



7. E' ora! Facciamo di Magenta la città dei turismi

Le risorse che abbiamo possono essere utilizzate per rilanciare il tessuto occupazionale e sociale della città anche attraverso uno sviluppo della possibile vocazione turistica di questa nostra area. A tale scopo le **numerose eccellenze** presenti nel nostro territorio possono diventare i punti catalizzanti dei molti turismi su cui può contare Magenta per un suo rilancio vero.

Per far questo servono diverse azioni:

- una strategia di comunicazione efficace;
 - progetti mirati di valorizzazione delle diverse eccellenze presenti;
 - lo sviluppo dei servizi di mobilità connessi alle attrattive turistiche per consentire al turista di raggiungere i luoghi chiave del territorio;
 - un impegno per favorire la creazione di strutture ricettive adatte anche ad un turismo giovane e di tipo familiare;
 - la creazione di un calendario di eventi ripetuti e programmati con largo anticipo, affinché attraverso gli eventi sia possibile la promozione del territorio e dei luoghi e le iniziative abbiano un respiro sempre meno locale.
- Al centro di questo progetto vi è l'intenzione di valorizzare, in primo luogo, il brand "Magenta città della musica" attraverso un progetto ad hoc che prevede la costituzione di una Fondazione con un suo direttore artistico per l'organizzazione di un Festival Internazionale di Musica Classica, la messa in rete delle eccellenze che la città già esprime in ambito musicale, la valorizzazione nel mondo del Teatro Lirico di Magenta e dei due prestigiosi organi Prestinari che abbiamo in città.

Vogliamo quindi sviluppare azioni e progetti ad hoc nei seguenti settori:

- **turismo storico:** la Battaglia di Magenta, il Museo della Battaglia devono essere messi al centro di un progetto sulla dimensione storica della città anche in collaborazione con amici e partner dei Paesi che si combatterono il 4 giugno 1859. Oltre a questo elemento storico che rende Magenta nota in tutto il mondo, si potrà riscoprire e valorizzare anche l'importante presenza di Leonardo nel nostro territorio;

- **smo culturale** con la valorizzazione del brand “Magenta città della musica” **turi**
- **smo gourmet** **turi**
- **smo ambientale e naturalistico** **turi**
- **smo religioso** con la scoperta e la valorizzazione dei luoghi legati alla vita di Santa Gianna Beretta Molla. **turi**

Il turismo può contare sulla presenza del **Parco del Ticino**, una risorsa unica nel suo genere, risorsa, fino ad oggi utilizzata molto male. Il Parco del Ticino deve diventare una occasione per la creazione di attività connesse alla fruizione del parco, dalle visite guidate a tema ad esperienze quali la discesa in canoa nelle rapide del Ticino, safari fotografico, cicloturismo, equitazione etc. Il Parco è detentore del marchio di qualità per diversi prodotti gastronomici quali risi, salumi, miele, marmellate, confetture, farine ed altri sempre nuovi oltre a numerosi altri prodotti tutti di altissima qualità. Questi prodotti possono diventare la "testa di ariete" per sviluppare iniziative eno-gastronomiche nel nostro territorio con l'adesione di ristoranti, agriturismi e anche di negozi alimentari di alta qualità. Inoltre, con un progetto studiato ad hoc con il Parco e tutte le realtà interessate, questi prodotti possono essere i protagonisti di "borse della spesa" da proporre in punti precisi dell'aeroporto di Malpensa, nella Fiera di Milano-Rho, e in negozi del territorio con contenuti diversi e prezzi diversi, istruzioni in lingue differenti per la preparazione dei piatti della nostra tradizione. Se solo una persona su 1.000 di passaggio a Malpensa o Fiera acquistasse una confezione dei Prodotti a Marchio Parco Ticino, si rivoluzionerebbe la nostra economia con altissime possibilità di lavoro in agricoltura, trasformazione di tali prodotti e commercio degli stessi. Analogamente alla "Borsa della Spesa" occorre predisporre pacchetti completi di offerte turistiche nei diversi settori sopra indicati: chi viene nel territorio per lavoro o piacere deve trovare le offerte nei diversi settori e deve convincersi che vale la pena prolungare anche di un solo giorno la sua permanenza per poter godere delle diverse opportunità che il nostro territorio e il nostro Comune ha da offrire!

La particolare collocazione di Ponte Vecchio ne fa la naturale porta di accesso ai percorsi di fruizione del Parco. E' indispensabile valorizzare il più possibile la bellezza del Parco e la penetrazione dello stesso all'interno e dall'interno della città migliorando e amplificandone i percorsi di fruizione partendo dal centro abitato con il miglioramento e l'incremento degli investimenti nella viabilità ciclabile e pedonale e ideando percorsi che valorizzino centri di interesse posti nel centro abitato oltreché nel Parco stesso.

Vogliamo favorire e agevolare le attività di Bed and Breakfast presenti e altre piccole attività ricettive e di ristorazione per aumentare le capacità attrattive del nostro territorio connettendo queste attività alle realtà agricole e alle attività di supporto all'attività turistica e creando relazioni strette con gli altri comuni dell'asse del Ticino e collegati dall'asse del Naviglio Grande.

Sarà fondamentale interloquire con quelle agenzie (attualmente sei) che prevedono pacchetti turistici con attività anche nel Parco del Ticino per attirare turisti e visitatori anche a Magenta e non solo in altre città e centri anche vicini a noi.

Occorre investire molto su:

- a) l'accoglienza al turista. Oggi la nostra città non offre una adeguata rete di servizi ricettivi; i progetti da cui partiremo sono
 - la realizzazione anche in uno spazio pubblico o in convenzione di un Ostello per Giovani (artisti, ma non solo);

- uno studio di fattibilità per la creazione di un **albergo diffuso**, ovvero di un albergo orizzontale con camere e servizi in edifici diversi seppur collegati tra loro con una struttura di gestione unitaria, a partire dalla rete dei bed and breakfast già esistenti;
- i collegamenti sia verso Magenta sia all'interno della città; sosterremo, in ogni ambito, la richiesta di una linea di collegamento diretta via autobus tra Magenta e l'aeroporto di Malpensa
- valu teremo la possibilità di creare un servizio taxi anche a Magenta.

Un'attenzione particolare dovrà essere riservata alla zona della stazione ferroviaria, porta di accesso alla città. Oggi risulta anonima, caotica e scarsamente caratterizzata: saranno necessari interventi sull'arredo urbano, sulla segnaletica, sulla mobilità, unitamente alla realizzazione di un punto di informazione turistico. Tutto questo renderà la zona più idonea alle funzioni di accoglienza e di primo contatto con la città.

b) un'offerta turistica "dedicata" ad una forma di turismo sociale, rivolta alle "diverse abilità", impegnando la città a fare delle accessibilità un punto chiave della sua azione per favorire il miglioramento della qualità della vita delle persone diversamente abili. Tutto questo avverrà con il coinvolgimento diretto dei diversamente abili anche in tutti i progetti a valenza turistica;

c) sappiamo che il turista va alla ricerca di un "territorio" più che di una "città": Magenta dovrà, quindi, mettere in campo azioni di coordinamento e di coinvolgimento di tutte le realtà comunali presenti nel territorio, compresa la Città Metropolitana, perché al turista si possa raccontare un territorio con le sue ricchezze ambientali, paesaggistiche, culturali e di tradizione;

d) in collaborazione anche con gli istituti superiori cittadini occorre pensare a modalità e percorsi di formazione di guide specializzate nei diversi settori descritti.

Il mandato amministrativo 2017/2022 dovrà imparare a sfruttare anche le nuove modalità della comunicazione turistica. La sfida che può essere lanciata da un soggetto pubblico come un Comune è quello di invitare i soggetti anche economici che operano o che potrebbero operare nei diversi percorsi turistici proposti a mettere insieme le loro forze per rendere operativo un "**portale**" del turismo aperto alle esigenze del mercato, rapido e veloce nelle scelte, in partenariato tra pubblico e privato dove il soggetto pubblico svolge il suo ruolo istituzionale e "di regia", ma dove è il privato che "decide" quando, come e cosa promuovere a livello di offerta turistica. Con la stessa logica del "portale", un progetto in partenariato tra pubblico e privato sarà attivato per la realizzazione di una App della città e del territorio. Si tratterà, cioè, di creare una App per raccogliere e ordinare il ventaglio di opportunità ricreative, artistiche, culturali, sportive, tradizionali, eno-gastronomiche che, ogni settimana, si svolgono sul territorio e indicare le caratteristiche delle cose da visitare e dei posti per mangiare, bere, dormire.