pubblicata sulla GU n. 63 del 17 marzo 1997.

L'indirizzo, dato dal legislatore delegato alla riforma della Pubblica Amministrazione con il DLgs 112/98 che prevede lo Sportello Unico e, successivamente, con il Regolamento attuativo (DPR 447/98) modificato dal DPR 440/2000, evidenzia una sensibilità particolare



per la semplificazione dei processi e degli approcci a favore della PMI, delle attività agricole, commerciali ed artigiane, turistiche ed alberghiere. Oltre a queste, peraltro, rientrano negli ambiti di competenza dello Sportello Unico anche i servizi resi dalle banche e dagli intermediari finanziari e i servizi di telecomunicazione.

Funzioni dello Sportello Unico

Lo Sportello Unico opera per garantire la riduzione dei tempi necessari per ottenere le autorizzazioni dagli Enti della Pubblica Amministrazione, la progressiva semplificazione delle procedure e il rispetto dei tempi predefiniti per legge. Esso è, inoltre, un soggetto attivo del marketing territoriale poiché fornisce supporto informativo alle imprese presenti ed operanti sul territorio, agli aspiranti imprenditori, alle imprese che dall'esterno intendono operare nell'area, concorrendo all'attivo della sua bilancia commerciale. La finalità di questa peculiare funzione è la promozione dello sviluppo delle attività economiche e della capacità attrattiva di investimenti dell'area.

Più nello specifico, lo Sportello Unico assolve le seguenti funzioni:

- Fornisce la modulistica e la documentazione per la presentazione delle domande;
- Accetta le domande sui procedimenti riguardanti le imprese;
- Trasmette le pratiche agli altri Enti e ne acquisisce il parere;
- Fornisce informazioni sullo stato della pratiche, con la possibilità per l'imprenditore di verificare, in qualsiasi momento, lo stato della pratica, sia recandosi allo sportello, sia con la consultazione diretta di un archivio informatico che gli consente di visualizzarne l'iter;
- Acquisisce le autorizzazioni, i pareri, le concessioni degli uffici comunali e degli Enti esterni;
- Convoca le Conferenze di servizi fra gli enti terzi e consulta gli uffici comunali competenti (attività economiche, urbanistica, patrimonio).

Ambiti di applicazione

- Ristrutturazione o ampliamento di impianto produttivo;
- Realizzazione di un impianto produttivo;



- Riconversione di un impianto produttivo;
- Opere interne ad un impianto produttivo

I Vantaggi per l'utente

- Riduzione dei tempi;
- Tempi certi;
- Semplificazione regolamentare;
- Modulistica omogenea;
- Interlocutore unico.

Chi può rivolgersi allo Sportello Unico

Ogni cittadino italiano o persona giuridica (Ente, Società, Cooperativa, ecc.), dei Paesi UE o extra-UE, che sia interessato a localizzare, realizzare, ristrutturare, ampliare, cessare, riattivare, riconvertire impianti produttivi di beni e servizi o eseguire opere interne a questi ultimi e chiunque ne abbia interesse.

Funzioni ricoperte dal responsabile della struttura

Riveste il ruolo di Responsabile dell'intero procedimento per le autorizzazioni per la realizzazione di impianti produttivi di beni e servizi, loro ampliamento, ristrutturazione, cessazione e riconversione, esecuzione di opere interne ai fabbricati. Al Responsabile Unico, è anche conferito il potere di ordinanza della riduzione in pristino nei casi e nelle forme previsti dalla legge. Cura l'aggiornamento costante dell'Archivio Informatico, della modulistica e delle procedure informatiche, nonché la formazione e l'aggiornamento della struttura ogni qual volta sia ritenuto utile e necessario ai fini della funzionalità e dell'efficienza della Struttura. Organizza e dirige la Struttura di cui è responsabile. A tal proposito organizza e promuove riunioni periodiche al fine di ottimizzare l'attività della Struttura; aggiorna almeno annualmente, ovvero, ogni qualvolta lo ritenga utile e necessario, l'organizzazione funzionale ed operativa.



I Procedimenti

I procedimenti previsti dalla normativa sono due:

1. Mediante autocertificazione;
2. Procedimento semplificato

è inoltre attivato, tramite lo Sportello Unico, il procedimento per il collaudo delle opere.

Il Procedimento mediante autocertificazione

Il richiedente deve produrre le autocertificazioni attestanti la conformità della richiesta alle norme in materia urbanistica, della sicurezza degli impianti, della tutela sanitaria e della tutela ambientale.

Sono esclusi dalle autocertificazioni:

- Impianti e depositi di cui all'articolo 27 del Decreto Legislativo 112/98; (impianti nucleari, d'armi, d'oli minerali, di rifiuti e sostanze pericolose);
- Progetti che richiedono il giudizio di compatibilità ambientale (VIA);
- Progetti che richiedono variante urbanistica;
- Progetti che incorrono in pericoli di incidenti rilevanti connessi con determinate sostanze pericolose e alla prevenzione e riduzione dell'inquinamento (D. Lgs. 334/1999);
- Controllo formale e richiesta integrazioni: entro 30 giorni.

Durata e scadenze: Osservazioni, memorie, richieste di audizione o di riunione devono essere fatte entro 20 giorni (da parte di portatori di interessi pubblici o privati, individuali o collettivi oppure da parte di portatori di interessi diffusi, costituiti in associazione o comitato, cui possa derivare un pregiudizio dalla realizzazione dell'impianto – art. 6 comma 13 D.P.R. 447/98). La durata massima del procedimento è di 60 giorni (ridotti a 45 giorni nel caso di impianti a struttura semplice, individuati secondo i criteri stabiliti dalla Regione). Esso prevede l'autorizzazione per silenzio assenso, vale a dire che, allo scadere del termine, in mancanza di pronunciamento da parte del SUAP, la richiesta si intende autorizzata in conformità con le autocertificazioni prodotte e con eventuali altre autorizzazioni previamente acquisite. Il richiedente potrà quindi, a questo punto,



comunicare la data di inizio dei lavori. Il fatto che si sia concretizzato il silenzio-assenso non esclude i controlli di competenza dei vari enti ed organismi.

Falsità delle autocertificazioni: se lo Sportello Unico ravvisa la falsità dell'autocertificazione, invia gli atti alla Procura della Repubblica ed il procedimento rimane sospeso fino alla decisione. Se la falsità di una delle autocertificazioni viene accertata dopo l'inizio dei lavori, il responsabile dello Sportello Unico ordina la riduzione in ripristino, a spese dell'impresa e trasmette gli atti alla Procura della Repubblica.

Il Procedimento semplificato

Il procedimento semplificato è obbligatorio per impianti che utilizzino materiali nucleari, che producano armamenti, che prevedano depositi costieri o la produzione, la raffinazione, e lo stoccaggio di oli minerali; o il deposito, anche temporaneo, lo smaltimento, il recupero e il riciclaggio di rifiuti. L'impresa presenta un'unica domanda allo Sportello Unico, il quale adotta direttamente, ovvero, chiede alle amministrazioni di settore gli atti istruttori e i pareri tecnici necessari ai fini del rilascio dell'autorizzazione.

Può essere avviata anche per libera scelta dell'imprenditore che non intenda avvalersi delle autocertificazioni. Durata e scadenze: Le amministrazioni competenti sono tenute a far pervenire gli atti autorizzatori o il consenso entro 90 gg. decorrenti dal momento del ricevimento della documentazione. Per le opere per le quali è prevista la valutazione di impatto ambientale, il termine previsto è di 120 gg. (prorogabile di 60 gg. per una sola volta). Questo procedimento non prevede l'autorizzazione per silenzio assenso. Allo scadere del termine, qualora non tutte le autorizzazioni necessarie fossero pervenute al SUAP, sarà convocata una Conferenza dei Servizi, entro 5 giorni dalla scadenza.

Nel caso la richiesta comporti una variazione degli strumenti urbanistici e siano rispettate le condizioni di ammissibilità di cui all' art. 5 comma 1 del regolamento, potrà essere convocata la Conferenza dei Servizi, il cui pronunciamento, se positivo, costituirà una proposta di variante, sulla quale si pronuncia definitivamente, entro 60 giorni, il Consiglio Comunale. In caso di parere negativo sul procedimento il richiedente può, entro 20 giorni, chiedere che sia convocata una Conferenza dei Servizi per discutere eventuali soluzioni al fine di ottenere il superamento della pronuncia negativa. Se la Conferenza dei servizi non è in grado, entro 5 mesi dall'inizio del procedimento (9 mesi in caso di VIA), di



pronunciarsi, potrà essere richiesta, entro 30 giorni, una pronuncia da parte del Consiglio dei Ministri.

Termini del procedimento: il procedimento si conclude nel termine di 5 mesi. Per le opere da sottoporre a valutazione di impatto ambientale si conclude in 9 mesi.

Il parere preventivo: L'impresa può richiedere allo Sportello Unico di pronunciarsi (entro 90 gg.) sulla conformità del progetto preliminare con i vigenti strumenti di pianificazione paesistica, territoriale e urbanistica.

Il procedimento di collaudo

Qualora sia previsto dalla normativa, gli impianti devono essere collaudati, ai fini del loro utilizzo, da professionisti o da altri soggetti abilitati. Il collaudatore deve essere persona diversa dal progettista e dal direttore dei lavori, né essere in alcun modo collegato all'impresa.

Il certificato di collaudo positivo consente di avviare l'attività produttiva, in attesa del rilascio definitivo dei certificati di agibilità, del nullaosta all'esercizio di nuova produzione e di ogni altro atto amministrativo richiesto.

Il Collaudo riguarda tutti gli adempimenti previsti dalla legge ed in particolare:

- Strutture edilizie;
- Impianti produttivi;
- Misure ed apparati volti a salvaguardare;
- Sanità;
- Sicurezza;
- Tutela ambientale;
- Conformità alle norme sulla tutela dei lavoratori nei luoghi di lavoro;
- Conformità alle prescrizioni dettate in sede di autorizzazione.

Durata massima del procedimento: Il procedimento deve essere svolto entro 60 giorni. Il SUAP fissa la data del collaudo in un periodo compreso tra i 20 e i 60 giorni dalla presentazione della richiesta. Decorsi i 60 giorni dalla richiesta senza che sia avvenuto il collaudo, questo potrà essere comunque predisposto dall'azienda, e comunicato successivamente al SUAP.



Che cos'è la conferenza dei servizi

La conferenza dei servizi è composta da rappresentanti designati dagli enti terzi coinvolti nel procedimento. Può interessare anche i soggetti portatori di interessi pubblici o privati, individuali o collettivi, i portatori di interessi pubblici o privati, individuali o collettivi, nonché i portatori di interessi diffusi costituiti in associazioni o comitati, cui possa derivare un pregiudizio dalla realizzazione del progetto dell'impianto produttivo.

Essa è convocata dal responsabile Unico in casi ben definiti:

- Qualora decorsi 90 giorni dalla data di presentazione dell'istanza, anche un solo Ente coinvolto nel procedimento, non abbia fatto pervenire allo sportello Unico l'atto di assenso o il parere;
- Qualora il progetto presentato comporti la variazione di strumenti urbanistici;
- Anche su richiesta del richiedente, qualora un ente si pronunci negativamente, al fine di concordare quali siano le condizioni per superare la pronuncia negativa.

Strumenti per il Procedimento Unico

Domanda per l'avvio del procedimento (semplificato) - Capo II art. 4 DPR 447/98;

Allegato A (modulo informativo) Contiene varie tipologie di attività ed impianti e le schede informative che riguardano le differenti fasi dell'attività produttiva. Il modulo deve essere compilato solo nelle parti che interessano e consegnato o spedito allo Sportello Unico per le attività Produttive, necessariamente in allegato alla richiesta di autorizzazione unica;

Pronuncia sulla conformità del progetto preliminare con i vigenti strumenti di pianificazione paesistica, territoriale e urbanistica (art. 3, comma 3, DPR n. 447/1998);

Richiesta informazioni sulle opportunità localizzative;

Richiesta conferenza di servizi - Ex art. 4 comma 2 DPR 447/98.

Costi

I costi relativi alla domanda (diritti e spese necessari ad ottenere concessioni, autorizzazioni, pareri, nulla osta, etc.) variano a seconda del tipo di procedimento e comprendono anche gli importi richiesti dalle altre pubbliche amministrazioni.



Lo SPUN su Internet

Il sito Internet (<http://www.suap.info>) oltre ad una breve descrizione degli obiettivi, della struttura organizzativa e delle modalità operative dello sportello unico, consente all'utente:

- Di scaricare la modulistica per l'adempimento delle diverse procedure;
- Di ottenere informazioni sui sub-procedimenti e sui relativi referenti;
- Di monitorare, tramite p. iva e password, lo stato di avanzamento della propria pratica;
- Di ottenere informazioni in merito alle possibilità insediative nelle aree produttive del territorio;
- Di prendere visione delle agevolazioni di cui può beneficiare per l'esercizio dell'attività d'impresa.

La Città capofila dello SPUN, Casale Monferrato

Casale Monferrato è il capoluogo di una vasta area, che va ben oltre i Comuni dell'area "comprensoriale" di un tempo, che pure "sconfinava" in Provincia di Asti (inglobando Moncalvo) e di Vercelli (inglobando Trino e Palazzolo Vercellese). Essa ha, oggi, diversi rapporti di collaborazione per servizi primari (la sanità, i centri per l'impiego...) con Valenza, il suo "distretto industriale" si allarga a Quattordio e Felizzano, c'è una attrattività commerciale e scolastica anche nei confronti della Lomellina Pavese (tra Candia e Mede) e, per finire, c'è la Diocesi di Casale con i confini, che abbiamo in precedenza ricordato, con le estese proiezioni in Provincia di Asti e, in parte, anche in Provincia di Torino.

Casale, nello stesso contesto regionale, esercita un ruolo terziario, che spesso viene delineato nei rapporti CESOR del Comune di Casale Monferrato. Per illustrare tale aspetto, è possibile cogliere alcuni spunti proprio dal più recente di questi rapporti. Casale e la sua cintura sono uno dei "poli" industriali di notevole rilievo su scala regionale e le sue aziende (dal cemento alle macchine grafiche e alla costellazione dell'industria del freddo) hanno una rete di vendita globalizzata. In qualche caso le aziende sono delle vere e proprie multinazionali, con "reti" di consociate produttive e commerciali che coprono vasti spazi mondiali. In questo campo ci trovano anche le funzioni di direzionalità che il capoluogo (e altri Comuni intorno, come, ad esempio, Occimiano) giocano, "accogliendo"



le sedi e i quartieri generali di importanti e grosse aziende. E' emblematico, in materia, il fatto di avere a Casale il quartiere generale di Buzzi Unicem, che non è solo il secondo gruppo italiano del cemento (e del calcestruzzo), ma che è, altresì, il riferimento di un importante network mondiale, che comprende gli USA e il Messico, oltre alla grande rete della partecipata Dyckerhoff, che opera in una dozzina di Paesi, tra cui alcuni dell' Est Europa. Casale Monferrato è poi una riconosciuta (ben oltre il Piemonte) e apprezzata città d'arte, nella quale la storia ha lasciato remote e recenti tracce monumentali, religiose (dalla Cattedrale alla Sinagoga) e civili (basti citare i palazzi di grande lignaggio e pregio storico-architettonico che si affacciano sulla Via Mameli, il Castello in fase di recupero, il restaurato Teatro Municipale, alcune ampie o più "contenute" piazze). Tra i diversi lavori che hanno illustrato questi aspetti, è utile richiamare "Casale, immagine di una città", di Attilio Castelli e Dionigi Roggero, Edizioni Piemme, Casale Monferrato 1986. Il richiamo di Casale città d'arte, insieme a quello di un mercatino dell'antiquariato che è tra i principali del Piemonte, può benissimo "sposarsi" e abbinarsi con altri richiami del territorio circostante, tra cui, di più spiccata evidenza, anche Crea. Ma ci sono pure, tra gli altri ruoli terziari per Casale da ricordare, quelli del terziario più propriamente pubblico, che vuol dire scuola e formazione (fino alla struttura universitaria collegata all'Università del Piemonte Orientale), sanità (con la conseguenza della necessità di una strenua difesa/rafforzamento delle strutture ospedaliere attuali) e anche giudiziarie (anche nella prospettiva di nuove strutture di rilievo interprovinciale). Si tratta di un terziario che vuol dire anche ruolo del Comune di Casale al servizio dei Comuni della sua area vasta, riguardo il terreno della tematica "distrettuale" e dello sportello unico per le imprese. Esso riveste, inoltre, il ruolo di capofila dell'Associazione dei Comuni e quello di punto di riferimento, se non di coordinamento, quando si saranno "generalizzate".



La Società Mon.D.O

La Società Mon.D.O vuole proporre un'offerta particolarmente incentrata sul turismo rurale, settore ritenuto in crescita e basato sulla riscoperta del paesaggio naturale, sulla grande tradizione enogastronomica, artigianale e folkloristica. Peculiarità queste, che contribuiscono a creare una precisa identità territoriale. Le linee progettuali della società prevedono la creazione di una vera cultura dell'ospitalità, la mobilitazione dell'opinione pubblica in termini di flussi turistici, la programmazione di attività di comunicazione interne ed esterne al territorio e la definizione di standard di qualità e di tipicità. I problemi da risolvere riguardano la frequente mancanza di sinergia tra i soggetti interessati, la necessità di miglioramento della ricettività (sia alberghiera che agrituristica e di bed&breakfast) e la mancanza di una cultura dell'accoglienza. Negli ultimi anni di attività Mon.D.O ha partecipato ad alcune manifestazioni di carattere locale e ad alcuni appuntamenti nazionali: la Borsa del Turismo Enogastronomico di Riva del Garda (BITEG), il Salone del Gusto di Torino, la Fiera degli Antichi Mestieri di Conzano (AL) e Valenza Gioielli.



Influenza dello SPUN sulle principali attività produttive

La cintura industriale che si può riscontrare all'interno dell'area del casalese (più forte dello stesso Comune di Casale Monferrato e in ulteriore rafforzamento), si distende ad arco intorno a Casale, da Villanova Monferrato a Coniolo e a Morano sul Po, a Pontestura e ad Ozzano, a Terruggia, a Occimiano (se non a Mirabello), a Borgo San Martino, a Ticineto... Nell'area di Casale si è, in un certo senso più nettamente rafforzato anche l'asse industriale della Valle Cerrina, dove potremmo segnalare un "allineamento" di insediamenti industriali da Solonghello (ma si potrebbe addirittura partire da Castagnone di Pontestura) a Murisengo, naturalmente attraverso Mombello e Cerrina, che sono i Comuni centrali dell'industria della Valle Cerrina. Sono pochi gli altri "episodi" di industrializzazione al di fuori delle realtà fin qui individuate, tra i quali Conzano (se non vogliamo includerlo direttamente nella "cintura" di Casale Monferrato), Ottiglio, Vignale Monferrato...

Per il Casalese, zona eminentemente metalmeccanica, nettamente al di sopra della già elevata media provinciale, è stato realizzato il seguente prospetto con la ripartizione percentuale degli addetti al 2001 e, a titolo di raffronto, con il 1991. E' così possibile evidenziare la struttura, per addetti, dell'industria manifatturiera della zona :

	1991	2001
- metalmeccanica	52,66	61,10
- alimentari e bevande	8,42	7,58
- gomma e materie plastiche	4,81	6,03
- mobili e altre industrie manifatturiere	3,39	5,70
- legno e prodotti in legno	6,55	5,60
- lavorazione minerali non metalliferi	7,64	4,79
- abbigliamento	9,57	3,73
- editoria e stampa	3,45	2,62
- tessili	1,61	1,60
- altri settori	1,90	1,25
	100,00	100,00
valori assoluti (numero addetti)	10.351	10.114

Tabella 8: Struttura, per addetti, dell'industria manifatturiera
(Fonte: nostra elaborazione su dati ISTAT)

Nel dettaglio, a questo quadro di sintesi è necessario aggiungere, anche per poter meglio definire la dimensione della realtà analizzata:

- La presenza della testa di una società quotata che è uno dei principali player del settore a livello mondiale (La Buzzi Unicum);



- La presenza di una azienda leader mondiale in un settore a elevatissima tecnologia (La O.M. Cerutti);
- L'evoluzione significativa che è avvenuta e sta avvenendo in diverse altre realtà:
 - Il distretto del freddo innanzi tutto;
 - Il gruppo Bonzano che oggi non è più solamente specializzato nel più legno, ma anche nella logistica;
 - Il dolciario di Bistefani .

Casale - i dati

Nel periodo fra il 1951 e il 2001 l'andamento degli addetti nell'industria del Casalese è stato il seguente:

	Addetti totali	di cui: costruzioni
1951	10.429	968
1961	12.094	1.626
1971	12.506	1.610
1981	14.171	1.982
1991	13.630	1.989
2001	13.169	2.357

Le imprese artigiane (dati 2004 di fonte INPS) sono 13.215 in Provincia di Alessandria (fra queste ben 1.080 imprese orafe); sono 1.082 a Casale (e fra queste ben 297 riguardano le attività manifatturiere e 416 le costruzioni) e sono circa 2.000 nel territorio Casalese. Per quanto riguarda il reddito, la rilevazione più dettagliata viene effettuata (da Ires Piemonte) sui Sistemi Locali del Lavoro (aggregazioni territoriali omogenee) e la più recente, del 2002, colloca Casale Monferrato al settimo posto tra i cinquanta sistemi del lavoro con un reddito procapite di € 23.879 (si va, in Piemonte, dai € 27.912 di Alba ai € 10.301 di Santa Maria Maggiore in provincia di Verbania). La popolazione conta più di settantamila unità. Infatti, alla fine del 2004, i residenti dei 45 Comuni che compongono il territorio Casalese nella provincia di Alessandria sono 73.884, e di questi, 35.328 risiedono nel capoluogo (un dato praticamente invariato rispetto al censimento del 2001 quando, i residenti di Casale, erano 35.244. Al censimento del 1981, Casale aveva più di 40mila residenti, precisamente 41.899). Relativamente i dati del lavoro, si vedano le immagini che seguono, riguardanti le procedure di assunzione del C.P.I di Casale Monferrato. Si sottolinea, in particolare che, la maggioranza degli assunti, (trend storico dal 2000 al 2003) riguarda sempre occupati



dell'industria - siamo in tutti gli anni sempre sopra al 50%, con una punta del 59,7% nel 2001- e che, sette nuovi assunti, uomini, su dieci, vengono impiegati nell'industria, ogni anno. Nel 2003 su 8161 nuove procedure di assunzione 4455 riguardano l'industria. Ancora, è interessante la statistica relativa alle assunzioni di categorie particolari, che corregge, in parte, alcuni luoghi comuni: non si può parlare, fino al 2003, di "boom" dell'interinale (erano il 10,3% dei lavoratori nel 2000 e il 13% nel 2003) così come, sono sostanzialmente costanti i dati sulle assunzioni a tempo determinato (il massimo è nel 2003, con il 68,8% e 5615 lavoratori, ma il dato superiore al 60% vale per tutti gli anni). Avvincente, è anche il dato, più recente, di raffronto fra le assunzioni del primo trimestre 2005 e del primo semestre 2006. Nel primo semestre 2006, sono 1429 i neoassunti dell'industria, su un totale di 2745 procedure di assunzione (dato sostanzialmente invariato rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente). Altra analisi che appare interessante è quella condotta per categorie di età dove, gli assunti nella fascia 35-49 anni, sono altrettanto numerosi di quelli della fascia 25-34. Ancora, sono più di duemila le assunzioni a tempo determinato (e quasi il 79% delle assunzioni totali) mentre aumenta notevolmente il ricorso al lavoro interinale (780 procedure di assunzione cioè il 28,4% del totale).

C.P.I. di CASALE M. PROCEDURE DI ASSUNZIONE PER SESSO, SECONDO VARIE MODALITA'												
	Anno 2000			Anno 2001			Anno 2002			Anno 2003		
	M	F	TOT									
Agricoltura	294	156	450	252	161	413	309	162	471	248	123	371
Industria	3.638	2.092	5.730	3.552	2.067	5.619	3.242	1.557	4.799	3.071	1.384	4.455
Servizi	1.177	2.347	3.524	1.257	2.123	3.380	1.194	2.249	3.443	1.156	2.179	3.335
Dati mancanti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15-24 a.	1.762	1.416	3.178	1.637	1.277	2.914	1.465	1.080	2.545	1.335	860	2.195
25-34 a.	1.797	1.704	3.501	1.721	1.607	3.328	1.630	1.472	3.102	1.509	1.395	2.904
35-49 a.	1.181	1.241	2.422	1.309	1.227	2.536	1.263	1.159	2.422	1.204	1.160	2.364
50 a e oltre	369	234	603	394	240	634	387	257	644	427	271	698
Dati mancanti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Apprendisti	740	642	1.382	695	522	1.217	522	400	922	529	385	914
Soci cooperativa	80	244	324	66	167	233	84	285	369	77	254	331
Lavoro interinale	637	365	1.002	493	448	941	592	455	1.047	674	385	1.059
Lav. extracomunitari	508	206	714	552	232	784	888	528	1.416	650	365	1.015
Part-time	224	833	1.057	216	801	1.017	330	1.009	1.339	264	945	1.209
Tempi determinati	3.131	3.001	6.132	3.162	3.083	6.245	2.850	2.542	5.392	3.111	2.504	5.615
TOT procedure	5.109	4.595	9.704	5.061	4.351	9.412	4.745	3.968	8.713	4.475	3.686	8.161
TOT persone assunte	4.115	3.577	7.692	4.155	3.344	7.499	4.010	3.232	7.242	3.609	2.932	6.541

Elaborazione ORML su dati Amministrazioni Provinciali

Figura 10: Procedure di assunzione per sesso, secondo varie modalità.



C.P.I. di CASALE M. - PROCEDURE DI ASSUNZIONE COMPOSIZIONE % PER SETTORE, ETA', TIPO												
	Anno 2000			Anno 2001			anno 2002			anno 2003		
	M	F	TOT									
Agricoltura	5,8	3,4	4,6	5,0	3,7	4,4	6,5	4,1	5,4	5,5	3,3	4,5
Industria	71,2	45,5	59,0	70,2	47,5	59,7	68,3	39,2	55,1	68,6	37,5	54,6
A.Attività	23,0	51,1	36,3	24,8	48,8	35,9	25,2	56,7	39,5	25,8	59,1	40,9
15-24 a.	34,5	30,8	32,7	32,3	29,3	31,0	30,9	27,2	29,2	29,8	23,3	26,9
25-34 a.	35,2	37,1	36,1	34,0	36,9	35,4	34,4	37,1	35,6	33,7	37,8	35,6
35-49 a.	23,1	27,0	25,0	25,9	28,2	26,9	26,6	29,2	27,8	26,9	31,5	29,0
50 a.e oltre	7,2	5,1	6,2	7,8	5,5	6,7	8,2	6,5	7,4	9,5	7,4	8,6
ASSUNZIONI DI CATEGORIE PARTICOLARI Incidenza % sul totale												
Apprendisti	14,5	14,0	14,2	13,7	12,0	12,9	11,0	10,1	10,6	11,8	10,4	11,2
Soci coop	1,6	5,3	3,3	1,3	3,8	2,5	1,8	7,2	4,2	1,7	6,9	4,1
Interinale	12,5	7,9	10,3	9,7	10,3	10,0	12,5	11,5	12,0	15,1	10,4	13,0
Extracom.	9,9	4,5	7,4	10,9	5,3	8,3	18,7	13,3	16,3	14,5	9,9	12,4
Part-time	4,4	18,1	10,9	4,3	18,4	10,8	7,0	25,4	15,4	5,9	25,6	14,8
Tempi det.	61,3	65,3	63,2	62,5	70,9	66,4	60,1	64,1	61,9	69,5	67,9	68,8
Elaborazione ORML su dati Amministrazioni Provinciali												

Figura 11: Procedure di assunzione composizione % per settore, età, tipo

C.P.I. CASALE M. PROCEDURE DI ASSUNZIONE PER SESSO, SECONDO VARIE MODALITA'												
	1° Trimestre 2005			1° Trimestre 2006			Variazione					
	M	F	TOT	M	F	TOT	MASCHI		FEMMINE		TOTALE	
							v.ass.	val.%	v.ass.	val.%	v.ass.	val.%
Agricoltura	78	51	129	115	54	169	37	47,4	3	5,9	40	31,0
Industria	969	527	1.496	915	514	1.429	-54	-5,6	-13	-2,5	-67	-4,5
Servizi	291	318	609	293	410	703	2	0,7	92	28,9	94	15,4
Dati mancanti	219	296	515	233	211	444	14	6,4	-85	-28,7	-71	-13,8
15-24 a.	381	227	608	373	197	570	-8	-2,1	-30	-13,2	-38	-6,3
25-34 a.	529	449	978	501	463	964	-28	-5,3	14	3,1	-14	-1,4
35-49 a.	484	423	907	500	427	927	16	3,3	4	0,9	20	2,2
50 a.e oltre	163	93	256	181	101	282	18	11,0	8	8,6	26	10,2
Dati mancanti				1	1	2	1		1		2	
Apprendisti	104	86	190	114	80	194	10	9,6	-6	-7,0	4	2,1
Soci cooperativa	2	6	8	28	34	62	26	1300,0	28	466,7	54	675,0
Lavoro interinale	420	293	713	449	331	780	29	6,9	38	13,0	67	9,4
Lav.extracomunitari	259	150	409	273	134	407	14	5,4	-16	-10,7	-2	-0,5
Part-time	85	319	404	87	293	380	2	2,4	-26	-8,2	-24	-5,9
Tempi determinati	1.184	904	2.088	1.208	946	2.154	24	2,0	42	4,6	66	3,2
TOT procedure	1.557	1.192	2.749	1.556	1.189	2.745	-1	-0,1	-3	-0,3	-4	-0,1
TOT persone assunte	1.462	1.051	2.513	1.422	1.030	2.452	-40	-2,7	-21	-2,0	-61	-2,4
Elaborazione ORML su dati Amministrazioni Provinciali												

Figura 12: Procedure di assunzione per sesso, secondo varie modalità

**La dimensione delle imprese**⁶

L'elaborazione si basa sui dati di fonte ISTAT del censimento 2001 (gli ultimi disponibili con, a livello comunale, una specificità di imprese - per la precisione di unità locali, quindi

⁶ Distinguendo tra "tipologia" di imprese, a livello della Provincia di Alessandria, per un totale di 47.906 imprese, queste si possono suddividere così: (Dati CESOR 2006)

	Soc di capitali	Soc di persone	Imprese individuali	Altre	Totale
TOTALE PROVINCIALE	5282	10047	31808	769	47906
ACQUI	345	873	4718	67	6003
ALESSANDRIA	1557	2733	7969	300	12559
CASALE	912	1906	5397	107	8322
NOVI	605	1449	4167	109	6330
OVADA	233	627	2273	36	3169
TORTONA	1084	1396	5273	110	7863
VALENZA	546	1063	2011	40	3660

In dati percentuali il Casalese conta per il 17,37% delle imprese della Provincia, in ordine decrescente, la seconda area, in ordine di concentrazione imprenditoriale, subito dopo la zona di Alessandria. Le imprese attive, a fine 2005 nella zona del Casalese, ripartite per ogni Comune sono le seguenti:

ALFIANO NATTA	0	12	92	1	105
ALTAVILLA MONFERRATO	1	8	62	2	73
BALZOLA	3	13	74	2	92
BORGO SAN MARTINO	12	40	103	1	156
BOZZOLE	2	6	22	0	30
CAMAGNA MONFERRATO	4	8	57	1	70
CAMINO	3	7	91	0	101
CASALE MONFERRATO	630	1218	1818	65	3731
CASTELLETTO MERLI	4	8	81	0	93
CELLA MONTE	0	8	59	0	67
CERESETO	6	12	72	0	90
CERRINA	8	23	173	1	205
CONIOLO	11	6	34	0	51
CONZANO	6	17	81	0	104
FRASSINELLO MONFERRATO	2	10	84	1	97
FRASSINETO PO	6	15	121	1	143
GABIANO	4	10	177	2	193
GIAROLE	6	13	34	1	54
MIRABELLO MONFERRATO	10	25	78	1	114
MOMBELLO MONFERRATO	8	17	137	1	163
MONCESTINO	0	3	33	0	36
MORANO SUL PO	10	25	76	1	112
MURISENGO	8	29	230	2	269
OCCIMIANO	29	42	86	4	161
ODALENGO GRANDE	0	7	83	0	90
ODALENGO PICCOLO	0	1	41	0	42
OLIVOLA	1	1	20	0	22
OTTIGLIO	7	16	80	2	105
OZZANO MONFERRATO	3	37	117	1	158
POMARO MONFERRATO	6	9	32	2	49
PONTESTURA	11	30	101	2	144
PONZANO MONFERRATO	2	2	44	0	48
ROSIGNANO MONFERRATO	7	27	150	3	187
SALA MONFERRATO	1	9	76	0	86
SAN GIORGIO MONFERRATO	18	34	86	1	139
SERRALUNGA DI CREA	7	19	60	1	87
SOLOGHELLO	2	4	30	0	36
TERRUGGIA	15	29	62	1	107
TICINETO	17	18	87	1	123
TREVILLE	3	2	29	0	34
VALMACCA	5	15	94	2	116
VIGNALE MONFERRATO	8	27	119	2	156
VILLAMIROGLIO	0	4	46	0	50
VILLANOVA MONFERRATO	22	27	104	1	154



con sede operativa sul territorio - suddivise sia per dimensione che per attività).

I dati esaminati, in primis, sono quelli che riguardano il comune di Casale Monferrato (in seguito, si potrà vedere che, per i principali comuni del casalese, quel che si verifica nel capoluogo è, in linea di massima, ripetibile). Dall'analisi svolta, è possibile costruire due prime tabelle classificando le unità locali manifatturiere, con i rispettivi addetti, introducendo una specifica suddivisione per il settore delle costruzioni, e indicando i dati, sia in valore assoluto, sia in percentuale:

	TOTALE		di cui COSTRUZIONI		progressivo	
	U.L.	ADDETTI	U.L.	ADDETTI	U.L.	ADDETTI
1	350	350	200	200	350	350
2	139	278	57	114	489	628
3-5	147	546	71	263	636	1.174
6-9	67	468	25	173	703	1.642
10-15	56	687	24	297	759	2.329
16-19	16	274	6	106	775	2.603
20-49	18	510	3	68	793	3.113
50-99	4	238	1	52	797	3.351
100-199	4	514			801	3.865
200-249	1	213			802	4.078
250-499	1	440			803	4.518
500-999	1	507			804	5.025
	804	5.025	387	1.273		

Tabella 9: Unità locali manifatturiere, con i rispettivi addetti. Dati in valore assoluto

	TOTALE		di cui COSTRUZIONI		progressivo	
	U.L.	ADDETTI	U.L.	ADDETTI	U.L.	ADDETTI
1	43,53%	6,97%	51,68%	15,71%	43,53%	6,97%
2	17,29%	5,53%	14,73%	8,96%	60,82%	12,50%
3-5	18,28%	10,87%	18,35%	20,66%	79,10%	23,36%
6-9	8,33%	9,31%	6,46%	13,59%	87,44%	32,68%
10-15	6,97%	13,67%	6,20%	23,33%	94,40%	46,35%
16-19	1,99%	5,45%	1,55%	8,33%	96,39%	51,80%
20-49	2,24%	10,15%	0,78%	5,34%	98,63%	61,95%
50-99	0,50%	4,74%	0,26%	4,08%	99,13%	66,69%
100-199	0,50%	10,23%	0,00%	0,00%	99,63%	76,92%
200-249	0,12%	4,24%	0,00%	0,00%	99,75%	81,15%
250-499	0,12%	8,76%	0,00%	0,00%	99,88%	89,91%
500-999	0,12%	10,09%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%		

Tabella 10: Unità locali manifatturiere, con i rispettivi addetti. Dati in percentuale



Abbiamo, dunque, 804 unità locali nel Comune di Casale e di queste ben 350, vale a dire, il 43,53% del totale, hanno un solo addetto (il 6,79% sul totale dei 5.025 addetti). Di queste, la maggioranza (ben 200), appartiene al settore delle costruzioni. In complesso l'87,44% delle unità locali nel Comune di Casale ha meno di 10 addetti (parliamo di 703 delle 804 unità locali censite) e dà lavoro al 32,68% degli addetti (2.329 in termini assoluti). Contiamo poi 90 aziende che hanno tra i 10 e i 49 dipendenti, e arriviamo con le imprese che hanno meno di 50 dipendenti al 98,63% delle unità locali presenti nel Comune di Casale (queste aziende danno lavoro al 61,95% degli occupati casalesi). Aggiungiamo al conto, 4 unità locali con un numero di dipendenti compreso tra 50 e 99 (una di esse è inserita nel campo delle costruzioni), altre 5 che hanno fra i 100 e i 250 dipendenti, 1 che ha tra i 250 e i 499 dipendenti e una (di poco) oltre i 500. Le stesse tabelle sono state costruite per gli altri principali Comuni della zona.

A Cerrina si rileva che il 98,15% delle unità locali ha meno di 50 dipendenti e occupa il 43,97% degli addetti (questo, nonostante nel 2001, fosse ancora presente "in forze" - con oltre 250 addetti - un'unità locale censita nel settore di attività DL "Fabbricazione di macchine elettriche e di apparecchiature elettriche, elettroniche ed ottiche").

Coniolo presenta 2 delle 17 unità locali con più di 200 addetti, e il 18% delle imprese ha una dimensione superiore ai 50 dipendenti (le aziende con più di 50 dipendenti occupano più dell'85% degli addetti).

Nel Comune di Mirabello tutte le unità locali hanno meno di 100 dipendenti e, 33 delle 34 censite, hanno meno di 50 dipendenti (esse occupano il 62,82% dei 234 lavoratori).

Nel Comune di Morano sul Po nessuna unità ha più di 49 dipendenti e, delle 29 censite (di cui 14 appartenenti al settore delle costruzioni), sono solo 3 quelle che hanno un numero di dipendenti compreso tra 20 e 49 (occupando il 53% circa dei 168 lavoratori).

Anche a Murisengo, delle 55 unità locali, solo una si inserisce nella classe fra 50 e 99 dipendenti, tutte le altre hanno, al massimo, 15 dipendenti.

Il Comune di Occimiano presenta una frequenza lievemente maggiore di unità locali di dimensioni più grandi perché 4 delle 45 presenti nel territorio, superano i 50 addetti (dando lavoro a quasi il 60% dei dipendenti lì attivi). Ha comunque meno di 50 addetti il 91,11% delle unità locali (e i due terzi giusti hanno meno di 10 addetti).



San Giorgio presenta 30 unità locali, 28 delle quali con meno di 50 dipendenti (e 27 su trenta con meno di 15 dipendenti) mentre le due rimanenti stanno entrambe nella categoria fra 250 e 499 dipendenti (e occupano più dell'ottanta per cento degli addetti).

Il Comune di Ticineto presenta 37 delle 38 unità locali con meno di 50 dipendenti, mentre, l'unica che fa eccezione, sta nella categoria fra 250 e 499 dipendenti (occupando più del 30% degli addetti).

Anche Villanova presenta aziende di dimensioni (lievemente) più grandi, dato che 5 delle 36 unità locali hanno più di 50 dipendenti (nessuna supera i 250, alla data del censimento). Comunque anche qui, l'86,11% delle imprese è sotto i 50 dipendenti confermando un trend già individuato per il capoluogo e che vale per tutto il territorio casalese (e, allargando lo sguardo, per tutta la Provincia).

L'appartenenza settoriale

Realizzando una tabella in cui vengano suddivise le unità locali oltre, che per dimensione, per appartenenza al settore di attività (manifatturiero, poiché di quelle delle costruzioni si è già detto sopra), è possibile rilevare che le più grandi, cioè le tre unità locali che superano i 200 addetti, sono tutte meccaniche e che, la più grande delle aziende non-meccaniche ha (solo) 52 addetti. Una notevole varietà di appartenenza settoriale si nota fra le manifatturiere più piccole. Per quanto riguarda gli altri Comuni analizzati, (di Cerrina s'è già detto) Coniolo si caratterizza per la presenza dell'azienda più grande nel settore del "legno"; a Mirabello le due aziende più grandi fanno capo al settore "Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche"; a Occimiano tra le aziende meccaniche spicca la presenza, nella classe dimensionale fra 100 e 199 addetti, di un'impresa della categoria "Fabbricazione di mezzi di trasporto" (rimanendo, per altro, in una delle peculiari specialità produttive del casalese, visto che si tratta di mezzi di trasporto del c.d. settore del "freddo"). Sono meccaniche le due imprese più grandi del Comune di San Giorgio mentre la terza, per dimensioni (nella classe fra 20 e 49 dipendenti), appartiene al settore delle costruzioni. Anche a Ticineto, infine, l'unità locale più grande appartiene al settore meccanico (è rilevante, inoltre, la presenza di imprese di costruzioni). Si rimanda comunque, per l'appartenenza settoriale, soprattutto, all'interessante elaborazione storica realizzata da CEDRES (il Centro Studi della Provincia di Alessandria) riportata sotto.



	Dim.	1	2	3-5	6-9	10-15	16-19	20-49	50-99	100-199	200-249	250-499	500-999	
DA	U.L.	4	13	17	4	1	1	1						41
	ADD.	4	26	62	28	14	16	22						172
DB	U.L.	16	13	8	5	4	1	2						49
	ADD.	16	26	29	35	45	17	73						241
DC	U.L.	1		1	1	1								4
	ADD.	1		3	7	13								24
DD	U.L.	9	6	4		1	1	1						22
	ADD.	9	12	13		15	18	29						96
DE	U.L.	10	5	4	1	1	1		1					23
	ADD.	10	10	17	7	13	16		52					125
DG	U.L.			1	1		1							3
	ADD.			4	8		18							30
DH	U.L.	1	3	2	2	3	1							12
	ADD.	1	6	9	14	34	17							81
DI	U.L.	4	3	4		2	1	2		1				17
	ADD.	4	6	16		24	16	48		105				219
DJ	U.L.	24	5	15	6	9	1	3						63
	ADD.	24	10	59	44	114	17	67						335
DK	U.L.	22	13	9	8	6	2	3		2		1	1	67
	ADD.	22	26	32	58	69	33	99		303		440	507	1.589
DL	U.L.	34	17	7	5	2		1		1	1			68
	ADD.	34	34	23	35	25		36		106	213			506
DM	U.L.				1			1						2
	ADD.				6			48						54
DN	U.L.	24	4	3	6	2		1						40
	ADD.	24	8	12	40	24		20						128

Tabella 11: Elaborazione storica elaborata da CEDRES

DA - Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco

DB - Industrie tessili e dell'abbigliamento

DC - Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e similari

DD - Industria del legno e dei prodotti in legno

DE - Fabbricazione della pasta-carta, della carta e del cartone, dei prodotti di carta; stampa ed editoria

DG - Fabbricazione di prodotti chimici e di fibre sintetiche ed artificiali

DH - Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche

DI - Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi

DJ - Metallurgia, fabbricazione di prodotti in metallo

DK - Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici



DL - Fabbricazione di macchine elettriche e di apparecchiature elettriche, elettroniche ed ottiche

DM - Fabbricazione di mezzi di trasporto

DN - Altre industrie manifatturiere

Dati CEDRES

Esaminando i dati forniti dal CEDRES e conducendo un'analisi sui mutamenti intervenuti (fra il 1951, il 1981 e il 2001) all'interno dei vari settori, si rileva la capacità, dell'industria casalese che ha perso buona parte del settore merceologico del cemento, di ricollocarsi, dimostrandosi capace di svilupparsi in settori di eccellenza (si noti che nel 1951 la lavorazione dei minerali e l'estrattiva pesavano per quasi il 45%, percentuale che scende al 3,8% nel 2001; la meccanica, al contrario, sale dal 9,4% al 50,9%);

Una seconda tabella, che ricostruisce gli addetti delle imprese nei principali Comuni, rileva che il capoluogo perde, nel tempo, peso percentuale (valeva il 62,6% del casalese nel 1951, poi il 56,4% nel 1981, ora il 40,9%);

	1951	1981	2001
Estrattive	4,7	0,6	0,1
Alimentari	7,3	5,1	5,8
"Made in Italy"	22,6	15,7	10,4
Carta, editoria	3,7	4,4	2,6
Metalmecanica	9,4	34,6	50,9
Lavorazione miner.	39,7	13,4	3,7
Chimica, gomma, plastica, varie	1,7	9,7	7,4
"Utility"	1,6	2,5	1,2
Costruzioni	9,3	14,0	17,9
	100,0	100,0	100,0

Tabella 12: Mutamenti avvenuti all'interno dei vari settori. Dati in percentuale



1951			1981			2001		
N.	Comuni	Addetti	N.	Comuni	Addetti	N.	Comuni	Addetti
	Casalese			Casalese			Casalese	
1	Casale Monferrato	6.531	1	Casale Monferrato	7.458	1	Casale Monferrato	5.388
2	Ozzano Monferrato	769	2	Villanova Monferrato	733	2	Villanova Monferrato	881
3	Morano Po	548	3	S. Salvatore Monferrato	649	3	S. Giorgio Monferrato	835
4	S. Salvatore Monferrato	366	4	Coniolo	602	4	Occimiano	727
	Totale	8.214	5	Occimiano	539	5	Coniolo	706
	Totale Casalese	10.429	6	Cerrina Monferrato	522	6	Ticineto	699
	% Casale su Casalese	62,6	7	Ticineto	502	7	S. Salvatore Monferrato	603
			8	S. Giorgio Monferrato	501	8	Cerrina Monferrato	478
			9	Morano Po	294	9	Castelletto Monferrato	287
			10	Castelletto Monferrato	267	10	Conzano	264
			11	Pontestura	260	11	Terruggia	258
			12	Mirabello Monferrato	241	12	Mirabello Monferrato	237
			13	Murisengo	219	13	Pontestura	227
			14	Ozzano Monferrato	218		Totale	11.590
			15	Mombello Monferrato	209		Totale Casalese	13.169
				Totale	13.214		% Casale su Casalese	40,9
				Totale Casalese	14.171			
				% Casale su Casalese	56,4			

Tabella 13: Addetti delle imprese nei principali settori

AZIENDE CASALESI NEL 1939-'40	Comune	Produzione	Addetti	Addetti
Denominazione sociale			u. l.	Impresa
S. A. Unione Cementi Marchino	Casale M.	Calce e cemento	681	
	Morano Po	Calce e cemento	542	
	Ozzano M.	Calce e cemento	307	
	Casale M.	Calce e cemento	246	1.776
S. A. Eternit	Casale M.	Eternit	1.520	
	Pontestura	Eternit	115	1.635
S. A. Italcementi	Ozzano M.	Calce e cemento	358	
	Casale M.	Calce e cemento	225	583
S. A. Manifattura Seta	Casale M.	Seta artificiale	523	523
S. A. Milanese e Azzi	Casale M.	Calce e cemento	284	
	Ozzano M.	Calce e cemento	125	409
Fratelli Barbero	Casale M.	Calce e cemento	186	
	Casale M.	Calce	82	
	Ozzano M.	Calce	16	284
Fratelli Buzzi	Casale M.	Calce e cemento	135	
	Camino	Calce e cemento	89	224
Fratelli Moranti	Borgo S. M.	Imballaggi	212	
S. A. Fratelli Palli Caroni Deaglio	Casale M.	Calce e cemento	187	
Gabba e Maglietta	Casale M.	Calce e cemento	116	
Manifattura Prodotti Carta (SANBER)	Casale M.	Scatolificio	113	
Fabbrica Italiana Sacchi Ercole	Casale M.	Sacchi carta	103	
Forni Calce e Cementi del Monferrato Victoria	Camino	Calce e cemento	67	
Francesco Lavaggi e Figlio	Casale M.	Fiammiferi	64	
S. A. Industria Estrazione Ghiaia	Casale M.	Cava	64	



Angelo Musso	Alfiano Natta	Cava	63
Fratelli Giorcelli	Casale M.	Abiti in serie	59
S. A. Piemontese Calce e Cementi	Casale M.	Calce e cemento	56
Fratelli Sigliano	Casale M.	Fonderia	51
Calzaturificio Sedula di Giovanni Piasco	Casale M.	Calzature	46
S. A. Industria Cioccolato Principe	Casale M.	Cioccolato	45
S. A. Impresa Liberti Felice	Casale M.	costruzioni edilizie	45
S. A. Montecatini	Casale M.	Prodotti chimici	43
Antonio Greppi	Frassineto Po	Costruzioni edilizie	41
Federico Barbano	Casale M.	costruzioni edilizie	37
Società Italiana per il Gas	Casale M.	Gas	36
Successori Calandra Deodato e C.	Ottiglio	Laterizi	34
Pietro Quarello	Casale M.	Cava	33
Ernesto Bolloli	Occimiano	Laterizi	30
Silvio Capra	Valmacca	Imballaggi	28
Luigi Giglio	Mirabello M.	Laterizi	27
Guerrieri Percivalle e C.	Casale M.	Lavori in cemento	27
Maddalena, Greco e Rossi	Casale M.	Igiene ambientale	27
S. A. Molino al Valentino	Casale M.	Mulino	25
Cesare Scagliotti	Ticineto	Costruzioni edilizie	25
Pietro Costa	Rosignano M.	Costruzioni edilizie	25
Giovanni Cerutti	Casale M.	Meccanica	24
S. A. Produzione e Commercio Materiali Edilizie	Casale M.	Laterizi	23
S. A. Cementifera Italiana	Casale M.	Lavori in cemento	23
Stabilimento Arti Grafiche	Casale M.	Tipografia	21
La Piemontese	Casale M.	Prodotti zuccherati	21
Unione Tipografica Botto Alessio e C.	Casale M.	Tipografia	20
Miglietta Milano e C.	Casale M.	Tipografia	20
Calzificio Casalese Fratelli Toni	Casale M.	Calzificio	20
Marioni e Debernardi	Castelletto M.	Laterizi	20
Carlo Illengo e Figli	Cereseto M.	Gesso	20
Carlo Zavattaro	Ozzano M.	Costruzioni edilizie	20

Tabella 14: Aziende casalesi negli anni 1939-1940

AZIENDE CASALESI NEL 1965	Comune	Produzione	Addetti
Denominazione sociale			
Eternit Spa	Casale M.	Cemento-amianto, cemento, plastica	1.700
Officine Meccaniche Giovanni Cerutti Spa	Casale M.	Macchine grafiche e cartotecniche	500
Unione Cementi Marchino Spa	Morano Po	Leganti idraulici, cemento	300
Bonzano Enrico e Figli	Casale M.	Compensato, imballaggi, legnami	250
FRANGER FRIGOR Spa	Casale M.	Elettrodomestici	240
SANBER Spa	Casale M.	Manifattura prodotti cartone ondulato	230
Stabilimento Grafico Marietti	Casale M.	Tipografia	170
I.B.L.	Coniolo	Compensati e affini	160
PATELEC-CEM Spa	Cerrina M.	Conduttori elettrici, cablaggi elettrici	150
Fratelli Buzzi Spa	Casale M.	Cementi	150
Unione Cementi Marchino Spa	Casale M.	Leganti idraulici, cemento	150
ROTOMECC Spa	S. Giorgio M.	Costruzioni meccaniche, elettriche	140
Milanese & Azzi Spa	Casale M.	Calce e cementi	130



Società Elettrotecnica Padana	Casale M.	Produzioni elettriche	120
Eternit Spa	Ozzano M.	Cemento-amianto, cemento, plastica	120
Fratelli Bargerò Spa	Casale M.	Calce e cementi	120
MONDIAL FRIGOR Srl	Casale M.	Elettrodomestici	100
LINCLALOR	Casale M.	Confezioni	100
Manifattura LINFLEUR Snc	Casale M.	Confezioni	100
Tubi Gomma Torino Sas	Casale M.	Lavorazione gomma	90
Ambrogio Giorcelli e Figli	Casale M.	Confezioni	90
Poletti e Osta	Casale M.	Impianti elettrici	80
LINCLALOR dei Fratelli Giambruno	Casale M.	Confezioni	80
Elettromeccanica Padana Srl	Casale M.	Apparecchiature elettriche	70
SMYTH Europea	Casale M.	Macchine per arti grafiche	70
FRAMAR Sas	Casale M.	Articoli casalinghi e da campeggio	70
REGAL STYLE Sas	Mirabello M.	Articoli regalo	70
SANBER PLAST Sas	Casale M.	Lavorazione materie plastiche	70
NUTRALGUM Spa	Casale M.	Prodotti chimici	70
Cementeria Italiana FIBRONIT Spa	Casale M.	Cementeria	70
Bazzi Fratelli G. e L.	Casale M.	Officina meccanica carpenteria	60
LEGNIDUSTRIA di Bonzano e C. Sas	Coniolo	Lavorazione legno, imballaggi	60
S.I.C. Scuola Italiana Ceramica	Casale M.	Ceramiche artistiche	60
Salumificio Luigi Mantelli	Casale M.	Salumificio	60
Ideal Frigor Snc	Casale M.	Frigoriferi industriali	50
IMP	Casale M.	Gru industriali	50
FRAMEC Spa	Casale M.	Apparecchiature frigorifere industriali	50
Francesco Vignola e Figlio	Villanova M.	Riseria	50

Tabella 15: Aziende casalesi nel 1965

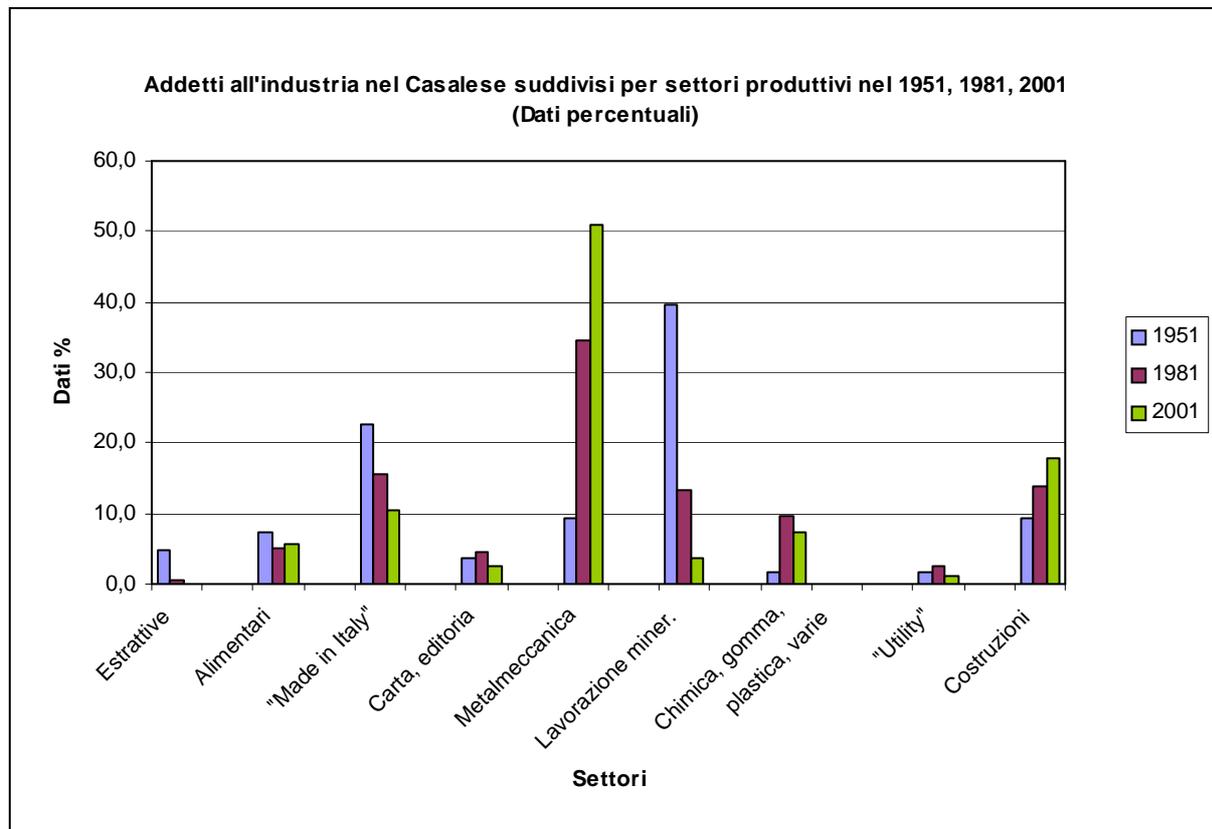


Figura 13: Grafico elaborato da CEDRES



Lo sviluppo imprenditoriale nell'area dello SPUN

Come si può evincere dai dati riportati di seguito, l'anagrafe delle imprese ha rilevato un incremento dello 0,56% nell'area in cui lo SPUN opera. Una delle motivazioni di questo incremento va sicuramente individuata nell'ottima assistenza e consulenza che lo SPUN offre alle start-up, semplificandone i processi burocratici propedeutici all'avvio dell'attività. Un'altra motivazione risiede nell'importantissima funzione promozionale che ricopre e che permette di intercettare molti potenziali interessati.

		2000	2003	2006
1	ALFIANO NATTA	105	105	108
2	BALZOLA	91	90	85
3	BORGO SAN MARTINO	156	161	169
4	BOZZOLE	25	30	25
5	CAMINO	95	94	94
6	CASALE MONFERRATO	3.550	3.718	3.847
7	CASTELLO DI ANNONE	196	201	194
8	CELLA MONTE	75	64	61
9	CERESETO	89	86	91
10	CERRINA	203	202	204
11	CERRO TANARO	59	53	54
12	CONIOLO	41	53	40
13	FRASSINETO PO	138	149	142
14	GABIANO	193	193	189
15	GIAROLE	58	53	57
16	MIRABELLO MONFERRATO	116	104	115
17	MOMBELLO MONFERRATO	176	168	163
18	MONCESTINO	37	34	33
19	MORANO SUL PO	111	115	118
20	MURISENGO	263	265	266
21	OCCIMIANO	155	162	171
22	ODALENGO PICCOLO	43	38	39
23	OTTIGLIO	113	102	102
25	OZZANO MONFERRATO	156	158	159
26	POMARO MONFERRATO	52	54	52
27	PONTESTURA	141	142	141
28	PONZANO MONFERRATO	45	48	52
29	REFRANCORE	145	146	156
30	ROCCHETTA TANARO	192	178	182
31	ROSIGNANO MONFERRATO	185	185	177
32	SALA MONFERRATO	88	80	81
33	SAN GIORGIO MONFERRATO	132	138	134
34	SERRALUNGA DI CREA	88	89	92
35	SOLOGHELLO	38	35	35
36	TERRUGGIA	105	103	114
37	TICINETO	124	125	130
38	TREVILLE	37	33	29
38	VALMACCA	129	111	102
39	VIGNALE MONFERRATO	152	156	156
40	VILLADEATI	78	78	78
41	VILLAMIROGLIO	48	49	48
42	VILLANOVA MONFERRATO	152	154	167
43	TOTALE	8.175	8.302	8.452
	TASSO CRESCITA MEDIA AREA	0,56%		

Tabella 16: Crescita industriale (Fonte Dati CCIAA Alessandria)

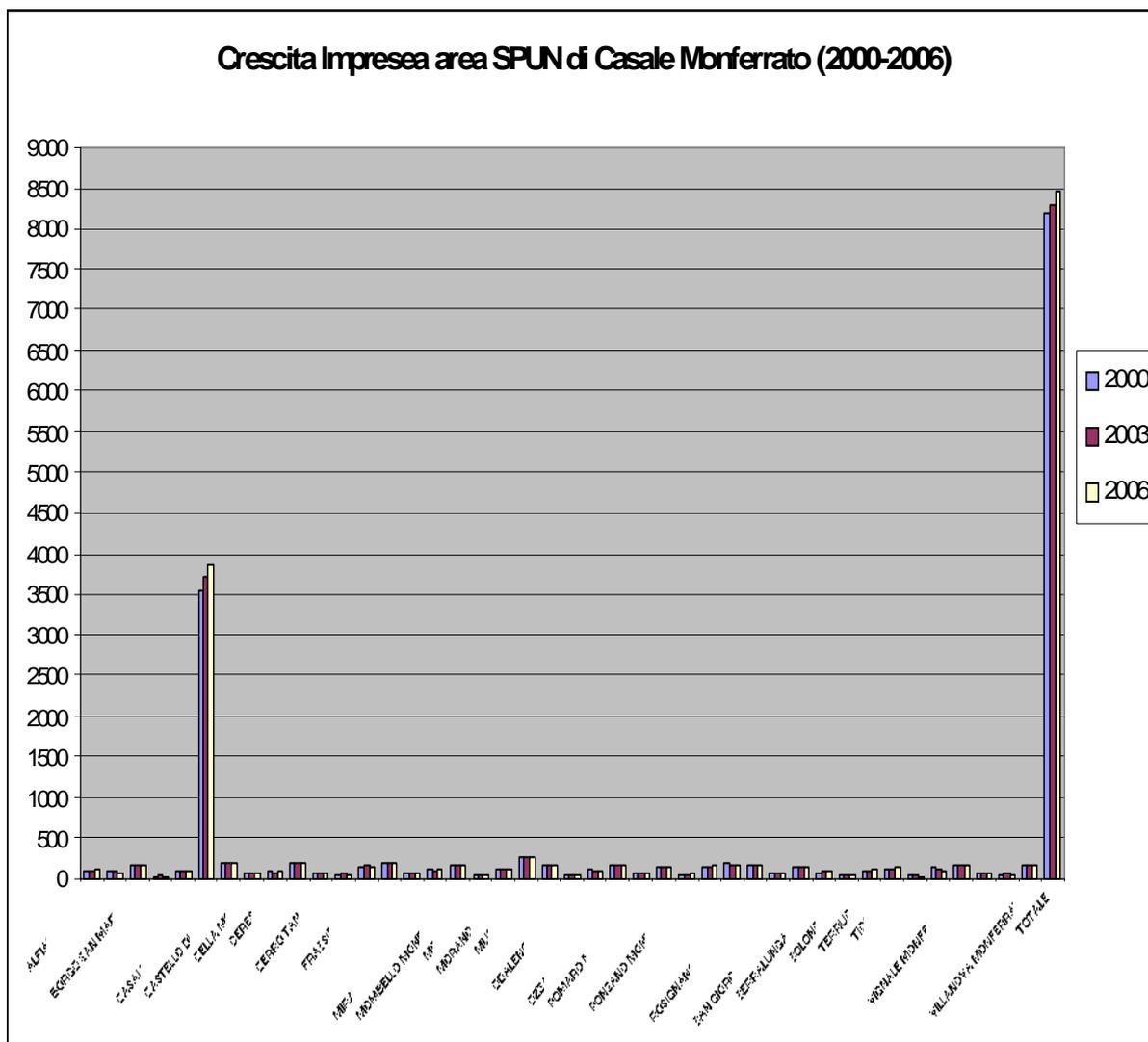


Figura 14: Crescita delle imprese nell'area SPUN di Casale Monferrato



IV. QUALITÀ DELLA VITA: CULTURA E TURISMO

Analisi dei flussi turistici

Quadro generale

Il turismo è un settore dell'economia in costante crescita a livello globale. Un aumento dello stesso si è registrato anche in zone, fino a pochi anni fa, escluse dai circuiti internazionali. Secondo i dati della *World Tourism Organization*, e dell'Osservatorio Turistico Regionale, gli arrivi internazionali in Piemonte, nel 2005⁷, sono aumentati del 14,51% rispetto al 2004, e stanno, tuttora, aumentando. Il merito è dovuto, in gran parte, all'evento olimpico in quanto è riuscito a creare una buona immagine della Regione e di Torino, ma non solo. Si è assistito, infatti, ad un aumento per quanto riguarda le strutture di ricezione che hanno aumentato la disponibilità dei posti letto del 2,83%⁸. Relativamente la permanenza media dei turisti e l'uso medio delle strutture ricettive, esse sono pari a 3,2 giorni, al di sotto della media nazionale che è di 4,4 giorni. Certamente, un problema significativo permane la dimensione "stagionale" del turismo in Piemonte, che si concentra prevalentemente nelle aree montane, sui laghi, nelle aree collinari d'eccellenza (le Langhe e Il Monferrato) e nella città di Torino. Il 58,57% degli arrivi è italiano, mentre, tra le provenienze straniere prevalgono quelle dalla Germania (10%); le provenienze dalla Francia e dalla Svizzera sono invece molto basse, essendo questi Paesi diretti *competitor* del Piemonte per alcuni prodotti turistici quali, ad esempio, il turismo fluviale e congressuale. Per quanto concerne la Francia, bisogna dire che è, tra i Paesi europei, quello che registra maggiori flussi turistici. Prendendo in considerazione il turismo piemontese suddiviso in base alle ATL (Aziende Turistiche Locali), Torino e l'area metropolitana hanno registrato un aumento del 6,75% di arrivi e del 14,66% delle presenze; le Montagne Olimpiche un aumento del 3,43% delle presenze e un calo

⁷ Per quanto riguarda il turismo in Piemonte bisogna sottolineare l'importanza sempre crescente del turismo culturale e, al contempo, prendere coscienza del fatto che il turismo in Piemonte, anche a seguito dei Giochi Olimpici invernali di Torino 2006, registra un consistente aumento delle presenze nel 2005. In particolare, bisogna dire che tale dato è il migliore degli ultimi 15 anni. (Dati CESOR 2006)

⁸ Bisogna precisare tale aumento corrisponda al fatto che, nonostante si sia registrato un calo degli esercizi nel settore alberghiero (passati da 172 nel 1991-1992 a 141 nel 2004), ad essi, ha fatto riscontro un aumento degli esercizi nel settore extralberghiero (passati, nello stesso periodo da 54 a 172). Mentre i posti letto presenti all'interno di strutture alberghiere sono rimasti pressoché invariati, il numero all'interno delle strutture extralberghiere è aumentato più o meno del 60%, passando da 1.647 nel biennio 1991-1992 a 2.736 nel 2004.



dell'1,80% degli arrivi; le Langhe e il Roero un incremento dell'11,21% degli arrivi e del 10,63% delle presenze; l'Alessandrino un aumento dell'8,21% degli arrivi e del 12,21% delle presenze; il Novarese invece un calo del 2,61% degli arrivi e dell'8,41% delle presenze; il Distretto dei Laghi un calo dell'1,24% degli arrivi e dell'1,35% delle presenze; infine, il Cuneese un calo dello 0,92% degli arrivi e dello 0,62% delle presenze.

L'era della globalizzazione ha aperto i mercati mondiali: la Rete propone sempre nuove offerte, sia nel campo commerciale sia turistico, i nuovi mezzi di trasporto e le compagnie aeree *low-cost* consentono una mobilità maggiore. Si sono, in questo modo, create nuove competitività, sia a livello locale, sia a livello globale, non più tanto tra soggetti, quanto, piuttosto, tra territori. La competitività tra territori e tra Regioni si basa oggi sulla capacità che gli stessi hanno di proporsi in maniera forte ed unitaria per rendersi riconoscibili ed appetibili. Il primo *step* da superare procedendo secondo la logica del *management* del territorio è il riconoscimento delle risorse (naturali, storiche, artistiche, culturali) che necessitano opere di valorizzazione; in secondo luogo si deve creare un sistema integrato di promozione locale, per poter "vendere" al meglio il prodotto "territorio" e cioè, per attirare investimenti e per creare al suo interno forti valori identificativi. Tutto ciò implica un'oculata differenziazione: se si vuole competere, è infatti necessario differenziare la propria offerta da quella dei *competitor*, rendendola più ampia e variegata possibile, caratterizzandola in termini di attrattività e di riconoscibilità, cercando di soddisfare e di anticipare la domanda. E' ovvio che, in questo processo di creazione e promozione di un prodotto turistico, rivestono un ruolo chiave la concertazione tra pubblico e privato, le politiche di marketing territoriale e la comunicazione turistica.

PROVINCIA	ARRIVI	PRESENZE
TORINO	1.584.614	4.784.399
VERCELLI	66.324	286.026
NOVARA	314.408	869.433
CUNEO	364.649	1.073.938
ASTI	84.042	189.718
ALESSANDRIA	203.504	498.918
BIELLA	72.554	223.877
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	599.303	2.282.881
TOTALE	3.289.398	10.209.190

Tabella 17: Arrivi e presenze Province del Piemonte



Mesi	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	132.814	396.123	51.899	194.305	184.713	590.428
Febbraio	130.445	378.975	71.315	255.525	201.760	634.500
Marzo	164.348	471.014	89.511	313.090	253.859	784.104
Aprile	178.361	451.875	106.471	305.433	284.832	757.308
Maggio	176.911	452.960	164.724	484.005	341.635	936.965
Giugno	171.239	472.762	134.138	428.483	305.377	901.245
Luglio	185.138	647.071	171.118	632.610	356.256	1.279.681
Agosto	149.244	784.428	161.477	680.627	310.721	1.465.055
Settembre	165.046	463.758	151.316	444.193	316.362	907.951
Ottobre	163.074	429.911	124.285	329.764	287.359	759.675
Novembre	156.774	400.771	76.760	212.478	233.534	613.249
Dicembre	153.270	399.165	59.720	179.864	212.990	579.029
Totale anno	1.926.664	5.748.813	1.362.734	4.460.377	3.289.398	10.209.190

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato al Turismo.
(Aggiornamento maggio 2006)

Figura 15: Flussi turistici Regione Piemonte



Dalle tendenze alle sensibilità emergenti nel turismo

Le nuove tendenze del turismo si orientano sempre di più verso una tipologia di vacanza inusuale ed alternativa. La filosofia low cost si impone: i periodi dedicati alle vacanze si accorciano ma si distribuiscono lungo tutto il corso dell'anno (pillole di vacanza).

I giovani turisti sono alla costante ricerca di esperienze nuove e significative ed il bisogno di rendersi protagonisti attivi della propria esistenza è decisamente il tratto caratterizzante delle ultime generazioni, sempre alla ricerca di stimoli e media da colonizzare.

I nuovi strumenti della tecnologia, oggi, permettono di mettersi in contatto con persone di ogni angolo del Mondo ed aprono orizzonti culturali prima accessibili solo ad un ristretto numero di persone. Il concetto stesso di vacanza acquista quindi nuovi significati diventando un tempo all'interno del quale vivere esperienze significative in grado di donare un valore aggiunto al proprio viaggio.

Protagonismo

Protagonismo non è soltanto voglia di 'essere al centro dell'attenzione', ma è anche crescente esigenza di espressione della propria personalità: un atteggiamento rivolto al sé, una sfida che giochiamo con noi stessi, senza dover necessariamente dimostrare qualcosa a qualcuno. Protagonismo è altresì un bisogno crescente di progettualità che investe tutti i campi, tra cui il tempo libero: si va alla ricerca di un tempo che permetta di coltivare i propri interessi e che aiuti a 'crescere'. La manifestazione più evidente di questa esigenza è la vacanza: non più semplice parentesi di svago, ma momento per 'apprendere', per 'fare' qualcosa. Le vacanze-obiettivo possono diventare un modo per far proprie nuove competenze e per vivere un'esperienza all'insegna dell'arricchimento personale. Dalle vacanze studio allo scambio culturale con studenti appartenenti a paesi stranieri, dai corsi di musica, di sport; l'obiettivo della vacanza diventa il 'cosa si andrà a fare piuttosto che il 'dove'. L'investimento cognitivo è alto e l'obiettivo della vacanza è tornare a casa sentendosi 'arricchiti' ed avendo espresso nel viaggio la propria personalità.



Esperienzialità

La 'bulimia esperienziale' coinvolge tutti i settori, non solo i beni materiali, ma anche e soprattutto i prodotti immateriali che si arricchiscono di servizi e "atmosfera". Il turista chiede di essere stupito attraverso qualcosa che lo coinvolga e diverta. Vuole essere incuriosito. Consumo e intrattenimento si contaminano, i confini sfumano: non si tratta più di acquistare cose, ma di consumare esperienze. Il diretto coinvolgimento degli ospiti nelle esperienze ricreative e ludiche è la formula del turismo esperienziale, quella per cui, il turista, è chiamato ad essere protagonista attivo e non più un semplice 'spettatore'. Il turismo esperienziale coinvolge il visitatore in azioni dirette che possono introdurlo nella vita e nella cultura del luogo in cui compierà il suo viaggio. Il concetto di esperienzialità può prescindere dall'impegno inteso in senso 'esistenziale' per prediligere un tipo di impegno decisamente più occasionale e 'leggero'. Legare una destinazione ad un evento – come partecipare ad un grande evento sportivo, ad una mostra importante in una grande capitale europea o ad un festival musicale – può essere un modo per generare un forte appeal per i più giovani, proponendo esperienze memorabili.

Life catching

E' l'ora del *life-catching*: ovverosia, "andare a caccia di esperienze": una nuova *way of life* all'insegna del "catturare", del fare incetta di istanti. Si va alla ricerca di piccole gocce di esperienza da *praticare*, più che da vivere e da *collezionare*, più che da interiorizzare.

Nello scenario del turismo si diffonde la logica dei weekend lunghi, dei viaggi brevi e preferibilmente 'low cost': pillole di "altrove" sapientemente snocciate lungo il calendario. Il viaggio, ma anche solo la breve vacanza, si presentano, dunque, come l'occasione privilegiata per "catturare" luoghi, immagini, emozioni. Si tratta quindi di un atteggiamento quasi da "collezionista" nei confronti delle esperienze della vita. Questa tendenza vede nei viaggi low cost lo strumento migliore per scoprire nuove città e per conoscere altri Paesi, in particolare per i turisti più giovani sempre alla ricerca di voli a basso costo e promozioni varie. In questo modo, spendendo una cifra relativamente bassa, il turista/collezionista è in grado di aggiungere sempre più cartoline al proprio bagaglio di esperienze.



Ri-creazione

Si tratta di un concetto “denso”, dalle molte accezioni e declinazioni, che si riflette su vari aspetti della nostra vita. Dal bisogno ludico della ricerca di svago, alla ri-creazione di spazi, stili, culture diverse. Ricreare, ma anche “ri-crearsi”, rigenerarsi, tornare a bioritmi e dimensioni naturali. Una tendenza che confina con la *self indulgence* dunque, ma anche con il bisogno di ‘protagonismo’, per la voglia di “riscrivere le regole” del mondo in cui viviamo, all’insegna dei nostri ritmi e della nostra creatività. I parchi artificiali e tematici rappresentano la manifestazione più ludica della voglia di “reinventare il reinventabile”. Luoghi “fantastici”, destinati al divertimento e all’evasione che si stanno affermando tra le mete più richieste - in particolare tra i più giovani - e che, sempre più spesso, sorgono anche nelle grandi città, dando, a chi non ha tempo e modo di spostarsi, la possibilità di vivere esperienze gratificanti all’interno della propria routine quotidiana. La tecnologia si muove verso prospettive ri-creative anche nel settore della cultura: sono ormai diversi i musei che la utilizzano per arricchire di contenuti extra la visita o per proiettare lo spettatore in un viaggio all’interno di mondi passati ed universi ricostruiti che annullano tutte le distanze spazio-temporali. L’utilizzo delle nuove tecnologie unito alla ‘meraviglia’ che questi luoghi ri-creati esercitano sui più giovani li rendono tra le mete più affascinanti e stimolanti per il pubblico dei turisti più giovani.

Self indulgence

Oggi si viaggia spesso per raggiungere mete adibite al relax e alla cura del proprio corpo. Il viaggio diventa dunque un momento di riposo e di rigenerazione più che di puro divertimento o esplorazione. Le tipologie di servizi offerti mostrano come sia sempre in crescita l’esigenza di prendersi cura del proprio corpo, attraverso la ricerca di un equilibrio fisico, alimentare e psichico. Nascono le spa metropolitane e spesso grandi alberghi e resort si specializzano in attività che ‘coccolino’ il cliente. Questo tipo di servizi è in costante crescita e comincia ad attrarre anche una clientela giovanile, a dimostrazione del fatto che la cura del proprio corpo riveste un’importanza sempre maggiore all’interno della società attuale. Ciononostante, la tendenza risulta meno legata al viaggio per quanto riguarda i teenager.



Eticità

Un nuovo modo di concepire la vacanza è rappresentato dal turismo etico/responsabile, le cui destinazioni sono spesso quelle del sud del Mondo. Un viaggiare etico e consapevole che va incontro ai paesi di destinazione, alla gente, alla natura con rispetto e disponibilità. Un turismo che rifiuta lo sfruttamento degli ultimi paradisi della Terra e si propone di difenderne la natura e gli interessi delle popolazioni locali. Oltre al semplice viaggio esiste anche la possibilità di fare del volontariato e di prestare servizio in campi di lavoro per aiutare le popolazioni locali. Il volontariato - magari in un campo di lavoro - o le vacanze studio, rappresentano un'opportunità straordinaria per arricchire il proprio bagaglio personale di nuovi stimoli e di nuove esperienze, così come succede per quanto riguarda gli scambi culturali con studenti appartenenti a paesi stranieri. In questo senso le mete più interessanti stanno diventando quelle dell'Est Europa o del sud del Mondo. In un'epoca globalizzata, ma ancora ricca di diffidenze e pregiudizi, questo tipo di destinazione può rivelarsi un valido strumento per abbattere le barriere culturali ed avvicinare i giovani. Suddetto nuovo approccio al viaggio 'impegnato' è, quindi, un'occasione per unire al piacere della vacanza il piacere di aiutare chi ne ha più bisogno. Sebbene questo tipo di scelta richieda un forte investimento cognitivo e sia rivolto prevalentemente ad un target che va dai 20 anni in avanti, la possibilità di considerare un'alternativa 'etica' tra le possibili esperienze di viaggio scolastico, può risultare particolarmente formativa.

Individualismo plurale Esso consiste nell'essere al centro dei propri progetti, ma sentire, contemporaneamente, il bisogno di condividere idee, stimoli, attività. Emerge il primato del sé, ma al contempo si avverte l'esigenza di essere inseriti in una 'rete' un network, reale o virtuale che sia, capace di mettere in contatto, di riunire nuclei ben distinti, legati dalla condivisione di un progetto trasversale. Lo scambio culturale riveste una grande importanza nella crescita dei giovani, ed anche in questo senso, un aiuto importante viene dalle nuove tecnologie in quanto permettono di condividere informazioni e idee tra ragazzi di tutto il Mondo. Le community che nascono ogni giorno sul web sono la manifestazione di questa tendenza. Spesso, molte di loro hanno come argomento principale proprio il viaggiare, ed attraverso i forum presenti all'interno, è possibile scambiarsi informazioni, consigli di viaggio e contattare persone residenti in altre città e nazioni alla ricerca di ospitalità o viaggi non convenzionali.



Analisi a livello provinciale

Per quanto riguarda la Provincia di Alessandria, il fenomeno turistico si identifica soprattutto con gli *short break*,⁹ brevi soggiorni sul territorio, che si realizzano specialmente in occasione di eventi e manifestazioni di grande richiamo¹⁰. Le potenzialità in ambito turistico risultano essere notevoli, in particolar modo per il turismo d'alta gamma. Il territorio è, infatti, dotato di strutture di charme e di pregio che rivelano ottime potenzialità quali *location* per eventi, congressi, *meeting*, o per ospitare i turisti *leisure* più esigenti: si contano infatti 20 Castelli e residenze storiche che ospitano regolarmente eventi e congressi, 43 sale congressi di varie dimensioni e 78 ristoranti di qualità. I punti di forza del settore turistico sono da individuare anche, e soprattutto, nell'accessibilità del territorio, sia per mezzo stradale (collegamenti autostradali), che ferroviario ed aereo (vicinanza con l'*hub* di Malpensa e Linate). L'offerta, per il turismo d'alta gamma, prevede il coinvolgimento di più settori.¹¹ Il primo è l'enogastronomia: la Provincia vanta ben 37 vini D.O.C. e D.O.C.G.¹² e numerose eccellenze gastronomiche. Varie sono le possibilità di degustazione dei piatti tipici della terra alessandrina, in contesti di charme e di lusso.

Non poca rilevanza rivestono i settori della cultura materiale ed immateriale: il territorio alessandrino è, infatti, pervaso da molteplici forme artistiche, architettoniche e monumentali, che testimoniano forti caratteri culturali e storici. Terra di contadini, di mercanti e di pellegrini, l'Alessandrino ha conservato i caratteri peculiari dei vari periodi storici: dall'antichità (i ritrovamenti archeologici¹³ del sito del Guardamonte in Val Curone e

⁹ Le tre ATL di Alessandria, Asti e Cuneo, durante il workshop della seconda edizione di "Feeling Good Piemonte 2006", hanno creato un catalogo Short Break Monferrato Langhe Roero.

¹⁰ Eventi e Fiere nella Provincia di Alessandria: Fiere regionali del Tartufo (Acqui Terme, Murisengo, San Sebastiano Curone), Fiere del Tartufo (Odalengo Piccolo, Bergamasco, Cellamonte, Serralunga di Crea, Tortona), Fiera regionale del Bue Grasso (Montechiaro d'Acqui), Top Wine – Banco d'assaggio dei vini alessandrini (Alessandria e Tortona), Rassegna dei vini e sapori dell'Alto Monferrato (Castelletto d'Orba), Riso & Rose in Monferrato (Monferrato Casalese), Pasquetta del Montebore (Mongiardino L.), Andar per cantine e castelli, Distillerie aperte (Silvano d'Orba), Dolci Terre del Novi (Novi Ligure), Andar per Gavi (Gavi e dintorni), Assaggiatorzona e dintorni (Tortona), numerose sagre locali dedicate ai prodotti agroalimentari, come Conosci Gusta e Prepara.

¹¹ In Provincia di Alessandria sono stati formulati sette Club di Prodotto turistico, entro i quali catalogare e classificare l'offerta: "FOOD & WINE", per l'enogastronomia, "ART & CASTLES", per la cultura materiale ed immateriale, "SPA & WELLNESS", per le terme ed il benessere, "NATURE & COUNTRY", per l'ambiente naturale, "FAMILY & FUN" per il turismo familiare, "GOLF & BIKE", per gli sport, "BUSINESS & MEETINGS", per il turismo d'affari e congressuale.

¹² Alcuni vini del territorio Alessandrino: Brachetto d'Acqui, Moscato, Timorasso, Gavi, Barbera del Monferrato, Dolcetto d'Acqui e di Ovada, Grignolino, Cortese.

¹³ L'itinerario archeologico previsto dall'offerta turistica alessandrina prevede la visita a numerosi siti: Acqui Terme (Resti dell'Acquedotto romano, Piscina Romana, Civico Museo Archeologico), Ovada (Museo



di Morano sul Po, di Acqui Terme e di Villa del Foro) al Medioevo, fino alla storia più recente. Le testimonianze religiose del passato sono numerose e di notevole valore artistico: ne valgano, quali esempio, il Santa Croce di Bosco Marengo, l'abbazia di Rivalta Scrivia, il San Francesco di Cassine ed il Santuario di Crea. Veri scrigni di cultura e di tradizioni risultano essere i Musei etnografici ed i Musei tematici che costellano il territorio (ad esempio il Museo della Maschera a Roccagrimalda, il Museo delle Scienze di Alessandria, il Museo Naturalistico di Stazzano, il Museo Paleontologico di Ovada ed il Museo dell'oro di Lerma). Per ultimo, il patrimonio paesaggistico, naturalistico e rurale: grandi tesori all'area aperta da scoprire e da vivere. Il connubio natura-enogastronomia e natura-cultura risulta spesso essere vincente, per questo, nell'Alessandrino, si potrebbe prospettare uno sviluppo turistico basato sia sulle visite nei parchi naturali (Parco Naturale delle Capanne di Marcarolo, Parco Naturale e Area attrezzata del Sacro Monte di Crea, Sistema delle Aree Protette della Fascia Fluviale del Po), sia sulle visite di centri storici e di musei (tematici ed etnografici), sia sulle attività sportive e di benessere, coniugando il tutto con la buona cucina e proponendo quindi un'offerta differenziata ed adatta al più ampio target possibile.

Mesi	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Gennaio	9.497	19.302	2.093	4.426	11.590	23.728
Febbraio	10.238	22.677	2.303	5.299	12.541	27.976
Marzo	11.488	25.137	3.605	8.981	15.093	34.118
Aprile	13.380	28.347	4.048	8.748	17.428	37.095
Maggio	13.640	32.808	5.894	11.945	19.534	44.753
Giugno	13.455	37.562	5.028	11.179	18.483	48.741
Luglio	12.826	41.701	6.810	12.878	19.636	54.579
Agosto	10.151	40.935	5.115	9.694	15.266	50.629
Settembre	14.349	47.443	6.270	12.335	20.619	59.778
Ottobre	16.928	42.855	6.382	12.441	23.310	55.296
Novembre	13.252	28.361	3.390	6.947	16.642	35.308
Dicembre	10.926	21.941	2.436	4.976	13.362	26.917
Totale anno	150.130	389.069	53.374	109.849	203.504	498.918

Figura 16: Flussi turistici provincia di Alessandria

Paleontologico Giulio Maini), Serravalle Scrivia (Area Archeologica di Libarna, Area Museale di Libarna), Lu (Pieve di San Giovanni di Mediliano), Villa del Foro (Antiquarium Forum Fulvii), Brignano Frascata (Polo Museale di Brignano Frascata), gremisco (Area Archeologico-naturalistica del Guardamonte), Alessandria (Scavi archeologici dell'antico Duomo di S. Pietro), Tortona (Area di via alle fonti, Area di Via Rinarolo), Torino (Museo di Antichità di Torino).



La Provincia di Asti, ed in particolare l'area relativa al Monferrato astigiano, presentano un sistema turistico basato principalmente su tre assi: il turismo religioso, il turismo enogastronomico, e il turismo culturale. Il turismo religioso può vantare un patrimonio storico di importanza focale. Si tratta, infatti, delle importanti vie di comunicazione del passato quali la Via Francigena, e la Via Fulvia, ovvero, l'insieme dei percorsi seguiti dai pellegrini in cammino verso Roma che facilitarono la diffusione del cristianesimo. Oggi, è possibile visitare alcune delle testimonianze religiose sorte sul territorio: oltre alle numerose chiese romaniche attualmente circoscritte a molti circuiti cimiteriali, quali Montafia, Montechiaro, Montiglio e Cortazzone, si trova l'Abbazia di Vezzolano, in località Albugnano: complesso edificato sui resti di un'antica chiesa paleocristiana, sorta nel VII secolo e sviluppatasi poi notevolmente nell'XI e nel XII secolo. La leggenda narra che, lo stesso Carlo Magno, nel 799, scendendo dalla Francia sulla strada per Roma, vi soggiornò. Altro centro di notevole richiamo religioso, spirituale e turistico risulta, inoltre, essere il Santuario di Colle Don Bosco, in località Castelnuovo Don Bosco, edificio sorto negli anni successivi alla fine del secondo conflitto mondiale. La chiesa, nella sua modernità, provoca nel visitatore un forte impatto emotivo, sia per la maestosità del complesso, sia per l'allestimento interno costituito da travi lignee lamellari arcuate. Sede mondiale dei Salesiani, ogni anno conta almeno 600.000 visitatori, giovani e giovanissimi, ma anche *senior* e famiglie. Per quanto concerne il turismo culturale vanno assolutamente ricordati i tesori artistici del pittore Seicentesco Moncalvo, che, nonostante, necessitino di una più costante e consistente promozione, attraggono gruppi di interesse ed età anche molto differenti; o il circuito dei "Castelli e dimore storiche dell'Astigiano", itinerario che permette la scoperta di meravigliosi esempi di dimore civili storiche, al quale, va a sommarsi la Rassegna interprovinciale "Castelli Aperti", un evento annuale che garantisce l'apertura di circa 70 strutture nel Basso Piemonte (Province di Asti, Alessandria e Cuneo). Risulta, inoltre, impossibile non citare l'enogastronomia, che rimane il punto di forza strategico del territorio astigiano. La Provincia dimostra, infatti, da tempo, di avere i requisiti e le capacità per articolare manifestazioni di grande richiamo intorno ad un prodotto-totem, quale può essere il tartufo: il circuito di fiere e di giornate dedicate a questo frutto della terra, attira ogni anno migliaia di persone, rivolgendosi a target diversi, dai turisti individuali ai gruppi, dai giovani, alle famiglie ed ai *senior*. Spesso al prodotto



tartufo si legano molte iniziative a corollario che completano l'offerta, grazie alla forte sinergia creata sul territorio per la promozione e la valorizzazione del prestigioso tubero.

Una trattazione a parte la meriterebbe il capitolo viticoltura di cui, alcuni marchi, sono diventati simboli della qualità dei prodotti locali (Asti spumanti) e, attraverso le campagne pubblicitarie, elementi di comunicazione primaria del territorio e delle sue eccellenze: l'area è, infatti, nota per i numerosi vigneti che coprono le colline del Monferrato astigiano¹⁴ e per i suoi vini. Diciotto le etichette che detengono un marchio qualificato: Albugnano, Barbera d'Asti, Barbera del Monferrato, Brachetto d'Acqui, Cisterna, Dolcetto d'Asti, Freisa d'Asti, Grignolino d'Asti, Malvasia di Catorzo, Malvasia di Castelnuovo, Ruchè di Castagnole Monferrato, Alfieri, Alta Langa, Asti Spumante, Cortese Alto Monferrato, Loazzolo, Moscato d'Asti. Grazie al progetto "Strade del vino", molti produttori, amministratori ed operatori del turismo si sono riuniti per la promozione univoca dell'enogastronomia sul mercato. Durante tutto il corso dell'anno è possibile visitare numerose aziende agricole e vinicole e partecipare a corsi di degustazione e di cucina.

Tra gli eventi più importanti che animano Asti vanno annoverati: il Concorso Enologico "Douja d'Or", il Festival delle Sagre, il Palio, che si tiene ogni anno nel mese di settembre, la mostra-mercato del tartufo, la rievocazione storica dell'Assedio di Canelli, Asti musica e tutte le attività culturali ed enogastronomiche legate all'apertura al pubblico delle "Cattedrali sotterranee", vere e proprie cantine-gallerie realizzate nei secoli passati per affinare e custodire i pregiati vini del territorio. Oltre alla qualità dei prodotti offerti in tali occasioni, va sottolineato come una vera sinergia territoriale riesca ad attivare tutti i settori economici presenti sul territorio (produttori, trasformatori, commercianti), in un'ottica comune di successo. Il rischio che si corre con questi grandi eventi, è quello delle sovrapposizioni di appuntamenti (che parcellizzano la domanda) ed il sovraffollamento dei centri cittadini per taluni periodi l'anno. Una ulteriore maggiore cooperazione tra settori pubblico e privato, in quest'ottica, potrà migliorare l'offerta, rendendola appetibile e spendibile anche all'estero.¹⁵ Tra i prodotti di nicchia da sviluppare si possono citare il

¹⁴ Il territorio collinare, come accennato, comprende una parte del Monferrato e delle Langhe e sarà prossimamente riconosciuto dall'UNESCO quale patrimonio dell'umanità.

¹⁵ Le numerose manifestazioni della Provincia denotano una estrema differenziazione e plurisettorialità dell'offerta: le manifestazioni si rivelano ogni anno adatte a tipologie di fruitori diversi, sia per interessi che per fasce di età. Ne sono alcuni esempi: il Mercatino del Biologico (2° sabato di ogni mese escl. agosto), il Mercatino dell'Antiquariato (4ª domenica di ogni mese), il Carnevale, la Fiera Città di Asti (aprile-maggio), la Stima dei Drappi del Palio ed il Corteo in notturna, il Lunedì dei Fuochi (fine aprile), la Festa Patronale di



turismo sportivo e quello termale. Per quanto riguarda la prima tipologia l'eterogeneità orografica del territorio permette la pratica di innumerevoli sport: dalle attività escursionistiche a quelle fluviali, golfistiche ed aeree (parapendio, deltaplano). Il territorio gode della presenza di percorsi interdisciplinari nei quali è possibile praticare i diversi sport, assaporando momenti di cultura di alto livello. Sul territorio del Basso Piemonte è sorto il "Distretto del benessere", di cui fanno parte i Comuni fondatori (Acqui Terme, Canelli, Nizza Monferrato e Santo Stefano Belbo), le Comunità Montane "Suol d'Aleramo", "Langa Astigiana Valbormida", "Valli Belbo, Bormida, Uzzone", le Unioni collinari "Tra Langa e Monferrato", "Alto Monferrato Acquose" e "Vigne e Vini" e molti altri Comuni: un distretto di eccellenze paesaggistiche, culturali, ambientali ed enogastronomiche di rilevanza internazionale. Le terme di Agliano, in particolare, offrono la possibilità di unire alle terapie curative momenti di vero relax.

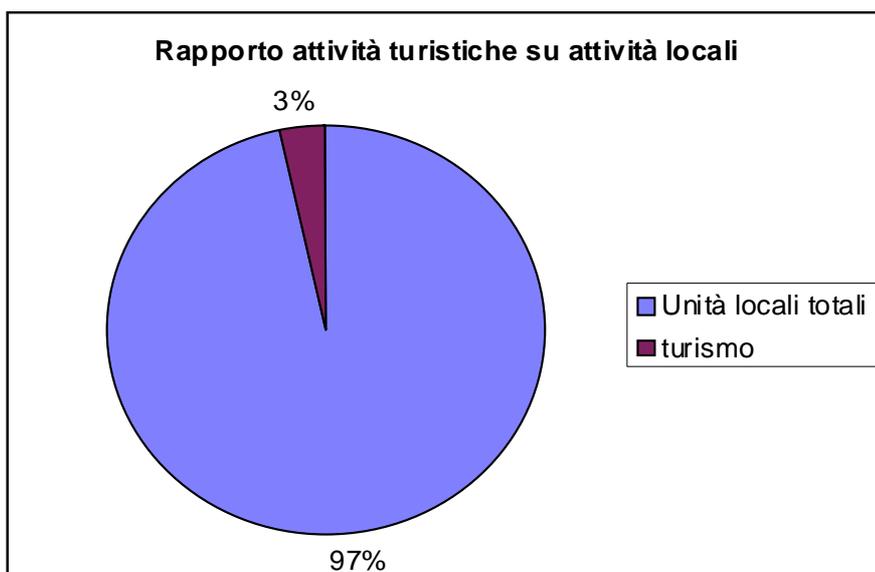


Figura 17: Rapporto attività turistiche su attività locali

Come si può notare dal grafico precedente, le attività turistiche ricoprono il 3% delle attività locali, in media con l'andamento regionale, in cui, il peso del turismo in confronto alle altre attività produttive, si aggira tra il 2 ed il 4%. Analizzando più nel dettaglio l'andamento

San Secondo (1 maggio), la Fiera Carolingia (2 maggio), la Straasti (fine maggio), il Merca d'ji Busiard e Gusta Dom (inizio giugno), l'Asti Teatro (giugno), il Luglio Asti Musica, l'Agosto Cinema Cinema, l'Asti Cucina e Cantina e la Fiera Regionale del Tartufo (novembre).



turistico rapportato a scala comunale, appare chiaro che, l'interesse turistico si ripartisce principalmente sui tre poli di Casale Monferrato (che registra 38.552 presenze su base annua con un'offerta alberghiera di 35 posti letto), Vignale Monferrato e Valenza Po. Per quanto riguarda l'offerta extra alberghiera spicca il dato di Moncalvo che, con un'offerta di 167 posti letto, ha registrato 1755 presenze¹⁶.

INDICATORE	Esercizi Alberghieri	Letti negli alberghi	Altri esercizi turistici	Letti negli altri esercizi turistici	Arrivi	Presenze
FONTE	Istat	Istat	Istat	Istat	Reg. Piem.	Reg. Piem.
ANNO	2004	2004	2004	2004	2005	2005
UNITA' DI MISURA	n°	n°	n°	n°	n°	n°
COMUNE/DATO						
Alfiano Natta	0	0	2	10	109	241
Altavilla Monferrato	0	0	1	12	n.d.	n.d.
Balzala	0	0	0	0	0	0
Bassignana	1	14	0	0	n.d.	n.d.
Borgo San Martino	0	0	0	0	0	0
Bozzole	0	0	0	0	n.d.	n.d.
Camagna Monferrato	0	0	1	17	n.d.	n.d.
Camino	0	0	3	22	904	2.766
Casale Monferrato	5	325	1	4	17.788	38.552
Catorzo	0	0	0	0	n.d.	n.d.
Castelletto Merli	0	0	1	2	n.d.	n.d.
Castelletto Monferrato	0	0	0	0	0	0
Cella Monte	0	0	1	6	n.d.	n.d.
Cereseto	0	0	1	12	n.d.	n.d.
Cerreto Grue	0	0	0	0	0	0
Cerrina Monferrato	1	13	0	0	38	53
Crescentino	1	14	1	25	834	4.080
Cuccaro Monferrato	0	0	0	0	0	0
Fontanetto Po	1	14	0	0	n.d.	n.d.
Frassinello Monferrato	0	0	0	0	0	0
Frassineto Po	0	0	0	0	0	0
Fresonara	0	0	0	0	0	0
Fubine	2	38	2	23	362	3.578
Gabiano	1	14	2	8	116	589
Giarole	0	0	0	0	n.d.	n.d.
Lu	0	0	1	6	n.d.	n.d.
Mirabello Monferrato	0	0	0	0	0	0
Mombello Monferrato	0	0	1	4	n.d.	n.d.
Moncalvo	0	0	5	167	1.755	3671
Moncestino	0	0	1	6	n.d.	n.d.
Morano sul Po	0	0	0	0	0	0

¹⁶ Dati ISTAT "Piemonte in cifre 2006"



Murisengo	2	41	4	36	307	430
Occimiano	0	0	0	0	0	0
Odalengo Grande	0	0	1	6	n.d.	n.d.
Odalengo Piccolo	0	0	2	10	n.d.	n.d.
Olivola	0	0	1	10	n.d.	n.d.
Ottiglio	0	0	3	37	965	1.526
Ozzano Monferrato	0	0	2	7	66	120
Palazzolo Vercellese	0	0	1	5	n.d.	n.d.
Pecetto di Valenza	0	0	0	0	0	0
Penango	3	122	2	18	4.052	7.320
Pomaro Monferrato	1	8	0	0	n.d.	n.d.
Pontestura	0	0	1	9	n.d.	n.d.
Ponzano Monferrato	0	0	3	14	126	219
Quargnento	1	20	1	8	262	1.127
Rivarone	0	0	0	0	0	0
Rosignano Monferrato	0	0	2	10	n.d.	n.d.
Sala Monferrato	0	0	1	5	n.d.	n.d.
Sale	1	21	2	20	339	4.004
San Giorgio Monferrato	1	15	0	0	n.d.	n.d.
San Salvatore Monferrato	0	0	0	0	0	0
Serralunga di Crea	1	17	1	7	895	2.194
Solonghelo	0	0	0	0	0	0
Terruggia	1	84	0	0	n.d.	n.d.
Ticineto	0	0	0	0	0	0
Trino	3	61	1	6	314	3.896
Valenza	2	58	4	274	2.151	7.563
Valmacca	0	0	0	0	0	0
Vignale Monferrato	0	0	14	174	2.360	6.195
Villadeati	0	0	0	0	0	0
Villamiroglio	0	0	0	0	n.d.	n.d.
Villanova Monferrato	1	72	0	0	n.d.	n.d.

Tabella 18: Dettaglio principali indicatori turistici (in giallo le best practice)



Analisi degli Asset culturali

L'area del Monferrato trova nei principali asset di origine culturale alcuni importanti elementi per valorizzare il territorio. Come si può notare, infatti, nella figura seguente l'area del Sacro Monte di Crea si conferma come bene culturale che registra le maggiori affluenze su tutto il territorio piemontese assieme ai Giardini di Villa Taranto (VB) e seguiti dalla Sacra di San Michele (TO) con più di 80.000 ingressi (il che rende chiaramente l'idea del business costituito da beni culturali di carattere storico/ religioso¹⁷), e dal Castello di Masino con 50.000 presenze. Volendo dare una visione più allargata, si può notare che, la Provincia di Alessandria registra un grado di affluenza elevatissimo (273.214 visitatori) secondo solo alla Provincia di Torino che ne registra 276.270 (cfr fig 19) anche se va sottolineato come, nelle due Province interessate, il settore "soffra" una flessione abbastanza evidente dovuta ad una carenza comunicativa. In particolare¹⁸: In Provincia di Asti si segnala il risultato positivo conseguito dal Complesso di San Pietro (+25% rispetto al 2004) e dal Museo Missionario di Don Bosco (che per il terzo anno Consecutivo registra oltre 30.000 ingressi); In Provincia di Alessandria si assiste ad una generale flessione degli ingressi rispetto al 2004 con la sola eccezione dello Studio Pellizza da Volpedo che, grazie alle due mostre "Giuseppe Pellizza da Volpedo: "Paesaggi inediti. Esposizione di oli e disegni" e "Opere inedite di Pellizza", riesce ad attirare più di 70.000 presenze in soli tre mesi, da Agosto a Settembre.

¹⁷ Per dare un'idea del volume di affari ipotizzando una spesa media giornaliera pro capite di un turista/escursionista sul Sacro Monte di Crea che si aggira circa 10/15 Euro, sul territorio di Serralunga di Crea nel 2005 sono stati riversati 1000000/1500000 Euro!

¹⁸ Cfr. fig. 20.

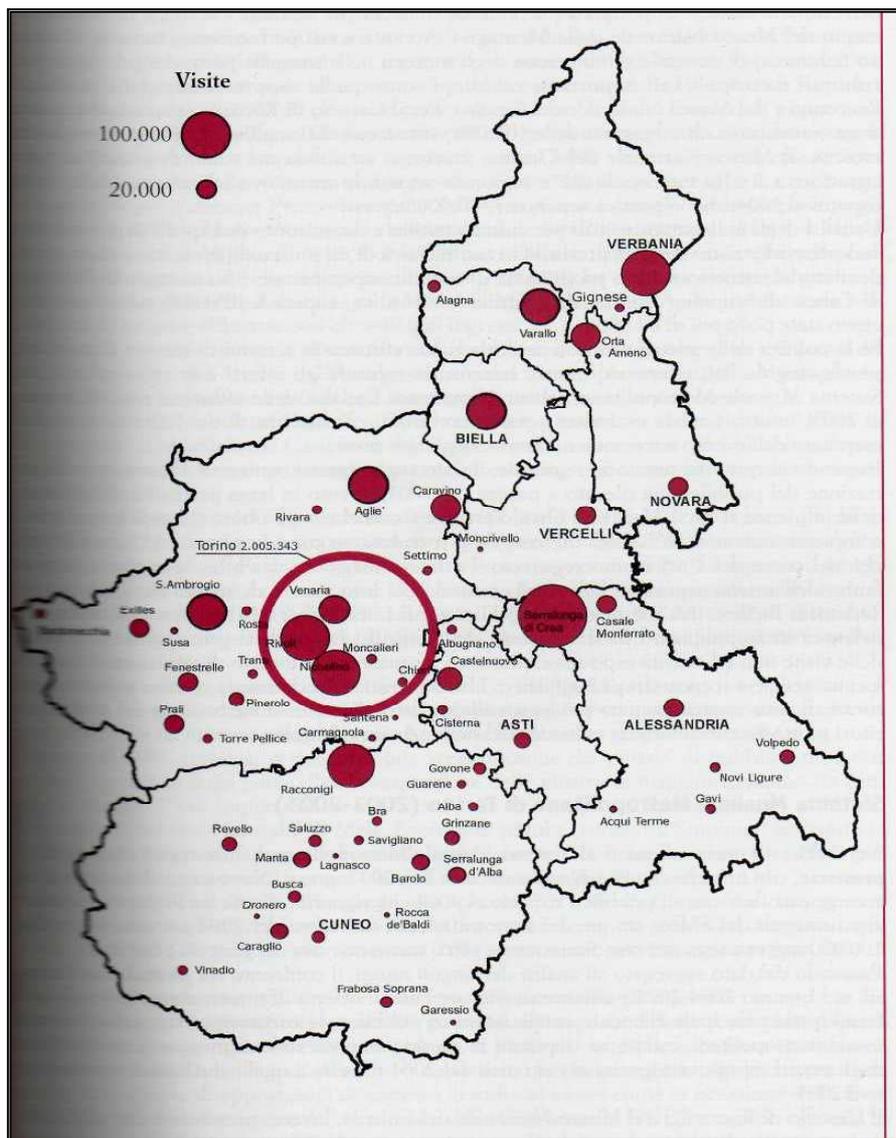


Figura 18: Visite di Musei e Beni culturali in Piemonte nel 2005

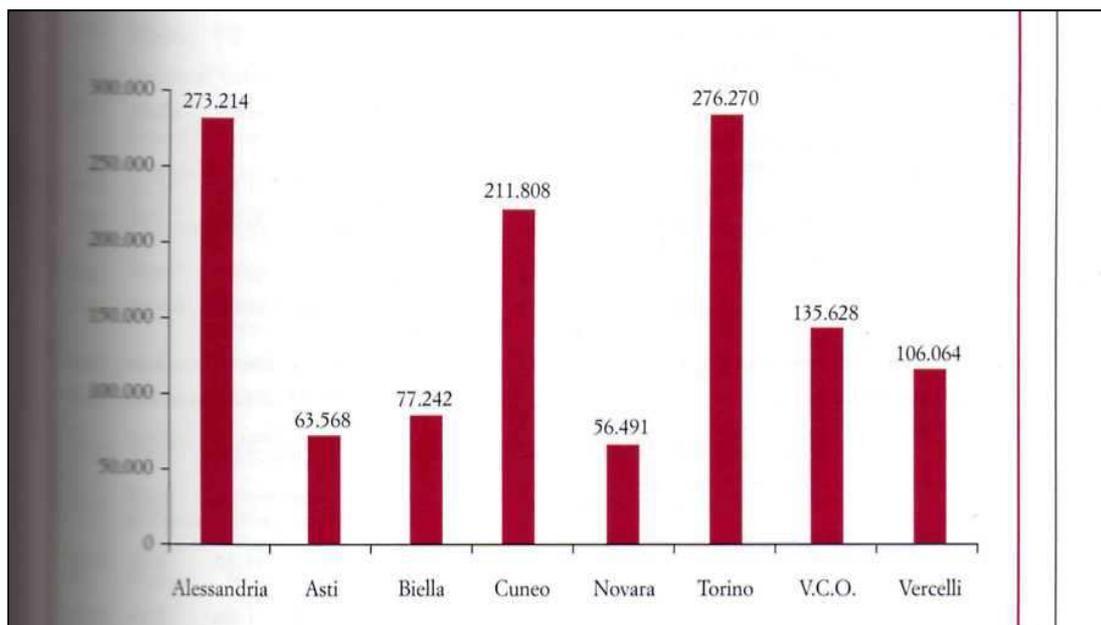


Figura 19: Visite a Musei e Beni Culturali nelle Province del Piemonte

Tab. 4 VISITE A MUSEI E BENI CULTURALI IN PIEMONTE (2003-2005)*

PROV.	COMUNE	MUSEI E BENI CULTURALI	MESI			VISITE			VARIAZIONE %	
			2003	2004	2005	2003	2004	2005	2004-2003	2005-2004
AL	Alessandria	Museo di Marengo	7	9	4	2.230	1.165	578	-47,76	-50,39
	Alessandria	Museo Etnografico "C'era una volta"	12	12	12	14.725	14.914	12.541	1,28	-15,91
	Casale Monferrato	Museo Civico di Casale Monferrato	12	12	12	5.712	9.051	5.860	58,46	-35,26
	Gavi	Forte di Gavi	12	12	12	5.505	6.407	6.254	16,39	-2,39
	Serralunga di Crea	Sacro Monte di Crea	12	12	12	243.948	222.142	209.186	-8,94	-5,83
	Volpedo	Studio Pellizza da Volpedo	12	12	12	8.822	2.317	9.235	-73,74	298,58
Totale provincia di Alessandria						280.942	255.996	243.654	-8,88	-4,82
AT	Albugnano	Abbazia di Vezzolano	12	12	10	11.058	9.735	8.596	-11,96	-11,70
	Asti	Complesso San Pietro	12	12	12	9.194	6.556	8.174	-28,69	24,68
	Asti	Museo Civico Sant'Anastasio	12	12	12	10.770	7.673	7.456	-28,76	-2,83
	Castelnuovo Don Bosco	Museo Missionario Don Bosco	12	12	12	30.873	30.350	31.958	-1,69	5,30
	Cisterna d'Asti	Museo Arti e Mestieri di un tempo	8	11	11	4.423	6.169	4.374	39,48	-29,10
	Totale provincia di Asti						66.318	60.483	60.558	-8,80

Figura 20: Visite a Musei e beni culturali in Piemonte (2003-2005)



V. SWOT ANALYSIS E BENCHMARKING

I punti di debolezza

Tra i punti deboli della Provincia abbiamo:

- Il restringimento della base demografica (e l'invecchiamento della popolazione);
- Lo smagrimento della base occupazionale. Questo ha interessato, in passato, inizialmente l'agricoltura collinare (ma il processo continua) e poi l'industria (in alcune aree, lo sviluppo dell'occupazione terziaria non è sempre avvenuto in direzioni qualificate e sembra avere toccato, al momento, il "tetto" possibile);

Le non positive condizioni ambientali di alcune aree (dall'annoso nodo delle ricadute su tutto il bacino delle Bormide della fonte di inquinamento dell'Acna di Cengio ai problemi dell'amianto-cemento dell'area di Casale Monferrato) si sommano ai dissesti, ancora di natura ambientale ed idrogeologica, dovuti alla cattiva gestione dei bacini idrici che, se più di recente hanno interessato il Po e il Casalese e il Tanaro e l'Alessandrino, in passato hanno toccato larga parte del territorio provinciale, che rivela così un'estrema fragilità.

Sono visibili diverse velocità di sviluppo e rilevanti squilibri nel territorio provinciale. L'area casalese, sta, solo negli ultimi tempi, di fronte alla perdita di un forte ruolo industriale, trovando ruoli terziari qualificati. Il policentrismo va, quindi, visto come un forte fattore limitante. Infatti, l'area è oggetto di una forte azione di governo (non solo la Provincia, ma anche le altre istituzioni di livello provinciale e, comunque, di Alessandria) che tende a tenere insieme tutte le diverse componenti territoriali e a porsi al servizio di tutta la Provincia. Quanto appena detto, avviene anche con il nuovo ruolo di Alessandria città universitaria e nell'interazione tra Università e istituzioni, Università e imprese; Il declino e il degrado di delle aree collinari di abbandono (non più interessate, ad esempio, dalla coltura della vite) alle quali si può aggiungere la zonizzazione vitivinicola, che ha contribuito a dare un'immagine non omogenea al paesaggio; La carenza infrastrutturale (in particolare viaria) che interessa tutta l'area, estendendosi fino all'astigiano.

I punti di forza

Tra i punti forti sui quali lavorare si possono individuare:



- Il nuovo ruolo del vicino capoluogo di Provincia, la città di Alessandria, visto come polo universitario di prim'ordine ed artefice dell'interazione tra Università e istituzioni e Università e imprese (si cita la laurea breve in plasturgia animata da una associazione di supporto tra imprese);
- La geografia, che assegna al territorio provinciale una indiscussa centralità rispetto alle maggiori aree metropolitane del Paese e ai corridoi di traffico tra i porti liguri e la Pianura Padana e, più oltre, il Centro Europa. Questo fattore, mentre richiama progetti di nuovi collegamenti tra Genova-Voltri e l'entroterra (terzo valico, linea di alta capacità ferroviaria tra Genova e Milano, corridoio 5 Lisbona Kiev, dorsale ferroviaria Genova-Rotterdam-Londra ma anche raccordo con Alessandria e con Torino, asse Voltri-Sempione, collegamento con Malpensa/Cargo City), induce a prospettare grandi progetti nel campo della logistica, al limite, una grande piattaforma logistica padana, che possa competere con le grandi piattaforme del Nord Europa, ad esempio in Veneto;
- Una buona struttura formativa, che ha visto aggiungersi alle scuole secondarie superiori, il fatto nuovo e caratterizzante dell'Università, con quanto essa può dare al sistema provinciale in termini di ricerca e di diffusione dell'innovazione tecnologica, interagendo con il mondo delle imprese (Università di Alessandria e anche gli altri avvii a Casale e ad Acqui Terme). Va, inoltre, citato il parco tecnologico delle telecomunicazioni della Valle Scrivia con i suoi legami con l'Università e con le imprese: è un progetto-occasione ancora da ulteriormente sviluppare;
- Lo sviluppo del settore vitivinicolo, il quale costituisce una forte attrazione per il turismo. Il Monferrato, infatti, è da sempre una delle grandi "patrie" del vino. Alle produzioni più antiche rivolte all'autoconsumo delle popolazioni locali e delle numerosissime corti aristocratiche sparse sul territorio si sono aggiunte via via imponenti realtà commerciali dirette ad ampie zone del nord Italia. Già dal XVI secolo i vini monferrini venivano regolarmente "esportati" verso la pianura vercellese e novarese, verso la Lomellina e la Lombardia. Per mezzo della navigazione fluviale sul Po confluivano fino alla lontana Mantova, allora sede della corte regnante". Come l'Astesana, anche questa parte di Monferrato, ha sempre



- costituito un'area di resistenza alla diffusione dell'Alteno, (tecnica di allevamento a sesti d'impianto molto alti ed espansi) mantenendosi fedele alle vigne, dalle rese unitarie più limitate ma di migliore qualità. Dopo un periodo parzialmente in ombra, il Monferrato, oggi, sta vivendo una rinascita eroica iniziata in sordina nel dopoguerra con il recupero del Grignolino, e tuttora in pieno svolgimento con la valorizzazione della Barbera. Le eccellenti potenzialità qualitative del territorio hanno trovato da tempo interpreti appassionati, che ne stanno rilanciando l'immagine con convinzione e determinazione. La realtà attuale vede, comunque, un appannamento del Grignolino, la cui tipologia "casalese" (colore scarico, elevata tannicità ed acidità) non incontra i favori del gusto internazionale, costringendolo ad un ambito locale significativo ma limitato, soprattutto poco produttivo in termini di immagine. A questo fenomeno fa riscontro il rafforzamento della Barbera, che qui ha una delle sue patrie d'elezione, ma la cui denominazione "Monferrato" è ancora intesa come "parente povera" della più blasonata Barbera d'Asti. Il dibattito al riguardo è in pieno svolgimento, e vede i produttori monferrini giustamente decisi a rivendicare pari dignità tipologica per la propria Barbera, nel rispetto della tipicità e della territorialità. Un discorso a parte meritano i vini "di nicchia": alla limitata ma positiva realtà del Casorzo Malvasia e del Ruchè, caratteristici di un'area dalla solida struttura enoica quale il Monferrato Astigiano, fa riscontro il declino dei gloriosi Gabilano e Rubino di Cantavenna, sempre più relegati al ruolo di curiosità locali;
- Aumento delle presenze turistiche, anche straniere. Infatti, i dati dell'analisi di alcuni flussi turistici evidenziano una crescita lenta delle presenze e un periodo di soggiorno relativamente breve (inferiore ai tre giorni). Appare, invece, assai più dinamico il turismo domenicale, la "gita fuori porta", che trova nel sistema collinare del Monferrato punti di eccellenza gastronomica, uniti ad un paesaggio preservato e alla presenza di tradizioni locali e di beni culturali "minori" (terrazzamenti, chiese campestri, antichi cascinali...), che suscitano in modo sempre crescente l'interesse dei visitatori, come hanno dimostrato, tra l'altro, le iniziative delle "Città a porte aperte" o dei "Castelli in scena";



- Un'offerta turistica di prim'ordine in tema di ristoranti tipici, trattorie ed agriturismi; una larga parte del territorio provinciale (le colline, le montagne, le città d'arte) è qualificata come gradevole ed attrattiva, nel quale le condizioni di qualità della vita sono buone e nel quale si può, vivere, lavorare e intraprendere, una Provincia nella quale si può venire a soggiornare come turisti o come visitatori/escursionisti;
- Un buon livello di comunicazione effettuata attraverso portali internet, stampa (locale e specializzata), copertura televisiva a livello di emittenti locali, regionali (Rai tre) e nazionali;
- Microimprenditorialità diffusa in grado di percorrere i sentieri dello sviluppo. Infatti, il territorio vanta un elevato numero di imprese che denota, in qualche misura, uno spirito imprenditoriale buono (si cita ancora la microimprenditorialità di Valenza fatta di una miriade di laboratori artigiani) e anche, da parte delle istituzioni e delle imprese, una certa capacità di fare sistema (come avviene nei comitati dei distretti industriali, con tutti i loro progetti). Va, inoltre, citata la notevole presenza di "basi" di grandi gruppi esteri in Provincia e per le numerose "basi estere" dei maggiori gruppi industriali della Provincia;
- L'elevato grado di qualità della vita.

Le opportunità

- Sfruttare gli spazi di eccellenza nel settore industriale (con aziende e prodotti che fanno immagine anche a livello internazionale e che sono trainanti per altre imprese) e nel settore agricolo (anche qui con prodotti, come il vino, che fanno immagine per tutta la Provincia) per poter trasformare l'area in un nuovo polo dell'innovazione;
- La creazione di un'area (definita *Monferrato-Shire*) che, sul modello britannico, Yorkshire, Lancaster-Shire) sia emblema delle eccellenze locali messe a sistema (business, turismo, enogastronomia, cultura, arte, innovazione ecc) e che, attraverso la costituzione di un brand, traini l'internazionalizzazione della zona. Il brand dovrebbe svolgere la funzione di "marchio ad ombrello" per altri sotto-brand locali (ad es il brand "Casale" per la città di Casale Monferrato);



- Rilancio del termalismo nella vicina Acqui Terme, che, in un contesto turistico allargato (all'intorno appenninico e collinare), insieme alla valorizzazione vitivinicola (di cui bisogna tenere in considerazione anche il ruolo, da qualificare, dell'Enoteca di Vignale Monferrato), svolga un'azione di catalizzazione turistica in tutta l'area circostante;
- Risanamento ambientale, sia della Valle Bormida sia dell'area di Casale Monferrato, in cui va risolto il grave problema dei rivestimenti in eternit, che sono stati giudicati altamente nocivi e cancerogeni;
- La creazione di un distretto del vino e l'utilizzo di strutture del genere Società Consortile Langhe-Roero-Monferrato (che ha una antenna anche ad Acqui Terme);
- Il potenziamento delle strutture di promozione (in diversi aspetti, tra cui anche quello fieristico) del polo orafa di Valenza;
- La valorizzazione turistica e agricola del Monferrato Casalese, puntando su strumenti di promozione come il GAL (Gruppo Azione Locale) Monferrato Casalese, e recuperando una struttura come il Castello di Casale Monferrato;
- La creazione del sistema definito *campagna urbanizzata*, cioè, l'estensione dei servizi urbani alla zona collinare, caratterizzata, generalmente, da un paesaggio rurale. Questa integrazione passa attraverso il sistema delle comunicazioni, intese sia come infrastrutturali (strade, nodi viari, mezzi di comunicazione), sia come comunicazione in senso più ampio, cioè la comunicazione e promozione del territorio attraverso politiche di marketing territoriale. Quest'integrazione deve avvenire, ovviamente, in maniera sinergica con l'ambiente circostante, riponendo la massima attenzione nel non alterarlo, esaltandone, invece, le peculiarità. La collina deve, infatti, uscire dallo stereotipo che la vede come un organismo separato dalla città, oppure come una semplice appendice sterile di un'area urbana prossima, diventando un moderno sistema insediativo. Esso si deve integrare con un'immagine innovativa il cui compito deve essere quello di esaltare la collina in quanto sistema microurbano di ricerca e di tradizione, che si integra con il sistema urbano già esistente, esaltandone i punti di forza ed attenuandone quelli di debolezza, cogliendo nuove opportunità e limitando le minacce future;



- La creazione di valore nel sistema attraverso la realizzazione di distretti industriali innovativi (che vedano la loro gestione affidata a giovani e donne: vero asset del XXI Secolo) e l'implementazione di quelli già esistenti;
- Un secondo obiettivo delle economie distrettuali consiste nel creare aree agrarie specializzate, che sviluppino i settori d'avanguardia del comparto agricolo, quali l'agroalimentare e la zootecnia di qualità, vero fiore all'occhiello del nuovo tessuto produttivo collinare;
- La creazione di un piano sistemico di azioni volte a promuovere l'area collinare del Monferrato come centro di *wellness* e di qualità della vita;
- La creazione, inoltre, di distretti culturali che possano fare da traino alle aree più deboli per il rilancio dell'immagine e del turismo locale;
- La creazione di un grande *hub* infrastrutturale e viario il quale verrà completato attraverso la realizzazione di due grandi assi ferroviari (il corridoio 5 e la Genova-Rotterdam) e che promuoverà un'area a piattaforma internazionale di prim'ordine.

Le minacce

- I Processi di erosione fluviale e di dissesto idrogeologico che interessano l'area, e, nel caso non vengano governati adeguatamente potrebbero creare ingenti danni nel futuro;
- Le presenze turistiche per ora, troppo rilagate al tipo "mordi e fuggi", se non verranno debitamente considerate ed implementate attraverso azioni di marketing territoriale, non si trasformeranno mai in un asset vincente;
- Difficile sviluppo di un'industria telematica dovuto scarsità della ricezione;
- Il rischio di subire la concorrenza di altre aree limitrofe (es. Lombardia), oppure appartenenti ad altri sistemi collinari nazionali (Es. la zona del Chianti e del Mugello per la Toscana), che potrebbero intercettare sia *business opportunity* che flussi turistici (cfr Kresl);
- Il rischio di non riuscire a generare un vantaggio competitivo nel caso non si ricorra alla ricerca;



- Il rischio di vedere incrementare il processo di spopolamento della fascia collinare lontana dai centri urbani, che trasformerebbero l'area in una improduttiva *zona dormitorio*;
- Il rischio di frammentare la zona in microaree, dovuto anche al posizionamento transprovinciale dell'area del Monferrato, ed in tanti micro-sistemi (urbano con polo di riferimento Casale Monferrato, di pianura con polo di riferimento l'asse del Po e comuni del primo vercellese come Crescentino, collinare con micro-comuni quali Cuccaro, Vignale ecc.) che inibirebbero il potenziale generato dal *sistema Monferrato*.



Benchmarking con le altre aree del sistema collinare piemontese

Per dare un quadro di riferimento dell'area del Monferrato in relazione alle altre principali zone del sistema collinare Piemontese, è stata condotta una ricerca che classifica le aree secondo quattro criteri: prosperità locale, caratteristiche dinamico-territoriali, servizi locali ed attività economiche.

PROSPERITA' LOCALE

DINAMICHE POSITIVE	DINAMICHE NEGATIVE
Colline Torinesi	Colline in Provincia di Asti
Colline in Provincia di Novara e VCO	Colline in Provincia di Cuneo (eccetto che per la Langa, che registra buona occupazione e consumi)
Colline area di Vercelli-Biella (eccetto che per la scolarizzazione)	
Monferrato a Nord del Tanaro	

CARATTERISTICHE DEMOGRAFICO- TERRITORIALI

DINAMICHE POSITIVE	DINAMICHE NEGATIVE
Colline Torinesi	Colline del Monferrato a sud del Tanaro
Colline in Provincia di Novara e VCO	Langhe-Roero in Provincia di Cuneo
Colline area di Vercelli-Biella	
P.S: Si registra una situazione controversa per le Colline del Monferrato a Nord del Tanaro	

SERVIZI LOCALI

DINAMICHE POSITIVE	DINAMICHE NEGATIVE
Corona collinare tra Cuneo e Torino	Area collinare al centro della Regione tra Chieri e Casale
Fasce prealpine in Provincia di Novara-VCO e Vercelli-Biella	Fascia preappenninica tra Asti ed Alessandria

ATTIVITA' ECONOMICHE

DINAMICHE POSITIVE	DINAMICHE NEGATIVE
Colline settentrionali (per l'industria)	Area Monferrina (ad eccezione del tessuto manifatturiero da Valenza a Casale).
Langa albese, Roero, Monferrato meridionale (per la viticoltura).	
Zona dei laghi e delle Langhe (per il turismo)	



Da questa breve analisi si evince che, l'area del Monferrato appare scissa in due parti, con dinamiche territoriali e socio-economiche differenti (la zona a Sud del Tanaro, e la zona a Nord del fiume). In generale si può affermare che l'area del Monferrato presenta una buona prosperità locale, ma allo stesso tempo si evidenziano alcune dinamiche negative per quanto riguarda l'indicatore delle attività economiche, ad eccezione di alcuni poli di eccellenza che coincidono con la viticoltura nella parte meridionale dell'area, e con il tessuto produttivo innervato nell'area del valenzano e del casalese. Per quanto concerne, invece, le caratteristiche demografico-territoriali nell'area al sud del Tanaro, si registra una situazione negativa. Quest'ultima appare controversa nell'area situata a Nord del fiume. Per concludere, analizzando il sistema collinare dal punto di vista dei servizi locali, si nota una forte carenza in tutta la zona della dorsale che da Chieri si estende fino a Casale, attraversando l'astigiano e l'alessandrino.



VI. CONCLUSIONI E SCENARI

Come precedentemente anticipato, il modello proposto dal WEF è composto da una serie di indici. Secondo il modello di misurazione dell'*appeal* territoriale la competitività passa attraverso nove driver suddivisi in 3 categorie che sono state *customizzate* prendendo in considerazione i dati rilevati, e tenendo presente che, un territorio circoscritto come l'area del Monferrato, presenta peculiarità differenti rispetto ad una Nazione. Va sottolineato che alcuni fattori moltiplicatori di efficienza sono stati analizzati assieme ai fattori di base nella STEP Analysis per sottolineare l'imprescindibilità di alcuni elementi nel contesto sistemico territoriale. Le variabili così individuate sono le seguenti.

Fattori di base:

- Fattori socio-economici e demografici;
- La qualità percepita delle infrastrutture;
- La stabilità macroeconomica;
- Qualità delle istituzioni.

Per quanto concerne i fattori di base si può notare come, a livello demografico, sia presente un fenomeno di spopolamento delle aree più isolate a favore di poli nevralgici, preferiti sia per motivi logistici (ridurre gli spostamenti da casa ai luoghi di studio/lavoro), sia per motivazioni dovute alla presenza di maggiori opportunità lavorative e di nuovi comfort. Le aree più isolate soffrono ancora delle carenze comunicative degli anni precedenti anche se sono sempre più diffuse le iniziative volte a rivalutare il territorio rurale. Relativamente la qualità delle infrastrutture, l'area possiede tutti i requisiti per diventare un polo logistico di portata internazionale, essendo un centro in cui convergono tutte le principali vie di comunicazione (stradale, ferroviaria, portuale ed aeroportuale).

La stabilità macroeconomica è garantita sia dalla presenza di importanti aziende che, soprattutto nell'area del casalese sono del *leader* mondiali nel settore (Buzzi Unicem, OMG Cerutti), sia di un *cluster* di eccellenza dell'arte orafa, come Valenza; la presenza di gruppi bancari solidi (e delle relative fondazioni) garantisce uno sviluppo territoriale solido ed equilibrato. Anche il tasso di imprenditorialità medio (+7,84%) dà un'idea del dinamismo imprenditoriale. Al tutto, va assommato la presenza di istituzioni che operano in maniera strategica per incrementare la valorizzazione e la comunicazione territoriale,



come la Camera di Commercio di Alessandria, e le società a partenariato misto come Mon.D.O e Alexala.

Moltiplicatori di efficienza:

- L'istruzione avanzata (Università) e la formazione professionale;
- L'efficienza sul mercato (lo SPUN di Casale Monferrato);
- La disponibilità tecnologica;
- Il tasso di occupazione.

Riassumendo brevemente i moltiplicatori di efficienza (che pesano per circa il 40% nel modello proposto dal WEF) si evince che l'area del Monferrato possiede tutti gli asset per uno sviluppo futuro solido ed eco-sostenibile. Infatti, l'area presenta un grosso potenziale sia nel campo della ricerca (con la presenza di alcune sedi delocalizzate dell'Università del Piemonte Orientale), sia nel campo dello sviluppo di attività produttive che, grazie all'operato dello SPUN di Casale Monferrato, stanno crescendo, non solo in termini di quantità, ma anche di efficienza e qualità. Un primo riscontro lo si può ottenere osservando il dato dell'occupazione, il quale registra, nel 2005, un incremento medio del +10%.

Fattori di Innovazione:

- Il turismo;
- Gli asset culturali.

Per quanto riguarda i fattori di innovazione, l'area del Monferrato punta su due asset che vengono considerati all'unanimità quali le risorse del futuro, indubbiamente da rivalorizzare in quanto in grado di unire ad un rilancio economico valori come l'ecosostenibilità, l'integrazione multiculturale e multirazziale e uno sviluppo "a misura d'uomo"¹⁹: questi due assi di sviluppo passano attraverso la cultura ed il turismo. Il territorio offre, infatti, un'offerta ampia e variegata di proposte turistiche che spaziano dal turismo di impronta più prettamente rurale promosso da Mon.D.O, per arrivare fino al turismo d'élite. Nelle ultime

¹⁹ Il 36 Convegno dei Giovani Imprenditori di Confindustria tenutosi a Santa Margherita Ligure nel Giugno 2006 intitolato "L'Economia dell'Uomo" sostiene proprio la tesi che si stia rivivendo un periodo di nuovo umanesimo in cui la risorsa umana attraverso valori quali la creatività. Il know-how e la mediazione culturale, si pone come nuovo centro del processo di sviluppo.



proposte e dagli ultimi trend, il turismo esperienziale e le nuove proposte alberghiere (come ad esempio l'albergo diffuso²⁰) ricoprono un ruolo chiave.

Sul versante culturale si registrano altre eccellenze quali per esempio il Sacro Monte di Crea che, nel 2006, ha registrato 100.000 visitatori.

Alcuni scenari futuri

Le analisi di scenario sono uno strumento utile per gestire le incertezze future. Utilizzate anche in campo aziendale, esse vengono impiegate per controllare il cosiddetto "rischio d'impresa" tentando di individuare le future opportunità e minacce. L'obiettivo è quello di "fornire ad un soggetto decisore una serie di conoscenze scientifiche sulla realtà, nella modalità più adatta alla sua forma mentis: obiettivi da perseguire, rischi da evitare, implicazioni da tenere sotto controllo".

Alcuni scenari di sviluppo futuro possono venire teorizzati analizzando il quadro delineato dall'IRES Piemonte. Il primo scenario "neutro" (denominato mantenimento di rotta) prevede il mantenimento a livello Regionale e locale, dei trend espressi in Piemonte negli anni Novanta.

Un secondo scenario, nettamente più negativo (denominato "il decollo che fallisce") è caratterizzato da una società che si sente vecchia e tende a "ripiegarsi su se stessa". Si assiste poi ad uno scenario di crescita polarizzata, con il Piemonte che evolve nel senso di una costellazione di eccellenze (denominato dall'IRES "il volo dei cento fiori") e ad uno scenario di crescita integrata (denominato "volare in formazione"), con una ulteriore spinta verso la riorganizzazione reticolare dell'economia, la cooperazione interistituzionale, un sistema federalista di governo del territorio, fondato sul principio sussidiarietà. Secondo Paolo Buran (Responsabile del coordinamento e dell'operazione scenari all'IRES "La partita di oggi deve tenere conto della stagnazione economica per cui si rende più urgente il passaggio all'economia della conoscenza. E l'aumento di incertezza e di competitività sui mercati mondiali, con i soggetti economici che chiedono supporto e talvolta tutela, rinvia al gioco di squadra di cui si è detto che permane ancorato alle diverse scale territoriali e in concomitanza con la costruzione di un modello federalistico di Stato").

²⁰ Nome col quale si identifica un edificio di grande interesse storico culturale ristrutturato ed adibito a dimora di charme.



Le macro-sfide individuate per il CASALESE per gli anni futuri (prossimi 15 anni) sono:

- La terziarizzazione qualificata: fare leva su asset intangibili quali creatività, funzioni progettuali e direzionali, attività culturali, industrie del tempo libero;
- L'invecchiamento governato: adattare rapidamente le relazioni sociali e le organizzazioni ad una popolazione più matura (essa non deve essere vista solo come un elemento di debolezza, anzi, bisogna fare in modo tale che l'esperienza personale, culturale e professionale delle risorse umane vengano tesaurizzate);
- Il policentrismo organizzato: stimolare il nuovo protagonismo delle città e dei sistemi locali, con un coordinamento consensuale che ne valorizzi le sinergie (più PMI innovative e centri e fiere commerciali ad alto *appeal* e meno call-center ("cattedrali del precariato"), più negozi e botteghe dei saperi/sapori e meno supermercati)²¹;
- Il federalismo realizzato: dopo le contese sui principi, costruire un modello decentrato di organizzazione pubblica, lineare e ben funzionante.

Per allargare il discorso ad un panorama europeo, secondo l'IRES, saremmo di fronte ad uno scenario tendenziale di espansione a macchia d'olio del "pentagono del sovrasviluppo" (da Londra a Milano passando per Parigi da un lato e dallo spazio tedesco dall'altro), nel quale, il Piemonte trarrebbe benefici, ma in un contesto di relativa subalternità. Si propone allora uno scenario volontaristico, con un'organizzazione in rete della macroregione alpina, "zone dinamiche di integrazione mondiale", all'interno del modello policentrico, con un Piemonte protagonista in una sequenza di importanti spazi che dal Portogallo e dalla Spagna arrivano al Sud Est della Francia, alla Pianura Padana, con una prosecuzione verso Est e i Paesi della "Nuova Europa" (appellativo utilizzato dai grandi gruppi bancari italiani, come Intesa e Unicredito Italiano, che stanno mettendo in atto nuove politiche di espansione nei Paesi che si sono appena uniti all'EU, attraverso l'acquisizione di banche "locali"). Delineando gli scenari di sviluppo, vengono posti in evidenza i principali assi su cui la zona dell'alessandrino-casalese deve puntare, vale a dire:

²¹ Questa in sintesi è la prima proiezione semantica dell'elaborazione di circa 1000 questionari a cui hanno risposto giovani dai 18 ai 40 anni, residenti sul territorio casalese.



- Il triangolo Alessandria-Genova-Savona, chiamato anche triangolo della logistica, che enfatizza il forte legame del territorio con il sistema portuale ligure (cioè spazio retroportuale, ma anche, come area di decentramenti industriali, e come spazio logistico nei raccordi, a più vasto raggio, tra Mediterraneo ed area padana ed europea);
- L'asse Nizza-Cuneo-Alba-Asti-CasaleMonferrato-Alessandria-MilanoVenezia (asse Hemingway²²), che comprende anche il distretto del vino, le aree di soggiorno e per il tempo libero (enogastronomia ed enoturismo);
- L'asse Alessandria-Casale Monferrato-Vercelli-Novara, che non è solo un "asse universitario" (l'Università del Piemonte Orientale), ma, altresì, una grande fascia di apertura dei territori piemontesi alla Lombardia, che si declina sulle relazioni Tortonese Vogherese e Pavia, Valenza-Lomellina e Casalese-Lomellina.

Dall'analisi proposta si può concludere affermando che l'area del Monferrato presenta numerosi fattori di *appeal* territoriale che qualificano l'area e la propongono come un futuro "euro-territorio", una piattaforma che abbina ai vantaggi di un'efficiente rete infrastrutturale, il potenziale umano generato dalla gestione di capitale umano altamente qualificato e formato, avvalorandosi di poli di eccellenza nella ricerca e nell'impiego di tecnologie innovative (come le Università).

Il Casalese si presenta, dunque, come laboratorio avanzato dello sviluppo provinciale, oltre che come area più industrializzata della Provincia (riflessione dovuta anche ai suggerimenti di Giancarlo Subbrero - CEDRES). I suoi punti di forza a livello di attività produttive sono:

- La capacità di utilizzare, nel lungo periodo, il cemento (nonostante il superamento del cemento naturale, e quindi il superamento della tipica produzione del primo sviluppo industriale);
- Il riposizionamento della struttura industriale verso due aree di specializzazione produttiva avanzate: le macchine grafiche ed il distretto del freddo (innovativo almeno per il paio di produzioni specifiche del territorio, le vetrine e il freddo su gomma);

²² F.Monge convegni e letteratura varia



- Gli effetti diffusisi sul territorio a livello di creazione di imprenditorialità (e di classe dirigente: in questo momento Casale “detiene” i vertici politici e associativi).

L'unica criticità presente che si sta cercando di ammortizzare, col tempo, consiste ancora nella carenza di comunicazione sia tra il partenariato pubblico e privato, sia verso l'esterno (potenziali stakeholders, Estero, ecc.) e nel fenomeno di abbandono delle aree rurali, problema al quale si sta cercando di ovviare attraverso la rivalorizzazione della zona eseguita anche per mezzo di azioni di comunicazione e campagne di marketing ad hoc, oltre alla pesante deficit mediatico generato dal problema delle zanzare e dell'eternit.



VII. APPENDICE

Framework STEP analysis

SOCIOLOGICO	TECNOLOGICO	ECONOMICO	POLITICO
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emigrazione dalle aree rurali e conseguente senilizzazione di queste ultime ▪ Deindustrializzazione dei poli manifatturieri (riduzione della loro portata); ▪ Trasferimento dei servizi; ▪ Crisi della disponibilità e crisi dei prezzi relativi agli alloggi nelle città, causando uno spostamento del luogo di residenza della popolazione fuori dalle città in luoghi facilmente raggiungibili dal posto di lavoro (ubicato frequentemente in città); ▪ Crescita dell'occupazione nel settore terziario e dei servizi, concentrata, quindi, nelle città maggiori; ▪ Perdita di identità dei poli peri-urbani, inglobati dai centri limitrofi. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ triangolo Alessandria-Genova-Savona (oggi chiamato il triangolo della logistica, perché, in primo luogo, guarda ai rapporti porti-entroterra); ▪ L'asse Cuneo-Asti-Alessandria); ▪ L'asse Alessandria-Casale Monferrato-Vercelli-Novara, che non è solo un asse "universitario" (l'Università del Piemonte Orientale), ma anche un "disegno" di "sistema" intrametropolitano che congiunge il Piemonte alla Lombardia; ▪ Asse infrastrutturale su gomma (autostrada Alessandria-Genova, Voltri-Sempione) su rotaia (che verrà ulteriormente potenziato in futuro grazie alle creazione di due assi ferroviari: il corridoio 5 e l'asse Genova-Rotterdam-Londra. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economia di stampo prettamente rurale, incentrata prettamente su colture vitivinicole e cerealicole. Un po' meno su quelle frutticole e orticole. Anche l'allevamento del bestiame è consistente, soprattutto bovino, in stalle modernamente attrezzate; ▪ Tasso di imprenditorialità generico basso: soltanto il 5%; ▪ Alle produzioni tradizionali si affianca un'industria tecnologicamente più evoluta nei comparti di metalmeccanica, gomma, plastica e materiale per l'edilizia. ▪ Presenza di distretti industriali (un importante distretto alimentare vinicolo). ▪ Area tra Casale Monferrato e Alessandria, dove è presente un produzione legata all' "industria del freddo" (refrigerazione industriale),Valenza per l'oreficeria; ▪ Indici elevati di crescita socio-economica; ▪ Offerta turistica di tipo short break e legata all'enogastronomia; ▪ Presenza di agriturismi e di ristoranti tipici di qualità; ▪ Comunicazione verso l'esterno attraverso siti web, portali tematici (MON.D.O, piemontefeel), stampa e TV nazionale ed internazionale. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avviamento di politiche per la creazione di distretti industriali (in particolare agro-alimentari e rurali); ▪ Avviamento di politiche per la creazione di distretti culturali; ▪ Attività dello SPUN di Casale Monferrato che lascia spazio a delle azioni marketing oriented. In particolare, le azioni principali sono volte a ridurre i tempi di attesa del rilascio delle autorizzazioni, a semplificare le procedure, a dare maggior trasparenza all'imprenditoria e a togliere impedimenti burocratici; ▪ Gli stakeholder pubblici hanno messo in atto azioni di governo (non solo la Provincia, ma anche le altre istituzioni a livello provinciale e comunque di Alessandria) che tendano a tenere insieme tutte le diverse componenti territoriali della Provincia e a porsi al servizio di tutta la Provincia.



Framework SWOT analysis

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lo sviluppo del settore vitivinicolo, il quale costituisce una forte attrazione per il turismo; ▪ L'aumento delle presenze turistiche anche straniere; ▪ La microimprenditorialità diffusa, in grado di percorrere i sentieri dello sviluppo; ▪ Il ruolo innovativo della città di Alessandria vista come polo di eccellenza per ricerca e innovazione; ▪ La centralità territoriale che elegge l'area come ideale piattaforma logistica e hub viario d'importanza primaria; ▪ La valida struttura formativa che costituisce la base della ricerca e dell'innovazione; ▪ L'offerta turistica basata su infrastrutture di prim'ordine (ristoranti tipici, trattorie, alberghi); ▪ L'elevato grado di qualità della vita; ▪ Le strategie comunicative innovative attraverso portali tematici (MON.D.O., piemontefeel) diffusione su stampa e media italiani e stranieri 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il rischio ambientale: la valle del Bormida è un'area ad elevato rischio ambientale a causa del secolare inquinamento provocato dallo stabilimento Acna di Cengio. Casale Monferrato presenta il problema dei tetti in eternit; ▪ Gli scarsi collegamenti stradali e carenza cronica di infrastrutture; ▪ La promozione territoriale ancora inadeguata; ▪ La difficoltà all'accoglienza oltre ad una capacità recettiva qualitativamente modesta; ▪ La grande vocazione agricola dell'area, fortemente depauperata da vicende passate; ▪ Un'agricoltura prevalentemente di sussistenza, con scarsa propensione alle innovazioni; ▪ La necessità di interventi innovativi per quel che riguarda la coltivazione, la trasformazione e la commercializzazione; ▪ La rete di servizi inadeguata su quasi tutta la dorsale collinare; ▪ Il restringimento della base demografica; ▪ Lo smagrimento della base occupazionale; ▪ Il modello di sviluppo "a due velocità"; ▪ Il degrado delle aree collinari.
OPPORTUNITA'	MINACCE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La valorizzazione naturalistica dell'area e la risoluzione di annosi problemi eco-ambientali (tetti in eternit per Casale Monferrato); ▪ La creazione di un sistema che leghi l'agricoltura all'ambiente circostante, al turismo culturale, alla riqualificazione del paesaggio; ▪ La creazione di distretti industriali agroalimentari e culturali che implementino il processo di creazione di valore e fungano da traino per le aree più deboli; ▪ La capacità di fruttare gli spazi di eccellenza aziendale per trasformare l'area in polo dell'innovazione; ▪ La creazione di un area e di un brand, il Monferrato-shire che sia emblema delle eccellenze locali e che funga da "marchio ombrello" per altri brand (ad esempio quello di Casale Monferrato); ▪ Il rilancio del termalismo della vicina Acqui Terme, che, in un contesto turistico allargato, funga da catalizzatore di flussi turistici nella zona; ▪ La creazione di un distretto vitivinicolo; ▪ Il potenziamento delle strutture di promozione del polo orafa di Valenza; ▪ La promozione turistica ed agricola del Monferrato casalese; ▪ L'estensione dei servizi urbani nella zona collinare, a costituzione del sistema definito campagna urbanizzata; ▪ La creazione di un piano sistemico di azioni volte a promuovere l'area collinare del Monferrato come centro di wellness e di qualità della vita; ▪ La creazione di un grande hub infrastrutturale e viario che lanci l'area come grande piattaforma internazionale. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I processi di erosione fluviale e di dissesto idrogeologico che interessano l'area; ▪ La presenza di turismo di tipo prevalentemente "domenicale" che va, quindi, implementato con azioni repentine di marketing territoriale; ▪ Il difficile sviluppo di un'industria telematica per la scarsità di ricezione; ▪ Il rischio di subire la competizione di aree limitrofe (Lombardia), o di altri sistemi collinari nazionali (cfr Kresl); ▪ Il rischio di vedere incrementare il processo di spopolamento della fascia collinare lontana dai centri urbani e di trasformare l'area in una improduttiva zona dormitorio; ▪ Il rischio di frammentare la zona in microaree che inibirebbero il potenziale del sistema Monferrato.