



Assessorato al Turismo
Direzione Promozione della Cultura del Turismo e dello Sport
Settore Offerta Turistica e Sportiva
Via Avogadro,30 - 10121 Torino

BIELLA, FABBRICA CULTURALE CREATIVA

STUDIO REALIZZATO AI SENSI DELLA L.R. N. 4/00 S.M.I.
“PIANO ANNUALE DI ATTUAZIONE 2015-SECONDA PARTE”

da POLI.design
Consorzio del Politecnico di Milano



In collaborazione con:
ATL Biella
Città di Biella



INDICE

0. INTRODUZIONE	3
1. QUADRO CONOSCITIVO GENERALE E AREA INTERESSATA DALLO STUDIO	3
2. VALUTAZIONE DELLE CONDIZIONI DI MERCATO DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA	10
3. ASPETTI ORGANIZZATIVI E ATTUATIVI	15
4. VALUTAZIONE DELLA CONVENIENZA ECONOMICA E SOCIALE	39
5. INDIVIDUAZIONE DEI PUNTI DI FORZA, MINACCE, OPPORTUNITÀ	41
6. CASI STUDIO	46
7. LA VISIONE STRATEGICA GENERALE	60
7.1 I tre livelli e i tre assi d'intervento	63
7.2 Le tre leve d'azione strategica	66
8. SVILUPPO DELLO STUDIO	67
8.1 Il sistema dei percorsi: Cultural Trail e Shopping Experience	67
8.1.1 Il Borgo del Piazza	70
8.1.2 Biella Piano	73
8.1.3 Le fabbriche e il torrente Cervo	78
8.2 Descrizione puntuale degli interventi materiali	80
8.3 Interventi immateriali: Connecting Experience	93
8.3.1 Smart City e messa in rete patrimonio immateriale	93
8.3.2 Organizzazione e promozione di eventi	95
8.3.3 Investire in gestione e formazione	97
9. PREVISIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DEI COSTI, DELLA COPERTURA FINANZIARIA E FILIERA	99
10. TEMPI	104
11. FATTIBILITÀ TECNICA	105
12. SINTESI DELLE FASI DI INTERVENTO E STIMA DEI COSTI	107
13. ALLEGATI	113

0. INTRODUZIONE

Il presente Studio di Fattibilità è realizzato a cura del POLI-design, Consorzio del Politecnico di Milano, su incarico di ATL - Azienda Turistica locale di Biella, per conto di ATL e Comune di Biella, ammessi a contributo per la sua realizzazione a seguito di partecipazione al Bando a misura della Legge Regionale 4/00 s.m.i “Piano annuale di attuazione 2015-seconda parte”, istanza n.51, Codice Cupn.J68F16000020002.

A seguito dell’incarico il lavoro per la realizzazione dello SdF si è organizzato in tre fasi:

- una fase di ascolto delle esigenze del territorio,
- una fase di raccolta delle informazioni sul sito, mediante sopralluoghi e attraverso il contributo di ATL e Comune di Biella,
- una fase di elaborazione e proposta.

1. QUADRO CONOSCITIVO GENERALE E AREA INTERESSATA DALLO STUDIO

Il presente Studio di Fattibilità si focalizza sulla città di Biella.

Quest’area può essere definita come il baricentro di un ecosistema caratterizzato da attività produttive e patrimoni culturali inseriti in un panorama paesaggistico di grande rilevanza.

Il territorio urbano si iscrive, infatti, all’interno delle tre valli del Biellese occidentale: la Valle Elvo, la Valle Oropa e la Valle Cervo.

L’elemento che definisce maggiormente l’identità di questi luoghi è il saper fare, sviluppatosi in particolare nel settore tessile, come vedremo successivamente.

La città capoluogo di Biella costituisce il cardine dell’armatura socio-economica e amministrativa sia dell’Ente Provincia, sia del distretto industriale tessile /laniero di antica formazione.

Dal punto di vista dell’assetto urbano, il progetto intende valorizzare e connettere il patrimonio culturale esistente che si dispiega in un impianto multilivello e policentrico, andando a evidenziare i poli urbani e culturali che hanno scandito le fasi dell’evoluzione della città, dalla fondazione originaria del “castrum” (Biella Piano), alla costruzione della città medioevale (Biella Piazza), allo sviluppo della città industriale (asta del Cervo) e nella sua attuale evoluzione in polo dell’innovazione culturale e digitale.

Più in dettaglio, le aree d’iniziativa e di allocazione di attività e servizi si sviluppano sui tre livelli altimetrici su un asse est/ovest.

- All’estremo ovest, ad una quota più alta, troviamo il nucleo storico di **Biella Piazza**, con le vestigia dell’età gotico/medievale e l’impronta dei periodi di sviluppo successivi, rinascimentali e sei/settecenteschi, sede del Comune, dalla sua istituzione fino alla metà dell’Ottocento, caratterizzata dalla sua Piazza Cisterna

(recuperata da un piano del colore voluto dall'Amministrazione negli anni '90, che ne ha promosso il rilancio a sede residenziale e ricettiva) e i suoi palazzi, alcuni dei quali da poco risanati ed altri totalmente ristrutturati con importanti funzioni espositive e culturali, miste pubbliche e private (Palazzo La Marmora, Palazzo Gromo Losa, Palazzo Ferrero).

- Al centro dell'asse, al livello altimetrico intermedio, troviamo **Biella Piano**, che si sviluppa nel secolo scorso, a partire dal suo nucleo storico romanico, sede attuale dell'autorità religiosa (Vescovado), del potere amministrativo (Municipio), nonché polo delle istituzioni culturali pubbliche quali il Museo del Territorio Biellese, la Biblioteca Civica, nella sua nuova sede, e l'Archivio di Stato. Nel centro storico della Biella moderna sono presenti monumenti artistici di rilievo (Battistero, Duomo, Chiesa e Chiostro di San Sebastiano), teatri, luoghi pubblici di ritrovo e d'intrattenimento, attività di servizio e le attività commerciali. Al centro della Città è previsto lo sviluppo del primo outlet diffuso cittadino italiano che, facendo leva sulla cultura d'impresa, offrirà una nuova esperienza culturale e di shopping in grado di attrarre importanti flussi turistici a Biella.

- A est, scendendo sulle sponde del fiume Torrente Cervo che, fin dalle origini, è stato uno dei vettori dell'economia cittadina, si sviluppa l'**area industriale del torrente Cervo**, che ha caratterizzato la rivoluzione imprenditoriale locale, con le sue fabbriche. Nell'area individuata dai piani regolatori e non ancora attuata del previsto "Parco fluviale", sono tutt'ora presenti e attive ancora alcune importanti manifatture in funzione (Lanificio F.lli Cerruti 1881, con i suoi reparti produttivi tessili, Serralunga 1825, riconvertita dalla produzione di accessori tessili al design), accanto a quelli che vengono oggi ritenuti tra i maggiori monumenti di rilevanza storica della cosiddetta archeologia industriale e infine anche le sedi di prestigiose istituzioni culturali che hanno in tempi recenti recuperato e rifunzionalizzato alcuni degli antichi opifici (Cittadellarte-Fondazione Pistoletto, Lanificio-Archivio Pria, Fondazione Sella, Istituto della Fotografia Alpina, SellaLab.)

Nonostante la ricchezza e la varietà delle risorse paesaggistiche, culturali (tangibili e intangibili) e la notorietà dello storico distretto tessile, il territorio biellese necessita di interventi di tipo materiale e immateriale sull'assetto urbano e identitario della città. Questo è reso evidente e urgente dai dati su alcune tendenze demografiche e di attrazione territoriale già in atto.

Si osserva, infatti, un andamento negativo della popolazione residente nel Comune di Biella. Nel 2013 (+3,87% rispetto al 2012) c'è stata una forte ripresa, seguita da un andamento discendente negli anni successivi (nel 2015 -0,63% rispetto al 2014). Questo andamento è simile sia a livello provinciale che regionale. In un periodo di 11 anni, la popolazione della provincia biellese ha perso quasi 10.000 abitanti, che corrispondono a circa il 5% del totale.

Tab.1 - Popolazione residente nel Comune di Biella e negli altri comuni della provincia di Biella (2004-2015)

ANNI	COMUNE DI BIELLA			ALTRI COMUNI BIELLESI		
	Numero abitanti	VARIAZ. RISPETTO ANNO PRECEDENTE ass.	%	Numero abitanti	VARIAZ. RISPETTO ANNO PRECEDENTE ass.	%
2004	46.350	-154	-0,33	141.847	-70	-0,05
2005	46.062	-288	-0,62	141.557	-290	-0,20
2006	45.822	-240	-0,52	141.116	-441	-0,31
2007	46.126	304	0,66	141.365	249	0,18
2008	45.842	-284	-0,62	141.472	107	0,08
2009	45.845	3	0,01	140.853	-619	-0,44
2010	45.589	-256	-0,56	140.179	-674	-0,48
2011 (a)	43.747	-1.842	-4,04	138.121	-2.058	-1,47
2012	43.675	-72	-0,16	137.751	-370	-0,27
2013	45.325	1.650	3,78	137.000	-751	-0,55
2014	45.016	-309	-0,68	136.073	-927	-0,68
2015	44.733	-283	-0,63	134.952	-1.121	-0,82

Fonte: Camera di Commercio di Biella e Vercelli (su dati Istat)

Tab.2 - Popolazione residente nella provincia di Biella (2004-2015)

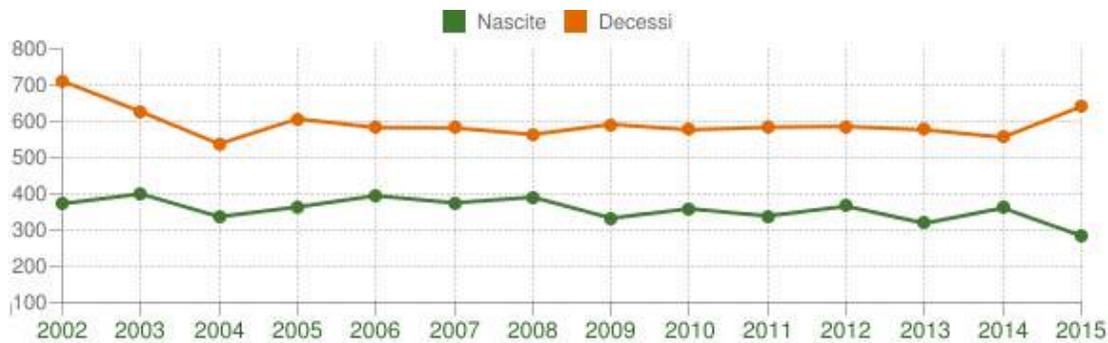
ANNI	TOTALE PROVINCIALE		
	Numero abitanti	VARIAZ. RISPETTO ANNO PRECEDENTE ass.	%
2004	188.197	-224	-0,12
2005	187.619	-578	-0,31
2006	186.938	-681	-0,36
2007	187.491	553	0,30
2008	187.314	-177	-0,09
2009	186.698	-616	-0,33
2010	185.768	-930	-0,50
2011 (a)	181.868	-3.900	-2,10
2012	181.426	-442	-0,24
2013	182.325	899	0,50
2014	181.089	-1.236	-0,68
2015	179.685	-1.404	-0,78

Fonte: Camera di Commercio di Biella e Vercelli (su dati Istat)

Si evidenzia inoltre un'ampia forbice demografica fra le nascite e i decessi, che è solo parzialmente mitigata dall'arrivo di nuovi cittadini (provenienti prevalentemente da altri comuni italiani). Questo andamento provoca un significativo invecchiamento della popolazione, che si concentra prevalentemente nella fascia 45-50 anni; anche l'indice di invecchiamento (245) è significativamente superiore rispetto a quello regionale (194) e a quello nazionale (161). Una delle cause dell'invecchiamento della popolazione residente

è l'assenza di stimolanti occasioni di studio e lavoro per i giovani che preferiscono affrontare esperienze altrove, opportunità che li allontanano definitivamente dal territorio. La continuità studio/lavoro, che era uno degli obiettivi perseguiti con sacrificio con la creazione delle scuole tecniche a servizio dell'industria nel secolo scorso (ITI – Istituto Tecnico Industriale e Bona - Istituto Tecnico Commerciale), non ha saputo evolvere, in modo sussidiario e coerente con i tempi, in ambito universitario, nonostante i notevoli sforzi profusi dalle Istituzioni locali nella creazione del complesso di Città Studi.

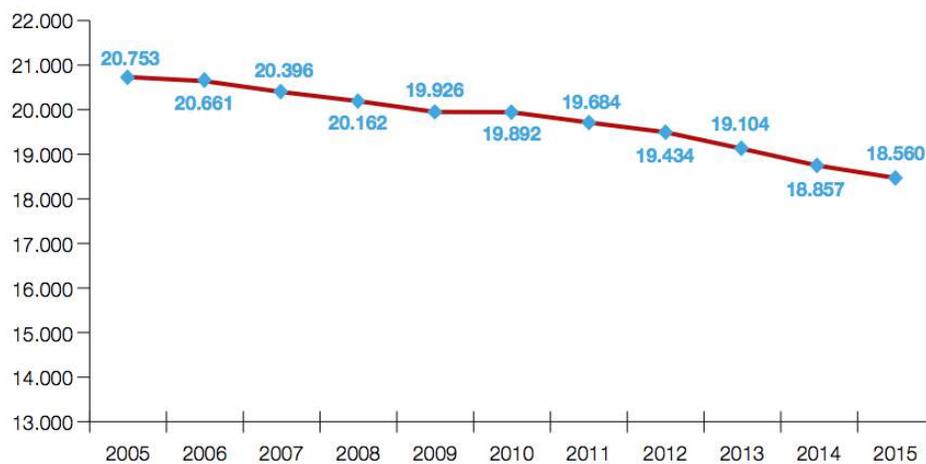
Graf.1 - Movimento naturale della popolazione del Comune di Biella (2002-2015)



Fonte: <http://www.tuttitalia.it/piemonte/77-biella/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>

Una delle concause della perdita di cittadini da parte del territorio biellese è identificabile con la chiusura di diverse imprese, sia artigianali che commerciali. In un periodo di vent'anni (2005-2015) in provincia di Biella sono state chiuse più di 2.000 imprese.

Graf.2 - Andamento imprese registrate in Provincia di Biella (2005-2015)



Fonte: Report "Economia Biellese", Camera di Commercio di Biella e Vercelli, Unione Industriale Biellese

Graf.3 - Andamento delle imprese commerciali registrate in Provincia di Biella (2009-2015)

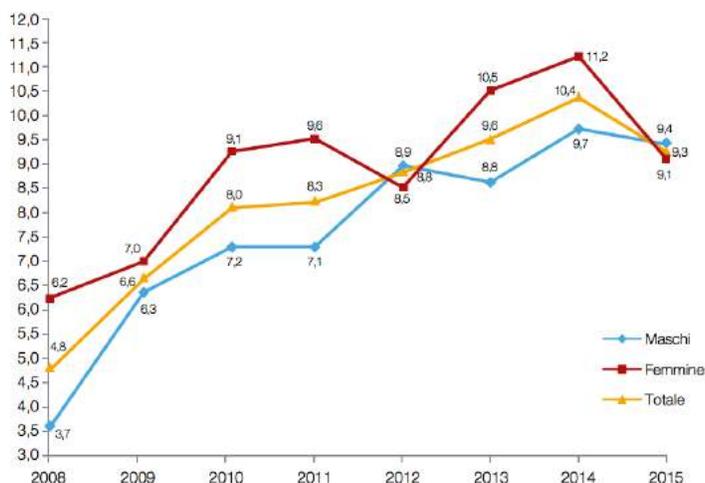


Fonte: Report "Economia Biellese", Camera di Commercio di Biella e Vercelli, Unione Industriale Biellese

Nel terzo trimestre 2016 si registra, però, che le imprese insediate sul territorio sono stabili (con minime variazioni negative). Si nota una lieve crescita del turismo (+0,66%) e degli altri servizi (+0,36%) (Dati InfoCamere), mentre il sistema delle imprese artigiane manifesta segnali di difficoltà (-0,4%).

Bisogna sottolineare però che la provincia di Biella ha registrato un calo del tasso di disoccupazione tra il 2014 e il 2015, manifestando una ripresa leggermente migliore rispetto a quella del resto del paese, complice, probabilmente, anche la resilienza del distretto tessile.

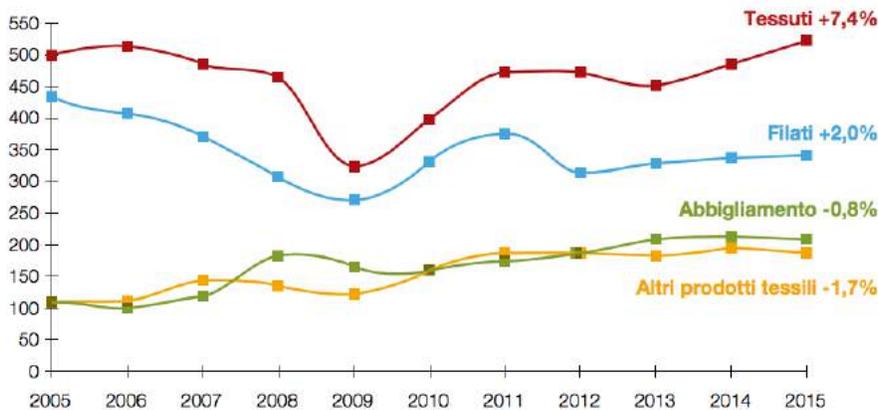
Graf.4 - Tasso di disoccupazione nella Provincia di Biella (2008-2015)



Fonte: Report "Economia Biellese", Camera di Commercio di Biella e Vercelli, Unione Industriale Biellese

Si deve ricordare, infatti, che quello biellese è l'unico distretto in Europa in cui l'intera filiera produttiva è ancora presente e attiva. L'evoluzione del distretto ha previsto un innalzamento dell'eccellenza e lo spostamento verso una fascia alta (o persino altissima) del mercato. Il settore tessile è uno dei pochi che manifesta un andamento positivo ed una ripresa recente nei dati relativi all'export, in particolare di tessuti e filati.

Graf.5 - Export di tessuti, filati, articoli di abbigliamento della Provincia di Biella (2005-2015)



Fonte: Report "Economia Biellese", Camera di Commercio di Biella e Vercelli, Unione Industriale Biellese

Guardando agli altri settori, quello dell'agroalimentare sta diventando una delle leve su cui il territorio punta maggiormente per lo sviluppo turistico.

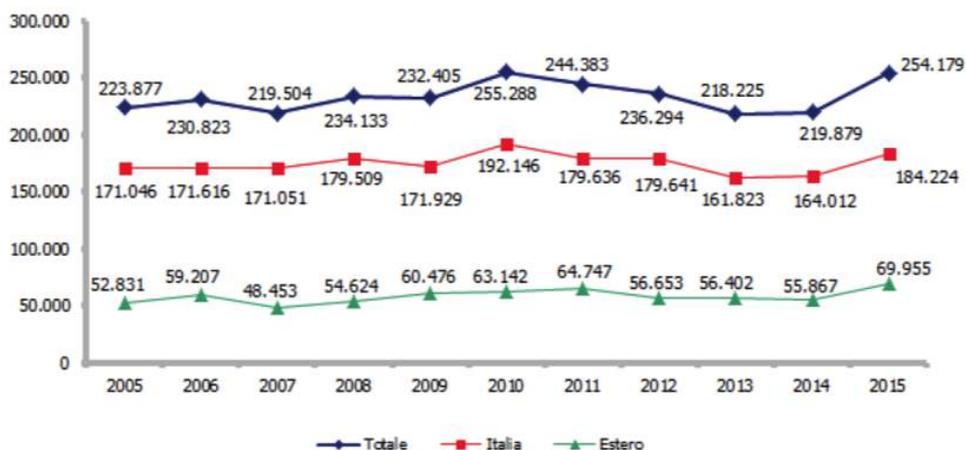
Il territorio biellese, infatti, ha saputo conservare alcune importanti tradizioni agroalimentari oltre che puntare sullo sviluppo di alcune produzioni più recenti.

È importante segnalare, ad esempio, che tra il 2014 e il 2015 c'è stato un aumento della produzione delle uve da vino (da tavola, D.O.C.G., D.O.C.) del 64% circa. Inoltre, il settore enogastronomico biellese sta cercando di farsi conoscere non solo nel resto del territorio italiano, ma anche oltre i confini nazionali¹, attraverso l'organizzazione di fiere ed eventi, la partecipazione a progetti e l'istituzione di marchi di qualità.

Per quanto riguarda l'attrattività del territorio per i turisti, si registra un trend positivo delle presenze sia dei visitatori provenienti dal resto d'Italia che di quelli provenienti dall'estero.

¹ Si vedano ad esempio il marchio di qualità agroalimentare "Biella&Buona" (<http://www.biellaebuona.it/online/Home.html>); il marchio collettivo "Terre di riso, d'acqua, di qualità" (http://images.bi.camcom.it/f/promozione/57/5743_CCIAABI_1262014.pdf); il documento per la promozione delle eccellenze dei territori e della dieta mediterranea (http://images.bi.camcom.it/f/promozione/56/5610_CCIAABI_2052014.pdf); il portale "Made in Piemonte" (<http://www.madeinpiemonte.it/>); il progetto "Made in Italy" realizzato da Google, insieme al MIPAAF, Unioncamere, Università Ca' Foscari e Fondazione Symbola, a cui il territorio biellese ha preso parte (<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/project/made-in-italy?hl=it>)

Graf.6 - Trend presenze in Provincia di Biella (2005-2015)



Fonte: Camera di Commercio di Biella e Vercelli (su dati della Provincia di Biella, Sezione Turismo)

Riassumendo quanto detto precedentemente, i dati mostrano una fotografia del territorio che è sicuramente *shrinking* (in declino) da un punto di vista demografico e occupazionale. Si evidenziano però dei manifesti segnali di ripresa, che possono fare leva su alcune tendenze positive, come ad esempio la nuova capacità di attrazione turistica, la forte identità tessile che sta dimostrando una notevole tenuta e infine la propensione ad innovare nella produzione di qualità, anche su settori alternativi. Alla luce di queste osservazioni, le caratteristiche positive del territorio devono essere valorizzate e integrate per permettere l'attivazione di processi di resilienza volti al miglioramento della qualità della vita della popolazione locale, al miglioramento dell'offerta turistica e all'ottimizzazione dell'identità tessile come tessuto connettivo delle diverse capacità e peculiarità territoriali.

Il presente SdF intende quindi fare perno su quei poli urbani e culturali che sono stati centrali nell'evoluzione storica, culturale e industriale della città: Biella Piano, Biella Piazza, area del Cervo e che ancora oggi custodiscono le potenzialità dello sviluppo di Biella in polo culturale e digitale. Lo studio, definita l'articolazione delle aree di pertinenza e d'iniziativa, ha individuato nel centro di Biella Piano, nella longitudinale commerciale identificabile in Via Italia, e nell'asse culturale est/ovest, gli elementi fondanti su cui si muoverà l'intero progetto di 'rivitalizzazione e miglioramento qualitativo dell'ecosistema biellese'. Le azioni intraprese a partire dal centro, promuovendo nuovi inediti flussi, collegheranno i tre livelli (Piano, Piazza e Cervo) da mettere in rete sinergica e avranno delle ricadute positive sul territorio circostante.

L'obiettivo che si pongono gli interventi, che vedremo proposti in questo SdF, sono in linea con quanto suggerito dall'UNESCO nel recente "Global Report, Culture: Urban Future", presentato il 18 Ottobre 2016 durante la conferenza su Habitat III. La cultura è, infatti, posta

al centro del rinnovamento urbano e dell'innovazione, diventando un vero e proprio asset strategico per la creazione di città più inclusive, accoglienti, sostenibili e creative².

2. VALUTAZIONE DELLE CONDIZIONI DI MERCATO DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA

I bisogni del territorio, in parte accennati e identificati precedentemente, saranno maggiormente focalizzati in questa sezione, distinguendo più chiaramente le potenzialità di sviluppo, gli utenti a cui ci si rivolge e i trend su cui poter fare leva.

Nel 2015 Biella è stata la provincia piemontese con la maggiore crescita³ nel settore turistico, soprattutto in termini di attrattività. Guardando nel dettaglio l'offerta turistica biellese, si rileva che a Biella e provincia, nel 2015, sono state censite 247 strutture alberghiere e extra-alberghiere per un totale di 6.197 posti letto. Gli alberghi costituiscono il 13%. Sono in crescita, rispetto agli anni precedenti, le strutture extra-alberghiere, in particolare agriturismo e bed&breakfast. Dalla ricerca campionaria, che ha coinvolto circa 135 strutture alberghiere e extra-alberghiere presenti nella provincia di Biella, si evince che i clienti soggiornano prevalentemente per motivi di "piacere-vacanza" (43,2%). Nell'ambito del soggiorno di "piacere-vacanza", si evidenziano come principali attrattori la Natura e lo Sport (61,9%), l'Arte e la Cultura (12,8%), l'Enogastronomia (11,4%). Il tasso turisticità⁴ (141) e la densità turistica⁵ (278) della provincia di Biella sono entrambi in aumento, seppur inferiori a quelli rilevati a livello regionale.

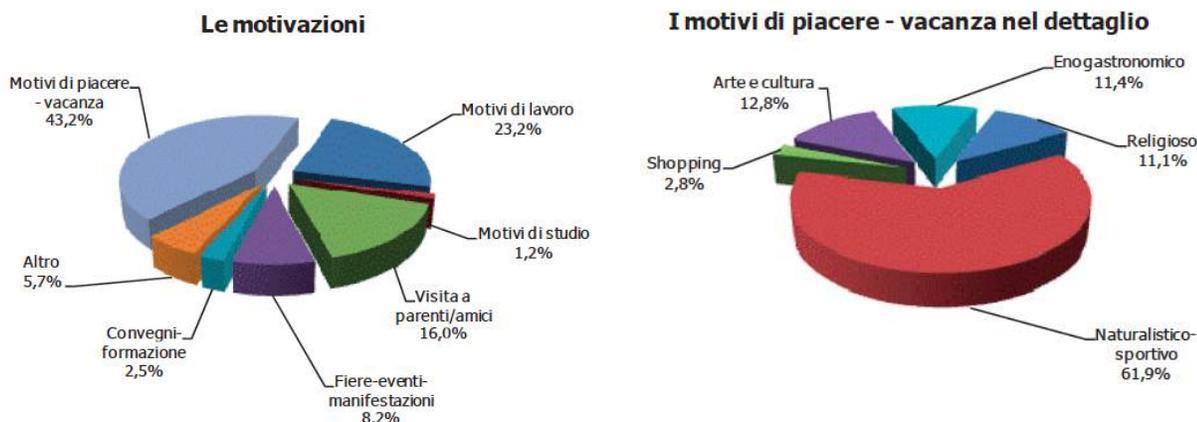
² http://www.unesco.org/culture/culture-for-sustainable-urban-development/pdf-open/global-Report_en.pdf

³ I dati che seguono sono tratti dal documento redatto dall'Osservatorio sul Turismo Biellese e Vercellese: "Turismo Biellese e Vercellese 2015" disponibile sul sito della Camera di Commercio di Biella www.bi.camcom.gov.it.

⁴ Indica il livello di affluenza turistica in un determinato periodo ed è dato dal rapporto tra il numero di turisti e 100.000 abitanti.

⁵ Numero di turisti per km², dato dal rapporto tra il numero di presenze e la superficie del territorio.

Graf.7 - La percezione dei gestori delle strutture ricettive sulle motivazioni del soggiorno (indagine campionaria)



Fonte: Osservatorio sul Turismo, Camera di Commercio di Biella e Vercelli

L'accoglienza turistica è distribuita sull'intera area, ma con una maggiore concentrazione nell'ambito urbano: 26 strutture ricettive, di cui 7 alberghiere, 1 albergo residenziale e 18 extra-alberghiere, con disponibilità di 589 camere e 1.193 posti letto, che costituiscono il 19% del totale provinciale.

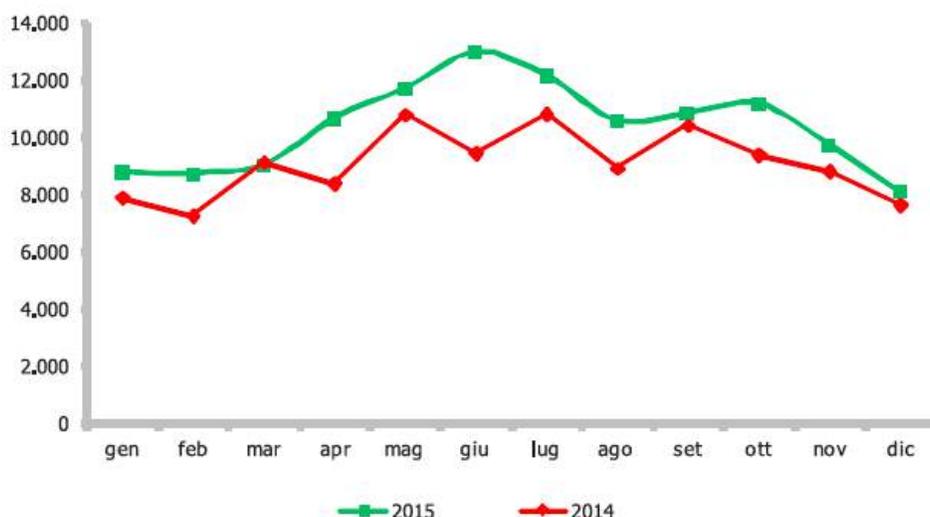
Per quanto riguarda i flussi turistici specifici della città di Biella, si registra una dinamica positiva, in linea con la media provinciale, sia degli arrivi (+7,7%) che della presenza di turisti (+14%) nel 2015, facendo registrare il massimo storico degli ultimi anni in termini di numero di arrivi e di presenze.

Tab.3 - Arrivi e presenze nel Comune di Biella (2013-2015)

	2013	2014	2015	VAR % 15/14
ARRIVI	40.945	42.080	45.337	7,7%
PRESENZE	108.035	108.925	124.211	14,0%

Fonte: Osservatorio sul Turismo, Camera di Commercio di Biella e Vercelli

Graf.8 - Andamento mensile delle presenze nel comune di Biella, anni 2014-2015



Fonte: Osservatorio sul Turismo, Camera di Commercio di Biella e Vercelli

L'analisi dell'anno fa rilevare che sul territorio permane, per tutti i mesi, una presenza costante di circa 8.500 turisti: questo significa che si sta ricostruendo la quota in rappresentanza del turismo di affari, dopo il cospicuo calo che aveva subito durante gli anni più duri della crisi. I turisti provenienti dall'estero sono in crescita ed è interessante notare che hanno costituito il 27,9% degli arrivi e il 30,1% delle presenze totali del 2015.

Nel dettaglio, i turisti provenienti dagli USA sono aumentati del 158% e quelli provenienti dalla Polonia sono quintuplicati. Si confermano importanti i flussi provenienti da Francia e Germania. Le motivazioni di "studio-lavoro" rimangono le principali nell'attrarre turisti nella città di Biella (42%) a cui segue la motivazione "piacere-vacanza" (31%). La disponibilità di spesa del turista che visita Biella è piuttosto elevata, si registra infatti una spesa media pro-capite di circa 536 euro.

Tab.4 - Spesa media pro-capite dei turisti nel Biellese per ogni presenza. Anni 2011-2015

	Anno 2011	Anno 2012	Anno 2013	Anno 2014	Anno 2015
Spesa media pro-capite	€482	€496	€501	€518	€536

Fonte: Osservatorio sul Turismo, Camera di Commercio di Biella e Vercelli

Da questi dati appare evidente la necessità di una focalizzazione e di una costruzione dell'offerta turistica che possa essere agevolata dalle risorse sopite del territorio.

In particolare, agendo in linea con quanto richiesto dal programma operativo "POR Piemonte FESR"⁶, ci si pone l'obiettivo di migliorare ed integrare l'offerta e la fruizione culturale oltre che per i cittadini biellesi, per i turisti che provengono dal resto d'Italia e dall'estero.

Il turismo, infatti, rappresenta una fonte essenziale di risorse per la cultura e costituisce uno degli elementi centrali del raccordo tra cultura e sviluppo economico, rappresentando un fattore di attrazione di investimenti.

Il patrimonio culturale e artistico costituisce un vantaggio competitivo e posizionale, che è funzione della dotazione quali-quantitativa delle risorse culturali, delle risorse turistiche a esse associate, in rapporto alle dimensioni dell'area.

L'interazione tra turismo e cultura avviene anche a livello non economico. Infatti, il turismo è il principale veicolo per l'infotainment e l'edutainment.

Inoltre, l'incontro tra turista e residente si profila spesso come un incontro tra culture (con tutti gli effetti positivi e i rischi che possono derivare da queste situazioni).

L'offerta culturale connessa al turismo è dunque complessa e include, ad esempio, i beni culturali (siti archeologici, monumenti e musei, parchi tematici, parchi letterari, percorsi enogastronomici), gli eventi e l'arte dal vivo (festival musicali e teatrali, mostre d'arte, feste e sagre storiche e tradizionali con implicazioni sulle arti e i mestieri di "strada").

Alla luce dei dati illustrati precedentemente, appare evidente come l'intervento proposto in questa sede dovrà:

- essere strutturato in base ai cardini concettuali che definiscono la promozione in ambito di "Turismo Culturale";
- identificare una fascia di domanda precisa (target);
- evidenziare, mediante azioni di comunicazione e marketing integrate le motivazioni per raggiungere Biella come meta turistica/culturale;
- mettere in opera progettazioni e interventi strutturali per il miglioramento dei servizi (ricettività, informazioni, trasporti), della fruizione dei beni culturali (orari di apertura, qualità degli allestimenti, integrazione dell'offerta), della qualità urbana in generale (illuminazione, segnaletica, arredo urbano), per aumentare il grado di soddisfazione dei turisti senza dimenticare la qualità della vita dei cittadini.

L'offerta dovrà essere pensata per un turista che viene definito "onnivoro" da un punto di vista culturale, laddove nella definizione di cultura, così come suggerito dalla letteratura, non rientrano soltanto monumenti e musei, ma anche il "saper fare locale", rappresentato ad esempio dall'enogastronomia, dalle tradizioni produttive, dall'artigianato, ecc.

⁶ Si faccia riferimento nello specifico ai seguenti obiettivi: "promuovere sia la tutela sia la salvaguardia del patrimonio storico, culturale ed ambientale"; "sostenere la valorizzazione del sistema turistico quale attività produttiva di rinnovata competitività, investendo ed innovando le proposte di offerta turistica, e attivando le sinergie possibili tra patrimonio paesaggistico-ambientale, culturale e produzione agroalimentare di pregio"

Questa nuova tipologia di turista è caratterizzata da una maggiore esperienza di viaggio, un'accresciuta consapevolezza della qualità ricercata, una maggiore educazione, velocità nell'apprendere, richiesta di maggiore divertimento e avventura, richiesta di novità e varietà, particolare sensibilità ambientale, apprezzamento delle differenze.

Il progetto "Biella: fabbrica culturale creativa" dovrà prendere in considerazione le esigenze di questa nuova tipologia di turista interessato a destinazioni situate al di fuori delle mete tradizionali più conosciute (grandi città, famosi monumenti, speciali eventi che godono di un'immagine già sedimentata o di mirate campagne di comunicazione).

Nella programmazione dell'offerta turistica culturale del centro cittadino bisognerà inoltre tenere conto dei seguenti elementi sensibili con cui misurarsi:

- la coesistenza residenti-turisti;
- la coerenza d'immagine;
- la dialettica tra concentrazione vs dispersione (i poli di richiamo);
- lo sviluppo della co-operazione tra diversi soggetti;
- la garanzia di soddisfacimento nei confronti del turista;
- il corretto posizionamento sul mercato.

Obiettivi metodologici

In sintesi il progetto si configurerà anche sulla base delle seguenti considerazioni:

- l'obiettivo non è quello di stravolgere le connotazioni specifiche del territorio, ma di valorizzarne le identità;
- l'orizzonte temporale deve essere necessariamente di medio/lungo periodo, ma con un'attenzione al raggiungimento di qualche risultato già nel breve termine, pena la perdita della sua credibilità;
- la funzione prioritaria sarà quella di puntare all'eliminazione delle criticità (punti di debolezza), senza cedere alla comoda scelta di intervenire su quello che va già bene (punti di forza) e/o su ciò che è di scarsa importanza;
- l'efficacia dipenderà dall'attenzione ai fattori di sostenibilità e di competitività;
- l'efficienza è strettamente correlata alla presenza delle necessarie e adeguate risorse umane interne all'area.

Le leve della competitività

La forza del progetto si basa sulla competitività insita nelle caratteristiche del territorio e in quella che verrà creata dalle azioni intraprese.

I fattori di competitività del territorio possono essere riassunti dai seguenti concetti: "identità", "sistema", "risorse umane", "qualità".

Interazione tra turismo e cultura

La domanda di turismo culturale in senso stretto ,attualmente, non è molto elevata, essendo circa il 6-7% del totale degli arrivi. Tuttavia se consideriamo il turismo della città d'arte, dove la motivazione culturale si fonde con altre motivazioni, tale percentuale cresce notevolmente, fino ad arrivare al 28% del totale degli arrivi.

Coordinando e valorizzando l'attuale offerta culturale del centro urbano, in connessione con le risorse e le potenzialità del territorio circostante, si può certamente incidere in modo significativo sull'incremento di tali valori.

Annotazioni conclusive

Se le attrattive culturali costituiscono un "vantaggio posizionale", è importante considerare che riescono ad avere un ruolo turistico solo se vi è connessione e integrazione con le strutture della fruizione (strutture ricettive, della ristorazione, servizi).

Pertanto, la gestione del vantaggio posizionale pone problemi di carattere soprattutto organizzativo; è bene anteporre all'analisi degli strumenti operativi un concetto che potremmo definire di filosofia fondamentale: l'organizzazione vince sempre sulla disorganicità, anche a dispetto di forti vantaggi posizionali.

Alla luce di questo principio, l'obiettivo che ci si deve porre è quello di realizzare un sistema organizzativo tra poli culturali, una sorta di network, in cui i due concetti della cooperazione e della competizione non siano considerati come elementi antitetici, ma come punti di forza compatibili su cui fondare la propria capacità di realizzare una competitività di sistema, volta a potenziare la rendita posizionale in un mercato sempre più vasto e articolato.

3. ASPETTI ORGANIZZATIVI E ATTUATIVI

Per la stesura del presente studio di fattibilità ATL Biella ha siglato un Protocollo d'Intesa con il Comune di Biella e, con il supporto tecnico di POLI-design, Consorzio del Politecnico di Milano, ha coinvolto tutti gli attori locali del settore turismo e cultura attraverso una collaborazione estesa a tutte le principali Associazioni culturali del territorio, alle Fondazioni e alle Associazioni di categoria rappresentative del settore imprenditoriale, commerciale e artigianale.

È stato condotto un processo di ascolto e di progettazione partecipata, anticipato da una fase di animazione territoriale, partita nel 2015 con il programma di INcontri INcentro, promosso a titolo volontario dall'Associazione 015 Biella in collaborazione con Enti e Istituzioni locali⁷.

⁷ INcontri INcentro (settembre /ottobre 2015); programma d'incontri promosso da Associazione 015 Biella (Associazione no profit nata a seguito della partecipazione di alcuni cittadini ad una serie di tavoli di riflessione sul futuro della città) svolto in collaborazione con: Regione Piemonte, Sviluppo Piemonte Turismo, Provincia di Biella, Città di Biella, Comune di Sordevolo, ATL Biella, UIB Unione Industriali Biellesi, Gruppo Banca Sella, Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, Camera di Commercio di Biella, CNA Biella, Confersercenti Biella,

La fase di animazione ha permesso un coinvolgimento del settore privato che ha manifestato una volontà di progettazione delle azioni e che garantisce la realizzazione degli interventi previsti e il loro cofinanziamento.

Contemporaneamente a tale iniziativa è stata condotta un'edizione speciale a Biella del Corso di Alta Formazione BST - Brand dei Sistemi Territoriali - di POLI.design , dedicata alle strategie di valorizzazione della città, che ha visto la partecipazione di 21 progettisti, di cui il 50% provenienti da varie parti dell'Italia e del mondo, il restante 50% dal biellese. Ciò ha consentito di confrontare il loro sguardo "esterno" con la conoscenza approfondita dei partecipanti locali, elaborando 5 scenari progettuali allegati al presente studio (si veda allegato n.1).

Nella fase preliminare di questo studio, il processo di ascolto si è ulteriormente focalizzato e mirato per recepire informazioni relative alla progettualità in atto sul territorio.

Contestualmente all'impostazione dello studio sono stati organizzati svariati incontri, durante i quali i diversi soggetti e stakeholder, pubblici e privati, hanno presentato le attività in corso ed in particolare i progetti che potrebbero essere di interesse per la partecipazione al bando del POR - FESR che interessa la programmazione dei fondi Europei 2014/2020 per la Regione Piemonte (si veda calendario e tabella seguente).

La condivisione di una visione comune e degli obiettivi consente di coordinare gli interventi ipotizzati e gli stakeholder in un'ottica collaborativa.

Nelle prossime pagine verranno illustrati gli incontri svolti con gli stakeholder. Alcuni incontri sono stati appositamente organizzati da ATL in collaborazione con POLI.design, come lavoro propedeutico e preliminare allo studio di fattibilità, per poter recepire indicazioni da portatori d'interesse singoli o raggruppati (come ad esempio quello del Tavolo del Turismo operativo presso Unione Industriale Biellese), o anche non formalmente strutturati (ad esempio quello con il gruppo proponente un Urban Center), che contribuiscono al dibattito in corso sulla rivitalizzazione della Città.

A seguito della riunione pubblica svoltasi presso Palazzo Ferrero, organizzata dal Comune per sollecitare la trasmissione di progetti da valutare nell'ambito delle future candidature POR FESR, si sono svolte delle riunioni successive del Tavolo Cultura e del Tavolo Turismo ed Economia, a cui sono state invitate le Associazioni e Organizzazioni del territorio. Si è così potuto operare in maniera sinergica per entrambe le iniziative. Ogni incontro ha visto la partecipazione di ATL e POLI.design.

ASCOM Biella, Confartigianato Biella, OADI Biella, API Biella, Confcooperative Biella e Vercelli, Consorzio Filo da Tessere, Ordine degli Architetti della Provincia di Biella, Consorzio Polidesign - Politecnico di Milano, SUPSI Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana, Città Studi, ITCS Eugenio Bona, Centro Documentazione della Camera del Lavoro di Biella, Cittadellarte - Fondazione Pistoletto, Fondazione Zegna, DocBi Centro Studi Biellesi, Gal Montagne Biellesi, Associazione Castelli Aperti.

Gli incontri sono stati ospitati in diverse sedi della città (la Camera di Commercio, l'Ufficio Tecnico del Comune, l'Unione Industriale e la Fondazione Cassa di Risparmio) sintomo questo di un generale interesse e coinvolgimento anche delle istituzioni.

Tab.5 – Incontri di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder locali

RIUNIONE PUBBLICA POR - FESR
<u>Mercoledì 28 settembre 2016</u> – Indetto dal Comune <i>c/o Palazzo Ferrero, Corso del Piazzo 29 , Biella Piazzo</i> <ul style="list-style-type: none">● ore 20.45: Incontro pubblico per la raccolta progetti per POR - FESR
CALENDARIO INCONTRI
<u>Giovedì 20 ottobre 2016</u> - indetto dal Comune <i>c/o COMUNE DI BIELLA, Palazzo Pella, Via Tripoli 48</i> <ul style="list-style-type: none">● Ore 17: Tavolo Cultura - POR FESR
<u>Martedì 25 ottobre 2016</u> – indetto dal Comune <i>c/o COMUNE DI BIELLA, Palazzo Pella, Via Tripoli 48</i> <ul style="list-style-type: none">● ore 17- Tavolo Turismo/ Economia - POR FESR
<u>Mercoledì 26 ottobre 2016</u> - indetto dal gruppo SdF <i>c/o Camera di Commercio di Biella, Via A. Moro 15, Biella</i> <ul style="list-style-type: none">● Ore 10: Camera di Commercio, GAL Montagne biellesi, Associazioni di Categoria (CCIA, Ascom, UIB, Coldiretti, CIA, Confesercenti, CNA, Confartigianato)● Ore 12: Camera del Lavoro● Ore 14:30: Urban Center e Agenda Digitale● Ore 16:30: Città Studi <i>c/o Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, via Garibaldi 17, Biella</i> <ul style="list-style-type: none">● Ore 18: Fondazione CRB, progetto Biella in Transizione

Giovedì 27 ottobre 2016 - indetto dal gruppo SdF

c/o Unione Industriale Biellese, Via Torino 56, Biella

- Ore 9: Tavolo del Turismo - Unione Industriale Biellese

c/o COMUNE DI BIELLA, Palazzo Pella, Via Tripoli 48

- Ore 14:30: Provincia di Biella (Presidente e Consigliere Delegato per il Turismo) e Unioni dei Comuni (Unione dei Comuni Biellese Orientale, Unione dei Comuni Colline e Rive del Cervo, Unione dei Comuni Prealpi Biellesi, Unione di Comuni della Pianura Biellese, Unione di Comuni del Biellese Centrale, Unione dei Comuni tra Baraggia e Bramaterra, Unione Montana Valle del Cervo, Unione Montana Valle Elvo, Unione dei Comuni Intorno al Lago)
- Ore 16: Rete Museale Biellese, Museo del Territorio, Biblioteca Civica

Nella seguente tabella vengono riportati i partecipanti ai singoli incontri e una selezione delle attività in essere, future o proposte di cui si è parlato e discusso.

Alcune di queste attività e proposte progettuali verranno descritte in maniera più approfondita nei box a seguire.

Tab.6 - Tavoli di lavoro, stakeholder partecipanti, attività e progetti in essere e proposti

	Stakeholder partecipanti	Attività e Progetti (selezione)
20/10/2016 Tavolo Cultura POR FESR c/o Comune		
	Banca Sella-Sella Lab	- Progetto di completamento per il Lanificio Maurizio Sella (occupazione dei locali; garanzia di standard e di fruizione; insediamento di attività nuove e multidisciplinari) / <i>proposta per POR FESR</i> - Progetto F.I.E.L.D.S.(BOX4) / <i>proposta per POR FESR</i>
	Cittadellarte-Fondazione Pistoletto	- Progetto Il Terzo Paradiso a Biella, Città delle Terme Culturali (BOX2) / <i>proposta per POR FESR</i> - Progetto F.I.E.L.D.S. (BOX4) / <i>proposta per POR FESR</i>

	Cracking Art	Progetto Cracking Art per Biella (BOX1) / <i>proposta per POR FESR</i>
	DocBi - Centro per la Documentazione e Tutela della Cultura Biellese	- Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda (BOX3) / <i>progetto avviato</i> - Progetto Sapori Biellesi ⁸ / <i>progetto avviato</i> - Progetto La Strada della Lana / <i>progetto avviato</i>
	Omar Ronda (Macist)	Proposta progetto per arredo urbano / <i>proposta per POR FESR</i>
	Fondo Tempia	Lavoro in collaborazione con il Museo Macist / <i>progetto avviato</i>
	Palazzo La Marmora	Progetto <i>Polo di Sviluppo dei 3 Palazzi</i> (La Marmora, Gromo Losa, Ferrero) / <i>proposta per POR FESR</i>
	Provincia di Biella	Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda (BOX3) / <i>progetto avviato</i>
	Ordine degli Architetti	Si propongono a supporto di altri progetti
	Unione Industriale	Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda (BOX3) / <i>progetto avviato</i>
	Comune di Biella	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
25/10/2016 Tavolo Turismo POR FESR c/o Comune		
	Centro di Documentazione della Camera del Lavoro Luigi Spina	Progetto ST.OF.FA. - Stories of Fashion finanziato nel periodo 2012/2015 da Regione Piemonte e sostenuto dal sistema biellese (UIB, Camera di Commercio, Fondazione CRB) in attesa di conferma per prosecuzione fase 2. Progetto fortemente connesso a "Biella in Transizione" e progetto "015 Biella" per le sinergie d'intenti culturali. Valorizzazione del tessuto corale della produzione tessile e suoi legami con il paesaggio e l'economia locale. Realizzazione di interviste ai protagonisti dell'epopea industriale biellese: operai, imprenditori, organizzazioni sindacali Raccolta di testimonianze scritte, orali,

⁸ <http://www.saporibiellesi.it/>

		<p>produzione di filmati da utilizzare nella promozione turistica d'impresa del territorio. (BOX6) / <i>progetto avviato</i>,</p> <p>- Riflessioni sulla promozione del turismo inteso come operazione che coinvolga la cultura e la socialità.</p>
	<p>Provincia di Biella Elisa Ferraris</p>	<p>Messa in rete digitale dell'informazione turistica tramite il portale Biella Turismo, accessibilità da parte di dispositivi mobile, caricamento dati in italiano, versione del sito in inglese, necessità di aggiornamento dell'applicazione.</p>
	<p>Ordine degli Architetti Gelsomina Passadore</p>	<p>Necessità di rafforzare l'identità locale, creare eventi importanti, ma non isolati, dare immagine positiva in tempi brevi.</p>
	<p>Operatore turistico Hellen Bergman</p>	<p>Essere resilienti e fare emergere creatività collettiva. Cambiare modalità di fare accoglienza, essere aperti al cambiamento. Rendere viva la città, promuovere gemellaggi con altre città. Avere progetti strategici sui 3/5/10 anni.</p>
	<p>Confesercenti Lorella Bianchetto</p>	<p>Avvertono un cambio di atteggiamento, appoggiano il progetto "015 Biella" e chiedono che vengano recuperati fondi pubblici da utilizzare per l'arredo urbano le miglione del centro e il marketing territoriale in appoggio a quest'iniziativa. In attesa che decolli il progetto impegno di Confesercenti per rivitalizzare centro con il progetto Gnomi della Lana.</p>
	<p>Operatore turistico Viaggi e Miraggi Enrico De Luca</p>	<p>Sviluppo di un turismo green che apprezza le passeggiate in città, necessità di avere un contesto cittadino di qualità (arredo urbano, attenzione alle piccole cose), puntare a un target diversificato.</p>
	<p>ATL Stefano Mosca</p>	<p>Offerta di "esperienze" sul territorio che possano intercettare il target delle famiglie e che siano in grado di connettere offerta commerciale e turismo d'impresa .</p> <p>Utilizzare la Brand reputation del marchio Biella per favorire un incoming turistico attento alla produzione locale (tessile, agroalimentare, artistica). Valorizzazione degli archivi tessili, sviluppo della professionalità nell'accoglienza. Turista come abitante temporaneo e non estraneo. Avere un piano a lungo termine, mutuare dalle esperienze di Torino sul settore.</p>

	Comune di Biella Diego Presa	Richiamo al Piano Regolatore di Gae Aulenti del 96.
	Comune di Biella	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
26/10/2016 Tavolo SdF c/o Camera Commercio		
H.10	GAL Montagne biellesi Michele Colombo	Rivitalizzazione di micro-attività produttive e di accoglienza nelle valli, creazione di nuove società di incoming turistico; richiesta di considerare non solo il target culturale ma anche quello turistico di nicchia e destinato però a tutti (Slow Ways, turismo lento, Via Francigena e altri), che si riverbera sul territorio circostante la Città. Obiettivi futuri: costruire una rete di servizi coordinati per il turismo / <i>progetto avviato</i>
	Confesercenti Davide Ferla	Si registra una reattività del territorio alla crisi con la nascita di nuove attività artigianali nell'ambito dell'enogastronomia e delle nuove attività legate al tessile da parte di giovani imprenditori che lavorano sull'identità. Necessità di promuovere la formazione in vista di nuove possibili assunzioni nel settore. Sottoutilizzo attuale di Città Studi. Condividere il "brand Biella" con gli attori locali del commercio al dettaglio. Rivitalizzazione degli assi commerciali del biellese con il centro come fulcro. Hanno portato come esempio di progetto identitario quello de "Gli Gnomi della Lana" / <i>progetto avviato</i>
	Camera di Commercio di Biella e Vercelli Maria Paola Cometti	- Già collabora a molti dei progetti presentati dagli altri stakeholder (tra cui GAL, progetto ST.OF.FA) - Partecipazione all'INTERREG <i>INTEX Fashion–Innovative Fashion Experiences</i> . Sostegno a imprese tessili e moda per ricerca, innovazione di prodotto e di distribuzione, interazione coi territori al fine di attrarre flussi turistici / <i>candidatura presentata</i> Soggetto proponenti: italiano Provincia di Biella, svizzero Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana, Partner: Azienda Turistica Locale del Biellese, Comune di Biella, Regione Piemonte Direzione Promozione della cultura, del Turismo e dello

		Sport, Unione Industriale Biellese, Camera di Commercio di Biella e Vercelli - Premio Biella letteratura e industria ⁹ - Tavolo del Turismo attivo da 15 anni che collega Provincia, Camera di Commercio, GAL, CRB, Comune di Biella, ATL).
	Ascom Paola Micheletti	Attività di collegamento tra i proponenti le iniziative
	Centro Documentazione Storica della Camera di Lavoro di Biella Simonetta Vella	- Progetto ST.OF.FA. - Stories of Fashion (BOX6) / <i>progetto avviato</i> - Concorso Corto Biellese / <i>progetto avviato</i> - Collaborazione al progetto di Associazione 015 Biella visto come luogo di esposizione del racconto che rimanda al territorio e alla sua storia
	ATL /SdF	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
26/10/2016 Tavolo SdF c/o Camera Commercio		
H.14:30	Urban Center Bruno Guglielminotti, Andrea Polidori, Franco Fortunato	Soggetto nascente di cittadini e professionisti. Propongono l'istituzione di un Urban Center come spazio di cerniera tra istituzioni e abitanti per discutere sui temi della trasformazione urbana e del paesaggio. Partecipazione all'incontro da parte di soggetti componenti il Comitato Promotore che sottolineano i temi del cambiamento della monocultura industriale, scarsa propensione all'accoglienza e all'uso del tempo libero, necessità di coinvolgimento dei cittadini alla partecipazione alle scelte, migliore manutenzione e uso degli spazi esistenti, compresi i giardini, auspicata liberazione degli spazi pubblici dalle automobili (Piazza Cisterna al Piazza), ripresa dei valori progettuali rimasti incompresi (Parco fluviale), concetto di paesaggio integrato a cultura e territorio.
	ACTA Francesca Conti	Progettazione di esperienze turistiche e di itinerari tra le aziende del tessile; film/documentario ¹⁰ su "Il Patto della Montagna" del 1944 che mette in relazione il tessuto

⁹ <http://www.biellaletteraturaindustria.it>

¹⁰ <http://www.ilpattodellamontagna.com>

		solidaristico e la matrice industriale tradizionale legata al mondo tessile / <i>progetto avviato</i>
	Agenda Digitale - Comune di Biella Laura Gnemmi	Obiettivi: - promuovere sia la tutela sia la salvaguardia del patrimonio storico, culturale ed ambientale - sostenere la valorizzazione del sistema turistico, investendo ed innovando le proposte di offerta turistica e attivando le sinergie possibili tra patrimonio paesaggistico-ambientale, culturale e produzione agroalimentare di pregio - promuovere strategie di valorizzazione e di marketing che investano sul patrimonio storico-culturale - implementare il ridisegno e la modernizzazione dei servizi urbani per i residenti e gli utilizzatori delle città.
	ATL /SdF	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
26/10/2016 Tavolo SdF c/o Fondazione CRB		
H.18:00	Fondazione Cassa di Risparmio di Biella Franco Ferraris	- Muse alla Lavagna ¹¹ , laboratori didattici / <i>progetto già avviato</i> - Spazi espositivi e eventi (a Palazzo Gromo Losa e al centro città; Casa del Principe e Torre a Ricetto del Candelo) / <i>progetto già avviato</i> - Recupero delle Cappelle di Oropa – UNESCO con contributo di Cariplo e Fondazione San Paolo / <i>progetto approvato</i> - Recupero cripta del Battistero / <i>progetto realizzato</i> - Interventi di sostegno a progetti di terzi: recupero delle funivie; SdF 150.000 euro per l'elettrificazione della linea ferroviaria (Biella-Santià) e messa in sicurezza della linea Biella Novara (costo ipotizzato 9 milioni di euro) / <i>progetto sdf avviato</i> ; - Riconversione dell'edificio ATAP / <i>progetto approvato</i> - Sostegno a Città Studi (partecipata al 65% da Fondazione CRB) - Ciclo di mostre organizzate da Fondazione

¹¹ <http://www.fondazionecrbiella.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2810>

		CRB tra cui Mostra-esposizione "Selvatica" / <i>progetto avviato</i>
	Progetto Biella in Transizione – Unione Industriale Biellese Camera di Commercio Biella Fondazione Cassa di Risparmio di Biella Marco Berchi	Progetto condotto tra il 2014 e il 2015 su incarico di Camera di Commercio di Biella, UIB e Fondazione CRB: avvio di un ecosistema integrato su 6 linee direttrici (tessile, formazione, food & beverage, arte cultura e turismo, innovazione, salute e benessere) in cui tutte le parti, pubbliche e private, si muovono in modo indipendente ma coordinato, in modo più attrattivo e efficiente. Lo studio "Delphi", curato da Enzo Rullani, ha coinvolto nel corso del 2014 oltre cento rappresentanti biellesi operanti in diversi settori, dall'arte all'architettura, dall'industria all'artigianato, che hanno dato la loro visione della provincia nei prossimi 10-15 anni. Gli esiti di questo studio hanno dato vita ad un convegno dal titolo "Biella in transizione" tenutosi a Biella l'11 giugno del 2015 / <i>progetto avviato</i>
	ATL /SdF	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
27/10/2016 Tavolo Turismo Unione Industriale C/o Unione Industriale		
H.9:00	AH - Agorà Palace Dario Tosetti	Volontà di lavorare in sinergia con il Tavolo Turismo per migliorare logistica e accoglienza
	Unione Industriale Biellese Paolo Monformoso	Creazione Tavolo del Turismo a cura di Unione Industriali su suggerimento di Confindustria per apertura a realtà ancora da associare e contributo allo sviluppo di sinergie / <i>progetto avviato</i>
	Associazione Vignaioli Colline Biellesi- Centovigne - Castello di Castellengo - Daniele Di Noia	Associazione nata un anno fa per il recupero della tradizione locale (40.000 ettari in Alto Piemonte a inizio '800 prima dell'avvento della rivoluzione industriale e del tessile, poi tre generazioni di oblio), ripresa delle produzioni e apertura punto vendita/incontro, comunicazione con perno in centro Biella con rimando a circuito visita delle cantine. - Evento "Assaggi a Nord-Ovest" / <i>progetto avviato</i>

		- Progetto di classificazione dei terroirs delle colline biellesi / <i>progetto avviato</i>
	Associazione 015 Biella Luisa Bocchietto	Progetto In Biella Factory Stores (BOX7) ; rivitalizzazione del centro storico con apertura nuovi punti vendita secondo modello innovativo / <i>progetto avviato</i>
	Consorzio Oasi Zegna Laura Zegna, Barbara Greggio	<ul style="list-style-type: none"> - collaborazione con Slowfood / <i>progetto avviato</i> - Casa Zegna realtà culturale che propone n.2 mostre all'anno / <i>progetto avviato</i> - Laboratori per ragazzi / <i>progetto avviato</i> - Lanificio visitabile nelle giornate FAI / <i>progetto avviato</i> - Museo open air di arte contemporanea / <i>progetto avviato</i> - Sarebbe interessato a un progetto per la sistemazione della strada panoramica che ora è dissestata e, in generale, a progetti per migliorare l'accessibilità dell'Oasi
	E20 Progetti Fabrizio Lava	Società di comunicazione per la gestione di Palazzo Ferrero al Piazzo- ATS Stile Libero Obiettivo: mettere in rete i 3 Palazzi, creare sinergia tra essi e l'Amministrazione Comunale, portare formazione tramite lezioni dell'Università Popolare, mostre ed eventi. Citata la gestione del Museo del Falso a Verrone, altro polo espositivo di recente realizzazione all'interno del Castello (2015).
	Funivie di Oropa Roberto Magliola	<ul style="list-style-type: none"> - Restauro della cestovia mediante crowdfunding in collaborazione con Comune di Biella (entro estate 2017) / <i>progetto approvato</i> - Sostituzione dei cavi della funivia (2020) / <i>progetto approvato</i>
	Golf Club Cavaglià – Paolo Schellino anche in qualità di Presidente del Consorzio Turistico Biella Accoglie	<ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione di eventi a tema golf e cibo; - Ampliamento 18 buche / <i>progetto realizzato</i>; - Punto ricarica Tesla / <i>progetto realizzato</i> <p>Obiettivi: ampliare turismo stanziale oltre che di passaggio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Progetto APP <i>Discover Biella</i>¹² per mettere a sistema l'offerta del biellese in termini di accoglienza, eventi, percorsi e attività (si punta a riunire almeno 100 marchi di impresa) / <i>progetto avviato</i>

¹² <http://www.discoverbiella.com/>

	Golf Club Le Betulle Ennio Vigliani	Campo rinomato tra i più belli d'Italia in un contesto paesaggistico di grande pregio. Prima frequentazione 80% indotto business e 20% leisure, ora invertito il rapporto ma necessità di fare conoscere all'esterno. - Partecipazione agli Open di Golf / <i>progetto avviato</i> - Gara di Golf Internazionale under 16 / <i>progetto avviato</i>
	La Marmora Meetings Marco Cassisa	Progetto Centro Studi Generazioni e Luoghi. Obiettivi: rendere consultabile e valorizzare il patrimonio archivistico-librario e i beni storico-artistici; organizzare, convegni, seminari, collaborazioni scientifiche con istituti di ricerca italiani e stranieri; promuovere l'attività di ricerca; consolidare iniziative formative e didattiche con le scuole e in relazione a circuiti turistici; realizzare mostre ed eventi / <i>progetto avviato</i>
	Relais Santo Stefano	- Nuova apertura Ex Cascina Casazza, nuova gestione a cura di operatori della Valle Maira (Cuneo) che credono nel turismo nel Biellese - Apertura SPA / <i>progetto avviato</i>
	Ristoralp Srl, Selm srl e Ramella Banqueting, società appartenenti alla Famiglia Ramella	- Sono interessati a progetti che gli consentano di dare continuità e garantire, quindi, la qualità della loro offerta; - Sono interessati a progetti di valorizzazione dell'area del Bottalino dove hanno aperto una Spa nel 2010 (propongono un progetto di creazione di un'ampia area verde). Credono in un progetto eccezionale che permetta di aumentare flussi da fuori, vedono emergere unità d'intenti
	Santuario di Oropa	Conca di Oropa Riserva Speciale Regione Piemonte; valenze paesaggistiche, culturali e religiose. Santuario, Giardino botanico, Parco Avventura. Presenza di 500 posti letti su 2000 totali nella Provincia, sale meeting per 150/80/50 posti. Rete dei cammini (GTB; Fontainemore) - Progetto di valorizzazione e restauro del Sacro Monte sito UNESCO / <i>progetto avviato</i> - Tappa del Giro d'Italia (2017) / <i>progetto approvato</i> - Evento "Piemontesi nel mondo" (2017) / <i>progetto avviato</i> - Evento incoronazione Madonna d'Oropa,

		quinto centenario 2020 (1620).
	ATL /SdF	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
27/10/2016 Tavolo SdF c/o Comune di Biella – Unione dei Comuni¹³		
H.14:30	Comune di Ricetto di Candelo Mariella Biollino	- Candelo in fiore / <i>progetto avviato</i> - Festival del Fumetto / <i>progetto avviato</i>
	Comune di Valle Mosso e Sessera Cristina Sasso	È stato manifestato l'interesse per progetti che vogliono recuperare il percorso della vecchia ferrovia Biella-Cossato-Valle Mosso, in chiave ciclo-pedonali
	Comune di Pollone Vincenzo Ferraris	È stato manifestato l'interesse per progetti che vogliono recuperare la vecchia tranvia Biella-Oropa a scopi turistici
	Comune di Biella	<i>Lavoro di coordinamento del tavolo</i>
27/10/2016 Tavolo SdF c/o Comune di Biella – Rete Museale		
H.16:00	Rete Museale Biellese Barbara Caneparo	Rete Museale Biellese (BOX5)
	Museo del Territorio Mauro Donini	Rete Museale Biellese (BOX5)

Da questi incontri è emersa una forte comunione di intenti, innanzitutto volta a mettere a sistema l'offerta culturale biellese. Per fare ciò è necessario un cambio di visione che permetta al territorio di identificarsi ed essere identificato come meta per il turismo culturale. Più volte è stata ribadita la necessità di una presa di coscienza dell'identità in trasformazione del territorio biellese sia da parte degli attori locali che degli abitanti. Da più parti è stata fatta emergere l'esigenza di formare i professionisti del settore che di fatto sono *condicio sine qua non* per un'offerta di qualità.

¹³ A questo tavolo erano state invitate tutte le Unioni dei Comuni (Unione dei Comuni Biellese Orientale, Unione dei Comuni Colline e Rive del Cervo, Unione dei Comuni Prealpi Biellesi, Unione di Comuni della Pianura Biellese, Unione di Comuni del Biellese Centrale, Unione dei Comuni tra Baraggia e Bramaterra, Unione Montana Valle del Cervo, Unione Montana Valle Elvo, Unione dei Comuni Intorno al Lago).

È stata manifestata da parte degli stakeholder intervenuti una forte volontà di fare leva sul settore tessile in chiave non solo produttiva, ma anche culturale, turistica e in connessione con altri settori già sviluppati o in via di sviluppo (food, design, arte contemporanea, ecc.). Questo significa ad esempio, continuare a lavorare sulla digitalizzazione e la messa in rete (sia fisica che virtuale) degli archivi tessili, ad esempio. La riconoscibilità di Biella come località turistica è perseguibile anche grazie ad un racconto più intellegibile e fruibile all'interno della città.

Nei diversi tavoli è emersa la necessità di una segnaletica che connetta i vari punti di interesse, oltre che un miglioramento dell'arredo urbano e dell'illuminazione che, soprattutto nel centro cittadino, a seguito della chiusura di diverse attività, risultano obsoleti e inadeguati. Oltre ad una particolare attenzione per la zona del Piazza, è emersa come necessaria anche una rivalutazione dell'area del Cervo e in generale del Piano che avvenga in maniera coerente e connessa con la riqualificazione del centro storico. Per poter diventare una città riconoscibile come "turistica", Biella deve quindi ripensare i propri percorsi in base alle necessità della mobilità lenta che caratterizza le modalità di fruizione del territorio del turista. Quindi, in questi tavoli, da più parti si è sottolineata la necessità di pensare a percorsi pedonali e a servizi di bike sharing. Infine, è stato caldamente suggerito che l'eventuale rifunzionalizzazione di alcuni luoghi ed edifici, che potrebbero essere strategici per l'offerta culturale biellese, non deve prescindere da un'attenta valutazione della capacità anche economica di gestione degli stessi.

BOX1

Cracking Art per Biella

Proponente: Cracking Art¹⁴

Progetto proposto per POR FESR



Il progetto proposto da Cracking Art intende valorizzazione del patrimonio storico-artistico della città attraverso un'installazione che, partendo dal centro storico, crei un percorso attraverso le principali piazze e luoghi simbolo della città.

Le opere d'arte che verranno realizzate da Cracking Art saranno appositamente pensate per la città di Biella e verranno pensate basandosi sulla storia, sui valori e sulle caratteristiche del biellese. L'opera resterà come lascito culturale permanente alla città, favorendone lo sviluppo del sistema turistico.

Cracking Art intende, infatti, attraverso la realizzazione di quest'opera unica, supportare la valorizzazione del sistema turistico biellese come polo di attrazione nazionale e internazionale. Inoltre allo scopo di promuovere la tutela e la salvaguardia del patrimonio storico, culturale e ambientale biellese Cracking Art realizzerà una raccolta fondi a sostegno del rilancio della città. Attraverso la vendita di minisculture donate da Cracking Art verranno finanziati progetti come la Rigenerazione funzionale dell'immobile di via Pietro Micca, la Realizzazione del nuovo giardino pubblico attraverso il recupero dell'area dell'Ex Lanificio Scuola Piacenza, la Valorizzazione del Museo del Territorio biellese. Luoghi che potranno ospitare in via permanente un'opera Cracking Art come testimonianza tangibile del nuovo volto di Biella.

BOX2

¹⁴ Cracking Art nasce nel 1993 a Biella. Cracking Art possiede la duplice natura di realtà creativa e imprenditoriale: le sue opere nascono da un procedimento industriale. Cracking Art è presente in tutto il mondo con le sue installazioni di arte pubblica.

Il Terzo Paradiso a Biella, Città delle Terme Culturali
Proponente: Cittadellarte-Fondazione Pistoletto¹⁵
Progetto proposto per POR FESR



Il progetto si basa sui 20 anni di esperienza di produzioni artistiche ed erogazione di alta formazione internazionale di Cittadellarte-Fondazione Pistoletto e pone particolare attenzione alla sinergia con SellaLab, recente progettualità del Gruppo Banca dedicata a programmi di accelerazione dedicati a startup fintech, startup digitali e aziende corporate.

Il progetto si articola in quattro principali linee di intervento:

1. Percorsi ed installazioni artistiche interattive in città e nel contesto locale. Progettare e realizzare installazioni artistiche primariamente digitali, collocate presso la sede di diversi soggetti del territorio. Le opere, in collaborazione con SellaLab, declineranno i concetti delle Terme Culturali in chiave digitale con uno spiccato focus sulle tematiche di partecipazione civile, rapporti con la comunità e la pubblica amministrazione, e in

¹⁵ Cittadellarte rappresenta un innovativo modello di gestione e fruizione del complesso architettonico di archeologia industriale che ha contribuito fortemente al riassetto urbanistico della Città di Biella dagli anni '90, dando vita a un polo urbano dedicato alla cultura e ad attività musicali e intrattenimento (esposizioni, clubbing, ristoranti). Cittadellarte si estende per circa 1 km lungo il fiume Cervo fino all'edificio di nuova acquisizione in cui è stato allestito in forma originaria il Terzo Paradiso, elemento di richiamo Internazionale per la sua applicazione come format ad eventi che si svolgono nel mondo .

generale le istanze specifiche delle Smart Cities.

2. Hub internazionale, digital arts environment and citizenship.
Il progetto prevede la creazione di un hub creativo e culturale in grado di offrire servizi differenziati in campo educativo, tutorship e mentorship per lo sviluppo di progetti di innovazione sociale fino all'incubazione di imprese del terzo settore o del cluster delle imprese CCI. Questo programma coinvolge un intervento di restauro degli edifici storici, testimonianza archeologica industriale di eccellenza, acquisiti nel tempo da Cittadellarte e da destinare a sede Universitaria per studenti internazionali e spazi per co-working ed incubatore di imprese. Alcune attività sono già in corso (es. Università delle Idee o gli spazi co-working), ma necessitano di spazi e residenze adeguate per costituire un'offerta di rating internazionale ed unica nel suo genere.
3. Festival internazionale digital arts, environment and citizenship.
In collaborazione con istituzioni affermate di primario livello internazionale, realizzazione di un evento annuale in cui portare la Città alla ribalta della comunicazione internazionale. L'evento consoliderebbe l'immagine di Biella come città dell'innovazione sociale e delle nuove tecnologie.
4. Intervento di arte pubblica.
Intervento di Michelangelo Pistoletto e Cittadellarte nello spazio urbano come Landmark comune e simbolo della nuova identità della Città (l'intervento è previsto dopo la realizzazione del programma previsto dagli altri punti). L'intervento implica un processo partecipativo, attraverso un forum cittadino che metta in luce esigenze sociali e prospettive di stili di vita in profonda trasformazione. Potrebbe appoggiarsi a esistenti iniziative in città, come in particolare il Comitato per un Urban Center.

BOX3

Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda

Proponente: Provincia di Biella, DocBi, Unione Industriale Biellese

Progetto già in essere. Per il POR FESR sono state fatte delle proposte di sviluppo



CENTRO RETE BIELLESE
Archivi Tessili e Moda

IL PROGETTO IL TESSILE BIELLESE IERI E OGGI GLI EVENTI ARCHIVI STORICI - DOVE SONO NATI ARCHIVI STORICI - DOVE SONO ORA IL DATABASE

HOME
PERCHÉ A BIELLA
CHI SIAMO
PERCORSO
CONVEGNO - MEMORIE IN MOVIMENTO
OBIETTIVI
VETRINA | FABBRICA
MATERIALI

IL PROGETTO



Il **Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda** è un **progetto pilota a livello nazionale** promosso da associazioni, aziende, istituzioni pubbliche e private del territorio. Ha come capofila la Provincia di Biella che, in collaborazione con ANAI Piemonte e Valle d'Aosta, con il sostegno del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e della Regione Piemonte, si è fatta promotrice di un'esperienza tesa a coinvolgere il tessuto culturale ed economico dell'intero territorio. Ha come obiettivo primario la valorizzazione del tessile biellese, un patrimonio culturale tra storia e futuro; ma ha anche forti intenti di sensibilizzazione verso la salvaguardia degli archivi tessili di ogni tipologia (documenti cartacei, audiovisivi, immagini, storie).

Il canovaccio del progetto è costituito dagli **archivi tessili** custodi della memoria del "saper fare" di operai, tecnici e imprenditori. Gli archivi delle realtà produttive di ieri vengono valorizzati sul portale e inseriti nel database (due strumenti con finalità diverse, ma intrecciate), in tal modo sono integrati con le realtà produttive di oggi e di domani.

Il **portale** e il **database** sono rispettivamente **vetrina** e **fabbrica** del Centro Rete: da entrambi si otterrà un'**enciclopedia** e un **lemmario del tessile biellese in continuo divenire**.

Il fine progettuale ultimo è unire finalità di indagine, di recupero, di salvaguardia e di comunicazione alle più concrete necessità del comparto laniero che nei propri archivi può trovare conferme di valore e di unicità come stimoli di creatività e di intraprendenza.

Leggi gli strumenti, gli obiettivi e le finalità del progetto nell'**album sfogliabile**.

Leggi gli **sviluppi del progetto 2012-2014** a cura di Provincia di Biella.



Il Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda è un progetto a livello nazionale promosso da associazioni, aziende, istituzioni pubbliche e private del territorio (Provincia di Biella, Comune di Biella, ANAI Piemonte e Valle d'Aosta, UIB, CCIAA, DocBi, alcuni enti e aziende biellesi). Attualmente è in vigore una Convenzione, con scadenza al 31.12.2016, tra la Provincia di Biella e DocBi Centro Studi Biellesi per la gestione, la valorizzazione e lo sviluppo del Centro Rete in base alla quale la Provincia di Biella mantiene il ruolo di capofila di progetto, mentre DocBi un coordinamento operativo. Per il futuro del progetto, è in fase di discussione la costituzione di un'Associazione Temporanea di Scopo per lo sviluppo del Centro Rete Biellese degli Archivi del Tessile e della Moda per regolare i rapporti tra tutti i soggetti aderenti.

Il Centro Rete, che è già dotato di un portale web contenente oltre 6.000 schede da parte di 27 soggetti, vuole svilupparsi ulteriormente proponendo i seguenti interventi:

- Collegamento del patrimonio informatizzato anche a un luogo fisico in cui potrebbe esserne incoraggiata la consultazione: es. postazione presso il Museo del Territorio Biellese dotata di pc e istruzioni per la consultazione;
- Aggiornamento piattaforma informatica per archivi e uniformità di sistema di archiviazione. Lato front end possibilità di realizzare un sito responsive, moduli innovativi, integrazione con i social network e con Wikipedia;

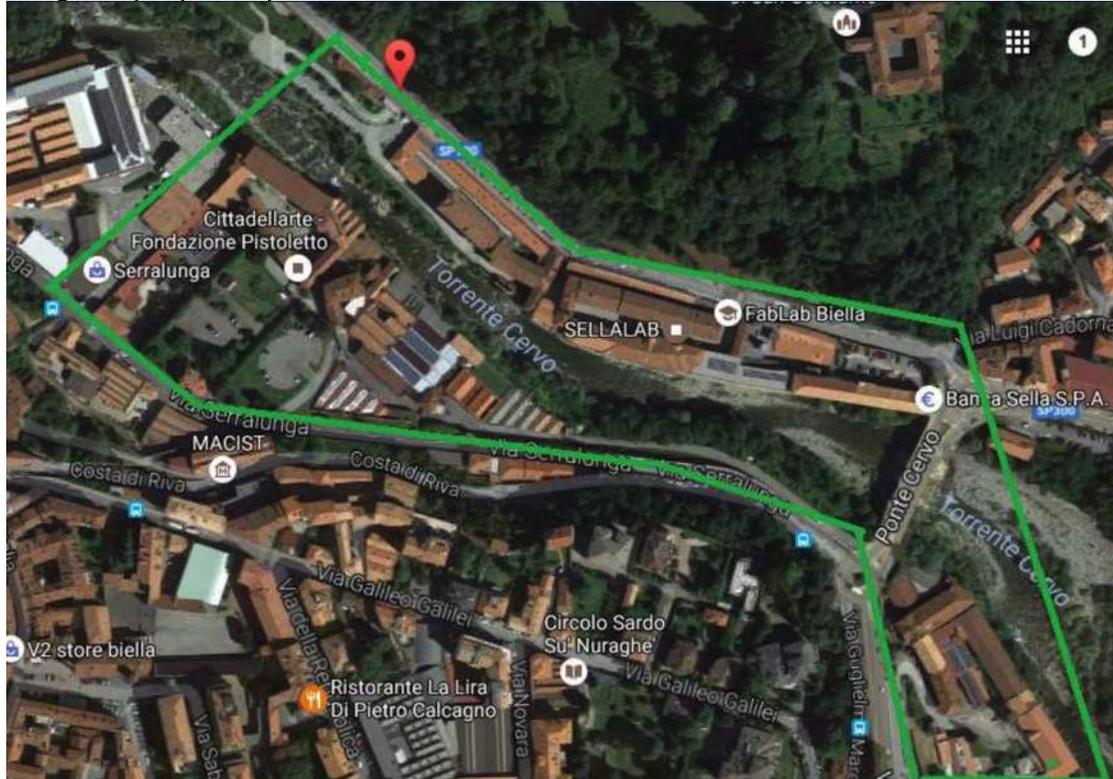
- Incremento del patrimonio digitale attraverso l'attività di digitalizzazione di nuovi archivi;
- Azioni di promozione turistica: visite guidate ad aziende e archivi;
- Creazione versione inglese del sito (attualmente solo in italiano) e traduzione contenuti;
- Attività di implementazione sito con nuovi contenuti e news.

BOX4

Progetto F.I.E.L.D.S. (Fabbriche, Innovazione, Educazione, Lavoro, Digitale, Sostenibilità)

Proponente: Fondazione Sella-Sella Lab, Cittadellarte-Fondazione Pistoletto

Progetto proposto per POR FESR



Il progetto ha come obiettivo la diffusione della cultura dell'innovazione negli specifici campi (*fields*) dell'imprenditorialità digitale e dell'arte, dove nasce il mondo dei makers e cresce la piccola manifattura.

F.I.E.L.D.S. si presenta come un luogo aperto che partendo dalle architetture dei vecchi lanifici, l'innovazione artistica, digitale e tecnologica fa nascere nuove imprese che aiutano il tessuto economico, valorizzando il contesto con eventi formativi e culturali.

Il progetto è volto alla ricerca di un biellese che vada oltre l'eccellenza tessile del passato, ripartendo dalle architetture che parlano di innovazione dal 1800 sino all'innovazione digitale, tecnologica e culturale che deve puntare ad attrarre risorse ed offrire alla città di Biella la possibilità di essere rinomata per l'innovazione e lo sviluppo di nuova imprenditorialità con questi driver:

- Archeologia industriale
- Percorso culturale
- Arte
- Imprenditoria

Il progetto punta ad essere sostenibile sia in termini di risorse che di ambiente fisico e sociale.

Il progetto punta alla creazione di una *promenade culturale*, che parta dalla storia del tessile con il museo dedicato a Quintino Sella per poi trovare spunto nell'innovazione tecnologica ed educativa con Sella Lab e FabLab, e con gli spazi all'arte attraverso i percorsi delle Terme Culturali di Cittadellarte.

Questa *promenade culturale* si pensa che possa percorrere il centro arrivando al Museo del Territorio, passando Casa Menabrea, sino ad esplorare i palazzi storici del Piazza.

Sono previsti importanti interventi strutturali, come ad esempio la costruzione di un ponte pedonale che colleghi fisicamente le due sponde del fiume Cervo e, quindi, i principali rappresentanti del progetto (Sella Lab e Cittadellarte).

BOX5

Rete Museale Biellese

Proponente: Museo del Territorio Biellese, Ecomuseo del Biellese

Progetto già in essere. Per il POR FESR sono state fatte delle proposte di sviluppo



#ReteMuseBi

La Rete Museale Biellese 2016, coordinata dall'Ecomuseo Valle Elvo e Serra in collaborazione con l'Ecomuseo del Biellese, comprende 23 ecomusei e piccoli musei situati in 20 comuni della provincia di Biella.

Quattro realtà facenti parte della rete sono localizzate a Biella: il Giardino Botanico di Oropa, il Museo del Territorio, il Palazzo Gromo Losa e il Palazzo La Marmorata.

In vista dell'edizione 2017 del progetto, la Rete Museale Biellese si propone di:

- rielaborare il primo piccolo allestimento temporaneo, realizzato come esperimento nel 2016, in una forma più strutturata e coerente con le caratteristiche formali e architettoniche del chiostro di San Sebastiano, ampliabile di anno in anno in relazione ai siti aderenti;
- dotare gli spazi di accoglienza del Museo di una "vetrina" dove esporre e proporre agli abitanti e ai visitatori i "prodotti" realizzati nei diversi siti della Rete (questo primo modulo potrà essere replicato anche in altri siti dotati di una logistica adeguata alla sua gestione);
- organizzare, durante i mesi di apertura della Rete, una serie di eventi presso il chiostro, aperti alla cittadinanza e finalizzati a mettere in luce i luoghi peculiari del territorio e a evidenziare le relazioni tra questi e i patrimoni custoditi dal Museo.

BOX6

Progetto ST.OF.FA. - Stories of Fashion

Proponente: Centro Documentazione Storica

Progetto proposto per POR FESR



Il progetto ST.OF.FA. si focalizza su:

- l'eccellenza come performance plurale e collettiva opera di donne e uomini detentori di saperi e abilità;
- l'eccellenza come costruzione sociale che per acquisire visibilità e concretezza necessita di collegamenti organici e integrati con le politiche territoriali;
- il prodotto "tessuto" è un "testo" che va decifrato, letto e rappresentato;
- un oggetto sociale, teatro delle interazioni umane, che contiene tracce utili alla stesura di una narrazione nella quale la comunità possa riconoscersi;
- la stoffa che si racconta anche attraverso i mezzi di produzione, ossia le tecnologie d'avanguardia utilizzate nelle aziende

Il progetto si basa sulle potenzialità del tessile non solo in termini commerciali, ma anche culturali e lo ha fatto producendo una ricca documentazione in grado di spiegare la qualità del prodotto, mostrando il processo lavorativo e le figure professionali chiave.

Il progetto ha dato vita ad eventi collaterali come il concorso Corto Biellese e il Biella Film Fest¹⁶.

¹⁶ <http://www.biellafilmfest.it/>

BOX7

In Biella Factory Store

Proponente: Associazione 015 Biella

Progetto già in fase di svolgimento



“In Biella Factory Store” è un progetto di rilancio del centro storico di Biella particolarmente innovativo perchè rappresenta un’evoluzione nel panorama internazionale del modello degli *shopping villages*. L’idea di progetto è quella di rivitalizzare il centro della città di Biella, considerando il vuoto attuale come un’opportunità da cogliere per insediarvi i punti vendita aziendali oggi attivi, ma dispersi sul territorio. La nuova proposta commerciale, fortemente radicata nel contesto produttivo locale e rappresentativa di una filiera che ha caratterizzato lo sviluppo della sua economia, diventa il fulcro attorno al quale generare dei nuovi e più importanti flussi turistici, mirando a trasformare la visita giornaliera in permanenza prolungata. L’obiettivo è costruire un’offerta turistica e culturale integrata per il Biellese intorno ad una nicchia di mercato legata al brand Biella, riconosciuto nel mondo come eccellenza di produzione tessile. L’idea è quella di raggruppare i punti vendita aziendali in modo aggregato nel centro storico, animandolo con attività culturali legate al mondo della moda, del food e del design, creando un laboratorio per giovani creativi e avviando un’azione di marketing e comunicazione coordinata.

Ad oggi, sono già stati firmati diversi contratti di pre-locazione con i proprietari degli immobili e ricevute le disponibilità d’interesse da parte dei marchi; nel mese di novembre è stato aperto il primo punto vendita, a titolo di *show case*, a cura dell’importante marchio “Piacenza Cashmere 1733”. Per la primavera/estate 2017 è in programma lo sviluppo del progetto e l’apertura ufficiale con la presenza di almeno 25 negozi. La fase successiva di consolidamento e sviluppo dell’iniziativa prevede l’apertura di uno stesso numero di punti vendita nei due anni successivi. Si prevede che accanto all’investimento dei privati per la realizzazione dei punti vendita vi sia un investimento sull’adeguamento dell’arredo urbano a cura della parte pubblica.

4. VALUTAZIONE DELLA CONVENIENZA ECONOMICA E SOCIALE

L'ipotesi progettuale si fonda sull'analisi concreta della domanda; in particolare, com'è stato illustrato precedentemente, lo studio realizzato dalla regione Piemonte sulla spesa turistica individua nel biellese l'area con la spesa media pro capite giornaliera più alta del Piemonte.

L'offerta culturale che viene proposta dal presente SdF si collega strettamente all'offerta turistica. L'ottimizzazione dei percorsi, la loro identificazione attraverso opere di sistemazione e arredo, il collegamento dei poli culturali d'interesse in modo percepibile da parte dei fruitori, sono le premesse per la valorizzazione culturale dell'esistente.

Accanto alle azioni "materiali" di intervento, la messa in rete del patrimonio "immateriale" e l'offerta di informazioni attraverso strumenti digitali permettono di rendere visibili giacimenti ora inutilizzati.

L'offerta turistico/culturale si integra con l'offerta commerciale per il centro cittadino che nasce con finalità anch'esse culturali di valorizzazione di una storia locale ancora poco raccontata all'esterno e forse poco conosciuta, nella sua unicità, anche tra gli abitanti.

Quest'approccio sinergico di attenzione alle diverse utenze, tra loro interdipendenti, permetterà una ricaduta complessiva su tutta l'economia locale.

L'attività di storytelling, di cui sono già stati elaborati molti materiali di base (raccolta di testimonianze, interviste, registrazioni), potrà svilupparsi ed essere di supporto all'organizzazione di comunicazione ed eventi di richiamo verso l'esterno, con il conseguente rafforzamento dell'identità territoriale anche al proprio interno.

La ricostruzione di un'identità forte rinsalderà a livello sociale i legami messi a dura prova dalle recenti crisi del distretto e potrà diffondere il messaggio positivo di una ripresa che si avverte per ora solo a livello imprenditoriale.

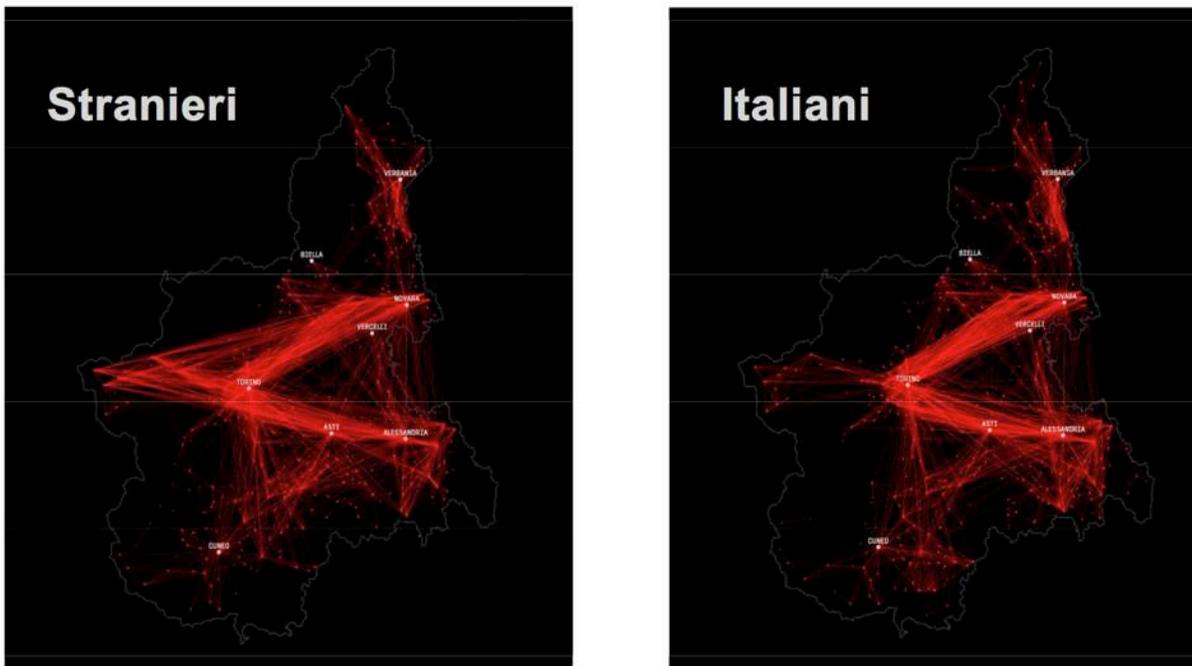
Lo sviluppo della formazione di tipo universitario, da legarsi non solo al settore tecnico tessile ma anche a quello con ricadute sul settore moda, potrà attrarre giovani e nuove unità familiari, che potranno beneficiare di bassi costi immobiliari e della facile accessibilità ai servizi di una città a misura d'uomo.

La nuova offerta cittadina sarà meglio strutturata dal punto di vista della fruibilità e della messa in rete dei poli culturali, della programmazione di eventi culturali e di uno sviluppo commerciale innovativo, attraverso l'applicazione del modello dell'outlet urbano diffuso di prodotti territoriali di alta qualità nelle aree centrali della città.

La messa in rete delle eccellenze culturali cittadine già esistenti (Musei, Teatri, Fondazioni, Archivi) con la leva innovativa della cultura d'impresa, quale motore di sviluppo, permetterà di attirare nel centro cittadino nuovi e notevoli flussi, sfruttando l'elemento identitario della tradizione tessile d'eccellenza combinata all'innovazione e alla creatività. Si può ipotizzare una ricaduta economica e sociale generata in modo diretto e indiretto da un nuovo flusso

turistico di 1.000.000 di visitatori/anno stimato con il seguente criterio: una percentuale pari al 5% dei flussi turistici intercettati sull'isocrona dei 90 minuti di percorrenza/auto da Biella. I nuovi flussi turistici saranno in grado di sostenere e di alimentare gli interventi previsti. Dall'indagine "Piemonte: turismo e ricadute economiche"¹⁷ (2010-2011), emerge come gli oltre 5.000 turisti, intervistati in 77 località rappresentative del Piemonte, abbiano dei profili molto simili. Questo consentirebbe una maggiore capacità e possibilità di attrarre e far confluire i flussi di turisti in visita alle località Piemontesi verso il territorio biellese.

Graf. 9 - I flussi turistici stranieri e italiani in Piemonte



Fonte: Piemonte + Turismo Scenari, dati e segmenti turistici; Biella, 18 aprile 2016

Si creerà inoltre nuova occupazione nel settore culturale e commerciale, così come nei servizi di accoglienza e ristorazione.

Anche il tradizionale comparto imprenditoriale esistente e radicato sul territorio ne avrà un beneficio sia in termini d'immagine, sia in termini di vendita diretta dei propri prodotti.

Le nuove attività del settore artigianale ed enogastronomiche, già in fase di sviluppo troveranno opportunità di visibilità e sbocco commerciale grazie all'integrazione dell'offerta di consumo con la quella culturale.

Gli interventi proposti per questo studio di fattibilità, genereranno, inoltre, una rivalutazione del patrimonio immobiliare e una rinnovata e positiva percezione di Biella come destinazione turistica.

¹⁷ La Regione Piemonte attraverso Sviluppo Piemonte Turismo ha condotto una ricerca sul tema, anche per rendere disponibili dati utili al tavolo di lavoro del progetto strategico europeo STRATTOUR. Questo il documento di sintesi dell'indagine: http://www.piemonte-turismo.it/wp-content/files/Impatto_Sintesi.pdf

Dal punto di vista sociale, quindi, la nascita di nuove opportunità economiche nei settori culturale, commerciale e turistico, insieme alle eccellenze già esistenti in campo produttivo, sanitario e al previsto ampliamento dell'offerta formativa universitaria e specialistica, potranno invertire l'attuale fenomeno di allontanamento dei giovani e di invecchiamento della popolazione di Biella, alimentando un circolo virtuoso per un ambiente urbano più dinamico, vivace e attrattivo.

Il pubblico e il privato, insieme e in modo fattivo, ognuno per la sua parte, investono sulla cultura, genericamente intesa, e sulla cultura d'impresa per creare un nuovo Masterplan cittadino: nuovi investimenti privati, che sono già stati condivisi dagli uffici amministrativi sono in fase di concretizzazione e sono coerenti con gli obiettivi che si prefigge lo studio di fattibilità, altri si effettueranno su immobili che hanno già una destinazione d'uso compatibile e che si prestano facilmente all'inserimento delle nuove attività commerciali. Per parte pubblica vi sarà lo sforzo impegnato negli interventi strutturali di collegamento, negli interventi di sistemazione urbana, che dovrà essere accurata in particolar modo sugli assi principali e la messa in rete dell'offerta culturale.

5. INDIVIDUAZIONE DEI PUNTI DI FORZA, MINACCE, OPPORTUNITÀ

Nelle pagine seguenti verranno identificati gli aspetti premianti e quelli di rischio del progetto qui proposto. A loro sostegno riportiamo alcuni casi studio nazionali ed internazionali che hanno agito in linea con la visione strategica precedentemente delineata.

PUNTI DI FORZA

- La messa in rete e il coordinamento dei poli culturali e commerciali pubblici e privati, così come la valorizzazione del patrimonio storico/artistico esistente possono fare leva anche sul patrimonio immateriale rappresentato dalla diffusa cultura d'impresa e del lavoro.
- La valorizzazione dei giacimenti culturali ancora poco conosciuti e non organizzati come sistema culturale integrato (archivi tessili, archivi della fotografia, archivi della Camera del lavoro, musei d'impresa) è in grado di attrarre nuove generazioni interessate ad attingere informazioni e stimoli da canalizzare nella creazione di nuovi prodotti nel settore tessile/moda, strettamente collegati a una produzione reale, ancora presente e radicata, e anche proiettati verso i nuovi settori del food, del design, dell'arte, della digital economy.
- La selezione avvenuta nei recenti anni nel comparto tessile d'origine, che ha portato alla chiusura di molte attività, ha permesso a quelle più strutturate di acquisire nuove porzioni di mercato e di meglio indirizzare la propria produzione verso un prodotto di alta gamma, riconosciuto come tale e facilmente posizionabile in una fascia medio alta d'interesse e più remunerativa degli investimenti economici e degli sforzi intrapresi
- La capacità di riconversione imprenditoriale ha permesso negli anni passati e favorisce ancora oggi la nascita di nuove attività sia produttive (food e design), sia

culturali (arte), sia nell'ambito dei servizi (start up) che possono avvantaggiarsi di competenze imprenditoriali e artigianali mature e della qualità della forza lavoro locale.

- Il tessuto sociale del territorio biellese costituisce una forte leva per lo sviluppo. Infatti, la partecipazione degli stakeholder, il coinvolgimento di attori pubblici e privati nell'identificazione di una visione comune, le diverse attività di volontariato e di supporto alla crescita sociale (con particolare attenzione alla formazione delle nuove generazioni) sono elementi costitutivi sia del territorio che del progetto stesso.

MINACCE

- L'isolamento del territorio, evidentemente voluto in un periodo storico precedente, caratterizzato dall'espansione di una grande produzione mono-industriale, da un lato per mantenere difeso il know-how, dall'altro per proteggere a proprio vantaggio il basso costo della manodopera dalle influenze esterne del mercato, oggi penalizza lo sviluppo di nuove attività e la permanenza delle giovani generazioni..
- L'isolamento da fisico si è tradotto in isolamento culturale e questo non ha permesso lo sviluppo di una mentalità ricettiva, necessaria all'attività di promozione turistica e culturale, che è tutta da costruire. Biella soffre oggi di una chiusura culturale e operativa dovuta anche al precedente successo della monocultura tessile. In passato, quando le eccellenze competitive (del tessile) si auto-producevano all'interno del sistema, la chiusura verso il contatto esterno funzionava come una misura protettiva. Oggi che le eccellenze da catturare o imitare, come classe dirigenziale emergono all'esterno, dove sono presenti centri di ricerca e Università, la chiusura protettiva è diventata preclusiva sia per l'attrazione o il ritorno delle nuove generazioni, sia per la possibilità di comunicazione verso l'esterno delle qualità culturali, turistiche e commerciali del territorio
- Il surplus di ricchezza prodotto dall'attività manifatturiera è sempre stato, inoltre, investito anche in immobili. La città costruita per essere vissuta da 70.000 abitanti ha perso negli ultimi anni una parte della sua popolazione che si è ridotta a 45.000 abitanti, che stanno invecchiando. I giovani studiano altrove e non ritornano sul territorio, alla ricerca di più remunerative occasioni di lavoro e più interessanti opportunità di vita (culturale e sociale). In questo contesto il valore degli immobili continua a scendere essendo ormai l'offerta di molto superiore a una possibile domanda. Se non si inverte questo processo, creando nuovi flussi d'ingresso, creando i presupposti per nuove permanenze stanziali e nuove opportunità di lavoro, la città non sarà in grado di mantenere il suo patrimonio culturale, imprenditoriale, immobiliare e i suoi servizi.
- Lo spiccato individualismo, infine, ha prodotto molta ricchezza ma anche divisione e frammentazione delle iniziative, senza arrivare a costruire un'identità forte dal punto di vista dell'immagine del territorio, corrispondente alle sue qualità e reali potenzialità. Il prodotto turistico/culturale del sistema Biella è ancora da costruire.

OPPORTUNITÀ

- Aprirsi verso l'esterno è una necessità oggi riconosciuta da tutti. In questo caso, anche a causa della crisi, è maturata la consapevolezza della necessità di un cambiamento. Quando ci si apre a sistemi nuovi di relazione l'esito dell'operazione può essere molto diverso in rapporto alla capacità di attrazione di cui si dispone rispetto ai territori concorrenti (le altre città, le aree metropolitane di Milano e Torino, l'estero).
- Oggi il territorio Biellese è in grado di offrire qualità paesaggistiche notevoli (facilmente fruibili anche poca distanza dal centro della città), spazi industriali e residenziali a costi molto interessanti rispetto ad aree vicine, da destinare allo sviluppo di nuove attività e abitazioni, qualità elevata e accessibilità veloce dei servizi (ospedali, parcheggi, uffici amministrativi), tutti fattori che possono contribuire positivamente alla qualità della vita di tutti i giorni.
- La produzione locale è riconosciuta nel mondo come produzione di eccellenza, senza che vi sia mai stato un progetto di comunicazione integrato; agire su questa forte preesistenza facilita molto la comunicazione di un progetto integrato.
- Il riposizionamento competitivo a lungo termine in un contesto internazionale mobile (mobilità del capitale, del lavoro e delle produzioni nelle filiere globali) non richiede di sviluppare attività qualsiasi, ma attività peculiari e riconoscibili, basate su punti di eccellenza. Queste eccellenze richiedono investimenti e assunzione di rischi che sono stati già in parte affrontati a livello privato negli anni recenti. La selezione è avvenuta e le aziende che hanno superato la prova ne sono uscite grazie all'innovazione e a nuove strategie vincenti.
- E' necessario trovare capitali e ulteriori risorse pubbliche che facciano leva su nuovi attori motivati, impegnati ad auto-valorizzare le proprie idee e il contesto, ma che possono trovare un terreno fertile di base. La crisi ha reso tutti consapevoli della necessità di agire in modo sistemico, abbandonando la tattica che è stata vincente per molto tempo, incentrata sulla sola sfida individuale.
- E' opportuno favorire lo sviluppo di progetti integrati pubblico/privati, che diano a tutti la consapevolezza di appartenenza a un ecosistema. Migliorare le aspettative sul futuro significa pianificare le azioni mirate e investire in progetti condivisi che mettano in rete aziende, associazioni per trasformare le idee, le attese e le opportunità giacenti in strumenti propulsivi di innovazione.
- La presenza di poli culturali esistenti e di giacimenti immateriali è una realtà, serve soltanto metterli in rete. Bisogna investire in marketing territoriale e comunicazione, sia verso l'esterno per la promozione integrata delle eccellenze esistenti, sia verso l'interno per aumentare la consapevolezza di appartenenza a un territorio e per aumentare la disponibilità alla creazione di una nuova mentalità ricettiva
- E' necessario investire nella formazione per rispondere alle nuove esigenze di produzione, comunicazione, digitalizzazione.
- Interventi di carattere più immateriale possono fare leva su investimenti materiali già capitalizzati sul territorio. Nonostante la crisi, o già come risposta e in conseguenza a essa, vi sono esempi di rifunzionalizzazione degli spazi industriali per nuove attività (Cittàdellarte-Fondazione Pistoletto, Sella Lab-Fondazione Sella) e di riconversione

industriale (Serralunga, Cracking Art) che possono essere di stimolo per nuove avventure imprenditoriali.

- L'associazionismo diffuso ed estremamente attivo produce iniziative culturali in grande numero (forse eccessivo e dispersivo), che attendono di essere messe a sistema per poter crescere in modo meno frammentato.
- La cultura d'impresa è radicata e testimoniata dai centri di documentazione (Camera del lavoro, Docbi). Gli archivi tessili (Pria, Zanone, Zegna, etc.) e fotografici (Fondazione Sella) sono una risorsa esistente importante e riguardano uno straordinario patrimonio da valorizzare che può creare sviluppo per la formazione e l'attività imprenditoriale.
- L'attività turistico ricettiva ha buone basi nel settore della formazione e molte possibilità immobiliari da sfruttare per la creazione di nuove occasioni di lavoro, potendo contare su un territorio dalle caratteristiche ambientali e paesaggistiche preservate a poca distanza dai più vicini grandi centri abitati e loro aeroporti.

Tab. 7 – Punti di forza, Punti di Debolezza, Minacce, Opportunità

<p>Punti di forza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ricchezza del patrimonio storico-artistico, paesaggistico e immateriale legato alla cultura d'impresa e al lavoro. - Presenza di giacimenti culturali specifici e al momento poco conosciuti nel settore tessile/moda, food, design e arte contemporanea. - Presenza di fondazioni e realtà di prestigio internazionale - Produzione tessile di alta gamma e permanenza di buona reputazione per la tradizione nel settore tessile-laniero. - Riconversione imprenditoriale in nuovi ambiti produttivi - Presenza di stakeholder territoriali pubblici e privati interessati ad innovare l'identità territoriale - Presenza di associazionismo a supporto della crescita sociale. 	<p>Punti di debolezza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Isolamento fisico e culturale del territorio - Ridimensionamento del comparto produttivo legato al tessile - Spopolamento e svalutazione del patrimonio immobiliare - Decentramento delle attività commerciali in zone periferiche al centro urbano. - Mancanza di un sistema integrato dell'offerta culturale - Comunicazione poco efficace e non coordinata del territorio - Mobilità legata esclusivamente al settore automobilistico, carenza di collegamenti ferroviari e pubblici, e di servizi di mobilità sostenibile
<p>Opportunità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apertura del territorio all'esterno e definizione di una strategia integrata per un nuovo posizionamento competitivo. - Rigenerazione della propria identità e valorizzazione dei punti di eccellenza - Creatività e cultura come driver e integrazione nelle <i>policy</i> relative al turismo e all'economia - Messa in rete dei vari stakeholder territoriali, coordinamento dell'offerta e creazione di partnership pubblico-privato - Possibilità di attirare ulteriori investimenti da parte di privati - Intercettazione di nuovi target turistici, oggi tangenziali al Biellese, che potrebbero trovare nelle risorse della città un motivo di prolungamento della permanenza di visita. 	<p>Minacce</p> <ul style="list-style-type: none"> - La città rischia di non riuscire a mantenere il proprio patrimonio culturale, imprenditoriale, immobiliare, se non si inverte la tendenza di decrescita della popolazione. - Mentalità imprenditoriale caratterizzata da spiccato individualismo ha generato iniziative isolate e non coordinate tra loro. - Un'identità ancora legata ai periodi d'oro del passato e che vede il presente come ridimensionamento della produzione tessile non evidenzia le potenzialità del territorio e le nuove attività emergenti; rischio di rimanere legati a una visione nostalgica in un confronto competitivo con territori più dinamici.

6. CASI STUDIO¹⁸

Sulla base dei punti di forza, le minacce e le opportunità illustrate precedentemente, abbiamo identificato 7 aree strategiche di intervento.

1. Rigenerazione aree della città attraverso creatività e cultura

Gli investimenti in creatività e cultura sono largamente riconosciuti come un elemento chiave nelle strategie di sviluppo urbano e regionale. La presenza di un'offerta culturale di qualità è uno dei fattori di attrazione più forte per i territori, oltre che misura per un'ottimale qualità della vita dei cittadini.

2. Percorsi culturali e Connessioni

Il tema delle connessioni e dell'accessibilità fisica è particolarmente importante quando si parla di rigenerazione urbana. Infatti una città che non connetta in maniera appropriata tutte le sue "parti" potrà incorrere nelle problematiche derivanti dall'isolamento urbano e quindi sociale.

3. Textile Tourism

L'espansione del turismo, in anni recenti, ha costituito un vero e proprio fenomeno. L'ampliamento di questo settore ha richiesto anche un corrispondente ripensamento dell'offerta turistica dovuta anche a utenti sempre più esperti ed esigenti. Uno degli esempi di questa varietà dell'offerta è rappresentato dal cosiddetto *Industrial Heritage Tourism*, da considerarsi come una costola del più ampio Turismo Culturale. Il Textile Tourism rappresenta uno dei trend meno noti, ma in fase di evoluzione, del turismo che si basa sull'heritage industriale dei luoghi.

4. Archivi/saper fare

Gli archivi rivestono un ruolo molto importante non solo nell'ambito del Turismo Culturale e dell'*Industrial Heritage Tourism*, ma anche nel mantenere costantemente aggiornata la memoria del saper fare di un determinato territorio. Gli archivi, inoltre, laddove il settore sia in crisi, possono aiutare a fornire nuove possibilità di sviluppo, spostandosi da attività solamente produttive ad attività di ricerca e di consulenza. Infine preservano la memoria storica e l'identità dei territori.

5. Arredo urbano e installazioni artistiche

L'arredo urbano e l'arte pubblica sono elementi attraverso cui i luoghi possono veicolare in maniera chiara e unitaria l'immagine della città sia al suo interno che all'esterno. Per questo motivo è importante tenere conto della loro coerenza, funzionalità e valore simbolico.

6. Rigenerazione edifici in disuso

Il recupero e la rifunzionalizzazione di edifici o aree della città abbandonate o in disuso è una delle strategie più note in cui la cultura viene usata come principale leva per lo sviluppo. Questi luoghi sono, infatti, spesso diventati luoghi di produzione e fruizione di cultura, ospitando al loro interno spazi espositivi o, più recentemente, hub creativi.

7. Network digitali e reti museali/culturali

L'offerta culturale di una città deve essere variegata e facilmente reperibile per riuscire ad attrarre diversi pubblici. L'utilizzo di piattaforme, app, social media può aiutare a gestire e coordinare in maniera più efficace le informazioni sulle offerte culturali (e non solo) di un territorio.

¹⁸ Alcuni fra i casi studio presentati sono stati selezionati dal report *Culture for Cities and Regions*, un'iniziativa della Comunità Europea finanziata dal programma *Creative Europe*. Il progetto è gestito da EUROCIETIES in collaborazione con KEA European Affairs e lo European Regions Research and Innovation Network.

BOX 1

IRLANDA. Dublino: Temple Bar District



Temple Bar è un quartiere storico del centro medievale di Dublino che nel 1990 ha rischiato di essere completamente abbandonato per la dislocazione delle attività produttive e industriale altrove. Il quartiere di Temple Bar ha subito un profondo rinnovamento culturale che ha toccato più aree, dalla conservazione dei beni culturali e del patrimonio, alla rigenerazione urbana, alla creazione di una nuova immagine e di una rinnovata attrattività per il turismo e l'imprenditorialità creativa. Grazie a questo approccio olistico, Temple Bar è diventato un punto di riferimento per lo sviluppo guidato dalla cultura ha portato allo sviluppo.

Budget e origine dei fondi

Gli interventi sono stati prevalentemente finanziati dall' Urban Pilot Scheme (1990-1999). Buona parte dei fondi strutturali (255 milioni di euro) sono stati impiegati per la riqualificazione di quest'area, a cui hanno contribuito altri finanziatori pubblici e privati. Il progetto nel complesso è costato circa 2,5 miliardi di euro).

Sfide

Oggi l'obiettivo è quello di preservare l'autenticità del quartiere, che è a rischio a causa dei numerosi turisti che lo visitano e (anche inconsapevolmente) hanno un impatto su esso. Quindi l'intento è quello di preservare l'area dalle speculazioni e dai processi di gentrificazione.

Impatti

- Forte aumento del numero di Industrie Culturali e Creative insediate nell'area, con un conseguente aumento del volume d'affari dell'area (da 10 milioni nel 1993 a 700 milioni di

euro, nel 2011) ed un conseguente aumento delle persone che lavorano in questo quartiere.

- Il quartiere attrae circa 40 mila visitatori al giorno (nei periodi di massima affluenza)
- Gli eventi organizzati in quest'area, nel 2011, hanno visto la partecipazione di più di 500 mila persone
- Temple Bar è elencata nella top 10 delle attrazioni di Dublino
- Da Luglio 1996 sono stati costruiti 133 nuovi appartamenti, 63 new negozi e 7 hotel.

Fattori di successo

- Messa a punto e continua definizione della strategia per raggiungere il giusto equilibrio e giusti tempi di intervento in grado di soddisfare i molteplici stakeholder.
- La messa a sistema delle industrie creative e della cosiddetta "economia serale" (intrattenimento, pub, ristoranti...) ha fatto sì che il quartiere sia vissuto 24 ore su 24.
- Utilizzo di arte e creatività per ringiovanire un'area ormai abbandonata.

BOX 2

FRANCIA. Nantes: Ile de Nantes project



Nantes ha subito negli anni un processo di deindustrializzazione, in particolare sull'isola di Nantes (Île de Nantes) quando i cantieri navali furono abbandonati. Quest'area si svuotò quindi anche dalle persone che la frequentavano quotidianamente e del relativo senso di appartenenza. L'isolamento di quest'area era causato anche dalla mancanza di connessione con l'altra sponda della Loira e quindi con il centro cittadino. La mancata connessione rendeva poco attrattiva l'area sia per i residenti che per le imprese.

Quest'area è stata ri-inventata e ri-generata attraverso la creatività e la cultura seguendo un processo in due fasi. La prima (2000-2010) è stata focalizzata sull'ideazione di una strategia che rispondesse alle dinamiche urbane future: sostenibilità, coesione sociale, accessibilità. Sulla base di questi obiettivi sono stati rigenerati gli spazi pubblici e sono stati costruiti ponti e percorsi per connettere il centro cittadino al nuovo cluster creativo. La seconda fase, tuttora in corso (2010-2030), è focalizzata su un ulteriore sviluppo dell'area, dedicato più nello specifico alla sostenibilità economica e ambientale, come ad esempio costruire nuove linee e modalità di trasporto.

L'agenzia di sviluppo urbano (SAMOA) coordina il creative cluster che si è insediato nella zona ovest dell'isola e che prende il nome di *Quartier de la Création*.

Budget e origine dei fondi

Sostenuta sia dall'area metropolitana che dal comune di Nantes, l'agenzia pubblica SAMOA è stata incaricata della riqualificazione dell'isola di Nantes.

Non ci sono dati disponibili per stimare gli investimenti nel *Quartier de la Création*. In ogni caso almeno 9.2 milioni di euro (2007-2013) sono stati investiti dall'agenzia per l'energia elettrica ERDF negli interventi di natura culturale della città.

Visione strategica

È stato seguito un approccio olistico basato sullo sviluppo attraverso la cultura connettendo quest'ultima con il turismo, anche attraverso l'unificazione degli uffici ad essi dedicati sotto il nome di *Le voyage à Nantes*. Questa organizzazione si occupa della promozione della città e della sua offerta culturale che si sviluppa lungo un cosiddetto *cultural trail* che coinvolge l'intera città.

Questo approccio olistico, come abbiamo visto, si basa su tre fondamenti principali:

1. le industrie culturali e creative
2. la sostenibilità
3. la diversità sociale (sviluppo di opportunità di lavoro, promozione dell'offerta di formazione locale, sviluppo di soluzioni di housing sociale)

Impatti

Si ricorda che il progetto è ancora in corso ed il suo completamento è previsto per il 2030. Questi sono gli obiettivi finora raggiunti:

- Creazione di un ambizioso ecosistema creativo per cui si ipotizza di raggiungere più di 1.000 posti di lavoro nel 2018.
- La città ha aumentato la sua attrattiva turistica, passando da circa 140 mila visitatori nel 2006 a 540 mila visitatori nel 2014.
- I residenti hanno potuto giovare di nuovi spazi pubblici e nuove unità abitative, di cui il 22% con la formula di social housing.
- 235 mila metri quadrati sono dedicati a uffici e attività di business.

Fattori di successo

- L'adozione di un approccio lungimirante da parte delle autorità locali
- L'integrazione della cultura nello sviluppo di altre tipologie di *policy*, come ad esempio quelle relative al turismo o all'ecologia

BOX 3

FRANCIA. Limousin-Aubusson: Cité internationale de la tapisserie



Questa regione, che si trova nel centro della Francia, è ricca di tradizioni artigianali, tra cui quella dei tessuti per l'arredo, il pizzo, la porcellana. La città di Aubusson (*only 3,700 inhabitants*) è particolarmente rinomata per i suoi tappeti e arazzi (patrimonio intangibile UNESCO).

La regione, così come la città di Aubusson, ha un'economia fragile che si costituisce principalmente di piccole e media imprese. Inoltre, il numero di tessitori è diminuito sensibilmente anche a causa del mancato ricambio generazionale. Il settore dei tessuti per arredo (tappeti e arazzi) risente la competizione internazionale e la domanda diminuisce sempre più anche localmente. Per tutti questi motivi il settore deve rinnovarsi trovando altrove possibili applicazioni delle tecniche e dei saperi, come ad esempio nel campo della moda, comunicandosi in maniera migliore e identificando strategie di marketing di successo.

Strategia e obiettivi

Il Centro internazionale dell'arazzo di Aubusson si inserisce in una strategia più ampia. Due linee di finanziamento concorrono a supportare i settori culturali e creativi nel piano di sviluppo della regione. Da un lato il piano si focalizza sulla promozione del benessere dei cittadini grazie all'accesso alle risorse culturali; dall'altro, il piano intende sviluppare l'attrattiva della regione grazie all'offerta culturale. L'immagine dell'artigianato tradizionale è stato modernizzato anche grazie all'ideazione di un brand regionale chiamato *Limousin - osez la différence* (a libero uso degli attori locali).

Il piano regionale per lo sviluppo turistico 2012-2014 indica il Centro internazionale dell'arazzo di Aubusson (La Cité internationale de la tapisserie) come una delle principali attrazioni regionali da valorizzare.

Gli obiettivi che stanno alla base del progetto sono:

- mantenere viva la tradizione tessile, prestando particolare attenzione alla trasmissione dei saperi;

- attuare una cross-fertilization fra il tessile e altri settori, rivolgersi a nuovi mercati (anche internazionali) e in particolare al mercato dei beni di lusso;
- incentivare lo sviluppo della tradizione tessile locale attraverso la creazione di nuove imprese di settore.

Il centro è composto quindi dal museo dell'arazzo e da una serie di attività per sviluppare e promuovere questo settore e la sua innovazione. Il museo, rinnovato e inaugurato nel 2016, ha l'obiettivo di attrarre il doppio dei visitatori, arrivando così a circa 40 mila l'anno. Verrà aperto al suo interno un nuovo centro per la documentazione e tutte le collezioni verranno digitalizzate. Dal 2010 il centro offre corsi biennali di tessitura per 12 studenti all'anno. Questi corsi sono finanziati dalla Hermès Foundation e supportati da scuole locali, dal museo e dalla biblioteca della scuola nazionale delle arti decorative (ENAD) e dall'accademia di fine arts di Hangzhou (Cina). Per quanto riguarda la cross-fertilization la Bettencourt Schueller Foundation sostiene i progetti che fanno dialogare il tessile con l'architettura (si veda l'edificio del centro che è stato allestito con tessuti grazie al Pritzker Prize). Il centro inoltre indice concorsi a livello internazionale ed ha ospitato una conferenza dell'UNESCO nel 2012.

Budget e origine dei fondi

Per le attività del centro viene speso all'incirca 1 milione di euro all'anno. Il budget a disposizione del museo è di 8 milioni e mezzo.

Il progetto è supportato dal Conseil Départemental de la Creuse, la Région Nouvelle-Aquitaine et la Communauté de communes Creuse Grand Sud. È co-presidiato da Jean-Jacques Lozach (Sénateur de la Creuse) e Valérie Simonet (Présidente du Conseil Départemental).

Impatti

- Nuovi posti di lavoro
- Circa 10 nuovi siti per la produzione di arazzi e relative micro-imprese hanno potuto beneficiare del progetto
- Aumento dell'attrattività del territorio
- Aumento della reputazione anche a livello internazionale

Fattori di successo

- Investimenti da parte dei privati, in grado di attrarre ulteriori investimenti da parte di brand di lusso
- Buon coordinamento con gli stakeholder locali
- Gestione pubblico-privata
- Implementazione di nuovi strumenti di comunicazione
- Partecipazione di giovani imprenditori e studenti in grado di modernizzare l'immagine del settore

BOX 4

PORTOGALLO. Porto: Banco de Materiais (Archivio dei materiali)



Gli azulejos portoghesi sono delle piastrelle dipinte di ceramica smaltata, usate sia per l'esterno che l'interno degli edifici. Queste piastrelle sono famose in tutto il mondo per la loro qualità e il loro stile. Si è sentita la necessità di avere un archivio degli azulejos per preservarne sia il sapere intangibile che la qualità tangibile.

Il progetto

Il *Banco de Materiais* è un museo che ha aperto nel 2010 con l'obiettivo di salvaguardare la conoscenza degli azulejos e perciò la memoria visiva della città. Infatti, il museo non solo si occupa di conservare migliaia di esemplari di azulejos (collezionati anche grazie alla partecipazione dei cittadini e dei proprietari di edifici), ma offre anche il suo supporto per restaurare le facciate dei privati cittadini che abbiano difficoltà a recuperare i materiali tradizionali necessari. Il museo fornisce supporto tecnico a ricercatori e organizza visite guidate e workshop per i cittadini che vogliono imparare e conoscere le tecniche, l'evoluzione dei materiali utilizzati per l'heritage edilizio locale e il restauro dei materiali.

L'obiettivo principale di questo progetto è quello di preservare le tecniche tradizionali e il cosiddetto *visual heritage*, contribuendo così a contrastare il problema sociale del furto e della degradazione degli azulejos.

Budget

Il dipartimento Musei e Beni Culturali della città di Porto gestisce e finanzia il *Banco dei Materials*. Inoltre, diverse compagnie private e servizi pubblici si occupano di supportare il museo.

Impatti

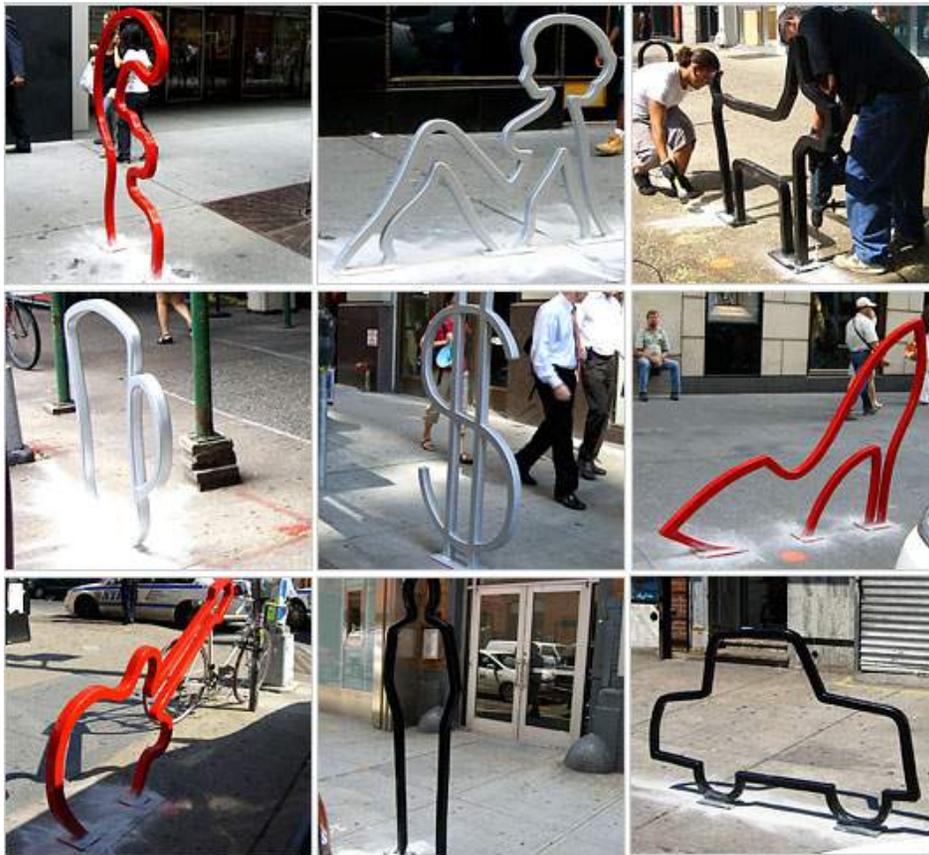
- Trasformazione di un problema sociale in un'opportunità culturale.
- La collezione è composta da più di 15.000 pezzi.
- Più di 7.300 pezzi sono stati messi a disposizione per il restauro delle facciate di diversi edifici. Almeno 100 edifici sono stati restaurati e più di 1.400 privati hanno potuto beneficiare del supporto tecnico del museo.
- Il museo è stato visitato da più di 21.000 (dati al 2015).

Fattori di successo

- Trasferibilità del progetto.
- Gestione pubblico-privata.
- Promozione e messa in mostra delle azioni del museo per renderlo riconoscibile come parte dell'identità della città.

BOX 5

USA. New York: griglie per le biciclette di David Byrne



Con l'intenzione di promuovere l'utilizzo della bicicletta, il Department of Transportation (DOT) della città di New York, lanciò nel 2008 una call che aveva come obiettivo quello di raccogliere idee per delle nuove griglie per le biciclette da installare nella città.

Il progetto fuori concorso proposto da David Byrne (artista, musicista e fervente promotore dell'uso della bicicletta) venne scelto dalla giuria.

Budget e origine dei fondi

Il progetto è stato gestito e finanziato dal Department of Transportation (DOT) della città di New York in partnership con il Cooper-Hewitt National Design Museum, con il supporto di Google e Transportation Alternatives.

La visione del progetto

Lo scopo della call è stato quello di sviluppare rastrelliere funzionali e ben progettate per l'esterno e di nuova concezione per l'interno di edifici residenziali o commerciali.

Il progetto costituito dal lancio della call era di per sé già interessante e d'ispirazione come metodo per reclutare designer, architetti e artisti da tutto il mondo allo scopo di ripensare un elemento di

arredo urbano funzionale in chiave quasi educativa o comunque per perseguire lo scopo della mobilità lenta.

Ancora più interessante è stato il fatto che la scelta sia ricaduta anche su un progetto che, pur non partecipando alla gara, ha dimostrato come l'arredo urbano possa e debba partecipare al racconto dell'identità dei luoghi, favorendo negli abitanti (e non solo) un'identificazione positiva e giocosa con essa.

Infatti, la proposta di Byrne consisteva in 9 rastrelliere con un nome ed una forma evocativi di una certa zona o luogo di New York (la rastrelliera *Wall Street* è, ad esempio, a forma di dollaro). La continuità con le classiche rastrelliere a cui i cittadini erano abituati, è stata data dall'utilizzo dello stesso materiale e della stesso spessore, così che venisse effettivamente riconosciuta la funzione di queste installazioni.

Il progetto avrebbe previsto di rimuovere le rastrelliere dopo circa 11 mesi dalla loro installazione, perchè - nonostante fossero prodotte in materiale resistente all'usura - dovevano essere intese come installazioni d'arte temporanee. In realtà, queste rastrelliere sono diventate permanenti e costituiscono ormai dei simboli riconoscibili in varie zone di New York.

Inoltre, il DOT ha sviluppato, tra le altre iniziative, la mappa di un percorso da fare in bicicletta che tocca tutte le 9 rastrelliere di Byrne.

Fattori di successo

- Coinvolgimento di artisti e designer di qualità
- Funzionalità con un obiettivo sociale, educativo e promozionale
- Gestione pubblico-privata

BOX 6

ITALIA. Napoli: Made In Cloister



Nel 2012 la Fondazione Made in Cloister ha lanciato un progetto per recuperare il chiostro della Chiesa di Santa Caterina a Formiello del XVI secolo, un raro esempio di architettura industriale del Rinascimento napoletano. Nel XIX secolo questo chiostro era stato adibito a lanificio e si occupava della produzione delle divise dell'esercito borbonico. In seguito all'unificazione d'Italia, il lanificio chiuse e fu completamente abbandonato.

Made in Cloister è stato inaugurato nel 2016 dopo circa 3 anni di restauro.

Budget

I lavori di ristrutturazione e di lancio del progetto sono stati sostenuti con fondi privati e con un crowdfunding

La visione del progetto

L'obiettivo del progetto di recupero ha avuto come base di partenza la volontà di recuperare un importante pezzo della storia di Napoli e delle sue tradizioni di artigianato locale.

Possono essere identificati tre principali obiettivi che guidano la visione di Made in Cloister:

1. Recuperare, riconvertire e sviluppare il sapere artistico locale in linea con la vocazione territoriale; I mastri artigiani che prendono parte al progetto operano nel campo dell'intaglio e restauro, della pelletteria, del marmo, della liuteria, della porcellana, ecc.
2. Rilanciare la nozione di "fatto a mano" attraverso l'interazione tra mastri artigiani e artisti e

designer internazionali.

3. Stimolare la rigenerazione urbana e avere un impatto sociale. Il quartiere in cui si insedia il chiostro è quello di Porta Capuana, una delle zone di Napoli con il maggiore potenziale di rigenerazione e di sviluppo grazie alla ricchezza del patrimonio storico e culturale, così come alla sua posizione strategica. Inoltre, due cooperative operano all'interno del chiostro, proponendo tirocini formativi per i ragazzi a rischio del quartiere.

Made in Cloister oltre ad essere uno spazio espositivo, è quindi luogo di incontro (c'è anche un bar ristorante), di formazione (nel progetto è prevista la residenza per artisti) e di scambio.

Impatti

È ancora troppo presto per valutare gli impatti del progetto però gli eventi finora organizzati (mostra personale di Laurie Anderson, il concerto di Chrysta Bell...) hanno attirato un pubblico molto numeroso.

La pagina Facebook ha ad oggi (30/12/2016) 8.980 like.

BOX 7
CANADA. Montréal: artpublicmontreal.ca

ART PUBLIC MONTRÉAL

OEUVRES
PARCOURS
ARTISTES
ACTUALITÉS
PARTENAIRES
À PROPOS

Recherche

English

© Tous droits réservés, Ville de Montréal
Site réalisé par TONTON

À découvrir sur CARTE

À découvrir sur MOSAÏQUE

600+
Oeuvres d'art public

365
Artistes

35
Propriétaires et producteurs

PARCOURS À LA UNE

PARCOURS LA LIGNE BLEUE

16 Oeuvres
2h
Station de métro Snowdon
Parc François-Perrault

TOUS LES PARCOURS

ACTUALITÉS

1 novembre 2016

L'ART DANS LE MÉTRO : LES VERRIÈRES DE LA STATION MCGILL

En descendant du train à la station McGill, les voyageurs ont droit à cinq magnifiques verrières sur l'histoire de Montréal. Réalisée par Nicolas Sollogoub, l'œuvre La vie à Montréal au XIXe siècle semble avoir toujours été présente dans cette station. Et pourtant, elle n'a fait son apparition qu'en 1974, soit huit années après l'ouverture du [...]

Art public Montréal è piattaforma per l'arte pubblica voluta dalla città di Montréal.

Budget e partenariato

Il progetto si integra nel Piano d'Azione 2007-2017 della città di Montréal in collaborazione con Tourisme Montréal. Il progetto è stato reso possibile grazie all'accordo sullo sviluppo culturale di Montréal con il Ministero della Cultura e delle Comunicazioni del Québec e la città.

La visione del progetto

Il progetto vuole mettere in rete le iniziative di arte pubblica presenti sul territorio a beneficio di cittadini e turisti con l'obiettivo di accrescere la notorietà della città come destinazione internazionale per l'arte pubblica. La messa a sistema delle risorse e delle expertise in termini di ricerca e valorizzazione, si esplicita nel raggruppamento di più di 1000 opere d'arte accessibili al pubblico, realizzati da circa 500 artisti sia locali che internazionali.

La piattaforma da cui è possibile accedere e conoscere queste opere d'arte pubblica, propone una varietà di percorsi e di modalità di scoperta delle stesse.

Come funziona

La piattaforma è navigabile per opere, che sono geolocalizzate, categorizzate per tipologia e per anno di realizzazione. È possibile consultare i percorsi tematici consigliati, come ad esempio quelli delle linee metropolitane, quelli naturalistici (nel parco), quelli cittadini (tra i grattacieli). Inoltre, sono stati identificati dei testimonial locali che consigliano percorsi che connettono le loro installazioni

preferite (*coups de coeur*).

Le opere possono essere scoperte anche per artista, infatti nel sito c'è una pagina dedicata agli artisti (elencati in ordine alfabetico). Per ogni artista viene riportata una biografia e le opere presenti sul territorio con relativa geolocalizzazione.

Mentre, nella sezione *news* è possibile rimanere informati sulle ultime iniziative relative all'arte pubblica.

7. LA VISIONE STRATEGICA GENERALE

Prima di presentare la strategia proposta nel presente studio di fattibilità è opportuno fare riferimento a quanto dichiarato nell'ambito dell'Agenda 2030 (UNESCO) in cui viene ribadita l'importanza della cultura e dell'heritage per le città, in quanto potenziatori dell'identità e di piattaforme abilitanti per lo sviluppo sociale ed economico.

I centri cittadini sono ancora oggi un importante riferimento delle comunità e un polo di attrazione, ma il loro ruolo è emancipato grazie anche alla presenza di istituzioni culturali che sono in grado di amplificarne il messaggio.

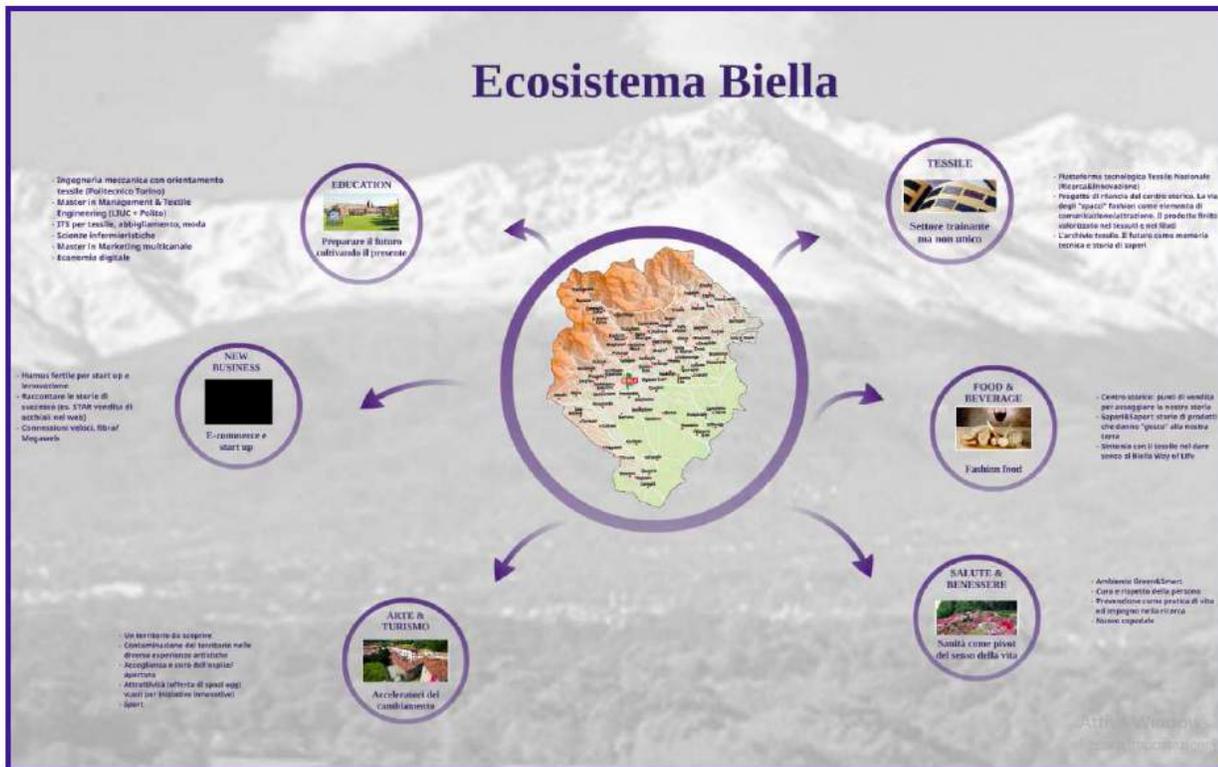
Il concetto di "centro" viene allargato nella definizione di "Historic Cultural Landscape" dove, viene ampliato lo sguardo ad un più ampio panorama culturale costituito da punti tangibili e intangibili. Rispetto a questa definizione, il paesaggio culturale urbano comprende stratificazioni storiche, culturali, naturali e sociali che contribuiscono a costituire un ecosistema di attività, significati, relazioni e memorie.

Questa definizione è particolarmente importante perché fornisce le basi per un approccio integrato per l'identificazione, la valutazione e la gestione del cosiddetto "historic urban landscape" all'interno di un generale framework di sviluppo sostenibile.

Biella si è per lungo tempo identificata con l'industria tessile che in anni recenti ha subito una contrazione in termini di imprese, produzione e di addetti. L'inclinazione mono-industriale che ha di fatto caratterizzato lo sviluppo economico di Biella e la chiusura del territorio nei confronti del "mondo esterno" sono stati, per un certo periodo, i punti di forza della città. In anni più recenti queste caratteristiche hanno però costituito un limite e sono state concausa del processo di declino. Nonostante ciò, il distretto tessile biellese è ancora attivo, grazie al suo consolidamento su una fascia alta di mercato e all'ottimizzazione degli archivi tessili, riconoscendone il valore storico, culturale ed economico (Osservatorio Distretti Italiani, 2014). La chiusura di diverse fabbriche tessili, la localizzazione di grandi centri commerciali fuori dalla città e la dismissione dell'ospedale hanno però contribuito allo svuotamento sia fisico (in termini di attività e persone), che di senso del centro della città. La sfida che si pone oggi al territorio biellese è quella di ridefinire i propri obiettivi strategici in termini di riconoscibilità dall'esterno. Così come emerso anche dall'Indagine Delphi "Biella in Transizione" (Rullani, 2015), la necessità più grande è forse quella di ricostruire un'identità distintiva del biellese. Ciò è possibile grazie all'attuazione di cosiddetti investimenti evolutivi, che innovino, capitalizzino e consolidino le eccellenze pre-esistenti; in altri casi, saranno necessari degli

investimenti seminali di più lungo periodo, che puntino su settori non ancora del tutto sviluppati, come possono essere quelli delle imprese culturali e creative; una terza via, non alternativa, ma complementare, è quella della messa in rete del nuovo e del pre-esistente. In tempi recenti sono già state condotte diverse iniziative volte all'identificazione del sistema di risorse in grado di ridefinire i driver per la crescita e l'identità del territorio, come ad esempio l'Indagine Delphi già menzionata o il Corso di Alta Formazione "Brand dei Sistemi Territoriali"¹⁹.

Fig. 1 – L'ecosistema biellese



Fonte: Progetto Biella In Transizione

L'ecosistema che emerge nel progetto "Biella in Transizione", a seguito dello sviluppo dell'indagine Delphi, rappresenta il polo del tessile all'interno di un sistema più vasto di relazioni con altri punti, che risultano altrettanto importanti, sui quali deve essere previsto un investimento economico e culturale.

Si tratta di una rivoluzione copernicana nel pensiero biellese, ancor più significativa dal momento che proviene dall'organizzazione industriale che per lungo tempo ha promosso il distretto tessile.

E' significativo, inoltre, che lo studio sia stato elaborato con una finalità pubblica e donato alla Città con la sollecitazione ad utilizzarlo nell'interesse comune.

¹⁹ http://www.polidesign.net/sites/default/files/BST_Biella.pdf

E' infine da evidenziare come proprio l'Unione Industriale Biellese, per prima, si sia fatta promotrice di una riflessione pubblica sullo stato della Città, consapevole di una necessità di rilancio e di cambio del paradigma che aveva contraddistinto lo sviluppo precedente.

A partire dalla presentazione pubblica del progetto (giugno 2015), alcune delle progettazioni prese in esame e valutate positivamente come strategiche per il futuro della Città hanno preso avvio ed iniziato ad elaborare possibili soluzioni. Una di queste rappresentata dal progetto di 015 Biella, a seguito di un'azione di sensibilizzazione dell'opinione pubblica, si sta avviando alla realizzazione, grazie al continuo appoggio dell'Unione Industriale.

Anche altre attività come quelle rappresentate dalle start up di Sella Lab, identificate dall'indagine tra quelle più propositive, procedono nello sviluppo e diffondono fiducia tra i giovani imprenditori.

Ma ciò che più importa è che, timidamente, si sta modificando la mentalità locale; la crisi facilita la coesione e la consapevolezza di dover agire con atteggiamenti fortemente innovativi e di discontinuità per scardinare immobilismi di un tempo, favorisce l'accettazione di nuove progettualità.

In questo nuovo contesto la proposta culturale può essere differente dal passato e non deve limitarsi ad azioni di sistemazione edilizia, ma deve integrare azioni materiali e immateriali rivolte tanto a migliorare la qualità urbana per i residenti che per i nuovi flussi attesi.

Gli interventi che verranno qui presentati sono quindi funzionali alla composizione di uno scenario strategico di valorizzazione del patrimonio culturale, tangibile e intangibile, della città di Biella e al riposizionamento economico verso il settore della cultura, della creatività e del turismo, valorizzando il paesaggio culturale, produttivo e ambientale esistente.

La cultura diventa l'ossatura per riconnettere le diverse aree del territorio urbano:

- **il patrimonio culturale, storico, monumentale e museale tradizionale della città;**
- **la cultura del fare come cultura d'impresa** (non solo legata al tessile ma anche al settore food & beverage e al design): musei di impresa, archivi tessili, archeologia industriale, know how, artigianalità, nuova imprenditorialità;
- **il paesaggio culturale** che si esplicita nella tessitura urbana e negli ecosistemi delle valli, così come nel *waterfront* sul torrente Cervo o nella rilevanza dell'elemento acqua, e che si estende da Biella verso il resto del territorio provinciale;
- **la produzione contemporanea di cultura:** arte contemporanea, imprese creative, design, eventi e manifestazioni .

Come precedentemente accennato, la visione complessiva del progetto **Biella Fabbrica Culturale Creativa** è volta al raggiungimento di un principale obiettivo: *l'identificazione di una*

rinnovata identità del territorio biellese che, senza dimenticare la tradizione tessile, sia in grado di puntare allo sviluppo e alla valorizzazione di altre eccellenze in parte sopite.

Questa nuova focalizzazione avrà come esiti attesi:

- una maggiore e più chiara visibilità nel confronto competitivo con altri territori e di conseguenza una rinnovata rivitalizzazione e ripopolamento del centro cittadino e della città in generale;
- una maggiore capacità di attrazione, di offerta e di accoglienza dei turisti;
- una più ampia valorizzazione e promozione delle eccellenze produttive del territorio, grazie anche al ripensamento di una shopping *experience* basata sull'identità locale;
- uno sviluppo e una messa in rete di un'offerta culturale coerente e di alto livello.

7.1 I tre livelli e i tre assi d'intervento

Le aree interessate dal presente studio di fattibilità, descritte ampiamente nel paragrafo iniziale, si sviluppano sui tre livelli altimetrici della città:

- Estremo ovest - in alto: Biella Piazza, caratterizzata da Piazza Cisterna e dai palazzi La Marmora, Gromo Losa e Ferrero.
- Al centro: Biella Piano, sede del Vescovado, del Municipio, del Museo del Territorio Biellese, della Biblioteca Civica, dell'Archivio di Stato. Nel centro storico sono presenti monumenti storici, teatri, luoghi pubblici di ritrovo e intrattenimento e le attività di servizio e commerciali.
- A est - in basso: sulle sponde del Torrente Cervo si sviluppa l'area delle fabbriche, di cui alcune (poche) ancora in funzione, altre sono testimonianze di archeologia industriale, in alcuni casi riconvertite come sedi di prestigiose istituzioni culturali.

Fig. 2 – I tre livelli di Biella

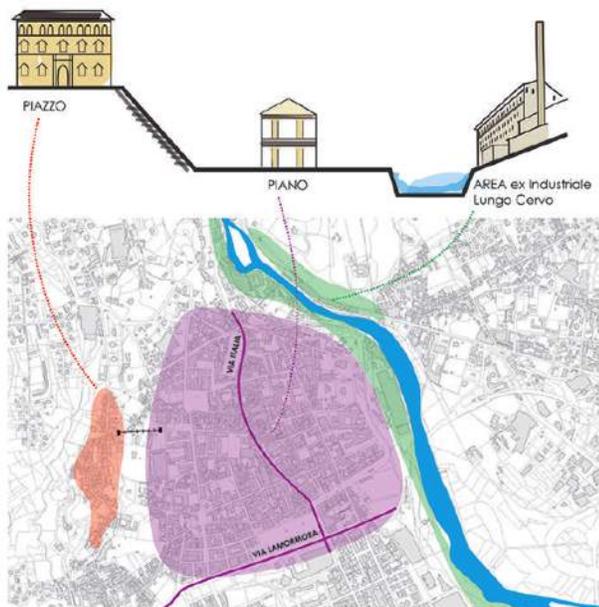
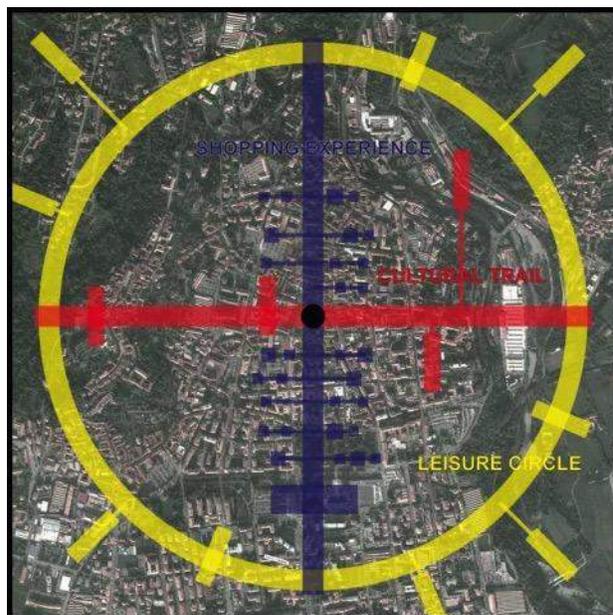


Fig. 3 – Shopping Experience, Cultural Trail e Leisure Circle



Fonte: Arch. Luisa Bocchietto

Gli interventi, di competenza sia pubblica che privata, si concentrano nella strutturazione e messa a sistema dell'offerta culturale sia dal punto di vista materiale che immateriale. Inoltre riguardano opere di sistemazione della città intese a migliorare la sua fruibilità in termini d'immagine e il suo utilizzo sia da parte dei residenti sia da parte degli utenti/visitatori esterni.

Il progetto, com'è stato precedentemente descritto, si basa su tre principali linee di intervento: il *Cultural Trail*, l'identificazione di un percorso culturale; la *Shopping Experience*, la nuova esperienza di consumo consapevole e la *Connecting Experience*, la connessione digitale con le emergenze del territorio.

Cultural Trail : l'identificazione di un Percorso Culturale

Il tema dei percorsi culturali, per quanto riconducibile a diverse esperienze possibili nel tessuto urbano della città, si specializza principalmente lungo una direttrice est-ovest che riconnette i diversi livelli altimetrici e di sviluppo storico-urbanistico della città.

Come percorso fisico è identificabile con un tracciato che ricalca l'antica trama dello sviluppo della città e si articola sui differenti livelli altimetrici, collegando pedonalmente tre poli culturali:

- il borgo medioevale del Piazza con il polo culturale dei tre palazzi La Marmora, Gromo Losa e Ferrero, i giardini, le piazze e gli scorci panoramici; il luogo culturale inteso in

senso tradizionale dove godere di bellezze architettoniche e paesaggistiche, ascoltando concerti, visitando edifici e mostre temporanee, gustando l'accoglienza di ristoranti;

- il nucleo storico monumentale del Piano con il Duomo, il Battistero e il sistema museale (Museo del Territorio, Museo Fila, Biblioteca Civica); dove percorrere le tappe dell'evoluzione della cultura locale;
- la zona lungo il Torrente Cervo, sede degli archivi tessili Zanone e Pria, del polo di Fondazione Pistoletto-Cittadellarte/Terzo Paradiso, della Fondazione Sella - Sella Lab e del MACIST, museo d'arte contemporanea e del museo Menabrea annesso al Birrificio; dove incontrare la produzione storica e la ricerca più innovativa.

Come percorso concettuale intende evidenziare la ricchezza delle risorse culturali della città, il loro legame con la storia sociale e produttiva del territorio e il forte slancio verso i temi della contemporaneità, sia in termini di espressione e ricerca artistica che di innovazione culturale e produttiva, con uno sguardo che ricollega il locale a circuiti nazionali e internazionali.

Tale percorso fisico e concettuale è supportato anche dalla programmazione di eventi e di iniziative di soggetti pubblici e privati già attivi in questi luoghi.

***Shopping Experience* : la nuova esperienza di consumo consapevole**

L'asse viario nord-sud di via Italia, tradizionalmente dedicato al commercio, è oggi al centro di un progetto di rilancio promosso dall'Associazione 015 (*In Biella Factory Stores*) con l'obiettivo di riportare al centro le "vetrine" del saper fare Biellese, oggi disperse in centri commerciali e outlet fuori dalla cinta urbana. Tali vetrine avranno un valore non solo commerciale ma anche fortemente identitario, rinsaldando il legame tra luogo e produzione e valorizzando le eccellenze locali, anche di nuova formazione, con un rimando al territorio circostante e al giacimento di risorse culturali di impresa (archivi, musei, produzioni storiche, ...) attraverso lo storytelling applicato ai prodotti proposti e al contesto cittadino.

Lo studio di fattibilità accoglie questo progetto in corso e lo fortifica prevedendo un prolungamento dell'attuale percorso pedonale di via Italia verso nord, per ricollegarsi all'area che discende verso il fiume Cervo e i poli culturali già descritti insediati negli ex edifici industriali.

Connecting Experience : la connessione digitale con le emergenze del territorio

A questa trama di percorsi pedonali, trasversali e longitudinali, che costituisce l'ossatura dell'esperienza culturale tangibile, si sovrappone un livello intangibile e informativo di coordinamento dell'offerta culturale e turistica, ribadendo inoltre il ruolo della città di Biella come baricentro di un ecosistema territoriale più esteso di cui si vuole dare una più ampia visibilità. Attraverso alcuni luoghi fisici e virtuali di amplificazione dell'offerta turistica e culturale del territorio Biellese si persegue l'obiettivo di prolungare o reiterare le presenze turistiche nel luogo, evidenziando le diverse attività tematiche e/o stagionali che il territorio offre, invitando alla scoperta di luoghi e attività possibili di sicuro impatto (la Valle Elvo, la Valle Cervo, i Santuari di Oropa, San Giovanni e Graglia e i percorsi turistici che li collegano, il Tracciolino, la Trappa, l'Oasi Zegna, la fabbrica della Ruota, La Burcina, la Serra, la Bessa, la Baraggia, i campi da Golf, Il Ricetto di Candelo, il Borgo di Masserano, il lago di Viverone).

7.2 Le tre leve d'azione strategica

Questi tre temi/assi di intervento si fondano su alcuni principi e assunti culturali ed economici di base, qui brevemente riassunti:

La cultura come industria creativa

La proposta progettuale si fonda sul principio che assume la "cultura" come industria creativa. L'offerta turistico-culturale e di shopping che si vuole promuovere è strettamente interrelata alla produzione di eccellenza ed è finalizzata a documentare, esporre, interpretare e fornire informazioni a beneficio del pubblico e degli utenti.

I settori che concorrono alla formazione dell'offerta culturale che qualifica e rende distintivo il progetto dell'ecosistema biellese sono, nella dimensione materiale: il Museo del Territorio, le fondazioni e i giacimenti culturali cittadini messi in rete con i segmenti della filiera tessile-moda, il design e l'artigianato tipico di qualità, i prodotti dell'enogastronomia e del food design, le arti performative (musica, teatro, cinema).

In aggiunta a questi, nella dimensione immateriale e valoriale: i patrimoni di memorie, esperienze e relazioni collettive, sociali e lavorative custoditi negli archivi e nella rete dei musei ed ecomusei presenti nel bacino territoriale del progetto.

Il centro attrattore di flussi

Il centro della città è, in questo contesto progettuale, il centro propulsivo dell'insieme dell'offerta di attività, dove s'incontrano i prodotti culturali, artistici e delle filiere sopra elencate.

La funzione di centro strategico e operativo trova i suoi spazi di elezione in locali e edifici di particolare pregio storico-architettonico situati lungo l'asse culturale che abbiamo definito *Cultural Trail*: un percorso di conoscenza che si snoda tra i diversi livelli storici di sviluppo della città. Si tratta di spazi particolarmente adatti a ospitare le attività previste dal progetto, a comunicare in virtù della loro storia, valori a forte carica identitaria, e a dare visibilità agli

elementi concreti di coerenza e di convergenza dei patrimoni culturali che costituiranno una delle principali risorse investite nel progetto.

Quest'asse incontra, nel punto esattamente centrale della città dove insistono il centro religioso e amministrativo, l'asse a nuova attrazione commerciale di quel percorso che abbiamo chiamato *Shopping Experience*; un'esperienza nuova di consumo consapevole etico e sostenibile che racconta, informa, accresce l'esperienza degli utenti accompagnati a conoscere, anche attraverso i prodotti, la peculiare cultura del territorio.

Il territorio come scoperta

Negli edifici storici distribuiti troveranno accoglienza le attività e gli strumenti di pianificazione e sviluppo del progetto turistico-culturale di rivitalizzazione e miglioramento qualitativo dell'ecosistema biellese e verrà progressivamente a prendere forma, consistenza e visibilità il nascente cluster di attività e network insediati nell'area biellese. Questo significa mettere in connessione l'offerta del territorio biellese in senso più esteso, attività che abbiamo definito *Connecting Experience*. Questa messa in rete sarà sia virtuale che fisica. Nel primo caso, si intende rendere disponibili le informazioni attraverso siti, app e portali dedicati specificatamente al territorio e alle specifiche offerte turistiche-culturali; nel secondo caso, la tangibilità della messa in rete, troverà una collocazione fisica all'interno di alcuni specifici luoghi dedicati (come ad esempio il Museo del Territorio) e inoltre i luoghi e le attività saranno collegate fra loro in modo leggibile, anche attraverso l'installazione di una nuova segnaletica e pannelli informativi. Questo contribuirà a rilanciare anche il territorio circostante indirizzando le diverse fasce di utenza (quali il turismo culturale e devozionale, il turismo green e sostenibile, il turismo enogastronomico, il turismo d'impresa) verso destinazioni prossime e facilmente accessibili, come ad esempio il Santuario e Sacro Monte di Oropa (sito Unesco dal 2003) e il percorso in quota del Tracciolino che collega orizzontalmente il territorio nella fascia alpina. L'obiettivo è attrarre nuovi flussi partendo dallo spunto commerciale e culturale e lavorare per attrezzare il territorio per fornire strumenti, informazioni e servizi e aumentare la permanenza turistica.

8. SVILUPPO DELLO STUDIO

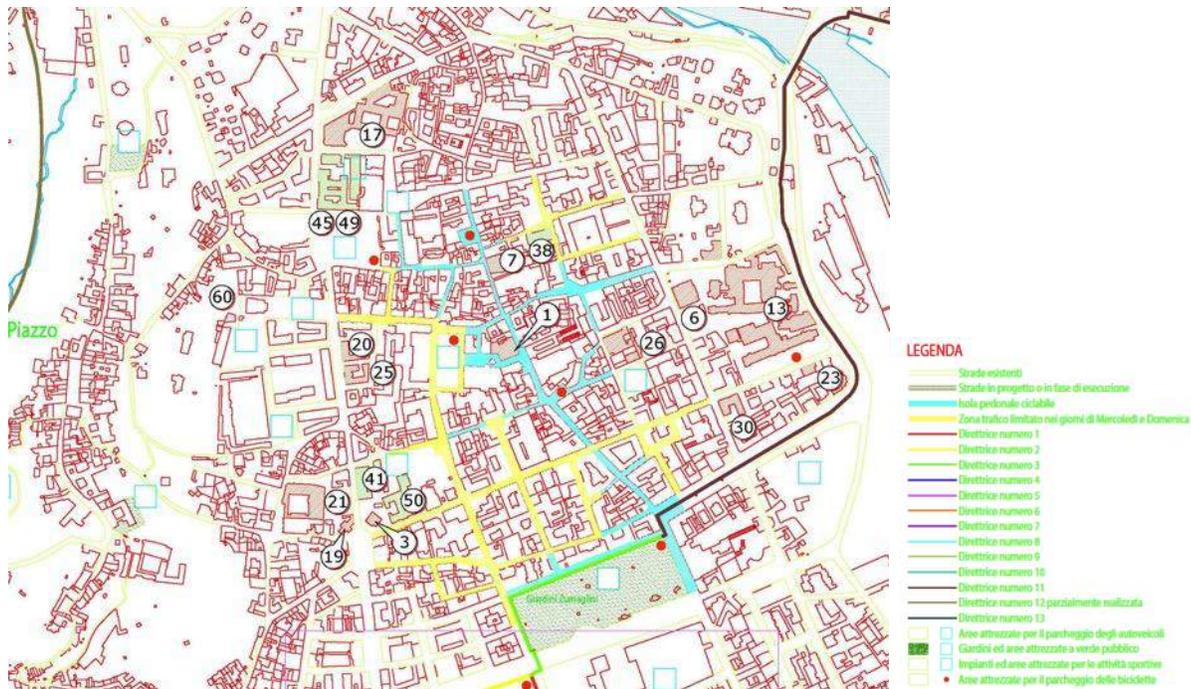
8.1 Il sistema dei percorsi: Cultural Trail e Shopping Experience

Lo studio di fattibilità si basa quindi su un'operazione di ricucitura fisica e concettuale dell'esistente, basata su una restituzione degli spazi urbani alle persone, una valorizzazione dei percorsi pedonali e degli scorci prospettici, una razionalizzazione dei punti di accesso veicolare al centro storico e l'integrazione con servizi di orientamento, fruizione e mobilità sostenibile.

Valorizzare il centro di Biella significa pensare progressivamente a una riduzione della circolazione automobilistica, anche in previsione di un aumento delle presenze di visitatori e turisti, migliorando il sistema dei percorsi pedonali e incentivando l'uso di biciclette e mezzi elettrici a basso impatto ambientale.

Come si può vedere dalla planimetria redatta dal Comune di Biella, sono già presenti nel centro urbano percorsi pedonali e ciclabili che andrebbero progressivamente ampliati.

Fig 4 - Planimetria dei percorsi ciclabili e pedonali del Comune di Biella



Fonte: Comune di Biella

La circolazione automobilistica dovrebbe essere limitata via via, ad eccezione dei residenti e dei mezzi di servizio, ad un percorso circolare, in senso orario, lungo via Pietro Micca, via Cesare Battisti e via Repubblica (o in modo più ampio lungo il percorso prospiciente il torrente Cervo), identificando tre principali parcheggi di interscambio, che potranno diventare i punti di partenza (o di arrivo) per visitare la città.

I parcheggi del Bellone, dell'area ex Boglietti e di via Carso diventeranno i punti di accesso alle aree del Piazza, del Piano e del torrente Cervo, e saranno dotati di servizi di bike sharing o di veicoli elettrici per una mobilità lenta rispondente alle esigenze dei cittadini e dei turisti.

In una fase successiva, sarebbe auspicabile liberare dal traffico automobilistico anche il Corso del Piazza, realizzando un breve tratto di strada nel fondovalle ad ovest della collina di raccordo con la viabilità esistente, come percorso alternativo per i grandi flussi automobilistici. Questo collegamento era già stato ipotizzato in passato; oggi andrebbe attentamente rivalutato nell'ottica di preservare il Piazza come area residenziale, culturale e turistica e permettere una migliore circolazione nella città.

Fig 5 – Mappa del sistema dei percorsi

- Cultural Trail (pedonale)
- - - - - funicolare/ascensore
- Shopping Experience (pedonale)
- - - - - da rendere pedonale
- principali vie carrabili

- 14 Fondazione Sella - Sella Lab
- 15 Cittadellarte Fondazione Pistoletto
- 16 Museo MACIST
- 17 Museo Menabrea
- - - - - percorso delle fabbriche



- 01 Palazzo Gromo Losa
- 02 Palazzo La Marmora
- 03 Palazzo Ferrero
- 04 Piazza Cisterna

- 05 Biblioteca Civica
- 06 Museo del Territorio
- 07 Ex Biblioteca

- 08 Piazza del Duomo
- 09 Museo Fila
- 10 Battistero

- 11 Ex Ospedale
- 12 Lanificio Cerruti
- 13 Terzo Paradiso

- P Parcheggio di interscambio
- P Parcheggio interrato
- P Parcheggio da interrare o eliminare

8.1.1 Il Borgo del Piazza

Fig 6 – Mappa dei punti di interesse al Borgo del Piazza

03 vicolo del Bellone
percorso pedonale



03 vicolo del Bellone
percorso pedonale



04 funicolare
ingresso al Piazza



04 funicolare
ingresso al Piano e Bicincittà



06 parcheggio Boglietti
parcheggio e nuova
Biblioteca Civica



01 parcheggio Bellone
parcheggio coperto e
accesso ascensore



01 parcheggio Bellone
parcheggio scoperto



02 ascensore
uscita esterna al Piazza



05 costa S. Sebastiano
percorso pedonale e
carrabile verso il Piano



05 costa S. Sebastiano
terminale percorso verso il Piano
verso Basilica e Museo Territorio

Il borgo medievale del Piazza rappresenta nel suo insieme un complesso culturale e ambientale da valorizzare e da alleggerire dalla presenza delle automobili, privilegiando l'accessibilità pedonale attraverso il miglioramento e potenziamento delle infrastrutture e dei percorsi già esistenti. L'area collinare infatti è già raggiungibile da due servizi meccanizzati, non molto utilizzati: l'ascensore all'interno del parcheggio coperto del

Bellone (punto 02 nella mappa) e la funicolare ottocentesca (punto 04) prossima al nuovo parcheggio pluriplano dell'area ex industriale Boglietti, in fase di ampliamento.

I due parcheggi rispettivamente ad ovest e ad est della collina del Piazza (punti 01 e 06) possono rappresentare dei punti di raccolta dei flussi turistici, di sosta veicolare e di scambio con i sistemi meccanizzati di risalita. In alternativa è possibile accedere al Piazza attraverso dei percorsi storici via via da pedonalizzare: le Coste del Piazza.

Nel dettaglio, il Parcheggio del Bellone (punto 01), oggi poco utilizzato, necessita di una generale riqualificazione delle aree esterne e di accesso, oltre che di una migliore visibilità e segnalazione della presenza dell'ascensore pubblico. Occorrerà lavorare sul sistema di comunicazione e di segnaletica, oltre che sul naming, rendendo più riconoscibile e immediato il rapporto con l'area del Piazza (ad esempio Parcheggio del Piazza o del Borgo del Piazza).

Il parcheggio del Bellone è collegato al Piazza anche tramite una via pedonale - il Vicolo del Bellone - che attraversa quello che fu il ghetto ebraico della città. Tale percorso è al momento inutilizzato sia per mancanza di segnalazioni, sia per le condizioni di parziale degrado e dissesto. Anche qui sono necessari interventi di riqualificazione e di segnaletica.

L'area di smonto superiore dell'ascensore avviene all'interno di un cortile, in uno spazio aperto con una vista panoramica sulla valle e le montagne: quest'area necessita di interventi di miglioramento e di arredo urbano per la creazione di un punto di sosta.

Tutta l'area del Piazza, inoltre, richiede una migliore segnalazione dei percorsi e dei punti di interesse storico-culturale attraverso un progetto coordinato di segnaletica e comunicazione, che dovrà essere esteso alle altre aree della città.

Quest'esigenza è resa necessaria per la presenza ora dei Palazzi ristrutturati e risanati di recente, aperti a eventi pubblici e alla frequentazione di un pubblico non necessariamente biellese, che proviene dall'esterno e non trova adeguate indicazioni sui percorsi per raggiungerli. In tutta l'area del Piazza va rimossa in molti punti una segnaletica pubblica obsoleta che deturpa la visione dei monumenti.

La possibilità di intervento sulle proprietà private va incentivata e supportata da indicazioni precise in modo che siano preservate le caratteristiche originarie e la qualità dell'edificato venga valorizzata. L'attenzione posta sulla Piazza Cisterna, con progetto unitario e concessione di contributi, che ne ha permesso il recupero, andrebbe diffusa su tutto il Borgo per consentirne il recupero unitario.

La discesa dal Piazza al Piano sul versante est, oltre che con la funicolare, può avvenire tramite alcuni percorsi storici pedonali, denominati Coste.

In particolare la Costa di S. Sebastiano (punto 05), che conduce da Piazza Cisterna alla Basilica di San Sebastiano e al limitrofo Museo del Territorio, risulta prioritaria come intervento.

Il collegamento tra questi punti è particolarmente significativo per le vicende storiche legate alla famiglia di Sebastiano Ferrero, alle proprietà dei Palazzi Ferrero e La Marmora al Piazza, alla creazione del Chiostro e della Chiesa di San Sebastiano al Piano, visivamente in collegamento tra loro, nonostante il dislivello. La messa in valore di questo

legame comporta la valorizzazione dei giardini dei Palazzi che potrebbero prevederne la visita.

Questo tratto di Costa parte dalla Piazza S.Giacomo, che necessita un restauro sia degli edifici (facciata della Chiesa, recupero degli affreschi, restauro della facciata di Palazzo Ternengo) che della piazza stessa, e richiede interventi di riqualificazione sull'intero percorso (messa in sicurezza edifici pericolanti, predisposizione di corrimani adeguati, rimozione di arbusti, restauro di murature e portoni con affaccio sulla Costa, creazione di aree di raccolta differenziata adeguata al contesto, oltre che segnaletica informativa apposita).

L'obiettivo è quello di consentirne l'accessibilità, la fruibilità e l'identificazione come percorso di valenza storica e culturale. Le altre Coste (Costa delle Noci, del Vernato, ecc) potranno essere oggetto di interventi analoghi successivamente.

La funicolare (per la quale è già previsto un progetto di ristrutturazione della risalita e della cabina) collega uno slargo prossimo a piazza Cisterna al Piazzo con il parcheggio ex-Boglietti e l'area della Biblioteca Civica al Piano (punto 06).

Quest'area si presta ad essere identificata come un ulteriore punto di arrivo dei turisti, in quanto particolarmente ampia e utilizzabile come punto di sosta attrezzata. L'attuale superficie oggi adibita a parcheggio, con il completamento del parcheggio ex-Boglietti (pluriplano, interrato e a livello) potrebbe essere in gran parte liberata dalle macchine e resa fruibile dal pubblico per diversi scopi e attività, identificandola in rapporto al contesto urbano e alle esigenze emerse e predisponendo un progetto apposito di sistemazione.

Sarà inoltre necessario ripristinare e potenziare il servizio di bike sharing esistente per incentivare l'utilizzo di mobilità sostenibile, affiancandolo in futuro con altri sistemi di mobilità elettrica a servizio dei visitatori e del centro pedonale.

Anche per questo parcheggio si suggerisce di assegnare una nuova denominazione più individuabile, funzionalmente, per chi proviene da fuori (ad esempio Parcheggio del Museo del Territorio o Della Funicolare).

La segnaletica in prossimità di questi punti di raccolta e interscambio dovrà dare indicazioni sulla mobilità, disponibilità di posti, accessibilità al centro e fornire indicazioni per i percorsi pedonali suggeriti verso i punti d'interesse individuati dal percorso culturale.

La segnaletica sarà anche utilizzata per la raccolta e diffusione di dati digitali sulle presenze, passaggi di turisti, qualità dell'aria e altri dati che potranno essere utilizzati dall'Amministrazione a fini comunicativi per i cittadini e per i turisti.

La sistemazione dei collegamenti tra i parcheggi e i punti d'interesse faranno parte dell'adeguamento dei percorsi del *Cultural Trail*, adottandone tutte le caratteristiche di corretta manutenzione, pulizia, decoro, illuminazione e arredo urbano coordinato, in modo da essere immediatamente percepibili come parte di un percorso di visita predisposto.

8.1.2 Biella Piano

Fig 7 – Mappa dei punti di interesse al Borgo del Piano

14 piazza Eugenio Curiel
interventi a completamento dell'arredo urbano



15 ex Biblioteca
edificio da riconvertire a nuova funzione



16 via Italia
Shopping experience
interventi di arredo urbano



12 piazza Gualino
prevedere interventi di arredo urbano



13 verso l'ex ospedale
possibile percorso, oggi privato da rendere pubblico



07 Museo del Territorio
muro di cinta su via Pietro Micca



08 via Arnulfo
barriera verde che nasconde il parcheggio da restituire a spazio pubblico



09 via Vescovado
incrocio con via Losana slargo da riqualificare



10 galleria L. da Vinci
spazi commerciali e culturali da riqualificare



11 piazza S.Marta
piazza pedonale da riqualificare

Gli interventi previsti per l'area del Piano si dipanano lungo i due principali percorsi di cui si compone il *Cultural Trail* e che, a loro volta, intercettano il percorso della *Shopping Experience*. Il primo percorso ha come punto di partenza l'area antistante la Basilica di S. Sebastiano e il Museo del Territorio; proseguendo lungo l'area pedonale di via Vescovado, il percorso conduce fino all'ex Ospedale e quindi alla veduta sulle fabbriche e sul Torrente Cervo. Il secondo percorso parte, più a nord, dall'area del parcheggio ex-

Boglietti e della nuova biblioteca, attraversando l'area dei monumenti storici e della Piazza Duomo, intercetta via Italia lungo la quale è possibile continuare verso il rione Riva e il Torrente Cervo dove sono presenti le fabbriche recuperate.

*Cultural Trail - Percorso 1: Dal Museo del Territorio ai luoghi del lavoro
(via Arnulfo, via Vescovado, via Del Pozzo)*

Il Museo del Territorio, nel tessuto denso del Piano, potrebbe rappresentare uno spazio poroso di accoglienza e di sosta, oltre che un polo culturale di riferimento per la promozione del turismo nella città e nel biellese.

Oggi il complesso del Museo e il cinquecentesco Chiostro di San Sebastiano entro cui è ospitato non sono molto visibili dalla strada principale di via Pietro Micca, in quanto l'attuale muro di cinta, testimonianza di archeologia industriale, non ne fa percepire la presenza, segnalata solo da alcuni stendardi che rimandano all'ingresso posteriore di via Quintino Sella. Un intervento di sistemazione delle aree esterne del museo, oggi destinate a parcheggio, insieme alla valutazione di qualche apertura verso la via Pietro Micca (punto 07) restituirebbe questo spazio alla collettività, rendendolo poroso e attraversabile, maggiormente visibile e fruibile.

L'area di fronte all'ingresso della chiesa di S. Sebastiano è oggi trattata come area di risulta rispetto al percorso viario, affiancata da un'area a verde altrettanto poco connotata che necessitano di sistemazione adeguata per dare giusto valore all'affaccio della basilica. Inoltre emerge la necessità di ripensamento degli accessi al Chiostro, oggi poco accessibile e fruibile dal pubblico su entrambi i fronti di possibile ingresso.

Si prevede che il percorso culturale possa attraversare il Chiostro, rendendolo parte vivibile dai cittadini e maggiormente visibile per i turisti. Una possibilità è la creazione di un nuovo aggiuntivo percorso di accesso e attraversamento, di fianco alla Chiesa, proseguendo verso l'area ancora da sistemare oltre il Chiostro, passando da un locale ora destinato a deposito contiguo al bookshop, che potrebbe divenire passaggio coperto e aperto a tutti gli effetti.

Vanno stabiliti orari di apertura e chiusura ma in questo modo, con un duplice accesso e sfogo verso l'area retrostante, si arriverebbe ad avere una permeabilità maggiore dello spazio monumentale e un maggiore afflusso delle visite al Museo.

La destinazione delle sale del Museo, il completamento degli allestimenti e l'organizzazione del materiale ancora da esporre vanno ripensati in funzione di una visione più ampia del ruolo che il Museo del Territorio intenda svolgere all'interno del progetto di sviluppo culturale della città. Per tenere fede al proprio nome "Museo del Territorio" forse questo luogo dovrebbe dare priorità all'esposizione e divulgazione del patrimonio del territorio con rimando potente alla rete degli ecomusei attivi intorno alla città.

Una selezione delle tematiche interessanti le mostre permanenti dovrebbe lasciare sufficiente spazio per allestimenti temporanei che valorizzino la storia del territorio, lasciando l'esposizione delle collezioni dei lasciti personali ad altre sedi, ora disponibili

(per esempio al Piazza o nell'ex Museo Civico) dove potrebbero trovare visibilità a rotazione, in modo più tradizionale. Per il Museo del Territorio ci sia aspetta di trovare, nelle collezioni permanenti, quegli elementi fisici imprescindibili che per valore o testimonianza di unicità vanno esposti e quei richiami digitali ai giacimenti esterni, valorizzati in modo da renderli interessanti per un ulteriore viaggio di scoperta. Le tecnologie digitali permettono oggi di rendere virtuale una visita in remoto o di suggerire e anticipare esperienze da scoprire in prossimità.

Per la presenza di una gran parte di reperti permanenti, gli spazi attuali ancora disponibili al racconto della parte Ottocentesca, relativa ad una porzione di storia che ha influito in modo decisivo sullo sviluppo dell'economia biellese, risulta ridotta. Inoltre vanno mantenuti alcuni spazi per mostre temporanee collegate ai temi di pertinenza del Museo. Infine sono necessari spazi per uffici, per la didattica, per l'accoglienza e per un book shop di maggiore impatto.

Sembrerebbe indispensabile selezionare alcune di queste funzioni da ricollocare in spazi esterni, in contatto con il Museo. Lo spazio aperto e ancora in attesa di sistemazione, speculare al chiostro e un tempo occupato dal Lanificio Scuola Piacenza, potrebbe ospitare in parte una nuova costruzione di carattere contemporaneo che, addossata al muro di cinta attualmente rimasto a titolo di testimonianza di archeologia industriale, ne giustificerebbe il mantenimento. Questa soluzione permetterebbe di sfruttare in modo funzionale lo spazio aperto che risulta in attesa di sistemazione da tempo, ora destinato in parte a parcheggio, evitando di creare l'ennesima zona a verde con parcheggio a raso. Prevedendo delle bucatore nel muro, mantenuto come cortina a difesa del traffico veicolare, si verrebbe a creare uno spazio di relazione (bookshop, didattica, bar ristorante) che si affaccia su un'area protetta interna e permette la godibilità della vista del chiostro. La piantumazione esistente va eliminata e ripensata in funzione delle nuove attività previste in affaccio sullo spazio così reso agibile, permeabile e funzionale allo sviluppo delle attività del Museo, inteso come centro propulsivo di racconto del territorio. La maggiore permeabilità di questo spazio potrebbe meglio connetterlo agli altri edifici pubblici circostanti: la Palazzina Piacenza, ora biblioteca dei ragazzi e la Villa Schneider.

Da questa possibile nuova "piazza" della città, attraversando la via Pietro Micca, principale arteria veicolare di connessione verso Oropa, partirebbe il percorso pedonale o a traffico limitato di via Arnulfo, con la continuazione di via Vescovado e di via Dal Pozzo: un asse trasversale di attraversamento del Piano fino a giungere sulla balconata panoramica dell'ex ospedale che si affaccia sul sottostante torrente Cervo con le sue fabbriche. In questo percorso sono previsti interventi di riqualificazione degli spazi pubblici, di arredo urbano e di segnaletica, oltre all'installazione di alcune opere di arte contemporanea a punteggiare le tappe più significative.

In quest'ottica sarebbe auspicabile liberare dalle auto il parcheggio composito esistente, misto pubblico/privato di via Arnulfo (punto 08), eliminandolo o interrandolo, per convertire quest'area a spazio verde per la città o in alternativa pensare alla costruzione di un

edificio pubblico di aspetto decisamente innovativo e contemporaneo, che sia un'estensione del Museo del Territorio dove poter collocare le funzioni a servizio dei turisti e dei cittadini e di rimando, eventualmente, agli importanti archivi storici del tessile presenti sul territorio.

L'area pedonale che comincia con l'imbocco di via Vescovado richiede diversi interventi. Lo slargo dell'incrocio con via Pietro Losana (punto 09) costituisce uno dei luoghi da migliorare, soprattutto in termini di fruizione e d'immagine mediante arredo urbano.

Operazioni di miglioramento dovranno interessare la Galleria commerciale Leonardo Da Vinci (punto 10). Rivitalizzare questa zona sarà di primario interesse per la sua posizione centrale, sia rispetto ai tre livelli che ai percorsi identificati. Inoltre, essendo uno spazio coperto e offrendo una serie di ampi locali vuoti, la galleria potrebbe essere ripensata come una sorta di vetrina informativa turistica della città di Biella e delle zone limitrofe.

Vi potrebbe trovare localizzazione anche l'Urban Center o spazi di incontro civico.

La Piazza Santa Marta (punto 11) che è, ad oggi, una zona di cerniera all'incrocio dei due assi d'intervento, necessiterebbe di interventi migliorativi. Analogamente, più avanti, piazza Gualino, dove è presente un parcheggio interrato utile per l'accesso all'area pedonale, (punto 12) necessita di interventi di arredo a livello superiore per rendere più fruibile lo spazio ai pedoni ed essere più significativa come tappa di sosta all'interno di un percorso culturale.

Tutti questi spazi di relazione, identificabili come piccole piazze, posti lungo il percorso culturale, potrebbero ospitare opere d'arte, fisse o temporanee, collegate agli interventi immateriali (eventi, festival) descritti nel paragrafo dedicato. Potrebbero essere progettati come aree di sosta e di servizio attraverso l'uso di verde e di arredo urbano coordinato.

Infine, in un'ottica di ampliamento delle aree pedonali e delle aree di fruizione a scopo ludico-ricreativo, si identifica la via Dal Pozzo come area di prolungamento del percorso di collegamento alla zona delle fabbriche, anche in vista di una futura rifunzionalizzazione dell'area dell'ex Ospedale.

La passeggiata panoramica lungo le mura, che si sviluppa lungo viale Giacomo Matteotti e via Giosuè Carducci, dovrebbe continuare per connettersi con il livello inferiore della città, in corrispondenza dei due punti di interesse costituiti da Fabbrica Cerruti e dallo spazio del Terzo Paradiso di Pistoletto, attraverso un percorso (le storiche Vie del lavoro) che sia maggiormente riconoscibile, accessibile e sicuro per i pedoni (vedi paragrafo 8.1.3).

La sistemazione delle antiche "Vie del Lavoro" si collega virtualmente al percorso pedonale delle "Coste del Piazzo" e deve trovare elementi di continuità e riconoscibilità per essere identificata come parte di un percorso di visita che si snoda sui tre livelli della città.

Cultural Trail - Percorso 2: Dalla Biblioteca Civica a via Italia

Il secondo percorso culturale parte dall'area della Biblioteca Civica e prevede interventi nell'adiacente piazza Eugenio Curiel (punto 14), area che presenta dei margini di miglioramento per poter diventare un luogo di svago e di socialità per la cittadinanza (sistemazione della zona viaria, *dehors* dei bar sulla piazza, eliminazione di parcheggi a raso).

La piazza si innesta sulla via a grande scorrimento Pietro Micca che presenta alcuni punti di interesse ai fini di questo studio di fattibilità. Infatti, lungo questa via si incontra l'edificio dell'ex biblioteca (punto 15) con l'annesso giardino che al momento è in disuso e per il quale bisognerebbe identificare una nuova funzione in sintonia con il progetto culturale generale (ad esempio destinandolo all'esposizione temporanea delle collezioni a rotazione dei pittori locali, dei lasciti dei privati, con un'impostazione di museo tradizionale locale) o prevederne l'alienazione in un'ottica di recupero di risorse da destinare alla creazione di nuovi poli di interesse culturale. La posizione in cui si trova questo edificio non ne favorisce la fruibilità da parte dei flussi pedonali, pur essendo dotato di un'area giardino, sul quale dovrebbe organizzarsi un nuovo ingresso aggiuntivo ingresso. Pare inopportuno che vi vengano localizzate funzioni a forte contatto con i nuovi flussi (archivi tessili o rimandi al territorio come ampliamento del Museo) che possono trovare migliore esposizione o in edifici decisamente più innovativi, di nuova costruzione, o più rappresentativi della storia locale che si vuole illustrare, quali gli edifici dismessi e riusabili dell'archeologia industriale (come per esempio la fabbrica Pagano all'ingresso della città). Il percorso si snoda lungo via Amendola, che va ripensata e dotata di arredo urbano coerente, per raggiungere piazza Duomo, recentemente ristrutturata, e l'area monumentale (Duomo, Battistero e Campanile di Santo Stefano), per poi proseguire su via Italia, area pedonale commerciale.

Shopping Experience - Percorso 3: via Italia

L'asse longitudinale di via Italia (punto 16), da sempre dedicata ad attività commerciali, rappresenta il cuore di ciò che abbiamo definito come *Shopping Experience*.

In questa area è previsto il già citato progetto di valorizzazione "*In Biella Factory Stores*" presentato pubblicamente in collaborazione con le Istituzioni lo scorso 25 novembre presso la sala consiliare del Comune di Biella.

A supporto dell'intervento privato andrebbero affiancati interventi pubblici di miglioramento della qualità degli spazi urbani, con opere di sistemazione della pavimentazione, arredo coordinato al progetto, illuminazione e segnaletica (anche digitale). Andranno inoltre valorizzati i monumenti e i dettagli di pregio lungo il percorso oltre ad alcuni interventi specifici nelle piazze, come ad esempio Piazza Santa Marta, già citata come luogo di interesse per il percorso trasversale culturale, Piazza Fiume, Piazza Primo Maggio, Piazza San Cassiano, e - nella zona di Riva - Piazza Battiani, attigua al Museo Menabrea. In questa ottica anche l'ultima parte a nord di via Italia, ancora relativamente poco interessata dallo sviluppo commerciale a causa della limitazione dell'area pedonale alla traversa di Via Dante, andrebbe resa pedonale in continuità con il resto della via, intervenendo con lavori di rifunzionalizzazione e miglioramento delle aree circostanti.

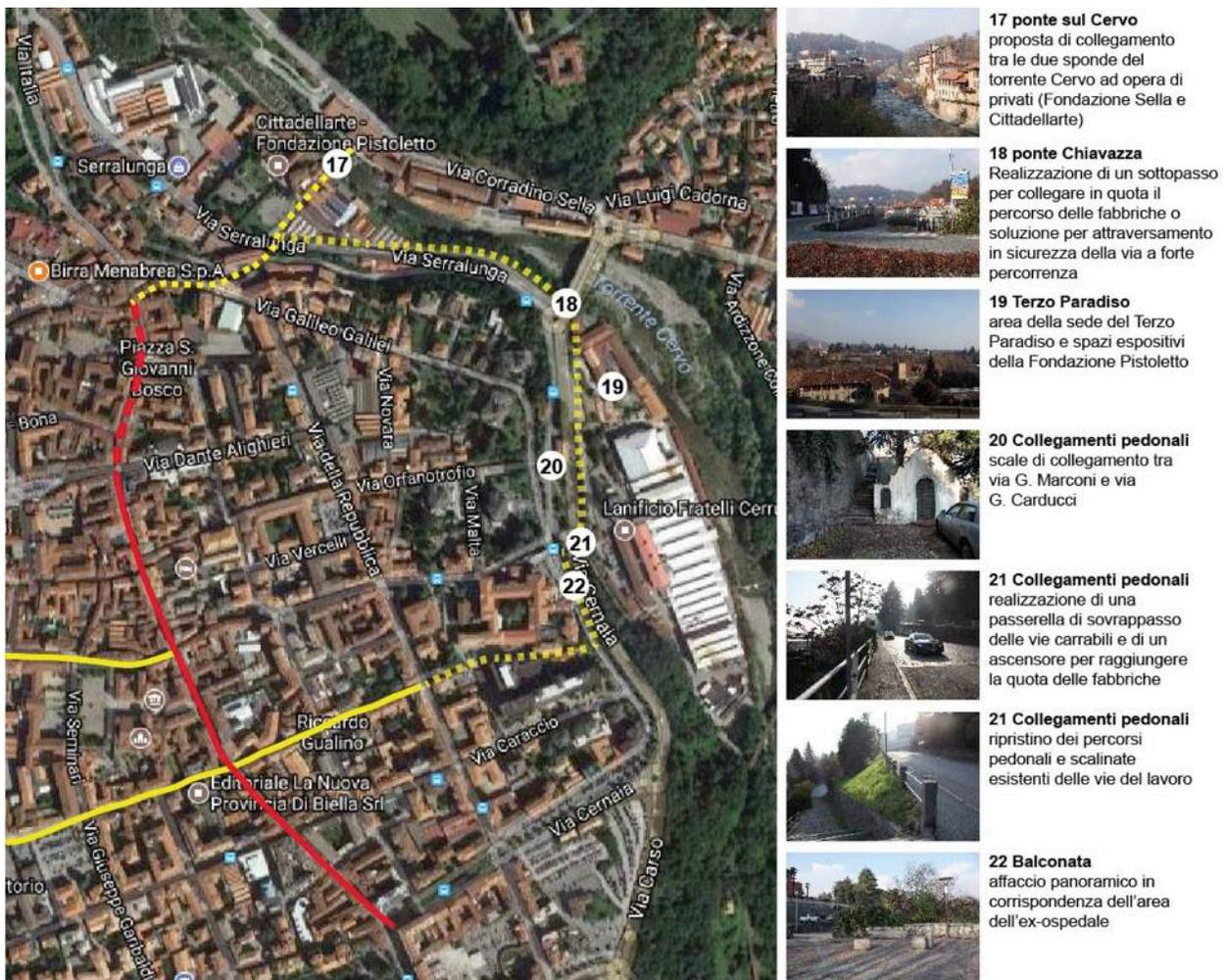
La parte superiore di Via Italia consente di raggiungere a sinistra il Museo Menabrea e a destra lungo la Costa di Riva il Museo MACIST per poi collegarsi all'area culturale delle ex fabbriche e delle fondazioni.

La dotazione di parcheggi a nord è carente; un tempo fu previsto un parcheggio interrato sotto la Piazza del monte di Riva, in prossimità delle vie di scorrimento esterne al centro, finalizzato a liberare i cortili dalle macchine per rendere utilizzabili i piani terra per le botteghe artigianali (gli edifici seicenteschi di Riva hanno locali voltati ed i cortili sono

facilmente collegabili alla piazza con minime demolizioni). Il progetto potrebbe essere riesaminato in alternativa al parcheggio interrato di Piazza Martiri, che fu bloccato nella sua realizzazione dalla Soprintendenza. Ulteriore valutazione merita la considerazione a questo scopo dell'utilizzo dell'area ex Fila (che però è di proprietà privata). Da valutare la sistemazione della Piazza Martiri a mercato a km. zero, con attrezzature fisse per il rilancio della presenza del mercato nel centro storico.

8.1.3 Le fabbriche e il torrente Cervo

Fig 8 – Mappa dei punti di interesse presso le Coste di Riva – Torrente Cervo



Continuando il percorso lungo le Costa di Riva- collegamenti pedonali verticali che dovrebbero avere trattamento di sistemazione riconoscibile come analogo a quello delle Coste del Piazza - si raggiunge ad una quota più bassa l'area industriale dove sono ancora attive fabbriche come il Lanificio Cerruti (produzione di tessuti) e Serralunga

(produzione di design) e dove sono presenti importanti archivi del tessile (Archivio Pria, Archivio Zanone).

Alcuni degli stabilimenti posti, lungo il torrente Cervo, vere testimonianze di archeologia industriale sono stati riconvertiti da privati in luoghi per l'imprenditoria, l'arte e la cultura.

Quest'area manifesta delle peculiarità paesaggistiche di grande rilievo, ma al momento poco fruibili. Il torrente (in particolare il suo corso cittadino) ha rappresentato per Biella il luogo del lavoro e della fatica e non è stato quindi vissuto come luogo per lo svago e il tempo libero. In un'ottica più contemporanea, il torrente può essere visto come un luogo sublime.

Infatti, molte città italiane - e non solo - hanno compreso l'importanza degli interventi di rivalutazione delle sponde dei corsi d'acqua (*waterfront*), che vengono rifunzionalizzate in luoghi per il tempo libero e lo svago. Sarebbe importante che la cittadinanza e quindi i turisti fossero messi nelle condizioni di innescare un nuovo rapporto col torrente attraverso una serie di interventi anche fisici che ne favoriscano la fruizione.

Il recupero delle sponde del Cervo è al momento avvenuto principalmente per opera di privati. Cittadellarte-Fondazione Pistoletto e il complesso di Fondazione Sella e Sella Lab costituiscono due poli culturali di attrazione internazionale situati sulle due sponde opposte del torrente. La proposta di iniziativa privata per la realizzazione di un ponte pedonale di connessione tra queste due realtà rappresenterebbe un significativo miglioramento delle condizioni di fruizione dell'area (punto 17), a cui andrebbero affiancati interventi pubblici di miglioramento e messa in sicurezza di percorsi e attraversamenti pedonali, vista la presenza di una strada a forte scorrimento che non è possibile evitare.

Si può prevedere il recupero dei vecchi percorsi delle "Vie del lavoro", che connettono Biella al livello delle fabbriche, proseguendo il loro collegamento in orizzontale a livello del fiume, utilizzando la strada posta inferiormente e parallela alla via Serralunga, prestando particolare attenzione agli attraversamenti pedonali, che andrebbero protetti come nel caso del ponte di Chiavazza (punto 18). In questo punto si potrebbe ipotizzare un collegamento più sicuro (un sottopasso o una rampa di collegamento al posto delle scale esistenti).

Proseguendo verso sud, il percorso in questo modo potrebbe riconnettersi con la sede del Terzo Paradiso (punto 19), luogo di meditazione realizzato da Michelangelo Pistoletto con il contributo di alcuni mecenati biellesi e di richiamo culturale internazionale per la risonanza del messaggio, dando continuità all'insediamento di Cittadellarte, che si sviluppa fino alle fabbriche Cerruti. Il Lanificio Cerruti, ancora in attività, è posto sotto al balcone panoramico a cui conduce il percorso culturale che attraversa l'area dell'ex ospedale. Ad oggi esistono delle connessioni pedonali per mezzo di rampe e scale che collegano i due livelli (le già citate Vie del lavoro), per le quali andrebbero ipotizzati dei miglioramenti strutturali, la messa in sicurezza degli attraversamenti di via Cernaia (pensando eventualmente anche alla costruzione di una passerella sopraelevata di connessione tra la balconata dell'ex Ospedale - punto 22 - e la quota delle fabbriche con il relativo ascensore) oltre che l'installazione di una segnaletica direzionale (punti 20 e 21).

Tra via Cernaia e Via Carso, ad un livello intermedio ed in posizione strategica per la raccolta dei flussi provenienti dalle autostrade, è posizionato un parcheggio a raso. Si tratta del terzo importante parcheggio a servizio della città. In questo caso andrebbe ipotizzato un parcheggio pluripiano, con accesso veicolare dal livello inferiore di scorrimento ed uscita pedonale a livello della balconata, utilmente posto in prossimità dell'imbocco dei due percorsi pedonali di visita della città sopra descritti: il percorso culturale e quello di shopping.

8.2 Descrizione puntuale degli interventi materiali

STAZIONE 1 - PARCHEGGIO DEL BELLONE		
1.1	Riqualificazione del parcheggio	
	1.1.1	Cambio del nome: Parcheggio del Piazza per essere individuabile da chi arriva dall'esterno e visita la Città. Si tratta del parcheggio più a ovest della Città con accesso con ascensore al nucleo di antica formazione del Piazza
	1.1.2	Sistemazione del verde e dell'area di parcheggio, individuazione dei posti macchina, tracciamento dei percorsi auto, abbellimento generale
	1.1.3	Segnaletica informativa di tipo generale (tipo A), segnaletica semplice direzionale e di orientamento (tipo B) dei percorsi, tracciati e camminate verso aree paesaggistiche esterne (Burcina, Oropa).
	1.1.4	Segnaletica digitalizzata con indicazione disponibilità parcheggi in remoto
1.2	Riqualificazione Vicolo del Bellone	
	1.2.1	Segnaletica avvio percorsi pedonali (vedi sopra)
	1.2.2	Individuazione modalità di contributi per sistemazione facciate prospicienti il percorso (analogo strumento utilizzato per il recupero delle facciate di Piazza Cisterna) e relativi vincoli per mantenimento elementi caratteristici edilizia locale (portoni, serramenti, camini, finiture)
	1.2.3	Sistemazione percorso (corrimani, illuminazione)
1.3	Area superiore di arrivo ascensore	
	1.3.1	Riqualificazione percorso interno scale e ascensori
	1.3.2	Segnaletica percorsi di tipo A e B
	1.3.3	Sistemazione intonaco edificio ascensore, separazione del percorso pedonale pubblico da aree private, sistemazione pavimentazione

	1.3.4	Creazione punto sosta, servizi igienici, sedute
	1.3.5	Sistema di contributi e vincoli per edifici prospicienti percorso
	1.3.6	Creazione di affaccio sulla valle sottostante e visuale sulle montagne e sulla Serra con creazione di balcone a sbalzo
	1.3.7	Illuminazione
	1.3.8	Segnaletica (tipo B) all'uscita su Corso del Piazza per indicazione area Palazzi a destra e Piazza Cisterna a sinistra e indicazione a parete per accesso ascensore, parcheggio
STAZIONE 2 - CORSO DEL PIAZZO / PIAZZA CISTERNA / ARRIVO FUNICOLARE AL PIAZZO		
2.1	Corso del Piazza	
	2.1.1	Segnaletica coordinata e numeri edifici
	2.1.2	Elementi a bandiera di segnalazione dei Palazzi Storici (La Marmora, Gromo Losa, Ferrero)
	2.1.3	Sistema di contributi e vincoli per edifici prospicienti percorso Corso del Piazza analogamente a quanto già applicato per il recupero dei portici e delle facciate di Piazza Cisterna a nord e a sud della stessa, dalla Porta della Torrazza ai giardini di Palazzo Ferrero
2.2	Piazza Cisterna	
	2.2.1	Eliminazione segnaletica ridondante e paline di vario tipo
	2.2.2	Segnaletica di tipo B alle diramazioni di percorso verso le Coste - Segnaletica didascalica coordinata per elementi di pregio e monumenti.
	2.2.3	Restauro facciata Chiesa di San Giacomo e sistemazione piazzetta antistante
2.3	Arrivo Funicolare al Piazza	
	2.3.1	Sistemazioni a integrazione di quanto previsto dal progetto di rinnovo funzionalità
	2.3.2	Riqualficazione percorso verso il Piazza
	2.3.3	Segnaletica percorsi di tipo A e B per accesso al Piazza
	2.3.4	Creazione punto sosta, servizi igienici, sedute
STAZIONE 3 - COSTE DEL PIAZZO		

3.1	Costa di San Sebastiano	
	3.1.1	Segnaletica di tipo A alla partenza e arrivo, di tipo B alle diramazioni (vedi Casa del Giardiniere, edicola votiva sul percorso verso Costa della Madonna)
	3.1.2	Eliminazione segnaletica e cartelli obsoleti
	3.1.3	Numerazione coordinata e segnaletica didattica ove presenti elementi da evidenziare
	3.1.4	Percorribilità: corrimano, illuminazione pubblica, interventi di manutenzione sulla pavimentazione
	3.1.4	Contributi e vincoli per recupero facciate e elementi storici di pregio, sistemazione accessi e portoni privati. Prescrizione per interventi privati su elementi edilizi e monumentali
	3.1.5	Soluzione per edifici pericolanti
	3.1.6	Riqualificazione aree di raccolta rifiuti
	3.1.7	Sistemazione del verde
3.2	Altre Coste	
	3.2.1	Utilizzare stesse indicazioni e verificare in fase successiva anche percorsi Costa delle Noci, Costa del Vernato, tutti i percorsi pedonali storici che dal Piazza portano al Piano
STAZIONE 4 – BASILICA E CHIOSTRO DI SAN SEBASTIANO		
4.1	Area antistante e limitrofa alla Basilica e al Chiostro di San Sebastiano	
	4.1.1	Segnaletica di tipo A e B
	4.1.2	Sistemazione architettonica spazio di fronte alla facciata della Basilica e miglioramento zona verde antistante al Chiostro
	4.1.3	Posizionamento opera artistica 1 per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
4.2	Chiostro di San Sebastiano	
	4.2.1	Accessibilità al Chiostro per farlo diventare uno spazio godibile dal pubblico, individuazione percorsi di attraversamento, ingressi, arredi, illuminazione
STAZIONE 5 – MUSEO DEL TERRITORIO		
5.1	Visibilità e riconoscibilità dell'identità del Museo del Territorio	
	5.1.1	Riflessione sul concetto di Museo del Territorio, rappresentatività delle

		emergenze territoriali o Museo tradizionale civico?
	5.1.2	Rafforzamento della funzione di "fulcro" dell'offerta culturale mediante azioni fisiche (sistemazione definitiva dell'area, sistemazione connessioni e percorsi) immateriali e digitali (rimandi alla rete dell'offerta territoriale)
	5.1.3	Individuazione soluzione per area esterna verso via Pietro Micca / Palazzina Piacenza in modo da ricavare nuovi spazi di relazione, spazi adeguati di accesso, visibilità per il Museo, nuovi spazi espositivi e di relazione, anche coperti, per rendere possibile la funzione di richiamo verso il territorio (anche mediante strumenti informativi digitali) spazi di ristoro, lettura, bookshop
5.2	Connessioni	
	5.2.1	Segnaletica di tipo A e B
	5.2.2	Posizionamento opera artistica 2 per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
	5.2.3	Connessione con l'area di parcheggio ex Boglietti, con i percorsi pedonali
	5.2.4	Segnaletica a bandiera Musei coordinata
STAZIONE 6 - PARCHEGGIO EX AREA BOGLIETTI / ARRIVO FUNICOLARE AL PIANO		
6.1	Accoglienza e servizi	
	6.1.1	Sistemazione delle aree esterne al parcheggio in fase di realizzazione
	6.1.2	Creazione punto sosta, servizi igienici
	6.1.3	Stazione bike sharing, car sharing veicoli elettrici per accesso alla zona pedonalizzata
6.2	Segnaletica ed elementi di riconoscibilità	
	6.2.1	Cambio del nome in parcheggio della Funicolare per essere individuabile da parte dei fruitori esterni
	6.2.2	Segnaletica di tipo A in prossimità della Funicolare e dell'uscita del parcheggio, Segnaletica di tipo B da e verso i percorsi pedonali che conducono ai punti di rilievo (Piazza del Duomo a nord, Museo del Territorio a sud)
	6.2.3	Segnaletica digitalizzata con indicazione disponibilità parcheggi in remoto
6.3	Ridefinizione identità dell'area	
	6.3.1	Posizionamento opera artistica 3 per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio

	6.3.2	Definizione della destinazione dell'area aperta tra il parcheggio e la zona di fianco alla nuova Biblioteca, con una funzione di piazza civica, atta a ricevere attività ludiche o aggregative o mercato coperto, evitando i parcheggi a raso o soluzioni miste come realizzato nella porzione frontale della biblioteca
STAZIONE 7 - I DUE PERCORSI PEDONALI DEL CULTURAL TRAIL		
7.1	Sistemazione del percorso trasversale di via Amendola/via Duomo	
	7.1.1	Eliminazione e/o riduzione dei posti macchina
	7.1.2	Trasformazione progressiva in percorsi pedonalizzati, mediante piantumazioni, creazione di sedute, spazi di relazione
	7.1.3	Modifica e rifacimento della pavimentazione
	7.1.4	Modifica e rifacimento dell'illuminazione
	7.1.5	Segnaletica di tipo B agli estremi dei percorsi
7.2	Sistemazione del percorso trasversale Parcheggio ex Boglietti/Museo del Territorio e a proseguire verso il centro tramite la via Arnulfo	
	7.2.1	Eliminazione e/o riduzione dei posti macchina
	7.2.2	Trasformazione progressiva in percorsi pedonalizzati, mediante piantumazioni, creazione di sedute, spazi di relazione
	7.2.3	Modifica e rifacimento della pavimentazione
	7.2.4	Modifica e rifacimento della illuminazione
	7.2.5	Segnaletica di tipo B agli estremi dei percorsi
STAZIONE 8 - PIAZZA DEL DUOMO / MUNICIPIO		
8.1	Completamento opere di sistemazione pavimentazione vie collaterali	
8.2	Riduzione posti macchina a raso	
8.3	Creazione di sedute, soste, verde in fioriere area a fianco Chiesa della Trinità	
8.4	Completamento Illuminazione vie laterali	
8.5	Segnaletica di tipo A e B	
8.6	Posizionamento opera artistica 4 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail	

STAZIONE 9 – VIA ARNULFO	
9.1	Parcheggi
	9.1.1 Sistemazione differente dell'area attualmente occupata da 4 diversi parcheggi pubblici e privati
	9.1.2 Realizzazione di un parcheggio interrato a due piani di cui uno a destinazione pubblica a rotazione e l'altro a destinazione privata
	9.1.3 Segnaletica digitalizzata con indicazione disponibilità parcheggi in remoto
9.2	Segnaletica e Arredo urbano
	9.2.1 Segnaletica di tipo A e B
	9.2.2 Posizionamento opera artistica 5 per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
9.3	Realizzazione di un'area a verde di superficie in continuità con l'area esterna della Banca Sella, piantumazioni, aree di sosta, fermate mezzi pubblici, punto di sosta auto elettrificate per accesso all'area pedonale
9.4	Realizzazione di una struttura informativa trasparente, accessibile, contemporanea, polifunzionale da destinarsi a polo informativo a servizio dei turisti e dei cittadini e di rimando agli archivi storici e alla rete degli ecomusei (servizi informativi e digitali)
STAZIONE 10 – VIA VESCOVADO	
10.1	Sistemazione pavimentazione
10.2	Sistemazione illuminazione
10.3	Sistemazione architettonica dell'area prospiciente l'ingresso al Vescovado (incrocio con via Losana) con creazione di verde, punti di sosta, sedute, arredo urbano
10.4	Sistemazione architettonica dell'area prospiciente l'ingresso alla Galleria con creazione di verde, punti sosta biciclette, sedute, arredo urbano
10.5	Eliminazione parcheggi a raso
10.6	Modifica della viabilità
10.7	Segnaletica di tipo B

10.8	Posizionamento opera artistica 6 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail	
STAZIONE 11 – GALLERIA LEONARDO DA VINCI		
11.1	Rifunzionalizzazione dello spazio	
	11.1.1	Realizzazione di un punto informativo, punto informagiovani o Urban Center
	11.1.2	Realizzazione servizi igienici
	11.1.3	Rendere possibile l'uso espositivo anche temporaneo di alcuni locali e / o dello spazio aperto ma coperto della Galleria
	11.1.4	Utilizzo delle superfici a pavimento e vetrine verticali per raccontare il territorio circostante in modo grafico o digitalizzato
11.2	Segnaletica e visibilità	
	11.2.1	Segnaletica di tipo A e B
	11.2.2	Posizionamento opera artistica 7 all'accesso da Via Vescovado per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail
STAZIONE 12 – VIA DAL POZZO / PIAZZA SANTA MARTA		
12.1	Via Dal Pozzo	
	12.1.1	Modifica della viabilità
	12.1.2	Eliminazione dei posti macchina a raso
	12.1.3	Illuminazione
12.2	Piazza Santa Marta	
	12.1.1	Sistemazione architettonica della Piazza per rendere lo spazio più fruibile da parte dei pedoni, creazione di area di sosta, fioriere, verde, arredo urbano
	12.1.2	Posizionamento opera artistica 8 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail
	12.1.3	Illuminazione
STAZIONE 13 - PIAZZA GUALINO		
13.1	Riduzione posti macchina a raso	

13.2	Sistemazione accessi alla Piazza	
13.3	Sistemazione architettonica della Piazza per rendere lo spazio più fruibile da parte dei pedoni, creazione di area di sosta, fioriere, verde, arredo urbano	
13.4	Illuminazione	
13.5	Posizionamento opera artistica 9 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail	
STAZIONE 14 – AREA EX OSPEDALE		
14.1	Attraversamento Ospedale	
	14.1.1	Realizzazione di un percorso di attraversamento dalla Via Repubblica al percorso di affaccio sul Parco Fluviale all'interno della zona dell'Ex Ospedale
	14.1.2	Eliminazione delle costruzioni tecniche più recenti
	14.1.3	Rifunzionalizzazione , restauro e riuso dei fabbricati storici presenti sull'area a Museo del tessile, intrattenimento educativo, punto informativo, servizi (in corso uno SdF economico commissionato dalla proprietà dell'area a una società specializzata)
	14.1.4	Illuminazione e arredo urbano
	14.1.5	Posizionamento opera artistica 10 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail
	14.1.6	Stazione bike sharing, car sharing veicoli elettrici per accesso alla zona pedonale
	14.1.7	Segnaletica di tipo A e B
14.2	Ex Ospedale	
	14.2.1	Sarebbe auspicabile il mantenimento del blocco principale dell'ex Ospedale quale land mark storicizzato e rifunzionalizzazione dell'edificio con valorizzazione della specificità degli spazi e della vista verso il parco fluviale (in corso uno SdF economico commissionato dalla proprietà dell'area a una società specializzata)
	14.2.2	Sistemazione aree a verde a parcheggio
	14.2.3	Illuminazione
STAZIONE 15 - PARCHEGGIO DI VIA CARSO		

15.1	Cambio del nome e realizzazione blocco parcheggio multipiano
15.2	Sistemazione aree a verde esterne, arredo urbano
15.3	Stazione bike sharing, car sharing veicoli elettrici per accesso alla zona pedonalizzata nodo interscambio
15.4	Segnaletica per indicazioni disponibilità parcheggi in remoto
15.5	Illuminazione
15.6	Segnaletica di tipo A e B
STAZIONE 15 – AFFACCIO PANORAMICO / VIA GIOSUÈ CARDUCCI	
15.1	Modifica della viabilità
15.2	Sistemazione del verde e arredo urbano
15.3	Sistemazione parcheggi a raso
15.4	Integrazione illuminazione
15.5	Segnaletica di tipo B
15.6	Indicazione dei percorsi pedonali verso le strade del lavoro
15.7	Posizionamento opera artistica 11 per creare un percorso di continuità con il Cultural Trail
STAZIONE 16 – VIE DEL LAVORO	
16.1	Sistemazione del collegamento verticale dei dislivelli tra la zona dell'Ospedale e la zona sottostante occupata dalla fabbriche Cerruti e edifici di Cittadellarte Pistoletto
	16.1.1 Sistemazione percorsi, pavimentazione, corrimano
	16.1.2 Soluzione per attraversamenti in sicurezza della via a forte percorrenza
	16.1.3 Illuminazione
	16.1.4 Sistemazione del verde
	16.1.5 Segnaletica di tipo B nei vari punti di arrivo e partenza

16.2	Sistemazione del collegamento verticale dei dislivelli tra la zona della Cittadellarte Pistoletto e Riva	
	16.2.1	Sistemazione percorsi, pavimentazione, corrimano
	16.2.2	Soluzione per attraversamenti in sicurezza della via a forte percorrenza
	16.2.3	Illuminazione
	16.2.4	Sistemazione del verde
	16.2.5	Segnaletica di tipo B nei vari punti di arrivo e partenza
STAZIONE 17 – LIVELLO DELLE FABBRICHE		
17.1	Sistemazione del collegamento pedonale tra la fabbrica Cerruti e l'edificio del Terzo Paradiso di Pistoletto	
	17.1.1	Sistemazione percorsi, pavimentazione, corrimano
	17.1.2	Segnaletica di tipo B nei vari punti di arrivo e partenza di tipo A in corrispondenza dei due punti di interesse Fabbrica Cerruti e Terzo Paradiso Pistoletto
	17.1.3	Illuminazione
	17.1.4	Posizionamento opera artistica 12 per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
17.2	Percorso pedonale delle fabbriche	
	17.2.1	Creazione di rampa di collegamento in corrispondenza del ponte di Chiavazza al posto delle scale esistenti e soluzione per attraversamento in sicurezza della via a forte percorrenza; in alternativa realizzazione di un sottopasso per collegare in quota il percorso delle fabbriche in corrispondenza del ponte
	17.2.2	Modifica della rotatoria
	17.2.3	Sistemazione del percorso pedonale verso Cittadellarte tra il fiume e la Via Serralunga
	17.2.4	Segnaletica di tipo B
	17.2.5	Sistemazione del verde
	17.2.6	Illuminazione
17.3	Area collegamento tra le due Fondazioni: Fondazione Sella e Fondazione Pistoletto	

	17.3.1	Realizzazione del ponte pedonale
	17.3.2	Sistemazione del verde
	17.3.3	Illuminazione
	17.3.4	Sistemazione aree a parcheggio
	17.3.5	Segnaletica per indicazioni disponibilità parcheggi in remoto
	17.3.6	Segnaletica di tipo A e B
	17.3.7	Stazione bike sharing, car sharing veicoli elettrici per accesso alla zona pedonalizzata nodo interscambio
	17.3.8	Posizionamento opera artistica 13 lato Fondazione Sella per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
	17.3.9	Posizionamento opera artistica 14 lato Fondazione Pistoletto per creare un percorso di continuità con il Museo del Territorio
STAZIONE 18 – VIA ITALIA		
18.1	Recupero della via principale del Centro Storico per accogliere le attività del progetto “In Biella Factory Stores”	
	18.1.1	Sistemazione della pavimentazione
	18.1.2	Rifacimento illuminazione
	18.1.3	Arredo urbano coordinato (insegne, fioriere, tende, infopoint, sedute)
	18.1.4	Segnaletica di tipo A all'ingresso di Via Italia a nord e a sud , punti nodali e tipo B alle diramazioni principali
	18.1.5	Creazione punti di raccolta differenziata con premialità sul circuito punti vendita
	18.1.6	Sistema di contributi e vincoli per edifici prospicienti percorso di via italia e vie trasversali analogamente a quanto applicato per il recupero dei portici e delle facciate di Piazza Cisterna
	18.1.7	Indicazione monumenti / dettagli di pregio
	18.1.8	Rifacimento numerazione e indicazione delle vie in modo coordinato
18.2	Estensione area pedonale in modo progressivo da Via Dante a piazza San Giovanni Bosco fino all'incrocio con Via Galileo Galilei	
STAZIONE 19 – RIQUALIFICAZIONE PIAZZE E VIE		

19.1	Piazza Battiani /Via Scaglia	
	19.1.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.1.2	Sistemazione della pavimentazione
	19.1.3	Arredo urbano coordinato
	19.1.4	Rifacimento illuminazione
	19.1.5	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.1.6	Segnaletica di tipo B
19.2	Piazza San Giovanni Bosco	
	19.2.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.2.2	Sistemazione della pavimentazione
	19.2.3	Arredo urbano coordinato
	19.2.4	Rifacimento illuminazione
	19.2.5	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.2.6	Segnaletica di tipo B
19.3	Piazza Primo Maggio	
	19.3.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.3.2	Sistemazione della pavimentazione
	19.3.3	Arredo urbano coordinato
	19.3.4	Rifacimento illuminazione
	19.3.5	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.3.6	Segnaletica di tipo B
	19.3.7	Realizzazione piantumazioni, sedute, aree di sosta
19.4	Piazza Martiri	
	19.4.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.4.2	Realizzazione parcheggio interrato e eliminazione posti macchina a raso

	19.4.3	Sistemazione area di superficie con piantumazione e sedute
	19.4.4	Creazione di una attrezzatura per un mercato fisso
	19.4.5	Sistemazione della pavimentazione
	19.4.6	Arredo urbano coordinato
	19.4.7	Rifacimento illuminazione
	19.4.8	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.4.9	Segnaletica di tipo B
19.5	Piazza Fiume	
	19.5.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.5.2	Creazione di una fontana centrale a raso pavimento come da progetti corso BST
	19.5.3	Sistemazione della pavimentazione
	19.5.4	Arredo urbano coordinato
	19.5.5	Rifacimento illuminazione
	19.5.6	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.5.7	Segnaletica di tipo B
19.6	Slargo via Italia/via Giacomo Matteotti	
	19.6.1	Ridisegno architettonico della piazza
	19.6.2	Creazione di una fontana centrale a raso pavimento in rapporto con la fontana esistente
	19.6.3	Sistemazione del verde
	19.6.4	Rifacimento della pavimentazione
	19.6.5	Arredo urbano coordinato
	19.6.6	Rifacimento illuminazione
	19.6.7	Modifica viabilità/ attraversamenti pedonali
	19.7.7	Segnaletica di tipo A e B

STAZIONE 20 - PARCHEGGIO IN RIVA	
20.1	Realizzazione parcheggio interrato
20.2	Apertura cortili, sistemazione fabbricati
20.3	Sistemazione piazza soprastante

8.3 Interventi immateriali: Connecting Experience

Il presente studio di fattibilità intende suggerire una strategia di intervento che includa interventi materiali e immateriali, entrambi a supporto della visione precedentemente descritta (Paragrafo 4).

Possono essere identificati tre principali tipologie di interventi.

8.3.1 Smart City e messa in rete patrimonio immateriale

La prima tipologia riguarda in modo ampio il tema del digitale.

Nell'ottica di sviluppo di città che siano *Smart*, ossia città intelligenti, è necessario puntare allo sviluppo di soluzioni digitali per un utilizzo delle risorse più efficiente, per una migliore accessibilità dei luoghi e in generale per una qualità della vita che sia più congeniale sia per i cittadini che per i turisti e i city users.

È importante ricordare che secondo lo "Smart City index" sviluppata dall'agenzia EY²⁰ la città di Biella si colloca nel *range* dei Comuni italiani più efficienti.

È dunque su queste basi, ricettive e parzialmente sviluppate, che gli interventi qui proposti potranno fare leva e potranno innescarsi. Cultura e turismo rappresentano, infatti, i settori in cui l'innovazione digitale riesce a svilupparsi più facilmente.

Gli interventi nell'ambito digitale, riguardano la valorizzazione e messa in rete del patrimonio culturale materiale e immateriale, la comunicazione di eventi e spettacoli, l'implementazione di una strategia di marketing coordinata che migliori l'accessibilità alle informazioni, ai luoghi e alle esperienze.

- a) Si ipotizza un miglioramento e un'implementazione del **sito-vetrina turistico** www.biellaturismo.org in una piattaforma digitale e multimediale che svolga una funzione sia promozionale che di servizio per i turisti. La piattaforma dovrebbe mettere in rete l'offerta culturale e ludico-ricreativa non solo della città di Biella, ma anche del territorio biellese nella sua totalità.

²⁰ http://www.repubblica.it/speciali/tecnologia/2016/03/15/news/smart_city_index_2016-135540417/

- b) La realizzazione della nuova rete di vendita del progetto **In Biella Factory Stores** necessita del supporto di una app che fornisca informazioni dedicate e di investimenti in un programma di **marketing e di comunicazione** esterna che favorisca l'accesso dei flussi attesi.
- c) Per quanto riguarda l'importante **patrimonio degli archivi**, è necessario aggiornare la piattaforma informatica del progetto Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda al fine di realizzare un sito responsive, anche in lingua inglese, con rinnovati moduli e contenuti. In sinergia con il progetto Centro Rete Biellese Archivi Tessile e Moda si intende rilanciare il Progetto ST.OF.FA. Il patrimonio degli archivi potrà essere utilizzato anche nella comunicazione culturale e in appoggio a eventi specifici. In merito alla valorizzazione di questi giacimenti si suggerisce di **avviare una candidatura UNESCO come patrimonio di espressione collettiva**, in modo da valorizzare e far conoscere questi giacimenti di tradizione locale. Il perseguimento della candidatura ha anche un valore di aggregatore sociale nel coinvolgere i diversi archivi detentori dei campionari e i diversi operatori culturali che ne curano la promozione, nella direzione di un obiettivo condiviso con funzione di indirizzare in modo comune le proposte e attività volte alla loro valorizzazione e salvaguardia. Si tratterà di un percorso probabilmente lungo ma che vale la pena di intraprendere per verificarne un possibile accoglimento.
- d) Le collezioni museali, il patrimonio culturale e l'offerta diffusa sul territorio dovrà essere pensata in modo integrato attraverso la progettazione, lo sviluppo e l'utilizzo di strumenti multimediali. Lo scopo è quello di valorizzare e divulgare i contenuti e le potenzialità dell'offerta culturale e di rendere più coinvolgente la visita del turista. Gli strumenti per scoprire e comprendere le connessioni fra il patrimonio museale, i giacimenti e il territorio biellese potranno essere messi a disposizione del visitatore grazie all'installazione di **isole multimediali** lungo il percorso espositivo.
- e) La **nuova segnaletica urbana** potrà, inoltre, fornire informazioni più complete e aggiornate istantaneamente su eventi in corso (mostre, fiere, mercati, ecc.), offerte commerciali (sconti, promozioni, ecc.), mobilità e accessibilità (numero di parcheggi disponibili, numero di biciclette disponibili per il bike sharing, ecc.). Queste paline informative consentiranno anche di raccogliere una serie di dati per il monitoraggio della città, come ad esempio la numerosità dei flussi che transitano nelle vie del centro, i consumi energetici, ecc.

- f) Un'attenzione specifica dovrà essere dedicata al il Museo del Territorio. Al momento il Museo ha forse perso la sua vocazione, diventando una sorta di Museo Civico che raccoglie opere e pezzi d'arte non necessariamente inerenti alla sua mission. L'obiettivo dovrebbe essere quello di trovare delle nuove modalità per valorizzare i contenuti presenti in modo che non vadano persi, ma, d'altro canto tornare alla funzione che è stata fondativa per la sua costituzione. Il **Museo del Territorio** che fa parte della Rete Museale Biellese, assieme ad altri 22 ecomusei (quattro dei quali a Biella) dovrebbe diventare **punto informativo e di connessione con gli altri ecomusei**. Per questo motivo si ipotizza che al suo interno debba trovare spazio una soluzione informatizzata (pannelli ad esempio) prevedendo spazi e allestimenti appositi, da cui i turisti possano ricevere informazioni sulla rete degli ecomusei, la loro accessibilità (orari di apertura, indicazioni stradali, ecc.), sull'offerta in termini di esposizioni temporanee o permanenti disponibili.

8.3.2 Organizzazione e promozione di eventi

Una seconda tipologia di interventi immateriali è quella legata agli **eventi**. Gli eventi infatti non devono essere visti soltanto come avvenimenti temporanei, ma devono essere progettati in un'ottica a lungo termine e coerente con la *vision* e la *mission* del territorio. Gli eventi svolgono non solo un importante ruolo di promozione territoriale, ma anche di consolidamento di alcuni settori culturali, produttivi e professionali su uno specifico territorio, che diventa riconoscibile (ed eventualmente rinomato) in questi specifici ambiti.

Portiamo in questa sede alcune proposte:

g) *Festival Internazionale delle Arti*.

Proposta emersa nel corso delle consultazioni per il POR FESR. L'evento si svolgerebbe con cadenza annuale, in collaborazione con le istituzioni culturali di rilievo internazionale presenti sul territorio, come ad esempio Cittadellarte e Cracking Art.

La realizzazione del Festival potrà portare nel tempo alla creazione di una collezione d'arte esposta in modo permanente o accogliere di volta in volta esposizioni a tema, secondo quelle che saranno le indicazioni del team curatoriale. La presenza di Michelangelo Pistoletto e la risonanza del suo nome costituiscono di per sé un attrattore, l'installazione del Terzo Paradiso deve essere inserita in un percorso di livello qualitativo adeguato, ma anche altre espressioni artistiche locali che hanno trovato riconoscimento all'esterno meritano una maggiore visibilità all'interno della Città. Lo studio deve essere occasione di sottolineare le emergenze locali e deve stimolare la nascita di un programma ambizioso in ambito artistico.

h) *Festival della Cultura di Impresa.*

Questa proposta è emersa durante il Corso di Alta Formazione BST²¹ (si veda allegato n.1). Si prevede l'organizzazione di un evento-conferenza annuale, destinato ad aziende, università e centri di sperimentazione, mirato a valorizzare il consolidato saper fare tessile biellese, proiettandolo verso i più innovativi ambiti della ricerca di base e applicata. L'evento deve coinvolgere i centri di ricerca a livello internazionale per diventare un punto di riferimento per il settore. La sinergia va ricercata anche con il settore tessile/salute per includere le attività in essere presso il nuovo ospedale che si candida a divenire un polo di riferimento in ambito medico.

L'evento può avere una cadenza anche diversa da quella annuale, ma l'importante è che stabilisca un riferimento per la ricerca nel settore e preveda un appuntamento nella città che ha prodotto e produce i migliori tessuti al mondo. Analogamente a quanto avviene in altre città con successo, questo tipo di eventi richiamano un turismo culturale che genera forti economie locali.

Nell'ambito del Festival della Cultura di Impresa si propongono:

- Il *Progetto Nuovo Videorama Biellese*. Questo progetto intende essere la seconda fase del già menzionato progetto St.of.Fa, che si è avvalso di linguaggi visuali diversi per documentare, rappresentare e raccontare il paesaggio industriale, i luoghi e i modi di produzione dei prodotti di gamma alta del distretto tessile laniero, i profili professionali e le testimonianze autobiografiche dei protagonisti della storia produttiva e delle relazioni industriali biellesi: dalla fotografia (fotodocumentazione del paesaggio industriale) ai video documentari (Corto Biellese) al cinema (Stoffa Film Fest). La seconda fase (2016-2020) denominata V.I.E. (Vision, Innovation, Experience) intende sviluppare la linea progettuale imperniata sul visual storytelling puntando al raggiungimento di due obiettivi: 1) partire dalla 'fusione' dei materiali fotografici ed audiovisivi custoditi nell'archivio del Centro di documentazione della Camera del Lavoro di Biella e nell'archivio del progetto St.of.Fa e attraverso l'aggregazione, la connessione e l'implementazione, a tappe, della più ampia gamma possibile dei materiali visivi presenti negli archivi pubblici e privati della Provincia di Biella, costituire un archivio audiovisivo del '900; 2) collocare il progetto St.of.Fa col suo variegato campionario di prodotti visivi nella 'infosfera biellese' mediante un videorama biellese, spazio della comunicazione iperconnessa, location virtuale di un iper racconto visivo partecipato.
- La *Produzione teatrale "Arazzi istoriati dell'antico distretto laniero biellese"*. Come il progetto precedente, anche questa proposta è avanzata dal Centro Documentazione del lavoro. L'idea è quella di coinvolgere Marco Paolini nella scrittura di un testo teatrale in grado di rileggere il distretto biellese

²¹ Progetto "TexInBiella" corso BST 2015, progettisti: Erica Anchisi, Barbara Caneparo, Francesco Mazzarella, Vivianne Medeiros

modellato dal sistema di fabbrica e offrire elementi di riappropriazione, di riflessione critica su un passato che la crisi non ha messo fuori corso e che è tuttora un valore identitario e un patrimonio da investire nei percorsi di cambiamento.

8.3.3 Investire in gestione e formazione

Una terza tipologia di interventi riguarda gli investimenti sul capitale umano. Da molte parti è emersa la necessità di formare personale specializzato e su più fronti si lamenta la mancanza di professionalità che sia di supporto nei diversi processi decisionali. L'indagine Delphi ha evidenziato chiaramente queste carenze.

Vengono proposte a questo titolo due azioni a supporto dello sviluppo del piano. Una di carattere gestionale per il settore cultura ed una di carattere generale.

Per il settore della cultura si propone un nuovo possibile modello gestionale: un **Protocollo d'Intesa comune Turismo Cultura**. Si prevede di realizzare un protocollo d'intesa sulla Cultura e Turismo, sul modello del Protocollo d'Intesa sul Turismo biellese che nacque nel 2001 tra l'Amministrazione Provinciale, la Camera di Commercio di Biella e l'ATL di Biella. L'idea rispondeva all'esigenza iniziale, soprattutto da parte di Provincia e Camera di Commercio, di coordinarsi nella concessione di contributi su iniziative locali con possibile ricaduta turistica, per evitare sovrapposizioni e per razionalizzare il calendario. Si decise così di programmare delle riunioni a cadenza regolare e stilare un documento che racchiudesse la selezione degli eventi con interesse turistico, da finanziare congiuntamente. Con lo sviluppo dello strumento del Protocollo d'Intesa si è intensificato il dialogo tra gli Enti e quel tavolo di lavoro ha iniziato ad assumere un ruolo non solo di coordinamento ma anche di indirizzo e programmazione in materia turistica, oltre ad essere sedi di confronto e scambio di informazioni. Grazie ai risultati positivi di tale pratica il tavolo di lavoro si è allargato ed è arrivato ad includere oltre ad ATL, Provincia di Biella e Camera di Commercio anche la Città di Biella, la Fondazione Cassa di Risparmio ed il Gal Montagne Biellesi. Si ritrovano pertanto periodicamente attorno allo stesso tavolo i principali attori pubblici territoriali con competenza in materia di Turismo.

Vista la nuova visione strategica della Città di Biella che intende investire in Cultura come leva per attirare nuovi flussi turistici, si potrebbe pensare di coinvolgere il Tavolo già attivo e lo strumento del Protocollo d'Intesa sul Turismo per coordinare anche il settore Culturale. In questo modo i vari enti condividerebbero indirizzi e strategie nel settore culturale e turistico e riuscirebbero a coinvolgere in modo efficace tutti i soggetti privati che producono cultura. Il funzionamento del Protocollo d'Intesa prevede la messa in comune delle risorse economiche disponibili con un soggetto, fino ad oggi l'ATL di Biella, che le gestisce e le eroga in base agli indirizzi condivisi dal tavolo.

In questo modo il Protocollo d'Intesa sul Turismo, utilizzato come strumento di concertazione e di condivisione di strategie, ed oggi esempio unico a livello regionale, faciliterebbe il

“posizionamento” di Biella e del Biellese nel panorama dell’offerta culturale e turistica regionale.

L’esperienza dei mesi scorsi in cui si sono riuniti i tavoli Turismo e Cultura promossi dal Comune di Biella per sollecitare la trasmissione di progetti utili a definire gli interventi da candidare al POR - FESR ha dimostrato come gli obiettivi delle due diverse linee siano sempre più interconnessi, quindi ragionare per il futuro in termini di visione complessiva può essere utile per il raggiungimento degli obiettivi del territorio.

Per quanto riguarda la gestione dei programmi culturali è auspicabile l’individuazione di una figura o di un **team curatoriale** che sia in grado di coordinare le iniziative, non solo in termini di calendarizzazione, ma soprattutto in termini di contenuti.

La responsabilità di questo tipo di coordinamento non può essere lasciata ai soli funzionari o ai politici eletti, perché oggi, nell’ambito di una concorrenza tra territori, si richiedono prestazioni professionali e competenze specifiche oltre al tempo necessario da dedicarvi. Investire nella ricerca e formazione di queste figure significa garantire una continuità d’iniziative, coerenza di contenuti tra le diverse proposte presentate nell’arco del tempo e nelle diverse sedi.

Per la riuscita del piano è indispensabile prevedere investimenti in capitale umano accanto a quelli destinati agli interventi materiali e immateriali.

L’investimento sulla **formazione** assume un ruolo importante per ricucire il rapporto tra scuola e impresa, che aveva caratterizzato positivamente la crescita industriale, investendo nella formazione di quadri intermedi, oggi richiesti come evoluti, e nella realizzazione di corsi di livello universitario e post universitario che producano le professionalità utili a colmare il gap tra produzione e consumatore finale.

L’evoluzione del panorama formativo può avvantaggiarsi della presenza di sedi di pregio, già esistenti come Città Studi, valorizzando il pesante intervento fatto dalla Città negli anni, per la creazione di un polo formativo dotato di strutture e servizi adeguati.

Lo sviluppo di corsi legati al settore tecnico tessile va difeso e va ampliato anche al settore moda e creatività, ambito che può utilmente lavorare a contatto con gli archivi e le imprese presenti sul territorio, per ricavarne stimoli e opportunità di sperimentazione, arrivando a creare anche nuove figure professionali necessarie alla filiera del settore.

Dalla creazione dei tessuti si può arrivare alla creazione dei prodotti finiti, pensando di integrare l’offerta dei filati e del tessuto con quella della confezione e dell’accessorio, nelle sue diverse declinazioni, passaggio che permette di giungere direttamente al mercato.

Gli eventi previsti potrebbero dare visibilità a questa ricerca a livello di materiali e prodotti e ai giovani creativi potrebbero essere concessi spazi di lavoro, altrove difficili da reperire.

Questa azione rafforza l’obiettivo di creazione di un vero e proprio laboratorio di progettualità a supporto di una più contemporanea fabbrica creativa.

La cultura della fabbrica produceva, e continua a realizzare, prodotti d’eccellenza.

Fabbricare cultura significa creare prodotti per la mente.

Per farlo sono necessari, in ogni caso, lavoro, investimenti, tradizione e innovazione.

9. PREVISIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DEI COSTI, DELLA COPERTURA FINANZIARIA E FILIERA

La previsione degli interventi e della relativa sostenibilità economica è stata effettuata considerando alcuni fattori principali:

- La concertazione pubblica svolta con diversi soggetti proponenti, pubblici e privati, per la costruzione di una visione condivisa e il coordinamento delle diverse iniziative in atto e dei possibili canali di finanziamento.
- Il confronto con gli obiettivi tematici della Regione Piemonte e gli obiettivi specifici dell'Asse VI - Agenda Urbana del POR FESR 2014-2020, in particolare per quanto riguarda gli obiettivi tematici OT6 per la tutela, valorizzazione e messa in rete del patrimonio storico-culturale e OT2 riguardante l'Agenda Digitale.
- Un'osservazione di altri possibili canali di finanziamento nazionali ed europei.

Tra gli interventi proposti possiamo identificare quelli che sono a carico di soggetti privati e quelli di cui invece dovranno occuparsi gli enti pubblici.

Inoltre, alcune fra le iniziative illustrate sono attualmente in fase di svolgimento o sono stati già deliberati gli stanziamenti. Altre hanno le caratteristiche per essere inserite nella proposta per l'Agenda urbana o in altre possibili linee di finanziamento. Per altri interventi sarà invece necessario identificare le possibili fonti di finanziamento.

Gli interventi dei **soggetti pubblici** saranno prevalentemente quelli relativi a:

- il sistema infrastrutturale della città e gli spazi pubblici, quali ad esempio l'arredo urbano, la segnaletica, l'illuminazione, i parcheggi, la riqualificazione delle vie e delle piazze, l'ampliamento dei percorsi ciclabili;
- Il recupero o il completamento di alcuni edifici pubblici, quali ad esempio il Museo del Territorio, l'eventuale recupero dell'ex Museo Civico (qualora non si decidesse invece di alienarlo per finanziare la costruzione di nuovi interventi), nuovi interventi edilizi funzionali all'integrazione di attività di comunicazione e divulgazione;
- Il coordinamento della comunicazione strategica generale, sia in termini fisici (ad esempio segnaletica), che attraverso canali digitali (ad esempio portali web, app), da effettuare attraverso un progetto preliminare di immagine e comunicazione coordinata.
- Il coordinamento delle iniziative di natura privata o mista.

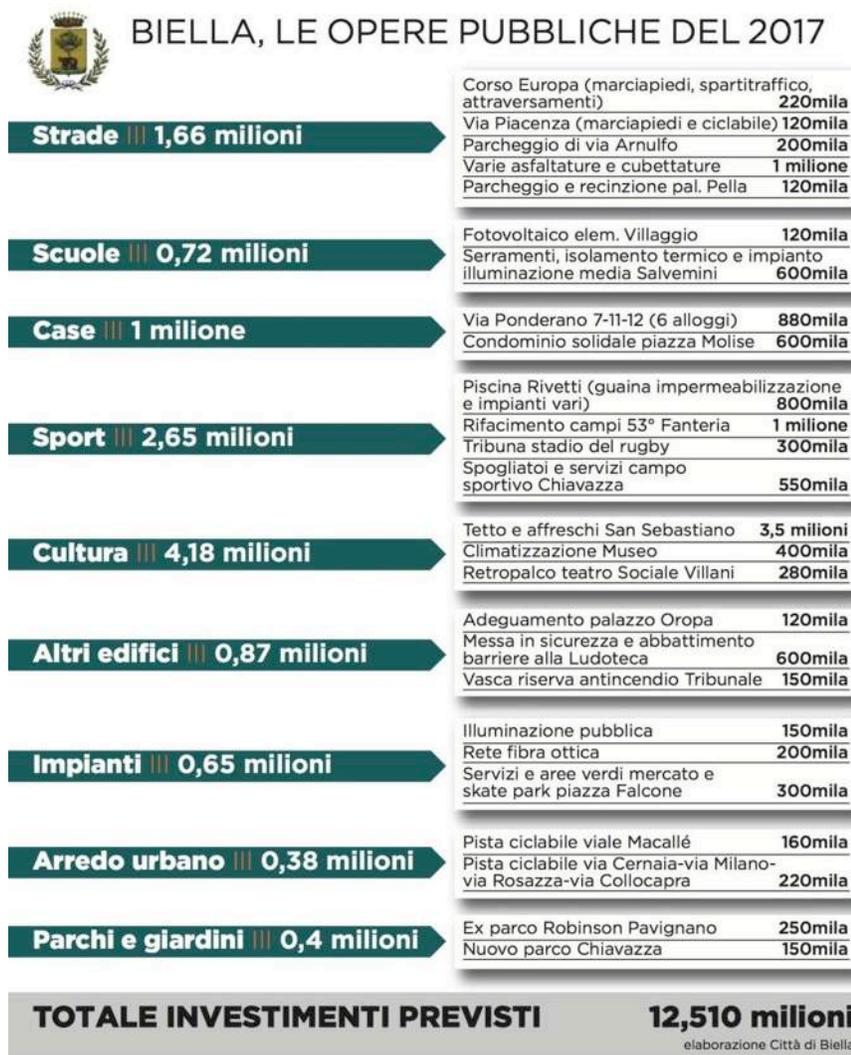
Alcuni degli interventi previsti dalla Città di Biella sono già inseriti nel "Piano Triennale Opere Pubbliche" approvato dalla Giunta dell'Amministrazione Comunale altre sono già inserite negli obiettivi dei Dirigenti responsabili e verranno attuate nell'arco della legislatura.

Il piano triennale delle opere pubbliche, approvato il 20 dicembre 2016, prevede investimenti per oltre 12 milioni e mezzo di euro. Tra le opere approvate, un milione

servirà a proseguire la campagna di rifacimento di asfaltature e cubettature sulle strade della città, con ulteriori risorse (200 mila euro) per il parcheggio di via Arnulfo. È prevista inoltre alla voce Cultura una spesa complessiva di 4,18 milioni di euro per la climatizzazione del Museo del Territorio, per il tetto e gli affreschi di San Sebastiano e la sistemazione del retropalco del teatro Sociale Villani.

Alla voce impianti sono previsti 150.000 euro per illuminazione pubblica, mentre alla voce arredo urbano sono previsti 0,38 milioni per realizzare delle piste ciclabili.

Fig. 7 – Biella, Le opere pubbliche del 2017



Fonte: <http://www.comune.biella.it/web/news/approvati-bilancio-2017-piano-delle-opere-pubbliche>

Gli interventi previsti dallo SdF, ma non inseriti nel Piano triennale sono:

- Segnaletica (sia di tipo tradizionale direzionale e sia integrata digitale)
- Arredo urbano (per il centro storico e gli assi di collegamento)
- Illuminazione centro storico e percorsi di collegamento
- Infrastrutturazione rete culturale digitale
- Manutenzione generale parcheggi e pavimentazione
- Sistemazione collegamenti pedonali tra l'area del fiume Cervo e Biella Piano e una "costa del Piazza" tra Biella Piano e Biella Piazza
- Sistemazione generale dei percorsi trasversali di collegamento tra i punti d'interesse culturale
- Piani di marketing e comunicazione
- Informatizzazione dati sugli archivi
- Allestimenti multimediali
- Creazione di app a fini turistici/culturali e commerciali
- Realizzazione nuovi edifici e/o parcheggi
- Completamento Museo del Territorio
- Completamento aree esterne parcheggio ex Boglietti

Tutte queste opere sono previste dal presente studio e suddivise per fasi di attuazione (vedi tabella allegata al par.12), in funzione della loro possibile programmazione nel tempo e delle connessioni con gli interventi privati che si prevede vengano realizzati nei prossimi anni. Se da un lato emerge la disponibilità all'investimento da parte di privati, vi deve essere, parallelamente, la programmazione e la ricerca di fondi per la realizzazione di opere pubbliche complementari che garantiscano la buona riuscita del progetto.

Gli interventi ad opera di **soggetti privati** riguardano:

- il commercio nel centro storico, nello specifico si veda il progetto "*In Biella Factory Store*" che prevede investimenti per la realizzazione di nuove unità commerciali e attrazione di flussi esterni.
- la connessione fra le due sponde del torrente Cervo attraverso la costruzione di un ponte (Fondazione Sella, Fondazione Pistoletto) e il conseguente rafforzamento di un polo dell'innovazione culturale e creativa e la creazione di una rete di relazioni virtuose tra le due realtà (progetto F.I.E.L.D.S).
- Installazioni artistiche urbane-
- Proposte per eventi culturali o offerte di visita coordinate, come per le proposte per il Polo culturale dei tre palazzi del Piazza e dei loro giardini

Alcune iniziative di soggetti privati sono già in fase di progettazione avanzata e di realizzazione, avendo ottenuto le autorizzazioni, ove necessario.

Tra le iniziative private di particolare interesse per il presente studio si possono elencare:

- l'intervento del Gruppo Banca Sella nella sede dell'Ex Circolo Commerciale per il recupero dell'antico immobile in cui fu presente in centro città, all'inizio della sua operatività, la Banca, con la creazione di nuovi spazi di relazione che si

affacceranno sul previsto percorso pedonale trasversale che collega i punti di interesse culturale

- la creazione di un punto museale con annesso locale degustazione e vendita prodotti locali da parte della Menabrea Spa e di Botalla Formaggi Spa, due realtà che si sono messe in sinergia per promuovere i propri prodotti, localizzato nella parte sommitale della Via Italia, zona limitrofa a quella interessata dalla proposta di ampliamento della pedonalizzazione da parte del presente studio
- la promozione dell'inserimento di nuovi punti vendita negli spazi commerciali vuoti, presenti nell'ambito del centro storico ad opera dell'Associazione 015; iniziativa ora entrata nella fase operativa con la creazione della società benefit srl "*In Biella Factory Stores*" e l'apertura del primo *show case* a cura di Piacenza 1733.

Gli interventi proposti in questo Studio di Fattibilità hanno tenuto conto della progettualità in essere per la partecipazione al bando POR FESR 2014-2020 ASSE VI AGENDA URBANA.

I progetti che presumibilmente parteciperanno al POR FESR e che sono stati identificati come strategici sono:

- Valorizzazione del Museo del Territorio (identità, strumenti multimediali, sistemazione dell'area esterna)
- Valorizzazione del Piazza (progetto sui tre Palazzi "Tre Giardini e Una Torre")
- Sistemazione della Via Italia mediante arredo, illuminazione, miglioramento della pavimentazione e informazioni (progetto *In Biella Factory Stores*)
- Miglioramento dei percorsi pedonali (vie trasversali, Vie del lavoro e Coste)
- Segnaletica intelligente
- Festival delle Arti/Digital Arts
- Installazioni artistiche
- Festival della Cultura d'Impresa
- Sviluppo del sito e dell'app per il turismo nel biellese
- Potenziamento del Centro Rete Tessile Moda e digitalizzazione del patrimonio degli archivi
- Riqualficazione delle restanti aree del Lanificio Maurizio Sella e costruzione del ponte di collegamento con Cittadellarte

A seguito dell'azione di ascolto e partecipazione agli incontri emerge una forte attesa per gli sviluppi di alcuni progetti e la disponibilità alla collaborazione dei diversi soggetti. Inoltre è da sottolineare come i progetti siano in sinergia e non in contrasto tra loro e possano ognuno costituire rafforzamento degli altri.

Lo sviluppo generale dell'intervento lavora proprio sulla interdipendenza tra i vari assi sia a livello fisico sia a livello di contenuti. La promozione commerciale prevista al centro, di tipo innovativo, è strettamente legata e funzionale all'*incoming* turistico e alla valorizzazione dei giacimenti immateriali. Lo sviluppo dell'asse culturale, a sua volta, interagisce con l'aspetto turistico e mette a valore la conoscenza del territorio e delle sue peculiarità, promuovendone la scoperta. In effetti la parola "ecosistema" individuata dallo studio "Biella in Transizione" per

descrivere l'oggetto su cui intervenire ben illustra l'interdipendenza dei fattori di cui tenere conto.

I costi che il Comune di Biella dovrà sostenere o per cui dovrà trovare degli ulteriori finanziamenti sono relativi a:

- Riqualficazione vie, piazze e percorsi
- Riqualficazione e implementazione parcheggi
- Mobilità sostenibile (bike sharing e mezzi elettrici)
- Segnaletica digitale
- Digitalizzazione, comunicazione, messa in rete informazioni

I capitali da investire potranno in parte derivare anche dall'eventuale vendita dell'ex Museo Civico, l'immobile su via Pietro Micca, dovranno pervenire da fondi propri del Comune o dalla partecipazione a bandi Regionali, Interregionali, Europei a cui fare riferimento per le diverse tematiche.

Il ritorno economico derivante dall'incremento dei flussi turistici sarebbe in grado di compensare gli investimenti sostenuti con ricaduta complessiva sull'economia locale, che oggi soffre per il suo isolamento e per dover fare affidamento su di un numero troppo ridotto di abitanti. Tutta l'azione complessiva mira ad aumentare i flussi dall'esterno tenendo conto di notevoli passaggi di turisti tangenti il limite del territorio.

Dall'esame delle ricerche condotte la potenzialità turistica della Regione è in aumento ed è necessario caratterizzare il territorio biellese, nel contesto più vasto dell'ambito regionale, con una propria identità forte in grado di attrarre l'attenzione di potenziali visitatori. Se Torino si caratterizza per l'offerta Museale, grazie agli investimenti degli ultimi anni, se i laghi offrono qualità paesaggistiche e ambientali di rilievo e le Langhe si sono affermate per la loro enogastronomia, forse il biellese, in virtù di un brand produttivo riconosciuto a livello internazionale, può declinare la propria offerta sul tema del tessile d'eccellenza e sulla sua storia.

La candidatura UNESCO per il patrimonio degli archivi, in questo senso, analogamente a quanto avvenuto per il territorio delle Langhe per la tradizione dei vini, potrebbe rafforzare sul lato culturale un'identità imprenditoriale già conosciuta nel mondo.

Ulteriori costi potranno essere coperti grazie a delle linee di finanziamento nazionali ed europee. Ad esempio:

- Europa Creativa²². Focalizzandosi specificatamente sulle esigenze dei settori culturali e creativi, il programma integra altri programmi dell'Unione europea (UE), quali il sostegno dei fondi strutturali agli investimenti nei settori culturali e creativi, il restauro del patrimonio, le infrastrutture e i servizi culturali, i fondi per la digitalizzazione del patrimonio culturale e gli strumenti nel campo dell'allargamento e delle relazioni esterne. Tali attività favoriscono una decisiva inclusione sociale. Pertanto, tale programma intende contribuire sia a una strutturazione e promozione del settore,

²² <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>

sostenendo i settori prioritari per generare un reale ed incisivo impatto in tutta Europa, sia ad una promozione e scambio di idee a livello transnazionale.

- URBACT²³. È un programma di Cooperazione Territoriale che punta a favorire lo sviluppo urbano sostenibile e integrato delle città europee. Segnaliamo le aree e i temi di finanziamento interessanti ai fini del presente studio di fattibilità;
 - AREA: Economia. TEMI: culture & heritage, local economic development, city branding, employment
 - AREA: Sostenibilità. TEMI: abandoned spaces e urban mobility
 - AREA: Governance. TEMI: city branding, city management e city planning
 - AREA: Inclusione. TEMI: culture & heritage
- E altri come: INTERREG²⁴, HORIZON 2020²⁵, ecc.

Gli interventi proposti nel presente Studio di Fattibilità sono stati individuati in modo integrato rispetto all'identificazione di obiettivi comuni a livello territoriale. Gli studi e percorsi didattici come la ricerca Biella in Transizione e il Corso di Alta Formazione BST - Brand dei Sistemi territoriali, il continuo ascolto e collaborazione con i diversi stakeholder del territorio, la partecipazione a diversi tavoli di lavoro per la proposta di progetti per la partecipazione al POR FESR da parte di diversi stakeholder hanno reso possibile individuare e condividere una strategia comune su cui sviluppare un progetto integrato e di lungo periodo per la città e il territorio circostante.

10. TEMPI

Il progetto prevede tempi diversi di realizzazione. Si identificano tre fasi, la **prima** della durata di 3 anni, la **seconda** della durata di 5 anni, la **terza**, di ulteriore sviluppo in funzione degli esiti, dopo i 5 anni.

La prima fase è molto densa e ricca di interventi, poiché potrà giovare dei risultati derivanti dalla partecipazione al POR FESR, i cui interventi potranno essere completati entro la fine del ciclo di programmazione 2014-2020, e del completamento degli interventi già in corso o già approvati, come ad esempio quelli nel Piano Triennale delle Opere Pubbliche, che verranno realizzati entro la fine legislatura (2018).

Gli interventi privati si realizzeranno tra il 2017 e il 2018, per proseguire con l'ampliamento del progetto negli anni successivi. La seconda fase sarà quindi prevalentemente di completamento degli interventi più complessi e di consolidamento della strategia qui illustrata. I costi degli interventi materiali sono da ritenersi indicativi ma parametrati ai costi realmente sostenuti dall'amministrazione in precedenti interventi analoghi. I costi immateriali sono proposti in previsione e la loro entità nella seconda e terza fase potrà dipendere molto dal successo delle iniziative proposte.

²³ <http://urbact.eu/>

²⁴ <http://www.interregeurope.eu/>

²⁵ <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/>

PRIMA FASE (a 3 anni)

1. Progettazione
2. Organizzazione e lancio delle parti concorsuali
3. Pianificazione degli interventi immateriali (eventi, identità Museo del Territorio, creazione della “cabina di regia culturale”, implementazione sito-app,...)
4. Installazione dell’arredo urbano, illuminazione
5. Installazione della segnaletica
6. Riqualificazione dei parcheggi
7. Pedonalizzazione ultimo tratto di via Italia
8. Riqualificazione dei percorsi pedonali di collegamento (Piazzo, Piano e Cervo)
9. Riqualificazione vie
10. Costruzione del ponte di collegamento fra le due sponde del torrente Cervo
11. Progettazione e lancio delle prime attività immateriali
12. Promozione e comunicazione
13. Attivazione contributi

SECONDA FASE (a 5 anni)

1. Costruzione dei parcheggi pluripiano-interrati
2. Completamento dei collegamenti verticali e orizzontali particolari (ponti e passerelle)
3. Completamento dell’arredo urbano
4. Completamento piazze e spazi di relazione
5. Sviluppo progetti avviati nel primo triennio
6. Definizione area ex Ospedale
7. Percorsi veicolari e stradali

TERZA FASE (a seguire)

1. Costruzione dei parcheggi pluripiano-interrati (es. via Arnulfo)
2. Rifunzionalizzazione ex Ospedale

11. FATTIBILITÀ TECNICA

Le competenze delineate nel paragrafo precedente hanno identificato progetti ad opera di soggetti pubblici e privati. Alcuni interventi sono già in corso o approvati, altri sono in fase di valutazione o di candidatura. Per questa ragione, svariati interventi proposti hanno già previsto la valutazione della fattibilità tecnica.

Gli interventi dei soggetti pubblici (informatizzazione dei servizi, arredo urbano, segnaletica, illuminazione, parcheggi, Museo del Territorio, ecc.) verranno realizzati sia attraverso iter concorsuali, sia con progettualità interna degli Uffici tecnici dell’Assessorato lavori pubblici della Città di Biella o con affidamento di incarichi professionali o in collaborazione con i soggetti privati proponenti le iniziative e in sostanza non presentano difficoltà in termini autorizzativi.

Per la maggior parte delle opere previste dallo studio si tratta di interventi di manutenzione, miglioramento, adeguamento di vie, piazze e percorsi esistenti, senza che intervenga una pesante modifica dei luoghi, anzi nella direzione della valorizzazione dell'esistente.

Per ciò che riguarda nuovi e più impegnativi interventi (aree circostanti il Museo del Territorio), le soluzioni andranno concordate con la Soprintendenza; è opportuno prevedere la progettazione, la verifica e la realizzazione in una fase successiva.

Stesso discorso può valere per eventuali nuovi parcheggi o nuove costruzioni che dovranno preventivamente essere progettate e in ogni caso necessiteranno del tempo per il reperimento dei fondi destinati alla loro realizzazione.

Gli obiettivi della **prima fase** riguardano la messa a sistema dei percorsi di collegamento tra i diversi poli di interesse, sia in termini fisici, sia in termini multimediali.

Si tratta quindi più di un lavoro di cucitura, di "tessitura" per rimanere in tema, di una rete di potenzialità inesprese che devono essere messe a sistema.

La qualità di questi interventi connettivi sarà molto importante, pur nella dimensione ridotta degli investimenti iniziali e potrà essere di volano per opere di maggior importanza prevedibili a seguire.

In questa fase non si vuole rinunciare a pensare a nuovi interventi di stampo più contemporaneo che permettano alla città di esprimere un'attualità, accanto al lavoro di racconto e valorizzazione del passato.

Investire nei giovani e nella formazione significa anche dare dei segnali di discontinuità e di rinnovamento per raccogliere un entusiasmo che si rifletta nella vita di tutti i giorni.

L'operazione di attrazione di nuovi flussi genererà una domanda di servizi, parcheggi, informazioni, che è bene iniziare a prevedere di realizzare.

La sistemazione di molte vie e piazze si rende necessaria per la mancata manutenzione e assenza di interventi visibili di ammodernamento, che fanno oggi percepire la città come sottotono. Questa immagine va modificata nel momento in cui i privati si siano resi disponibili a credere nella qualità del proprio centro cittadino. Analogamente a quanto osservato in realtà straniere, i piccoli centri storici possono diventare degli attrattori a patto che sappiano migliorare la qualità dei servizi e attrezzarsi per rispondere alle esigenze di un visitatore abituato a viaggiare e a fare confronti.

La qualità complessiva è la somma di dettagli, che se curati, generano bellezza.

Lo studio prevede di trasformare la città per renderla una città culturalmente più aperta e più interattiva, più disponibile ad accogliere e a raccontarsi.

Un elemento di indeterminatezza è rappresentato dall'ex ospedale, di proprietà non comunale, per il quale è in corso uno studio che terminerà prima dell'estate 2017. Poiché si tratta di un complesso di notevoli dimensioni che insiste all'interno della cerchia della città, questa impossibilità di comprenderne, oggi, la destinazione finale, pone degli interrogativi.

Una grande porzione di città, che si affaccia sul panorama esterno è in una fase di sospensione ed è difficile non immaginare delle soluzioni sia per l'edificio principale, sia per i fabbricati storici annessi. Si auspica che un possibile nuovo utilizzo sia immaginato velocemente per poter dialogare con le soluzioni individuate per il suo recupero.

Si ritiene necessario proporre la costituzione di una "cabina di regia" che metta insieme diversi attori e rappresenti un'efficace piattaforma di coordinamento tra i numerosi stakeholder e la pluralità di iniziative esistenti. Questa cabina di regia della programmazione e degli interventi inerenti alla cultura, dovrebbe essere pensata ed attivata ai fini di garantire un processo di lavoro sinergico, di continuo ascolto, di condivisione della strategia e con l'obiettivo di garantire la continuità dell'operato.

I membri dovranno rappresentare le diverse tipologie di stakeholder territoriali e dovranno incontrarsi con una cadenza temporale che permetta loro di aver chiaro e definito il quadro della programmazione e degli interventi culturali in corso e futuri.

Il citato Protocollo d'Intesa comune Turismo e Cultura sembra rispondere a questo fine.

12. SINTESI DELLE FASI DI INTERVENTO E STIMA DEI COSTI

Tab.8 - Sintesi degli interventi materiali, dei costi previsti, delle fasi di attuazione e delle competenze (pubblico/privata)

INTERVENTI MATERIALI		FASE 1		FASE 2		FASE 3		
		Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	
		Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	
STAZIONE 1 - PARCHEGGIO DEL BELLONE								TOT. parz. (Mila €)
1.1	Riqualficazione del parcheggio	150						150
1.2	Riqualficazione Vicolo del Bellone	55		80	600			735
1.3	Area superiore di arrivo ascensore	109		75	150			334
TOTALE parz. (Mila €)		314		155	750			1219
STAZIONE 2 - CORSO DEL PIAZZO/PIAZZA CISTERNA /ARRIVO FUNICOLARE AL PIAZZO								

2.1	Corso del Piazzo	25		150	750			925
2.2	Piazza Cisterna	25		40	150			215
2.3	Arrivo Funicolare al Piazzo	20		30				50
TOTALE parz. (Mila €)		70		70	900			1040
STAZIONE 3 - COSTE DEL PIAZZO								
3.1	Costa di San Sebastiano	50		75				125
3.2	Altre Coste			300				300
TOTALE parz. (Mila €)		50		375				425
STAZIONE 4 – BASILICA E CHIOSTRO DI SAN SEBASTIANO		92		155				247
TOTALE parz. (Mila €)		92		155				247
STAZIONE 5 – MUSEO DEL TERRITORIO		547		4005				4552
TOTALE parz. (Mila €)		547		4005				4552
STAZIONE 6 - PARCHEGGIO EX AREA BOGLIETTI / ARRIVO FUNICOLARE AL PIANO								
6.1	Accoglienza e servizi	80						80
6.2	Segnaletica ed elementi di riconoscibilità	37						37
6.3	Ridefinizione identità dell'area	50		605				655
TOTALE parz. (Mila €)		167		605				772
STAZIONE 7 - I DUE PERCORSI PEDONALI DEL CULTURAL TRAIL								

7.1	Sistemazione del percorso trasversale di via Amendola/via Duomo	575						575
7.2	Sistemazione del percorso trasversale Parcheggio ex Boglietti/Museo del Territorio e a proseguire verso il centro tramite la via Arnulfo	667						667
TOTALE parz. (Mila €)		1242						1242
STAZIONE 8 - PIAZZA DEL DUOMO / MUNICIPIO				249				249
TOTALE parz. (Mila €)				249				249
STAZIONE 9 – VIA ARNULFO		94				4800		4894
TOTALE parz. (Mila €)		94				4800		4894
STAZIONE 10 – VIA VESCOVADO		234	75					309
TOTALE parz. (Mila €)		234	75					309
STAZIONE 11 – GALLERIA LEONARDO DA VINCI		119		440				559
TOTALE parz. (Mila €)		119		440				559
STAZIONE 12 – VIA DAL POZZO / PIAZZA SANTA MARTA		220						220
TOTALE parz. (Mila €)		220						220
STAZIONE 13 - PIAZZA GUALINO		125						125
TOTALE parz. (Mila €)		125						125

STAZIONE 14 – AREA EX OSPEDALE²⁶								
14.1	Attraversamento Ospedale			200		300	20000	20500
14.2	Ex Ospedale			50		150	25000	25200
TOTALE parz. (Mila €)				250		450	45000	45700
STAZIONE 15 - PARCHEGGIO DI VIA CARSO		214		5500				5714
TOTALE parz. (Mila €)		214		5500				5714
STAZIONE 15 – AFFACCIO PANORAMICO / VIA GIOSUÈ CARDUCCI		64						64
TOTALE parz. (Mila €)		64						64
STAZIONE 16 – VIE DEL LAVORO								
16.1	Sistemazione del collegamento verticale dei dislivelli tra la zona dell'Ospedale e la zona sottostante occupata dalla fabbriche Cerruti e edifici di Cittadellarte Pistoletto	234						234
16.2	Sistemazione del collegamento verticale dei dislivelli tra la zona della Cittadellarte Pistoletto e Riva	194						194
TOTALE parz. (Mila €)		428						428
STAZIONE 17 – LIVELLO DELLE FABBRICHE								
17.1	Sistemazione del collegamento pedonale tra la fabbrica Cerruti e l'edificio del Terzo	89						89

²⁶ I costi relativi all'area dell'ex ospedale e alla sua rifunzionalizzazione sono da considerarsi delle ipotesi

	Paradiso di Pistoletto							
17.2	Percorso pedonale delle fabbriche	439						439
17.3	Area collegamento tra le due Fondazioni: Fondazione Sella e Fondazione Pistoletto	124	2500	105				2729
TOTALE parz. (Mila €)		652	2500	105				3257
STAZIONE 18 – VIA ITALIA								
18.1-18.2	Recupero della via principale del Centro Storico per accogliere le attività del progetto “In Biella Factory Stores” e Estensione area pedonale	1750	3500	300	3500		1900	10950
TOTALE parz. (Mila €)		1750	3500	300	3500		1900	10950
STAZIONE 19 – RIQUALIFICAZIONE PIAZZE E VIE								
19.1	Piazza Battiani /Via Scaglia			237				237
19.2	Piazza Giovanni Bosco			417				417
19.3	Piazza Primo Maggio			252				252
19.4	Piazza Martiri			1330				1330
19.5	Piazza Fiume	445						445
19.6	Slargo via Italia/via Giacomo Matteotti			449				449
TOTALE parz. (Mila €)		445		2685				3130
20 - STAZIONE PARCHEGGIO RIVA						6200		6200
TOTALE parz. (Mila €)						6200		6200
TOTALE		6827	6075	14894	5225	11450	46900	91296

Tab.9 - Sintesi degli interventi immateriali, dei costi previsti, delle fasi di attuazione e delle competenze (pubblico/privata)

INTERVENTI IMMATERIALI	FASE 1		FASE 2		FASE 3		TOT.
	Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	
	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	
a) Sito vetrina	implementazione		50		30		80
b) In Biella Factory Store (Associazione 015)	750	750	500	500		300	2800
c.1) Aggiornamento piattaforma archivi (Centro ReteBiellesse Archivi Tessile e Moda)	150	100	100	100	50	150	650
c.2) Candidatura UNESCO	50		50	100	30	200	430
d) Isole multimediali	300		30		30		360
e) Segnaletica intelligente	costo già inserito nella tabella interventi materiali		20				20
f) Punto informativo digitale presso il Museo del Territorio	300		50				350
g) Festival delle Arti	250	250	200	500	200	1000	2400
h) Festival della Cultura d'Impresa	250	250	200	500	200	1000	2400
TOTALE	2050	1350	1200	1700	540	2650	9490

Tab.10 - Sintesi dei costi per gli interventi materiali e immateriali, delle fasi di attuazione e delle competenze (pubblico/privata)

COSTI	FASE 1		FASE 2		FASE 3		TOT.
	Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	Pubb.	Priv.	
	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	Mila €	
TOT. costi MATERIALI	6827	6075	14894	5225	11450	46900	91296
TOT. costi IMMATERIALI	2050	1350	1200	1700	540	2650	9490
TOTALE	8877	7425	16094	6925	11990	49550	100786

13. ALLEGATI

Si allega al presente Studio di Fattibilità la brochure di sintesi degli esiti del Corso di Alta Formazione BST- Brand dei Sistemi Territoriali. Progettare la marca di un territorio e l'incoming turistico di POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano, che si è svolto a Biella a settembre - ottobre 2015 (All1_Brochure_BST_Biella 2015.pdf).

La brochure descrive la metodologia utilizzata per approfondire la conoscenza del luogo e per definire le visioni di valorizzazione territoriale, oltre alla descrizione di cinque proposte progettuali sviluppate nel project work dai partecipanti al corso.

In particolare si segnala il progetto "Tex In Biella" a p.34-37, che è stato di ispirazione per la proposta del *Festival della Cultura di Impresa*, descritto in questo S.d.F.

Si allega inoltre la documentazione delle firme di presenza agli incontri per lo Studio di Fattibilità "Biella, fabbrica culturale creativa" del 26 e del 27 ottobre (All2_firme 26_27ott.pdf).