

MEETBRIANZA EXPO: Arte, Design e Green gli asset della Brianza agli occhi del mondo

oggi in Villa Reale i protagonisti e i risultati del progetto MBExpo finanziato da Regione Lombardia

Monza, 1 dicembre 2015. A un mese dalla chiusura dei cancelli di Expo2015, anche in Brianza è tempo di bilanci: oggi in Villa Reale i partner del progetto Fuori Expo in Brianza Meet Brianza Expo hanno fatto il punto sulle attività realizzate e sui significativi risultati raggiunti sul territorio.

MeetBrianzaExpo: il biglietto da visita della Brianza Il progetto di promozione territoriale si era aggiudicato il finanziamento regionale legato ai bandi sull'attrattività del territorio, esattamente un anno fa. Alla Provincia MB il compito di fare l'Ente capofila di una rete di **70 partner pubblici e privati, profit e no-profit**, con l'obiettivo di mettere a sistema un insieme di **infrastrutture digitali, eventi, iniziative di formazione e promozione per presentare al pubblico di Expo e ai cittadini il volto migliore della Brianza.**

Il progetto, entrato nel vivo quest'anno, ha un **budget complessivo di circa 1.600.000 euro**: a fronte di una valorizzazione di risorse proprie da parte dei partner, sono arrivati sul territorio contributi per circa 750.000 euro da parte di Regione Lombardia, e circa 190.000 euro da parte di Camera di Commercio di Monza e Brianza.

*“Regione Lombardia ha investito per i progetti di attrattività territoriale durante il periodo di Expo 8 milioni di Euro, suddivisi in due differenti bandi che hanno avuto il preciso scopo di ‘illuminare’ i nostri territori. Ci siamo riusciti – spiega **Fabrizio Sala**, Vicepresidente di Regione Lombardia - Tutti i dati riportano infatti un notevole incremento del flusso turistico dovuto alla manifestazione. Ora la vera sfida è quella di valorizzare il lavoro fatto nel 2015, stabilizzando questi dati e, se possibile, raggiungendo nuove vette. Nella Giunta regionale di ieri abbiamo deliberato nuovi fondi per 13 milioni di Euro per l'attrattività territoriale e la promozione della cultura nel periodo verso il prossimo giubileo. La Lombardia, con i suoi dieci siti Unesco è un territorio con una capacità di attrazione unica per il turismo e la Brianza con le sue bellezze può e deve giocare un ruolo di primissimo piano”*

Il tris vincente: arte e cultura, design district, natura e green. Per Expo2015 la Brianza ha candidato un unico progetto, in grado di capitalizzare e mettere a sistema le eccellenze del territorio. Le tre aree tematiche prescelte - arte, design e green – si sono rivelate capaci di valorizzare l'economia locale per renderla più appetibile sia per i visitatori di Expo sia per i cittadini MB.

L'effetto Expo in Brianza. In base agli studi effettuati da Camera di Commercio MB **l'effetto Expo per la Brianza si è tradotto in un indotto economico pari a 6,3 milioni di Euro (+ 25% l'effetto Expo sull'indotto turistico).** La Provincia, che ha raccolto i dati complessivi delle **presenze negli alberghi e della ricettività turistica**, ha registrato un **+25% di arrivi pari a 300.000 presenze tra italiani e stranieri, che salgono a +33% per la città capoluogo, Monza.**

I risultati del Fuori Expo in Brianza:

Arte&Cultura: la Provincia MB ha coordinato il partenariato, favorendo lo sviluppo dell'attrattività locale, rafforzando e ampliando le reti culturali presenti sul territorio, proponendo nuove modalità di valorizzazione per la crescita culturale del territorio. Tre sono i macro-temi intorno ai quali sono state sviluppate le azioni della linea:

- *Iniziative culturali e di interesse turistico:* rassegne concertistiche, spettacoli, performance, che costituiscono la stagione di eventi live del territorio; servizi di fruizione turistica: infopoint di Vimercate e progetto di accoglienza diffusa)

- *Ville di delizia in Brianza:* in questo tema sono riuniti tutti i progetti, singoli e di rete, che propongono attività per la valorizzazione delle Ville di Delizia: aperture straordinarie, eventi dedicati, laboratori didattici, mostre. Tra questi si segnala Ville Aperte in Brianza, dal 20/9 al 25/10, che ha coinvolto 61 Comuni e 4 Province.

- *Valorizzazione degli itinerari di arte contemporanea:* in Brianza hanno sede importanti realtà di promozione dell'arte contemporanea, le cui iniziative ed itinerari più importanti sono inseriti in questo ambito di valorizzazione.

I numeri: 220 Iniziative tra cui 50 tra concerti, rassegne e festival e 17 eventi pH_performing Heritage di spettacoli dal vivo; 10 Mostre d'arte; 140 beni aperti sul territorio; 1 ufficio di informazione e accoglienza turistica aperto al pubblico, oltre a quello già autorizzato di Monza; 6 strutture del territorio coinvolte in un piano di sviluppo piano di accoglienza diffusa. Circa 200.000 visitatori e spettatori complessivi di cui 50.464 visitatori e spettatori di Ville aperte in Brianza.

*“Durante Expo la Brianza ha fatto affiorare la qualità del suo lavoro di squadra: lo dimostrano i dati e i risultati, certo, ma soprattutto la solidità della proposta messa in campo. Una proposta basata non su iniziative spot, destinate a chiudersi con la fine di Expo 2015, ma su filiere organizzate e know-how maturato nel tempo - ha spiegato **Gigi Ponti, Presidente della Provincia MB** – E' questo il vero patrimonio della Brianza, il suo biglietto da visita, la sua capacità innata: capitali, questi, da far fruttare per non disperderli”.*

Brianza Design District: La Camera di commercio di Monza e Brianza ha promosso il “saper fare” brianzolo coniugandolo con l'aspetto turistico. Il risultato: un'esperienza che coinvolge il turista attivamente ed emozionalmente, valorizzando il territorio e le sue eccellenze, attivando un confronto-dialogo con le altre realtà italiane e internazionali del design, facendo riconoscere il territorio di Monza e Brianza come area produttiva caratterizzata da design, qualità ed eccellenza. Attraverso la definizione e l'attuazione di una strategia continuativa di *place branding*, si vuole affermare il territorio della Brianza sui mercati turistici

(nazionale ed internazionali) quale Brianza Design District. La Brianza è aperta alla domanda di turismo culturale, esperienziale e di shopping.

I numeri: Eventi diffusi: 12, Mostre: 117, iniziative di formazione sul Design: 13, App multimediali: 2, Percorsi / Itinerari di interesse turistico: 5, Materiale promozionale (brochure e stampa turistica): 11, Attività di promozione on line: 4, Automezzi elettrici in servizio: 6 (4 vetture e 2 furgoni).

*“La Villa Reale e il Parco di Monza, le ville di delizia e le aree verdi della Brianza, il design e il talento artigiano rappresentano i migliori biglietti da visita della Brianza - ha dichiarato **Carlo Edoardo Valli** Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza- In occasione di Expo, insieme alla Provincia e alla Regione abbiamo dato vita a Meet Brianza Expo, con l’obiettivo di investire su tutte queste eccellenze. L’Esposizione universale si è dimostrata un’opportunità per il nostro territorio e le ricadute positive sono arrivate anche grazie alle capacità delle istituzioni nel fare sistema, unite nello scopo di far vivere un’esperienza unica della Brianza. Ora dobbiamo continuare insieme questo percorso di collaborazioni e di relazioni cui abbiamo saputo dar vita, rafforzandone l’eredità.”*

Natura&Green: Il Parco Regionale della Valle del Lambro, ha coordinato, quale capofila un pacchetto di azioni volte alla scoperta del territorio, con attività diversificate e dedicate a famiglie, ad adulti e bambini. Obiettivo generale era incrementare la conoscenza di singoli aspetti o di luoghi del proprio territorio e la consapevolezza del patrimonio presente nelle aree protette della nostra provincia, con ricadute positive negli aspetti identitari di cittadini e associazioni, in tal modo uniti nella *mission* dei Parchi. Le azioni sono state promosse per tutto il periodo di Expo, ruotando attorno ai grandi temi di biodiversità, ecologia, natura e cibo, arte e cultura. Le iniziative sono state realizzate anche con la collaborazione di Associazioni / Cooperative del territorio, gruppi ambientalisti e gruppi locali legati al territorio.

I numeri: N. 137 eventi, N. pubblico raggiunto: circa 11.000 partecipanti agli eventi per famiglie / bambini, 65 prodotti realizzati per l’utilizzo futuro.

*“Possiamo dire senza ombra di dubbio che l’Area Natura&Green ha avuto un ruolo determinante per il successo del progetto Meet Brianza Expo: 137 eventi che hanno visto la partecipazione di 11 mila persone che avranno la possibilità di continuare anche con la chiusura di Expo grazie a 65 prodotti già realizzati e pronti per un utilizzo futuro – ha voluto sottolineare l’Avv. **Eleonora Frigerio**, presidente del Parco Valle Lambro e Coordinatrice di Federparchi Lombardia – Da maggio a fine ottobre, in concomitanza con i sei mesi di apertura dell’Expo, sono state numerose le azioni volte alla scoperta del territorio, con attività diversificate e dedicate a famiglie, ad adulti e bambini. Ruotando attorno ai grandi temi di biodiversità, ecologia, natura e cibo, arte e cultura è stato possibile il concretizzarsi di una valida rete collaborativa con interscambio di conoscenze e buone pratiche che hanno visto protagoniste enti e associazioni del territorio, sotto l’egida delle attività di promozione e di marketing territoriale della Provincia di Monza e Brianza”.*

Provincia di MB