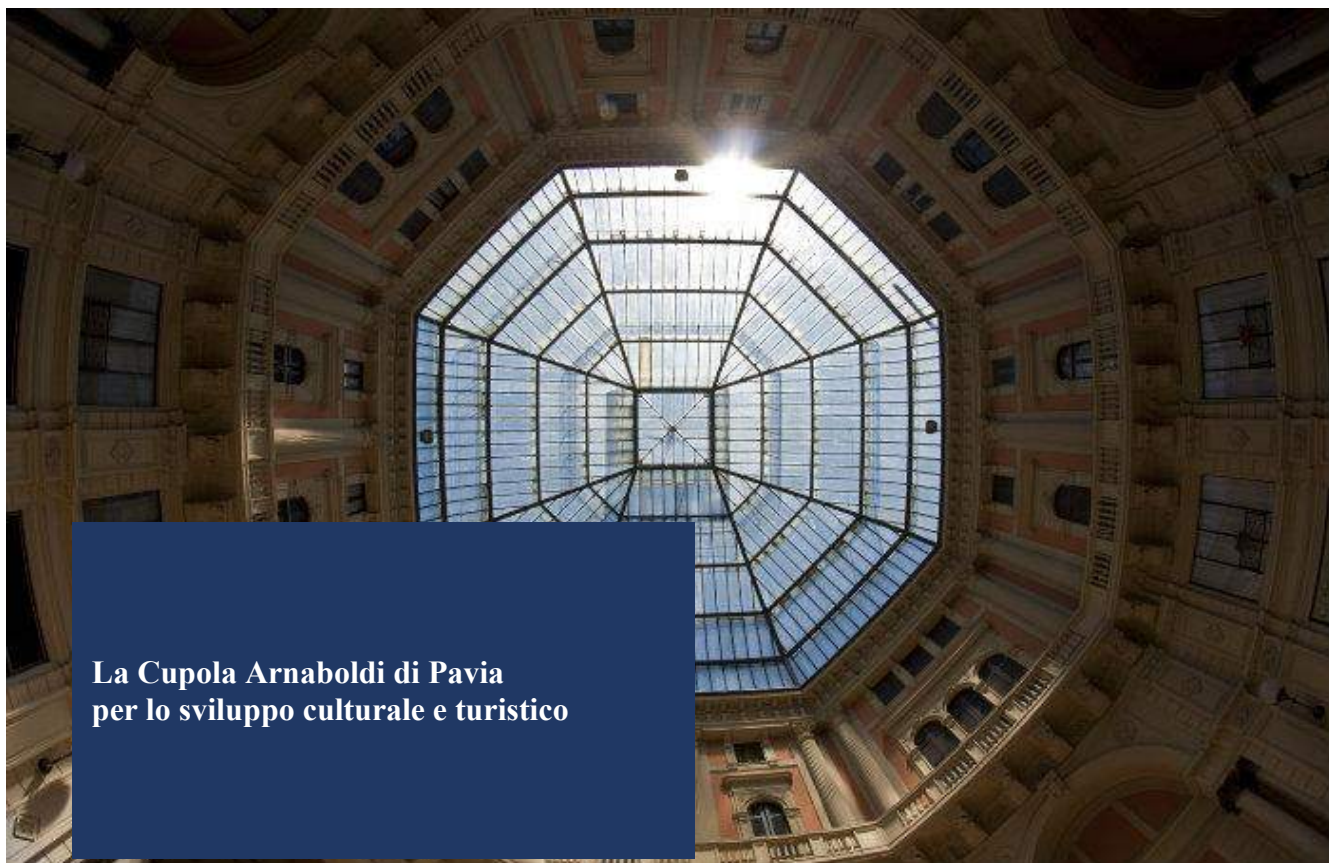




**La Cupola Arnaboldi di Pavia
per lo sviluppo culturale e turistico**

1	IL CONTESTO	5
1.1	Le politiche integrate di sviluppo culturale e turistico della Camera di Commercio	5
1.2	I cammini storici e i beni culturali	7
1.3	La Cupola Arnaboldi di Pavia ieri e oggi	10
1.4	Il contesto sociale e demografico	16
1.4.1	Il contesto economico e imprenditoriale	18
1.4.2	Il contesto turistico	20
1.4.2.1	Il turismo in provincia di Pavia	21
1.4.3	Il contesto agricolo	22
1.5	Accessibilità	23
2	Obiettivi del progetto	31
2.1	Finalità generale	31
2.2	Gli obiettivi specifici	31
2.2.1	Obiettivi culturali	31
2.2.2	Obiettivi economici	32
2.2.3	Obiettivi sociali	32
2.3	I cambiamenti che si intendono produrre	32
2.4	I soggetti interessati	33
2.5	I tempi in cui il cambiamento è atteso	33
3	Strategia di intervento	34
3.1	Le modalità realizzative dell'intervento	34
3.1.1	Le riflessioni che hanno condotto alla scelta della strategia	34
3.1.2	I vantaggi della strategia adottata rispetto a eventuali soluzioni alternative	36
3.1.3	I fattori esterni che possono influire sull'esito dell'intervento	37

3.2	Le azioni	39
3.2.1	Il Piano degli interventi strutturali.....	45
3.2.2	Il Piano delle attività e dei servizi.....	52
3.2.3	Il Piano per la gestione	70
3.2.4	Il Piano per la comunicazione.....	107
4	PIANO DI MONITORAGGIO	120
5	ORGANIZZAZIONE	124
5.1	Il soggetto richiedente.....	124
6	Cronoprogramma.....	128
7	Fac-simile di bandi, regolamenti, modulistica per erogazione dei servizi 135	
8	Budget economico-finanziario.....	156

1 IL CONTESTO

Pavia è il cuore del progetto che siamo a presentare a Fondazione Cariplo. Con i suoi importanti monumenti, con la sua secolare tradizione universitaria, con la sua ricca storia commerciale, adagiata sulle sponde del fiume Ticino, è oggi una città di 73.000 abitanti. Pavia si affaccia all'internazionalità, con grandi potenzialità di crescita culturale, turistica e economica. È una città che per secoli è stata al centro di politiche di sviluppo che si sono concentrate sul commercio, sulla costruzione di monumenti di pregio, sul sapere.

Oggi, Pavia, con le sue molteplici sfaccettature, sta investendo sull'integrazione tra cultura e turismo; il patrimonio culturale conservato, valorizzato, rifunzionalizzato è una componente strategica dello sviluppo sociale e economico.

1.1 *Le politiche integrate di sviluppo culturale e turistico della Camera di Commercio*

Proprio nei mesi scorsi, sulla scia di un'attività di valorizzazione del territorio, intrapresa da anni, in sinergia con associazioni e enti locali e sovralocali, la Camera di Commercio ha assunto il ruolo di capofila del progetto PIC *"IL PARCO DELLO SPLENDORE: PAVIA E CERTOSA SUI CAMMINI. Reti di conoscenza, identità, culturale e scoperta di luoghi noti e inediti"* che ha ottenuto un contributo da parte di FONDAZIONE CARIPLO per la realizzazione di un percorso di progettazione partecipata, attraverso momenti di formazione per accedere, successivamente al bando regionale. (La Camera di Commercio potrà mantenere il ruolo di coordinatore del PIC ma non potrà essere beneficiaria di contributi regionali). Il PIC intende promuovere la nascita del Parco dello Splendore, costruito sulle tracce dei Cammini percorsi in epoca medievale da scoprire e riscoprire anche nel viaggio archeologico della Pavia sotterranea, non ancora nota e visibile al pubblico. Il Parco nasce dalla coniugazione di tutto ciò che è cultura -storia, linguaggio, tradizioni, paesaggio, cibo, luoghi noti e inediti (scoperti e da scoprire)- per promuovere l'incontro con l'identità del territorio in una rete di conoscenza. Si identifica così una precisa area non solo legata al territorio geografico, ma anche alla cultura, alle specificità storiche e ambientali, economiche, produttive e sociali. La progettualità del PIC si pone al centro di un percorso che la Camera di Commercio ha intrapreso da anni per valorizzare gli itinerari religiosi, culturali e turistici insistenti sul territorio. Per questo esponiamo le attività camerali che hanno al centro la promozione culturale-turistica delle vie e dei cammini culturali e religiosi.

Nello specifico la Camera sta lavorando allo sviluppo di attività di network nazionali, con le altre Camere di Commercio, per creare un prodotto culturale-turistico-commerciale spendibile non solo in Italia ma anche all'estero; si stanno inoltre prendendo contatti con associazioni private e enti pubblici che operano nei settori del turismo, della cultura e della valorizzazione dell'enogastronomia.

In questa direzione si segnalano le seguenti progettualità:

- la creazione di un circuito di accoglienza -per cui mette a disposizione la Camera contributi a fondo perduto per le aziende che intendano aderire dotandosi dei requisiti minimi previsti dalle linee guida dei Cammini;
- la candidatura della Via di San Colombano a Cammino d'Europa per la quale sta portando a termine il dossier, contenente la tracciatura, i punti di interesse turistico-culturali, i luoghi di accoglienza e ristoro e i punti per la necessaria segnaletica, sugli itinerari italiani; nel 2016 ha stanziato un contributo per la realizzazione di cartellonistica informativa sul territorio e per la realizzazione di una guida cartacea dedicata all'itinerario;
- avvio e consolidamento di sinergie strategiche con le associazioni nazionali ed europee: Associazione europea delle vie francigene, Associazione Amici di San Colombano, Via Micaelica;
- l'inserimento della Via Francigena (candidatura Unesco 2017) all'interno di Mirabilia Network, associazione che mette in rete luoghi inaspettati di significato storico, culturale ed ambientale nei siti patrimonio dell'umanità Unesco, a cui aderiscono Unioncamere Nazionale e le 16 camere di commercio che promuovono i luoghi riconosciuti dall'Unesco;
- la realizzazione della Borsa Internazionale del Turismo Lento e del Pellegrino, in edizione annuale (per il 2019, Anno del Turismo Lento, è già prevista a Udine);
- organizzazione nello scorso autunno di Mirabilia Network, due giornate dedicate ad incontri B2B del settore turismo e agroalimentare/vino. L'evento di portata nazionale, riservato a imprenditori dei territori aderenti al progetto Mirabilia, è stato ospitato dalla Camera di Commercio di Pavia, il 26 e 27 ottobre presso il Palazzo Esposizioni di Viale Europa. E' stato rivolto alla valorizzazione della promozione turistica dei siti UNESCO meno noti e del patrimonio enogastronomico territoriale, proponendo ad un pubblico internazionale la ricchezza dell'offerta turistica coniugata a quella dell'agro-alimentare;
- 13-14 settembre del 2017 la Camera ha organizzato gli Stati generali dei Cammini religiosi e culturali con l'obiettivo di fare sistema e rendere fruibile il territorio per un turismo religioso ma anche escursionistico, un turismo sostenibile e lento.
- Dal 2016 al 2018 la Camera ha lavorato al coordinamento del progetto dedicato al turismo

religioso “Crocevia d’Europa. Tra Pavia, Lodi, Milano, Como” che ha coinvolto associazioni locali, le diocesi, agenzie turistiche, alberghi e ristoranti per strutturare gli itinerari e promuovere pacchetti turistici destinati a fedeli e pellegrini, ma anche ad appassionati storia e di arte.

- Da numerosi anni sono state promosse manifestazioni in collaborazione con il comune di Pavia per valorizzare il ruolo di Pavia, Crossroads of Europe, trattando il tema sulle vie di fede e di cultura.

L’investimento economico e progettuale sulla valorizzazione culturale e turistica della provincia di Pavia, con particolare focus sui Cammini, nasce dalla consapevolezza della potenzialità del contesto storico, economico e dalle attitudini attuali di turisti e viaggiatori.

In questo contesto la Camera ha ritenuto strategico individuare come cuore propulsore, come centro fisico e ideale dell’ampia progettualità di sviluppo culturale e turistico, la Cupola Arnaboldi, edificio di proprietà della Camera di Commercio.

Il progetto è, comunque, inserito nell’ampia visione progettuale della Camera che, attraverso la propria rete di relazioni con soggetti pubblici e privati territoriali, sovralocali, nazionali e internazionali, è volta allo sviluppo economico del territorio. Le rete camerali, le Università, i centri di ricerca, i comuni, le associazioni di categoria, gli investitori privati, le imprese, gli enti religiosi, soggetti internazionali concorrono alla realizzazione di un piano strutturato volto ad una crescita significativa e sostenibile.

1.2 I cammini storici e i beni culturali

Si ritiene importante “raccontare” la presenza significativa dei numerosi cammini a Pavia e in provincia attraverso una breve descrizione di ognuno.

Oggi i cammini religiosi e spirituali che rappresentano l’idea del viaggio e del messaggio sono anche momento privilegiato di ricerca di spiritualità, di esperienze e di scambi con il territorio che si percorre. Pavia è ancora oggi un crocevia importante di studenti, pendolari, turisti così come nel passato fu meta di genti, pellegrini, fedeli, mercanti, re e nobili.

La città di Pavia è riconosciuta dalla Commissione Europea come “Crocevia d’Europa”, capitale europea dei cammini di fede e cultura, per la ricchezza dei percorsi che si incrociano nella città e che interconnettono altri territori. I cammini di fede, insieme alle vie ciclabili (per esempio i percorsi Vento e Brezza), alle vie d’acqua fanno di questo territorio a pieno titolo una meta di slow tourism. La Via Francigena, la Via di San Colombano, la Via degli Abati, il Cammino di San Martino di Tours

e il Cammino di Sant'Agostino, la Via Micaelica, la Rete Europea dei Siti Casadeiani – Chaise Dieu, le Réseau Clunisien, la TransRomanica, la Via degli Abati e la via Francisca sono vie che attraversano l'area identificata dal presente progetto e che rendono il nostro territorio unico a livello europeo.

Via Francigena

Nell'anno 990 l'arcivescovo Sigerico viaggiò tra Roma e Canterbury descrivendo le 79 tappe del suo itinerario, annotandole in un diario.

Itinerario culturale di Saint Martin de Tours

Il grande cammino di San Martino di Tours è il primo che unisce l'Europa dell'Est all'Europa dell'Ovest, da Szombathely in Ungheria a Candes-Saint-Martin in Touraine, attraverso l'Italia e la Slovenia.

Il Cammino di S.Agostino

Il Cammino di Sant'Agostino è un pellegrinaggio mariano, concepito per raggiungere e collegare cinquanta Santuari mariani della Lombardia. Il percorso tocca anche Cassago Brianza, luogo della sua conversione, Milano, luogo del battesimo e Pavia, dove si trovano le reliquie del Santo.

Il Cammino di S.Colombano

In epoca altomedioevale, quella che oggi chiamiamo la via di San Colombano era già ampiamente utilizzata e collegava il Nord Italia a Roma, già prima dell'età dei longobardi e prima dell'attestazione di Sigerico della Via Francigena (X secolo).

TransRomanica

E' un percorso riconosciuto dal Consiglio d'Europa come "Grande Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa" e rappresenta il comune patrimonio romanico di otto paesi europei tra il Mar Baltico ed il Mediterraneo.

La rete europea dei siti casadeiani

E' un percorso di collegamento tra i siti che sono stati nel corso della loro storia collegati alla congregazione dell'abbazia di Chaise-Dieu.

Le Réseau clunisien – Cluny

La rete dei Siti Cluniacensi è annoverata fra gli Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa.

I Cammini di San Michele

Nata su iniziativa del Comune di Pavia, di quello di Jelsi (Campobasso), dell'associazione "Il Bel San Michele onlus" e dell'associazione "Jubilantes onlus" di Como, ha l'obiettivo di promuovere la ricerca, gli studi, la comunicazione scientifica, culturale, artistica, religiosa, sociale, economica e turistica tra le città e i territori aderenti ai Cammini di S.Michele

Altre vie di interesse culturale in provincia di Pavia:

Via del Sale

Il percorso che da Varzi si snoda fino a Genova, anticamente percorso da mercanti e pellegrini, fa parte di quella rete di antiche strade e mulattiere, che in passato scendevano, attraverso l'Appennino, dalla pianura padana e dalle zone collinari dell'Italia settentrionale fino al litorale ligure.

Via del Mare

La Via del Mare è una rete di percorsi o vie verdi, (ciclopedonali e per il turismo equestre), che attraversa i territori dalla pianura di Milano, Pavia, Alessandria e Piacenza fino al promontorio di Portofino..

Greenway della Battaglia di Pavia

La greenway della battaglia prende il nome dallo scontro tra francesi e spagnoli del 1525 per il possesso dell'Italia settentrionale. E' un lungo sentiero che si snoda lungo il corso della Vernavola.

Via dei Malaspina

E' un trekking in 4 tappe di 95 km che da Pavia raggiunge Bobbio in Val Trebbia (PC), passando da Voghera e Varzi. La Via dei Malaspina è un percorso in Oltrepò Pavese alternativo della Via Francigena, che si raggiunge a Pontremoli lungo la via degli Abati.

Via degli Abati

La Via degli Abati è un cammino attraverso i monti, utilizzato fin dal VII secolo, quale tragitto più breve da Pavia a Lucca e verso Roma. L'itinerario, utilizzato già dai sovrani longobardi, toccava anche l'abbazia di Bobbio, dove i pellegrini diretti a Roma passavano a venerare le spoglie di San Colombano.

Il territorio, inoltre, conserva testimonianze monumentali di pregio proprio legate alle vie religiose: chiese, oratori, monasteri di età longobarda o romanica; caratteristiche che lo rendono meta privilegiata di pellegrini e i turisti "lenti". Sulle strade del territorio sono ancora leggibili le impronte dell'impero romano, le orme dei messaggeri e dei legionari a cavallo prima, dei chierici e dei viandanti in pellegrinaggio, dei re e di nobili provenienti da tutta Europa, in seguito.

Chi si mette in cammino è un viaggiatore "lento", dal giovane più curioso e motivato all'adulto che si impegna a dare senso pieno al loro tempo libero, il "viandante" realizza una ricerca dell'esperienza accorta e puntuale, un benessere che riavvicina il corpo e la mente. Per questo valorizzare la propria identità e metterla a disposizione, in modo nuovo e performante, del turista-viaggiatore creando esperienze di cultura e contaminazione sui luoghi che si percorrono è di fondamentale importanza per lo sviluppo dei Cammini e la divulgazione della cultura ad essi connessi.

1.3 La Cupola Arnaboldi di Pavia ieri e oggi

La Cupola Arnaboldi è un palazzo su di un'area di oltre duemila metri quadrati, occupato nella parte centrale da una piazza interna ottagonale sotto una singolare galleria con una suggestiva cupola a vetri, situata nel centro storico di Pavia, nata alla fine del 1800 come salone mercato, essendo la piazza dedicata al mercato agricolo provinciale, ed oggi inutilizzata.

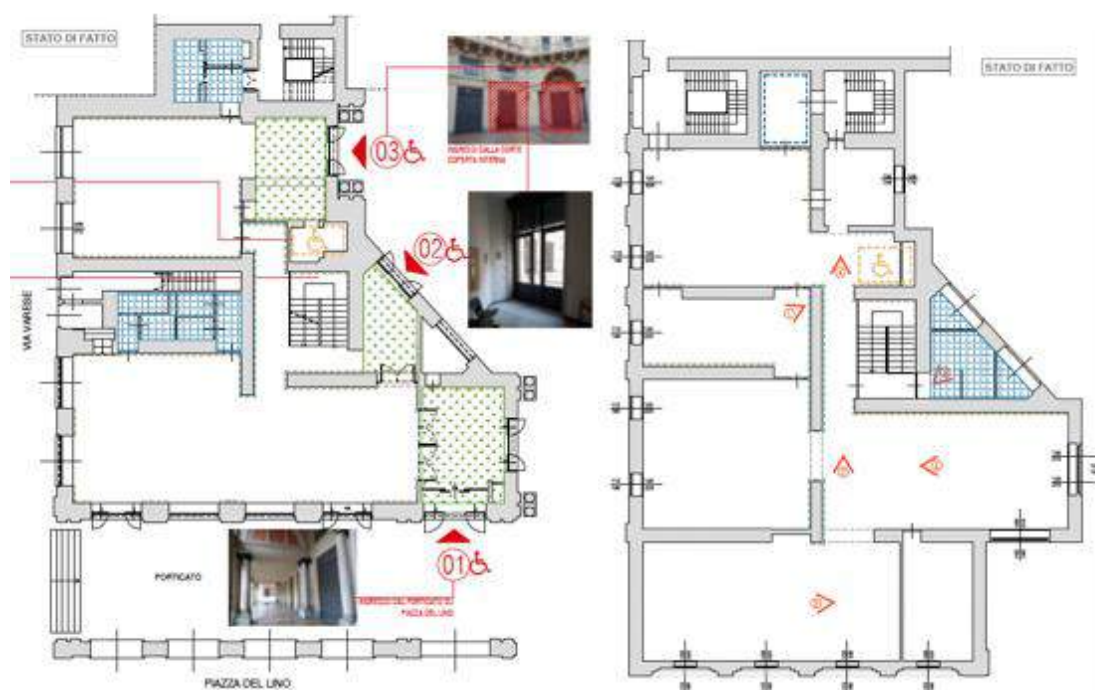
Nel 1878 l'ingegnere milanese Ercole Balossi riceve la richiesta da parte del conte Bernardo Arnaboldi Gazzaniga, allora sindaco di Pavia, di elaborare il progetto per un nuovo centro di contrattazione commerciale, da realizzarsi sull'area di alcuni edifici che occupavano l'isolato tra via Varese, corso Strada Nuova, l'albergo della Croce Bianca, posto all'angolo tra Strada Nuova e corso Mazzini, e l'attuale piazza del Lino. Abbattuti gli antichi stabili, Ercole Balossi concepì un palazzo, occupato nella parte centrale da una piazza interna ottagonale collegata a corso Strada Nuova e a Piazza del Popolo per mezzo di un'elegante galleria e coronata da una cupola a vetri. L'Arnaboldi cedette al Comune l'area coperta da utilizzarsi come salone mercato, riservandosi la proprietà degli edifici circostanti che ospitavano i negozi, uffici, abitazioni e la sede di un esclusivo club. Lo stile del palazzo attinge ad elementi tipici del repertorio rinascimentale, ricorrendo a decorazioni classicheggianti, mensoloni, finestre centinate e architravate, inquadrare da paraste, lesene o colonne dai capitelli compositi.



A questa struttura tradizionale venne abbinata, la moderna copertura, realizzata con un'armatura in ferro e doppi vetri trasparenti, sormontata dal cupolino e dal parafulmine in ferro e platino, per un peso di oltre 50 mila chilogrammi e un'altezza massima di 32,5 metri. La cupola Arnaboldi fu inaugurata il 10 aprile 1882. Sempre l'ingegnere Balossi, su incarico della Municipalità, presentò un primo progetto per la sistemazione della piazza retrostante il Salone Mercato la quale, in realtà, verrà realizzata solo tra il 1898 e il 1900 prediligendo le idee di altri architetti. Il problema dello scarto

altimetrico tra la galleria e la piazza venne risolto con la creazione di uno spazio sopraelevato, raccordato alla strada per mezzo di gradinate e caratterizzato da pittoresche aiuole e panchine. Sul lato orientale di piazza del Lino, ma nell'Ottocento ancora si chiamava piazza del popolo, si affaccia l'ex caserma Nino Bixio che parimenti, negli anni Novanta del XIX secolo, fu oggetto di un rifacimento in stile, che la dotò di una nuova facciata, provvista di bifore, merli e beccatelli

La Cupola Arnaboldi, oggi, nonostante sia un luogo prezioso per la città, nel centro storico di Pavia, appare in stato dismesso per la maggior parte degli spazi. Tale condizione porta con sé situazioni di degrado, soprattutto nelle ore notturne. Si tratta però di uno spazio dalle grandi potenzialità circondato da attività commerciali e turistiche (2 negozi e una farmacia al piano terreno al piano terreno; all'ultimo piano della Cupola vi è l'Arnaboldi Palace, recentissimo B&B, con recensioni eccellenti da parte di viaggiatori su Booking).



A sinistra lo stato di fatto del piano terra e a destra lo stato di fatto del primo piano (Piano terra mq 355, Piano primo mq 475, totale mq 830 compresi i porticati).

Lo spazio della Cupola si trova all'intersezione tra Strada Nuova e Piazza del Lino, ove sono presenti esercizi commerciali, servizi, l'Università di Pavia, il Polo San Tommaso (sede di alcune facoltà dell'Ateneo e di una nuova e importante biblioteca universitaria).





La Cupola è dunque un collegamento diretto, un ponte tra servizi situati nel cuore di Pavia.

Oggi è però percepita come una barriera in centro città proprio per il suo essere in stato di semi abbandono.

Nel 2018 gli spazi della Cupola sono stati utilizzati solo per un totale di 30 giorni (dati del Servizio Risorse e Patrimonio della Camera di Commercio); inoltre gli spazi esterni hanno ospitato iniziative di associazioni e enti che potrebbero avere un maggior riscontro se l'intero complesso venisse riqualificato e valorizzato.

La riqualificazione e la rifunzionalizzazione, dunque, andrebbero a fermare lo stato di degrado e a rilanciare un'importante porzione del centro storico di Pavia.

L'edificio è di singolare interesse per la sua particolarità, ma anche perché è espressione di un'epoca. Le gallerie con cupola di fine Ottocento, che oggi fanno parte a tutti gli effetti del patrimonio storico-artistico nazionale, sono solo tre: la Galleria Vittorio Emanuele di Milano, la Galleria Umberto I di Napoli e, di dimensioni più contenute ma non per questo meno affascinante della altre, quella voluta da Bernardo Arnaboldi a Pavia, nel cuore della città.



Galleria Vittorio Emanuele di Milano



Galleria Umberto I di Napoli



Galleria Arnaboldi di Pavia

In base alle finalità del nostro progetto, ovvero di realizzare un centro propulsore dello sviluppo culturale e turistico, si ritiene utile analizzare i seguenti aspetti del contesto:

1. Sociale e demografico per comprendere il tessuto in cui il progetto di rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi si colloca, analizzando la probabile “risposta” dei cittadini ai servizi che la Cupola offrirà e le esigenze delle diverse fasce di età della popolazione e delle persone che gravitano su Pavia.
2. Economico e imprenditoriale per comprendere l’andamento economico e lo stato di sviluppo imprenditoriale; le azioni potranno essere soggetti economici attivi all’interno della Cupola Arnaboldi e/o contribuire alla sua promozione di centro propulsore di turismo e cultura; pertanto ai fini della sostenibilità è importante comprendere i trend.
3. Turistico, in quanto sarà il settore di riferimento per i progetti di sviluppo collegati alla rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Il trend delle richieste turistiche sarà fondamentale per indirizzare le attività e le progettualità commerciali/turistiche che avranno come cuore fisico e virtuale la Cupola.
4. Agricolo, in quanto i prodotti a km zero saranno protagonisti di alcuni degli spazi della Cupola Arnaboldi. Conoscere il trend di vendita dei prodotti a km zero, dell’interesse da parte del pubblico appare fondamentale per definire la tipologia di attività da privilegiare all’interno della Cupola.

1.4 Il contesto sociale e demografico

Pavia ha una popolazione di circa 73.000 abitanti, la cui suddivisione per fasce anagrafiche è la seguente:

Dai 15 ai 24 anni 12,1%

Dai 25 ai 39 anni 18,8%

Dai 40 ai 59 anni 29,8%

Dai 60 ai 74 anni 17,6%

Distribuzione della popolazione 2018 - Pavia

Età	Celibi/ /Nubili	Coniugati/ /e	Vedovi/ /e	Divorziati/ /e	Maschi	Femmine	Totale	
								%
0-4	2.576	0	0	0	1.330 51,6%	1.246 48,4%	2.576	3,5%
5-9	2.737	0	0	0	1.395 51,0%	1.342 49,0%	2.737	3,8%
10-14	2.621	0	0	0	1.378 52,6%	1.243 47,4%	2.621	3,6%
15-19	2.775	2	0	0	1.414 50,9%	1.363 49,1%	2.777	3,8%
20-24	3.316	77	0	0	1.758 51,8%	1.635 48,2%	3.393	4,7%
25-29	3.998	418	2	10	2.320 52,4%	2.108 47,6%	4.428	6,1%
30-34	3.338	1.310	3	40	2.361 50,3%	2.330 49,7%	4.691	6,4%
35-39	2.565	1.929	8	99	2.356 51,2%	2.245 48,8%	4.601	6,3%
40-44	2.336	2.639	18	229	2.538 48,6%	2.684 51,4%	5.222	7,2%
45-49	1.918	3.127	47	360	2.689 49,3%	2.763 50,7%	5.452	7,5%
50-54	1.623	3.589	78	521	2.782 47,9%	3.029 52,1%	5.811	8,0%
55-59	1.100	3.449	129	472	2.457 47,7%	2.693 52,3%	5.150	7,1%
60-64	764	3.198	249	357	2.147 47,0%	2.421 53,0%	4.568	6,3%
65-69	557	3.090	438	301	1.994 45,5%	2.392 54,5%	4.386	6,0%
70-74	353	2.673	652	208	1.729 44,5%	2.157 55,5%	3.886	5,3%
75-79	279	2.323	1.101	135	1.598 41,5%	2.240 58,4%	3.838	5,3%
80-84	199	1.542	1.350	72	1.193 37,7%	1.970 62,3%	3.163	4,3%
85-89	166	734	1.296	38	734 32,9%	1.500 67,1%	2.234	3,1%
90-94	79	204	706	11	253 25,3%	747 74,7%	1.000	1,4%
95-99	22	24	171	4	48 21,7%	173 78,3%	221	0,3%
100+	1	2	15	0	4 22,2%	14 77,8%	18	0,0%
Totale	33.323	30.330	6.263	2.857	34.478 47,4%	38.295 52,6%	72.773	100,0%

Le fasce della popolazione che si sono prese in analisi sono quelle ritenute di maggior interesse ai fini del progetto, ovvero che possono essere

- fruitrici della Cupola come “pubblico”
- protagoniste di attività professionali all’interno degli spazi della Cupola

Le fasce di età considerate rappresentano un ampio spettro della cittadinanza.

Occorre, poi, sottolineare, che su Pavia gravitano numerose persone della provincia, della Lombardia, di altre regioni e anche internazionali per esigenze differenti:

- studio: vi sono 9 istituti comprensivi di scuole secondarie di primo grado, 18 scuole secondarie di primo grado, 13 scuole secondarie di secondo grado, l’Università con i suoi 22.000 studenti, l’Istituto Universitario di Studi Superiori, 16 Collegi e residenze universitarie
- lavoro: vi sono uffici pubblici, le strutture sanitarie e universitarie, studi professionali che richiamano professionalità diverse
- sanità: vi sono 17 strutture sanitarie e ospedali, tra cui strutture di eccellenza e all’avanguardia come CNAO
- servizi pubblici e privati: poste, agenzie delle entrate, residenze assistenziali, motorizzazione, catasto, 15 biblioteche, archivi, Musei, Teatri...

I numeri delle persone che transitano da Pavia e il contesto demografico confermano una fruizione potenziale molto elevata della Cupola sotto diversi punti di vista. Pavia è certamente riconosciuta dalle comunità come punto di riferimento.

A Pavia vi sono:

- abitanti “storici” da numerose generazioni che percepiscono l’identità pavese e che certamente sapranno cogliere il valore della rifunzionalizzazione della Cupola, tornando a sentire proprio quel luogo, oggi un po’ nell’oblio per il suo stato di abbandono e per il suo conseguente raro utilizzo
- abitanti “nuovi” che si sono trasferiti a Pavia e che vivono il centro storico come opportunità di incontro, di svago, di socialità. In questo caso la Cupola potrà essere percepita come un luogo di qualità, uno spazio strategico a disposizione di giovani e meno giovani per realizzare attività, per partecipare in prima persona
- studenti, molti provenienti anche da altre città italiane, di diverse fasce di età che con la propria rete di amicizie frequentano il centro storico alla ricerca di un luogo in cui identificarsi. Al momento non esistono spazi riservati ai giovani con le caratteristiche della Cupola Arnaboldi. Nella sua

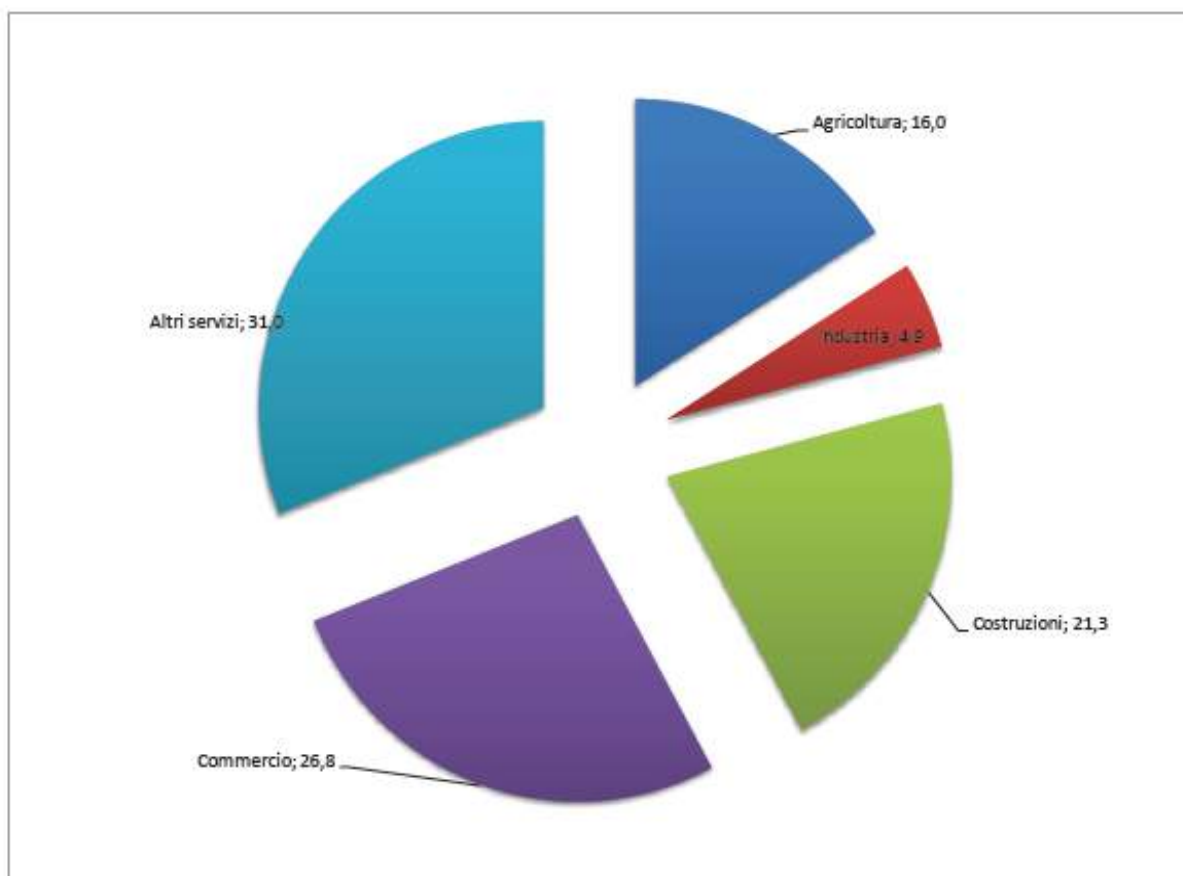
dimensione protetta, di spazio aperto e dunque fruibile ma nello stesso tempo riservato, la Cupola garantirà ai giovani la possibilità di relazionarsi, di vivere la città a loro misura.

- professionisti/ lavoratori che per tutta la settimana o per alcuni giorni gravitano su Pavia e che spesso sentono l'esigenza, appena terminato l'orario di lavoro, di fruire di servizi culturali, di opportunità di svago diverse da quelle offerte dai luoghi tradizionali (biblioteca, musei, bar...) con orari idonei alle esigenze di chi lavora. Tale target potrà essere incuriosito e affascinato da uno spazio rinnovato, che potrà andare incontro anche ad interessi culturali, enogastronomici, commerciali... .
- fruitori occasionali della città (tra cui i turisti) che per motivi diversi arrivano nel capoluogo e che, per apprezzare a fondo Pavia, hanno l'esigenza di conoscere "una sintesi" di Pavia, per poi fruire del territorio in modo lento.

Un luogo – come quello che intende essere la Cupola Arnaboldi - che al contempo rispecchi la tradizione pavese ma che abbia anche un nuovo modo di proporsi alla città potrà rispondere ad esigenze differenti, interessando diverse tipologie di pubblico, offrendo servizi e andando a colmare mancanze oggi presenti e evidenti.

1.4.1 Il contesto economico e imprenditoriale

La storia e l'originaria funzione della Cupola Arnaboldi rispecchiano esattamente il contesto pavese perché essa fu il luogo del commercio e delle attività produttive. Tali attività caratterizzano ancora oggi il territorio pavese, ricco di terziario: circa un terzo delle aziende è legato al commercio, un terzo nel settore degli altri servizi, le costruzioni incidono per il 21,3% e il settore primario per il 16%, una piccola quota (4,9%) è rappresentato dall'industria. Andando ad esaminare più da vicino i settori e, più in particolare il terziario che, come evidenziato in precedenza caratterizza il territorio pavese, si può osservare una buona presenza di commercio al dettaglio (13,8%) e all'ingrosso (9,3%), ma anche degli altri servizi legati alla ristorazione (8,6%) e all'attività immobiliare (5,7%). Ma dovendo indicare i comparti che maggiormente hanno contribuito alla crescita del tessuto imprenditoriale, oltre al commercio all'ingrosso e dettaglio e le attività legate al turismo (alloggio e ristorazione), che hanno fatto registrare un saldo positivo, sono le attività legate più strettamente ad un terziario avanzato che registrano delle buone performance. In particolare il saldo percentuale dello stock positivo si registra nelle attività di supporto alle funzioni di ufficio (10%), nelle attività di direzione aziendale (3,3%), nelle attività ausiliarie e dei servizi finanziari (2,6%).



Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Unioncamere-Infocamere

Distribuzione percentuale delle imprese registrate per branca di attività economica della classificazione delle attività economiche Ateco 2007. Situazione al 31 dicembre 2017

Il settore terziario rappresenta una tipologia di attività significativa all'interno della Cupola Arnaboldi, può contare su di un bacino di soggetti economici che potranno decidere di investire negli spazi e nel progetto camerale di sviluppo.

Una nota particolare va riservata alle start -up. All'interno della provincia di Pavia le imprese start-up si presentano in 19 comuni con i poli di Pavia, Vigevano e Voghera che ne concentrano il 60%. Quindi anche nella provincia di Pavia si osserva quel fenomeno caratteristico, praticamente di tutto il Paese, della collocazione delle imprese start-up nei grandi centri.

Si evidenzia anche nel caso della provincia pavese, le stesse caratteristiche localizzative con il capoluogo che presenta una diffusione di impresa start-up pari a oltre 30 imprese ogni 100.000 abitanti a fronte delle poco più di 10 del complesso della provincia (che equivale a dire che il resto della provincia non arriva a una densità di 7 imprese). Se allarghiamo il perimetro dal comune capoluogo al complesso dei comuni polo si ha l'ulteriore evidenza del ruolo preponderante del capoluogo. Infatti sia Voghera che Vigevano si collocano poco sopra il livello di densità di 10 imprese

ogni 100.000 abitanti e quindi pur essendo comuni rilevanti non riescono ad essere attrattori di start-up innovative.

Ciò dimostra che vi è un substrato di nuove imprese, anche con caratteristiche innovative, che possono essere interessate ad abbracciare il progetto di sviluppo Camerale della Cupola, rappresentando nuova linfa per Pavia e per il territorio.

1.4.2 Il contesto turistico

Il turismo rappresenta un elemento centrale delle politiche di sviluppo di un territorio. In Regione Lombardia, nel 2017, le presenze sono state il 6% in più rispetto al 2016, e i turisti internazionali sono cresciuti del 61%. Gli arrivi sono stati 16,6 milioni (+7,4% rispetto al 2016 e +56% di turisti internazionali). I dati sono stati resi noti all'interno dello speciale redatto da Regione Lombardia e pubblicati sul sito istituzionale, dopo l'elaborazione dell'Osservatorio Innovazione nel Turismo del Politecnico di Milano. Nel dettaglio i numeri vedono una crescita nel 2018 in Italia del 2%, per un valore complessivo di 58,3 miliardi di euro. Una crescita dovuta soprattutto al mercato online, che solo a livello di acquisti e prenotazioni tende a far registrare entro fine anno un +8%, raggiungendo i 14,2 miliardi di euro (24% del mercato complessivo) e al turismo culturale, che nel 2017 ha registrato un +4%, degli arrivi, e si conferma come il segmento di maggior peso del settore, rappresentando il 35,4% del totale del mercato turistico.

Guardando in maniera approfondita i dati della Lombardia, l'Osservatorio evidenzia che le presenze turistiche in regione (dati 2017) hanno raggiunto quota 39.385.960, mentre gli arrivi sono stati 16.557.728, con una permanenza media di 2,38 giorni. L'incremento delle presenze è stato di oltre 2 milioni in più rispetto al 2016 e del 16% nel periodo 2013-2017 (+5,5 milioni), mentre la crescita degli arrivi è stata del 21,6% nel quinquennio 2013-2017 (tre milioni di turisti in più). Secondo i dati diffusi dall'Osservatorio, Milano ha fatto registrare il maggior numero di arrivi, 45,6%, risultando addirittura più attrattivo rispetto all'anno di EXPO2015, seguita dalla provincia di Brescia con il 17%, anche se è Bergamo a registrare il maggior incremento (+13,3%) rispetto al 2016. Buone performance anche a Varese (9,9%) e Monza (9,7%), mentre nel quinquennio 2013-2017 la crescita maggiore si è osservata a Mantova (+36,1%) e Pavia (34,2%). La vicinanza di Pavia a Milano è certamente strategica per l'arrivo di turisti nella nostra città.

L'innovazione e la sostenibilità – come è scritto nel Piano Strategico del Turismo 2017-2022- sono le linee di sviluppo del settore fino al 2022 che si oppongono ad uno sviluppo del turismo di massa, ma che stimolano la crescita di un turismo responsabile e diversificato nei diversi momenti dell'anno e nelle diverse tipologie (enogastronomico, culturale...) in modo da preservare l'ambiente e migliorare il benessere delle popolazioni locali. Proprio al centro della progettualità della Camera

relativa alla Cupola Arnaboldi vi sono i Cammini, esempio emblematico di un turismo sostenibile, responsabile, lontano dal turismo di massa, che risponde alle nuove esigenze di turismo lento. In tale contesto si evince che le linee di sviluppo indicate nel Piano Strategico del Turismo sono proprio quelle perseguite dalla Camera di Commercio.

1.4.2.1 Il turismo in provincia di Pavia

Il dato di crescita significativa osservabile sulla provincia di Pavia, permette di affermare che ci sono ampi margini per uno sviluppo turistico di rilievo. La provincia di Pavia, pur essendo ancora connotata da un "mordi e fuggi", alla fine del 2017 ha registrato 535.000 presenze confermando la tendenza di lungo periodo che vede crescere presenze e arrivi (ormai da tre anni viene sfondata la quota 500.000 unità di presenze). I dati evidenziano un territorio ad andamenti alterni ma con un trend improntato ad una robusta crescita.

Al contempo non va dimenticato come nel 2017 si sia scesi per la prima volta negli ultimi cinque anni sotto la quota di 2 pernottamenti per arrivi. Tale tendenza si inserisce, tuttavia, nel contesto del sistema delle province lombarde; anzi, Pavia negli ultimi due anni ha accorciato quello che era il divario con Mantova.

La provincia di Pavia continua ad essere meta di italiani con la quota di presenze straniere che si attesta al 25% circa. Negli ultimi dieci anni sono sempre stati i francesi gli ospiti stranieri più numerosi in termini di presenze. Ma è interessante osservare come nel corso di questi anni alcuni nuovi turisti hanno scoperto la provincia. Primi su tutti gli svizzeri che hanno più che triplicato le loro presenze dal 2008 a oggi arrivando a costituire nel corso del 2017 il terzo gruppo più nutrito fra gli stranieri. Gli olandesi hanno raddoppiato la loro presenza rispetto al 2008; in continua crescita sono i belgi mentre si sta ridimensionando il peso dei paesi dell'Est Europa. Occorre, inoltre, segnalare che la presenza del settore vinicolo porta sul territorio giapponesi e cinesi, soprattutto buyer, la cui presenza è ancora piuttosto limitata all'acquisto di vino.

Dal punto di vista della qualità dell'offerta, in provincia di Pavia ci troviamo di fronte ad un livello medio-alto che trova riscontro anche nell'osservazione delle presenze. Il 69,4% di queste, infatti, ha soggiornato in strutture alberghiere, in particolare il 48,7% in alberghi a tre stelle (e residenze turistico-alberghiere che però sono presenti in maniera residuale) e il 16,6% in alberghi a 4 stelle. Tra gli esercizi complementari, le presenze maggiori si sono registrate negli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale (8,8%) e negli agriturismi (6,1%). Molto elevate rispetto ai valori medi italiani, risultano anche le presenze nei bed and breakfast (3,2% vs 1,3%). Un focus particolare è da riservare al fenomeno agrituristico. Gli ultimi dati relativi al 2017 mettono in evidenza come in provincia di Pavia siano presenti 255 aziende agrituristiche delle quali 129 sono autorizzate all'alloggio, 126 alla

ristorazione, 24 alla degustazione e 88 ad altre attività. I dati sono tratti dal Rapporto annuale sull'Economia provinciale della Camera di Commercio di Pavia Anno 2017

Da questa prima fotografia emerge che siamo di fronte ad un turista che ha una medio-alta capacità di spesa, che proviene soprattutto dall'Italia.

Attraverso l'analisi dei dati relativi al turismo nazionale e internazionale, è stato possibile identificare i mercati legati alla provincia di Pavia, distinguendoli in 3 gruppi principali:

1. Mercati di maggior sviluppo: Italia, Francia, Germania, Austria e Svizzera .

Ovvero si tratta di mercati da cui già provengono turisti ma che vanno ampliati per raggiungere numeri più significativi.

2. Mercati da sviluppare: Olanda e Belgio, Est Europa

Ovvero si tratta di mercati che hanno avuto trend positivi recentemente o in anni passati da coltivare e sviluppare. Sono mercati che stanno dimostrando o che hanno dimostrato di apprezzare l'offerta locale.

3. I mercati High End: Cina e Giappone

A lungo raggio, le cui fasce più benestanti, con un alto potere di acquisto possono essere particolarmente sensibili ai valori e ai temi incarnati da queste località, focalizzate proprio sulla ricerca della qualità della vita. Sono mercati che stanno entrando in contatto con l'Oltrepò pavese grazie al settore vitivinicolo, a cui va fatta conoscere l'offerta turistica integrata.

Sono dunque presenti numeri che inducono a riflettere sull'importanza di uno sviluppo locale basato sul turismo; occorre però coordinare l'offerta e strutturare una governance che permetta la sostenibilità.

1.4.3 Il contesto agricolo

La provincia di Pavia, con una forte vocazione agricola, si sta caratterizzando sempre di più per due comparti: quello vitivinicolo e quello risicolo. Il territorio della provincia di Pavia è come noto particolarmente florido in termini di vitivinicoltura di qualità. Più in particolare sul territorio è presente la DOCG Oltrepò Pavese, sette DOC, con la DOC Oltrepò Pavese che si divide in 15 Oltrepò Pavese e 35 IGT. La vitivinicoltura, pur presente in tutta l'area, può fregiarsi della Denominazione di Origine Controllata (DOC) in 42 Comuni della zona collinare ed è qui che sono concentrati la maggior parte dei vigneti che, complessivamente occupano una superficie (6° censimento 5 dell'agricoltura, l'ultimo, ISTAT 2010) di circa 13.000 ha, la maggior parte della quale, oltre l'85% e a DOC. La viticoltura è qualcosa che pervade fin negli aspetti più antichi e profondi i territori e le genti dell'Oltrepò Pavese.

In merito alla produzione risicola, secondo i dati riportati nel portale agri.istat.it che consente di valutare l'andamento territoriale delle produzioni agricole del nostro paese, la quantità di riso prodotte (e raccolte) a livello nazionale si è attestata nel 2017 su 1.598.027 tonnellate con un incremento dello 0,7% rispetto all'anno precedente con aumenti mai superiori al punto percentuale in tutti i territori provinciali che hanno questo tipo di coltivazioni. Piemonte e Lombardia continuano come da tradizione a fare la parte del leone della produzione nazionale con quasi il 94% del totale del riso prodotto nello Stivale. E Pavia a sua volta si conferma capitale italiana di questo cereale con una quota del 35,3% sul totale nazionale. Le due produzioni rappresentano i fiori all'occhiello dell'enogastronomia pavese, settore sempre più apprezzato da cittadini e turisti, con un trend in crescita per l'acquisto a KM zero.

Proprio la Camera di Commercio ha investito nella promozione delle eccellenze produttive locali, considerandole un volano da integrare a cultura e turismo per lo sviluppo territoriale. Il riso e il vino saranno tra i protagonisti dei nuovi spazi della Cupola Arnaboldi, dove, storicamente, si stabilivano i costi delle materie prime locali.

1.5 Accessibilità

All'interno dell'analisi di contesto desideriamo soffermarci sulla accessibilità del territorio pavese e sulla accessibilità fisica del bene oggetto dell'intervento.

Pavia è sicuramente una città accessibile attraverso:

- Auto: l'Autostrada A7 MI-GE
- treno : nello specifico la linea S13 collega Milano in tempi rapidi e frequenti (ogni 30 minuti), città da cui partono collegamenti nazionali e internazionali; la stazione di Pavia è raggiunta da collegamenti ferroviari nazionali.
- autobus: da Pavia partono collegamenti con tutto il territorio provinciale, con Milano.
- aeroporti di Milano, ai quali Pavia è particolarmente vicina.
- bicicletta: in questi anni si è investito sulla mobilità sostenibile attraverso la realizzazione di piste ciclabili sia attraverso una fitta rete interna di percorsi ciclabili nonché di postazioni di e-bike (gli ultimi progetti in ordine di tempo sono stati conclusi nel 2018 grazie a contributi di Fondazione Cariplo e di Regione Lombardia).

I percorsi locali:

- Pavia - Bereguardo - Garlasco - Carbonara (anello) 49 km ciclostrada asfalto 8 %
36 m
- Pavia - Confluenza Po Ticino 10 km sentiero terra 10 % 18 m

- Pavia - Ospedale - Pavia Ovest 5 km ciclabile asfalto 8 % 18 m
- Pavia - Pavia Ovest lato nord 5 km sentiero misto 6 % 13 m
- Pavia - Piacenza - Fidenza - Forno Taro 269 km ciclabile misto 20 % 248 m
- Pavia - Ponte di barche di Bereguardo - Pavia 37 km ciclostrada asfalto 0 % 0 m
- Pavia - San Martino Siccomario 4 km strada asfalto 5 % 10 m
- Pavia lungo il Ticino 4 km ciclopedonale misto 12 % 13 m
- Pavia lungo naviglio sud 3 km ciclabile asfalto 2 % 3 m
- Pavia: la città e la sua Certosa 67 km ciclabile asfalto 10 % 46 m
- Pavia: Porta Milano - Viale Cesare Battisti 1 km strada asfalto 4 % 4 m
- Pavia: Via Alzaia - fiume Ticino 3 km ciclabile misto 12 % 25 m

Poiché il progetto pone al centro la rifunzionalizzazione del bene Cupola Arnaboldi anche in virtù della valorizzazione del turismo lento, si ritiene importante riportare i principali percorsi ciclabili tratti dal “Piano regionale della mobilità ciclistica”.

Percorso Ciclabile di Interesse Regionale 01 Ticino



PCIR 01 - Capisaldi: Lavena Ponte Tresa (Va) – Pavia

Diramazione PCIR 01a - Capisaldi: Luino (VA) – Ferrera di Varese (VA)

Diramazione PCIR 01b - Capisaldi: Laveno Mombello (VA) – Cittiglio (VA)

Percorso Ciclabile di Interesse Regionale **05 Via dei Pellegrini - Via per l'Expo**



Lunghezza: 162 Km

Territori provinciali attraversati:

- Como
- Monza Brianza
- Milano
- Pavia
- Lodi

Collegamenti con:

- la Svizzera da Chiasso (CO)
- l'Emilia Romagna (da San Rocco al Porto)
- altri percorsi ciclabili regionali

Capisaldi PCIR 05: Como (loc. Ponte Chiasso) – San Rocco al Porto (LO)

Percorso Ciclabile di Interesse Regionale **13 Via del mare - via del sale**



Capisaldi PCIR 13: Pavia (PV) - Brallo di Pregola/ Passo del Giona (PV)

Percorso Ciclabile di Interesse Regionale **10 Via delle Risaie**



Capisaldi PCIR 10: Palestro (PV) - Castel d'Ario (MN)

Percorso Ciclabile di Interesse Regionale **08 Po**



Lunghezza: 610 Km
(dx e sx Po)

Territori provinciali attraversati:

- Pavia
- Lodi
- Cremona
- Mantova

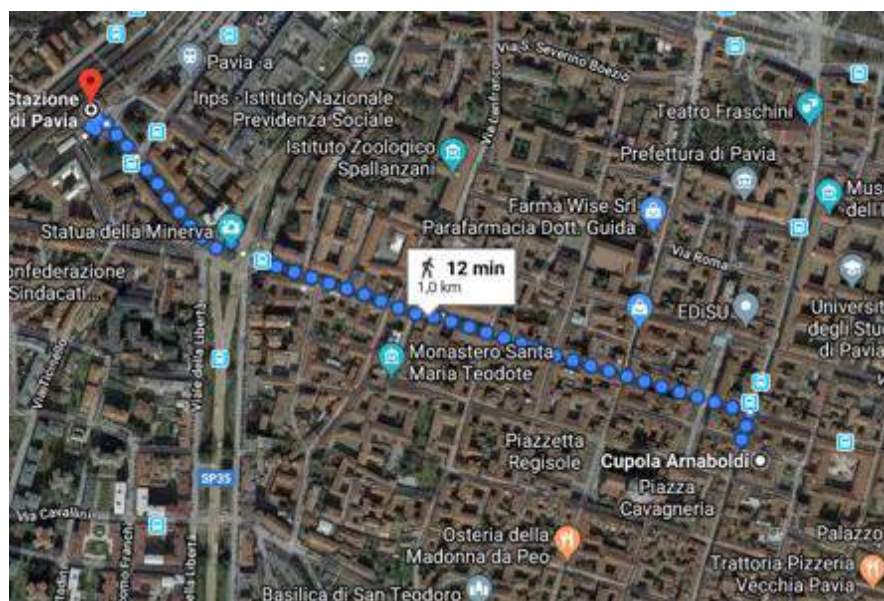
Collegamenti con:

- il Piemonte dai Comuni di Candia Lomellina e di Cornale (PV)
- l'Emilia Romagna dai Comuni di San Rocco al Porto, Casalmaggiore, Suzzara, Moglia e Felonica
- il Veneto dal Comune di Ostiglia
- altri percorsi ciclabili regionali

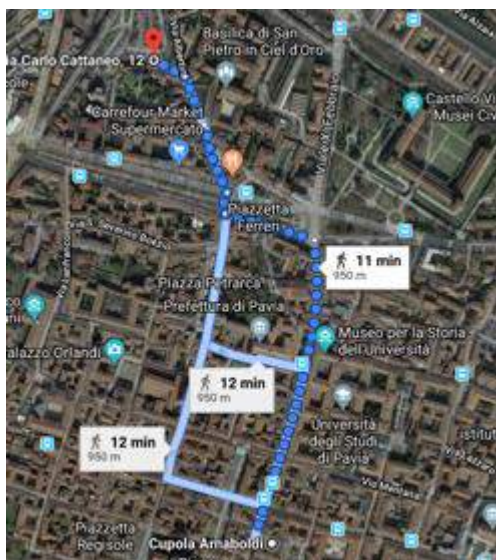
Capisaldi PCIR 08 in territorio lombardo : Candia Lomellina e Cornale (PV) - Felonica e Ostiglia (MN)

La Cupola Arnaboldi è un luogo accessibile:

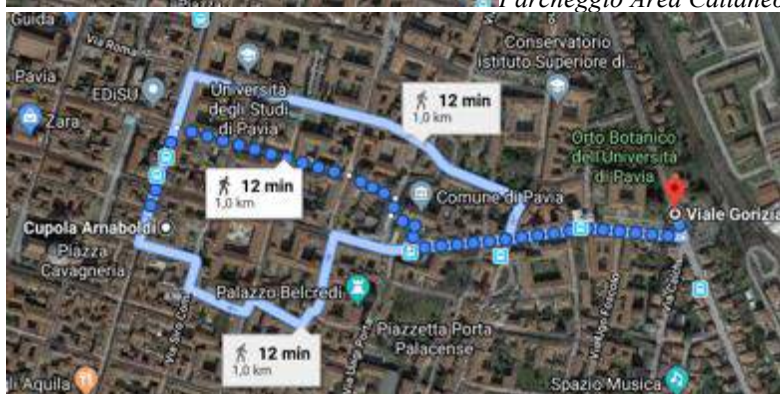
dalla stazione dei treni : 12 minuti a piedi



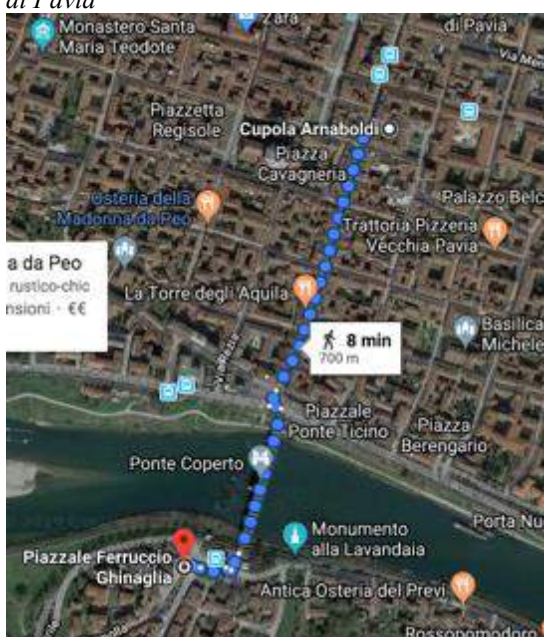
dai posteggi a corona del centro: 5-10 minuti a piedi;



Parcheggio Area Cattaneo a Nord della città di Pavia

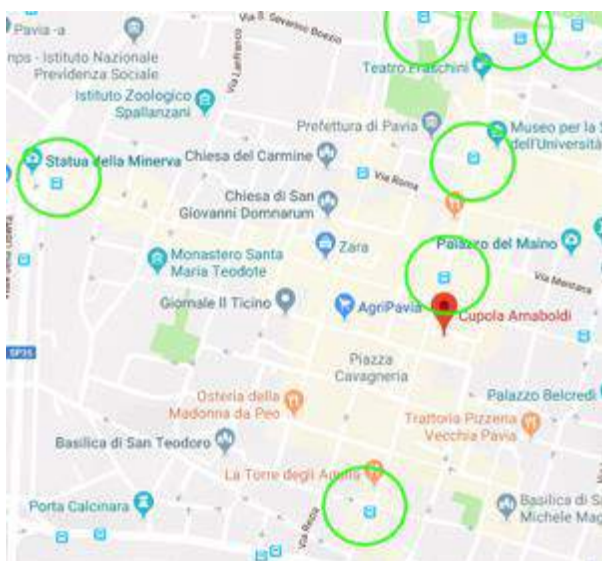


Parcheggio di Viale Gorizia a est della città di Pavia



Parcheggio di Piazzale Ghinaglia a sud della città di Pavia

dalle fermate degli autobus cittadini della linea 1 (Strada Nuova) e della linea 3 (vicinanze di Piazza della Vittoria): 2 – 3 minuti a piedi



In base ad un contesto così articolato emergono le seguenti criticità:

1. la necessità di rifunzionalizzare un importante patrimonio culturale di Pavia, che diversamente continuerebbe ad essere fruibile solo in minima parte, perdendo i valori storici, culturali, economici e sociali. La rigenerazione gli restituirebbe la sua originaria funzione di “luogo dello sviluppo sociale e economico”, rispettando le necessità attuali, intervenendo contro il degrado fisico e sociale che attualmente ruota attorno alla Cupola Arnaboldi.
2. Pavia, nonostante le opportunità e le ricchezze culturali, si impone ancora con difficoltà sulla scena delle attrattive turistiche, rimanendo ancora troppo dietro le quinte; spesso a causa di una mancanza di coordinamento. Emerge dunque la necessità di un centro fisico di coordinamento per le attività turistiche e culturali (come evidenziato anche all’interno della progettualità del PIC), che possa far confluire tutte le nuove progettualità. Il primo approccio per risolvere tale criticità arriva proprio dalla progettualità del PIC, ove per la prima volta si parla, in condivisione con alcuni soggetti territoriali, della Cupola Arnaboldi come luogo destinato ad essere sede di una cabina di regia territoriale .
3. la necessità di strutturare, all’interno del centro, un team formato da figure professionali complementari che sostenga, coordini le risorse locali turistiche, culturali, enogastronomiche.
4. la necessità di procedere in tempi giusti per la creazione del centro propulsore sia per rispondere alle esigenze della progettualità del PIC sia per intercettare le tendenze che si stanno affacciando sul tema del Cammini sia per essere pronti ad investire in modo coordinato con i soggetti del territorio sulla valorizzazione culturale e turistica, concreta opportunità di sviluppo economico per il territorio.

Come risolvere tali criticità? Innanzitutto occorre sottolineare che alle Camere di Commercio sono state riconosciute particolari funzioni nell'ambito della promozione turistica locale. Tale valorizzazione di competenze permette di avere autorevolezza a livello territoriale per poter lavorare a progettualità sovralocali.

I network già in rete di cui la Camera fa parte agevolano l'opportunità di intercettare progetti a livello nazionale e internazionale.

Le risorse umane che la Camera di Commercio può mettere in campo sono professionalità esperte e preparate a livello gestionale, ma anche tecnici del settore amministrativo e economico, nonché una rete di soggetti esperti nel settore dello sviluppo culturale e turistico.

La risorsa monumentale della Cupola Arnaboldi appare strategica per la disponibilità di un luogo fisico, di prestigio e con spazi interni e esterni, idonei alla progettualità di sviluppo culturale e turistico.

Il progetto che presentiamo non è centrato solo sulla rifunzionalizzazione e sulla gestione del bene, ma ha in sé la volontà di creare, far crescere e promuovere un sistema “culturale e turistico”.

2 Obiettivi del progetto

2.1 Finalità generale

Il progetto pone al centro la finalità di FONDAZIONE CARIPLO “favorire l’adesione di scelte strategiche sul patrimonio culturale che consentano di conservare e valorizzare i beni storici-architettonici nel loro contesto paesaggistico come componenti dello sviluppo sociale ed economico all’interno di un programma di medio -lungo termine”.

La rifunzionalizzazione della Cupola è finalizzata a creare un centro aggregativo, produttivo e propulsivo, un punto di riferimento per gli operatori, per la cittadinanza e per i turisti.

La progettualità complessa che ruota intorno alla Cupola Arnaboldi induce a suddividere in tre ambiti gli obiettivi specifici che si intendono perseguire: culturale, economico, sociale.

Gli obiettivi culturali sono prefissati in base alla natura medesima del bene di particolare prestigio storico e architettonico ma anche in base alle progettualità in corso, come ad esempio quella del PIC, che attribuiscono alla Cupola Arnaboldi un ruolo centrale e sono volte a mettere in rete beni culturali, a sviluppare politiche di crescita basate sulla cultura e sui valori identitari.

Gli obiettivi economici sono prefissati in base all’integrazione dei comparti culturale, commerciale, turistico che il progetto vuole realizzare e in base al principio di sostenibilità che si intende perseguire.

Gli obiettivi sociali sono prefissati in base al fatto che la rifunzionalizzazione della Cupola potrà essere una leva positiva per la crescita della comunità, favorendo la partecipazione di target diversificati al processo di sviluppo.

2.2 Gli obiettivi specifici

2.2.1 Obiettivi culturali

1. Riqualicare un bene culturale importante per il suo valore storico e architettonico per renderlo fruibile da parte del pubblico
2. Favorire la riappropriazione da parte della cittadinanza del valore identitario del bene culturale
3. Sviluppare un percorso (anche consolidando quanto già avviato) di promozione culturale e turistica
4. Proseguire strategie e svilupparne di nuove basate sull’ampliamento dell’offerta culturale, valorizzando i Cammini e il ruolo di Pavia Crossroads of Europe, raccogliendo l’eredità del lavoro fatto in passato, soprattutto sotto il profilo dello studio e dell’analisi storica dei Cammini.

5. Creare un punto di riferimento, un centro di regia e di progettazione culturale che coinvolga attori qualificati (associazioni, enti e istituzioni culturali, progettisti, operatori culturali...)

2.2.2 Obiettivi economici

1. Rendere sostenibile nel tempo la fruibilità e la gestione del bene
2. Creare un brand forte in grado di essere competitivo e per sviluppare una politica di marketing territoriale non frammentaria ma condivisa
3. Promuovere l'integrazione di "prodotti" culturali, turistici e enogastronomici. La Cupola sarà lo spazio fisico e virtuale per un'attività di promozione integrata, con il coinvolgimento di società del territorio, operatori turistici.
4. Creare infrastrutture fisiche che possano agevolare le realtà turistiche e culturali locali in un percorso di crescita anche economica
5. Formare giovani professionalità locali che possano trovare un'occupazione nei settori culturale e turistico
6. Favorire lo sviluppo delle produzioni locali attraverso eventi, spazi dedicati all'interno della Cupola che potrà diventare una "vetrina" del territorio
7. Sviluppare strategie di sviluppo turistico che nascano anche dall'incontro di realtà nazionali e internazionali. (Il tema dei Cammini è di ampio respiro europeo)
8. Incrementare i flussi turistici a Pavia e sul territorio attraversato dai Cammini

2.2.3 Obiettivi sociali

1. Valorizzare l'idea del viaggio come momento di esperienze e di scambi con il territorio che si percorre.
2. Agire a favore della presa di coscienza dei cittadini per realizzare una progettazione bottom up e non bottom down. Questo processo di aggregazione ha l'obiettivo di rafforzare l'immagine della destinazione, aumentare la sua capacità di attrazione e amplificare le esternalità positive. Per cambiare la reputazione del territorio serve infatti coinvolgere personalmente i cittadini che devono essere i primi a crederci.

2.3 I cambiamenti che si intendono produrre

I cambiamenti che si produrranno attraverso la realizzazione dell'intervento sono relativi a:

1. Il bene culturale

Il bene culturale riqualificato e rifunzionalizzato permetterà la sua fruizione e, soprattutto, una nuova percezione dello spazio da parte della comunità che non lo considererà più come un ostacolo da oltrepassare ma lo vivrà come uno spazio “nuovo”, una vera piazza che, come tutte le piazze, porta con sé aggregazione, socialità, crescita, identità.

2. La progettualità nel suo complesso

Nella sua interezza, la progettualità permetterà di rivitalizzare la scena locale, trasferendo al territorio la capacità di trasformarsi in destinazione turistica, da semplice contenitore di risorse e attrattive in vero e proprio “contenuto”, ossia in un prodotto turistico e culturale integrato e organizzato.

Dopo la realizzazione delle opere e degli interventi previsti ci saranno: un bene fruibile in toto, servizi per il territorio e per i turisti, un nuovo modo di percepire il territorio da parte dell'intera comunità e degli esterni; una rete consolidata di soggetti e operatori di settori diversi. Gli enti, le persone, resi consapevoli e sperimentate le buone prassi, attraverso gli strumenti a loro disposizione, potranno proseguire il “cambiamento”. Saranno loro stessi protagonisti delle fasi successive

2.4 I soggetti interessati

I soggetti interessati di tale cambiamento saranno:

- gli abitanti del luogo, secondo i numeri e le fasce di età riportate nel paragrafo dedicato al contesto demografico;
- coloro che arrivano a Pavia dall'esterno come studenti/ professionisti/ lavoratori/ turisti (italiani e stranieri). (Solo per il settore turistico si attestano 270.000 arrivi all'anno);
- i diversi soggetti (enti, istituzioni, operatori, associazioni, imprese) che lavorano e si impegnano tramite una attività di valorizzazione nei settori culturale, turistico, enogastronomico;

2.5 I tempi in cui il cambiamento è atteso

Nel breve periodo (entro la conclusione del progetto il 31 dicembre 2021) tutti potranno fruire del patrimonio culturale rivitalizzato e riqualificato, messo in rete, di nuovi spazi “attivi” culturali e turistici; di nuovi servizi per gli operatori del settore, per i cittadini e per i turisti; nel breve-medio periodo (nel corso del progetto e dopo la sua conclusione) e la comunità potrà riappropriarsi dell'identità culturale, gli operatori di settori diversi potranno cogliere opportunità di progettazioni integrate e coordinate e potrà strutturarsi la consuetudine di attività sinergiche e interdisciplinari; nel medio-lungo periodo potrà generarsi un impatto economico significativo per il territorio.

3 Strategia di intervento

3.1 Le modalità realizzative dell'intervento

3.1.1 Le riflessioni che hanno condotto alla scelta della strategia

Papa Francesco, in un passaggio cruciale dell'Enciclica "Laudato si'", nel riflettere sui temi dell'ambiente e della sua salvaguardia, sottolinea che "insieme al patrimonio naturale vi è un patrimonio artistico e culturale, ugualmente minacciato. È parte dell'identità comune di un luogo e base per costruire una città abitabile... Bisogna integrare la storia, la cultura e l'architettura di un determinato luogo, salvaguardandone l'identità originale. Perciò l'ecologia richiede anche la cura delle ricchezze culturali dell'umanità nel loro significato più ampio. ... È la cultura non solo intesa come i monumenti del passato ma specialmente nel suo senso vivo, dinamico e partecipativo, che non si può escludere nel momento in cui si ripensa la relazione dell'essere umano con l'ambiente".

Certamente il progetto prende le mosse dall'importanza strategica del bene "Cupola Arnaboldi", del valore storico, sociale e economico del suo recupero ma anche dalla consapevolezza che tale recupero debba essere inserito in una progettualità ampia che racchiuda "Cura", "Cultura", "Vitalità", "Relazione" affinché tale intervento sia opportunità, crescita, condivisione.

Il progetto non solo ridà nuova vita al bene, anche attraverso iniziative, servizi, modalità gestionali partecipative, non solo restituisce alla comunità un "nuovo" luogo ove svolgere e fruire di attività integrate ma crea, appunto, opportunità, crescita, condivisione per Pavia e per il territorio, ponendosi al centro di un modello di sviluppo.

Pertanto le riflessioni che hanno condotto alla scelta della strategia risultano le seguenti:

- cogliere l'opportunità offerta da Cariplo per consolidare ed implementare le progettualità della Camera di Commercio come ente sovralocale e coordinatore di processi di sviluppo territoriale ;
- la forza dell'unione di pubblico e privato (gli operatori che saranno gestori di alcuni spazi) per un progetto condiviso, in linea con una programmazione partecipata
- La consapevolezza che fino allo scorso decennio era sufficiente per una destinazione disporre di un insieme composito di attrazioni naturali, sociali, fisiche e culturali per affermarsi come meta turistica, negli ultimi anni questo fattore è diventato condizione necessaria ma non sufficiente per inserirsi e, soprattutto, permanere nel circuito dei flussi di visitatori nazionali e internazionali. Essere più allettanti significa offrire un valore aggiunto che consiste nel

rendere riconoscibili e fruibili al turista il complesso di risorse, servizi e facilities che devono risultare tra loro collegati all'interno della località prescelta.

- La consapevolezza che esista potenziale ancora non sfruttato, la cui valorizzazione coordinata potrà ottenere efficaci impatti nella promozione territoriale e nella comunicazione.
- il fil rouge dei Cammini identifica il territorio, permette al turista di riconoscere l'anima originaria e agli abitanti di acquisire la consapevolezza di appartenere ad un territorio con una forte identità. La conoscenza diventa la miglior leva per lo sviluppo del territorio.
- Il fil rouge dei Cammini intercetta le modalità attuali di "essere viaggiatore" in cui scoperta e esperienza rappresentano gli ingredienti indispensabili del viaggio contemporaneo.
- La presenza sul territorio di numerosi soggetti e operatori culturali/turistici/produttivi che spesso "fanno da sé" nella creazione di progettualità individuali e non collettive.
- La ricchezza territoriale costituita da beni culturali e paesaggistici, prodotti enogastronomici per essere percepita nella sua interezza ha necessità di una "vetrina" di sintesi. Partendo dalla molteplicità degli elementi che caratterizzano il territorio pavese, appare strategico arrivare ad una "conclusione unitaria" che possa sia stimolare la scoperta lenta delle peculiarità locali sia permettere di coglierle in modo globale.
- Il back ground di competenze e contatti acquisiti attraverso progettualità camerali che oggi rendono maturo il momento di fare "il salto di qualità" per il territorio.

In base a tali riflessioni la strategia adottata integra interventi di recupero di un importante bene culturale con azioni che esaltano la sua funzione di luogo di "scambio" divenendo, grazie all'offerta di servizi integrati, un volano di conoscenze e d'incontro sociale e tra operatori culturali. Infatti i servizi offerti, le attività e la programmazione che si svolgeranno all'interno del Palazzo e che da questo si estenderanno nel territorio, si caratterizzeranno strategicamente per l'attenzione alle tematiche del turismo culturale, del turismo lento, della salvaguardia dell'ambiente, della valorizzazione e del recupero dell'esistente sia in ambito culturale che enogastronomico. Nella Cupola si svilupperanno servizi che coinvolgono diversi ambiti e che, pur avendo in sé un grande potenziale attrattivo e di sviluppo, non sono ancora stati adeguatamente valorizzati e sfruttati; la concentrazione in un unico luogo potrà portare ad una accessibilità migliore e ad un apprezzamento di tutto il territorio.

Inoltre è stato ritenuto strategico partire dall'attività di programmazione della nuova funzione della Cupola sulla base di una conoscenza approfondita del territorio, così come è stato ritenuto strategico pensare ad una struttura organizzativa-gestionale, definendo politiche e attuando azioni operative capaci di rispettare alcuni criteri fondamentali come: il coinvolgimento di una pluralità di attori

pubblici e privati; l'adozione di una logica trasversale in funzione del carattere relazionale del turismo, direttamente e indirettamente connesso ad altri settori economici; l'uso di specifici strumenti di misurazione e monitoraggio. La logica della sostenibilità dovrà essere trait d'union nel complesso delle operazioni da eseguire.

3.1.2 i vantaggi della strategia adottata rispetto a eventuali soluzioni alternative

Riteniamo che i vantaggi derivino dal fatto che la strategia adottata è stata individuata a misura della realtà territoriale. La Cupola Arnaboldi potrà essere percepita come una risorsa della collettività, elemento fondamentale alla base dello sviluppo sostenibile.

La scelta di destinare parte degli spazi alla programmazione culturale assume il ruolo di strumento a servizio della comunità che attraverso essa raggiunge una maggiore consapevolezza del proprio territorio. = Sense of place arricchito dalle relazioni e dagli sguardi esterni dei viaggiatori che mantiene viva l'identità del luogo. La partecipazione attiva della popolazione locale è un processo di lungo periodo e sarà stimolata mediante adeguate attività di sensibilizzazione ed educazione centrate sulla condivisione affinché si inneschi una trasformazione nel comportamento e nella percezione dell'ambiente circostante, in modo da assumere volontariamente un atteggiamento positivo e propositivo. L'attivazione di processi di collaborazione, attraverso la costruzione di una rete di organizzazioni del territorio si traduce in abitudine alla co-progettazione integrata tra attori diversi in ambiti diversi.

Puntare allo sviluppo culturale e turistico permetterà l'instaurarsi delle relazioni tra turisti e abitanti, le quali lasceranno un senso di appartenenza ad una community più ampia = Visione positiva del proprio territorio e visibilità internazionale di un luogo che attualmente è ai margini dei flussi turistici. Il valore inclusivo della programmazione proposta costituisce per la comunità un'opportunità di cambiamento e di affermazione della propria identità culturale = Aumento del livello di coesione e aumento della qualità della vita.

La creazione di servizi all'interno della Cupola che invitano alla partecipazione attiva del viaggiatore, permetterà di educarlo alla cultura del luogo. = Il viaggiatore consapevole manterrà un comportamento rispettoso verso il territorio ospitante e la popolazione locale.

Infine la conoscenza e lo scambio con culture nazionali e internazionali, elementi cardine dei cammini, produrrà una maggior apertura culturale.

3.1.3 *I fattori esterni che possono influire sull'esito dell'intervento*

La Camera ha considerato e ha condiviso riflessioni in merito a quei fattori che possono influire sull'esito dell'intervento. Innanzitutto potrebbe avvenire un mutamento del quadro nazionale relativo alla situazione delle Camere di Commercio, tuttavia si ritiene che il buon esito del percorso di costruzione “della cultura dell'integrazione del lavoro in rete” tra pubblico e privato, tra soggetti locali e sovtralocali consentirà di coinvolgere in modo consapevole anche eventuali nuovi vertici amministrativi, proseguendo nella programmazione avviata.

Occorre poi considerare che uno o più soggetti/operatori economici individuati per la gestione di alcuni degli spazi potrebbero abbandonare la loro progettualità all'interno della Cupola per motivazioni diverse (chiusura della attività, spostamento della sede operativa, motivi familiari...). In questo caso potrà supplire la rete di contatti che la Camera ha, anche con le relazioni già sviluppate con le associazioni di categoria e con numerosi soggetti del territorio.

Si ritiene che il modello di coordinamento e di gestione scelto per il Progetto possa essere trasferibile e sostenibile nel tempo, anche a fronte di eventuali mutamenti delle condizioni di contorno.

Un ulteriore fattore esterno che potrebbe influire sull'esito dell'intervento è rappresentato dal comportamento non razionale del consumatore, sempre più trainato da fattori emozionali e alla ricerca di una esperienza turistica individuale e personalizzata, ma nel contempo olistica, che rispecchia il cambiamento culturale della società. Per far fronte a ciò, si interverrà ponendo al centro la dinamicità del Piano di servizi e di attività, evitando elementi di staticità.

Per contrastare, comunque, fattori esterni che possono influire sull'esito del progetto si valuteranno in modo costante l'andamento progettuale, le azioni, la gestione dei fondi, la partecipazione territoriale in modo che eventuali criticità possano essere affrontate in itinere, per cercare le soluzioni più opportune. Abbiamo considerato indispensabile, comunque, fare un'attenta considerazione sui punti di forza, punti di debolezza, sulle opportunità e minacce, attraverso la seguente analisi Swat

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
✓ Pavia è toccata da alcuni cammini e ciclovie molto note e in continuo sviluppo. ✓ Il bene si trova nel capoluogo e nel centro storico ✓ Il bene culturale ha in sé valori storici, sociali, economici ✓ Il bene è di pregio architettonico ✓ Il bene è conosciuto dalla comunità ✓ La qualità della progettazione tecnica risponde a sicurezza e standard elevati ✓ Vi è una notevole ampiezza degli spazi ✓ La tematizzazione è garanzia di impatto mediatico. ✓ Presenza a Pavia di operatori culturali e turistici ✓ Presenza di professionalità con competenze tecniche e gestionali	✓ Il territorio ha attrazioni significative, ma è ancora debole la capacità di “presentarsi” e comunicare; serve una “vetrina” ✓ La rete di strutture per l’ospitalità è ancora debole ✓ Dopo alcuni anni di parziale attività la disponibilità degli spazi della Cupola va promossa ✓ Poco sviluppato il marketing dell’esperienza
OPPORTUNITA’	MINACCE
✓ La Camera di Commercio è inserita in network importanti: a livello territoriale (ad esempio per il PIC), nazionale (network delle Camere di Commercio italiane) e a livello internazionale ✓ Crescente domanda turistica verso luoghi meno noti e basata sull’esperienza e la sostenibilità ✓ L’Europa e l’Italia investiranno molto nei prossimi anni sul turismo culturale e sulla sostenibilità ambientale ✓ Percentuale positiva e in costante crescita del turismo in provincia di Pavia	✓ Competitors in costante aumento sia a livello nazionale che internazionale ✓ Dipendenza da Milano ✓ Sistema un po’ troppo autoreferenziale ✓ Tessuto locale poco abituato alla governance

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Percentuale positiva e in costante crescita del turismo slow e green. ✓ Presenza di giovani che si stanno formando nelle professioni turistiche | |
|--|--|

3.2 Le azioni

Le azioni si articolano in 4 Piani che comprendono sotto azioni specifiche. Si tratta di Piani integrati e complementari che comprendono interventi edilizi per rendere il bene accessibile e idoneo alla nuova destinazione d'uso; azioni per rendere funzionali e efficienti i servizi previsti, azioni che permettano una gestione e una sostenibilità efficaci, azioni che valorizzino i risultati del progetto e li promuovano presso target diversi. I Piani delle attività e dei servizi, della gestione e della sostenibilità e della comunicazione comprenderanno sia azioni singole sia azioni realizzate in sinergia con soggetti territoriali.

3.2.1 Il Piano degli interventi strutturali

Il piano comprende gli interventi riguardanti la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi per garantire la piena fruibilità del bene e la piena realizzazione dei diversi servizi previsti all'interno.

3.2.2 Il Piano delle attività e dei servizi

Il Piano prevede la realizzazione di un sistema di attività e di servizi legati ai settori culturale, turistico, commerciale.

3.2.3 Il Piano per la gestione e la sostenibilità

Il piano comprende le azioni riguardanti le modalità e la struttura organizzativa per la gestione delle attività e dei servizi, i ruoli dei soggetti coinvolti, i meccanismi di coordinamento e di partecipazione, la sostenibilità in un'ottica di medio-lungo periodo

3.2.4 Il Piano per la comunicazione

Il piano comprende le azioni volte alla diffusione della conoscenza sulle attività e sui servizi previsti e a sensibilizzare potenziali donatori.



Le azioni corrispondono agli obiettivi nel seguente modo:

Obiettivi culturali	Le azioni
1. Riqualificare un bene culturale importante per il suo valore storico e architettonico per renderlo fruibile da parte del pubblico	3.2.1 Il piano degli interventi strutturali
2. Favorire la riappropriazione da parte della cittadinanza del valore identitario del bene culturale	3.2.1 Il piano degli interventi strutturali 3.2.3 Il piano per la gestione e la sostenibilità - 3.2.3.a la governance 3.2.4 Il piano della comunicazione
3. Sviluppare un percorso (anche consolidando quanto già avviato) di promozione culturale e turistica	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.b Lo spazio multifunzionale – b2b 3.2.2.c Infopoint dei cammini
4. Proseguire strategie e svilupparne di nuove basate sull’ampliamento dell’offerta culturale, valorizzando i Cammini e il ruolo di Pavia Crossroads of Europe, raccogliendo l’eredità del lavoro fatto in passato, soprattutto sotto il profilo dello studio e dell’analisi storica dei Cammini.	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi - 3.2.2.c Infopoint dei cammini
5. Creare un punto di riferimento, un centro di regia e di progettazione culturale che coinvolga attori qualificati (associazioni, enti e istituzioni culturali, progettisti, operatori culturali...)	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.b Lo spazio multifunzionale – progettazione partecipata e condivisa

Obiettivi economici	
1. Rendere sostenibile nel tempo la fruibilità e la gestione del bene	3.2.3 Il piano per la gestione e la sostenibilità
2. Creare un brand forte in grado di essere competitivo e per sviluppare una politica di marketing territoriale non frammentaria ma condivisa	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi - 3.2.2.c Infopoint dei cammini 3.2.4 Il piano della comunicazione
3. Promuovere l'integrazione di "prodotti" culturali, turistici e enogastronomici. La Cupola sarà lo spazio fisico e virtuale per un'attività di promozione integrata, con il coinvolgimento di società del territorio, operatori turistici.	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.a La bottega dei cammini 3.2.2.b Lo spazio multifunzionale 3.2.2.c Infopoint dei cammini
4. Creare infrastrutture fisiche che possano agevolare le realtà turistiche e culturali locali in un percorso di crescita anche economica	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.a La bottega dei cammini
5. Formare giovani professionalità locali che possano trovare un'occupazione nei settori culturale e turistico	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.a La bottega dei cammini –alternanza scuola lavoro 3.2.2.c Infopoint dei cammini - alternanza scuola lavoro
6. Favorire lo sviluppo delle produzioni locali attraverso eventi, spazi dedicati all'interno della Cupola che potrà diventare una "vetrina" del territorio	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.a La bottega dei cammini

7. Sviluppare strategie di sviluppo turistico che nascano anche dall'incontro di realtà nazionali e internazionali. (Il tema dei Cammini è di ampio respiro europeo) 8. Incrementare i flussi turistici a Pavia e sul territorio attraversato dai Cammini	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.b Lo spazio multifunzionale –b2b
Obiettivi sociali 1. Valorizzare l'idea del viaggio come momento di esperienze e di scambi con il territorio che si percorre. 2. Agire a favore della presa di coscienza dei cittadini per realizzare una progettazione botton up e non botton down. Questo processo di aggregazione ha l'obiettivo di rafforzare l'immagine della destinazione, aumentare la sua capacità di attrazione e amplificare le esternalità positive. Per cambiare la reputazione del territorio serve infatti coinvolgere personalmente i cittadini che devono essere i primi a crederci.	3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.c Infopoint dei cammini 3.2.4 Il piano della comunicazione 3.2.2 Il piano delle attività e dei servizi – 3.2.2.c Infopoint dei cammini 3.2.4 Il piano della comunicazione 3.2.3 Il piano per la gestione e la sostenibilità – la partecipazione e la condivisione del territorio

Al fine di restituire un quadro dettagliato e completo dell'intervento, i successivi paragrafi descriveranno le azioni di progetto, riportando le seguenti informazioni per ciascuna di esse:

Descrizione dell'azione: riguarda la descrizione generale dell'azione da attivare, delle sue finalità, della sua ragione di inserimento nel piano;

Fasi realizzative dell'azione: riguarda le modalità tecniche attraverso le quali il progetto potrà essere sviluppato;

Risorse necessarie (umane, materiali, economiche): vengono indicate le risorse umane, materiali ed economiche complessivamente necessarie per la realizzazione dell'azione;

Soggetti coinvolti: viene indicato il ruolo dei diversi partner nella specifica azione e l'eventuale collaborazione con soggetti esterni (fornitori, finanziatori, fornitori di beni e servizi);

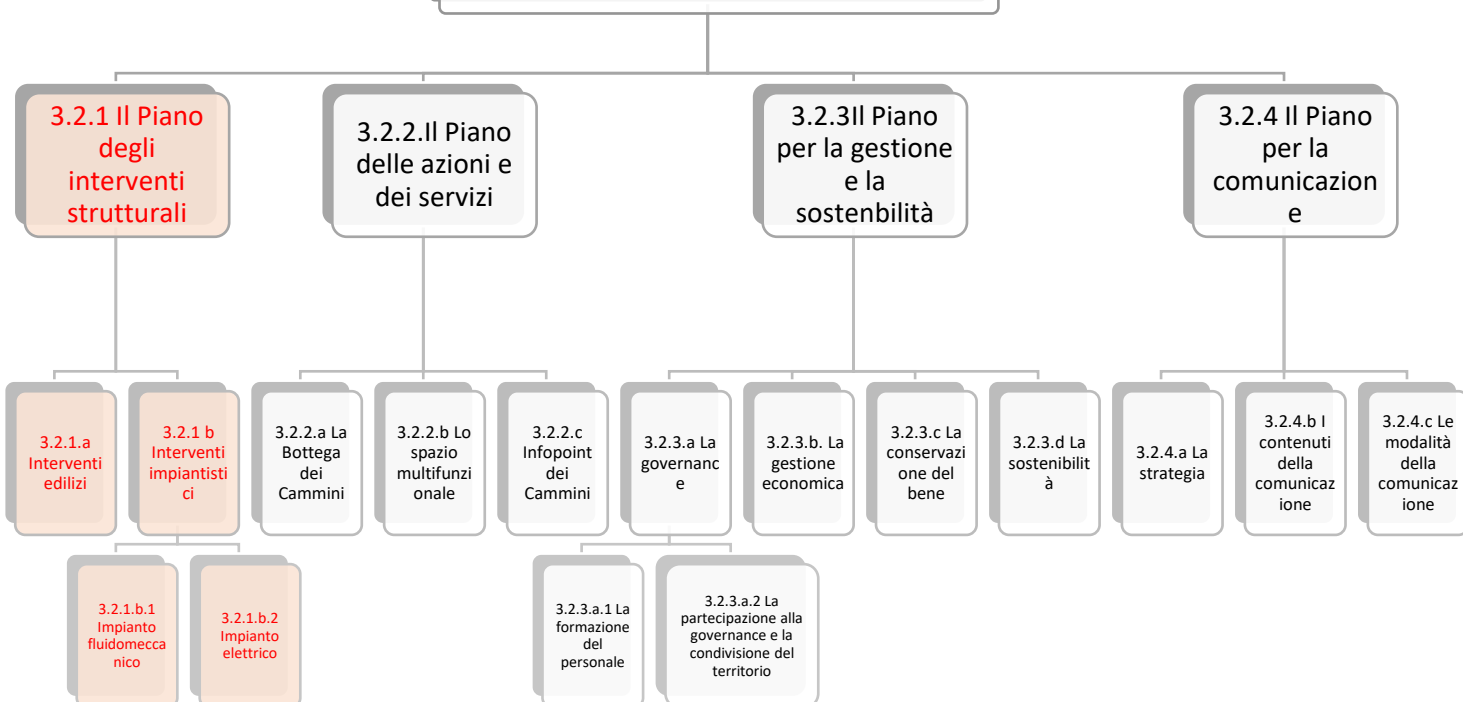
Soggetti beneficiari: vengono enumerati i soggetti che trarranno beneficio dall'azione, la tipologia e il numero di fruitori e/o utenti finali a cui potrà arrivare a rivolgersi l'azione;

Risultati attesi: esplicita benefici attesi dall'azione in termini complessivi e qualitativi;

Tempi di realizzazione: quantifica il tempo necessario a sviluppare l'azione e la sua durata temporale rispetto al progetto (i tempi sono riepilogati complessivamente al paragrafo

Cronoprogramma)

Schema di sintesi delle azioni



3.2.1 Il Piano degli interventi strutturali

Descrizione:

Per inquadrare l'intervento edilizio occorre sottolineare che i locali di proprietà della Camera di Commercio sono stati oggetto di completa ristrutturazione negli anni '70 e risultano attualmente in disuso. L'edificio era adibito a sala contrattazioni, corsi e uffici annessi; infatti al piano terra sono ubicati il Salone Contrattazioni le cui finestre si affacciano da una parte sul porticato di piazza del Lino, dall'altra sulla perpendicolare via Varese e ancora sulla galleria, e la sala corsi, prospettante su via Varese e sulla galleria stessa. L'edificio era anche sede dell'azienda speciale della Camera di Commercio "Pavia sviluppo" i cui uffici si sono trasferiti all'interno della sede camerale di via Mentana. Al piano primo piano sono ubicati gli ambienti destinati a ufficio, i quali anch'essi si affacciano sia su piazza del Lino, via Varese e la Galleria. Sono presenti ulteriori due scale, poste al confine con altra proprietà; la prima collega il piano interrato con i due piani fuori terra dell'unità immobiliare e la seconda mette in collegamento il piano interrato con la zona "condominiale" prospettante su via Varese. Al

piano interrato sono presenti locali di servizio, e locali impiantistici. I locali in disuso necessitano di rifunzionalizzazione degli spazi, di rifacimento e adeguamento dell'impiantistica, dell'abbattimento delle barriere architettoniche. Lo stato in essere degli impianti appare in stato critico; inoltre si sono rimarcate problematiche legate all'insufficiente controllo della temperatura ambiente in particolare per i locali al piano primo. Il recupero della Cupola è un intervento strategico che riassume in sé istanze multidisciplinari che spaziano dalla rifunzionalizzazione, all'analisi volta a identificare le migliori metodologie di restauro, all'elaborazione progettuale della sua nuova identità contemporanea, fino alla valorizzazione urbana e sociale di un rinnovato tassello di città. Il tema della sostenibilità diventa quindi il filo conduttore di un intervento complesso che affronta anche obiettivi di carattere culturale, turistico, sociale e urbano. I criteri guida seguiti nella progettazione degli interventi sono stati i seguenti:

- la predisposizione di interventi di ripristino e miglioramento non alterano, né complessivamente né localmente, gli schemi statici originari;
- la predisposizione di interventi rispettosi delle tecniche costruttive e dei materiali originariamente utilizzati, degli elementi di finitura, delle caratteristiche intrinseche e cromatiche delle finiture presenti
- la previsione di elementi in aggiunta per rispondere alle esigenze della nuova destinazione d'uso
- la predisposizione di interventi strutturali preferibilmente reversibili;

3.2.1.a Interventi edilizi

A livello edilizio gli interventi previsti sono: - Abbattimento delle barriere architettoniche presenti per rendere accessibile tutti gli spazi previsti aperti al pubblico: inserimento di ascensore a norma D.M. 236/1989, servizi igienici accessibili sia al piano terra che al piano primo. - Sostituzione di tutti i controsoffitti - Rifacimento dei blocchi di servizi igienici, con l'inserimento di due bagni con accessibilità da parte disabili e inserimento di un nuovo blocco al piano primo per venire incontro alle nuove esigenze delle utenze previste. - Interventi per la messa in sicurezza della scala (parapetto e alzata dei gradini) - Lucidatura dei pavimenti in marmo - Ripristino dei rivestimenti lignei con interventi di scartavetratura, eventuali stuccatura e riverniciatura - Inserimento di nuovi serramenti interni per delimitare le aree d'uso e garantire la necessaria privacy e riservatezza alle diverse utenze, qualora presenti simultaneamente. - Nuovi controsoffitti in quadrotte in fibra minerale e in cartongesso continuo come da elaborati grafici - Nuove pareti divisorie al primo piano per la suddivisione

degli uffici. Si prevede la loro realizzazione in vetro al fine di conferire luminosità agli ambienti. - Tinteggiature di tutti i locali del piano terra e primo

3.2.1 b Interventi impiantistici

La progettazione di impianti verrà realizzata con competenza tecnica, aggiornamento continuo sulle normative, conoscenza delle problematiche di cantiere ma anche con capacità di trovare la soluzione giusta per l'esigenza di ogni spazio. Si garantirà efficienza, sicurezza e controllo dei costi di gestione. I lavori verranno condotti a stretto contatto con le ditte installatrici e con gli enti preposti per il controllo e le autorizzazioni. Si assicureranno materiali appropriati e tecnologie innovative, per garantire soluzioni impiantistiche all'avanguardia, integrate con la struttura.

3.2.1.b.1 Impianto fluidomeccanico

Mantenimento del sistema attuale di climatizzazione del piano terra, con revisione delle apparecchiature non funzionanti, sostituzione del motore con inverter di regolazione portata d'aria. - Utilizzo dell'impianto di trattamento aria del piano primo unicamente come rinnovo dell'aria (i locali non sono dotati della corretta superficie aerante necessaria al rispetto della normativa igienico sanitaria), con revisione delle apparecchiature non funzionanti, sostituzione del motore con inverter per regolazione della portata d'aria. - Realizzazione di un impianto di ventilconvettori per i locali del piano primo atti al controllo della temperatura ambiente indipendente per ogni locale. - Trasformazione della centrale termica da gasolio a gas metano con sostituzione delle attuali caldaie e del camino. - Pulizia e sanificazione delle canalizzazioni dell'aria e delle bocchette per entrambi i piani. - Eliminazione del circuito a servizio del piano interrato, mediante chiusura della serranda dedicata.

3.2.1.b.2 Impianto elettrico

- Rifacimento rete di distribuzione principale Per consentire la connessione di nuovi impianti di climatizzazione, nuove dorsali per prese di corrente, illuminazione ordinaria e sicurezza, si è previsto il completo rifacimento dei quadri di distribuzione e della rete di condutture da sottendere ai nuovi quadri (ad esclusione del quadro centrale termica).
- Rifacimento sistema di illuminazione Gli apparecchi di illuminazione verranno sostituiti con dei nuovi che saranno provvisti di lampade a LED caratterizzate da un'efficienza luminosa nettamente superiore alle attuali e che consentiranno quindi un risparmio energetico proporzionato al numero di ore annue di utilizzo della struttura. Al piano primo sarà effettuata

una sostituzione “uno ad uno” degli apparecchi esistenti, nell’ottica di mantenere l’attuale controsoffitto, mentre al piano terra l’impianto di illuminazione verrà rivisto in base alla nuova destinazione d’uso dei locali, con sistema di regolazione del flusso luminoso. Il nuovo impianto di illuminazione di sicurezza e di segnaletica delle vie di esodo sarà costituito da apparecchi autonomi (con accumulatori incorporati).

- Impianto di prese di corrente: saranno previsti nuovi gruppi prese da installare a parete su nuovi canali a battiscopa o ad incasso in caso d’ intervento edile sui muri esistenti. I nuovi gruppi prese saranno di tipo civile e da installare in prossimità delle postazioni di lavoro previste.
- Impianto di fonia dati: l’impianto di fonia dati attuale verrà ampliato mediante un nuovo armadio rack, al quale saranno sottese parte delle prese dati esistenti da recuperare ed i nuovi punti dati. Saranno inoltre previsti access point Wi-Fi disposti in modo tale da consentire una piena copertura wireless nelle sale conferenze del piano terra. Per quanto riguarda gli apparati attivi essi saranno di recupero dall’esistente impianto e da ricollocare nel nuovo armadio a rack.
- Sistema di rivelazione ed allarme antincendio (IRAI). Il nuovo sistema di rivelazione fumi sarà composto di: • centrale di comando e segnalazione a microprocessore con modulo GSM, da installare nella suddetta centrale, per la remotizzazione degli allarmi presso appositi numeri telefonici per allertare personale correttamente formato e informato; • rivelatori ottici di fumo puntiformi da installare sopra e sotto i nuovi controsoffitti al piano terra; • pulsanti di allarme manuali da installare a parete lungo le vie di esodo e avvisatori ottici di allarme da installare a parete nei vari locali della struttura ad entrambi i piani. Tale sistema sarà in grado di comandare, in caso di incendio, la chiusura delle serrande tagliafuoco sui canali dell’aria e l’arresto della ventilazione dell’impianto di climatizzazione, la chiusura delle porte REI (ove previste) e gli avvisatori ottico acustici. In particolare gli avvisatori, gli elettromagneti di trattenimento porte e le serrande avranno alimentazione di sicurezza ricavata da appositi alimentatori con accumulatori. Tutta la rete di alimentazione sarà da realizzare con cavi resistenti al fuoco 30 min. (FTG4OHM1 – 0,6/1 kV), in conformità alla norma UNI 9795.
- Impianto di antintrusione e TVCC: l’edificio sarà dotato di un sistema di antintrusione con livello di prestazione 1 secondo la norma CEI 79-3, composto da sensori trappola nei vari locali, centrale di allarme completa di modulo GSM per la remotizzazione degli allarmi presso appositi numeri telefonici o società di vigilanza. Sarà inoltre previsto un impianto di TVCC esterno composto da telecamere IP con illuminatori ad infrarossi.

- Impianti elettrici a servizio degli impianti meccanici: nelle opere elettriche saranno previsti i collegamenti necessari ad alimentare e comandare i nuovi ventilconvettori previsti nei vari ambienti, nonché l'alimentazione della nuova caldaia a gas metano.

Fasi realizzative dell'azione:

1 Verrà redatto il progetto esecutivo, che rappresenterà la fase tecnicamente più definita dell'intera progettazione.

Il progetto esecutivo sarà redatto sulla base delle direttive fornite dal progetto definitivo e si comporrà dei seguenti elementi:

- una relazione generale;
- le relazioni specialistiche;
- gli elaborati grafici, anche quelli relativi alle strutture, agli impianti ed alle opere di risanamento ambientale;
- i calcoli esecutivi delle strutture e degli impianti;
- i piani di manutenzione dell'opera nel suo complesso e nelle parti di cui è composto;
- i piani di sicurezza e coordinamento;
- il computo metrico estimativo definitivo ed il quadro economico;
- il cronoprogramma dei lavori con eventuali aggiornamenti ;
- elenco dei prezzi unitari;
- il quadro dell'incidenza di manodopera per le diverse categorie di cui si compone la lavorazione;
- lo schema di contratto ed un capitolato speciale d'appalto.

2 Verrà avviato e realizzato l'iter burocratico per procedere alla gara di appalto e all'affidamento dei lavori; si procederà con la richiesta e il recepimento delle autorizzazioni necessarie. **Si segnala che la richiesta di parere alla Soprintendenza è stata inviata il 10 di aprile 2019. In base alla scadenza dei termini del rilascio del parere, il documento dovrà pervenire entro il 10 di agosto. In base a contatti telefonici con la Soprintendenza è emerso che il parere verrà rilasciato entro fine luglio.** Verranno individuati i contraenti secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa

3 Avvio e svolgimento lavoro, certificazione impianti, collaudo. Verranno eseguiti gli interventi presenti secondo il progetto redatto, eventuali necessità di varianti in corso d'opera verranno valutate e affrontate. Il direttore lavori e il responsabile della sicurezza svolgeranno i compiti previsti per la corretta esecuzione dei lavori e il rispetto delle normative sulla sicurezza.

Risorse necessarie:

Risorse umane: personale Camera di Commercio, progettisti tecnici (ingegneri e architetti) direttore lavori, responsabile della sicurezza, ditte esecutrici

Risorse materiali: strumenti di progettazione e programmi informatici necessari per la redazione del progetto esecutivo; materiali edili; macchinari per l'esecuzione dei lavori

Risorse economiche: 523.970,60€

Soggetti coinvolti

la Camera di Commercio avrà il ruolo di coordinamento delle diverse fasi della progettualità che verranno seguite in modo tecnico dai diversi progettisti, ognuno in base alla propria competenza. La Camera avrà anche il ruolo realizzare le procedure per l'affidamento dei lavori

I fornitori saranno i progettisti con il compito di redigere il progetto esecutivo, svolgere il compito di direttore lavori e di responsabile della sicurezza. Le ditte fornitrici di materiali edili e le ditte edili si occuperanno della realizzazione dei lavori.

I finanziatori della azione saranno Camera di Commercio e FONDAZIONE CARIPLO

Soggetti beneficiari:

I dipendenti della Camera di Commercio di Pavia che potranno beneficiare degli spazi rifunzionalizzati per svolgere attività di promozione, di coordinamento territoriale e per lo sviluppo di progettualità. I soggetti istituzionali/ gli operatori culturali e turistici che potranno avere un luogo dedicato alle progettualità culturali e turistiche, ove confrontarsi, valorizzare le proprie attività . In prima istanza i beneficiari saranno i soggetti che fanno parte della rete del PIC, attualmente formata da 10 partner.

La rete potrà estendersi a tutti i comuni della provincia di Pavia, ovvero 187 enti, a numerose associazioni culturali, ai soggetti che si occupano di valorizzazione culturale e turistica (5 soggetti), alle associazioni di categoria; agli operatori economici e turistici (con attenzione ai 7.000 produttori agricoli locali).

La popolazione di Pavia: tutti gli abitanti della città, ovvero 73.000 persone, potranno beneficiare degli spazi rifunzionalizzati

La popolazione della provincia di Pavia: circa 500.000 persone che si potranno recare a Pavia per motivi di studio, di lavoro, di shopping

I turisti: ogni anno entrano in contatto con la provincia di Pavia circa 500.000 persone, potenzialmente fruitrici degli spazi della Cupola. Di questi si segnalano nello specifico 270.000 visitatori della città di Pavia

Risultati attesi

Ci si attende di avere la disponibilità di spazi riqualificati, efficienti e accessibili;

Nello specifico ci si attende:

1. Numero spazi 9
2. Idoneità degli spazi per i servizi proposti
3. Spazi accessibili per disabili sia al piano terreno sia al primo piano
4. Efficienza degli impianti

Indicatori di risultato:

1. Numero degli spazi rifunzionalizzati e qualità degli interventi
2. Rispetto del cronoprogramma
3. Rispetto delle risorse economiche programmate
4. Risparmio di gestione degli impianti

Tempi di realizzazione:

da gennaio 2020 a maggio 2021

3.2.2 Il Piano delle attività e dei servizi

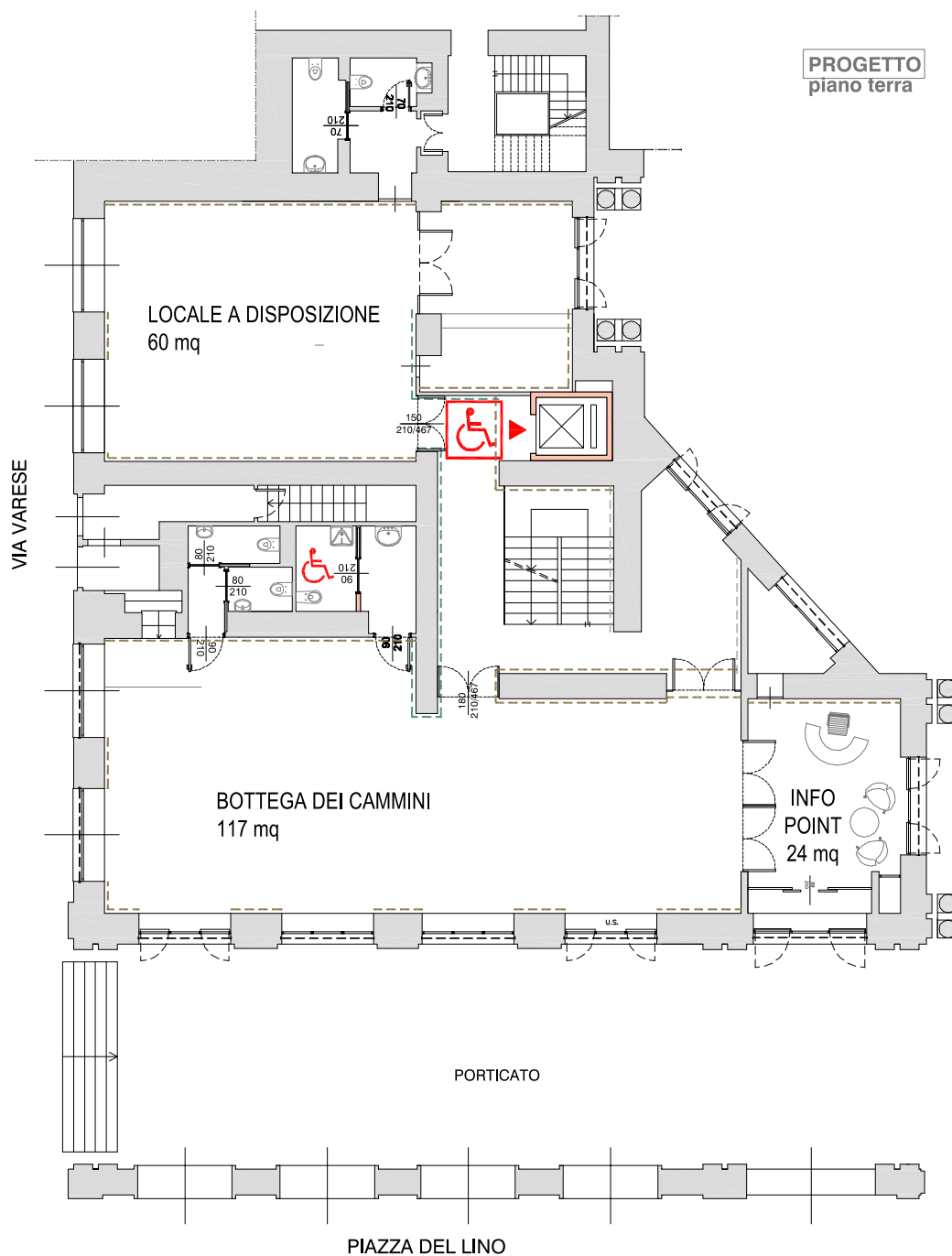


Il Piano delle attività e dei servizi si sviluppa in ambiti diversi ma integrati: culturale, commerciale, turistico, formativo.

Le azioni che verranno intraprese nascono sia dalla volontà di armonizzarsi alla originaria funzione della Cupola Arnaboldi in modo che ciò che ci sarà si aggiunga positivamente a ciò che preesisteva sia dalla volontà di intercettare le esigenze attuali del territorio dal punto di vista culturale e turistico. Nel progetto camerale si intende anche dare risalto alle start up che lavorano nel settore agroalimentare, in quello del turismo sostenibile e culturale, con attenzione alle nuove direttive europee in materia di ambiente e agli obiettivi di sostenibilità previsti dall'Agenda 2030, proseguendo la sinergia instaurata con l’Università di Pavia.

Il piano delle attività e dei servizi viene presentato visivamente come una planimetria che segue l’andamento della progettazione tecnica e degli interventi edilizi.

PROGETTO
piano terra





3.2.2.a La Bottega dei Cammini

Descrizione:

Un luogo, una “vetrina” per il territorio in cui si uniscono enogastronomia e storia locale. Qui si potrà trovare ristoro per il fisico e per la mente, leggendo e conversando con altri viaggiatori, qui si potrà conoscere la terra pavese anche attraverso esperienze di gusto e acquistando prodotti a km zero. La creazione di uno spazio dedicato alla cultura enogastronomica locale è apparso fondamentale all’interno del progetto così fortemente radicato nella storia del territorio e rivolto proprio alla creazione di un hub per il turismo e la cultura. La Bottega dei Cammini ha finalità commerciali ma è anche opportunità di conoscenza del territorio.

Oggi l’interesse per l’enogastronomia è molto elevato. L’universo alimentare è inoltre il settore sempre più frequentato dai consumatori per conoscere il territorio che si ha intenzione di visitare considerato che il 69% degli italiani cerca di conoscere meglio la cucina dei luoghi che visita e per questo è disposto anche a spendere di più. I prodotti tipici poi rappresentano ormai dei veri e propri “souvenir” visto che un italiano su quattro torna a casa portando con sé prodotti tipici dei luoghi di vacanza.

La Bottega è un’opportunità per il turismo enogastronomico che racchiude in sé molti degli aspetti del turismo culturale. Più precisamente i servizi offerti dalla Bottega dei Cammini invitano ad un turismo di scoperta, inteso come quel turismo motivato dall’interesse per il paesaggio, gli itinerari enogastronomici, la visita ai borghi e ai centri minori, alle cantine e ad altre aziende di prodotti tipici locali, di cui i Cammini sono ricchi. La Bottega intende far scoprire l’autenticità dell’offerta che è costituita rappresentata dall’identità locale, dai prodotti tipici, dalle tradizioni produttive e culinarie, dalle strutture ricettive e ristorative del territorio. La Bottega dei Cammini potrà prevedere anche la presenza stabile di materiale informativo e promozionale dei Consorzi del Vino, del Salame di Varzi, del Salame d’Oca... , soggetti che tutelano e promuovono i prodotti locali.

In particolare il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese aderisce alla rete di supporto e farà parte della struttura di governance.

I servizi offerti da questo spazio riguarderanno:

1. la vendita di prodotti del territorio (enogastronomici)

Vi sarà uno spazio dedicato alla conservazione e all’esposizione dei prodotti del territorio. I produttori potranno così avere una “vetrina” importante per le loro produzioni; lo spazio sarà il biglietto da visita delle produzioni locali. Uno show room della terra pavese. I turisti, conosciute e apprezzate le produzioni locali, potranno informarsi su aziende e cantine da visitare, ove proseguire l’acquisto o partecipare ad eventi e dove tornare per un’altra

esperienza di gusto). Le informazioni e il materiale promozionale distribuito ai turisti saranno coordinati con l'infopoint

2. la degustazione:

si svolgeranno degustazioni, anche guidate, dedicate ai prodotti del territorio: riso, vino, salumi, formaggi, ortaggi, dolci, pane... Si coinvolgeranno i produttori che potranno fornire i prodotti e, in alcune occasioni tematiche, illustrarne le peculiarità.

3. l'unione di cultura e enogastronomia:

all'interno della Bottega si potranno trovare pubblicazioni storiche, guide, mappe del territorio che rimandano a itinerari e storie locali. Qui verranno organizzati momenti dedicati a letture/interviste unite alle degustazioni della terra pavese. Saranno le associazioni di categoria e i produttori a organizzare incontri sui prodotti locali in collaborazione con associazioni culturali locali, operatori culturali.

4. corsi dedicati al vino:

la cultura enogastronomica verrà spiegata e trasmessa tramite corsi realizzati da esperti del settore, con il forte coinvolgimento delle professionalità presenti sul territorio. I corsi avranno una durata diversa a seconda del grado di approfondimento che l'utente vorrà ottenere. Si privilegeranno corsi sul vino, come prodotto fortemente identificativo del territorio ma anche perché si tratta di una produzione significativa per l'economia locale, la cui valorizzazione può avere un impatto di rilievo.

5. la formazione di nuove professionalità nel settore enogastronomico:

i ragazzi che frequentano le scuole alberghiere saranno i futuri "maestri" dei prodotti locali, i primi promotori del territorio. Consapevole dell'importanza della formazione per la creazione di una cultura diffusa della storia e dell'uso di prodotti a km zero, la Camera sensibilizzerà i dirigenti e gli insegnanti per permettere la partecipazione degli alunni delle scuole alberghiere del territorio a serate dimostrative.

Le degustazioni, i corsi, la vendita dei prodotti da un lato permetteranno una fruizione frequente della Cupola dall'altro potranno portare introiti al gestore dell'attività, assicurando la sostenibilità gestionale.

Per l'arredamento saranno collocati a cura del gestore tavoli, sedie, bancone, espositori per i prodotti a km zero, attrezzature per le degustazioni, segnaletica

Fasi realizzative dell'azione:

1. individuazione di un design accattivante e acquisto degli arredi idonei a erogare i servizi individuati anche a cura del gestore
2. allestimento

- 3 presentazione del servizio al mondo agricolo tramite consorzi, associazioni di categoria
- 4 contratto con il gestore. Verrà realizzato un bando da parte della Camera per l'individuazione del soggetto, quindi si procederà all'iter di assegnazione e alla stipula del contratto
5. formazione del personale della Bottega sui prodotti locali
6. per l'alternanza scuola lavoro:
 - 6.1 contatti con i dirigenti e gli insegnanti. Verranno presi contatti con le scuole

DOPO L'ATTIVAZIONE DEI SERVIZI

- 7 per la vendita e le degustazioni:
 - 7.1. approvvigionamento delle materie prime
 - 7.2. organizzazione di eventi e corsi sul vino e promozione in collaborazione con produttori locali, associazioni locali e operatori culturali (individuazione del tema, organizzazione, promozione- nel caso dei corsi: raccolta delle adesioni, svolgimento).
- alberghiere del territorio e organizzate riunioni per presentare le possibili attività.

DOPO L'ATTIVAZIONE DEI SERVIZI

- 8.1 Espletamento delle fasi burocratiche per le scuole aderenti e individuazione dei ragazzi da avviare ai percorsi di alternanza scuola lavoro
- 8.2 Realizzazione dell'alternanza
- 8.3 Momento conclusivo di confronto con gli alunni

Risorse necessarie:

Risorse umane: personale Camera di Commercio per la gestione amministrativa e per il coordinamento promozionale, progettisti tecnici (architetti), personale addetto al servizio della bottega professionalità del settore enologico per i corsi, volontari e operatori culturali, dirigenti scuole alberghiere, insegnanti, alunni

Risorse materiali: strumenti di progettazione e programmi informatici necessari per la redazione del progetto di arredo; arredi, materie prime

Risorse economiche: 13.089,46 €

Soggetti coinvolti

la Camera di Commercio avrà il ruolo di coordinamento delle fasi per l'individuazione del design e dell'arredamento, della individuazione del soggetto economico. Si occuperà anche di coinvolgere le scuole e di coordinare l'alternanza scuola/lavoro.

I fornitori saranno i progettisti con il compito di redigere il progetto di design , le ditte fornitrici di arredamento, i produttori locali saranno i fornitori privilegiati per le materie prime.

I finanziatori della azione saranno Camera di Commercio e FONDAZIONE CARIPLO

Soggetti beneficiari:

La popolazione di Pavia: tutti gli abitanti della città, ovvero 73.000 persone, potranno beneficiare dei servizi

La popolazione della provincia di Pavia: circa 500.000 persone che si potranno recare a Pavia per motivi di studio, di lavoro, di shopping

I turisti: ogni anno entrano in contatto con la provincia di Pavia circa 500.000 persone, potenzialmente fruitrici dei servizi . Di questi si segnalano nello specifico 270.000 visitatori della città di Pavia

Gli agricoltori che potranno avere a disposizione uno spazio di promozione e di vendita

I ragazzi delle scuole alberghiere della provincia. Potenzialmente 200 ragazzi

Beneficiari indiretti:

Si segnala che in merito ai percorsi di alternanza scuola lavoro, saranno beneficiari indiretti le famiglie dei ragazzi che avranno modo di entrare in contatto con il progetto e diventeranno parte integrante del percorso.

Risultati attesi

1. Individuazione di un soggetto idoneo ad occuparsi della promozione enogastronomica anche in senso culturale
2. Coinvolgimento dei consorzi del territorio
3. Creazione di una realtà unica per Pavia
4. Promozione dei prodotti locali e diffusione della cultura enogastronomica
5. Creazione di nuove professionalità
6. Vendita di prodotti locali e positivo impatto economico sul territorio, generato dall'aumento dell'acquisto delle specialità locali
7. Integrazione tra cultura – enogastronomia
8. Presenza numerosa di clienti

Indicatori di risultato:

1. Competenze del soggetto individuato
2. Numero e tipologia dei consorzi coinvolti
3. Numero e tipologia dei produttori coinvolti

4. Numero e tipologia dei prodotti venduti, numero e tipologia dei produttori coinvolti nello spazio di vendita
5. Numero e tipologia di iniziative per la promozione dei prodotti
6. Numero e localizzazione delle scuole partecipanti ai percorsi di alternanza scuola lavoro
7. Numero e età dei ragazzi partecipanti ai percorsi di alternanza scuola lavoro
8. Numero e tipologia dei clienti

Tempi di realizzazione:

Nell'aprile 2020 si presenterà la richiesta di cambio di destinazione d'uso. L'azione (dall'acquisto arredi, dalla preparazione del bando fino alla formazione del gestore) durerà da giugno 2021 a dicembre 2021.

3.2.2.b Lo spazio multifunzionale

Descrizione

Al piano superiore verrà destinato un ampio luogo (composto da spazi di dimensioni diverse) in cui potranno svolgersi iniziative culturali, progettazione culturale di rete, formazione, coordinamento per B2B in ambito turistico, culturale, enogastronomico, accompagnamento delle start up. Lo spazio potrà essere utilizzato dalla Camera di Commercio, da Pavia Sviluppo, braccio operativo della Camera; ma potrà anche essere “commercializzato” per iniziative di enti, imprese, associazioni...

Le attività che si svolgeranno all'interno dello spazio polifunzionale sono state ideate in base a:

1. Dimensioni e tipologia delle sale
2. Complementarietà dei servizi che si intendono fornire al territorio e congruenza con le finalità progettuali.

Lo spazio di dimensioni maggiori verrà arredato con tavoli per relatori, sedie, attrezzature informatiche come video proiettore, telo per proiezione, schermo video tv, pc, microfoni, segnaletica. Gli spazi di dimensioni minori saranno arredati con scrivanie, tavoli riunione, sede, postazioni pc.

Si descrivono nel dettaglio le attività:

Iniziative culturali/conferenze/presentazioni aperte al pubblico

Si potranno organizzare eventi culturali che offrano l'opportunità di conoscenza e di approfondimento del territorio e che possano essere intesi come “formativi” per la Comunità, per i turisti e per gli alunni delle scuole.

Verranno organizzati e messi in rete:

- Convegni, seminari e incontri formativi su tematiche culturali aperte al pubblico generico, ma anche a pubblico specialistico, come, ad esempio, gli insegnanti.
- Presentazioni di progettualità in materia culturale e turistica

Gli eventi punteranno a creare la consapevolezza delle peculiarità territoriali declinandole attraverso le specificità culturali del territorio.

Rafforzare il senso di identità e appartenenza al territorio e quindi favorire la tutela, la conservazione e la valorizzazione. Si creerà un calendario coordinato in modo da evitare sovrapposizioni e garantire alternanza.

Le iniziative da un lato permetteranno una fruizione frequente della Cupola dall'altro (nel caso della locazione) potranno portare nuovi introiti.

Per quanto concerne l'offerta in locazione degli spazi, il coordinamento della commercializzazione comporterà l'accentramento delle informazioni relative alle disponibilità e ai prezzi, le necessità di costante aggiornamento dei dati, l'applicazione di tariffe omogenee, l'applicazione di particolari sconti o promozioni in modo coordinato.

Progettazione culturale e turistica del territorio partecipata e condivisa

Qui la Camera, attraverso il suo ruolo sovra territoriale, avvierà un percorso di progettazione partecipata e condivisa con il territorio. Ad inaugurare tale percorso sarà la progettualità del PIC, come esplicitato nel progetto Il Parco dello Splendore; la Cupola intende essere in modo costante il luogo dello sviluppo delle idee, del confronto, della messa in rete di soggetti pubblici e privati e di operatori economici del settore culturale e turistico.

La Camera sarà a capo di un coordinamento permanente che possa favorire l'interazione tra gli stakeholder, strutturando, a propria discrezione e congiuntamente al soggetto responsabile, commissioni tecniche che di volta in volta tratteranno progettualità differenti ma integrate. L'intento è di evitare sovrapposizioni progettuali che, portate avanti in modo individuale, rischiano di disperdere risorse e di non essere incisive e sostenibili a lungo.

“Mettersi insieme è un inizio, rimanere insieme è un progresso, lavorare insieme un successo”. Henry Ford. Questa sarà la filosofia ma anche l'obiettivo che la Camera si pone.

L'idea di base è che la governance delle progettualità di un territorio si rafforzi con l'esperienza dello stare insieme, comprendendo e toccando con mano che lo stare insieme, nel medio-lungo periodo, porta vantaggi per tutto il territorio. In un momento economico come quello attuale, in cui ci si trova a fare i conti con una progressiva riduzione di risorse, lo stare insieme rappresenta un passaggio necessario per la crescita di un territorio.

Le progettualità condivise potranno non solo definire fil rouge di impatto ma anche ottimizzare risorse e rendere sostenibili nel tempo le iniziative.

La progettazione culturale e turistica coinvolgerà rappresentanti di associazioni di tutela delle persone disabili. Tali rappresentanti parteciperanno alle commissioni tecniche.

Formazione

La formazione è di grande importanza per accrescere le competenze degli operatori e dei diversi soggetti del sistema turistico-culturale, rendendolo maggiormente competitivo e affermato. Si intende valorizzare l'apprendimento per aumentare e consolidare il potenziale di sviluppo in termini di professionalità e occupabilità.

La Camera di Commercio si avvarrà di Paviaviluppo, azienda speciale della Camera di Commercio e braccio operativo dell'ente, che si occupa di formazione, creazione di impresa, accompagnamento delle imprese del territorio, promozione del territorio e organizzazione di fiere.

Si promuoveranno programmi di:

- formazione professionale
- formazione manageriale
- formazione imprenditoriale

con la finalità di favorire lo sviluppo delle piccole e medie imprese della provincia e per facilitare l'inserimento nel mondo del lavoro di inoccupati e disoccupati. Si presterà una particolare attenzione alle tematiche delle lingue straniere, del marketing, della progettazione europea.

Le attività formative :

- contribuiranno a rendere la Cupola un centro propulsore di sviluppo locale che ospita funzioni importanti per incentivare progettualità e competitività.
- agevoleranno la conoscenza da parte dei diversi fruitori della Cupola delle attività formative in corso. Speso infatti le attività formative vengono conosciute solo da parte di chi sente la stretta esigenza di frequentare corsi specifici e si informa in base alle necessità contingenti. Svolgere l'attività formativa nel centro storico di Pavia, in un luogo frequentato da molti utenti, vuol dire visibilità maggiore e conseguente sensibilizzazione sull'importanza dell'acquisizione o del rafforzamento delle competenze.

Coordinamento per la realizzazione di B2B

La Camera sta realizzando un'importante attività rivolta alla valorizzazione del B2B, considerandolo uno strumento strategico e efficace per l'incontro tra operatori economici e lo

sviluppo di una rete personalizzata di contatti tra territorio, operatori nazionali e internazionali. Recentemente la Camera di Commercio di Pavia ha ospitato Mirabilia Network 2018, due giornate dedicate ad incontri B2B del settore turismo e agroalimentare/vino.

La Camera intende proseguire e rendere strutturata sul territorio la promozione turistica dei siti culturali e del patrimonio enogastronomico territoriale dei cammini, proponendo ad un pubblico internazionale la ricchezza dell'offerta turistica coniugata a quella dell'agro-alimentare. La Cupola, dunque, potrà essere utilizzata sia per iniziative organizzate direttamente dalla Camera sia per eventi B2B proposti da privati.

La disponibilità di spazi sia interni sia esterni (coperti) permetterà lo svolgimento di B2B di un certo rilievo. La location di prestigio nel centro storico sarà un valore aggiunto anche per incentivare i buyers a conoscere e a visitare la città di Pavia, con un indotto positivo per strutture ricettive, commercio, ristorazione.

Gli spazi della Cupola potranno anche essere utilizzati per manifestazioni pubbliche e dati in locazione ad organizzatori di eventi

Fasi realizzative dell'azione:

1. acquisto arredi e attrezzature per l'erogazione dei servizi individuati
2. allestimento
- 3 definizione dei costi e gestione del servizio (contatti) di un regolamento per l'affitto degli spazi e della modulistica necessaria per le richieste; definizione dei costi
4. programmazione generale delle attività (frequenza, tipologia) in modo che sia ben valutata la disponibilità di spazi, l'alternanza dei servizi, gli orari idonei ad ogni attività per permetterne la fruizione, creazione di un calendario unico visibile sulla piattaforma web camerale.

Nello specifico le attività di progettualità, di formazione e di B2B verranno realizzate durante le giornate lavorative e in orari diurni. Le attività culturali potranno essere organizzate anche durante i giorni festivi e gli orari serali.

- 5 Le attività realizzate verranno promosse presso i target a cui sono rivolte, con strumenti e canali di comunicazione differenziati: le iniziative organizzate dalla Camera (formazione, iniziative culturali, b2b) verranno promosse direttamente dall'ente presso il pubblico a cui rispettivamente sono rivolte (imprese, lavoratori, soggetti del settore turistico e culturale- pubblico); la possibilità di affitto degli spazi verrà promossa a enti/soggetti istituzionali diversi, associazioni di categoria, consorzi, associazioni diverse, imprese...

DOPO L'ATTIVAZIONE DEL SERVIZIO

6 .contatti con gli operatori/i e soggetti esterni che organizzeranno le attività per ogni aspetto contrattuale/economico/ logistico.

7. svolgimento delle attività

Risorse necessarie:

Risorse umane: il personale della Camera di Commercio. Paviaviluppo: direttore, professionalità amministrative, formatori nelle diverse discipline; i soggetti del PIC per avviare la progettualità.

Risorse materiali: strumenti informatici per la proiezione, materiale di cancelleria

Risorse economiche: 25.805,20 €

Soggetti coinvolti:

la Camera di Commercio avrà il ruolo di coordinare le fasi previste per la locazione degli spazi. A Paviaviluppo sarà affidata l'organizzazione delle attività formative, la promozione presso i diversi utenti, l'individuazione dei docenti e successivamente lo svolgimento. Per le iniziative organizzate da soggetti esterni alla Camera, sarà il personale degli stessi a provvedere ad ogni fase organizzativa e promozionale.

I referenti dei soggetti che prenderanno in locazione gli spazi dialogheranno con il personale amministrativo della Camera; la rete del PIC.

I fornitori saranno i docenti delle attività di formazione, consulenti specifici per l'organizzazione di alcune attività .

I finanziatori della azione saranno Camera di Commercio e FONDAZIONE CARIPLO

Soggetti beneficiari:

La popolazione di Pavia: tutti gli abitanti della città, ovvero 73.000 persone, potranno partecipare alle iniziative

La popolazione della provincia di Pavia: circa 500.000 persone che si potranno recare a Pavia per motivi di studio, di lavoro, di shopping

Le associazioni e i soggetti del settore culturale e turistico che avranno a disposizione spazi per le proprie iniziative

Soggetti della rete che avvieranno la progettazione partecipata condivisa.

Enti di formazione che potranno organizzare all'interno della Cupola le proprie attività

Gli operatori, le imprese, i lavoratori che potranno usufruire delle attività di formazione. Gli operatori economici del settore turistico culturale, enogastronomico che potranno partecipare ai b2b

Organizzatori di eventi che potranno usufruire di spazi di prestigio

Risultati attesi:

1. Offerta culturale di qualità e diversificata
2. sviluppo di un processo di progettualità territoriale condivisa e partecipazione dei soggetti locali (associazioni, operatori culturali...)
3. Offerta formativa idonea alle esigenze attuali e costruita in prospettiva dello sviluppo economico del territorio
4. Acquisizione di competenze specifiche da parte degli operatori economici e dei lavoratori
5. Maggior offerta di eventi B2B
6. Interazione tra gli operatori economici e buyers italiani e stranieri
7. Positivo impatto economico sul territorio grazie ad un sistema più vitale (maggior presenza di iniziative), competitivo (maggiori competenze e maggior interazione con buyers)

Indicatori di risultato:

1. Numero e tipologia delle iniziative programmate
2. Numero e tipologia delle iniziative organizzate dai soggetti esterni alla Camera e tipologia dei soggetti organizzatori
3. Numero e tipologia delle progettualità avviate oltre il PIC
4. Numero e tipologia di corsi formativi e tipologia dell'ente organizzatore
5. Numero e tipologia degli utenti dei corsi di formazione
6. Numero e tipologia degli eventi B2B
7. Numero e tipologia di buyers e degli operatori economici del territorio presenti ai B2B

Tempi di realizzazione:

da giugno 2021 a dicembre 2021

3.2.2.c Infopoint dei Cammini

Descrizione:

Di particolare rilievo sarà l'infopoint dei Cammini ove sarà centrale un'attività di back office e di front office legata agli itinerari culturali e religiosi della provincia di Pavia. L'infopoint intende essere un punto di riferimento sia per i viaggiatori sia per gli operatori turistici e commerciali.

Verranno erogati servizi di informazione, accoglienza, assistenza turistica, vendita di pubblicazioni, comunicando una immagine unitaria del territorio.

L'Infopoint collaborerà con la Camera per i contatti nazionali e internazionali

Il servizio sarà disponibile tutto l'anno e verranno realizzate le seguenti attività:

1. Accoglienza e informazione turistica:

- a. Strutture ricettive convenzionate e facenti parte della rete dei Cammini
- b. Mezzi di trasporto e tariffe agevolate
- c. Possibilità di escursioni e di visite lungo i Cammini
- d. Eventi, manifestazioni...
- e. Numeri di emergenza
- 2. Prenotazioni dei servizi turistici
- 3. Creazione e diffusione di materiale informativo
- 4. Azioni sinergiche con tutte le organizzazioni turistiche e di promozione del territorio attivi in provincia di Pavia

DOPO L'ATTIVAZIONE DEL SERVIZIO

- 5. Raccolta, trattamento e diffusione di informazioni turistiche e risposta via email , telefonica, postale, fax sulle risorse dei Cammini
- 6. Raccolta dei dati e successiva analisi del numero e della tipologia di richiesta di informazioni per elaborare dati sulle presenze turistiche
- 7. Indagine sulla soddisfazione dell'utente
- 8. Prenotazione dei servizi delle guide turistiche e ambientali

Qui sarà possibile ritirare la Credenziale emessa dall'Associazione Europea delle Vie Francigene che, dall'aprile 2017, offre ai pellegrini e viandanti che percorrono il cammino una serie di vantaggi aggiuntivi;

la Credenziale di San Colombano; la Guida Ufficiale del tratto italiano pubblicata da Terre di Mezzo in collaborazione con AEVF e con le sette regioni italiane attraversate. (al momento non esiste un altro punto in Pavia che rilascia la credenziale, mentre l'infopoint presso il Broletto rilascia sia il passaporto #InLombardia che i timbri tematici).

L'infopoint verrà messo in rete con gli altri punti informativi del territorio (Pavia, Salice Terme, Voghera, Varzi, Vigevano). Il coordinamento con gli altri punti informativi sarà utile anche per valutare le richieste di informazioni, l'affluenza e la provenienza degli utenti. Tali informazioni saranno un riferimento essenziale per la pianificazione delle strategie locali e nella programmazione delle attività di comunicazione e di fruizione turistica. L'infopoint sarà così un "alleato" per l'attività di progettazione condivisa e partecipata.

L'infopoint intende essere una premessa per la creazione di una struttura stabile, "un'agenzia" del territorio per quanto riguarda i Cammini che possa mettersi in relazione con realtà nazionali e internazionali per favorire l'incoming. Si presterà particolare attenzione ad instaurare relazioni con gli uffici pastorali dei pellegrinaggi, delle diocesi.

Il personale dell'infopoint curerà anche le modalità di comunicazione on-line e off-line in collaborazione con l'ufficio stampa della Camera. La comunicazione on-line attraverso i social è funzionale all'assistenza agli utenti in tempo reale, intercettando nuovi target e spostando di fatto la conversazione del turista dal telefono al web. La creazione di contenuti originali, testuali oltre che foto e video, è indispensabile per comunicare le attività svolte quotidianamente dall'Infopoint ma anche le iniziative realizzate all'interno della Cupola e per raccontare il territorio, le vie e i Cammini. La cura, l'attenzione, la tempestività nella risoluzione del problema sono oggi per il turista direttamente proporzionali alla soddisfazione che ne trarrà e al giudizio complessivo sulla destinazione, contribuendo a definirne la reputazione on-line.

Sarà a cura del personale anche la comunicazione off-line attraverso la realizzazione dei materiali editoriali e promozionali (si veda il piano di comunicazione).

L'human factor sarà considerato centrale nell'affidamento della gestione dell'infopoint: personale preparato e cortese soddisferà i turisti che potranno generare la buona reputazione della destinazione. Per questo la Camera di Commercio coinvolgerà soggetti esperti nella conoscenza del territorio, dei servizi turistici, che hanno esperienza della gestione di punti informativi e di accoglienza, che possiedono competenze linguistiche, informatiche, di marketing territoriale, oltre che capacità empatiche e relazionali.

L'attività sarà importante anche per la formazione di giovani professionalità che qui potranno realizzare percorsi di alternanza scuola/lavoro.

L'infopoint verrà arredato con un bancone per il front office, tavoli e sedie, postazioni pc, espositori per il materiale promozionale e per le pubblicazioni in vendita; pannelli illustrativi del territorio e uno schermo video.

Fasi realizzative dell'azione:

1. acquisto di arredi e attrezzature idonei per l'erogazione dei servizi individuati
2. allestimento
3. definizione del bando per l'affidamento della gestione dell'infopoint e dei criteri di valutazione; ricezione, composizione della commissione giudicatrice e valutazione delle proposte, affidamento.
4. Formazione specifica del personale sui Cammini a cura della Camera di Commercio
5. Raccolta del materiale promozionale e informativo da distribuire e predisposizione di nuovo materiale
6. Creazione di un indirizzario operativo e promozionale

7. Raccordo con le strutture ricettive, le guide turistiche, gli operatori turistici per fornire informazioni complete e aggiornate
8. Preparazione di un questionario di customer satisfaction da far compilare all'utente
9. Erogazione dei servizi di front office
10. Raccolta e analisi dei dati di affluenza/provenienza turisti
11. Contatti telefonici/email, realizzazione di riunioni per coordinarsi con gli altri infopoint del territorio; analisi delle richieste, confronto tra le similitudini/le differenze in base alle diverse localizzazioni e trasmissione dei dati alla Camera e agli enti della cabina di regia progettuale con cui ci sarà un confronto sistematico
12. Creazione di sinergie con i referenti delle Vie e dei Cammini culturali e religiosi nazionali e internazionali
13. Cura della comunicazione on line e off line: definizione del contenuto, individuazione delle immagini grafica e stampa/pubblicazione on line; interazione con il pubblico

Per l'alternanza scuola/lavoro:

1. contatti con i dirigenti e gli insegnanti . Verranno presi contatti con le scuole e organizzate riunioni per presentare le possibili attività.
In fase di erogazione del servizio
2. Espletamento delle fasi burocratiche per le classi aderenti e individuazione dei ragazzi da avviare ai percorsi di alternanza scuola lavoro
3. Realizzazione dell'alternanza
4. Momento conclusivo di confronto con gli alunni

Risorse necessarie:

Risorse umane: il personale della Camera di Commercio; il personale degli infopoint del territorio; il personale dell'infopoint dei Cammini; dirigenti, insegnanti, alunni

Risorse materiali: strumenti informatici; materiali promozionali e informativi; arredi; pannelli illustrativi del territorio.

Risorse economiche: 16674,36 € (fuori dal budget del progetto si segnalano 59.748,06 che verranno erogati a partire da gennaio 2022)

Soggetti coinvolti

la Camera di Commercio avrà il ruolo di coordinare l'azione e di occuparsi degli aspetti legati a tutte le fasi previste per l'affidamento della gestione dell'Infopoint, della formazione specifica del personale, della promozione coordinata dei cammini, del coordinamento dell'alternanza scuola/lavoro, della successiva supervisione dei servizi erogati, del

coordinamento tra infopoint e la il nucleo di progettazione partecipata e condivisa; gli infopoint del territorio; le associazioni di via e cammini nazionali e internazionali

I fornitori saranno i soggetti con personale con competenze specifiche, tipografie, ditte di arredo.

I finanziatori della azione saranno Camera di Commercio e FONDAZIONE CARIPLO

Soggetti beneficiari:

La popolazione di Pavia: tutti gli abitanti della città, ovvero 73.000 persone, potranno partecipare alle iniziative.

La popolazione della provincia di Pavia: circa 500.000 persone che si potranno recare a Pavia per motivi di studio, di lavoro, di shopping

I ragazzi delle scuole

Beneficiari indiretti:

Si segnala che in merito ai percorsi di alternanza scuola lavoro, saranno beneficiari indiretti le famiglie dei ragazzi che avranno modo di entrare in contatto con il progetto e diventeranno parte integrante del percorso.

Risultati attesi

1. qualità del soggetto individuato
2. Erogazione di servizi di qualità
3. Rafforzamento del brand identity del territorio
4. Rafforzamento della sinergia territoriale
5. Creazione e consolidamento di sinergie nazionali e internazionali sui Cammini
6. Creazione di competenze nel settore turistico
7. Miglioramento dell'occupazione nel settore turistico
8. Migliore promozione dei cammini

Indicatori di risultato:

1. Competenze del soggetto individuato
2. Numero e tipologia dei servizi erogati
3. Numero e tipologia delle interazioni sui social; numero e tipologia dei commenti/recensioni degli utenti
4. Numero e tipologia dei contatti attivati sul territorio; tipologia dei contenuti delle riunioni; frequenza dei contatti.
5. Numero e tipologia dei contatti nazionali e internazionali; tipologia dei contenuti delle riunioni; frequenza dei contatti.

6. Numero e età dei ragazzi in alternanza scuola lavoro
7. Numero e tipologia del personale impiegato nell'infopoint
8. Numero e tipologia dei contatti avviati con le associazioni dei cammini nazionali e internazionali.

Tempi di realizzazione:

da giugno 2021 a dicembre 2021

3.2.3 Il Piano per la gestione



Il piano comprende le azioni riguardanti le modalità e la struttura organizzativa per la gestione delle attività e dei servizi, i ruoli dei soggetti coinvolti, i meccanismi di coordinamento e di partecipazione, la sostenibilità in un'ottica di medio-lungo periodo .

In considerazione della progettualità complessa, il Piano di Gestione è uno strumento indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi, per la sostenibilità di medio-lungo periodo.

Attraverso il Piano di Gestione sono state individuate le risorse materiali, immateriali, patrimoniali da mettere a sistema con la programmazione temporale di attività, sistemi di monitoraggio.

Le azioni che saranno promosse potranno e dovranno interagire con il territorio, del quale la progettualità relativa alla Cupola Arnaboldi promuove elementi caratterizzanti.

Verranno programmate azioni, connesse tra di loro, che permettano di conservare il bene culturale, garantendone dignità e decoro, sicurezza e fruibilità e che consentano non solo di mantenere i servizi avviati ma di consolidarne il ruolo e di incrementarne la fruizione.

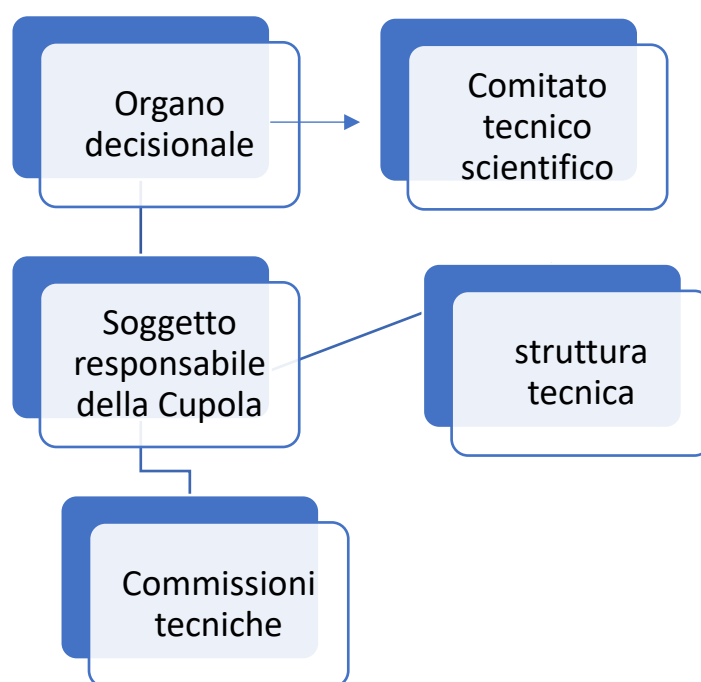
Il Piano per la gestione e la sostenibilità intende permettere al luogo di implementare il suo ruolo di accoglienza, scambio culturale e di riferimento territoriale, mantenendo un immobile funzionale e servizi efficaci.

Occorre partire da una struttura di governance solida, efficiente, con competenze complementari, che condivida gli obiettivi in modo da determinare un progressivo rafforzamento del dialogo interno, tra gli stakeholders, della comunicazione esterna.

La governance del sito si appoggia su reti territoriali, progettuali, istituzionali, integrate ed interconnesse tra loro, capaci di sviluppare politiche di partenariato pubblico-privato utili a garantire contestualmente stabilità e flessibilità.

3.2.3.a La Governance

La struttura di governance sarà così composta:



- **Organo decisionale:** sarà costituito dalla Giunta della Camera di Commercio (Presidente e membri di giunta), quale coordinatore del progetto, quest'organo collegiale sarà chiamato ad approvare modifiche da apportare al piano di gestione e condividere progetti, ha il diritto ad interrogare gli altri organi sull'evoluzione delle attività, i membri potranno avanzare proposte per modifiche, approfondimenti e progetti, definisce gli enti/ i soggetti che andranno a far parte degli altri organi.

La Giunta camerale è formata dai responsabili delle principali associazioni di categoria dei settori commerciale, artigianale, agricolo, industriale, i quali hanno una approfondita conoscenza del proprio settore di riferimento.

Periodicità degli incontri: la Giunta Camerale si riunisce ogni mese e in base alle necessità.. Durante tali sedute si potranno affrontare anche le tematiche relative alla progettualità della Cupola Arnaboldi. L'esito verrà comunicato al soggetto responsabile della Cupola che provvederà alla trasmissione delle informazioni agli organismi subordinati.

Comitato scientifico di indirizzo: sarà un organo che affiancherà e supporterà l'organo decisionale e sarà costituito da soggetti pubblici e privati: Comuni, Università degli Studi di Pavia e altre Università, Poli Tecnologici, Consorzio Tutela dei Vini dell'Oltrepò Pavese, Enti religiosi, soggetti privati esperti nel settore turistico, culturale e enogastronomico.

- **Soggetto responsabile della Cupola:** ricopre il ruolo di responsabile della Cupola Arnaboldi, di coordinatore e soggetto propulsore di tutte le attività previste dal progetto (anche amministrative e economiche) e al monitoraggio del progetto, propone l'ordine del giorno da inserire nelle riunioni dell'organo decisionale e del Comitato scientifico. Sarà individuato dalla Camera con affidamento diretto.

Periodicità degli incontri: 1/2 volte al mese. Sede: Camera di Commercio. In fase di avvio progetto, in occasione delle procedure per l'affidamento della gestione dei servizi, in fase di rendicontazione del progetto, il soggetto responsabile si riunirà ogni 15 giorni, in considerazione della necessità di confronti più ravvicinati. Nelle altre fasi, invece, le riunioni avverranno 1 volta al mese.

- **struttura tecnica** formata dal soggetto responsabile, dalla struttura tecnica della Camera di Commercio, da Paviasviluppo e dai soggetti competenti di ogni servizio; valuterà eventuali criticità dei soggetti gestori e individuerà le soluzioni più idonee, approfondirà opportunità di sviluppo; riporterà all'organo decisionale tutte le informazioni raccolte; in caso di specifiche iniziative si potranno coinvolgere le associazioni di categoria come quelle artigianali, agricole o commerciali o associazioni/soggetti culturali; operatori economici

Periodicità degli incontri: 1 volta al mese. Sede: Cupola Arnaboldi. In occasione della realizzazione di iniziative, gli incontri potranno essere programmati ogni 15 giorni/ogni settimana in base all'articolazione del programma della singola iniziativa.

- **Commissioni tecniche per la progettazione partecipata e condivisa:** in base a specifiche progettualità, come ad esempio, quella del PIC, le Commissioni saranno formate dai diversi referenti

di istituzioni/associazioni/enti che sono coinvolti. La prima Commissione che si avvierà sarà quella relativa al PIC. Saranno l'organo decisionale e il soggetto responsabile a decidere l'opportunità, la modalità e la composizione delle Commissioni tecniche.

Periodicità degli incontri: 1 volta al mese. Sede: Cupola Arnaboldi. In occasione dello svolgimento di particolari progettualità, della partecipazione a bandi, gli incontri potranno essere programmati ogni 15 giorni/ogni settimana per permettere l'immediata operatività delle diverse professionalità.

Tutte le commissioni tecniche avranno la partecipazione di un referente delle associazioni di tutela delle persone disabili per promuovere l'accessibilità del territorio.

3.2.3.a.1 La formazione del personale

Per una governance efficace riteniamo indispensabile prevedere un aggiornamento continuo del personale tecnico della Camera di Commercio ma anche del personale che erogherà i servizi all'interno della Cupola.

Il tema della formazione del personale risulta fondamentale nel momento in cui si intende progettare un intervento pluriennale con una sostenibilità futura. La preparazione, la competenza e il continuo aggiornamento garantisce la qualità del lavoro.

Nello specifico:

formazione/aggiornamento professionali dei referenti interni alla Camera di Commercio: in questo senso risulta necessario supportare le competenze già esistenti con una specifica formazione su temi manageriali ma anche contenutistici sui Cammini, sulle tendenze turistiche (partecipazione a incontri nazionali e internazionali, aggiornamento su opportunità di creazioni di rete/ richieste di contributo/servizi specifici relativi a vie e cammini culturali e religiosi)

formazione degli operatori incaricati della gestione dell'Infopoint: si ravvisa l'esigenza di aggiornare le conoscenze degli operatori dell'Infopoint, ampliando la loro competenza alle specifiche storica, architettonica dei beni posti lungo il Cammino, ambientale delle aree naturalistiche poste lungo i Cammini o negli immediati dintorni

formazione del gestore della Bottega dei Cammini: sarà importante formare il gestore in modo specifico sull'offerta dei prodotti locali, aumentando la conoscenza della cultura enogastronomica del territorio ma anche sugli aspetti gestionali e di marketing per potenziare la sostenibilità del servizio.

Destinatari della formazione	Obiettivo specifico per destinatario	Oggetto della formazione	Strumenti formativi
Personale della Camera di Commercio con competenze per la promozione e lo sviluppo territoriale	Creare le condizioni per una gestione efficiente del progetto nelle sue diverse componenti Creare le condizioni per intraprendere reti stabili nazionali e internazionali legati al tema dei Cammini	Comunicazione, Funding, manageriale, controllo di gestione, valutazione dei risultati Comunicazione/promozione	Incontri formativi tenuti da docenti esterni specializzati nelle diverse discipline (4 incontri a inizio progetto)
Personale della Camera di Commercio con competenze nella gestione delle risorse e del patrimonio	Creare le condizioni per una gestione economica, amministrativa del progetto	Indicazioni, documentazione, riferimenti utili all'espletamento delle funzioni economiche e amministrative	1 incontro per ogni settore a inizio progetto tenuto da una figura apicale direttiva della Camera di Commercio
Personale dell'Infopoint	Creare le condizioni per una gestione del flusso delle informazioni front office e per	Elementi di accoglienza Storia/architettura/ambiente dei Cammini Customer care Marketing turistico territoriale	1 con moduli diversi tenuti da docenti e professionisti del settore (all'avvio

	una gestione back office efficace e in linea con le richieste dei turisti		dell'incarico di gestione dell'Infopoint)
Gestore bottega dei cammini	Creare le condizioni per una gestione efficace per fare acquisire competenze che possano garantire la sostenibilità dell'attività. Per il gestore la formazione sarà gratuita	Marketing Gestione comunicazione	A partire dal momento dell'affidamento si svolgerà un corso con moduli diversi tenuto da docenti e professionisti.

Fasi realizzative dell'azione:

1. momento preliminare di progettazione complessiva dei singoli interventi formativi (contenuto dettagliato degli incontri, durata, identificazione dei docenti e dei discenti, sede degli incontri...)
2. fase operativa in cui la formazione viene effettivamente erogata ai destinatari individuati
3. fase di monitoraggio e valutazione dei risultati formativi

Risorse necessarie:

Umane: l'azione di formazione presuppone, in certa parte, la necessità di acquisire esternamente al partenariato soggetti con competenze specifiche da utilizzare come docenti nei moduli formativi. Nella fase di monitoraggio sarà coinvolto il consulente esterno.

Materiali: materiali didattici, cancelleria, strumenti per proiezione..

Economiche: 30.302,97 €

Soggetti coinvolti Soggetti coinvolti: la Camera di Commercio sarà responsabile dell'azione; saranno coinvolti il soggetto responsabile, i gestori dei servizi, i soggetti della rete del Pic e di altre eventuali progettualità; Paviaviluppo

Soggetti beneficiari:

Personale della Camera di Commercio: personale del settore promozione economia locale; personale del settore Risorse e patrimonio; operatori infopoint; gestore della Bottega dei Cammini. beneficiari indiretti: turisti che potranno usufruire di informazioni chiare ed esaustive. Le associazioni e i soggetti territoriali che verranno guidati nelle progettualità

Risultati attesi:

Accrescimento/aggiornamento delle competenze specifiche

Aumento della consapevolezza del territorio e dei soggetti operativi del progetto e dei gestori dei servizi

Indicatori di risultato: quantità di soggetti coinvolti in fase di formazione e poi impiegati nelle attività del progetto

quantità e qualità degli incontri formativi

Tempi di realizzazione:

Per tutta la durata del progetto e successivamente alla sua conclusione

3.2.3.a.2 .La partecipazione alla governance e la condivisione del territorio**Descrizione:**

Il coinvolgimento del territorio nelle politiche relative allo sviluppo culturale e turistico è fondamentale per sua stessa natura in quanto cultura e turismo vogliono dire: sistema di accoglienza, sistema integrato di offerta, consapevolezza della comunità.

La Camera di Commercio nel corso degli anni ha avviato un importante processo di condivisione territoriale, diventando un punto di riferimento, offrendo al territorio opportunità di relazioni nazionali e internazionali, lavorando per una formazione che contribuisca a creare professionalità specifiche, realizzando azioni rivolte all'intera filiera turistica (dai progettisti alle reti di offerta ricettiva, enogastronomica, culturale fino al pubblico)

Per la specifica progettualità della Cupola, il processo di governance e di partecipazione territoriale è già stato avviato nei mesi scorsi durante la fase di redazione del progetto. Tale condivisione si è rivelata non solo indispensabile per la "cantierabilità" immediata dei servizi previsti ma anche per la loro successiva gestione e per una adeguata affluenza di pubblico.

Il processi di governance e di partecipazione è stato avviato da circa 18 mesi. La fase di mobilitazione delle risorse umane intorno al progetto ha coinvolto e sempre di più coinvolgerà settori rilevanti della società a scala sovra locale, nazionale e internazionale e ha attivato e attiverà processi di ampio raggio tra le varie componenti della società civile.

Nello specifico:

1. l'organismo decisionale ha condiviso la progettualità di rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi, in collaborazione con l'Associazione Fare, esperta di progettazione culturale che ha ipotizzato la prima bozza progettuale, riconoscendovi le potenzialità per essere un punto di riferimento per lo sviluppo territoriale. Nel primi mesi del 2018 sono state definite:

- a) le linee guida per la rifunzionalizzazione
- b) le finalità di ogni spazio
- c) le linee economiche e finanziarie

2. si è quindi provveduto a dare avvio all'iter di progettazione tecnica e di condivisione territoriale attraverso:

- 2.1 definizione degli incarichi per la progettazione tecnica (fine 2018)
- 2.2 incontri presso la sede della Camera con gli stakeholder locali per illustrare il progetto, presentarne le tempistiche, dare l'opportunità di una progettazione condivisa (a partire da dicembre 2018). Gli incontri sono stati rivolti a enti come Comune di Pavia, Università degli Studi di Pavia, soggetti culturali come associazioni locali/operatori culturali, scuole, associazioni di categoria (Confartigianato, CNA, Confcommercio, CIA, Confagricoltura, Coldiretti, Confindustria); Consorzi locali, Fondazioni del territorio, si sono così avviate le premesse per la successiva sinergia. In particolare con il Comune di Pavia si è instaurata una sinergia per la valorizzazione dello spazio esterno, per il suo decoro, per l'utilizzo condiviso e per la valorizzazione d'uso commerciale di alcuni degli spazi della Cupola.
- 2.3 la progettazione del PIC ha dato l'opportunità di entrare nel vivo della funzione che assumerà la Cupola, dandole un ruolo centrale all'interno dell'ampia e strategica progettualità "Il Parco dello Splendore"

3. La struttura tecnica ha già dimostrato la sua operatività attraverso la predisposizione degli atti amministrativi necessari, l'impegno di spesa per le risorse necessarie.

La partecipazione dei cittadini al percorso in atto è stato anch'esso avviato attraverso

1. Attività di comunicazione: sia tramite l'invio di comunicati stampa sia tramite interviste del Presidente della Camera di Commercio che ha annunciato il progetto di sviluppo legato alla Cupola Arnaboldi.

<https://laprovinciapavese.gelocal.it/tempo-libero/2018/03/27/news/nuova-vita-per-la-cupola-arnaboldi-1.16644533>

2. visite guidate

3. Eventi svolti nello spazio esterno della Cupola (enogastronomici, eventi dedicati all'alternanza scuola lavoro e b2b nello spazio interno ed esterno della cupola.)

Si è così avviato un processo a cascata che ha coinvolto enti, istituzioni, fondazioni, associazioni, il settore agricolo, commerciale, turistico, artigianale, operatori economici, il settore culturale, i cittadini.

Risulta importante sottolineare, inoltre, che la rete di supporto al progetto è piuttosto numerosa e comprende realtà ampie che hanno un raggio di azione piuttosto diffuso.

Nel corso del progetto proseguirà e si rafforzerà il processo di partecipazione sia dal punto di vista della frequenza sia dal punto di vista della valorizzazione della rete per gli aspetti organizzativi.

La partecipazione territoriale verrà costruita in modo da coinvolgere cittadini, operatori dei diversi settori, imprenditori, soggetti economici rilevanti come banche e fondazioni bancarie. Si tratta di un percorso differenziato, volto all'accrescimento della consapevolezza delle potenzialità e della motivazione. Tale processo avverrà su 3 livelli differenti:

1. il sistema di governance in modo da coinvolgere coloro che fanno parte del processo attuativo
2. l'apertura al pubblico sia per raggiungere istituzioni sia per raggiungere il pubblico generico e i giovani
3. la comunicazione, trasversale a tutte le azioni.

1. Il sistema di governance:

i soggetti coinvolti negli organi di governance a livelli diversi (dai membri del Comitato scientifico ai membri delle Commissioni tecniche) si relazioneranno con il personale, con i propri associati, con colleghi e tale interlocuzione genererà un processo conoscitivo di quanto si sta realizzando. Ad esempio i soggetti culturali convocati per le riunioni delle commissioni porteranno all'attenzione dei propri soci il progetto, informando delle opportunità e dei servizi di cui potranno usufruire e con cui potranno interagire...

La governance e in particolare il sistema delle commissioni potrà ampliarsi con nuovi soggetti. Le modalità di lavoro permetteranno la partecipazione diffusa attraverso la massima accessibilità (anche con collegamenti in video conferenza quando necessario) e disponibilità verso i partecipanti.

Si darà particolare rilevanza all'audit degli stakeholder sia interloquendo con i referenti dei diversi soggetti associativi sia distribuendo, durante le riunioni delle commissioni, appositi questionari per conoscere le esigenze degli operatori.

2. iniziative ad hoc:

2.1 iniziative istituzionali

Tali iniziative saranno rivolte ai comuni della provincia di Pavia, con una particolare attenzione alla partecipazione degli enti posti lungo i Cammini e su territori di particolare rilievo turistico. Verranno realizzate 3 iniziative istituzionali. Verranno anche coinvolti i circuiti di accoglienza. Durante gli incontri non solo si presenterà la progettualità in corso ma verranno anche promosse attività da realizzare in rete, opportunità per il territorio di entrare in contatto con realtà nazionali e internazionali. Durante gli incontri potranno intervenire, anche in collegamento video, rappresentanti di vie e cammini religiosi europei; potranno essere presentate best practice.

2.2 Iniziative per il pubblico

Si attuerà un piano culturale di eventi durante tutta la durata del progetto che preparerà il pubblico (cittadini e turisti) alle future manifestazioni e che abituerà a considerare la Cupola un luogo di animazione sociale e culturale. Non solo, si chiederà anche alla cittadinanza di partecipare attivamente per “ricostruire” e “costruire” la vecchia e la nuova storia della Cupola attraverso la raccolta di fotografie del passato.

2.2.a visite guidate, conferenze

In considerazione della finalità che hanno le iniziative, ovvero di promuovere consapevolezza, condivisione e partecipazione, tutte le iniziative saranno centrate sulla storia, sulla architettura, sulle potenzialità della Cupola. Si svolgeranno, dunque, visite guidate e conferenze.

Le visite guidate verranno realizzate una volta al mese, per tutta la durata del progetto. Le visite saranno a partecipazione gratuita e libera e contribuiranno a diffondere la storia della Cupola, della vocazione di Pavia come Crossroads of Europe, della progettualità in corso; le conferenze saranno realizzate nello spazio aperto sotto la Cupola e approfondiranno il legame storico e economico tra la Cupola e il territorio: verranno organizzate 3 conferenze che saranno uno zoom sull'edificio e sulla storia: a) i mercati e gli spazi commerciali di Pavia, per sottolineare la vocazione commerciale della città che nasce fin dall'età romana e si rafforza in età longobarda, destinando piazze e cortili al commerci, proprio come avvenne per la Cupola; b) L'Ottocento, il Naviglio, la prima industrializzazione di Pavia, per inserire la

Cupola nel contesto storico e produttivo in cui venne realizzata c) La storia agricola di Pavia; per contestualizzare la funzione della Cupola che serviva a mediatori e fittavoli.

2.2.b La Cupola ieri e oggi

Poiché la progettualità della Cupola è fortemente centrata a ridare nuova vita ad un luogo che nel passato era un centro attivo e propulsore di commercio e di sviluppo territoriale, si intende trasmettere la vitalità e la dinamicità che hanno caratterizzato la Cupola attraverso una partecipazione diretta dei cittadini, dai più piccoli fino agli anziani.

2.2.b.1 La mostra partecipata

La Cupola Arnaboldi è stata ripresa da famosi fotografi come Chiolini ma anche dai cittadini, oggi anziani pavesi, a testimonianza che il luogo è da sempre uno dei simboli di Pavia. E' la popolazione più anziana che ha vissuto gli spazi e la funzione originaria della Cupola. Sono proprio le persone più anziane a poter "passare il testimone" per ridare nuova vita a questo luogo. Il loro coinvolgimento risulta dunque importante non solo perché riattiva energie positive nella fascia di età più anziana ma anche perché può permettere la ricostruzione di particolari, di suggestioni che solo chi ha vissuto direttamente può conoscere e ricordare. Pertanto si promuoverà una raccolta di fotografie storiche provenienti dagli archivi familiari: verrà diffusa la possibilità di consegnare presso la Camera di Commercio le fotografie che verranno acquisite digitalmente.

Al termine di questo percorso si organizzerà una mostra nello spazio esterno della Cupola che comprenderà sia il materiale consegnato dai cittadini sia le fotografie "ufficiali" che fanno parte di Archivi fotografici istituzionali. Verranno coinvolti come luoghi dell'esposizione anche gli esercizi commerciali che hanno sede presso la Cupola.

2.2.b.2 Comunicazione

si organizzerà un programma continuo e pubblico di informazione/comunicazione attraverso comunicati stampa; conferenze stampa a inizio progetto e al termine; materiali informativi si cureranno i social network con foto e filmati del work in progress. (Si dettaglieranno le specifiche azioni nel paragrafo relativo alla comunicazione)

Fasi realizzative dell'azione:

1. programmazione delle attività da organizzare, definizione del calendario; per le iniziative rivolte ai cittadini verranno individuati giornate e orari idonei ad un'ampia partecipazione; preferibilmente la domenica pomeriggio. Per l'audit degli stakeholder verranno individuati giornate e orari che consentano di andare incontro alle esigenze delle diverse categorie; ad esempio in caso di convocazione dei ristoratori, non si metteranno le riunioni a ridosso dell'ora del pranzo e della cena; per le attività commerciali si darà la

precedenza al lunedì mattina quando i negozi sono tradizionalmente chiusi; per gli agricoltori si eviteranno riunioni nei periodi di punta della raccolta dei diversi prodotti, per i soggetti culturali si eviteranno riunioni a ridosso di grandi eventi del territorio

2. commissioni e iniziative istituzionali:

2.1 preparazione ordine del giorno, convocazione, preparazione materiale di lavoro, questionari; svolgimento

2.2 riflessioni e analisi sull'esito di ogni incontro da parte del soggetto responsabile.

3. Conferenze, visite guidate

3.1. Affidamento all'esterno delle visite guidate; contatti con l'Università di Pavia, nello specifico con il Dipartimento di Storia, per condividere le tematiche delle conferenze e la partecipazione dei docenti

3.2. Promozione degli eventi: l'attività seguirà la grafica uniforme definita dall'azione di comunicazione e verrà realizzata secondo le linee guida stabilite e definite dal piano di comunicazione

3.3. Svolgimento

4. Mostra partecipata

4.1. stesura del materiale informativo da diffondere per indurre la partecipazione della cittadinanza

4.2. promozione: l'attività seguirà la grafica uniforme definita dall'azione di comunicazione e verrà realizzata secondo le linee guida stabilite e definite dal piano di comunicazione

4.3. raccolta del materiale presso la Camera di Commercio e acquisizione digitale delle immagini consegnate

4.4. selezione delle immagini ufficiali di archivi fotografici

4.5. definizione del percorso espositivo

4.6. allestimenti

4.7. promozione: l'attività seguirà la grafica uniforme definita dall'azione di comunicazione e verrà realizzata secondo le linee guida stabilite e definite dal piano di comunicazione

4.8. svolgimento: la mostra rimarrà aperta e visitabile 30 giorni

5. La comunicazione verrà curata secondo le diverse fasi proposte nell'apposito paragrafo.

Risorse necessarie:

Risorse umane: il personale della Camera di Commercio; referenti di ogni soggetto coinvolto; professionisti del settore progettazione e comunicazione; guide turistiche; docenti universitari; grafico.

Risorse materiali: strumenti informatici per la redazione del materiale, la verbalizzazione e la acquisizione delle fotografie, materiale di cancelleria; materiali informativi; allestimenti.

Risorse economiche: 39.459,97€

Soggetti coinvolti

Verrà individuato un soggetto organizzatore che avrà il ruolo di coordinare le azioni e di occuparsi della convocazione /organizzazione/attuazione delle diverse attività, avvalendosi di professionisti esperti.

Il soggetto organizzatore si relazionerà con l'Università di Pavia per definire i docenti che potranno essere relatori alle conferenze, organizzerà e si occuperà della individuazione delle guide per la realizzazione delle visite guidate

Istituzioni proprietarie di archivi fotografici collaboreranno per la ricerca fotografica

I fornitori: professionisti del settore progettazione e del settore comunicazione; le guide turistiche, allestitori.

I finanziatori della azione saranno Camera di Commercio e FONDAZIONE CARIPLO

Soggetti beneficiari:

La popolazione di Pavia: tutti gli abitanti della città, ovvero 73.000 persone, potranno partecipare alle iniziative con attenzione a diverse fasce di età: bambini e ragazzi in età scolare, anziani

La popolazione della provincia di Pavia: circa 500.000 persone che si potranno recare a Pavia per motivi di studio, di lavoro, di shopping

I comuni

Le associazioni di categoria, gli operatori economici

Le associazioni e i soggetti del settore culturale e turistico

I docenti delle scuole ad indirizzo turistico e alberghiero di Pavia;

I docenti e gli alunni delle scuole primarie e secondarie di Pavia

Risultati attesi

1. Gestione efficace della progettualità
2. Creazione di un sistema partecipato e responsabile
3. Partecipazione di un pubblico differenziato

4. Diffusione della consapevolezza dei valori della Cupola e della progettualità nel suo complesso
5. Realizzazione di azioni mirate al contesto territoriale e alle sue specifiche vocazioni
6. Partecipazione del territorio ampia e diversificata

Indicatori di risultato:

1. Rispetto del cronoprogramma del progetto
2. Adeguata gestione degli aspetti amministrativi
3. Adeguata gestione degli aspetti economico-finanziari
4. Numero e tipologia delle riunioni del sistema di governance
5. Numero e tipologia dei soggetti aggiuntivi coinvolti per le commissioni tecniche
6. Numero e tipologia dei presenti durante le attività pubbliche
7. Numero e tipologia delle fotografie acquisite

Tempi di realizzazione:

per tutta la durata del progetto

3.2.3.b La gestione economica e la sostenibilità dei servizi

La Camera prevede in modo integrato gestione diretta e gestione indiretta dei servizi :

- gestione diretta, ovvero svolta attraverso la struttura della Camera dotata di autonomia scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile, e provvista di idoneo personale tecnico.
- gestione indiretta, ovvero tramite concessione a terzi delle attività di valorizzazione, da parte della Camera, mediante procedure di evidenza pubblica, sulla base della valutazione comparativa di specifici progetti. La Camera regolerà i rapporti con i concessionari delle attività di valorizzazione mediante contratto di servizio, nel quale sono determinati, tra l'altro, i contenuti del progetto di gestione delle attività di valorizzazione ed i relativi tempi di attuazione, i livelli qualitativi delle attività da assicurare e dei servizi da erogare, nonché le professionalità degli addetti. Nel contratto di servizio saranno indicati i servizi essenziali che devono essere comunque garantiti per la pubblica fruizione.

Tale modalità integrata è stata individuata come la più idonea in termini di sostenibilità economico-finanziaria e di efficacia. I proventi relativi sia alla gestione diretta (locazione spazi, eventi) sia alla gestione indiretta (affitto gestione Bottega dei Cammini) saranno volti alla sicurezza, alla conservazione, al funzionamento e alla valorizzazione

Per la definizione dei servizi che verranno erogati presso la Cupola Arnaboldi, in considerazione del suo essere bene culturale, oltre ad un'analisi sulle esigenze locali e sulle necessità legate alla

promozione, ci si è rifatti ai “servizi aggiuntivi” previsti dalla normativa nazionale per la valorizzazione dei beni culturali.

L’ordinamento all’[art. 4 del D.L. 433/1992 \(L. 4/1993](#), cd. Legge Ronchey) ha introdotto il concetto di servizi aggiuntivi applicato ai beni culturali.

Essi sono attualmente elencati dall’art. 117 del Codice dei beni culturali e del paesaggio ([d.lgs. 42/2004](#)) che stabilisce che negli istituti e nei luoghi della cultura – indicati all’art. 101 del medesimo Codice – possono essere istituiti servizi di assistenza culturale e di ospitalità per il pubblico, tra cui:

- a) servizio editoriale e di vendita riguardante i cataloghi e i sussidi catalografici, audiovisivi e informatici, ogni altro materiale informativo, e le riproduzioni di beni culturali;
- b) servizi riguardanti beni librari e archivistici per la fornitura di riproduzioni e il recapito del prestito bibliotecario;
- c) gestione dei punti vendita e utilizzazione commerciale delle riproduzioni dei beni;
- e) servizi di accoglienza, inclusi quelli di assistenza e di intrattenimento per l’infanzia, servizi di informazione, di guida e assistenza didattica, centri di incontro;
- f) servizi di caffetteria, di ristorazione, di guardaroba;
- g) organizzazione di mostre e manifestazioni culturali, nonché di iniziative promozionali.

In base a tali tipologie, come esplicitato precedentemente, i servizi che troveranno spazio presso la Cupola saranno:

Tipologia di servizio	Tipologia di gestione
Spazio multifunzionale dedicato a progettazione condivisa, eventi di promozione territoriale, attività formative, attività culturali, locazione spazi Disponibilità di spazi per manifestazioni pubbliche	gestione diretta
Infopoint dei Cammini	gestione diretta con affidamento di incarico
Degustazione, vendita di prodotti a km zero e corsi sull’enogastronomia	gestione indiretta

Si segnala che le tabelle di entrate e uscite sono stimate a partire dalla conclusione del progetto rivolto a Fondazione Cariplo e quindi nel momento in cui la disponibilità dei servizi sarà a pieno regime per i tre anni successivi dalla conclusione del progetto: 2022, 2023, 2024

La gestione dello spazio multifunzionale:

Lo spazio potrà essere utilizzato direttamente dalla Camera ma potrà anche essere dato in locazione (si allega a fine progetto il modello di regolamento e la modulistica di prenotazione in uso attualmente per le sale di proprietà della Camera che vengono date in locazione).

Vantaggi competitivi per la locazione dello spazio multifunzionale:

- Posizione nel capoluogo e posizione centrale ben riconosciuta e ben accessibile (parcheggi, mezzi pubblici)
- Accessibilità anche all'utenza diversamente abile
- Disponibilità di spazi interni ed esterni
- Prestigio della location
- Arredamento e attrezzature tecnologiche efficienti e moderne
- Costi vantaggiosi in particolare per i soggetti no profit e che si occupano di promozione territoriale

Si segnalano inoltre due fattori che costituiranno potenzialità significative per la locazione di questi spazi da parte di diversi enti/soggetti:

- Nella città di Pavia, dove si trovano strutture universitarie, collegi e ospedali... e dove si svolgono manifestazioni ed eventi che spesso hanno bisogno di sale di rappresentanza, la domanda di spazi in locazione supera l'offerta di sale disponibili, se pur numerosa.

Per il 2022 si stima una richiesta di spazi che ha margini di aumento grazie all'attività di comunicazione e della diffusione della conoscenza della disponibilità degli spazi. Si ipotizza un incremento di richieste di circa il 5 % ogni anno.

Per quanto riguarda i costi invece si stima che potrà non esserci un aumento o che tale aumento possa essere poco incisivo, in quanto i contratti di pulizie e manutenzione, vengono affidati per un periodo di medio- lungo termine senza ulteriori incrementi di spesa.

Inoltre anche il costo del personale ha un incremento annuo di minima incisività.

Il costo del personale addetto alla custodia è calcolato con una stima di impiego dell'addetto di 2 ore per ogni giornata di affitto spazi per l'apertura e chiusura, per la gestione delle attrezzature

informatiche (accensione, spegnimento pc, proiettore, microfoni, audio.), sulla base del costo orario lordo di 15,33 euro. (180 ore)

Invece, quando lo spazio verrà utilizzato direttamente dalla Camera di Commercio il costo del personale addetto alla custodia è stimato sulla base di 1 ora di lavoro per ogni giornata, in quanto il personale della Camera che utilizzerà il luogo già conosce spazi e attrezzature.

Il costo del personale addetto del servizio Risorse e Patrimonio sarà relativo solo al servizio di concessione d'uso degli spazi per soggetti esterni e sarà relativo alla gestione delle parti amministrative ed economiche della locazione. Il costo è calcolato con una stima di impiego dell'addetto di 1 ora per ogni giornata richiesta, sulla base del costo orario lordo di 19,19 euro.

I numeri delle giornate di concessione d'uso sono stimate sul confronto con i dati in possesso della Camera di Commercio per la concessione di altri spazi simili: la Camera di Commercio gestisce la locazione delle sale di Palazzo Esposizioni di Pavia, Borsa Merci di Mortara, Borsa Merci di Voghera e del medesimo Palazzo camerale. Per affinità di spazio (metratura, posizione, prestigio dell'immobile) si sono confrontati i numeri relativi alla locazione della Sala Consiglio e della Sala Giunta del Palazzo di via Mentana in cui ha sede la Camera.

Il numero delle giornate di utilizzo da parte della Camera di Commercio e di Pavia Sviluppo sono basate sull'analisi di: giornate dedicate alla governance (1 / 2 volte al mese) come indicato nell'apposito paragrafo: minimo 24 massimo 48; si stima una media di 36 riunioni annuali; iniziative istituzionali/culturali organizzate dalla Camera di Commercio (presentazioni, convegni, eventi) stimate sulla base delle iniziative realizzate nel Palazzo della Camera in Via Mentana ogni anno; giornate di formazione annuale di Paviaviluppo in base al pregresso: n. 180 giornate di formazione.

Pertanto lo spazio multifunzionale avrà il seguente utilizzo annuale stimato:

riunioni governance 36

iniziative istituzionali/culturali 48

Paviaviluppo 180

Locazione: 105 tra mezze giornate e giornate intere nel 2022 con incremento del 5% nel 2023 e un ulteriore incremento del 5% nel 2024

Si segnala che la durata delle iniziative potrà coprire l'intera giornata oppure la mezza giornata o, come nel caso della governance, alcune ore. Si potranno utilizzare anche le ore serali, fattore che aumenterà la possibilità di realizzare eventi/iniziative all'interno dello spazio multifunzionale. In questo modo la cosiddetta "capacità produttiva" risulta piuttosto significativa.

La tabella è relativa ai costi specifici di entrate e uscite in base alla specificità dello spazio.

Spazio multifunzionale				
uscite				
Voci		2022	2023	2024
Personale addetto alla custodia e personale della Camera di Commercio di Pavia	<i>Custodia per la locazione 180 ore</i>	2.759,40 €	2.759,40 €	2.759,40 €
	<i>Custodia per le iniziative della Camera 264 ore</i>	4.047,12 €	4.047,12 €	4.047,12 €
	<i>Personale amministrativo 90 ore</i>	1.727,10 €	1.727,10 €	1.727,10 €
Totale		8.533,62 €	8.533,62 €	8.533,62 €
entrate				
Voci		2022	2023	2024
Concessione d'uso degli spazi	<i>Mezza giornata Costo al pubblico per la locazione 200,00 euro + iva 22% Si stima un'utilizzo di 40 mezza giornate per il 2022 con incremento del 5% nel 2023 e del 5% nel 2024</i>	8.000,00 €	8.400,00 €	8.820,00 €
	<i>Giornata intera Costo al pubblico per la locazione 400,00 euro + iva 22% Si stima un'utilizzo di 25 giornate intere con incremento del 5% nel 2023 e del 5% nel 2024</i>	10.000,00 €	10.500,00 €	11.025,00 €
	<i>Sconto per no profit e promozione del territorio mezza giornata Si stima un'utilizzo di 25 mezza giornate Costo al pubblico per la locazione 100,00 euro + iva 22% con incremento del 5% nel 2023 e del 5% nel 2024</i>	2.500,00 €	2.625,00 €	2.756,25 €
	<i>Sconto per no profit e promozione del territorio giornata intera Costo al pubblico per la locazione 200,00 euro + iva 22% Si stima un'utilizzo di 15 giornate intere con incremento del 5% nel 2023 e del 5% nel 2024</i>	3.000,00 €	3.150,00 €	3.070,50 €
Totale	iva esclusa	23.500,00 €	24.675,00 €	25.671,75 €
Totale	iva inclusa	28.670,00 €	30.103,50 €	31.319,54 €

Si allegano (a fine progetto) un regolamento di locazione e una modulistica di prenotazione attualmente in uso da parte della Camera di Commercio per gli spazi di Palazzo Esposizioni, della borsa merci di Mortara, della borsa merci di Voghera).

Gli spazi della Cupola potranno essere utilizzati anche per eventi (costo di mercato 60,00 euro al metro quadrato). Ipotizzando 2 eventi nel 2022, 3 nel 2023 e 4 nel 2024 (grazie al passaparola e al consolidarsi del ruolo della Cupola) con un impiego medio di 200 mq, si ipotizza un ritorno per la Camera rispettivamente di 24.000,00 euro, 36.000,00 euro, 48.000,00 euro. Gli eventi sono solitamente organizzati nel fine settimana, pertanto, non andranno a intersecarsi con le giornate di formazione/progettazione/utilizzo di enti diversi. Personale di custodia e pulizie saranno a capo dell'organizzatore. Potrà gestire la locazione degli spazi il personale di Paviaviluppo

Le informazioni di base, di contatto, i costi, le modalità di prenotazione verranno indicati in modo chiaro. I moduli si troveranno sul sito della Camera di Commercio nella apposita sezione.

“Concessione in uso delle sale della Camera di Commercio.”, a cui si accede direttamente dalla Home Page.

http://www.pv.camcom.it/index.phtml?Id_VMenu=869

La gestione dell'Infopoint dei Cammini

L'erogazione del servizio di Infopoint verrà affidato ad un soggetto esperto nel settore dell'accoglienza turistica. Verrà realizzato un avviso pubblico ai sensi della normativa vigente. (Si allega un fac simile a fine progetto)

Si presterà attenzione a professionalità che hanno sviluppato competenze nel settore della conoscenza del territorio, delle risorse culturali, paesaggistiche locali, nella gestione delle informazioni all'utente, nella conoscenza delle lingue straniere e nell'utilizzo dei sistemi di comunicazione digitale per interagire con l'utenza.

La Camera intende valorizzare tali progettualità affidando la gestione dell'erogazione del servizio di Infopoint dei Cammini per una durata di 3 anni.

I fattori che risulteranno positivi per il buon funzionamento dell'Infopoint e dunque per un buon impatto sul territorio saranno

- Competenza del personale che verrà formato in modo specifico dalla Camera sui Cammini
- Professionalità di base del personale di buon livello
- Partecipazione alla governance
- Posizione nel centro storico accessibile e visibile

➤ Azioni di comunicazione in sinergia con soggetti territoriali

Il costo del personale addetto del servizio Risorse e Patrimonio per l'affidamento della gestione è inserito nel progetto biennale, dopo il 2022 il costo sarà solo relativo al pagamento dell'importo dovuto (in 3 tranches) : 10 ore annuali 191,9. Il costo è calcolato sul costo orario lordo di 19.19

Il costo del personale per il settore promozionale sarà relativo al coordinamento delle attività dell'Infopoint, stimato su 8 ore mensili (96 ore l'anno)

Costo: 3.092,16 . Il costo è calcolato sul costo orario lordo di 32,21

Il personale esterno dell'infopoint si occuperà della apertura e della chiusura; gli orari di apertura al pubblico saranno dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 13 e dalle 15 alle 19. Si ipotizza di avere all'interno n.1 figura professionale per i giorni infrasettimanali e n.1 figura professionale per il fine settimana (sabato e domenica) . Dalle 9 alle 10 il personale potrà svolgere attività di back office

Il costo per l'erogazione dei servizi dell'Infopoint è così calcolato: costo dipendente lordo CCNL commercio, terziario, distribuzione, servizi; impiegato di Quinto Livello. Nel costo si sono calcolati il costo azienda, tredicesima, quattordicesima, costo di coordinamento, iva al 22%:. Nello specifico potranno essere impiegati:

1 figura professionale impiegata per 40 ore settimanali 28.000 €

1 figura professionale impiegata al sabato e alla domenica per 16 ore settimanali 11.200 €

Coordinamento di gestione: 7.000€

Iva 22% 10.264 €

Infopoint				
uscite				
Voci		2022	2023	2024
Personale della Camera di Commercio di Pavia	<i>Coordinamento promozionale</i>	3.092,16 €	3.092,16 €	3.092,16 €
	<i>Amministrativo</i>	191,90 €	191,90 €	191,90 €
affidamento ad esterni per l'erogazione del servizio Infopoint		56.464,00 €	56.464,00 €	56.464,00 €
Totale		59.748,06 €	59.748,06 €	59.748,06 €

La gestione della Bottega dei Cammini

La Camera di Commercio affiderà all’esterno la Bottega dei Cammini. Verrà realizzato un avviso pubblico ai sensi della normativa vigente con un affidamento di 5 anni. La Camera presterà attenzione a valorizzare soggetti che abbiano non esclusivamente competenze commerciali, ma anche conoscenza della cultura enogastronomica. Si allega a fine progetto un fac simile di avviso per la gestione.

Perché si ritiene che l’attività della Bottega possa essere sostenibile e competitiva?

- Perché il trend del mercato va nella direzione di una sempre maggior attenzione verso l’enogastronomia locale
- Perché la spesa dei cittadini e dei turisti è in aumento nel settore ristorativo/bar/degustazioni.

Emerge che nel 2015 (dati e analisi Banca d’Italia) sono stati oltre 920 mila i visitatori stranieri che hanno scelto l’Italia per una vacanza enogastronomica. In termini monetari, infatti, il valore della spesa agroalimentare ed enogastronomica effettuata dai turisti sul territorio nazionale vale ben 41,3 miliardi, come mostra l’indagine Isnart-Unioncamere del 2017. L’enogastronomia è la principale leva nella scelta di un soggiorno in Italia per il 22,3% dei turisti italiani e per il 29,9% di quelli stranieri.

Inoltre dal 1970 al 2015 il mercato ha visto una crescita di incidenza del consumo alimentare fuori casa del +20% (1970 era il 12% sui totali dei consumi mentre i dati del 2015 riportano il 32%). (da Tradelab, I format del fuori casa oggi e domani. Gli “ingredienti” per la ristorazione del futuro. 14 luglio 2015).

Si tratta di un mercato in costante espansione e i fattori principali del fenomeno sono da identificare nei cambiamenti socio-demografici avvenuti nell’ultimo decennio: aumento del numero di famiglie di piccole dimensioni, aumento dei single, aumento del lavoro femminile, nuovi stili di vita che hanno portato un numero sempre crescente di persone a muoversi tra le città e a dedicare meno tempo in casa, sia dal punto di vista lavorativo sia dal punto di vista dell’istruzione e della formazione nei più giovani.

E’ sicuramente la ristorazione indipendente a dominare il settore con 288.798 punti di consumo e 59,4 miliardi di euro. Il 77% degli italiani consuma più o meno abitualmente cibo al di fuori delle mura domestiche: si parla di circa 39 milioni di persone che soprattutto nei pasti principali colazione, pranzo e cena mangiano fuori casa. Sono i pasti principali a dominare i maggiori consumi: in tempi in cui ancora si sentono le conseguenze della crisi, il settore tiene ed emerge che sempre più persone (il 77% degli italiani appunto) consumano i pasti fuori di casa, facendo lievitare favorevolmente il volume d’affari del mercato settoriale. La crisi dei consumi alimentari in casa ha subito una flessione del 13% permettendo dunque un aumento dei consumi away from home.

- il servizio offerto si differenzia dalla concorrenza diretta (ristoranti) in quanto offre degustazioni a minor costo rispetto ad un pranzo/cena in un ristorante e si differenzia dalla concorrenza indiretta (bar) perché in tale pubblico esercizio difficilmente si trovano prodotti a km zero.
- il bacino di utenza è molto ampio (considerando il numero degli abitanti della città di Pavia, i turisti, i lavoratori, gli studenti...) e il servizio offerto va incontro ad esigenze diverse, dal target dei giovani al target delle persone più mature. Il mercato target: persone tra i 18 e i 65 anni, studenti e lavoratori del territorio, buyers e professionisti che arrivano dall’esterno sul territorio per questioni di lavoro, turisti, uomini e donne, con una media capacità di spesa, attenti alla cucina di qualità e ai prodotti del territorio. I clienti potenziali sono così suddivisi: orario pranzo e aperitivo: professionisti del territorio o esterni, dipendenti di uffici e imprese, imprenditori. Orario cena: turisti, buyers e professionisti esterni, famiglie, giovani, coppie di Pavia e della provincia. Orario serale: giovani, coppie, piccoli gruppi di cittadini di Pavia e della provincia. I clienti delle degustazioni sono potenziali compratori dei prodotti a km zero ma anche potenziali fruitori dei corsi dedicati al vino.
- Per la sua collocazione in una zona centrale del capoluogo molto frequentata

- Per la presenza all'interno della stessa Cupola di servizi (come lo spazio multimediale e l'infopoint) che godranno di un proprio pubblico che potrà essere a sua volta cliente della Bottega.
- Perché i servizi diversificati della Bottega permetteranno di raggiungere e intercettare differenti target (vendita, degustazione, corsi sul vino, eventi..) e nello stesso tempo di avere introiti differenti: degustazioni in orari di pranzo, cena, aperitivi, dopo cena.
- Possibilità di fornitori che venderanno con cui si potrà trattare la vendita di materie prime a prezzo scontato in quanto soci di Consorzi (come ad esempio il Consorzio Vini) con cui ci potranno stipulare accordi
- Perché il gestore verrà formato durante negli ultimi mesi del progetto per rispondere efficacemente alle politiche di gestione economico-finanziaria; di marketing e di gestione del personale, acquisendo competenze importanti
- Perché la politica di marketing del gestore potrà godere della comunicazione generale dei servizi dell'intero spazio della Cupola

L'affitto è stabilito in base alla metratura, ai prezzi di mercato per un immobile in posizione centrale con finalità commerciali. Stima: 2.500,00 euro al mese. La ricerca è stata effettuata tramite interlocuzioni con l'Associazione Commercianti di Pavia.

Il personale del servizio Risorse e Patrimonio si occuperà della parte amministrativa ed economica, compreso l'affidamento del bando e l'incasso dell'affitto. La preparazione e l'affidamento del bando saranno gestiti durante la fase di avvio della progettualità (all'interno del progetto biennale); l'incasso dell'affitto verrà gestito da gennaio 2022, ovvero dall'attività a regime. Si stima un impiego di n.1 risorsa del personale dipendente del servizio Risorse e Patrimonio di 20 ore all'anno per la gestione delle 12 mensilità di affitto. La cifra stimata si basa sul costo orario lordo di 15,33 euro del personale del settore specifico.

**Bottega dei Cammini
Camera di Commercio**

uscite				
Voci		2022	2023	2024
<i>personale della Camera di Commercio di Pavia</i>	<i>Amministrativo</i>	306,60 €	306,60 €	306,60 €
Totale		306,60 €	306,60 €	306,60 €

entrate				
Voci		2022	2023	2024
<i>Affitto corrisposto dal gestore</i>		30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Totale		30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €

BUSINESS PLAN BOTTEGA DEI CAMMINI

Di seguito il dettaglio delle entrate e delle spese

Spese:

Personale Assunto: ai fini dell'erogazione del servizio si stima che possano essere assunte n. 2 figure professionali; CCNL Ristorazione e turismo IV livello (costo azienda, tredicesima, quattordicesima, tfr, oneri sociali): 19.000,00 euro per ogni persona assunta

L'affitto che il gestore corrisponderà alla Camera per 12 mesi è stimato di 30.000,00 euro (2.500,00 euro al mese)

Le piccole attrezzature per la preparazione delle degustazioni verranno acquistate solo il primo anno e sono stimate in 8.000,00 e circa 1.000,00 euro di eventuale manutenzione/sostituzione per gli anni successivi.

Tra i costi fissi sono compresi:

3.000,00 euro per il commercialista; 3.000,00 euro di spese bancarie, tassa rifiuti
1.300,00 euro tassa rifiuti (stimata su metrature ed esercizi commerciali similari)

tra i costi variabili si segnalano:

8.000,00 euro di utenze: acqua, gas, luce

1000,00 euro di cancelleria

5.000,00 euro per spese marketing: gestione social e web, locandine, menu

Si ipotizza che i costi per le materie prime abbiano una incidenza del 30% sul fatturato

Si ritiene che non esistano significativi rischi operativi di mercato; l'eventuale aumento dei costi variabili viene stimato lieve e non inciderà in maniera rilevante sui ricavi aziendali.

Bottega dei Cammini				
Gestore				
uscite				
Voci		2022	2023	2024
affitto		30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Attrezzature		8.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
personale	n.2 figure professionali	38.000,00 €	38.000,00 €	38.000,00 €
materie prime		131.400,00 €	144.756,00 €	160.608,60 €
utenze	acqua luce gas	8.000,00 €	8.000,00 €	8.000,00 €
spese marketing		5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
		1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
		1.300,00 €	1.300,00 €	1.300,00 €
		3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €
		3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €
commercialista		4.200,00 €	4.900,00 €	5.600,00 €
Spese bancarie				
professionisti esterni				
Totale		232.900,00 €	239.956,00 €	256.508,60 €

Entrate:

Il fatturato è previsto per 50 settimane di apertura con i seguenti orari 10.30- 15;30-17.00- 24.00

Nel 2022 e nel 2024 è stimato un incremento del 10% di ingressi

La “capacità produttiva” è stimata considerando il numero “coperti” che sono massimo 60 per ogni turno.

Ipotizzando il servizio in fase orarie differenti la capacità giornaliera massima è di

- 120 persone all’aperitivo considerando due turni
- 60 persone per ora di pranzo
- 120 persone per ora di cena considerando due turni
- 70 persone per dopo il cena

Si prevede 1 giorno di chiusura settimanale.

Si stimano per il 2022:

Servizio degustazioni:

Il costo è calcolato nel seguente modo : n. persone x costo cad. x 6 giorni x 50 settimane lavorative.

- 20 persone al giorno per aperitivi costo medio unitario della degustazione 10 euro: 60.000,00 euro
- 20 persone ora di pranzo costo medio unitario della degustazione 15 euro: 135.000,00
- 20 persone per ora di cena – 1 solo turno costo medio unitario della degustazione 20 euro: 120.000,00 euro
- 20 persone per dopo cena costo medio unitario 10 euro: 60.000,00 euro

Per il 2023 si stima un aumento del 10%

22 persone al giorno per aperitivi; costo medio unitario della degustazione 10,00 euro: 66.000,00 euro

22 persone al giorno per l’ora di pranzo: costo medio unitario della degustazione 15 euro : 99.000,00 euro

22 persone per ora di cena – 1 solo turno: costo medio unitario della degustazione 20,00 euro: 132.000,00 euro

22 persone per dopo cena costo medio unitario 10,00 euro: 66.000,00 euro

per il 2024 si stima un ulteriore aumento di circa il 10%

25 persone al giorno per aperitivi; costo medio unitario della degustazione 10,00 euro: 75.000,00 euro

25 persone al giorno per l'ora di pranzo - costo medio unitario della degustazione 15 euro
:112.500,00 euro

24 persone per ora di cena – 1 solo turno: costo medio unitario della degustazione 20,00 euro:
144.000

24 persone per dopo cena costo medio unitario 10,00 euro: 60=.000,00 euro

La stima dell'afflusso è stimata considerando che:

durante le ultime giornate della settimana con attenzione al week end potranno esserci afflussi consistenti che faranno media con le giornate di minor ingresso di clienti. I prezzi medi unitari di vendita sono stati differenziati nel seguente modo: il pranzo di lavoro è solitamente contingentato negli orari e prevede la selezione di piatti meno elaborati e di bevande meno pregiate; prezzo unitario medio cena in base al fatto che alla sera i clienti hanno a disposizione più tempo e la scelta di cenare fuori casa non è solo una necessità lavorativa ma anche un momento di piacere che induce a dedicare ancora maggiore attenzione nella selezione dei piatti e delle bevande; i prezzi medi unitari di vendita di aperitivo e dopo cena si basano sul costo delle bevande e sul fatto che la degustazione sarà di minor abbondanza. I prezzi derivano dai costi delle materie prime, dai costi del servizio e tenendo in considerazione i prezzi del mercato di riferimento

Corsi dedicati al vino:

I corsi saranno tenuti da esperti; si ipotizzano corsi di 4 incontri che avranno un costo per i professionisti esterni (quantificato in 700,00 euro per ogni corso).

Si ipotizza di avere 15 partecipanti ad ogni corso che pagheranno 120,00 euro per la partecipazione.

Per il 2022 si ipotizza di organizzare n. 6 corsi, una volta ogni due mesi; per il 2023 e il 2024 si ipotizza di avere un aumento del numero di corsi, che potranno essere rispettivamente 7 e 8.

Partecipanti 2022: 90 X 120,00 costo cadauno

Partecipanti 2023: 105 X 120,00 costo cadauno

Partecipanti 2024: 120X 120,00 costo cadauno

Vendita di prodotti locali :

2022:

- Vino: costo medio unitario: 20,00 euro

Si stima di vendere 2 bottiglie al giorno: (costo 2 bottiglie al giorno X 6 giorni X 50 settimane) ; 600 bottiglie all'anno

- Riso: costo medio unitario: 2,5 euro per ogni kg; si stima di vendere 4 Kg di riso al giorno (costo 4 kg di riso X 6 giorni X 50 settimane); 1200 kg di riso all'anno

- altri prodotti (formaggi, marmellate, miele, biscotti..) costo medio unitario 8,00 euro.

Si stimano 3 prodotti al giorno (3 prodotti al giorno X 6 giorni X 50 settimane) : 900 altri prodotti all'anno

2023:

si stima un incremento del 10% delle vendite

- vino 660 bottiglie
- riso 1320 kg
- altri prodotti 990

2024:

si stima un incremento del 10% delle vendite

- vino 726 bottiglie
- riso 1452 kg
- altri prodotti 1089

Le stime tengono in considerazione alcuni periodi festivi come Pasqua e Natale in cui le vendite medie giornaliere saranno più alte e periodi come il mese di agosto in cui le vendite giornaliere saranno più basse.

Bottega dei Cammini				
Gestore				
entrate				
Voci		2022	2023	2024
Servizio degustazioni	<i>aperitivi</i>	60.000,00 €	66.000,00 €	75.000,00 €
	<i>ora pranzo</i>	90.000,00 €	99.000 €	112.500,00 €
	<i>ora cena</i>	120.000,00 €	132.000,00 €	144.000,00 €
	<i>dopo cena</i>	60.000,00 €	66.000,00 €	72.600,00 €
Corsi vino		10.800,00 €	12.600,00 €	14.400,00 €
Vendita a km 0	<i>vino</i>	12.000,00 €	13.200,00 €	14.520,00 €
	<i>riso</i>	3.000,00 €	3.300,00 €	3.630,00 €
	<i>altri prodotti</i>	7.200,00 €	7.920,00 €	8.712,00 €
Totale		363.000,00 €	400.020,00 €	445.362,00 €

Infine si presenta:

il riepilogo di costi e entrate già evidenziati per ogni singolo servizio e i costi che la Camera sostiene per l'intero immobile (assicurazione, spese condominiali, pulizia, utenze, tasse comunali, manutenzione attrezzature informatiche, manutenzione immobile)

Per gli strumenti informatici si presterà la manutenzione a pc, telo proiezione, schermo video, videoproiettore.

Il costo del personale del servizio Risorse e Patrimonio è relativo alla gestione della contabilità delle spese previste e alla preparazione degli affidamenti per pulizia, manutenzione attrezzature e immobile. Si ipotizza che saranno necessarie 350 ore all'anno: ricevimento fattura, protocollazione, contabilizzazione, pagamento spese, affidamento servizi. Le figure professionali saranno 2 (1 costo orario di 33,68 per 100 ore; 1 costo orario di 19,19 per 250 ore)

Per il servizio di pulizia la Camera ha un contratto con Tecnoservice annuale.

Per la manutenzione delle strutture e delle attrezzature i costi sono basati sulle spese pregresse.

I costi di utenze sono stimati in base ai giorni di utilizzo di: uffici, spazio multifunzionale, infopoint in quanto per la Bottega dei Cammini sarà il gestore a occuparsi del pagamento delle utenze. Si è partiti dal costo dell'anno 2018 quando la Cupola è stata utilizzata 30 giorni. Si stima che nel 2022 i giorni di utilizzo siano 365.

I costi delle manutenzioni sono stimati in 3.000€ per manutenzione ordinaria all'anno e a partire dal terzo anno di funzionamento dell'immobile ristrutturato si ipotizzano ulteriori 3000€ (manutenzione straordinaria) per sostituzione impianto idrico, eventuali ritinteggiature di porzioni di locali.

Nella tabella si evidenziano in verde le spese che la Camera sostiene indipendentemente dal progetto (imu, assicurazione- riferibili ad una polizza globale in cui sono compresi tutti gli immobili di proprietà della Camera, spese condominiali); spese del personale strutturato e, in giallo, le spese riferibili alle uscite per la realizzazione del progetto.

Si segnala che la Camera è un ente strutturato, dotato di risorse e patrimoni importanti in grado di far fronte alle spese per la progettualità, che potrà portare ad un impatto significativo per il territorio.

Infine si indica che Paviaviluppo, che utilizzerà per la formazione gli spazi della Cupola, genererà un risparmio per la Camera. Attualmente, infatti, la Camera versa un contributo annuale che potrà essere inferiore proprio in virtù dell'utilizzo degli spazi della Cupola.

uscite			
Spazio multifunzionale			
	2022	2023	2024
Totale personale strutturato	8.533,62 €	8.533,62 €	8.533,62 €
Infopoint			
Totale personale strutturato	3.284,06	3.284,06	3.284,06
Bottega dei Cammini			
Totale personale strutturato	306,60 €	306,60 €	306,60 €
Spese per l'immobile			
uscite			
Voci	2022	2023	2024
<i>spese condominiali</i>	2850,00 €	2850,00 -€	2850,00- €
<i>imu</i>	22.391,09 €	22.391,09 €	22.391,09 €
<i>manutenzione</i>	3000,00 €	3000,00 €	6000,00 €
<i>personale per la gestione delle spese per l'immobile</i>	3.368,00 €	3.368,00 €	3.368,00 €

	2022	2023	2024
Infopoint	56.464,00 €	56.464,00 €	56.464,00 €
pulizia	4.900,00 €	4.900,00 €	4.900,00 €
Utenze (luce, acqua, gasolio)	10.000,00€ -	10.000,00 €	10.000,00 €

Entrate spazio multifunzionale				
Voci		2022	2023	2024
Totale	iva inclusa	28.670,00€	30.103,50 €	31.319,54€
Entrate bottega dei cammini				
Totale		30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Totale		58.670,00 €	60.103,50 €	61.319,54 €

Entrate eventi				
Voci		2022	2023	2024
		2 eventi	3 eventi	4 eventi
Totale	iva inclusa	24.000,00€	36.000,00€	48.000,00€

3.2.3.c La Conservazione del bene

La Cupola Arnaboldi

Piano di tutela e conservazione

L'obiettivo è di conservare e tutelare la risorsa patrimoniale in modo da preservarla dal degrado e consentirne la fruizione futura.

Si ritiene indispensabile una pianificazione degli interventi sia di prevenzione sia di conservazione. Si prevedranno azioni volte al monitoraggio dello stato di conservazione dell'immobile.

Per garantire la conservazione la tutela del bene saranno necessari:

- ottimizzare l'attività di vigilanza del bene, con l'implementazione di sistemi di controllo a distanza e automatizzati, a protezione di atti vandalici o da usi impropri

anche in collaborazione con il comune di Pavia

- definizione di piani di monitoraggio e di conservazione a lungo termine in collaborazione con il Comune di Pavia si provvederà al decoro esterno dell'area.

3.2.3.d La sostenibilità della progettualità e il fund raising

Si ritiene che l'impostazione organizzativa della progettualità complessa appena descritta possa garantire le migliori prospettive di realizzazione, di cogliere gli obiettivi strategici, garantendo la sostenibilità nel tempo delle iniziative attivate, anche successivamente all'esaurimento delle risorse della Fondazione Cariplo. Nello specifico:

La sostenibilità nel tempo degli interventi previsti appare legata alla capacità di rendere strutturate tre condizioni:

1. Sostenibilità della governance e della rete.
 - La Camera intende proseguire a lavorare in sinergia per progettualità future riguardanti lo sviluppo locale tramite la crescita culturale e turistica.
Si manterrà il sistema di governance, grazie al fatto che fanno parte dei diversi organi enti con personale strutturato. Tale condizione permette il mantenimento della regia progettuale ma anche degli aspetti tecnici. Le linee di indirizzo e gli atti verranno redatti in continuità con l'idea originaria e con gli obiettivi prefissati.
 - La stabilità permetterà anche la prosecuzione della sinergia con la rete, a sua volta, formata da soggetti e da enti strutturati.
2. La creazione di un sistema culturale/turistico condiviso e stabile tramite la partecipazione attiva della cittadinanza, dei soggetti territoriali, degli operatori economici:
 - la creazione di una condizione abituale di attività di rete, coordinata, con la definizione di obiettivi per il cui risultato occorre concorrere insieme, potrà consolidare l'attitudine, già presente, a lavorare in modo integrato.
 - la creazione della consapevolezza delle potenzialità locali, ancora più forti se valorizzate all'interno di un sistema territoriale, potrà indurre a investire, indirizzando energie, tempo, risorse economiche in linee condivise con il sistema.
 - grazie alle attività del progetto si potrà raggiungere il risultato di un ampliamento della rete sovralocale anche con l'adesione a progetti di ampio respiro interregionali e internazionali, che consentiranno di valutare nuove prospettive
3. Attività di fund raising

Impegno volto anche nella ricerca di fondi attraverso Bandi europei, Bandi regionali , FONDAZIONI e sponsor privati del territorio per nuove progettualità. Occorre sottolineare che l'attività di fund raising si suddividerà in 2 tipologie:

- a) per lo sviluppo di progettualità nazionali e internazionali a cura della Camera di Commercio
- b) per il supporto alle associazioni/operatori culturali che vogliano organizzare iniziative di animazione degli spazi. In questo caso l'attività di funding non sarà realizzata direttamente dalla Camera che invece avrà il ruolo di coordinamento e di sostegno per permettere alle associazioni di concretizzare il loro impegno.

In generale sarà necessario condividere una vision e una mission: si identificheranno gli obiettivi a medio-lungo termine dell'attività di fund raising:

nel caso dell'attività svolta dalla Camera l'obiettivo sarà quello di avere a disposizione fondi per progettualità di grande rilevanza. Ricercare fondi per tale scopo permetterà di destinare le altre risorse della Camera a attività di manutenzione, conservazione, mantenimento dei servizi.

Nel caso, invece, del supporto che la Camera potrà dare ad associazioni e operatori culturali per la ricerca di fondi per iniziative di animazione, la finalità sarà quella di creare sempre più occasioni di aggregazione negli spazi della Cupola e nello stesso tempo di contribuire al mantenimento della vivacità della realtà culturale pavese.

In base alle due finalità e alle due diverse necessità verrà effettuata la scelta degli strumenti da utilizzare in modo che venga individuato il mezzo più appropriato.

In entrambi i casi verrà redatto un abstract contenente:

1. Mission
2. Obiettivi strategici
3. Obiettivi operativi
4. Programmi e servizi da realizzare
5. Risorse economiche necessarie

Sarà l'organo decisionale a indirizzare sulle necessità di ricerca di fondi per le progettualità

Quindi si procederà secondo quanto previsto dalla struttura di governance: l'organismo direttivo stabilirà le linee da utilizzare da parte del soggetto responsabile per la ricerca fondi (bandi, contatti con sponsor privati) e per procedere in modo operativo. Ci si potrà avvalere anche di professionisti del settore per predisporre i progetti necessari. I passaggi per l'attività di fund raising saranno:

1. Delibera (predisposta dalla struttura tecnica) e approvata in Giunta per dare avvio all'iter
2. Predisposizione del progetto e delle opportune relazioni
3. Adesione a bandi/opportunità

Nel caso delle associazioni, il procedimento avverrà in modo inverso: saranno le commissioni tecniche a raccogliere le istanze di associazioni e operatori, a sottoporre le necessità agli organismi direttivi e decisionali. Saranno necessari fondi più ridotti e pertanto i canali che verranno seguiti saranno soggetti come Rotary e Lions, livelli provinciali di fondazioni come la Fondazione Comunitaria della provincia di Pavia onlus, bandi idonei ad eventi e manifestazioni di piccole entità, aziende del territorio attive e attente al sostegno di eventi.

Fasi realizzative:

Governance (commissioni tecniche)

1. predisposizione di materiali informativi da presentare a nuovi soggetti interessati a far parte della rete
2. organizzazione di incontri/attività per il consolidamento della rete

Fund raising: promozione e fund raising presso il settore pubblico e privato

1. comunicazione istituzionale legata al funding
2. ricerca e selezione dei bandi/opportunità di contributi
3. ufficio ragioneria/amministrativo per la predisposizione della documentazione amministrativa delle proposte progettuali per la partecipazione a bandi, in collaborazione con il personale del settore promozione economia locale.

Soggetti Coinvolti: la Camera di Commercio come coordinatore; i soggetti della rete e gli stakeholder locali, fondazioni, Regione Lombardia, Sponsor locali.

Risorse Umane: Risorse professionali del settore promozione economia locale e del Settore Risorse e Patrimonio; referenti della rete di supporto, professionisti esterni per il fund raising

Materiali: materiali di cancelleria, strumenti informatici

I beneficiari: la Camera di Commercio, i soggetti gestori e i soggetti della rete

Beneficiari indiretti saranno tutti coloro che entreranno in contatto con i servizi (cittadini, turisti, alunni delle scuole, operatori economici, culturali e turistici)

Risultati attesi:

strutturazione di un sistema di governance stabile

aumento dei soggetti della rete

aumento delle risorse finanziarie a disposizione

Indicatori

Numero e tipologia dei soggetti aggiuntivi inseriti nella rete

Numero e tipologia delle risorse aggiuntive con l'attività di fund raising

Numero e tipologia degli incontri volti all'aumento dei soggetti della rete

Tempi di realizzazione: tale fase verrà attuata successivamente al termine del progetto

3.2.4 Il Piano per la comunicazione



Il piano comprende le azioni volte alla diffusione della conoscenza sulle attività e sui servizi previsti e a sensibilizzare potenziali donatori.

Si intende sviluppare un piano di comunicazione integrato e articolato in diverse azioni, in grado di promuovere il luogo, i valori del territorio che il sito porta con sé e la partecipazione alle azioni predisposte per il suo successo.

Innanzitutto occorre suddividere l'attività in

- Comunicazione interna
- Comunicazione esterna

La **comunicazione interna** è essenziale affinché le strategie del piano siano condivise da tutte le figure professionali che lavorano al progetto; la comunicazione interna verrà coordinata in modo che si evitino sovrapposizioni o, viceversa, mancanza di informazioni.

Per fare ciò si è strutturato un piano di governance in cui il soggetto responsabile permetta il transito delle informazioni in coordinamento con una figura professionale della Camera di Commercio.

Le comunicazioni di indirizzo avverranno durante gli incontri dei diversi organi della governance; per rendere operative tali linee, si procederà con contatti email e/o telefonici. Per gestire adeguatamente la **comunicazione verso l'esterno** è stato necessario stilare fin da subito le linee guida della strategia di comunicazione. In base all'analisi del contesto territoriale, all'idea progettuale, alle potenzialità del territorio, il brand della Cupola Arnaboldi deve rappresentare i seguenti valori strategici:

- il rispetto del valore storico e architettonico del luogo
- il rispetto della vocazione storica del territorio come Crocevia d'Europa
- l'integrazione dei servizi presenti (culturale, turistico, enogastronomico...)
- la sintesi di tutte le componenti territoriali di cui la Cupola è portavoce sia per la sua originaria funzione sia per la finalità della sua rifunzionalizzazione

Inoltre, deve:

- avere un carattere emozionale
- essere comprensibile

Per la definizione del logo le idee creative verranno elaborate da un grafico.

Il logo dovrà essere immediatamente riconoscibile; sarà utilizzato per tutti gli strumenti di comunicazione.

La comunicazione sarà:

- **INTERNAZIONALE:** tale da raggiungere un bacino geografico ampio
 - sia per quanto riguarda la comunicazione dei servizi offerti come ad esempio l'opportunità di realizzare B2B
 - sia per quanto riguarda la comunicazione del prodotto turistico "Cammini", creando interesse e desiderio verso il luogo.
- **CROSS-MEDIALE:** integrata con i canali di comunicazione sia di proprietà della Camera, sia quelli acquisiti grazie al lavoro di ufficio stampa.
- **INTEGRATA CON IL SISTEMA:** l'impegno e la sfida è svilupparla, declinarla e integrarla con il territorio anche attraverso gli strumenti di comunicazione dei gestori dei diversi servizi e dei "partner" delle diverse progettualità, agendo come un vero sistema, che trae forza dalle tante realtà e peculiarità e dalla capacità di esaltare una comunicazione integrata.

Esempio: si integra la comunicazione dei gestori della Bottega che utilizzeranno propri canali con il logo e una grafica comune; si integrerà la comunicazione dei soggetti che organizzeranno iniziative

culturali con il logo e una grafica comune; inoltre le iniziative realizzate all'interno della Cupola verranno promosse dall'info point sui canali social,

3.2.4.a I contenuti della comunicazione

- la cupola come centro propulsore culturale e turistico
- la tipologia di singoli servizi presenti in Cupola:
 - Bottega dei Cammini
 - Spazio multifunzionale istituzionale, formativo, B2B, possibilità di noleggio spazi
 - Infopoint
- le iniziative che verranno realizzate (sia quelle relative alla partecipazione e alla condivisione territoriale sia quelle realizzate all'interno dei diversi spazi) anche post progetto.
- Il territorio dei Cammini nella sua globalità (cultura, enogastronomia, ricettività) . Nello specifico tale comunicazione sarà svolta dalla Camera anche in collaborazione con l'Info point.

In base al messaggio da trasmettere e al target da raggiungere verranno declinati i mezzi e le modalità di comunicazione.

3.2.4.b Le modalità della comunicazione

Nel piano di comunicazione vengono programmati i contenuti, vengono scelti i mezzi di comunicazione più idonei, vengono definite le azioni più efficaci e vengono specificati in modo puntuale i tempi necessari per portare a termine ciascuna azione di comunicazione.

La modalità avrà alla base la consapevolezza che “Rimangono i valori, cambiano i codici di comunicazione” pertanto la campagna sarà fortemente integrata e amplificata sui canali digitali. Si utilizzeranno i media tradizionali e il web, in considerazione che il web dà la possibilità di aprirsi al mondo con maggiore efficacia rispetto agli strumenti tradizionali, soprattutto in considerazione del fatto che oggi vi è una diffusa affinità per il digitale e la tecnologia è particolarmente sviluppata, il che permette ai target, in modo molto più estensivo rispetto alle generazioni precedenti, di ricercare informazioni online.

I Media tradizionali concorreranno alla creazione di visibilità del progetto, dei suoi valori, dei servizi e delle iniziative. Lo sforzo sarà focalizzato sull'utilizzo dei media tradizionali tramite approcci innovativi.

La comunicazione a cui si intende dare impulso col piano non vuole cancellare gli sforzi finora intrapresi, quanto piuttosto collegare le attività già presenti e integrarle in modo che siano più facilmente comunicabili.

L'ufficio stampa creerà i prodotti editoriali che saranno utilizzati anche attraverso l'attività di pianificazione media e si occuperà di:

- conferenze stampa

verranno organizzate almeno 2 conferenze stampa nei momenti ritenuti strategici per la comunicazione della progettualità ovvero all'avvio e alla conclusione degli interventi. La prima conferenza stampa che potrà svolgersi nel mese di gennaio 2021 informerà i cittadini e gli stakeholder del territorio e si porrà la finalità di raggiungere la provincia di Pavia e i territori limitrofi. La seconda conferenza stampa verrà realizzata al termine del progetto, nel mese di giugno 2022 e sarà volta a presentare i risultati ottenuti, informare dei servizi e della loro immediata fruibilità, delle modalità di accesso alle diverse opportunità di fruizione proposte dalla Cupola. La conferenza stampa, intesa come strumento strategico per interagire in modo diretto con i mass media, verrà utilizzata solo nei momenti ritenuti salienti; si valuterà in occasioni eccezionali di organizzarne altre.

Fasi realizzative:

1. definizione del programma della conferenza
2. definizione dei giornalisti da invitare (in particolare si segnalano le seguenti testate La Provincia Pavese, Il Giorno, Il Corriere della Sera, Il Settimanale Pavese, Il Ticino, Il Giornale di Pavia, L'Informatore Vigevanese, L'Informatore Lomellino, La Lomellina, Il Popolo, Il Periodico News, Radio Ticino, Radio Lombardia, TelePavia, Telelombardia, 7 Gold)
3. predisposizione dell'invito con luogo, orari e programma e invio a giornalisti
4. recall
5. predisposizione della cartella stampa: informazioni sull'edificio, abstract del progetto,
6. svolgimento
7. rassegna stampa

- Comunicati

In occasione dei diversi stati di avanzamento del progetto verranno stesi comunicati stampa da inviare a diversi mass media. Ogni comunicato informerà sull'avvio delle attività, promuoverà iniziative, darà le informazioni necessarie per l'adesione e la partecipazione.

Fasi realizzative :

1. definizione di un cronoprogramma specifico che tenga conto delle tempistiche di uscita delle diverse testate (quotidiani, settimanali, periodici...)
2. individuazione degli argomenti
3. raccolta delle informazioni
4. stesura del comunicato
5. invio
6. recall
7. rassegna stampa

- Articoli tematici/interviste

Al fine di appassionare i diversi target e in occasione della realizzazione di specifiche attività potranno essere concordati con i mass media articoli tematici/interviste. Si creerà così uno storytelling basato sulle storie di produttori e prodotti, su curiosità e peculiarità locali che prepareranno il pubblico anche per i servizi erogati post progetto. Sarà una modalità di comunicazione che punterà a portare il pubblico all'interno delle specifiche realtà. Al termine del progetto in occasione dei corsi dedicati al vino, si realizzeranno approfondimenti su specifiche tipologie di vino o sulle aziende protagoniste; in occasione di degustazioni dei prodotti locali, come il Salame di Varzi, si creeranno zoom sull'attività norcina, sui saperi tradizionali della preparazione di questo storico prodotto, sulle sue origini...

Se i comunicati stampa informeranno, gli articoli tematici e le interviste permetteranno di conoscere aspetti poco noti, di ritornare sulle notizie più volte, di incuriosire i lettori.

Fasi realizzative :

1. definizione delle attività su cui basare approfondimenti tematici
2. contatti con i mass media
3. raccolta delle informazioni, individuazione dei testimoni
4. stesura
5. invio
6. recall

7. rassegna stampa

- Piattaforma web

La Camera di Commercio dispone del sito www.pv.camcom.it sui cui vengono organizzate specifiche sezioni. Si prevede di creare una pagina apposita attraverso cui siano attive le informazioni. Dopo l'avvio dei servizi saranno presenti le informazioni pratiche, i contatti, modalità di adesione e format di iscrizione a corsi vino/formazione/iniziative b2b. L'ufficio stampa si coordinerà con il personale camerale per le informazioni tecniche di prenotazioni e adesioni.

Fasi realizzative:

1. Individuazione dello spazio web
2. Impostazione grafica
3. Stesura dei contenuti in base alla cronologia delle attività che si svolgeranno, predisposizione di format di adesione
4. Implementazione della piattaforma

- Social network

Verranno attivate le pagine social Facebook e Instagram della Cupola. I social permetteranno di raggiungere target diversificati nazionali e internazionali, consentiranno di generare condivisioni e di ampliare ulteriormente il bacino di utenza, potenziali utenti.

Si punterà ad una comunicazione emozionale, che racconti con immagini (fotografie e video) e parole. Si creeranno post tematici aggiornati in modo continuativo e si interagirà con pagine social di enti, associazioni e soggetti culturali, produttori, associazioni di categoria....

Si lavorerà anche per intercettare influencer che possano interessarsi alla progettualità e interagire sui social. Saranno costantemente monitorati i dati insight per verificare la copertura dei post, valutare le fasce orarie migliori per la pubblicazione. Gli utenti verranno aggiornati sullo stato di avanzamento del progetto, sulle iniziative volte alla partecipazione del territorio. I social potranno rimanere attivi anche dopo la conclusione del progetto.

Il personale dell'info point collaborerà con la Camera per aggiornare i social network

Fasi realizzative:

1. Programmazione settimanale dei post
2. Predisposizione dei testi, dei video e delle immagini

3. Pubblicazione e interazione con gli utenti/pagine

- Newsletter

La newsletter permetterà di informare specifiche categorie di utenti, di fidelizzarli, di arrivare in modo mirato “nelle aziende, negli uffici” . L'utilizzo della newsletter verrà destinato a specifiche attività, ad esempio quelle destinate a operatori economici, a eventuale pubblico della formazione. (durante il progetto e dopo la conclusione)

Fasi realizzative:

1. Individuazione della categoria e estrapolazione dei contatti
2. Predisposizione del testo e della forma grafica
3. Invio
4. Risposte in caso di contatti e di richieste di informazione

- Materiale informativo cartaceo

Il materiale informativo sarà relativo ai servizi della Cupola; si verificherà anche che i materiali informativi/promozionali della bottega dei Cammini e di altri soggetti che organizzeranno iniziative all'interno degli spazi camerali, abbiano il logo della Cupola (si intende quelli realizzati dopo l'affidamento dei servizi)

Verranno redatti anche materiali informativi destinati a potenziali finanziatori.

Fasi realizzative:

1. Stesura testi
2. Impaginazione grafica
3. Verifica
4. Stampa
5. Distribuzione

Come e dove verranno comunicate le azioni e i risultati

Attività/iniziativa	Pianificazione temporale	Mass Media /strumenti di comunicazione	Target da raggiungere
Conferenze stampa	Avvio e fine progetto	Locali e regionali	Cittadini
Bottega dei	Apertura del bando di	Locali e	Operatori

Cammini	candidatura per la gestione	regionali/piattaforma web	economici / cittadini
	Affidamento bando di gestione	Locali/regionali	Cittadini
	Presentazione dei servizi offerti dalla Bottega (post affidamento)	Locali/regionali/social network/piattaforma web	Cittadini/turisti
	Comunicazione periodica delle iniziative che man mano verranno realizzate (avvio alternanza scuola/lavori; degustazioni tematiche/corsi dedicati al vino) – post progetto	Locali/regionali/social/ newsletter/piattaforma web	Cittadini/turisti/ scuole
Infopoint	Apertura del bando di candidatura per la gestione	Locali/regionali/piattaforma web	Cittadini/coop con esperienza nel settore della gestione di infopoint
	Affidamento bando di gestione	Locali/regionali	Cittadini
	L'infopoint realizzerà in collaborazione con la Camera un'azione di	Locali/regionali/social/ newsletter /riviste di settore e riviste	Cittadini, turisti italiani e stranieri, partner nazionali e

	comunicazione costante e aggiornata in merito a: iniziative turistiche relative ai Cammini, opportunità vantaggiose di prenotazione, eventi che riguardano la rete di accoglienza (post affidamento)	straniere/contatti con partner nazionali e internazionali dei Cammini; comunicati tematici	internazionali dei Cammini
Iniziative culturali	Promozione delle diverse iniziative, in partnership con i soggetti ideatori e realizzatori	Locali/regionali/social/ newsletter/piattaforma web; comunicati tematici	Cittadini/turisti/scuole
Progettazione e culturale e turistica	Verranno comunicate le fasi salienti della progettazione condivisa: avvio, conclusione delle singole progettualità. La comunicazione verrà realizzata dalla Camera in sinergia e in modo coordinato con i diversi partner	Locali/ social/ newsletter/piattaforma web In caso di progettualità destinate ad un impatto turistico verranno utilizzati anche canali nazionali e internazionali. Verranno coinvolti i contatti internazionali che ha la Camera (blogger, giornalisti, associazioni) tramite cui veicolare le notizie.	Cittadini/addetti ai lavori/associazioni di categoria/associazioni e operatori culturali ; Turisti

Formazione	Verrà comunicato l'avvio di ogni corso, prestando attenzione alle tempistiche necessarie per l'iscrizione	Piattaforma web/ social network/newsletter Camera e newsletter di associazioni di categoria e dell'Università di Pavia. Pavia Sviluppo ha già una propria newsletter.	Operatori economici del territorio/ disoccupati/inoccupati/ giovani laureati
B2B	In prima istanza la comunicazione sarà volta a coinvolgere gli operatori dei diversi settori e successivamente il pubblico generico.	Locali, regionali, nazionali, internazionali, riviste di settore (turistico, enogastronomico...), social, piattaforma web, newsletter rivolta a specifiche categorie.	Agenzie di viaggio/strutture ricettive/imprese culturali e creative/imprese del settore agricolo in base all'argomento del b2b Cittadini locali, regionali, nazionali
Locazione spazi	Verrà comunicata in modo specifico l'opportunità di locazione degli spazi a specifiche categorie. Verrà predisposto un regolamento e una	Piattaforma web, newsletter rivolta a specifiche categorie	Operatori economici del territorio; associazioni di categoria; associazioni

La comunicazione riguarda le attività dopo la predisposizione degli immobili e per le attrezzature . Potrà avere una funzione promozionale	comunicazione nonché un calendario unico coordinato consultabile tramite la piattaforma. Si comunicheranno i costi e le modalità per la locazione		culturali;
iniziative per la partecipazione la condivisione territoriale: iniziative istituzionali	Comunicazione per informare il territorio	Locali	Enti del territorio

visite guidate, conferenze	Comunicazione per promuovere gli eventi	Locali/social	Cittadini
mostra	Comunicazione per avviare la raccolta di materiale e per promuovere la mostra	Locali/social	Cittadini/turisti

Risorse necessarie:

Risorse umane: giornalisti, social media manager; grafico, informatico; videomaker
Risorse materiali: strumenti informatici; materiali di cancelleria, video, immagini fotografiche.
Risorse economiche: 37901,66 €

Soggetti coinvolti:

la Camera di Commercio sarà la responsabile dell’attività di comunicazione e potrà avvalersi di collaborazioni specialistiche; il personale dell’infopoint la rete di supporto e gli stakholder verranno coinvolti per condividere attraverso i propri canali le informazioni.

Beneficiari:

si fa riferimento alla tabella
Fornitori: tipografie

Risultati attesi:

Comunicazione coordinata, integrata e efficace
Raggiungimento di target diversificati
Accessibilità delle informazioni

Indicatori di risultato:

Numero e tipologia dei mass media coinvolti

Numero e tipologia delle interazioni sui social

Numero e tipologia dei contatti/visite sulla piattaforma

Tempi: per tutta la durata del progetto

Il soggetto responsabile trasferisce le informazioni all'ufficio stampa che collabora con l'infopoint per la promozione sui social network e per la redazione del materiale informativo. L'Ufficio stampa verifica la congruità del materiale promozionale della bottega dei cammini e degli altri soggetti che organizzano iniziative all'interno della Camera

4 PIANO DI MONITORAGGIO

Sarà elaborato fin dall'inizio un sistema di monitoraggio e di valutazione, i cui prodotti permetteranno l'immediata verifica sull'andamento progettuale.

Il sistema di monitoraggio ha tre finalità principali

1. Porre l'attenzione alla progettualità valutando l'andamento complessivo delle attività previste, segnalando tempestivamente le eventuali criticità in corso d'opera e permettendo di intraprendere le azioni correttive che si ritengono necessarie.
2. Valutare le ricadute sul territorio. Il monitoraggio sarà un modello di verifica dell'efficacia delle azioni su più livelli, che sono tra loro correlati: si tratta infatti di analizzare, da un lato, il raggiungimento degli obiettivi previsti e come le singole azioni siano in grado di condurre al raggiungimento degli obiettivi medesimi.
3. Valutare i customer satisfaction degli utenti dei cammini tramite l'info point; valutare i risultati della formazione; valutare i questionari somministrati agli operatori economici agricoli da parte delle associazioni di categoria

Si sono definiti gli indicatori di riferimento per ciascuna azione del progetto e per la valutazione della progettualità nel suo complesso.

Per la individuazione dei singoli indicatori si è fatto riferimento al soddisfacimento dei seguenti criteri:

Coerenza degli indicatori con la finalità generale e gli obiettivi specifici

Affidabilità : ciascun indicatore assicura che le informazioni siano rilevate presso una fonte identificabile e consentano un corretto e inequivocabile riferimento

Pertinenza ed esaustività rispetto al contenuto degli interventi

Disponibilità delle informazioni con chi aggiornare gli indicatori, allo scopi di assicurare l'efficienza del sistema.

Dalla progettualità complessiva ci si attende:

- una più efficace governance locale, sostenibile nel tempo e una conseguente crescita complessiva del territorio

Indicatore di risultato : indicatore quali-quantitativo delle attività organizzate in rete anche dopo la conclusione ufficiale del progetto

Indicatore di risultato: indicatore quali-quantitativo dei soggetti aggregati oltre a quelli facenti già appartenenti alla rete di supporto

- un miglioramento dello stato di conservazione della Cupola

Indicatore di risultato: indicatore quali-quantitativi degli interventi del Piano di conservazione da attuarsi successivamente alla conclusione del progetto.

- un significativo impatto economico territoriale

Indicatore di risultato: indicatore quantitativo delle presenze turistiche lungo i cammini.

- una migliore accessibilità del territorio dei cammini

Indicatore di risultato: indicatore quantitativo degli utenti che utilizzano i sistemi informativi

Indicatore quali -quantitativo degli interventi realizzati per l'utenza diversamente abile

Le rilevazioni saranno opportunamente periodizzate e saranno effettuate anche dopo la conclusione del progetto. Attraverso apposite schede di rilevazione, il personale dedicato al monitoraggio raccoglierà le informazioni presso i referenti della progettualità complessiva e delle singole azioni. Attraverso questionari rivolti ai beneficiari delle azioni si fornirà una rappresentazione dei risultati di ogni azione. Tutti i dati verranno confrontati con quelli raccolti all'avvio del progetto.

I risultati delle azioni verranno valutati al termine di ogni specifica azione tramite la redazione di un report conclusivo per ogni azione che evidenzierà il grado di raggiungimento degli obiettivi specifici

I risultati della progettualità nel suo complesso verranno valutati all'avvio e al termine del progetto in modo da avere i dati di confronto.

La Camera manterrà il coordinamento del monitoraggio ma si avvarrà anche di un consulente che si occuperà della messa in atto del monitoraggio, raccoglierà i dati necessari a soddisfare i singoli indicatori e di verificare nel tempo l'andamento dei diversi fenomeni presi in considerazione.

Fasi realizzative dell'azione

Nel dettaglio, l'articolazione dell'attività di monitoraggio e rendicontazione realizzerà la seguente documentazione complessiva di controllo e verifica del progetto, riportata periodicamente agli organismi decisionali e direttivi.

1. Alla conclusione di ogni azione: n.1 report; per la progettualità complessa: n. 1 report all'avvio e al termine del progetto
Gli elaborati permetteranno una rapida consultazione. I contenuti dei report saranno frutto della raccolta di dati quantitativi e qualitativi delle singole azioni nel periodo di riferimento, dettagliate per tipologia di attività, stato di avanzamento, soggetti coinvolti, budget speso, in diretta relazione con gli indicatori di andamento individuati
2. In fase di rendicontazione intermedia a Fondazione Cariplo si produrrà n.1 Relazione sui risultati contenente le informazioni dei report con l'aggiunta delle prime valutazioni sui risultati che le azioni hanno prodotto. Oltre alla relazione, sarà naturalmente prodotta tutta la documentazione economico finanziaria necessaria a corredare la richiesta
3. In fase di rendicontazione conclusiva (100% della spesa), si produrrà n.1 Relazione sui risultati contenente le informazioni dei report con l'aggiunta delle valutazioni sui risultati che le azioni hanno prodotto nel periodo considerato e una sintesi complessiva di tutto il progetto in termini di azioni e di risultati raggiunti. Oltre alla relazione, sarà naturalmente prodotta tutta la documentazione economico finanziaria necessaria a corredare la richiesta

Strumenti di monitoraggio e di valutazione saranno anche i prodotti previsti dal progetto e il rispetto dei tempi di realizzazione di questi.

Risorse necessarie:

Umane: professionisti esterni con competenze specifiche. Saranno coinvolti il soggetto responsabile e la struttura tecnica.

Materiali: materiali di cancelleria, strumenti informatici

Economiche: 22.795,78 €

Soggetti coinvolti:

Camera di Commercio; i gestori dei servizi e la rete di supporto per la raccolta dei dati

Soggetti finanziatori: Camera di Commercio e Fondazione Cariplo

Soggetti beneficiari:

Camera di Commercio, Fondazione Cariplo, la rete

Tempi di realizzazione: per tutta la durata del progetto. L'azione di monitoraggio sarà testata durante lo svolgimento del progetto e verrà mantenuta anche successivamente con gli eventuali adeguamenti necessari.

5 ORGANIZZAZIONE

5.1 *Il soggetto richiedente*

La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale. Essa opera nell'ambito del territorio provinciale e, sulla base del principio di sussidiarietà, svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale. La Camera gode di potestà statutaria e regolamentare nonché di autonomia organizzativa e finanziaria. Essa svolge, nell'ambito del territorio provinciale, **funzioni di supporto e di promozione degli interessi generali delle imprese e dell'economia locale** nonché, fatte salve le competenze attribuite dalla Costituzione e dalle leggi dello Stato alle Amministrazioni statali, alle Regioni e agli Enti Locali, funzioni nelle materie amministrative ed economiche relative al sistema delle imprese.

La Camera di Commercio svolge, in particolare, le funzioni e i compiti relativi a:

- tenuta del Registro delle Imprese, del Repertorio Economico Amministrativo e degli altri registri ed albi attribuiti alle Camere di Commercio dalla legge;
- promozione della semplificazione delle procedure per l'avvio e lo svolgimento di attività economiche;
- **promozione del territorio e delle economie locali** al fine di accrescerne la competitività, favorendo l'accesso al credito per le PMI anche attraverso il supporto ai consorzi fidi;
- realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica;
- **supporto all'internazionalizzazione** per la promozione del sistema italiano delle imprese all'estero, raccordandosi, tra l'altro, con i programmi del Ministero dello sviluppo economico;
- promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico per le imprese, anche attraverso la realizzazione di servizi e infrastrutture informatiche e telematiche;
- costituzione di commissioni arbitrali e conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori e utenti;
- predisposizione di contratti-tipo tra imprese, loro associazioni e associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- promozione di forme di controllo sulla presenza di clausole inique inserite nei contratti;
- vigilanza e controllo sui prodotti e per la metrologia legale e rilascio dei certificati d'origine delle merci;
- raccolta degli usi e delle consuetudini;

- cooperazione con le istituzioni scolastiche e universitarie, in materia di alternanza scuola-lavoro e per l'orientamento al lavoro e alle professioni.

. La Camera di Commercio è impegnata a promuovere una costante azione di marketing territoriale valorizzando le specializzazioni e le eccellenze pavesi a 360 gradi. L'interesse nei confronti della tutela delle molte produzioni storiche e lavorazioni tipiche, la valorizzazione dell'internazionalizzazione rappresentano un'ulteriore modalità per sostenere la crescita del territorio nel suo complesso. Attraverso il braccio operativo di Pavia Sviluppo, la Camera di Commercio di Pavia si occupa di organizzare manifestazioni fieristiche, eventi, coordinando progettualità volte alla valorizzazione del territorio e delle attività economiche, anche in collaborazione con altri soggetti; gestisce, inoltre, incontri d'affari con buyer esteri, missioni commerciali ed eventi di promozione turistica, avvalendosi della collaborazione di partner internazionali.

La Camera di Commercio di Pavia fa parte di un *sistema a rete*, articolato in 103 nodi provinciali e diversi partner in Italia e nel mondo.

A livello regionale la rete camerale è organizzata in:

- 19 Unioni Regionali
- 12 Centri per il Commercio con l'Estero

In Italia il sistema è rappresentato da Unioncamere, che coordina e supporta le attività delle singole Camere. Unioncamere è affiancata da diversi partner che

- Agroqualità Srl, per il controllo e la certificazione nel settore agroalimentare
- Assicor, per la promozione del settore orafo
- Assocamerestero e Mondimpresa, per l'internazionalizzazione
- Assonautica, per la promozione del turismo nautico
- Borsa Merci Telematica, per la contrattazione dei prodotti della filiera agro-alimentare
- Certicommerce, per le garanzie nel commercio elettronico
- Cerved Business Information Spa, per l'informazione professionale alle imprese
- Dintec, per la certificazione di qualità
- Ecocerved, per l'ambiente
- Indis, Istituto nazionale per la distribuzione e i servizi
- Infocamere, per l'informatizzazione
- IS.NA.R.T. Istituto Nazionale Ricerche Turistiche
- Retecamere, per la comunicazione

- Istituto G. Tagliacarne, per la formazione
- Tecnocons Srl, per la consulenza tecnica e progettuale
- Tecnoholding, per l'organizzazione, gestione e potenziamento di strutture immobiliari
- Uniontrasporti, per le infrastrutture

In Europa la rete camerale è organizzata in:

- Eurochambres, un'associazione formata da 41 organismi camerali in rappresentanza nazionale di paesi europei; rappresenta più di 2.000 enti camerali che raccolgono 17 milioni di imprese
- Unioncamere di Bruxelles, che promuove le attività del sistema camerale italiano verso le istituzioni europee

Nel mondo, la rete camerale è formata dalle Camere di Commercio italiane all'estero, libere associazioni di imprenditori e di professionisti, italiani e locali. In Italia è attiva la sezione delle Camere di Commercio italo estere o estere in Italia per favorire i rapporti bilaterali tra il nostro paese e gli altri stati.

La rete camerale **in cifre**:

- 103 Camere di Commercio
- 1 Unione italiana
- 19 Unioni regionali
- 69 Camere arbitrali
- 21 Laboratori chimico-merceologici
- 42 Borse merci
- 165 sedi distaccate sul territorio
- 146 Aziende Speciali
- 1.349 società e consorzi in partecipazione con soggetti pubblici e privati
- 12 Centri Estero
- 67 Eurosportelli
- 73 Camere di Commercio italiane all'estero
- 30 Camere di Commercio italo-estere.

5.2 La rete di supporto

La rete è parte integrante del progetto. La numerosità dei soggetti aderenti testimoniano l'interesse e la condivisione territoriale; la complementarità degli ambiti a cui ogni soggetto appartiene

indica la trasversalità dei servizi offerti dalla Cupola. La rete di supporto è formata da attori pubblici e privati, con competenze e ruoli diversificati.

Comune di Pavia

Il Comune condivide la progettualità, i servizi commerciali e culturali presenti e sarà un interlocutore importante per lo sviluppo attuale e futuro del progetto.

Per i servizi dedicati allo sviluppo dell'enogastronomia locale:

Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, che si occupa della promozione del settore vitivinicolo e che collabora in modo strutturato con la Camera di Commercio.

Per i servizi dedicati alle progettualità culturali locali:

Università degli Studi di Pavia – L'ente è coinvolto sia per lo sviluppo di Start Up sia per la progettualità del PIC, prima progettualità condivisa e partecipata che si avvierà

Il bel San Michele ONLUS- L'associazione è coinvolta per la progettualità del PIC, prima progettualità condivisa e partecipata che si avvierà. L'associazione è attiva per la promozione della Via Micaelica.

Il Piccolo Chiostro- L'associazione è coinvolta per la progettualità del PIC, prima progettualità condivisa e partecipata che si avvierà. L'associazione è attiva per la promozione della Via di San Martino di Tours.

Comitato Pavia città di Sant'Agostino- il Comitato è coinvolto per la progettualità del PIC, prima progettualità condivisa e partecipata che si avvierà. Il Comitato è attivo per la promozione è attivo per la promozione della Via di Sant'Agostino.

Fondazione Alma Mater Ticinensis- L'ente è coinvolto nella progettualità del PIC

Fondazione Museo Diocesano

Per i servizi dedicati alla formazione

Paviasviluppo - azienda speciale della Camera di Commercio che avrà un ruolo importante per la programmazione e la realizzazione delle attività formative durante il progetto previste e per il servizio di formazione futuro.

Per l'alternanza scuola lavoro

Istituto tecnico Bordoni - La scuola superiore ha un indirizzo turistico e partecipa a progetti di alternanza scuola lavoro

6 Cronoprogramma

3.2.1 Il Piano degli interventi strutturali	gen-20	feb-20	mar-20	apr-20	mag-20	giu-20	lug-20	ago-20	set-20	ott-20	nov-20	dic-20	gen-21	feb-21	mar-21	apr-21	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21
progettazione e esecutiva																								
gara appalto : preparazione documenti e affidamento lavori																								
SCIA																								
Avvio lavori, realizzazione opere e contestuale direzione lavori																								
certificazione impianti e collaudo																								

3.2.2. Il Piano delle attività e dei servizi	gen-20	feb-20	mar-20	apr-20	mag-20	giu-20	lug-20	ago-20	set-20	ott-20	nov-20	dic-20	gen-21	feb-21	mar-21	apr-21	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21
3.2.2.a La Bottega dei Cammini																								
richiesta trasformazione destinazione d'uso commerciale al Comune di Pavia																								
ordine e allestimento segnaletica/ arredi /attrezzature																								
preparazione bando per affidamento gestione																								
pubblicazione e affidamento																								
contatti con le scuole per alternanza scuola lavoro																								
formazione																								

3.2.2.b Lo spazio multifunzionale																								
ordine e allestimento segnaletica/ arredi /attrezzature																								
preparazione regolamento e modulistica per la locazione degli spazi																								
predisposizione di un format di calendario unico per la gestione del cronoprogramma delle iniziative che si svolgeranno all'interno																								
programmazione delle attività formative, dei B2B, delle iniziative di progettazione culturale per il nuovo anno																								
3.2.2.c Infopoint dei Cammini																								
ordine e allestimento segnaletica/ arredi /attrezzature																								

3.2.3Il Piano per la gestione e la sostenibilità	gen-20	feb-20	mar-20	apr-20	mag-20	giu-20	lug-20	ago-20	set-20	ott-20	nov-20	dic-20	gen-21	feb-21	mar-21	apr-21	mag-21	giu-21	lug-21	ago-21	set-21	ott-21	nov-21	dic-21
3.2.3.a La governance																								
riunioni organo decisionale per tutta la durata del progetto e successivamente alla sua conclusione	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese
riunioni organo direttivo e successivamente alla sua conclusione	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese
riunioni soggetto responsabile per tutta la durata del progetto e successivamente alla sua conclusione	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese	1 o 2 al mese
riunioni commissione tecnica dopo affidamento e successivamente la conclusione del progetto																								
Formazione																								

formazione del personale Camera di Commercio																								
la partecipazione alla governance e la condivisione del territorio																								
visite guidate per tutta la durata del progetto 24 visite	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese	1 al mese
conferenze																								
mostra partecipata - materiale informativo																								
Mostra partecipata - promozione																								
Mostra partecipata-raccolta materiale																								
Mostra partecipata-selezioni immagini dagli archivi																								
Mostra partecipata-definizione																								

7 Fac-simile di bandi, regolamenti, modulistica per erogazione dei servizi

**SCHEMA DI CONVENZIONE COLLETTIVA
DI TIROCINIO CURRICULARE n° _____**

(ai sensi della DGR 17.01.2018 n. 7763 e del DDs 7.05.2018 n, 6286)

TRA

SOGGETTO PROMOTORE

.....
Con sede legale in Vian..... CAP Comune
Codice fiscale:
Rappresentato da.....
nato il..... a () CAP
codice fiscale

E

SOGGETTO OSPITANTE

.....
Con sede legale in Vian..... CAP Comune
Codice fiscale:
Rappresentato da.....
nato il..... a () CAP
codice fiscale

PREMESSO CHE

Ai sensi dell'art. 4.2 della D.G.R. 17/01/2018 n.7763 l'attivazione di tirocini curriculari è riservata alle istituzioni presso le quali risulta iscritto il tirocinante o a soggetti ad essa collegati in possesso dei requisiti previsti per l'attivazione dei tirocini.

SI CONVIENE QUANTO SEGUE:

PROGETTO FORMATIVO INDIVIDUALE PER TIROCINI CURRICULARI**ANAGRAFICA GENERALE****TIROCINANTE**

Nominativo			
Nato a			
Data di nascita			
Codice Fiscale			
Residenza			<i>n. civico</i>
	<i>C.A.P.</i>	<i>Provincia</i>	
Telefono			
Mail			
Domicilio	<i>Via</i>		
<i>Non inserire se corrisponde a residenza</i>	<i>Città</i>		
	<i>C.A.P.</i>	<i>Provincia</i>	

SOGGETTO PROMOTORE

Denominazione			
Codice Fiscale			
Sede legale			<i>n. civico</i>
Sede operativa o unità organizzativa responsabile della gestione del tirocinio			
<i>Non inserire se corrisponde alla sede legale</i>	<i>Città</i>		
	<i>C.A.P.</i>	<i>Provincia</i>	
Responsabile			
Telefono			
Mail			

SOGGETTO OSPITANTE

Denominazione			
Codice Fiscale			
Sede legale			<i>n.</i>
	<i>C.A.P.</i>		
	<i>Provincia</i>		
Sede operativa di svolgimento del tirocinio (rif. Delibera CCIAA n. 101 del 17/09/2015)			<i>n.</i>
	<i>Città</i>		
	<i>C.A.P.</i>		
	<i>Provincia</i>		

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI PAVIA

BANDO DI GARA MEDIANTE PROCEDURA APERTA

Procedura aperta per l'affidamento congiunto dei servizi di informazione e accoglienza turistica presso la struttura "Infopoint Pavia Cupola Arnaboldi" per il periodo 2022-2024

SEZIONE I: STAZIONE APPALTANTE

- 1.1) Denominazione ed indirizzo ufficiale:** Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia- via Mentana 27, 27100 Pavia PV- Tel 0382.3931- email: pavia@pv.legalmail.camcom.it- **Tipo di amministrazione aggiudicante:** ente pubblico territoriale- **Attività esercitata:** servizi generali delle amministrazioni pubbliche.
- 1.2) Dove è possibile consultare/ottenere la documentazione di gara:** il presente Bando, le Norme integrative del bando di gara e la documentazione complementare ad esso allegata, nonché il Capitolato speciale d'appalto (in cui sono indicate le prestazioni che formano oggetto dell'appalto, loro termini, modalità e condizioni) sono scaricabili dal sito internet pavia@pv.legalmail.camcom.it.
- 1.3) Dove inviare le offerte:** in forma cartacea presso l'ufficio Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia con le modalità descritte nell'allegato Disciplinare di gara.

SEZIONE II: OGGETTO DELL'APPALTO

- 2.1) Tipo di appalto:** servizi; **descrizione:** servizi di informazione e accoglienza turistica.
- 2.2) Durata del contratto:** il contratto avrà durata di tre anni con decorrenza presunta dal 1 gennaio 2022 e scadenza il 31 dicembre 2024
- 2.3) Luogo di esecuzione delle prestazioni:** Cupola Arnaboldi.
- 2.4) Divisioni in lotti:** No.
- 2.5) Varianti:** sono ammesse offerte in variante, secondo le indicazioni delle Norme integrative del presente bando.

SEZIONE III: PROVVEDIMENTO DI APPROVAZIONE, MODALITA' DI FINANZIAMENTO E PUBBLICAZIONE

- 3.1) Provvedimento a contrarre:** n.
- 3.2) Finanziamento:** risorse proprie della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia.
- 3.3) Pubblicazione:** il presente Bando è pubblicato ai sensi del Art. 73 del D. Lgs. n. 50/2016 presso l'Albo Camerale on line (www.pv.camcom.it).

SEZIONE IV: PROCEDURA DI GARA E CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

- 4.1) Codice Identificativo Gara (CIG):**

4.2) Procedura: la selezione dei partecipanti avverrà mediante procedura aperta ai sensi del *Parl. 60 del D. Lgs. n. 97 del D. Lgs. n. 50/2016* a mezzo cartaceo presso l'ufficio Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia.

4.3) Criterio di IG:

4.4) Verifica di anomalia delle offerte: si procederà all'individuazione e valutazione delle offerte ai sensi del *Parl. 97 del D. Lgs. n. 50/2016*.

SEZIONE V: AMMONTARE DELL'APPALTO, SUBAPPALTO E PAGAMENTI

5.1) Importo complessivo a base di gara: € 56.464,00 (diconsi euro cinquantaseimilaquattrocentosessantaquattro/00) IVA inclusa, comprensivo di ogni imposta ed onere.

5.2) Subappalto: non è ammessa nessuna forma di subappalto, totale o parziale.

5.3) Pagamenti: si rinvia a quanto previsto nel Capitolato speciale d'appalto.

SEZIONE VI: SOGGETTI AMMESSI ALLA GARA, REQUISITI DI PARTECIPAZIONE ED AVVALIMENTO

6.1) Soggetti ammessi alla gara: sono ammessi a partecipare alla procedura di affidamento i soggetti di cui all'Art 45 del *D. Lgs. n. 50/2016*, in possesso dei requisiti di cui al punto 6.2).

6.2) Requisiti di cui devono risultare in possesso i concorrenti all'atto dell'offerta: all'atto dell'offerta i concorrenti devono risultare in possesso dei requisiti di ordine generale e speciale di cui al paragrafo 6 nelle Norme integrative del Bando di gara (che costituisce parte integrante e sostanziale del presente Bando). **Le Norme Integrative del Bando di gara verranno redatte durante la fase progettuale.**

6.3) Verifica dei requisiti: si rinvia a quanto contenuto nelle Norme integrative del Bando di gara.

SEZIONE VII: TERMINE, INDIRIZZO DI RICEZIONE, MODALITA' DI PARTECIPAZIONE E DATA DI APERTURA DELLE OFFERTE

7.1) Termine per la presentazione delle offerte: ore 12:00 del giorno

7.2) Indirizzo: tutte le offerte dovranno essere presentate esclusivamente in modalità cartacea presso l'ufficio Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia con le modalità descritte nell'allegato Disciplinare di gara.

7.3) Modalità di partecipazione, criteri di ammissibilità delle offerte e documenti da produrre: si rinvia a quanto previsto nelle Norme integrative del Bando gara.

7.4) Apertura offerte: inizio seduta pubblica di gara ore 9:30 del giorno..... presso Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia, via Mentana 27, 27100 Pavia PV.

7.5) Soggetti ammessi all'apertura delle offerte: i legali rappresentanti dei concorrenti di cui alla Sezione VI, ovvero soggetti, uno per ogni concorrente, muniti di procura speciale loro conferita dai suddetti legali rappresentanti.

7.6) Termine di validità dell'offerta: l'offerta è valida per 180 (centottanta) giorni dalla data dell'esperimento della gara.

SEZIONE VIII: ALTRE INFORMAZIONI/DISPOSIZIONI PARTICOLARI E FINALI

8.1) Esclusione dalla gara: la mancata osservanza delle condizioni e prescrizioni riportate nel presente Bando e nell'ulteriore documentazione di gara (in particolare nelle Norme integrative del bando di gara, nell'istanza di ammissione, nel Capitolato speciale) o la mancata presentazione di uno o più dei documenti richiesti

comporterà l'esclusione del concorrente dalla gara, laddove tali inadempienze dovessero rientrare nelle ipotesi di cui all'*Orl. 83. Co. 9 del D. Lgs. n. 50/2016* e nei casi in cui non sia possibile regolarizzare la domanda integrando la documentazione. A tal fine si precisa che, in caso di mancanza, incompletezza o altra irregolarità essenziale degli elementi, delle dichiarazioni con esclusione di quelle afferenti all'offerta tecnica ed economica la Stazione Appaltante assegnerà al concorrente un termine, non superiore a 10 (dieci) giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. In caso di inutile decorso del termine indicato il concorrente sarà escluso dalla gara.

8.2) Situazioni di collegamento tra i concorrenti: in caso di accertate situazioni di collegamento societario fra concorrenti, la Stazione Appaltante potrà procedere all'esclusione dei concorrenti medesimi ove risulti che le offerte siano state presentate in violazione dei principi posti a garanzia della correttezza della procedura di affidamento di cui trattasi.

8.3) In caso di offerta unica, offerte uguali o di offerte non convenienti o congrue: si avverte che Stazione Appaltante è libera di aggiudicare o meno il servizio secondo proprio giudizio di merito sulle offerte pervenute, riservandosi altresì la facoltà di cui all'*Art. 95. Co. 12° del D. Lgs. n. 50/2016* ed avvalendosi altresì della facoltà di procedere ad aggiudicazione anche in presenza di 1 (una) sola offerta valida, sempre che sia ritenuta congrua e conveniente; laddove dovessero pervenire offerte uguali, si procederà mediante sorteggio.

8.4) Ulteriori informazioni in merito alla stipulazione del contratto: la Stazione Appaltante si riserva di differire, spostare o revocare il presente procedimento di gara senza alcun diritto dei concorrenti a rimborso spese o quant'altro; la stipulazione del contratto è comunque subordinata al positivo esito delle procedure previste dalla normativa vigente in materia di lotta alla mafia; la Stazione Appaltante si riserva, in casi di necessità e/o urgenza, la facoltà di chiedere l'avvio delle prestazioni contrattuali anche in pendenza della stipula del contratto, previa acquisizione della documentazione necessaria o con l'emissione di apposita comunicazione di aggiudicazione definitiva.

8.5) Prescrizioni applicabili: si applicano le prestazioni di cui al presente Bando e sue Norme integrative del Capitolato speciale e della vigente normativa in materia.

8.6) Trattamento dei dati personali: ai sensi del *D. Lgs. n. 196/2003*, si precisa che il trattamento dei dati personali raccolti sarà improntato a liceità e correttezza nella piena tutela dei diritti dei concorrenti e della loro riservatezza e che i medesimi dati saranno trattati anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento di affidamento oggetto del presente Bando.

8.7) Interpello in casi fallimento dell'esecutore o di risoluzione del contratto: la Stazione Appaltante applica le disposizioni di cui all'*Orl. 110 del D. Lgs. n. 50/2016*.

8.8) Lingua utilizzabile: le autocertificazioni, le certificazioni, i documenti e l'offerta devono essere in lingua italiana o corredati di traduzione giurata.

8.9) Stipulazione del contratto: il contratto sarà stipulato con scrittura privata, in conformità a quanto previsto dall'*Art. 32, co. 14 del D. Lgs. n. 50/2016*.

8.10) Competenza arbitrale: esclusiva.

8.11) Organismo responsabile delle procedure di ricorso: Tribunale Amministrativo Regionale per la Lombardia, via F. Corridoni n. 39, 20122 Milano, tel. 02.76053201.

8.12) Responsabile del procedimento: Dott.

**DISPOSIZIONI PER LA CONCESSIONE IN USO DELLE SALE DELLA
CAMERA DI COMMERCIO DI PAVIA, DEL PALAZZO ESPOSIZIONI E
RELATIVA AREA ESTERNA, DELLE SALE CONTRATAZIONI MERCI DI PAVIA,
VOGHERA E MORTARA.**

Art.1 - OGGETTO

La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia, che in seguito sarà denominata Camera di Commercio, può concedere in uso sulla base di specifica istanza i seguenti locali che sono disponibili presso:

- | | |
|--|--|
| - SEDE DELLA CAMERA DI COMMERCIO
Via Mentana, 27 - Pavia | Sala Consiliare
Sala Biblioteca
Saletta adiacente Sala Consiliare |
| - PALAZZO DELLE ESPOSIZIONI
Piazzale Europa – Pavia | Salone Centrale
Saloncino
Locale ristorante (con o senza uso cucina)
Saletta I° piano (con o
senza attrezzatura)
Area esterna recintata
Piazzale esterno |
| - SALA CONTRATTAZIONE MERCI DI PAVIA
Cupola Arnaboldi - Pavia | Sala Contrattazione Merci
Aula Corsi |
| - SALA CONTRATTAZIONE MERCI DI VOGHERA
Via Montebello, 16 bis - Voghera | Sala Contrattazione Merci |
| - SALA CONTRATTAZIONE MERCI DI MORTARA
Piazza Trieste, 1 - Mortara | Sala Contrattazione Merci |

Le sale sono concesse in uso ad organismi, enti, associazioni e società, sia pubblici che privati esclusivamente per conferenze, dibattiti, riunioni, convegni di carattere economico, culturale, scientifico, sociale, turistico, sportivo, e limitatamente al Palazzo Esposizioni per manifestazioni a carattere espositivo, con oggetto lecito, non contrario al buon costume e all'ordine pubblico e, comunque, per iniziative che non contrastino con le finalità pubbliche dell'Ente camerale. Non dovranno essere svolte attività o trattenimenti diversi da quelli comunicati o vietati ai sensi della normativa vigente. Il Palazzo Esposizioni e le sale camerali sono concesse in uso gratuito (senza rimborso delle spese) all'azienda speciale PAVIASVILUPPO in occasione di manifestazioni direttamente organizzate dalla medesima.

Art.2 - RICHIESTA

Le relative istanze dovranno pervenire per iscritto e utilizzando il modello appositamente predisposto, alla Camera di Commercio di Pavia - Via Mentana, 27 - 27100 Pavia, di norma almeno 20 giorni prima della data di inizio dell'iniziativa.

La **concessione** è rilasciata dal Segretario Generale dell'Ente.

La **concessione o l'eventuale diniego** della stessa, debitamente motivato, saranno comunicati tempestivamente al richiedente.

In caso di contemporanea richiesta di utilizzo della medesima sala si procederà all'istruttoria secondo l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

La concessione si intende in ogni caso subordinata all'avvenuto pagamento dei corrispettivi per diritto d'uso e rimborso spese nonché al versamento del deposito cauzionale se dovuto.

Art. 3 - CANONI

Le sale concesse sono soggette al pagamento dei seguenti **canoni**:

- diritto d'uso e rimborso spese, calcolati sulla base delle tabelle sotto riportate;
- costo del servizio di custodia e di pulizia presso il Palazzo Esposizioni calcolato sulla base delle tariffe applicate dalle Agenzie convenzionate per tale servizio.

Gli importi relativi al rimborso spese ed al diritto d'uso s'intendono per giorno o frazione. Agli stessi deve aggiungersi l'IVA di legge.

SEDE CAMERA DI COMMERCIO

STRUTTURA	RIMBORSO SPESE	DIRITTO D'USO
Sala Consiliare	€ 70,00	€ 230,00
Sala Biblioteca	€ 70,00	€ 180,00
Saletta adiacente Sala Giunta	€ 30,00	€ 70,00

SALA CONTRATTAZIONE MERCI DI PAVIA

STRUTTURA	RIMBORSO SPESE	DIRITTO D'USO
Sala Contrattazione Merci	€ 100,00	€ 300,00
Aula Corsi	€ 70,00	€ 150,00

PALAZZO ESPOSIZIONI

STRUTTURA	RIMBORSO SPESE	DIRITTO D'USO
Salone Centrale	€ 300,00	€ 1.000,00
Saloncino	€ 100,00	€ 400,00
Locale ristorante senza uso di cucina (piano terra)	€ 50,00	€ 300,00
Locale ristorante con uso di cucina (piano terra)	€ 80,00	€ 450,00
Saletta 1° piano	€ 50,00	€ 300,00

Saletta 1° piano attrezzata	€ 80,00	€ 450,00
Area esterna recintata	€ 40,00	€ 260,00
Piazzale esterno	€ 40,00	€ 300,00
Deposito cauzionale	€ 5.000,00	

SALA CONTRATTAZIONE MERCI DI VOGHERA E MORTARA

STRUTTURA	RIMBORSO SPESE	DIRITTO D'USO
Sala Contrattazione Voghera	€ 150,00	=
Sala Contrattazione Mortara	€ 200,00	=

La CAMERA DI COMMERCIO potrà applicare riduzioni parziali o totali dei diritti d'uso qualora si presentino le seguenti condizioni:

- riduzione totale dei diritti d'uso:** potrà essere applicata ad Enti pubblici, uffici dello Stato, associazioni imprenditoriali, dei lavoratori e dei consumatori, su istanza dei medesimi e solo in occasione della prima richiesta di utilizzo effettuata nell'anno solare, per la realizzazione di eventi, iniziative, incontri strettamente connessi con i fini istituzionali della CAMERA DI COMMERCIO e quindi rivolti al sistema delle imprese ovvero attinenti all'economia del territorio, la cui partecipazione, anche se disposta su invito, è gratuita;
- riduzione parziale dei diritti d'uso:** potrà essere applicata alle associazioni imprenditoriali, dei lavoratori e dei consumatori, nella misura del 50%, su istanza delle medesime e solo in occasione della prima richiesta di utilizzo effettuata nell'anno solare, per la realizzazione di iniziative di particolare importanza per l'economia provinciale, non gratuite, ma senza fini di lucro, alla cui realizzazione la CAMERA DI COMMERCIO di Pavia concorre, attraverso il patrocinio e la riduzione del canone.

Anche per le strutture concesse in **uso gratuito** dovrà essere effettuato il rimborso delle spese, calcolato sulla base delle tabelle sopra riportate.

I canoni pattuiti e l'eventuale deposito cauzionale sono **versati** all'ufficio Provveditorato della CAMERA DI COMMERCIO con le seguenti modalità e termini:

1. **Deposito Cauzionale:** il richiedente, entro **10 giorni** dal ricevimento della comunicazione relativa alla concessione della struttura, dovrà provvedere al versamento del deposito cauzionale pari ad € 5.000,00 (cinquemila euro) tramite **assegno circolare** da consegnare all'Ufficio Provveditorato, ovvero tramite **bonifico** da effettuarsi sul conto intestato alla Camera di Commercio di Pavia.

Copia fotostatica dell'avvenuto bonifico (cosiddetto "eseguito") dovrà essere immediatamente trasmessa a mezzo fax o mail all'Ufficio Provveditorato dell'Ente.

Il deposito cauzionale sarà restituito al concessionario al termine dell'utilizzo previo positivo accertamento, da parte dei funzionari camerati, delle condizioni dei locali e/o dell'area avuti in concessione.

In caso di mancato versamento del deposito cauzionale nei termini sopra specificati, la concessione si ritiene automaticamente revocata.

2. **Canone di utilizzo e acconto per servizi in convenzione con Paviaviluppo:** il pagamento del **canone** relativo all'utilizzo del Palazzo Esposizioni e/o della relativa area esterna, unitamente all'acconto del **50%** dei servizi in convenzione con l'Azienda Speciale Paviaviluppo andranno effettuati **almeno 10 giorni lavorativi antecedenti la data d'inizio dell'utilizzo**, con le

OBBLIGHI/DIRITTI DELLA CAMERA

La CAMERA DI COMMERCIO si esime da ogni responsabilità per danni che, per eventi di forza maggiore, fossero arrecati al concessionario dall'impedimento improvviso alla realizzazione dell'iniziativa, nonché per interruzioni di luce, riscaldamento, condizionamento ed amplificazione. La CAMERA DI COMMERCIO **non è tenuta al risarcimento del danno**, qualora l'impossibilità sopravvenuta della concessione derivi da causa alla medesima non imputabile.

La CAMERA DI COMMERCIO si riserva la facoltà di **risolvere** gli accordi intercorsi qualora il richiedente non rispetti le condizioni e le procedure sopra esposte, senza obbligo di rimborso o di risarcimento.

Art. 6 – NORME SPECIFICHE PER L'UTILIZZO DEI LOCALI E DELLE AREE ESTERNE DEL PALAZZO ESPOSIZIONI.

L'uso dei locali e dell'area del Palazzo Esposizioni è subordinato **all'autorizzazione rilasciata dalla CAMERA DI COMMERCIO ed alla stipula di apposita convenzione con PAVIASVILUPPO** - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pavia, per la fornitura di servizi collegati all'utilizzo della struttura espositiva.

L'autorizzazione all'utilizzo dei locali e/o dell'area da parte della CCIAA è subordinata alla preventiva ispezione di suoi funzionari che ne documenteranno lo stato esistente quo ante e provvederanno, al termine della manifestazione, a constatare l'esistenza di eventuali difformità rispetto a quanto precedentemente rilevato.

Il concessionario dovrà, entro 30 giorni dall'inizio della manifestazione, presentare dettagliata planimetria relativa alla disposizione degli stands all'Ufficio Provveditorato della CAMERA DI COMMERCIO.

Il concessionario del Palazzo Esposizioni e della relativa area esterna dovrà provvedere a stipulare con l'ENEL un contratto forfetario di fornitura di energia elettrica proporzionato alla potenza occorrente per tutta la durata della manifestazione.

Per l'utilizzo del Palazzo Esposizioni, il concessionario dovrà stipulare una **polizza assicurativa** ad hoc "All Risks" per la copertura dei rischi derivanti da: responsabilità civile, furto, incendio, danneggiamento delle attrezzature e degli arredi in dotazione alla suddetta struttura e degli oggetti introdotti nei locali concessi in uso, sollevando la CAMERA DI COMMERCIO da ogni responsabilità al riguardo. Copia fotostatica della suddetta polizza assicurativa andrà prodotta all'Ufficio Provveditorato della Camera in occasione del pagamento del canone e del deposito cauzionale, almeno 5 giorni prima dell'utilizzo del Palazzo Esposizioni e delle relative aree esterne.

- La CAMERA DI COMMERCIO non risponde di eventuali furti o danni subiti dal materiale utilizzato od esposto di proprietà del concessionario e/o di eventuali incidenti che dovessero occorrere alle persone per fatti conseguenti alla realizzazione della manifestazione nelle sue diverse fasi.

- La CAMERA DI COMMERCIO non risponde dei danni che, per eventi di forza maggiore, fossero arrecati al concessionario dall'impedimento improvviso alla realizzazione dell'iniziativa, quali interruzione di luce, riscaldamento, condizionamento, amplificazione, infiltrazioni d'acqua ecc.

- I locali verranno concessi fino ad un massimo di 10 giorni lavorativi antecedenti la data di apertura della manifestazione per l'allestimento e per massimo 5 giorni lavorativi successivi la data di chiusura, per lo smantellamento.
- La Ditta allestitrice potrà chiedere l'apertura del padiglione espositivo al di fuori del periodo previsto dagli accordi, presentando con congruo preavviso, una specifica richiesta alla CAMERA DI COMMERCIO. A fronte di ciò è dovuto il rimborso delle spese relativo ai locali di cui si vuole usufruire.
- La Ditta allestitrice potrà richiedere un prolungamento dell'orario giornaliero di apertura del Padiglione Fieristico, presentando precisa richiesta, a PAVIASVILUPPO e sostenendo le spese per il rimborso delle ore straordinarie di custodia.
- Al termine delle manifestazioni aventi per oggetto "animali", dovrà eseguirsi una completa e radicale disinfestazione di tutto il padiglione espositivo. Il costo di tale operazione sarà a carico della Ditta allestitrice.
- L'impianto elettrico generale del Palazzo delle Esposizioni è assoggettato a vincoli dettati dalla normativa che disciplina l'agibilità dei locali di pubblico spettacolo, conseguentemente non dovrà essere interessato da alcun tipo di intervento, salvo che in casi eccezionali e previa comunicazione al Provveditorato della CAMERA DI COMMERCIO. Il conseguente ripristino sarà eseguito da Ditta convenzionata con la CAMERA DI COMMERCIO con imputazione dei relativi oneri alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata. Ogni intervento diretto è vietato.
- Sono vietate modifiche della gestione dell'impianto di riscaldamento a qualsiasi titolo da parte di persone estranee; solo il personale incaricato dalla CAMERA DI COMMERCIO sarà autorizzato ad intervenire.
- **Tutti i sistemi, dispositivi, attrezzature antincendio in dotazione al Palazzo Esposizioni non dovranno essere manomessi o nascosti da strutture espositive. Il quartiere fieristico è soggetto a verifica da parte dei Vigili del Fuoco, dell'A.S.L. e della C.P.V.L.P.S.**
- Durante lo svolgimento della manifestazione le uscite di sicurezza e le vie di fuga dovranno essere sempre mantenute libere da strutture che impediscano il libero deflusso del pubblico. E' inoltre vietato fumare e pertanto dovranno essere adottati tutti gli accorgimenti atti a far rispettare tale divieto.
- I pavimenti dovranno essere riconsegnati puliti, liberi da moquette, nastri adesivi di ogni tipo. In caso contrario sarà addebitato alla Ditta allestitrice il costo dell'intervento di pulizia. Tutto il materiale di risulta dovrà essere smaltito, entro la data di riconsegna alla CAMERA DI COMMERCIO, con spese a carico della Ditta allestitrice. E' fatto divieto di abbandonare all'interno o nell'area esterna ogni tipo di materiale utilizzato per la manifestazione, qualora ciò avvenisse il costo per la rimozione e lo smaltimento saranno addebitati alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata.
- Tutte le parti in muratura dovranno essere lasciate nella medesima condizione in cui la CAMERA DI COMMERCIO li ha consegnate. Qualora dopo la manifestazione, dal controllo effettuato dagli incaricati della CAMERA DI COMMERCIO, si dovessero evidenziare danni agli intonaci e alla tinteggiatura gli stessi dovranno essere ripristinati nel loro stato originale. Il ripristino verrà effettuato da Ditta convenzionata con la CAMERA DI COMMERCIO ed i relativi costi saranno addebitati alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata.
E' fatto divieto di utilizzare chiodi, tasselli, viti e nastri su tutte le parti in muratura.
- L'utilizzo del locale ristorante è autorizzato per iniziative eno-gastronomiche. Solo su richiesta potrà essere destinato come sala espositiva.
- Le aiuole antistanti il Palazzo Esposizioni potranno essere utilizzate solo come semplice esposizione statica. Dovranno essere mantenute nella loro integrità. E' vietato ogni tipo di allestimento standistico.

medesime modalità previste per il versamento del deposito cauzionale. In caso di mancato versamento del canone di utilizzo nei termini sopra specificati, il richiedente sarà dichiarato decaduto dalla concessione stessa.

Art. 4 - OBBLIGHI/DIRITTI DEL CONCESSIONARIO

Le attrezzature e gli arredi in dotazione alle sale si intendono dati nello stato in cui si trovano e non possono essere rimossi senza previa richiesta ed autorizzazione esplicita della CAMERA DI COMMERCIO.

E' vietata l'affissione di manifesti, cartelli, striscioni, fondali e materiale illustrativo sui muri. I concessionari sono ritenuti responsabili di eventuali danni arrecati alle strutture, mobili ed attrezzature dei locali, anche qualora detti danni fossero causati dal pubblico presente all'iniziativa. A tale scopo un incaricato della CAMERA DI COMMERCIO ed uno del concessionario visiteranno i locali prima della riunione/manifestazione per verificarne le condizioni. Al termine della stessa dovranno appositamente recarsi nei locali al fine della ricognizione dell'esistenza di eventuali danni. Nel caso si dovessero riscontrare danni alle strutture il ripristino delle stesse sarà eseguito da Ditta convenzionata con la CAMERA DI COMMERCIO con imputazione dei relativi oneri al concessionario per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata. Ogni intervento diretto è vietato.

Le conferenze/manifestazioni devono svolgersi nel pieno rispetto delle **caratteristiche** tecniche, della capienza delle sale e nell'osservanza delle disposizioni di sicurezza, sollevando la CAMERA DI COMMERCIO da ogni responsabilità a riguardo.

Ai concessionari incombono tutti gli **oneri connessi**, alle riunioni/manifestazioni/spettacoli organizzati, facendosi carico di ottenere tutte le autorizzazioni/licenze del caso e di rispettare scrupolosamente la normativa in materia, soprattutto per quanto concerne: pubblica sicurezza, igiene, diritti d'autore e quanto disposto dalla C.C.V.L.P.S., esonerando la CAMERA DI COMMERCIO da ogni responsabilità civile, penale o amministrativa derivante dalla mancata osservanza della stessa.

L'orario di utilizzo degli spazi camerali resta quello preventivamente concordato. Non sono ammesse variazioni, ad eccezione della sopravvenienza di circostanze eccezionali, previa specifica autorizzazione e conseguente variazione del canone pattuito.

Eventuali **ulteriori servizi**, quali traduzione simultanea, catering, guardaroba, saranno resi al fornitore da terzi, a propria cura e spese. Il concessionario è tenuto a comunicare il nominativo del fornitore al Provveditore della CAMERA DI COMMERCIO con un preavviso di almeno 5 giorni dall'iniziativa.

La CAMERA DI COMMERCIO non assume pertanto alcuna responsabilità in merito a tali servizi. LA CAMERA DI COMMERCIO non assume la veste di **depositario o custode** dei **beni mobili** che il concessionario introduce nei locali, sia direttamente, che tramite terzi. Ne consegue che l'eventuale materiale depositato dovrà essere ritirato il giorno stesso in cui termina la manifestazione, o, comunque entro le 24 ore successive, subordinatamente alle esigenze della CAMERA DI COMMERCIO. In caso contrario la CAMERA DI COMMERCIO si ritiene autorizzata allo sgombero del materiale depositato, addebitando al concessionario le spese conseguenti.

Il richiedente ha facoltà di **recedere** dagli accordi intercorsi mediante comunicazione scritta che dovrà pervenire alla CAMERA DI COMMERCIO almeno 10 giorni prima dell'inizio della manifestazione, tramite raccomandata a/r, telegramma o fax. In tal caso la CAMERA DI COMMERCIO s'impegna a rimborsare, ovvero, a non esigere l'importo pattuito previo addebito delle spese eventualmente sostenute.

Art. 5

- I locali verranno concessi fino ad un massimo di 10 giorni lavorativi antecedenti la data di apertura della manifestazione per l'allestimento e per massimo 5 giorni lavorativi successivi la data di chiusura, per lo smantellamento.
- La Ditta allestitrice potrà chiedere l'apertura del padiglione espositivo al di fuori del periodo previsto dagli accordi, presentando con congruo preavviso, una specifica richiesta alla CAMERA DI COMMERCIO. A fronte di ciò è dovuto il rimborso delle spese relativo ai locali di cui si vuole usufruire.
- La Ditta allestitrice potrà richiedere un prolungamento dell'orario giornaliero di apertura del Padiglione Fieristico, presentando precisa richiesta, a PAVIASVILUPPO e sostenendo le spese per il rimborso delle ore straordinarie di custodia.
- Al termine delle manifestazioni aventi per oggetto "animali", dovrà eseguirsi una completa e radicale disinfestazione di tutto il padiglione espositivo. Il costo di tale operazione sarà a carico della Ditta allestitrice.
- L'impianto elettrico generale del Palazzo delle Esposizioni è assoggettato a vincoli dettati dalla normativa che disciplina l'agibilità dei locali di pubblico spettacolo, conseguentemente non dovrà essere interessato da alcun tipo di intervento, salvo che in casi eccezionali e previa comunicazione al Provveditorato della CAMERA DI COMMERCIO. Il conseguente ripristino sarà eseguito da Ditta convenzionata con la CAMERA DI COMMERCIO con imputazione dei relativi oneri alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata. Ogni intervento diretto è vietato.
- Sono vietate modifiche della gestione dell'impianto di riscaldamento a qualsiasi titolo da parte di persone estranee; solo il personale incaricato dalla CAMERA DI COMMERCIO sarà autorizzato ad intervenire.
- **Tutti i sistemi, dispositivi, attrezzature antincendio in dotazione al Palazzo Esposizioni non dovranno essere manomessi o nascosti da strutture espositive. Il quartiere fieristico è soggetto a verifica da parte dei Vigili del Fuoco, dell'A.S.L. e della C.P.V.L.P.S.**
- Durante lo svolgimento della manifestazione le uscite di sicurezza e le vie di fuga dovranno essere sempre mantenute libere da strutture che impediscano il libero deflusso del pubblico. E' inoltre vietato fumare e pertanto dovranno essere adottati tutti gli accorgimenti atti a far rispettare tale divieto.
- I pavimenti dovranno essere riconsegnati puliti, liberi da moquette, nastri adesivi di ogni tipo. In caso contrario sarà addebitato alla Ditta allestitrice il costo dell'intervento di pulizia. Tutto il materiale di risulta dovrà essere smaltito, entro la data di riconsegna alla CAMERA DI COMMERCIO, con spese a carico della Ditta allestitrice. E' fatto divieto di abbandonare all'interno o nell'area esterna ogni tipo di materiale utilizzato per la manifestazione, qualora ciò avvenisse il costo per la rimozione e lo smaltimento saranno addebitati alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata.
- Tutte le parti in muratura dovranno essere lasciate nella medesima condizione in cui la CAMERA DI COMMERCIO li ha consegnate. Qualora dopo la manifestazione, dal controllo effettuato dagli incaricati della CAMERA DI COMMERCIO, si dovessero evidenziare danni agli intonaci e alla tinteggiatura gli stessi dovranno essere ripristinati nel loro stato originale. Il ripristino verrà effettuato da Ditta convenzionata con la CAMERA DI COMMERCIO ed i relativi costi saranno addebitati alla Ditta allestitrice per la parte eccedente l'ammontare della cauzione rilasciata.
E' fatto divieto di utilizzare chiodi, tasselli, viti e nastri su tutte le parti in muratura.
- L'utilizzo del locale ristorante è autorizzato per iniziative eno-gastronomiche. Solo su richiesta potrà essere destinato come sala espositiva.
- Le aiuole antistanti il Palazzo Esposizioni potranno essere utilizzate solo come semplice esposizione statica. Dovranno essere mantenute nella loro integrità. E' vietato ogni tipo di allestimento standistico.

- Le strutture e le attrezzature delle cucine, se usate, dovranno essere gestite con la massima cura ed attenzione. Dovranno essere riconsegnate integre e pulite. Eventuali danni saranno addebitati alla Ditta allestitrice.

CONCESSIONE DELL'AREA ESTERNA DEL PALAZZO ESPOSIZIONI PER LO SVOLGIMENTO DI SPETTACOLI VIAGGIANTI

Per ottenere la concessione dell'area esterna per la realizzazione di spettacoli viaggianti, gli interessati dovranno presentare domanda a questa Camera di Commercio in una data compresa tra 120 giorni e non oltre 60 giorni prima della data di installazione dell'attrazione.

Il richiedente, entro 10 giorni dal ricevimento della comunicazione relativa alla concessione della struttura, dovrà provvedere al versamento del deposito cauzionale pari ad € 5.000,00 (cinquemila euro) tramite assegno circolare da consegnare all'Ufficio Provveditorato, ovvero tramite bonifico da effettuarsi sul conto intestato alla Camera di Commercio di Pavia.

Copia fotostatica dell'avvenuto bonifico (cosiddetto "eseguito") dovrà essere immediatamente trasmessa a mezzo fax o mail all'Ufficio Provveditorato dell'Ente.

Il deposito cauzionale sarà restituito al concessionario al termine dell'utilizzo previo positivo accertamento, da parte dei funzionari camerale, delle condizioni dei locali e/o dell'area avuti in concessione.

In caso di mancato versamento del deposito cauzionale nei termini sopra specificati, la concessione si ritiene automaticamente revocata.

E' fatto obbligo al concessionario di restituire l'area avuta in concessione, nelle stesse condizioni in cui gli è stata consegnata, con particolare riguardo alla pulizia dei piazzali e delle aree occupate, provvedendo all'allontanamento di tutti i rifiuti sino all'ultimo giorno di permanenza. Ogni modifica o alterazione fatta dal concessionario, dovrà essere ripristinata non appena smontata l'attrezzatura.

Qualora il concessionario non occupi l'area entro 7 giorni dalla data stabilita in concessione, potrà essere dichiarato decaduto dalla concessione stessa, e l'area potrà essere assegnata ad altro richiedente senza che l'interessato possa avanzare diritti di sorta, con conseguente mancata restituzione del deposito cauzionale.

Il pagamento del canone di utilizzo dell'area esterna del Palazzo Esposizioni dovrà essere effettuato con le modalità e nei termini di cui al precedente art. 3.

=====

PREG.MO SIG.
SEGRETERIO GENERALE
Camera di Commercio, Industria,
Artigianato ed Agricoltura di Pavia
Via Mentana, 27
27100 Pavia

Oggetto: RICHIESTA DI UTILIZZO DELLE SALE CAMERALI.

Il sottoscritto
 nato a il
 residente in Cap. Prov.
 Via n.
 tel. in
 qualità di
 dell'ente/associazione/impresa
 avente sede in Cap. Prov.
 Via n.
 P.IVA C.F.
 rivolge istanza ai fini della concessione in uso della struttura:

SEDE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Sala Consiliare
 Saletta adiacente la Sala Consiliare
 Sala Biblioteca

SALA MERCI DI PAVIA Sala

Contrattazione Merci
 Aula Corsi

PALAZZO DELLE ESPOSIZIONI

Salone Centrale
 Saloncino
 Locale ristorante senza uso cucina
 Locale ristorante con uso cucina
 Saletta 1° piano
 Saletta 1° piano attrezzata
 Area esterna recintata
 Piazzale esterno

SALA MERCI DI VOGHERA

Sala Contrattazione merci

SALA MERCI DI MORTARA

Sala Contrattazione merci

nei seguenti giorni:

giorno dalle ore alle ore
 giorno dalle ore alle ore
 giorno dalle ore alle ore
 giorno dalle ore alle ore

per le seguenti finalità

Il numero dei partecipanti previsti è di.....
 Il responsabile dell'iniziativa è....., il
 Suo recapito telefonico è.....

Si allega copia dell'invito e/o programma dell'iniziativa.

(Questa parte va compilata solo se vengono utilizzati i locali del **PALAZZO ESPOSIZIONI**). Si segnala, secondo quanto previsto dall'art. 6 del regolamento di concessione, la necessità di utilizzare i locali nelle seguenti giornate ai fini dell'allestimento/smantellamento delle strutture espositive:

giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....

Il sottoscritto dichiara di aver attentamente preso visione del regolamento per la concessione delle sale e di accettare tutte le disposizioni in esso contenute: in particolare l'art. 4 – obblighi/diritti del concessionario, l'art.5 – obblighi/diritti della CAMERA DI COMMERCIO e gli artt. 1341/1342 del CC.

FIRMA

Pavia, li

Nel caso di richiesta di riduzione totale o parziale del diritto d'uso, si allega (**barrare le caselle corrispondenti**): richiesta del concessionario di riduzione **totale** del diritto d'uso, qualora ne ricorrano le condizioni ai sensi del vigente regolamento;

richiesta del concessionario di riduzione **parziale** del diritto d'uso, qualora ne ricorrano le condizioni ai sensi del vigente regolamento;

invito e/o programma dell'iniziativa (obbligatoriamente).

I dati personali da Lei comunicati saranno trattati in conformità alle disposizioni di cui alla L. 196/2003 e successive modificazioni. I dati stessi verranno conservati solo a fini amministrativi connessi al procedimento di concessione. Il titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio di Pavia. La informiamo che i dati sono conservati presso la nostra sede in Via Mentana, 27 ed i diritti che la L. 196 Le riconosce potranno essere esercitati rivolgendosi al Segretario Generale, responsabile del trattamento dei dati. Saranno assicurati i diritti di cui all'art. 13 L. 196/2003.

FIRMA

NON COMPILARE

PARTE RISERVATA ALL'UFFICIO COMPETENTE

UFFICIO.....

In relazione alla richiesta in oggetto, verificata la disponibilità della struttura nel periodo richiesto, si ritiene che l'istanza possa essere

accolta

non accolta

per le seguenti motivazioni.....

Il canone ammonta a complessive + IVA derivante dal seguente calcolo:

- diritto d'uso.....
- rimborso spese.....
- costo del personale/custodia
- rimborso spese previsto per il periodo di allestimento/smantellamento presso il Palazzo Esposizioni.....

è altresì previsto un deposito cauzionale di; **altre condizioni.....**

Pavia, li.....

Il Responsabile

PARTE RISERVATA AL SEGRETARIO GENERALE

Il Segretario Generale, vista l'istruttoria condotta dall'ufficio competente,

concede

non concede

a titolo oneroso riduzione totale diritto d'uso riduzione parziale diritto d'uso

gratuito

- l'uso della

sala..... -

appartenente alla struttura del.....

- nei seguenti giorni:

giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....
giorno.....	dalle ore.....	alle ore.....

condizioni sopra precisate.

Pavia, li.....

IL SEGRETARIO GENERALE.
(Luigi Boldrin)

CAMERA DI COMMERCIO PAVIA
Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia

**Avviso per l'affidamento in concessione della gestione del servizio di
Bottega dei Cammini: promozione enogastronomica del territorio
Presso gli spazi della Cupola Arnaboldi**

ART. 1- OGGETTO

Il servizio prevede la gestione degli spazi di afferenza della Camera di Commercio di Pavia interne alla Cupola Arnaboldi, da parte di un qualificato operatore professionale della somministrazione di alimenti e bevande/ soggetto associativo in possesso dei seguenti requisiti alla data di presentazione della domanda:

- a) Nel caso di impresa: iscritta al Registro Impresa della Camera di Commercio per l'attività di somministrazione di alimenti e bevande;
- b) Attivi alla data di presentazione della domanda e svoglimento dell'attività di somministrazione alimenti e bevande/promozione enogastronomica locale negli ultimi due anni;
- c) Non si trova in stato di fallimento, di liquidazione coatta, di concordato preventivo, e che nei suoi riguardi non è in corso un procedimento per la dichiarazione di una di talò situazioni;
- d) A carico del titolare/legale rappresentante/direttore tecnico/soci amministratori muniti di poteri di rappresentanza non è stata pronunciata alcuna sentenza di condanna passata in giudicato, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta per uno dei reati che incidono sulla morlità professionale;
- e) Nel caso di impresa: è in regola con il pagamento del diritto annuale dovuto alla competente Camera di Commercio;

Per l'affidamento degli spazi è richiesto un servizio di degustazioni, vendita prodotti a km 0, organizzazione di corsi sul vino locale, ospitalità di eventi.

L'erogazione del servizio deve avvenire nel rispetto delle esigenze organizzative di Camera di Commercio Pavia e delle attività in atto durante il periodo di appalto

ART. 2- UBICAZIONE E DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio in oggetto dovrà essere condotto presso gli spazzi di afferenza della Camera di Commercio di Pavia presso la Cupola Arnaboldi, sita in Corso Str. Nuova, 47/D, 27100 Pavia PV. Il servizio è richiesto per il periodo dal.....al..... e dovrà essere garantito almeno nei seguenti orari:

dalle.....alle.....

ART. 3- MODALITA', CONDIZIONI DI SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO

Il servizio dovrà essere svolto a regola d'arte nel pieno rispetto delle norme igienico-sanitarie vigenti, sia per la qualità delle materie prime utilizzate che per le modalità di esecuzione delle procedure gestionali richieste, delle garanzie igienico-sanitarie nonché delle garanzie di continuità del servizio. Dovranno essere fornite bevande e generi alimentazri a km 0 ad alto grado di commercialità e regolarmente ammessi dalle vigenti norme in materia di igiene alimentare. Per tutti i prodotti dovranno essere chiaramente indicati ed esposti ingredienti e prezzi.

Gli spazi concessi per l'attuazione dei servizi vengono assunti nello stato di fatto in cui si trovano e dovranno essere mantenuti in buono stato di manutenzione, conservazione e corretto funzionamento, salvo il normale deterioramento.

L'area in cui si svolgerà il servizio è di 117 mq, è dotata delle seguenti attrezzature di proprietà della Camera di Commercio di Pavia:

- Le attrezzature verranno dettagliate dopo l'allestimento della Bottega dei Cammini

Sono a carico del gestore la fornitura delle attrezzature e dei macchinari necessari allo svolgimento dell'attività di somministrazione di cibi, bevande e servizi di accoglienza, che dovranno rispondere a tutti i requisiti di legge in materia di sicurezza ed igiene, nonché tutte le spese per lo sviluppo dell'attività stessa. E' inoltre, a completo carico del Gestore, la pulizia ordinaria e straordinaria degli arredi, delle attrezzature e degli spazi adibiti al servizio, che dovranno essere tenuti in perfetto stato di pulizia utilizzando prodotti che rispettino i criteri ecologici stabiliti dalla vigente normativa di settore.

ART. 4- CANONE DELLA CONCESSIONE

Il canone complessivo è pari a € 2.500,00/mese (duemilacinquecento/00). Il corrispettivo relativo al canone dichiarato dovrà essere versato alla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia, entro il..... con le seguenti modalità..... In caso di ritardato versamento, sarà applicato l'interesse di mora nella misura del tasso legale vigente.

ART. 5- CONSERVAZIONE E MANIPOLAZIONE DEGLI ALIMENTI

La conservazione degli alimenti, la manipolazione e la somministrazione devono rispettare gli standard igienici previsti dalle leggi vigenti da qualsiasi Autorità emanate. La buona conservazione delle derrate sarà esclusiva competenza e responsabilità del Gestore. Il Gestore dovrà essere in possesso di regolare manuale H.A.C.C.P (piano di prevenzione per la sicurezza igienica degli alimenti) redatto ai sensi del D. Lgs. 155/97.

ART. 6- OBBLIGHI DEL GESTORE

In particolare il Gestore è tenuto a:

- a) Ottenere, a propria cura e spese prima dell'inizio dell'attività, tutte le autorizzazioni che a norma di legge e di regolamenti sono previste per l'espletamento del servizio (in via esemplificativa: in materia di igiene e sanità, disciplina dei rapporti di lavoro, sicurezza del posto di lavoro, trattamento fiscale),
- b) Dotare il servizio di tutti gli allestimenti e le attrezzature necessarie, nel rispetto della normativa igienico sanitaria;
- c) Condurre l'esercizio con proprietà e decoro e secondo le disposizioni che Camera di Commercio di Pavia prescriverà gestendo i servizi in oggetto della presente concessione e le connesse attività con la massima diligenza e responsabilità in modo che l'esercizio avvenga ordinatamente e secondo le buone regole di conduzione e sempre nell'ambito del pieno rispetto delle norme igienico sanitarie vigenti;
- d) Provvedere alle pulizie dei locali e delle attrezzature, conservando nel massimo ordine i locali assegnati;
- e) Commercializzare prodotti e generi di consumo che dovranno essere a km zero, di ottima qualità e completamente rispondenti alle disposizioni di legge di materia;
- f) Pagare il canone della misura contrattualizzata;
- g) Non utilizzare fiamme libere né alcun tipo di attrezzatura alimentata a gas. Negli spazi non possono, inoltre, essere installati jukebox, videogiochi, videopoker o altre apparecchiature analoghe.

ART. 7- PERSONALE

Il gestore potrà provvedere alla conduzione del servizio, sia attraverso il titolare coadiuvato dai familiari (coniuge, parente od affine entro il terzo grado), sia avvalendosi di dipendenti o soci; comunque il personale dovrà essere in numero sufficiente a garantire la funzionalità del servizio e in possesso dei requisiti di legge.

In caso di utilizzo di personale dipendente dovranno essere riconosciute condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dal contratto della categoria e nei loro confronti dovranno essere adempiuti tutti gli obblighi di legge previsti in materia di assicurazioni, assistenziali, previdenziali, antinfortunistiche, sollevando l'Ente da ogni responsabilità in merito.

Il gestore nell'espletare il servizio deve impiegare personale qualificato. Tutto il personale deve essere munito delle autorizzazioni sanitarie previste dalla normativa e mantenere uno stato elevato di igiene e pulizia personale.

ART. 8- CESSIONE A TERZI DEL SERVIZIO

E' vietata la cessione del presente affidamento ed ogni forma di subappalto totale o parziale, pena l'immediata risoluzione del contratto.

ART. 9- RESPONSABILITA' DEL GESTORE

Il gestore:

- a) È custode dei locali ad esso assegnati, e di tutto quanto in essi è contenuto. Risponde direttamente ed indirettamente di ogni danno che, per fatto proprio e del personale addetto, possa derivare da Camera di Commercio Pavia ed a terzi;
- b) È altresì responsabile di ogni danno arrecato alla Camera di Commercio di Pavia ed a terzi nell'espletamento dei servizi prestati rimanendo, pertanto, sollevata Camera di Commercio di Pavia da ogni pretesa risarcitoria;
- c) Deve, inoltre, rispondere di qualunque danno che possa derivare in conseguenza della cattiva esecuzione del servizio;
- d) È obbligato ad assumere ogni responsabilità in caso d'infortunio o danni arrecati a Camera di Commercio di Pavia in dipendenza di manchevolezza o di trascuratezza commesse durante l'esecuzione della prestazione contrattuale;
- e) È sempre responsabile sia verso la Camera di Commercio di Pavia sia verso terzi della qualità del servizio fornito;
- f) È responsabile della sicurezza e dell'incolumità del proprio personale, esonerando Camera di Commercio di Pavia da ogni responsabilità.

ART. 10- COPERTURE ASSICURATIVE

Camera di Commercio di Pavia sarà esonerata da qualsiasi responsabilità e/o onere assicurativo per furti o danni derivanti da tentativi di furto con scasso, atti vandalici – compresi gli incendi e gli allagamenti dolosi- aventi ad oggetto merci e/o somme di denaro di proprietà del gestore o del personale impiegato nel servizio.

Il gestore assume a proprio ed esclusivo carico ogni eventuale e possibile danno che, in conseguenza dell'esecuzione del servizio o dell'esecuzione materiale di opere di qualunque genere attinenti al contratto, dovesse occorrere a cose o persone terze rispetto al gestore stesso, liberando interamente la Camera di Commercio di Pavia da ogni responsabilità o conseguenza civile e penale.

Il gestore assume la piena ed incondizionata responsabilità per tutto quanto attiene al personale impiegato, a qualunque titolo, nel servizio concesso. Pertanto, ogni eventuale responsabilità in materia di sicurezza antinfortunistica è a carico del gestore.

Oltre a garantire la copertura assicurativa obbligatoria contro il rischio infortuni per il proprio personale addetto al servizio, il gestore si impegna, prima della stipula del relativo contratto, a produrre copia conforme all'originale di polizza assicurativa- con durata pari, almeno, alla durata del servizio- a copertura del rischio di Responsabilità civile verso terzi (RCT), e con adeguato massimale.

ART.11- PENALITA'

In caso di mancata osservanza degli obblighi contrattuali, Camera di Commercio di Pavia procederà all'immediata contestazione formale delle inadempienze rilevate, mediante comunicazione a mezzo raccomandata A.R. o posta elettronica certificata (PEC), assegnando al soggetto affidatario un termine perentorio, per adempiere e conseguentemente per inviare le proprie controdeduzione.

Nel caso in cui il concessionario non controdeduca nel termine assegnato oppure fornisca elementi idonei a giustificare le inadempienze contestate, verrà applicata una penale – variabile da euro 100,00 (cento/00) a euro 500,00 (cinquecento/00)- che sarà commisurata in rapporto alla gravità dell'inadempienza rilevata.

ART.12- CLAUSOLA RISOLUTIVA ESPRESSA E RISOLUZIONE CONTRATTUALE

La Camera di Commercio di Pavia ha la facoltà di risolvere il contratto, previa contestazione formale delle inadempienze rilevate, mediante comunicazione a mezzo raccomandata A.R. o posta elettronica certificata assegnando al soggetto affidatario un termine perentorio, per adempiere e conseguentemente per inviare le proprie controdeduzioni, fatto salvo l'addebito dell'eventuale danno subito da Camera di Commercio di Pavia, nei seguenti casi:

- Perdita dei requisiti per l'esercizio dell'attività;
- Gravi interruzioni del servizio;
- Mancata osservanza delle norme igienico sanitarie;
- Mancata osservanza della normativa riguardante la tutela e la salute dei lavoratori;
- Mancato o ritardato pagamento del canone alla scadenza convenuta;
- Cessione del presente affidamento, subappalto totale o parziale.

ART. 13- MODALITA' E TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

Le offerte, redatte e sottoscritte, dovranno essere accompagnate dal modello di dichiarazione sostitutiva di certificazione e dell'atto di notorietà debitamente compilato e sottoscritto.

Le domande dovranno essere presentate, in busta chiusa, presso gli uffici di Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pavia, Via Mentana, 27, 27100 Pavia PV e pervenire entro e non oltre le ore 12.00 del

ART. 14- CRITERI DI SELEZIONE DELLE OFFERTE E STIPULA CONTRATTO

L'aggiudicazione potrà avvenire anche in presenza di una sola offerta risultata valida

La stipula del contratto è, comunque, subordinata al positivo esito delle verifiche previste dalla normativa vigente.

Si precisa che l'offerta sarà immediatamente impegnativa per il gestore, mentre la Camera di Commercio di Pavia rimarrà vincolata solo al momento della stipula del contratto.

Il gestore sarà invitato, entro 5 giorni dalla ricezione della comunicazione scritta, a sottoscrivere il relativo contratto.

ART. 15- TRATTAMENTO DATI

I dati forniti sono trattati a fini istituzionali per gli scopi per i quali sono raccolti e specificamente per tutte le attività relative al "Affidamento in concessione della gestione del servizio caffetteria" come da INFORMATIVA AI SENSI DEL REGOLAMENTO (UE) 101/2018 E DELLA NORMATIVA VIGENTE IN MATERIA DI TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.

ART. 16- DISPOSIZIONI FINALI

La semplice presentazione dell'offerta implica l'accettazione di tutte le condizioni e norme contenute nel presente Capitolo Speciale.

Il presente avviso è pubblicato on line sul sito Web della Camera di Commercio di Pavia <http://www.pv.camcom.it/>

8 Budget economico-finanziario

A01 - Acquisto di IMMOBILI	0,00
A02 - Ristrutturaz., Manutenz. e Restauro di IMMOB.	438.794,00
A03 - Acquisto di arredi e attrezzature	45.061,00
A04 - Altre spese per INVEST.AMMORT.	0,00
A05 - Personale strutturato	70.000,00
A06 - Personale non strutturato	0,00
A07 - Prestazioni professionali di terzi	152.645,00
A08 - Materiale di consumo	3.500,00
A09 - Spese correnti	0
A10 - Altre spese GESTIONALI	0,00
TOTALE	710.000,00
Contributo Fondazione Cariplo	497.000,00
Cofinanzamento	213.000,00

Camera di Commercio di Pavia			
Azione 3.2.1 Il Piano degli interventi strutturali			
	Voce spesa	descrizione	importo
	A02 - Ristrutturaz., Manutenz. e Restauro di IMMOB.	Opere edili	186.000,00 €
		Impianti	252.794,00 €
	A05 - Personale strutturato	figura per gestione atti (coordinamento) 48 ore	1.616,64 €
		figura operativa per la gestione degli atti e gli affidamenti - 44 ore	844,36 €
		Figura apicale 20 ore	1.570,60 €
	A07 - Prestazioni professionali di terzi	Progettazione	75.920,00 €
		Spese per sicurezza e affidamento lavori	5.225,00 €
Totale A02 - Ristrutturaz., Manutenz. e Restauro di IMMOB.			438.794,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			4.031,60 €
Totale A07 - Prestazioni professionali di terzi			81.145,00 €
Totale			523.970,60 €

Camera di Commercio di Pavia			
Azione 3.2.2 Il Piano delle attività e dei servizi			
Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
3.2.2.a La bottega dei cammni	A03 - Acquisto di arredi e attrezzature	segnaletica	300,00 €
		espositori refrigerati e non per prodotti a km 0	6.811,00 €
	A05 - Personale strutturato	Figura per gestione atti e affidamenti 156 ore	2.993,64 €
		Figura per il coordinamento 62 ore	1.997,02 €
		Figura di tecnico operativo alternanza scuola lavoro - 55 ore	987,80 €
Totale A03 - Acquisto di arredi e attrezzature			7.111,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			5.978,46 €
Totale			13.089,46 €
Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
3.2.2.b lo spazio multifunzionale	A03 - Acquisto di arredi e attrezzature	segnaletica	300,00 €
		Allestimento sala : tavoli/sedie/armadi/scaffali	15.000,00 €
		video proiettore/telo proiettore	2.000,00 €
		5 pc	5.000,00 €
		microfoni	2.000,00 €
		schermo video	1.000,00 €
	A05 - Personale strutturato	Figura per gestione atti (gestione prenotazioni e incasso locazione) - 15 ore	505,20 €
Totale A03 - Acquisto di arredi e attrezzature			25.300,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			505,20 €
Totale			25.805,20 €

Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
3.2.2.c Infopoint dei cammini	A03 - Acquisto di arredi e attrezzature	segnaletica	300,00 €
		tavoli sedie scaffali espositori	6.350,00 €
		2 pc	2.000,00 €
		pannelli illustrativi	3.000,00 €
		schermo	1.000,00 €
	A05 - Personale strutturato	Figura per gestione atti e affidamenti - 156 ore	2.993,64 €
		Figura per il coordinamento bando 32 ore	1.030,72 €
Totale A03 - Acquisto di arredi e attrezzature			12.650,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			4.024,36 €
Totale			16.674,36 €

Azione 3.2.3 Piano per la gestione e sostenibilità

Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
	A05 - Personale strutturato	Figura apicale + 5 incontri da 4 ore ore di formazione 120 ore	9.423,60 €
		figura di coordinamento per gli aspetti di promozione e di sviluppo del territorio 37 incontri + 4 incontri formazione 142 oe	4.573,82 €
		tecnico operativo per gli aspetti di promozione e di sviluppo del territorio- 30 incontri + 2,5 incontri formazione 93ore	1.670,29 €
		figura direttiva Paviasviluppo coordinamento attività b2b/formazione ore 142	4.573,82 €
		tecnico operativo Paviasviluppo - 30 incontri + 2,5 incontri formazione 93ore	1.670,28 €
		tecnico operativo per gli aspetti di gestione del patrimonio della Camera relativi al progetto - 100 ore lavoro + 1 incontro formazione 92 oe	1.765,48 €
		coordinamento di gestione del patrimonio della Camera relativi al progetto - 100 ore + 1 incontro da 4 ore di formazione	3.368,00 €
		Ufficio stampa 2 incontri formazione da 8 ore	257,68 €
	A07 - Prestazioni professionali di terzi	insegnanti formazione	3.000,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			27.302,97 €
Totale A07 - Prestazioni professionali di terzi			3.000,00 €
Totale			30.302,97 €

3.2.3.a.2 partecipazione alla governance e condivisione del territorio			
Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
	A05 - Personale strutturato	attività di supervisione di tutte le iniziative organizzate 40 ore	1.288,40 €
		- affidamenti esterni a fornitori 35 ore	671,65 €
		affidamenti esterni a fornitori 19 ore	639,92 €
	A07 - Prestazioni professionali di terzi	Visite guidate	5.000,00 €
		costo grafico per creazione logo e materiale promozionale	7.000,00 €
		organizzazione iniziative partecipazione culturale (mostra, visite guidate, conferenze)	17.860,00 €
		organizzazione mostra fotografie della Cupola Arnaboldi	5.000,00 €
	A08 - Materiale di consumo	stampa di materiale promozionale per le iniziative per il pubblico (visite guidate, conferenze mostra)	2.000,00 €
Totale A05 - Personale strutturato			2.599,97 €
Totale A07 - Prestazioni professionali di terzi			34.860,00 €
Totale A08 - Materiale di consumo			2.000,00 €
Totale			39.459,97 €

3.2.4 La comunicazione

Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo
	A05 - Personale strutturato	affidamenti esterni a fornitori 34 ore	652,46 €
		ufficio stampa 520	16.749,20 €
	A07 - Prestazioni professionali di terzi	informatico	2.000,00 €
		grafico	2.000,00 €
		esperto di comunicazione	10.000,00 €
		videomaker	5.000,00 €
	A08 - Materiale di consumo	materiale informativo per i servizi della Cupola	1.500,00 €
	Totale A05 - Personale strutturato		17.401,66 €
Totale A07 - Prestazioni professionali di terzi		19.000,00 €	
Totale A08 - Materiale di consumo		1.500,00 €	
Totale		37.901,66 €	

4. Il Monitoraggio			
Sotto azione	Voce spesa	descrizione	importo

A05 - Personale strutturato	Segretario Generale + 5 incontri da 20 ore ore di formazione	1.570,60 €
	coordinamento aspetti contenutistici progetto per la Camera 60 ore	1.932,60 €
	coordinamento aspetti gestionali progetto per la Camera - 174 ore lavoro	3.339,06 €
	coordinamento aspetti gestionali progetto per la Camera- 39 ore	1.313,52 €
A07 - Prestazioni professionali di terzi	Consulente per il piano di monitoraggio	14.640,00 €
Totale A05 - Personale strutturato		8.155,78 €
Totale A07 - Prestazioni professionali di terzi		14.640,00 €
Totale		22.795,78 €



COMUNE DI CERTOSA DI PAVIA

PROVINCIA DI PAVIA

C.A.P 7012
Cod. Fisc.: 80000850182
P. IVA: 00276520186

Tel. (0382) 936913
Fax (0382) 933128
segreteria@certosadipavia.gov.it

Prot. n. 4997

Spett.le
Camera di Commercio
Pavia

Certosa di Pavia, 04/07/2019

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente il legale rappresentante del Comune di Certosa di Pavia, Dott. Marcello INFURNA, con sede a Certosa di Pavia (PV), in via Palmiro Togliatti 12, dichiara di condividere le finalità proposte dalla Camera di Commercio di Pavia, per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi, volta alla valorizzazione turistica e commerciale.

Nel caso specifico, si ritiene importante affiancare l'ente camerale attraverso la cura del decoro urbano nell'area circosatante e attraverso la promozione di iniziative nello spazio della Cupola.

Il Comune è disponibile per creare le opportune sinergie, a partecipare al progetto di costruzione di una rete stabile di progettualità territoriali, che abbia come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Il Sindaco
Dott. Marcello Infurna



Oggetto: lettera di sostegno per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente il legale rappresentante dell'ente Pavia Città di Sant'Agostino

P. MARIO DESANTIS

con sede a Pavia, in Piazza San Pietro in Ciel d'Oro 2,

dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Nel caso specifico l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Data

10/07/2019

Firma

P. Desantis



COMUNE DI PAVIA
p.zza Municipio n. 2 – 27100 Pavia
C.F. e P. I. 00296180185

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente il legale rappresentante dell'ente Comune di Pavia MARIO FABRIZIO FRACASSI
con sede a Pavia, in Piazza Municipio 2

DICHIARA

di condividere le finalità proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi, volta alla valorizzazione turistica e commerciale.

Nel caso specifico, si ritiene importante affiancare l'ente camerale attraverso la cura del decoro urbano nell'area circostante e attraverso la promozione di iniziative nello spazio della Cupola. Il Comune è disponibile per creare le opportune sinergie, a partecipare al progetto di costruzione di una rete stabile di progettualità territoriali, che abbia come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Pavia 14 Luglio 2019

Il Sindaco
Mario Fabrizio Fracassi

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente il legale rappresentante dell'ente Consorzio Tutela Vini Oltrepò,

LUIGI GATTI

con sede a Torrazza Coste (PV), in via Riccaglioia 48,

dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Nel caso specifico l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Data

09/07/2019

Firma

Luigi Gatti



FONDAZIONE
ALMA MATER TICINENSIS

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi

Con la presente, il legale rappresentante dell'ente Fondazione *Alma Mater Ticinensis*,

prof. Fabio Rugge,

con sede legale in Pavia, Strada Nuova 65,

dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Nel caso specifico, l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Pavia, 4 luglio 2019

Il Presidente
prof. Fabio Rugge

PROT. 783/2019

Oggetto: sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente LUIGI BOLDRIN, Direttore dell'Azienda Speciale della Camera di Commercio, Paviaviluppo, con sede a Pavia, in via Mentana 27,

dichiara

di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Nel caso specifico l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Pavia, 12 luglio 2019

Firma
IL DIRETTORE
(Dott. Luigi Boldrin)



OGGETTO: lettera di sostegno per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi in Pavia

Il sottoscritto Vittorio Vaccari, quale rappresentante legale dell'associazione "Il Bel San Michele" onlus, con sede in piazza Azzani 1 a Pavia, il cui scopo sociale comprende, tra l'altro, le seguenti aree di azione:

- Interventi di tutele e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio,
- Ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- Organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale,
- Organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- Riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata,

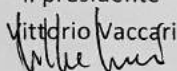
DICHIARA

di condividere le linee di indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi in Pavia.

La scrivente associazione sta già lavorando in collaborazione con altri Soggetti del territorio e ribadisce la propria volontà e disponibilità a continuare a lavorare in sinergia con la Camere di Commercio di Pavia e gli altri Soggetti coinvolti per realizzare una rete stabile di progettualità territoriale e per creare opportune sinergie e integrazioni negli ambiti della cultura, del turismo e dell'enogastronomia.

Distinti saluti.

Pavia 08.07.2019

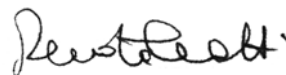
Il presidente


Oggetto: lettera di sostegno per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente, la dott.ssa Renata Crotti nata a Dorno (PV) il 07/01/1950, legale rappresentante dell'ente Fondazione Museo Diocesano con sede a Pavia in Piazza Duomo 11, dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Nel caso specifico l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.

Con i migliori saluti.



Renata Crotti

Pavia, 11 luglio 2019

OGGETTO: lettera di sostegno per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi in Pavia

Il sottoscritto Vittorio Vaccari, quale rappresentante legale dell'associazione "Il Bel San Michele" onlus, con sede in piazza Azzani 1 a Pavia, il cui scopo sociale comprende, tra l'altro, le seguenti aree di azione:

- Interventi di tutele e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio,
- Ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- Organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale,
- Organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- Riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata,

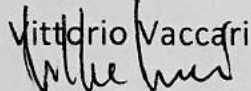
DICHIARA

di condividere le linee di indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunionalizzazione della Cupola Arnaboldi in Pavia.

La scrivente associazione sta già lavorando in collaborazione con altri Soggetti del territorio e ribadisce la propria volontà e disponibilità a continuare a lavorare in sinergia con la Camere di Commercio di Pavia e gli altri Soggetti coinvolti per realizzare una rete stabile di progettualità territoriale e per creare opportune sinergie e integrazioni negli ambiti della cultura, del turismo e dell'enogastronomia.

Distinti saluti.

Pavia 08.07.2019

Il presidente


Pavia, 9 luglio 2019

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi

Con la presente, il legale rappresentante dell'ente Università degli Studi di Pavia, prof. Fabio Rugge, con sede legale in Pavia, Strada Nuova 65, dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi. Nel caso specifico, l'ente lavorerà in sinergia con la Camera e gli altri soggetti coinvolti per costruire una rete stabile di progettualità territoriali, per creare le opportune sinergie, che abbiano come fulcro l'integrazione tra cultura, turismo, enogastronomia.



(Fabio Rugge)

Oggetto: lettera di sostegno per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi.

Con la presente il legale rappresentante dell'Istituto di Istruzione superiore Bordon

PROFESSORESSA SILVANA FOSSATI

con sede a Pavia, in via San Carlo 2,

di dichiara di condividere le linee d'indirizzo proposte dalla Camera di Commercio di Pavia per la rifunzionalizzazione della Cupola Arnaboldi, nel caso specifico l'Istituto è disponibile per creare le opportune sinergie, a partecipare al progetto di costruzione di un programma funzionale di Alternanza scuola-lavoro, riconoscendo il valore della formazione sul campo per la creazione di nuove e future professionalità.

Data

09/07/2019

Firma

[Firma]