

RASSEGNA STAMPA ALEXALA



Gennaio &
Febbraio 2026

I comunicati stampa diramati sono consultabili alla sezione press area del sito www.alexala.it

Valentina Dirindin - Media relation e relazioni esterne



Sommario

02/01/2026 – La Stampa Alessandria – Il turismo riparte anche dalle aree per i camper. Sette in provincia. Duecentomila euro per sette aree camper Alexala: "Il turismo itinerante è in crescita"	5
03/01/2026 – La Stampa Alessandria – Dall'erba del Mocca all'aereo del Volta. L'immagine della città alla corte di Gelindo	7
04/01/2026 – La Stampa Alessandria – La Bertram a Cantù e Tortona ospita le "finals" femminili. Autosped e Magnolia la sfida più incerta con duelli di alto livello	9
06/01/2026 – La Nuova Provincia – I Paesaggi Vitivinicoli Unesco lanciano il Position Paper 2026	10
08/01/2026 – La Stampa Alessandria – "Un presidio rigoroso di fatti e opinioni"	11
09/01/2026 – Gazzetta d'Asti – Paesaggi vitivinicoli Unesco, via libera al bilancio 2026 ...	13
09/01/2026 – Il Piccolo – Ovada, Tassa di soggiorno, proventi del 2025. Un piccolo tesoretto per creare nuovi eventi	14
10/01/2026 – La Stampa Alessandria – Dalle piazze storiche all'antica Cittadella. L'immagine della città tra orgoglio e riscatto	15
11/01/2026 – Ancora – Campagna di comunicazione: "Scegli le botteghe della tua città"	17
16/01/2026 – Il Piccolo – Dillo al direttore. Mostra su Gardella, Asm Costruire Insieme risponde al lettore	18
17/01/2026 – La Stampa Alessandria – Dal Cinema Galleria fino alla erre moscia. L'immagine della città tra cultura e parole	19
30/01/2026 – Wine And Travel – Sulle tracce di Luigi Tenco. Un borgo del Monferrato tra canzoni, vigne e memoria collettiva	21
31/01/2026 – Tv2000 – Borghi d'Italia, alla scoperta di Ovada	23
31/01/2026 – La Stampa Alessandria – In tribuna al Mocca con i super tifosi grigi. L'immagine della città tra campioni e chiese	24
02/02/2026 – Italiavola – Travel Hashtag a Londra per promuovere l'Italia più autentica ed esperienziale	26
04/02/2026 – AT News – Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato inaugura il calendario eventi 2026	28
04/02/2026 – Targato CN – Il Piemonte alla BIT 2026: dall'outdoor tra Alpi e colline al cammino di San Michele, alla passione di Sordevolo	31
06/02/2026 – Il Piccolo – Tartufi, con il nero pregiato l'economia trova linfa nuova	42
07/02/2026 – La Stampa Alessandria – Dai portici ai caffè tra sogni e occasioni. L'immagine della città è fatta di prime volte	44

07/02/2026 – Il Luogo – Alexala insieme ai consorzi turistici a “Travel Hashtag”	46
08/02/2026 – La Stampa Alessandria – Arturo Cirillo porta sul palco di via Verdi il suo testo di prosa "Il mio Don Giovanni poetico e leggero nel solco di Molière, Da Ponte e Mozart"	47
09/02/2026 – Nuova Salumeria Italiana – Alessandria e le sue DE.CO.	48
09/02/2026 – Alessandria Today – San Valentino e San Faustino, Confesercenti rilancia la campagna “scegli le botteghe della tua città”	50
09/02/2026 – Oggi Cronaca – Alexala e UNIPLI insieme per comprendere meglio il sistema turistico locale, e utilizzare nuove competenze per migliorare la comunicazione e la promozione.....	52
10/02/2026 – Il Monferrato – Consorzio "Barbera" Promozione "a gogò".....	54
10/02/2026 – Il Monferrato – Travel Hashtag: Alexala con Gran Monferrato	55
10/02/2026 – Il Monferrato – Pro loco e turismo: progetto per valorizzare il territorio	56
12/02/2026 – La Stampa Alessandria – Pro loco a lezione dall'Atl Alexala "Feste e sagre risorsa per il turismo"	57
12/02/2026 – Targato CN – Alla BIT di Milano i Paesaggi Unesco di Langhe-Roero e Monferrato presentano il nuovo Piano di Gestione con focus su giovani e comunità	58
13/02/2026 – Il Monferrato – Alexala e Unpli Insieme per la formazione turistica	64
13/02/2026 – Il Monferrato – Giovani Attivi in Monferrato Sabato si presenta il progetto ..	65
13/02/2026 – Il Monferrato – Palazzo Callori, ex cantina sociale: l'anno del rilancio?	66
13/02/2026 – Il Monferrato – Alexala racconta alla Bit il Cammino di S. Michele	67
13/02/2026 – Il Monferrato – C'è il nuovo Piano di Gestione del sito Paesaggi Vitivinicoli	69
14/02/2026 – La Stampa Alessandria – I ritmi lenti, l'eleganza l'inconfondibile ironia. L'immagine della città vista dai suoi "expat"	70
18/02/2026 – La Stampa Asti – Le terre rare. Destinazione paradiso.....	72
18/02/2026 – Il Piccolo – Sezzadio entra in “Microcosmi” cultura e identità nel circuito Rotary International	75
19/02/2026 – Vita Casalese – Anche Casale e il Monferrato alla BIT di Milano	77
19/02/2026 – Prima Alessandria – Il Giro d'Italia riaccende i riflettori sulla provincia di Alessandria.....	78
20/02/2026 – Il Monferrato – Giovani Attivi in Monferrato Un progetto per sei Comuni	81
21/02/2026 – Il Monferrato – L'immagine di Alessandria si costruisce voce dopo voce. L'immagine della città legata a quell'ironia tipica di Umberto Eco	82
22/02/2026 – Ancora – Il paese entra in "Microcosmi" il turismo passerà da una app	85

24/02/2026 – Il Piccolo – Sezzadio, sei luoghi da rivalutare e un'app per i turisti.....	86
26/02/2026 – Vita Casalese – Ferrando ancora presidente	87
27/02/2026 – Il Piccolo – Alessandria All'Ambra arriva "Voci": 10 donne contro il silenzio della Storia.....	88
28/02/2026 – La Stampa Alessandria – City branding. Ora si passerà ai focus group C'è un corso Upo. La città lavora sul suo brand "In 50 ai tavoli di confronto"	89

02/01/2026 – La Stampa Alessandria – Il turismo riparte anche dalle aree per i camper. Sette in provincia. Duecentomila euro per sette aree camper Alexala: "Il turismo itinerante è in crescita"

Il turismo riparte anche dalle aree per i camper Sette in provincia



FRANCA NEBBIA

Su 41 nuove aree attrezzate per la sosta dei camper che la Regione ha deciso di finanziare in Piemonte con 1,8 milioni di euro di contributi a fondo perduto, sette ricadono nel territorio alessandrino. Cinque sono nel Monferrato: Alfiano Natta, Cerrina, Mirabello, Sala e Ponzano. A queste si aggiungono il capoluogo Alessandria e Gamalero. «Con questi 41 progetti piemontesi giudicati idonei – dice l'assessore regionale Paolo Bongioanni – salgono a 109 le aree attrezzate per camper nuove o riqualificate». – PAGINA 40

Dalla Regione contributi a fondo perduto per sistemare le superfici esistenti o crearne di nuove dal Monferrato ad Alessandria

Duecentomila euro per sette aree camper Alexala: "Il turismo itinerante è in crescita"

FRANCA NEBBIA
ALESSANDRIA

Su 41 nuove aree attrezzate per la sosta dei camper che la Regione ha deciso di finanziare in Piemonte con 1,8 milioni di euro di contributi a fondo perduto, sette ricadono nel territorio alessandrino. Cinque sono nel Monferrato: Alfiano Natta, Cerrina, Mirabello, Sala e Ponzano. A queste si aggiungono il capoluogo Alessandria e Gamalero. «Con questi 41 progetti piemontesi giudicati idonei – dice l'assessore regionale Paolo Bongioanni – salgono a 109 le aree attrezzate

per camper nuove o riqualificate. I progetti andranno a rafforzare la capacità attrattiva di tutto il Piemonte, dalle colline Unesco alla montagna, fino alle valli ossolane. Il mercato internazionale dei camperisti e del turismo itinerante è molto promettente».

Per l'Alessandrino saranno messi a disposizione oltre 210 mila euro: Alfiano Natta ne riceverà 46 mila, Gamalero 43 mila, Alessandria città 30 mila, Cerrina e Mirabello 29 mila a testa, Sala 24 mila. Ponzano avrà 9.400 euro.

Alexala condivide l'analisi dell'assessore Paolo Bongioanni: «Il turista itinerante

costituisce una parte significativa degli arrivi e presenze sul nostro territorio che nelle ultime rilevazioni il segmento ha registrato una crescita fra le più significative in regione con un aumento annuo di arrivi dell'1,8% e di presenze del 7,2%. E il trend è in continuo aumento». Il tu-



rista-tipo arriva dall'Italia, ma anche da Germania, Francia, Benelux, Svizzera. Spiega Roberto Cava, presidente di Alexala: «Vuole strutture adeguate, servizi specifici e logisticamente posizionati in maniera strategica per facilitare l'esplorazione del territorio. Per questo si è cercato di costruire una proposta sempre più convincente, con itinerari che valorizzino boschi, natura, castelli, ma anche l'apprezzato patrimonio enogastronomico». Il contributo regionale a fondo perduto è pari all'80% della spesa ammissibile fino a un massimo di 60 mila euro per nuove aree e di 30 mila per riqualificare quelle esistenti.

La parte da leone tra i Comuni monferrini la farà Alfaiolo. «Verrà realizzata un'area all'inizio del paese – dice il

sindaco Marco Pavese – che verrà dotata di vari servizi. È un capitolo della battaglia che da anni conduciamo contro l'installazione di un campo agrivoltaico che il paese non vuole, perché rovinerebbe un paesaggio apprezzato da francesi, norvegesi, danesi». In seconda posizione come contributo c'è Gamalero. «Siamo un'isola felice, insignita della Spiga verde per la qualità della vita – commenta il primo cittadino Gian Pietro Ferasin –, fuori dalle esagerate cementificazioni e sulla strada Franca. L'area camper sorgerà accanto al campo sportivo Bassano: il contributo premia una zona di transito verso la Liguria e verso la collina». Soddisfatto Giovanni Barosini, vicesindaco di Alessandria, città che potrà contare su 30 mila euro di

contributo: «Serviranno soprattutto per migliorare l'area già esistente accanto al cimitero, che al recente raduno degli Alpini ha visto il tutto esaurito».

Anche Mario Melotti, sindaco di Sala intende migliorare l'area esistente accanto al campo sportivo: «Raddoppieremo le piazzole da 5 a dieci, le doteremo di servizi e se occorre di telecamere. I turisti che arrivano a Sala dalla Germania e dall'Olanda apprezzano i nostri vini e i prodotti. Se sono autonomi con i loro mezzi portano economia a tutto il territorio perché comprano nei nostri negozi e nelle nostre aziende vinicole». Ben vengano dunque i fondi stanziati dalla Regione che permetteranno di accogliere in modo migliore il turismo itinerante. —

MARCO PAVESE
SINDACO
DI ALFAIOLO



Realizzeremo una nuova area camper all'inizio del paese. Il progetto segue la battaglia contro l'installazione di un impianto agrivoltaico che rovinerebbe il paesaggio



In provincia cresce a ritmo sostenuto il turismo dei camperisti



Nelle aree camper sono richiesti servizi sempre più qualificati

GIANPIETRO FERASIN
SINDACO
DI GAMALERO



Il nostro paese è già un'isola felice per qualità della vita. L'area camper sarà vicina al campo sportivo e i fondi sono un importante riconoscimento per quest'area di transito per la Liguria

https://www.lastampa.it/alessandria/2026/01/02/news/duecentomila_euro_per_sette_aree_camper_alexala_il_turismo_itinerante_e_in_crescita-15452564/

Al Teatro San Francesco la tradizione della "Divòta cumédia"
In platea e nei camerini Alessandria è nostalgia e Amarcord

Dall'erba del Mocca all'aereo del Volta L'immagine della città alla corte di Gelindo

IL REPORTAGE

RICCARDOLA GROTTA
ALESSANDRIA

Quante storie al Teatro San Francesco: da centouno anni, durante le Feste, Alessandria sale sul palco tra le battute pungenti (e spesso azzeccate) del pastore Gelindo. La «divòta cumédia», con la sua Businà, il prologo sarcastico che non risparmia nessuno, è un ritratto della città a sé. Ma è proprio in questo contesto che i frequentatori e gli spettatori del San Francesco sanno raccontare il profilo più autentico di Alessandria, quello fatto dalle suggestioni di chi la vive, da valorizzare nell'ambito del city branding: si tratta del progetto del Comune, con il vicesindaco Giovanni Barosini, insieme con l'Upo, Alexala e Costruire Insieme per trovare il profilo migliore con cui rappresentare la città per la promozione a livello di marketing territoriale.

Il sipario sta per alzarsi e dietro le quinte si scalda la macchina di oltre 40 persone che dal 1924 permette di andare in scena ogni anno. C'è la pecora sul retro e i neonati in fasce, che a pochi mesi già interpretano Gesù Bambino. E ci sono gli attori di una vita: «Alessandria? La farinata di Savino!», non hanno dubbi gli attori. Ma anche «Gli agnolotti. E il Moccagatta – dice Marco Panizza nei panni di Gelindo, 62 anni, di cui 40 sul palco del San Francesco –: ricordo come fosse ieri

la mia prima volta, da bambino, contro la rete vicino al calcio d'angolo, sentivo l'erba, sembrava di essere in campo al fianco dei giocatori». Nella stanza affianco ci sono gli attori più giovani. Elena Castelli e Camilla Rachele Turrini, 26 e 18 anni, stanno indossando la tunica della Madonna e coordinano i più piccoli. «Il sapore di Alessandria è quello dei baci di Gallina – racconta Elena –. Ma anche la nebbia. Che non è triste: è romantica, suggestiva, specialmente in questo periodo, con le lucine e gli addobbi natalizi che si lasciano intravedere. È la nebbia anche per la compagna, «ma penso a posti più suggestivi, con l'atmosfera misteriosa che si crea, ad esempio, alla Cittadella. Ma è pure il sapore degli agnolotti con il sugo di stufato: mi ricordano mio nonno che li faceva a casa».

Le luci in sala stanno per spegnersi: tra il pubblico gli affezionati di una vita, chi non si perde un'edizione, chi vede Gelindo per la prima volta, i membri dell'Associazione San Francesco, i parenti degli attori. Stefano Curletti e Giorgia Braggion, coppia di impiegati sulla cinquantina, sono i genitori di Greta, che interpreta l'angioletta: «Su tutto la città è il Borsalino – ne sono sicuri –. Abbiamo frequentato Scienze politiche proprio lì, quanti ricordi!». Invece Chiara Ferrazzi ha 27 anni ed è la zia del Gesù Bambino: «Io abito in provincia e qua ci ho frequentato le superiori. Ora associo il capoluogo alla famiglia, perché mio fratello qui ci abita con sua moglie e il mio nipoti-

no. Ma se penso alla città la prima cosa che mi viene in mente è l'aeroplano di fronte al Volta: in quella scuola ho ricordi bellissimi, e lo associo alla passione per l'aviazione di mio padre».

Tra le sedute rosse del teatro, quasi tutte piene, ci sono pure diversi volti noti. Così Gualtiero Burzi, attore con il cuore e i natali alessandrini: «La mia carriera è iniziata a 8 anni su questo palco, a Gelindo da Narciso e poi con la parte da protagonista in Marcelino pane e vino. Per me Alessandria è l'atmosfera intima e quasi nostalgica che si crea in autunno e in inverno lungo le vie del centro storico, quando con la nebbia si fa fatica anche solo a riconoscere le strade e le piazze».

Le luci iniziano ad abbassarsi e il pastore monferrino che secondo la leggenda è stato il primo a visitare la Natività è quasi pronto ad andare in scena. Padre Lorenzo Maria sa spiegare in poche parole il significato profondo di tutta la serata. E un po' anche Alessandria: «La città è soprattutto questo, Gelindo, tra le sue tradizioni più longeve. È un modo povero, da pastori, eppure davvero saggio, di vivere una grande verità».

Il sipario si alza: «Anche solo questo numero, 101, merita un applauso». E il pubblico risponde. «La carica dei 101?», scherza Gelindo, e già si comincia a ridere. «Anduma 'nanz», dice il pastore, la Businà inizia, e la città va in scena con i suoi personaggi e con i suoi difetti, ma senz'altro col sorriso. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Così su La Stampa

Alla ricerca dell'immagine di Alessandria



Su La Stampa del 1° novembre l'annuncio del progetto di "city branding" di Comune, Upo, Alexala e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



MARCOPANIZZA
INTERPRETE
DI GELINDO

Alessandria nel mio cuore è lo stadio Moccagatta
Ricordo il profumo dell'erba da bambino



La tradizionale rappresentazione di Gelindo non conosce crisi da 101 anni

FOTOSERVIZIO ALBINO NERI



CAMILLA TURRINI
COMPONENTE
DEL CAST

La città per me vive nel ricordo degli agnolotti al sugo di stufato che faceva mio nonno



STEFANO CURLETTI
SPETTATORE
DELLA SERATA

Ho studiato Scienze politiche al Borsalino e per me la città è legata ai ricordi di allora



GUALTIERO BURZI
ATTORE
E SPETTATORE

Per me Alessandria è l'atmosfera intima dell'autunno con la nebbia che rende le vie irriconoscibili



CHIARA FERRAZZI
SPETTATRICE
DELLA SERATA

La prima cosa a cui penso è l'aereo di fronte all'Itis Volta che lego all'amore di papà per l'aviazione

04/01/2026 – La Stampa Alessandria – La Bertram a Cantù e Tortona ospita le "finals" femminili. Autosped e Magnolia la sfida più incerta con duelli di alto livello

LO SPORT

La Bertram a Cantù e Tortona ospita le "finals" femminili

Una domenica di grande basket per Tortona: in città debuttano le squadre di A1 femminile nella final 8 di Coppa Italia, che ha avuto un prologo ieri con le sfide di serie A2, mentre nel massimo campionato maschile la Bertram scende nello storico parquet di Cantù, per un'inedita sfida a uno dei club più gloriosi. – PAGINE 47 E 48

Basket, oggi a Tortona i quarti di finale di Coppa Italia di A1

Autosped e Magnolia la sfida più incerta con duelli di alto livello

L'ANALISI

Comincia oggi sul parquet Luigino Fassino della Facility l'avventura in Coppa Italia dell'Autosped che come primo impegno da dentro o fuori trova la Magnolia Campobasso (palla a due alle 18,30). A livello individuale, i duelli da seguire saranno tanti, come, per esempio, tra Reshanda Gray e Pallas Kunaiyi o tra due guardie spesso incontenibili come Que Morrison e Cornelia Fondren... I coach Cutugno e Sabatelli faranno molto affidamento anche su un gruppo di italiane, molte di livello e protagoniste in ruoli chiave su entrambi i lati del campo. Come Anastasia Conte, Sara Madera, Stefania Trimboli o Elisa Penna. Sarà un match ad altissimo coefficiente di difficoltà che potrà dire molto sulle mire di entrambi i roster. «Ma pensiamo alla singola partita anche se ospitare a Tortona la competizione, significa maggiore pressione palpabile anche dal cli-

ma di entusiasmo che si respira in città» dice coach Orazio Cutugno che ancora ieri pomeriggio ha tenuto un allenamento. Magnolia, dopo la vittoria a Venezia (che di per sé fa notizia) ha messo in luce i suoi punti di forza e consolidato le sue consapevolezze. Noi, come abbiamo sempre fatto in questo ultimo periodo, cercheremo di dare continuità alle prestazioni. Importantissimo sarà l'apporto del pubblico che già numeroso alla nostra prima partecipazione l'anno scorso a Torino, di sicuro saprà ripetersi, dando alla sfida quel tocco in più di cornice a una manifestazione così importante. «Un evento "sentito" dalla società, abbiamo lavorato giorno e notte per allestirlo al meglio» dice la vicepresidente Lbf ed anche gm delle Giraffe, Alice Pedrazzi. Il partenariato territoriale ha accolto l'evento con grande entusiasmo. Regione, Provincia, Camera di Commercio, Comuni di Tortona e Castelnovo Scrivia, Alexala: l'evento è del territorio, poi LBF, FIP e FIP Piemonte con la collabo-

razione nel roadshow, sono stati indispensabili per raggiungere numeri importanti. L'evento avrà centralità sul campo ma c'è stato anche un grande coinvolgimento delle scuole, con diverse iniziative come la realizzazione dei cartelloni dal tema "lo sport è un gioco serio", o Women 4 Women tra le due finali, per affermare la visione che le donne cercano di portare nel mondo dello sport. Oggi i quarti di finale: Famila Wuber Schio-People Strategy Panthers Roseto (alle 14), Geasesto San Giovanni - Dinamo Banco di Sardegna Women (alle 16,15), La Molisana Magnolia Campobasso - Autosped G BCC Derthona (alle 18,30) ed Umana Reyer Venezia-Logiman Broni (alle 20,45). A.L.U.—

© RIPRODUZIONE RISERVATA



RADIO GOLD:

<https://radiogold.it/news-alessandria/425261-final-eight-basket-italia-cittadella-sport-tortona/>

QUOTIDIANO PIEMONTESE

<https://www.quotidianopiemontese.it/2025/12/30/la-final-eight-2026-di-basket-femminile-si-svolgeranno-dal-3-al-6-gennaio-presso-la-cittadella-dello-sport-di-tortona/>

I Paesaggi Vitivinicoli Unesco lanciano il Position Paper 2026

ASSEMBLEA DEI SOCI

Oltre all'Atl (*vedi articolo in pagina*), anche l'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato ha avuto un'occasione di confronto con i soci per approvare il bilancio di previsione 2026. Aprendo i lavori, la presidente Giovanna Quaglia ha comunicato le dimissioni del consigliere Gianfranco Comaschi e introdotto la nuova consigliera, Vittoria Poggio, già assessora regionale alla Cultura, al Turismo e al Commercio.

Il direttore pro tempore Bruno Bertero ha presentato il Position Paper 2026, documento strategico che definisce la visione, le priorità e le linee di azione del sodalizio per il nuovo anno e che si inserisce nel nuovo Piano di Gestione. Bertero ha sottolineato le attività straordinarie previste: oltre al Piano di Gestione, le collaborazioni con gli altri siti Unesco, il potenziamento digitale – nuovo sito web, archivio fotografico, cartografie aggiornate, nuovi contenuti multimediali – il Bilancio Sociale 2025, la partecipazione a fiere

con Ente Turismo Langhe Monferrato Roero e Alexala, le attività di formazione e l'inaugurazione dell'aula didattica ad Asti e, infine, il WineScape Hackathon, un evento di più giorni con i ragazzi delle scuole superiori di secondo grado per elaborare nuove idee progettuali sul futuro del paesaggio di Langhe-Roero e Monferrato. «L'Associazione è in grado di esercitare un ruolo centrale nella governance del territorio, con azioni coordinate che mirino a rendere sempre più riconoscibile, partecipata e sostenibile la gestione dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato - ha evidenziato il direttore - Il lavoro è ispirato da cinque direttrici fondamentali: tutela del paesaggio, rafforzamento delle competenze, comunicazione accessibile, credibilità istituzionale e partecipazione della comunità». «La nostra forza sta nel dialogo con tutti i portatori d'interesse e nella capacità di staff e collaboratori nell'aprire nuovi orizzonti e proseguire con i giovani il lavoro quotidiano di tutela e valorizzazione del nostro paesaggio» ha poi aggiunto la presidente dell'Associazione Quaglia.

Cos'è La Stampa per me, la voce dei lettori affezionati alla testata: "Un giornale non è solamente carta ma parte buona della vita"

"Un presidio rigoroso di fatti e opinioni"

LEREAZIONI

DANIELE PRATO

Identità, attenzione al territorio, informazione corretta e capillare. Un momento di riflessione, un'abitudine a cui non si può e non si vuole rinunciare, un collegamento quotidiano con il presente, uno sguardo sul futuro, un legame intimo con il proprio passato e con la propria storia. Ecco cos'è La Stampa per i suoi lettori, che continuano a sottolineare l'eccezionalità del rapporto costruito con il giornale, ora che all'orizzonte si profila la vendita dell'intero gruppo Gedi, che comprende anche Repubblica. Spiega Paolo Lantero, che è stato per due mandati il sindaco di Ovada: «Il legame con le testate giornalistiche locali, per chi vive in periferia, rappresenta un aspetto fondamentale del radicamento territoriale. La Stampa, per chi abita in Pie-

Le parole di chi ogni giorno sceglie il quotidiano per il valore dei suoi contenuti e per le pagine dedicate alle cronache e ai racconti locali

monte, sa coniugare gli aspetti locali con quelli nazionali e internazionali. Più in generale, la carta stampata rappresenta il tempo della riflessione: leggere con la lentezza necessaria per "ascoltare" ciò che si legge. Anche sfogliare il giornale del giorno prima aggiunge riflessioni, stimola pensieri, forma la capacità critica. Auspico un percorso di tutela per questa testata, così come auguro indipendenza e libertà a chi mette al servizio di tutti la pro-

pria capacità di osservare, analizzare e raccontare».

Sull'identità locale insiste Roberto Cava, presidente di Alexala, agenzia turistica della provincia: «La Stampa è riconoscibilità del territorio, è collaborazione con le istituzioni ed è un racconto autentico e puntuale delle tante peculiarità della provincia.

Attraverso un lavoro quotidiano fatto di attenzione e di professionalità le tante realtà, associazioni e organizzazioni trovano una voce forte e autorevole». Gli fa eco il direttore di Alexala, Marco Lanza: «La Stampa è un patrimonio fondamentale per tutti noi, per una provincia che deve guardare al futuro con consapevolezza e fiducia, anche attraverso la narrazione delle tante storie identitarie che la compongono».

Aggiunge il sindaco di Garbagna, Davide Ravera: «La Stampa rappresenta un aspetto importante per ognuno di noi, soprattutto per quelle persone che ancora amano sfogliare i giornali o non hanno la possibilità o la capacità di utilizzare internet. Ogni giorno ci vengono raccontati fatti, eventi, manifestazioni, cronache del territorio in maniera positiva e piacevole. La Stampa entra nelle nostre case, uffici, bar e luoghi di aggregazione. Fa parte della quotidianità». La sindaca di Casalnoceto Silvia Figini definisce il giornale «un faro che illumina la nostra comprensione dei territori e della società, offrendo notizie puntuali e aggiornate sul territorio e una rassegna oggettiva e precisa degli eventi. È lo strumento essenziale per partecipare alla vita pubblica con consapevolezza».

Il presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Tortona, Pierluigi Rognoni, aggiunge: «Per chi ha respirato ogni mattina presto e per una vita intera, insieme al profumo di caffè, quello della carta stampata, La Stam-

pa, soprattutto la pagina locale, ha rappresentato e tuttora rappresenta una grande patrimonio della comunità, un presidio di idee e opinioni, uno strumento che veicola le informazioni necessarie per alimentare un democratico dibattito culturale, sociale e politico. Ricordo il nostro progetto che ha consentito di portare a contatto i giovani delle scuole superiori di Tortona con l'esperienza e la professionalità delle primarie firme della testata. Il mio pensiero va ai giornalisti che portano avanti un mestiere prezioso con passione, tenacia, spirito di abnegazione per offrire ai lettori un'informazione corretta e imparziale, provando, ogni giorno, a essere al servizio dei cittadini». Spiega il presidente dell'associazione sportiva Azalai, Claudio Robbiano: «Perché ogni giorno scelgo La Stampa? Per rimettere a fuoco il mondo e la mia città. Tra analisi, cronache e opinioni, trovo un ritmo che mi aiuta a capire e a valutare. Ma è nelle pagine alessandrine che mi riconosco di più: lì scorrono le storie della provincia, i problemi concreti e le energie migliori, raccontati con attenzione e rispetto. Mi piace scoprire i volti dietro le notizie, i progetti che fanno crescere la comunità, le tradizioni che ci tengono uniti. Se vogliamo una comunità più informata e più forte, cominciamo da qui: da un giornale che lavora con serietà e da pagine locali che illuminano ciò che spesso resta nell'ombra». Francesco Alfieri, direttore della Confcommercio di Tortona: «Erano tre i giornali più importanti che, giovani universitari, compravamo per essere aggiornati ma anche per atteggiarci un po': tra questi capeggiava La Stampa. Oggi è sinonimo di professionalità, certezza, affidabilità. La qualità dei professionisti rende facile la lettura con la certezza che ciò che viene pubblicato sia effettivamente ciò che è, l'affidabilità di un gruppo che segue senza indugio i



fatti del territorio».

L'artista tortonese Fabrizio Falchetto, creatore dell'Omino di carta che è spesso «vestito» con i ritagli recuperati dalle pagine del giornale, rievoca ricordi famigliari e poetici: «La Stampa per me è sempre stata sinonimo di un momento di intima felicità, una buona sensazione ereditata dal babbo, che la domenica dopo pranzo amava leggere La Stampa: il "suo" giornale, non uno qualunque. Il fruscio dei fogli mi pareva musica celestiale. Quella sensazione di benessere la rivoivo quando mi ritrovo tra le mani La Stampa. Un giornale non è solo carta: è parte buona della vita di chi lo sa apprezzare».

Hanno collaborato Sara Fichella e Maria Teresa Marchese. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Uno spazio che offre spunti di riflessione e occasioni per fermarsi a pensare stimolare pensieri "e formarsi una capacità critica"



Il quotidiano La Stampa rientra nel gruppo Gedi con Repubblica e diverse realtà radiofoniche ed è stato messo in vendita a 1000 CASTELLANA

Ad Asti l'Assemblea dei Soci dell'Associazione per il Patrimonio di Langhe-Roero e Monferrato

Paesaggi vitivinicoli Unesco, via libera al bilancio 2026

Anche per l'associazione che raggruppa enti pubblici e privati attivi sui territori vitivinicoli Sud piemontesi riconosciuti dall'Unesco cinquantesimo sito italiano Patrimonio dell'Umanità, è giunto il tempo di bilanci. I componenti, convocati in assemblea ordinaria durante la scorsa settimana in sala Guglielmo Tovo ad Asti, presenti in persona oppure virtualmente di fronte alle più alte cariche del sodalizio, il presidente Giovanna Quaglia e il direttore pro tempore Bruno Bertero, dopo i saluti dell'assessore regionale Marina Chiarelli, hanno preso atto delle dimissioni del consigliere Gianfranco Comaschi e della nomina del sostituto Vittoria Poggio. E' poi stato approvato il bilancio di previsione per l'esercizio 2026.

Nel corso di svolgimento è anche stato illustrato un documento in cui è descritta la visione, delle priorità, e delle linee di azione atte ad ottenerle, che l'associazione perseguirà durante il prossimo anno; esse risultano inserite nel nuovo piano di gestione che sarà dettagliatamente illustrato con il nuovo anno. Il direttore ha già anticipato alcune attività straordinarie in esso previste. Tra queste avranno priorità le collaborazioni con gli altri siti Unesco e il potenziamento digitale che prevede la realizzazione di un nuovo sito web comprensivo di archivio fotografico, cartografie aggiornate e nuovi contenuti multimediali. Sarà anche riconfermata la partecipazione, in collaborazione con gli enti turistici Langhe, Monferrato e Roero ed Alexala, a fiere ed eventi sul territorio. In ambito interno continueranno le attività di formazione dei collaboratori e l'inaugurazione di un'aula didattica ad Asti. Di particolare rilievo sarà il Wine Scape Hackathon: un evento articolato su più giornate che vedrà protagonisti gli studenti delle scuole medie superiori invitati ad elaborare nuove idee per valorizzare



e promuovere il paesaggio oggetto di attenzione da parte dell'Ente.

L'assemblea è poi proseguita in un clima di partecipazione e confronto costruttivo avendo tutti i partecipanti rinnovato l'impegno ad operare all'unisono nell'in-

teresse dell'associazione che si pone come obiettivo primario la salvaguardia e la valorizzazione del paesaggio.

Relativamente all'associazione in generale Bruno Bertero si è così espresso: *"Siamo in grado di esercitare un ruolo centrale nella gestione del territorio collaborando ad iniziative coordinate; ad esse sono invitati a partecipare tutti i soggetti presenti che abbiano come obiettivo rendere sempre più riconoscibile e sostenibile la gestione dei paesaggi. L'impegno dovrà ispirarsi a cinque direttrici fondamentali che sono: la tutela del paesaggio, il rafforzamento delle competenze degli operatori, la realizzazione di una comunicazione accessibile, la credibilità istituzionale e soprattutto la partecipazione corale della comunità dei residenti"*.

"Il sito Unesco e l'associazione appartengono a tutti - ha chiosato Quaglia -. La sua forza sta nel dialogo con chiunque sia portatore d'interesse disposto a mettere a disposizione la capacità di staff e collaboratori per ampliare gli orizzonti e dischiuderne nuovi, soprattutto coinvolgendo i giovani nel lavoro quotidiano di tutela e valorizzazione di tutto il patrimonio culturale, storico, tradizionale e paesaggistico presente".

Per il conseguimento dei risultati fino ad ora raggiunti ha poi espressamente ringraziato tutte le istituzioni e i privati per il supporto, il dialogo e il confronto per i quali si sono resi disponibili *"perché soltanto così è stato possibile dare vita a progettualità come "Un patrimonio da raccontare", un'iniziativa tra le più concrete e lungimiranti tra quelle recentemente attuate"*, ha concluso.

> Di.Esse.Bi.

09/01/2026 – Il Piccolo – Ovada, Tassa di soggiorno, proventi del 2025. Un piccolo tesoretto per creare nuovi eventi

Ovada Tassa di soggiorno, proventi del 2025 Un piccolo tesoretto per creare nuovi eventi

■ Ammontano a 8 mila euro i proventi registrati a Ovada sul fronte della tassa di soggiorno. La cifra è contenuta nella relazione preliminare al Bilancio di Previsione approvato a fine dicembre 2025 in consiglio comunale. La tassa di soggiorno è stata introdotta qualche anno fa dalla Giunta guidata da Paolo Lantero, nell'ambito di un'operazione coordinata da Alexala in tutti i centri zona della Provincia. Il dato, conforme a quanto registrato negli anni scorsi, testimonia di uno dei problemi storici della città: la relativa carenza di posti letto a disposizione dei visitatori. I proventi della tassa andranno a finanziare l'attività di promozione e di organizzazione degli eventi in città. La presenza di turisti, specie nei mesi estivi, rappresenta un dato sempre più visibile.



IN CENTRO "Vino e tartufi"

Alessandria negli occhi di chi corre sulla pista al Campo scuola
Un capoluogo che deve iniziare a credere nelle sue potenzialità

Dalle piazze storiche all'antica Cittadella L'immagine della città tra orgoglio e riscatto

IL REPORTAGE

ADELIA PANTANO
ALESSANDRIA

Dal bordo della pista di viale Massobrio, il rumore delle scarpe sull'asfalto si confonde con il respiro dei ragazzi che corrono. Alessandria, vista da qui, è scandita dal ritmo dei passi e dai record da battere: una città che si racconta attraverso chi la abita e la attraversa ogni giorno. È tra le corsie del campo di atletica che La Stampa arriva per una nuova pagina del suo viaggio, alla scoperta dei luoghi e delle voci che descrivono la città com'è oggi e quella che vuole diventare. Un racconto corale che prova a tenere insieme identità, memoria e futuro nel solco del progetto di «city branding» a cui lavorano Comune, con il coordinamento del vicesindaco Giovanni Barosini, Upo, Alexala e Costruire Insieme.

Sul campo, i giovani incarnano questa energia in movimento. Lorenzo Gippetto Armano, 19 anni, arriva da Cascinagrossa per allenarsi sui 400 ostacoli e guarda alla città con fiducia. «Alessandria – dice – ha un potenziale enorme, da tanti punti di vista: basta pensare alla sua posizione». La difende da chi la giudica in fretta: «Molti la vedono cupa, ma bisogna conoscerla meglio. Piazza Santa Maria di Castello o piazza della Libertà sono davvero belle e le consiglieri a chi vorrebbe scoprirla». Accanto a lui c'è Mattia Magagna, 18 anni, cresciuto su questa

pista fin da bambino. «La Cittadella è il simbolo di Alessandria: è un luogo pieno di storia, capace di unire passato e futuro. Ma andrebbe valorizzata di più», spiega.

Anche Simone Bussolo, che arriva da Solero quasi ogni giorno per allenarsi, descrive una città fatta di legami e punti di ritrovo. «Il mio luogo simbolo è piazza Garibaldi. È lì che ci troviamo quasi sempre prima di uscire», dice. Poi aggiunge: «La città ha tanto valore, ma servirebbe più cura per alcune zone come la stazione o i giardini». Sullo sport ha uno sguardo ottimista: «L'atletica sta crescendo. Abbiamo una società che ci crede e per noi giovani è un bel segnale». Matteo Triches, studente di Scienze motorie, lega Alessandria allo spirito di squadra nato proprio da questi allenamenti condivisi. «La Cittadella per me è il luogo simbolo. Quando hanno organizzato eventi, ha sempre avuto un'atmosfera unica. Andrebbe rivitalizzata come spazio sportivo e culturale». Dello sport parla con orgoglio: «Qui sul campo ci si allena bene tutto l'anno».

Su una corsia simile corre l'amico Andrea Stringa: «Mi sono appassionato all'atletica dopo aver lasciato il calcio e qui mi trovo benissimo. È una delle strutture migliori del Piemonte». E insiste sui luoghi simbolici: «La Cittadella ma anche piazza Matteotti con il suo Arco, che ti accolgono quando arrivi in città. Sono tutti spazi che raccontano chi siamo, sarebbe bello poterli vivere di più».

A far crescere questi ragazzi c'è l'allenatore Gianluca

Magagna, che ogni settimana segue una dozzina di giovani. «Negli Anni Ottanta ricordo le fontane di piazza Genova completamente ghiacciate. C'era una città fredda ma piena di vita – racconta –. Oggi è diversa perché si è trasformata. Quando si organizzano eventi, la gente risponde: abbiamo un'identità forte, servesolo darlespazio».

Infine, Francesco Romeo, presidente dell'Atletica Alessandria, guarda alla città con l'esperienza di chi l'ha vista trasformarsi. «Sono nato qui, da genitori calabresi: il Sud nel sangue e il Piemonte nello sguardo», dice sorridendo. Nei suoi ricordi d'infanzia c'è piazza Garibaldi. «Era un grande salotto all'aperto, con i campi da bocce e le persone che si salutavano la domenica», ricorda. Oggi vede una città che cambia pelle: «Alessandria sta passando dall'industria ai servizi, alla cultura e allo sport. Non serve un solo simbolo: la sua forza è la pluralità». Il suo sogno è una grande area pedonale proprio da piazza Garibaldi al ponte Meier, «una città più verde, più accogliente». «Qui ci sono sempre stati grandi atleti e oggi c'è più voglia di collaborare e di mettersi in gioco. La riservatezza piemontese è un valore, non un limite, ma adesso vedo più desiderio di raccontarsi».

Alessandria dal campo di atletica è una città che non smette di correre anche verso il futuro. Come ricorda ancora Romeo, «non deve diventare altro da sé: deve solo accorgersi fino in fondo di quanto vale». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Così su La Stampa



Su La Stampa del 1° novembre 2025 l'annuncio del progetto di "city branding" di Comune, Upo, Alexalae e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



**MATTIA
MAGAGNA**
ATLETA



**La Cittadella unisce
passato e futuro
È il simbolo di
Alessandria ma
andrebbe valorizzata**



**MATTEO
TRICHES**
ATLETA



**Anche per me è la
Cittadella il luogo
icona di Alessandria
Va rilanciata con
lo sport e la cultura**



**ANDREA
STRINGA**
ATLETA



**Piazza Matteotti
con il suo arco è uno
spazio che merita
di essere vissuto
in modo migliore**



**LORENZO
ARMANO**
ATLETA



**Molti vedono la città
cupa ma ha scorci
incredibili come
piazza Santa Maria
di Castello**



**SIMONE
BUSSOLO**
ATLETA



**Piazza Garibaldi è il
mio luogo del cuore
ma ci sono parti
della città che
vanno curate di più**

11/01/2026 – Ancora – Campagna di comunicazione: "Scegli le botteghe della tua città"

Ideata da Confesercenti

Campagna di comunicazione: "Scegli le botteghe della tua città"

Sabato 3 gennaio sono iniziati i saldi, che sono un momento molto rilevante per il commercio locale e contestualmente la campagna di comunicazione ideata da Confesercenti "Scegli le botteghe della tua città".

La campagna di comunicazione durerà fino all'8 marzo, dando voce e risalto ad alcuni appuntamenti commerciali di rilievo, quali i saldi invernali, San Valentino e la Giornata internazionale della donna.

Infatti, nel primo trimestre dell'anno si sente solo la pubblicità dei colossi digitali ed è silente la voce delle botteghe storiche.

Tutti gli sforzi vengono spesi per il periodo natalizio e si lascia una prateria ai retailer di grandi dimensioni e alle catene.

La campagna unisce la genuinità

e la particolarità dei Comuni della provincia di Alessandria e l'essenza di un territorio fuori dai tour turistici tradizionali, spesso inflazionati con il valore aggiunto dato dalle attività di prossimità.

Infatti, le Botteghe storiche sono ambasciatrici del territorio in cui insistono.

La campagna di comunicazione «Scegli le botteghe della tua città» vuole far emergere l'autenticità dell'acquisto nelle botteghe storiche e nelle attività di prossimità delle nostre città.

Confesercenti si fanno portavoce di questa esigenza, ritenendo importante intraprendere un lavoro promozionale continuo e costante di valorizzazione e pubblicità degli esercizi di prossimità, nei primi mesi dell'anno e nel contempo rafforza-

re una vocazione turistica ancora in corso di maturazione.

"L'obiettivo di Confesercenti è quello di aiutare e sostenere i piccoli imprenditori in un periodo storico in cui i grandi player e la Gdo, dotati, di mezzi economici smisurati, rispetto ai negozi di prossimità, la fanno da padrone - dichiara Manuela Ulandi, segretaria provinciale Confesercenti - realizzando campagne di comunicazione massive, a partire già dal black friday di fine novembre, condizionando e convincendo milioni di consumatori ad acquistare online i regali di Natale, che è uno dei momenti commerciali più importanti dell'anno. Questa campagna ha il Patrocinio della Fondazione Cral e dell'Atl Alexala, che ringraziamo per la proficua collaborazione e sinergia".

Dillo al direttore Mostra su Gardella, Asm Costruire Insieme risponde al lettore

**Punto su punto,
il chiarimento
degli organizzatori
sull'esposizione aperta
fino al 15 marzo**

■ Riceviamo e pubblichiamo la lettera di risposta elaborata da Asm Costruire Insieme al lettore che, martedì 6 gennaio, aveva espresso su queste colonne perplessità sulla mostra "Ignazio Gardella. Progettare la Città". (m.f.)

Egregio Direttore, cogliamo l'occasione fornita dal gentile visitatore della mostra "Ignazio Gardella. Progettare la Città" presente alle Sale d'Arte di Alessandria fino al 15 marzo per dissipare le sue perplessità pubblicate il 6 gennaio su questa rubrica, ma soprattutto per illustrare nuovamente agli alessandrini e non l'interessante esposizione.

Il signore in questione, il 22 dicembre scorso, aveva inviato e-mail in azienda con le stesse obiezioni, alla quale però non ha lasciato il tempo di rispondere. In quei pochi giorni utili, considerate le festività, eravamo occupati nell'organizzazione degli imminenti impegni, ma ora eccoci!

La mostra sta ricevendo solo commenti positivi anche dai non addetti ai lavori (alcuni riscontrabili sul taccuino presente al museo), i quali si sono avvalsi evidentemente da subito delle informazioni esplicative messe a disposizione ed in bella mostra sul tavolo all'ingresso, pensate proprio per accompagnare tutti i visitatori nel percorso; indicazioni in grado di soddisfare an-

che le curiosità rispetto agli edifici gardelliani. Poi Costruire Insieme non funge da Pro loco, lasciamo quindi il lavoro di promozione e informazione sul territorio ai bravi operatori di Alexala.

Il Qr Code c'è

Inoltre ci spiace, probabilmente non avrà avuto modo di verificare, ma com'era in programma è stato inserito nelle tre sale il Qr code che rimanda il visitatore al link di youtube con l'audiodescrizione della mostra effettuata dallo stesso curatore, nella quale oltre al percorso museale spiega la figura di Gardella.

In aggiunta, i nostri operatori museali, che confermiamo essere non sconsolati e privi di qualsiasi turbamento, rispetto ai prossimi appuntamenti convegnistici e di visite guidate hanno correttamente riferito che non erano in grado di anticipare date, poiché all'epoca ancora in via di definizione.

Come si sarà già potuto appurare in questi giorni, poiché è uscito il comunicato, il primo incontro a titolo gratuito si terrà il 17 gennaio dalle 9 alle 17.30 all'Istituto Volta, di gardelliana realizzazione, e a seguire la visita guidata alla mostra.

Insomma, un bel programma in più step per tutti i visitatori che abbiano solo voglia di approfondire l'argomento. Una mostra a tutto tondo pensata, curata e messa in scena ovviamente per un pubblico eterogeneo con - a latere e a completamento - un catalogo di tutta l'opera gardelliana. Assurda l'idea ipotizzata dal visitatore in questione di aver "costruito" una mostra attorno alla promozione di un catalogo, la promozione

editoriale non è la nostra missione.

Un biglietto di ingresso, di modesto costo (6 euro intero - 3,50 euro il ridotto) che vale quindi ampiamente l'intero percorso non solo espositivo, ma immersivo.

L'attento visitatore avrà sicuramente notato che dal 2023 è stato messo in atto un programma di valorizzazione di importanti artisti che a diverso titolo hanno omaggiato questa città e ai quali quest'azienda e questa amministrazione hanno inteso rendere merito, ma soprattutto inteso offrire agli alessandrini, anche a quelli meno avvezzi all'arte in genere, la possibilità di scoprire la bellezza del territorio attraverso le opere di grandi maestri.

Invitiamo quindi tutti a visitare la mostra "Ignazio Gardella. Progettare la Città" presente alle Sale d'Arte di Alessandria dal giovedì alla domenica (dalle 15 alle 19) fino al 15 marzo, partecipare ai convegni e alle visite guidate. Gli alessandrini riconosceranno il forte legame tra Gardella e il territorio, e tutti i visitatori fuori porta conosceranno il contributo di Ignazio Gardella all'architettura del Novecento e la sua figura nella storia dell'architettura italiana e internazionale.

ASM COSTRUIRE INSIEME



Alessandria vista attraverso la lente dei creativi di Visioni_47
Un capoluogo placido ma capace di inaspettata vivacità

Dal Cinema Galleria fino alla erre moscia L'immagine della città tra cultura e parole

IL REPORTAGE

RICCARDOLA GROTTA
ALESSANDRIA

Da Visioni_47, l'indirizzo di via Trotti che ospita la sede al Circolo del Cinema «Adelio Ferrero», la cultura è di casa. Una cultura visuale, propria del grande schermo quanto del design, che si presta a raccontare quale sia l'immagine di Alessandria da valorizzare nell'ambito del progetto di «city branding», voluto da Comune, con il vicesindaco Giovanni Barosini, Upo, Alexala e Costruire Insieme per trovare il profilo migliore con cui rappresentare e promuovere la città.

È una nicchia, quella dei «visionari» che per un motivo o per l'altro orbitano intorno al Circolo, che ancora ha il coraggio di affacciarsi alla scena culturale cittadina, di fare proposte, di raccontare la propria Alessandria. «Nonostante il tempo che passa e i cambiamenti, che per forza di cose devono esserci, penso al ritmo, alla ripetitività, alla ricorsività della vita di provincia. La città ha anche questo tipo di fascino: mi fa pensare alla vita che passa, vista dalla porta della galleria d'arte che, insieme a mio marito, ho in via Vochieri». Per dirla col cinema, Alessandria nelle parole di Sara Varvello, insegnante di arte, sembra immersa in quel clima placido ritratto dal recente «Le città di pianura». E a proposito di ritmo e delle province del Nord, «tra le gestualità che tornano sempre, la parlata: si somigliano tutte un po',

ma noi abbiamo la nostra inconfondibile «erre» alessandrina». Il capoluogo è pure la vivacità: «Per me è la piazzetta (della Lega, ndr), con i ricordi di una vita, specie quelli con gli amici d'infanzia. Ricordo i gavettoni, la gioia, l'allegria». Masenza malinconia: Cristina Borgoglio crede in un centro vivace e attivo, e ci mette del suo: «Mi sono sempre occupata di gestione di immobili. Possiedo anche questo locale: ho creduto al progetto di Salvatore Coluccio (membro del Circolo e referente per Visioni_47, ndr) e dato la disponibilità per lo spazio perché credo in una vivacità pure culturale».

Enzo Compalati è ovadese e con Alessandria ha sempre avuto una storia di amore e odio. «Qui ci venivo a studiare da pendolare e un po' l'odiavo perché partivo col sole e arrivavo con la nebbia. Poi mi ci sono stabilito da commerciante». Ha sempre lavorato a testa bassa, racconta, ma al contempo ha coltivato il valore della bellezza, col sogno nel cassetto di ridare vita al Cinema Galleria: «Un esperimento. L'abbiamo aperto per una sera per un evento privato, con lo scopo di dare visibilità e, chissà, sperare nella creazione di una Fondazione. Dietro a situazioni come quella del Borsalino c'è ancora voglia di bellezza, di quanto può arricchirci». E il pensiero va subito al Teatro Comunale, con la Sala Ferrero, e al Museo Civico. «Insomma, c'è speranza».

Affacciandosi al futuro, c'è la voce dei giovani: Giulia Paciotti e Valentina Nisticò, entrambe di 33 anni, hanno un'agenzia di marketing nel cen-

tro storico. «Un lavoro che si fa solo a Milano? Non è vero, sulla città noi ci abbiamo scommesso – racconta Giulia -. A chi ci dice che Alessandria è morta, che è una città grigia, rispondiamo che il grigio è stato un Pantone. Ecco, basta valorizzarla. A noi giovani il territorio ha risposto, qui si può fare impresa, si può creare valore». Nisticò, genovese, è quella euforica della coppia: «Mi sono stabilita qui per lavoro. Ho capito di essere diventata alessandrina per adozione quando una volta a Genova in panetteria ho chiesto una fetta di focaccia dolce e in risposta mi hanno subito chiesto se fossi alessandrina, per poi dirmi che la focaccia dolce c'è solo qui. Ecco cos'è Alessandria».

Anche Tomaso Serloreti è alessandrino di adozione, milanese d'origine. La sua è la penna dietro alla grafica dell'Ottobre, il mese del cinema, a quella di Visioni_47 e quella di Afa26: «Ho trovato una città accogliente: l'alessandrino per fama ti saluta ma non si ferma a parlare, è chiuso. Io invece mi ci sento a casa: per me questa accoglienza è simboleggiata dal Ponte Meier, il primo progetto a cui ho contribuito in città». Qualche passo più in là, invece, c'è la Alessandria di Moreno Gerbi, presidente del Circolo del cinema: «Penso subito alla Sala Ferrero al Comunale, sede storica del Circolo. In questi giorni, vedendo in sala «La grazia» di Paolo Sorrentino, penso a quando, da esordiente, l'abbiamo ospitato al Kristalli per il suo «L'uomo in più»».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Così su La Stampa



Su La Stampa del 1° novembre 2025 l'annuncio del progetto di "city branding" di Comune, Upo, Alexala e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



SARA
VARVELLO
INSEGNANTE D'ARTE

Alessandria ha la parlata di tutte le città di pianura ma la differenza la fa la nostra "erre"



Lo spazio di Visioni_47 in via Trotti è un crocevia di creativi, cultura e professionisti FOTOSERVIZIO ALBINO NERI



TOMASO
SERLORETI
GRAFICO

**Sono milanese ma qui mi sento a casa
Il Ponte Meier è il primo progetto a cui ho lavorato**



VALENTINA
NISTICÒ
ESPERTA DI MARKETING

**Per me Alessandria è la focaccia dolce
Quando la chiedo a Genova sanno subito dove vivo**



GIULIA
PACIOTTI
ESPERTA DI MARKETING

**Ho scommesso sulla città e la risposta c'è stata
Alessandria merita di essere valorizzata**



ENZO
COMPALATI
COMMERCIANTE

**Spero nel rilancio del Cinema Galleria magari grazie a una nuova Fondazione
C'è voglia di bellezza**

https://www.lastampa.it/alessandria/2026/01/17/news/city_branding_immagine_alessandria_cultura_design-15471121/

30/01/2026 – Wine And Travel – Sulle tracce di Luigi Tenco. Un borgo del Monferrato tra canzoni, vigne e memoria collettiva

TAKEOVER

Sulle tracce di Luigi Tenco Un borgo del Monferrato tra canzoni, vigne e memoria collettiva

Testo e Foto di Massimiliano Rella

PINOT NERO, WINE CLUB, TERROIR E NUOVI PROGETTI D'ECCELLENZA: L'OLTREPÒ PAVESE DI OTTAVIA VISTARINO PUNTA A RISCRIVERE IL FUTURO

Quando a Sanremo il prossimo 24 febbraio comincia il Festival (76ª edizione), a 163 km, nel grazioso borgo di Ricaldone, tra le vigne e le colline UNESCO del Monferrato, il pensiero tornerà amorevolmente – e con quel pizzico di sano campanilismo – al ricordo di Luigi Tenco, il suo più illustre cittadino, il "cantore della malinconia". Nacque nella vicina Cassine ma trascorse l'infanzia nel paese materno, a Ricaldone (Alessandria), appunto. Lo immaginiamo mentre gioca nel cortile della grande casa bianca, intento a disegnare durante le ore di asilo oppure mentre corre divertito tra le campagne nelle giornate estive. Ricordi, suggestioni e emozioni, che rinviamo nel Museo a lui dedicato, voluto nel 2006 dall'**Associazione Culturale Luigi Tenco** e dal **Comune**.

A riascoltarle, tante canzoni del Tenco artista, il "bello e dannato" della musica leggera anni '60, ritroviamo le immagini della sua terra. "Se un giorno tu verrai via con me, amore mio – canta Tenco

WINE and TRAVEL

• 30 •



TAKEOVER

in "La Mia Valle", 1962 - andremo insieme a vivere là, nella mia valle, dove la gente lavora i campi dalla mattina sino alla sera".

A pensarci bene, Luigi Tenco è una lente, è una bussola, è una nota musicale: ci accompagna, ci suggerisce, ci rivela sotto un'altra luce la bellezza discreta delle sue colline oggi patrimonio UNESCO, un prezioso ricamo di vigneti e di un borgo tanto piccolo quanto accogliente e inclusivo, dove visse fino al compimento dei 10 anni di età, quando la famiglia si trasferì a Genova. C'è un unico bar, a Ricaldone, **Ca' di Ven** (Casa dei Vini), quel bar di paese di un tempo dove si ritrovano tutte le generazioni, un borgo di 600 abitanti, compresa la folta comunità di 140 macedoni arrivati anni orsono per lavorare le vigne e oggi ben integrati. Troviamo anche loro nel bar dove ci attende **Laura Bruna**, uno di quei sindaci tuttora che fanno la differenza in territori così rurali, periferici e a bassa densità abitativa. Tra le ultime iniziative del "primo cittadino", ad esempio, c'è la **Tartufala Didattica**, organizzata in collaborazione con l'**Associazione Liberi Tartufai** per un doppio fine: "Assicurare un'area per l'addestramento dei cani lagotti - spiega il sindaco - e insegnare agli studenti e ai bambini del paese la cultura e il sapere pratico legato alla cerca del tartufo, un bagaglio di conoscenze che non vogliamo assolutamente perdere".

A Ricaldone c'è un'unica pasticceria, **Idee di Zucchero**, aperta - pensate un po' - da un ingegnere che, quattro anni fa, ha deciso di cambiare lavoro e vita. Oggi **Enza Garbarino** prepara torte di nocciole, salami di cioccolato, gianduiotti e praline nei locali dell'ex latteria di sua nonna. Insegna anche in una scuola professionale e accoglie turisti e appassionati nel laboratorio del negozio per lezioni pratiche durante "I Mercatelli di Pasticceria" (in via D'Alanconio 8, tel 334.2844250).

Le cantine di Ricaldone sono invece cinque e in un paio di giorni a volerla prendere con calma si possono visitare tutte. Per la notte approfittiamo dell'albergo diffuso **Luigi Tenco by Bottega** (tel 380.1919110).

L'azienda vitivinicola più grande è la **cantina cooperativa Tre Secoli** - Viticoltori dal 1887 - nata nel 2008 dalla fusione con la



PAESAGGIO DI VIGNE A RICALDONE (AL)

cantina sociale di Mombaruzzo, il paese degli amaretti, a una manciata di km, dove mantiene gli spazi come seconda sede produttiva. Trecento soci, 1.000 ettari vitati e una produzione che spazia dal Moscato d'Asti al Brachetto d'Acqui, passando per la Barbera d'Asti, il Dolcetto e il Nizza DOCG (www.tresecoli.com/). Comunque tutti vini che si abbinano alla grande con piatti e prodotti locali, dai classici ravioli burro e salvia alla farinata di ceci fino alle nuove De.C.O. (denominazioni comunali) di Alessandria. E cioè: il **Robatón** di Litta Parodi, un "rotolino" ottenuto da un impasto di pangrattato, biette lessate, ricotta, formaggio Grana, sale e pepe; condito in burro fuso. E il **Salamino** di Vacca della Frascchetta, un "salume" fatto con i ritagli della carne bovina.

Andrea Rinaldi, 53 anni, è il più "naturalista"



RABDOCO DI BARBERA D'ASTI
CANTINA SOCIALE A RICALDONE (AL)

dei quattro produttori privati, alla guida di una cantina associata a Fvi, la Federazione Italiana dei Vignaioli Indipendenti. Dai suoi 23 ettari dislocati tra Ricaldone e Mombaruzzo, produce principalmente Moscato d'Asti, Brachetto d'Acqui e Barbera d'Asti (www.rinaldivini.it/). Il più enoturistico dei cinque vigneron è invece **Paolo Pizzorni** di **Vini Pizzorni**, una cantina di 14 ettari iscritti a Doc e Dog, per vini di territorio, e due idee decisamente originali: una tipica sauna finlandese in legno, posizionata davanti alla cantina, e per la prossima primavera/estate due strutture glamping tra le vigne, un nome che sta per *glamour camping* (www.vinipizzorni.it/).

Proseguiamo con le visite. Il più giovane dei "Ricaldone Boys" è il trentenne **Simone Gaglione**, che con la moglie **Marika** gestisce la tenuta di famiglia **Antica Cascina San Rocco**, ampliata nel 2024 con le vigne ereditate dal nonno. Oltre ai "must" di territorio (dal trio *brachetto, moscato, barbera*) Gaglione sta puntando su una piccola produzione di Acqui Dogg (un brachetto in versione secco) e sull'Albarossa, un vino nato da un incrocio a inizio '900 tra la *barbera* e il *nebbiolo* di *Dronero* (o *chatus*), in alto Piemonte (www.anticacascinasanrocco.it/). A produrre questi due vini, oltre alla suddetta cantina Tre Secoli, c'è pure **Convento Cappuccini**, la bella azienda della famiglia **Botto**, una struttura moderna tra vigne panoramiche (sorvolate

in mongolfiera durante l'ultimo evento gastronomico di Ricaldone, la **Fiera del Vino e del Tartufo**, lo scorso ottobre). L'azienda di **Pierluigi Botto** e dei figli **Andrea** e **Stefano**, prende il nome da un piccolo convento di proprietà, nella vicina Cassine, che è appunto il paese natale di Luigi Tenco (www.bottovini.com/).

Ecco. Tutto torna a lui. Facciamo prima un passaggio al Teatro Comunale Umberto I, del 1886; diamo uno sguardo all'oratorio settecentesco di Sant'Antonio Abate; poi una visita alla chiesa parrocchiale gotica, con pregevole vetrata policroma del '500. E finalmente dopo il giro del borgo di **Runcus Aldonis**, il nome della fondazione longobarda di Ricaldone, intorno all'anno Mille, ci aprono le porte del **Museo Tenco**, che si visita tutti i giorni su appuntamento (<https://comune.ricaldone.al.it/> tel 0144.74120). Al suo interno copertine di dischi anni '60, ritagli di giornale, foto d'epoca, varie memorabilia e l'universo di sogni, passioni, ferite e dolori di un grande artista, suicidatosi a Sanremo durante il Festival del 1967. Trapelano anche le immagini e i ricordi di una terra, quel Piemonte contadino che torna in strofe famose, in "Ciao amore ciao", ad esempio, il suo atto finale, l'ultima canzone cantata separatamente, come si usava allora, con **Dalida**, che fu la sua amante, poche ore prima della morte: *La solita strada - bianca come il sale - il grano da crescere - i campi da arare -*.

31/01/2026 – Tv2000 – Borghi d'Italia, alla scoperta di Ovada



Tv2000.it 
@TV2000it

...

Con [#BorghidItalia](#) alla scoperta di Ovada
(Alessandria), città natale di San Paolo della
Croce. Oggi [#31gennaio](#) ore 12.15 su [#TV2000](#)
 Canale 28
 157 Sky
 App [#Play2000](#)

[@MarioPlacidini](#) [@regionepiemonte](#)
[@piemonte_italia](#) [@comuni_anci](#) [#Piemonte](#)



https://www.play2000.it/detail/89?episode_id=28533&season_id=948

L'immagine della città tra campioni e chiese

La domenica pomeriggio durante Alessandria-Luese Cristo si parla del passato, tra giardini e corso Roma pieni di giovani

In tribuna al Mocca con i super tifosi grigi L'immagine della città tra campioni e chiese

IL REPORTAGE

SARA FISICHELLA
ALESSANDRIA

Le note di «Live is Life» degli Opus catapulta-no sul campo dell'Olympiastadion per riscaldarsi assieme a Diego Armando Maradona. Non siamo a Monaco di Baviera, non è Bayern-Napoli, semifinale di ritorno di Coppa Uefa del 1989, ma con questo brano il pre-partita di Alessandria-Luese Cristo al Moccagatta assume un sapore ancor più speciale, in attesa del rullo dei tamburi e dei cori della Gradinata Nord.

Nella tribuna del tempio dei Grigi si vedono i primi tifosi, pronti ad assistere all'incontro di Eccellenza. Le loro voci, il loro amore per la squadra e il loro attaccamento alla maglia sono il filo conduttore di questa puntata alla ricerca dell'identità della città nel solco del progetto di city branding portato avanti da Comune (con il vicesindaco Giovanni Barosini), Upo, Alexala e Costruire Insieme. Guido Pernigotti racconta subito la storia dell'italo-argentino Francisco Ramon Lojacono che ha militato in squadra negli Anni Sessanta: «Incarnava l'alessandrinità perché era un personaggio sopra le righe, particolare dentro e fuori dal campo – ricorda –. Non cadeva mai, aveva un tiro potentissimo». Pernigotti è arrivato ad Alessandria nel 1964. «Sono qui da quando avevamo i giardini più belli del Piemonte. Parlo dei giardini della stazio-

ne, con l'orologio di fiori e il lago con i cigni. Questa è l'immagine che mi viene in mente subito quando si parla di Alessandria».

Seduto accanto a lui c'è Domenico Picchio. Dichiarò di non perdersi neanche una partita casalinga. Poco più in là si incontra Carlo Camurati, speaker storico dell'Alessandria Calcio dal 1976 fino a oltre il 1990. Il Moccagatta è stata la sua seconda casa. «La vera immagine della città è proprio questo stadio, pieno di gente. Ho iniziato a venire qui quando ero bambino – dice –. Avevo dieci anni nella stagione 1960-1961, quando Giovanni Fanello vinse la classifica di capocannoniere in serie B». Rammenta poi come è diventato speaker: «Facevo parte del club Alè Grigi agli Orti. Avevamo preparato una cassetta con l'inno dei Grigi e io, che facevo un po' da segretario, l'ho portata nella cabina dello stadio per farla ascoltare. Quella domenica un agente di un'agenzia pubblicitaria milanese era preoccupato e disperato perché lo speaker dell'epoca non era ancora arrivato. Mi chiese se me la sentissi di leggere i comunicati e in cambio io gli chiesi di far ascoltare la cassetta. Mi propose di ricoprire questo ruolo tutte le domeniche».

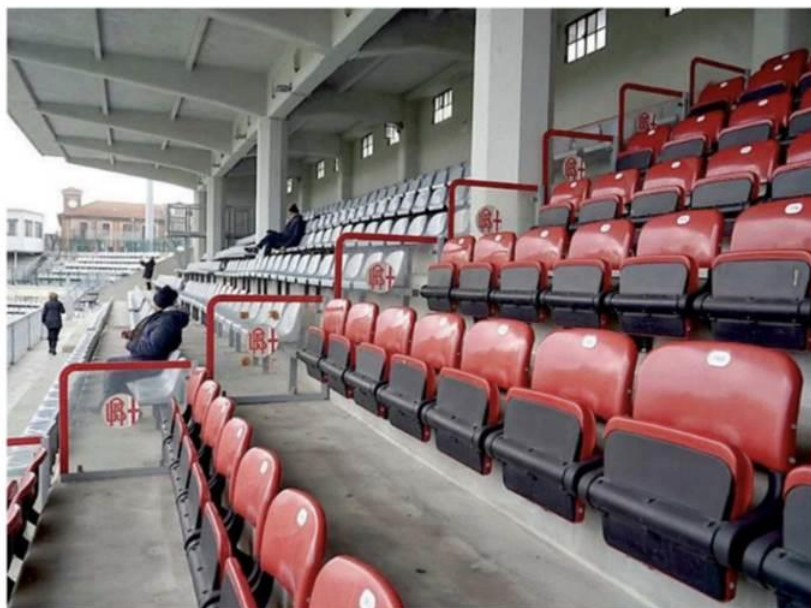
È insieme a Francesco Cestaro, che nella stagione 1967-1968, a quindici anni, ha cominciato a vedere i Grigi contro la ringhiera della torretta. «Abitavo a San Michele e viaggiavo per venire a scuola ad Alessandria. Luoghi belli della città? La chie-

sa di Santa Maria di Castello e il Duomo». Sugli spalti c'è anche l'ex presidente della Provincia Gianfranco Baldi, supporter della squadra da molto tempo. Sottolinea che la città ha tante potenzialità. «Spero che con le ultime attività sia dal punto di vista sportivo che della logistica ci sia una ripartenza – si augura –. Alessandria offre tante cose anche in ambito artistico e io la accomuno subito al Museo di Marengo, che è qualcosa di importante che va solo rivalutato e rivalorizzato». Dice che il giocatore che ha nel cuore è Antonio «Toni» Colombo e lo definisce «l'immagine vera del calcio in provincia».

Colombo, rientrato da poco in società con la presidenza di Antonio Barani, è considerato da tutti una vera bandiera del club, dato che è stato giocatore, ha ricoperto vari ruoli dirigenziali e ora è presidente onorario: «Prima di venire ad Alessandria ho giocato in Ca Legnano. Lì c'era pubblico, ma qui mi ha colpito lo stadio sempre pieno. Alessandria è una città calorosa, l'immagine che ho in testa è proprio questa: gli spalti pieni di tifosi». Maurizio Canuti e Cesarino Marconi sono genovesi emigrati in città da giovani «Ricordo lo struscio in corso Roma per incontrare gli amici», dice Canuti. Marconi vive in piazza Garibaldi: «Sono contento di vivere vicino al centro e di usare poco l'automobile. Due o tre volte alla settimana vado a camminare agli argini in compagnia. Anche questa è Alessandria».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





La tribuna dello Stadio Moccagatta di Alessandria, una delle zone dei tifosi grigi FOTOSERVIZIO ALBINO NERI



GUIDO PERNIGOTTI
TIFOSO
DEI GRIGI

Per me Alessandria è il giardino della stazione, che era fra i più belli di tutto il Piemonte



FRANCESCO CESTARO
TIFOSO
DEI GRIGI

Luoghi belli della città? La chiesa di Santa Maria di Castello e la nostra grande Cattedrale



TONY COLOMBO
EX GIOCATORE
DEI GRIGI

**Questa è una città calorosa
L'immagine che ho in mente è quella dello stadio sempre pieno**

Così su La Stampa

Alla ricerca dell'immagine di Alessandria



Su La Stampa del 1° novembre 2025 l'annuncio del progetto di "city branding" di Comune, Upo, Alexalae e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



GIANFRANCO BALDI
TIFOSO
DEI GRIGI

La città è il Museo di Marengo: qualcosa di importante che va solo rivalutato e rivalorizzato

MAURIZIO CANUTI
TIFOSO
DEI GRIGI

Per me il capoluogo è lo struscio in corso Roma di quando eravamo ragazzi per incontrare gli amici

02/02/2026 – Italiavola – Travel Hashtag a Londra per promuovere l'Italia più autentica ed esperienziale



Mercoledì 4 febbraio, il format itinerante Travel Hashtag tornerà a Londra per il quinto anno consecutivo con un evento di business networking interamente dedicato all'Incoming Italia e patrocinato dal **Consolato Generale d'Italia a Londra**, dall'**Istituto Italiano di Cultura di Londra** e dall'**Agenzia ICE – Italian Trade & Investment Agency (Italian Trade Commission – Trade Promotion Section of the Italian Embassy, London)**.

Travel Hashtag a Londra al Great Scotland Yard Hotel

Nella splendida cornice del **Great Scotland Yard Hotel – The Unbound Collection by Hyatt**, una selezione dei migliori travel designer e tour operator inglesi, già esperti della destinazione Italia, avranno l'opportunità di incontrare rappresentanti di **ITA Airways, Italo, Starhotels, Parma Incoming Travel, Palazzo di Varignana, Serravalle Designer Outlet, Sistema Turistico di Destinazione "Terre del Sud Piemonte" (Alexala – Agenzia Turistica Locale della Provincia di Alessandria, Sistema Monferrato & Val Bormida, Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi, Gran Monferrato), Nordelaia Resort, APT Basilicata – Agenzia di Promozione Territoriale della Regione Basilicata, Puglia Authentic Experience, Life Resorts, Master Explorer, Travel Before, Italia Highlights, Relais dei Molini, Air Horizont, Mozio's, The Modern Luxury, Cicloweb**

“Il mercato britannico rappresenta un riferimento strategico per i nostri partner – spiega Nicola Romanelli, ideatore del format Travel Hashtag – In particolare nell’area di Londra, si registra una domanda in costante crescita verso l’Italia, soprattutto quando l’offerta mette al centro autenticità, territori meno battuti e dimensioni più genuine del Paese. In questo scenario, l’appuntamento annuale nel Regno Unito si conferma un momento irrinunciabile per gli operatori italiani, che continuano a scegliere la nostra proposta di evento B2B per la sua capacità di favorire relazioni durature e di tradurre rapidamente il networking in opportunità di business concrete”.

<https://italiavola.com/2026/02/02/travel-hashtag-a-londra-per-promuovere-litalia-piu-autentica-ed-esperienziale/>

Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato inaugura il calendario eventi 2026

Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato presenta il calendario delle attività promozionali previste per i primi mesi del 2026, un programma che affianca la partecipazione a manifestazioni di rilievo nazionale a iniziative sul territorio, con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza delle denominazioni tutelate e consolidare il legame tra produzione vitivinicola, comunità locali e aree di origine.

"Il calendario 2026 è il risultato di un lavoro di programmazione che guarda alla promozione in modo strutturato e coerente" dichiara Vitaliano Maccario, Presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato. "La presenza in manifestazioni di rilievo nazionale come il Salone del Vino di Torino, così come l'organizzazione di eventi sul territorio, risponde alla volontà di creare occasioni concrete di incontro e confronto. Sono momenti fondamentali per far conoscere le denominazioni, il lavoro dei produttori e la varietà espressiva del Monferrato, rafforzando al tempo stesso il legame con le comunità locali e con le eccellenze gastronomiche che completano il racconto dei nostri vini".

Il primo appuntamento in programma è il Salone del Vino di Torino, in calendario dal 28 febbraio al 2 marzo 2026. In questo contesto il Consorzio sarà presente con un banco istituzionale di degustazione e con una masterclass di approfondimento, strumenti pensati per raccontare in modo organico l'identità delle denominazioni e il loro posizionamento all'interno del

panorama vitivinicolo piemontese.

Seguirà, domenica 8 marzo 2026, l'evento "Cavatore tra tartufo nero pregiato e Piemonte doc Albarossa", in programma a Cavatore (AL), realizzato dal Comune di Cavatore in collaborazione con il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, Regione Piemonte, Golosaria, Alexala e l'Associazione Tartufai del Monferrato.

L'iniziativa si svolgerà presso la "Casa Felicità" e il Salone Comunale "Casa Scuti" e sarà interamente dedicata alla valorizzazione dell'Albarossa, vitigno della Piemonte DOC nato dall'incrocio tra Barbera e Nebbiolo, capace di esprimere nel Monferrato vini di struttura, intensità e buona capacità evolutiva.

Il programma della giornata prenderà avvio alle ore 10.00 presso la Sala Convegni con la tavola rotonda dal titolo "Tartufo Nero Pregiato del Monferrato e Piemonte DOC Albarossa: un matrimonio d'amore", momento di confronto dedicato al dialogo tra viticoltura, territorio ed eccellenze gastronomiche locali.

Alle ore 11.00 seguirà la masterclass "Conosciamo il Piemonte DOC Albarossa", guidata da Paolo Massobrio, giornalista e fondatore di Golosaria, pensata per approfondire caratteristiche, identità e potenzialità espressive della denominazione.

Dalle ore 10.00 e per tutta la durata della manifestazione, presso la “Casa Felicità”, sarà inoltre attivo un banco di assaggio istituzionale, gestito da sommelier, che offrirà al pubblico la possibilità di degustare una selezione di etichette di Piemonte DOC Albarossa prodotte dalle cantine associate al Consorzio.

Con il calendario eventi 2026, il Consorzio Barbera d’Asti e Vini del Monferrato conferma il proprio ruolo di tutela e valorizzazione della denominazione, promuovendo una conoscenza strutturata e condivisa del territorio attraverso attività di promozione e informazione.

<https://www.atnews.it/2026/02/il-consorzio-barbera-dasti-e-vini-del-monferrato-inaugura-il-calendario-eventi-2026-278599/>

04/02/2026 – Targato CN – Il Piemonte alla BIT 2026: dall'outdoor tra Alpi e colline al cammino di San Michele, alla passione di Sordevolo

Il Piemonte alla BIT 2026: dall'outdoor tra Alpi e colline al cammino di San Michele, alla passione di Sordevolo



Il palinsesto si inaugura con l'approfondimento dedicato alle quattro stagioni dell'outdoor nel Cuneese, presentato dall'ATL del Cuneese e dall'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero nell'ambito dell'Associazione per il Turismo Outdoor WOW



Dalle quattro stagioni dell'outdoor tra le Alpi del Monviso e le colline UNESCO alla magia di Torino tra grandi eventi sportivi e cultura del cioccolato; dalla nuova rete cicloturistica del Biellese alla spettacolare anteprima della Passione di Sordevolo 2027; dalla narrazione sostenibile dei paesaggi vitivinicoli al fascino millenario del Cammino di San Michele; dal ritorno di Risò fino al patrimonio storico di Castelli e Dimore tra i laghi e l'Ossola. Nella tre giorni milanese allo stand del Piemonte le nuove mete turistiche.

L'eccellenza del sistema turistico piemontese si racconta a Milano in occasione della **BIT - Borsa Internazionale del Turismo 2026**, l'appuntamento di riferimento per il mercato globale del viaggio ospitato a Fiera Milano Rho da martedì 10 a giovedì 12 febbraio.

La **Regione Piemonte**, insieme a **Visit Piemonte**, presenta nel **Padiglione 11** (Stand P23-P41-S24-S42) una proposta organica dove istituzioni, Agenzie Turistiche Locali e operatori professionali si uniscono per raccontare al mondo B2B e al grande pubblico una destinazione sempre più capace di attrarre il mercato nazionale e internazionale. Una presenza che interpreta perfettamente il tema portante della BIT 2026: **"Costruire ponti. Immaginare nuovi ecosistemi"**. Il Piemonte si propone infatti come territorio capace di creare connessioni stabili tra patrimonio storico-naturale, innovazione tecnologica e accoglienza consapevole, con un modello di viaggio dove l'esperienza si fonde con il rispetto e la valorizzazione del paesaggio.

«I numeri straordinari delle festività di fine anno - sottolinea Paolo Bongioanni, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte - sono l'ultima conferma in ordine di tempo che la svolta intrapresa dal turismo piemontese comincia a dare i suoi frutti. Dobbiamo rendere sempre più riconoscibile la nostra regione sui mercati nazionali e internazionali del turismo. Per questo, dopo le campagne promozionali sull'agroalimentare e gli sport della neve sulle maggiori tv e nelle Grandi Stazioni, il Piemonte si racconterà quest'anno in un programma quasi ininterrotto di ben 66 fiere e borse internazionali. Alla Bit 2026 il Piemonte si presenta con un palinsesto che armonizza le proposte delle Atl e dei territori con la regia regionale nel segno del nuovo brand "Eccellenza Piemonte - Piemonte Is", destinato a valorizzare l'autenticità piemontese durante tutto l'anno attraverso grandi eventi e itinerari d'eccellenza».

In questa prospettiva, la presenza nello Spazio Piemonte del nuovo desk dedicato ai **Parchi**, fortemente voluto dall'assessorato, esprime la volontà di valorizzare il patrimonio naturale regionale attraverso competenze specializzate. **L'Istituto italiano Turismo per Tutti (IsiTT) e la Consulta per le Persone in Difficoltà (Cpd)** partecipano insieme come operatori per garantire standard di eccellenza del servizio e promuovere una cultura dell'accessibilità. La loro presenza congiunta assicura un approccio inclusivo in ogni ambito del sistema turistico, rendendo l'intera offerta piemontese accogliente e fruibile da parte di ogni cittadino e visitatore.

La visione di un turismo aperto e di qualità trova la sua naturale evoluzione nel progetto "**Piemonte is**", il nuovo ecosistema di comunicazione che identifica la qualità autentica del territorio, unendo l'attrattività turistica al prestigio dell'agroalimentare e trasformando ogni prodotto tipico in un ambasciatore del gusto e del saper fare piemontese.

Il palinsesto si inaugura con l'approfondimento dedicato alle quattro stagioni dell'outdoor nel Cuneese, **presentato dall'ATL del Cuneese e dall'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero** nell'ambito dell'Associazione per il Turismo Outdoor WOW. Tra le Alpi del Monviso e le Colline UNESCO si estende un territorio ricco di proposte per gli amanti delle attività all'aria aperta: una vera palestra a cielo aperto dove sport invernali, trekking, bike, arrampicata e volo in mongolfiera convivono in perfetta armonia durante tutto l'anno. Questa offerta integrata esalta la fruizione sostenibile dei paesaggi montani e collinari, valorizzando un modello di turismo attivo che rispetta l'ambiente e promuove il benessere a contatto con la natura.

Si prosegue con i grandi eventi di Torino e del Piemonte. L'appuntamento è organizzato da Turismo Torino e Provincia. Nel 2026 sono in programma appuntamenti di rilievo come **Ciocolatò**, la **Frecciarossa Final Eight di basket**, il **Salone Internazionale del Libro**, **Terra Madre Salone del Gusto**, il **Salone dell'Auto**, gli **Europei di Volley**, **Artissima** e le numerose rassegne dedicate all'arte contemporanea, le **Nitto ATP Finals**, il **Torino Film Festival**, il **Campionato Nazionale di pugilato** e molto altro, confermando la capacità del territorio di offrire esperienze d'eccellenza durante tutto l'anno.

L'offerta si arricchisce con **Maps** (Mete Artistiche Per la Sostenibilità), progetto **Interreg Italia-Svizzera 2021-2027** dell'**ATL Terre dell'Alto Piemonte** che unisce cultura transfrontaliera e sostenibilità attraverso laboratori, residenze artistiche e camminate narrative. Completano la proposta le **reti cicloturistiche del Biellese**.

Il valore del sistema piemontese trova espressione nella conservazione delle tradizioni storiche con l'anteprima della **Passione di Sordevolo 2027**, nella gestione dei **Paesaggi Vitivinicoli UNESCO di Langhe-Roero e Monferrato** dove l'adozione di strumenti digitali avanzati garantisce un'accoglienza qualificata e moderna, nella **valorizzazione del Cammino di San Michele** che attraversa i territori della provincia di Alessandria unendo spiritualità e paesaggio, e nella rassegna **Risò a Vercelli** dedicata alla cultura risicola e alle tradizioni legate alla coltivazione del riso. Completano la proposta gli **itinerari tra i laghi Maggiore, d'Orta e di Mergozzo**, che valorizzano borghi medievali e castelli in un'ottica di turismo green e culturale.

GLI APPUNTAMENTI IN PROGRAMMA

(PADIGLIONE 11, STAND P23-P41-S24-S42)

► **MARTEDÌ 10 FEBBRAIO**

Ore 12.00

INAUGURAZIONE SPAZIO PIEMONTE

Ore 14.00

WOW! Le 4 stagioni dell'outdoor in provincia di Cuneo

ATL del Cuneese ed Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, nell'ambito dell'Associazione per il Turismo Outdoor WOW, presentano le 4 stagioni dell'outdoor in Granda. Tra le Alpi del Monviso e le Colline UNESCO, si estende un territorio ricco di proposte per gli amanti delle attività all'aria aperta: una vera palestra a cielo aperto per la pratica di sport invernali: trekking, bici, arrampicata, volo in mongolfiera e tanto altro.

A seguire, brindisi e degustazione di prodotti tipici.

Relatori:

Davide Merlino, presidente Associazione WOW

Daniela Salvestrin, direttore ATL del Cuneese

Bruno Bertero, direttore Ente Turismo Langhe Monferrato Roero

Anna Milanese, executive vice president - accountable manager,
Aeroporto Cuneo Levaldigi

Modera il giornalista Danilo Poggio

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo,
Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione
Piemonte

*A cura di ATL del Cuneese ed Ente Turismo Langhe Monferrato Roero
nell'ambito dell'Associazione per il Turismo Outdoor WOW*

Ore 15.15

TORINO E IL PIEMONTE CI HANNO PRESO GUSTO: tra CIOCCOLATO, SPORT E CULTURA

Nel 2026 sono in programma appuntamenti di rilievo come **CioccolaTò**, la **Frecciarossa Final Eight** di basket, il **Salone Internazionale del Libro**, **Terra Madre Salone del Gusto**, il **Salone dell'Auto**, gli **Europei di Volley**, **Artissima** e le numerose rassegne dedicate all'arte contemporanea, le **Nitto ATP Finals**, il **Torino Film Festival**, il **Campionato Nazionale di pugilato** e tanto tanto altro, confermando la capacità del territorio di offrire esperienze d'eccellenza durante tutto l'anno.

Relatori:

Domenico Carretta, assessore al Turismo e Grandi Eventi Città di Torino

Marcella Gaspardone, dirigente Turismo Torino e Provincia

Rappresentante Camera di commercio di Torino

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di ATL Turismo Torino e provincia

Ore 16.00

MAPS - Mete Artistiche Per la Sostenibilità - Progetto Interreg Italia-Svizzera 2021-2027

Programma di attività culturali transfrontaliere che mette in rete istituti e luoghi della cultura in Italia e in Svizzera per creare opportunità di sviluppo, di aggregazione, di inclusione e sensibilizzare sul tema della sostenibilità. Creare azioni di teatro e arti partecipative, laboratori, residenze artistiche per coinvolgere persone, cittadini e turisti, rendendoli protagonisti di un percorso esperienziale e dando loro la possibilità di vivere e conoscere i territori di progetto, attraverso scambi di competenze, laboratori, spettacoli, festival, dialoghi, incontri ma anche attraversamenti di campagne, boschi, monti, camminate narrative sostenibili nella natura, per ritrovare l'incanto del viaggiatore, dell'esploratore e del pellegrino.

Relatori:

Raffaella Afferni, presidente ATL Terre dell'Alto Piemonte

Davide Petrillo, Fondazione Teatro Faraggiana, capofila italiano di progetto

Paola Pollarolo, Laura Cerutti e Roberto Petrosino, Fondazione Teatro Faraggiana

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di ATL Terre dell'Alto Piemonte

Ore 16.30

Naturalmente Biella in bici

Nasce nel Biellese una grande rete di servizi dedicata al cicloturismo, un'iniziativa volta a trasformare il territorio in una destinazione ideale per chi ama esplorare in bicicletta, dalle e-bike ai percorsi gravel o da strada. Promossa da Fondazione Biellezza, che da anni lavora alla valorizzazione turistica e allo sviluppo sostenibile del Biellese, la rete riunisce oltre 50 imprese e realtà locali pronte ad accogliere il cicloturista con servizi integrati: noleggio bici, transfer bagagli, ristorazione, ricettività bike-friendly e assistenza tecnica lungo i percorsi. Grazie a questa nuova filiera, il Biellese propone ai visitatori itinerari unici tra colline, pievi, borghi storici e paesaggi alpini, supportati da servizi che rendono l'esperienza non solo emozionante, ma anche comoda e sicura per tutti i livelli di ciclisti.

Relatori:

Raffaella Afferni, presidente ATL Terre dell'Alto Piemonte

Marco Tallia, referente progetto Naturalmente Biella in bici

Alberto Resmini in arte @ventocontro, viaggiatore in bicicletta

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di ATL Terre dell'Alto Piemonte e Fondazione Biellezza

► **MERCOLEDÌ 11 febbraio**

Ore 10.00

Passione di Sordevolo - obiettivo 2027

Presentazione della XXIX edizione della Passione di Sordevolo 2027, uno spettacolo di Teatro Popolare tramandato ininterrottamente di generazione in generazione dal 1850. L'evento, in Valle Elvo nelle Prealpi Biellesi, costituisce una realtà corale dotata di profondo rilievo storico, culturale e religioso. Questa tradizione prosegue da circa due secoli grazie alla dedizione delle generazioni che ne custodiscono l'integrità. A Sordevolo ogni 5 anni l'evento va in scena con più di 400 figuranti impegnati in un anfiteatro di 4.000 mq e oltre 30.000 spettatori da tutto il mondo, proposta con oltre 40 repliche. Presentazione dell'edizione 2027 con alcuni figuranti in costume.

Relatori:

Stefano Rubin Pedrazzo - presidente dell'Associazione Teatro Popolare di Sordevolo

Mauro Benedetti - Ufficio Stampa

Riccardo Lunardon, sindaco di Sordevolo

Emanuele Ramella Pralungo, presidente della Provincia di Biella

Flaminia Perino, direttrice dell'Associazione Teatro Popolare di Sordevolo

Gian Marco Pidello, commissione Regia della Passione 2027

Luca Broccatelli, Fondazione Blellezza

Intervengono: **Elena Chiorino**, vicepresidente Regione Piemonte, e **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di ATL Terre dell'Alto Piemonte e Associazione Teatro Popolare di Sordevolo

Ore 11.15

Gestione congiunta del sito UNESCO Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato: sfide e potenzialità

Nel 2026 il sito UNESCO dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato pubblicherà il nuovo Piano di Gestione, strumento di governance che definirà le linee strategiche per i successivi quattro anni di attività. Il documento nasce da un'attenta analisi dello stato dell'arte del territorio, condotta all'indomani del decennale dell'iscrizione nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO. Tema centrale del percorso di redazione del Piano è la gestione condivisa e partecipata del territorio, sviluppata in collaborazione con gli enti di promozione turistica di riferimento, Alexala ed Ente Turismo Langhe Monferrato Roero. Una gestione culturale e turistica che riconosce come fondamento dell'attrattività del territorio la cultura, le tradizioni e i saperi popolari che ne hanno determinato il riconoscimento come Patrimonio dell'Umanità. In coerenza con questa impostazione, il primo prodotto concreto di tale collaborazione sarà una brochure digitale congiunta, che racconterà il territorio di Langhe Monferrato Roero attraverso la lente UNESCO, valorizzando la tradizione vitivinicola e la positiva relazione tra abitanti e natura, espressione di un lavoro umano stratificato nel tempo che, da secoli, plasma il paesaggio e il sottosuolo. Seguirà brindisi con Alta Langa - Coinvolgimento dell'Enoteca regionale del Moscato di Mango e il Consorzio dell'Asti.

Relatori:

Giovanna Quaglia, presidente dell'associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato

Bruno Bertero, direttore site manager del sito UNESCO e dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero

Marco Lanza, direttore Alexala

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di Ente Turismo Langhe Monferrato Roero e Alexala insieme con l'associazione per i Paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato

Ore 12.15

IL CAMMINO DI SAN MICHELE IN PROVINCIA DI ALESSANDRIA

Presentazione dello storyboard e del video emozionale e tecnologico che valorizzerà il tratto della provincia di Alessandria del Cammino di San Michele. Il tragitto oggetto di un importante intervento infrastrutturale della provincia di Alessandria con il contributo della Regione Piemonte costituirà un attrattore fondamentale per il turismo locale e la riconoscibilità delle Terre del Sud Piemonte. Da qui si svilupperà un racconto che intreccia la forza spirituale del culto di San Michele con l'innovazione del turismo sostenibile, mostrando la bellezza e l'accoglienza del territorio alessandrino, in una chiave moderna e di forte impatto divulgativo. Grazie al supporto della Regione Piemonte, della Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria e della Camera di Commercio Alessandria Asti, il territorio potrà godere di uno strumento di comunicazione innovativo e di alto profilo tecnologico.

Relatori:

Roberto Cava, presidente ATL Alexala

Luigi Benzi, presidente provincia di Alessandria

Sandro Vannucci, presidente comitato promotore San Michele cammino di cammini ETS

Interviene **Paolo Bongioanni**, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte

A cura di ATL Alexala

https://www.targatocn.it/2026/02/04/leggi-notizia/argomenti/economia-7/articolo/il-piemonte-alla-bit-2026-dalloutdoor-tra-alpi-e-colline-al-cammino-di-san-michele-alla-passione.html#goog_rewarded

UNIONE MONREGALESE:

<https://unionemonregalese.it/news/territorio/308485/santanche-inaugura-lo-stand-del-piemonte-alla-bit-2026-turismo-sempre-piu-internazionale.html>

TOUR DAL BOSCO AL PIATTO

Tartufi, con il nero pregiato l'economia trova linfa nuova

Con la straordinaria Elly nella tartufaia didattica di Ricaldone. La rivincita sul bianco. «Occorre creare brand che siano riferimenti turistici»

■ Paolo Chiriotti gestiva un ristorante stellato (Il Caffi, ad Acqui) e ha un cane che in una tartufaia è felice come un bambino a Gardaland.

«Venite».

Piove, c'è fango, ma si va. Destinazione: la tartufaia didattica a Ricaldone, nell'Acquese, un terreno di proprietà di Franco Gillardo raggiunto da chi vuole addestrare cani e da chi desidera imparare l'arte della cerca e della cavatura (entrambe le attività sono patrimonio immateriale dell'Unesco). Ma anche da chi, scolaresche comprese, desidera informarsi su un mondo che spesso è associato agli affari (il tartufo bianco viaggiava sui 400 euro all'etto...), alla competizione smodata, alla concorrenza sleale, mentre invece, sgranando l'occhio romantico, è un qualcosa che attiene alla tradizione, alla saggezza contadina, alla custodia dei boschi...

I punti a favore

Più razionalmente, a sto giro, ci si concentra sul prodotto come opportunità di rilancio di un'ampia zona, nella fattispecie l'Acquese e l'Ovadese, promotrice del tartufo nero pregiato, che viaggia intorno ai 50-70 euro all'etto e che ha le caratteristiche per non essere considerato il parente povero del bianco, al quale si deve la popolarità di Alba nel mondo.

Quello che una volta veniva usato quasi esclusivamente per addestrare i cani (parentesi: bisogna cominciare quando hanno 2-3 mesi, e altrettanto dura l'addestramento), negli ultimi anni si sta ritagliando ampie fette di mercato, avvantaggiato dal prezzo competitivo, dall'ampia diffusione, dal fatto che le piante "vanno in produzione" dopo

soli 5 anni (per il bianco ne servono 25). E anche dagli chef che lo propongono con disinvoltura.

Nozze fra prodotti locali

Si potrebbe dire che il nero va su (quasi) tutto, come abbiamo imparato all'Enoteca di Ovada, dove, ospiti di Mario Arosio, si è concluso il tour alla scoperta del nero pregiato, cominciato a Ricaldone tra assaggi profumati e vini della zona (la tartufaia didattica è pure un'ottima vetrina per i prodotti locali).

Deus ex machina del giro, il critico enogastronomico Paolo Massobrio, con lo staff di Golosaria che, a Milano, ha fatto conoscere il nero pregiato al grande pubblico.

Il resto della promozione, dalle nostre parti, lo fanno Alexala («biodiversità e autenticità sono un traino» dice il direttore Marco Lanza) e la Regione Piemonte, con il consigliere

Anche gli chef ormai lo stanno nobilitando.

L'enorme giro d'affari e il sapere contadino

Marco Protopapa a ricordare l'importanza del creare brand per dare lustro a un Monferrato che cerca «opportunità per mettersi in mostra».

Il matrimonio fra più prodotti (nell'elenco: tartufo nero, robiola di Roccaverano, filetto baciato di Ponzzone, vino Albarossa...) può essere vincente. All'Enoteca di Ovada, il test è superato. Il prossimo sarà a Cavatore l'8 marzo, con le nozze fra trifola e Albarossa. Stavolta siete tutti invitati.

MASSIMO BRUSASCO
m.brusasco@ilpiccolo.net



I NUMERI E LE CURIOSITÀ

50-70

Il tartufo nero pregiato costa dai 50 ai 70 euro all'etto. Il prezzo è dettato da ragioni di mercato

1.400

In provincia di Alessandria si contano 1.400 tartufai, 100 dei quali iscritti all'associazione dei "liberi"

7.000

Per essere in regola, un tartufaio deve compilare il modello F24 e incassare non più di 7.000 euro all'anno

600

Ricaldone, paese della tartufaia didattica, ha 600 abitanti, di cui 120 residenti all'estero (in Uruguay)



SCATTI Alla tartufaia di Ricaldone, la cerca è fruttifera (come mostra Federica) grazie al cane Elly e al suo padrone Paolo Chiriotti. Paolo Massobrio di Golosaria ha promosso il tour



L'immagine della città è fatta di prime volte

Al Conservatorio la visione di Alessandria di alunni e professori
C'è chi ha trovato qui il proprio riscatto e chi nuove opportunità

Dai portici ai caffè tra sogni e occasioni L'immagine della città è fatta di prime volte

IL REPORTAGE

RICCARDOLA GROTTA
ALESSANDRIA

«**P**er me è lo scalone del Conservatorio. L'ho percorso per la prima volta a dieci anni, e da allora tranne che per una parentesi di undici anni a Novara, non ho mai smesso di farlo. Nel tempo il mio ruolo è cambiato, sono passato da studente giovanissimo a supplente, poi docente e infine direttore. Ed è cambiato il Conservatorio. Ma queste pietre antiche, che per me simboleggiano il mio rapporto con Alessandria, non sono cambiate mai». Ne è certo Marco Santi, direttore del Vivaldi, che su due piedi, per descrivere la sua città, non riesce a non citare l'istituzione che ha sede a Palazzo Cuttica, cuore della città, con il suo affaccio verso piazza della Libertà da un lato e, dall'altro, verso il duomo. «Non può che essere il Conservatorio – anche per Amalia Rapaglia, docente di Pratica e Lettura pianistica –. Con il suo scalone: ricordo l'emozione la prima volta che l'ho percorso, da studente, arrivata dalla Val Curone. Oggi da insegnante rivedo le stesse emozioni nei miei studenti».

A metà di un pomeriggio d'inverno il sole inizia a calare sulla piazza, gli studenti finiscono le ultime lezioni della giornata e scendono i gradini. I docenti sono gli ultimi a fermarsi, sempre coinvolti nei mille progetti che rendono il Vivaldi un riferimento nazionale e, negli ultimi anni, un ri-

chiamo pure all'estero con eventi come la «Flute week» o la «Ukulele International conference». Un fiore all'occhiello per Alessandria. Lo è anche quando si tratta di pensare all'immagine più autentica della città che il Comune, con il vicesindaco Giovanni Barosini, Upo, Alexala e Asm Costruire Insieme, stanno cercando di individuare con il progetto di «city branding».

Desiree Beltran ha 24 anni e viene dal Venezuela: «Mi sono trasferita in Italia due anni e mezzo fa, per scappare alla situazione tragica del mio Paese. Sono arrivata solo con l'idea di lavorare: babysitter, cameriera, bracciante in campagna. In quel periodo, trascorso in Abruzzo, ho dovuto mettere la musica tra parentesi. Ma quando mi sono spostata qui, ad Alessandria, ho avuto l'opportunità di riprendere i miei studi. Ora sono iscritta al triennio in violoncello. La città per me rappresenta proprio questo: il riscatto, le opportunità. Suonare per la prima volta all'Auditorium Pittaluga è stato come prendere consapevolezza che finalmente stavo riprendendo a camminare nei miei sogni».

Anche Laura Conti, docente di Canto jazz, non è alessandrina: «Era il 2004 quando da Ivrea ho partecipato al concorso per la cattedra. Io e mia mamma ci siamo perse e siamo riuscite ad arrivare in tempo solo grazie alla segretaria d'amministrazione del Conservatorio che ci ha guidate per telefono. Dopo, ci siamo sedute al caffè Teatro sotto i portici di Palazzo Rosso. Per me Alessandria è questa». Da quella stessa angolazione, c'è

la città com'è nel cuore di Maria Teresa Pasero, presidente del Vivaldi. «Come in un quadro che ho conosciuto da bambina, ad opera di Eraldo Biscaldi – spiega –, si vede il conservatorio con dietro il campanile del Duomo e il sole che tramonta. Un angolo un po' grigio, un'immagine placida: ma è proprio questa calma, che Umberto Eco descriveva con «Pochi clamori tra la Bormida e il Tanaro», che ho imparato ad apprezzare dopo aver conosciuto Milano». Ancora una volta dalla stessa prospettiva, c'è Alessandria pure per come la vedono Marco Robba e Melissa Lampis, studenti di clarinetto: «Il cuore della città è Palazzo Ghilini, l'opera d'arte più prestigiosa e rappresentativa. Con Palazzo Carignano a Torino è la massima espressione del Barocco piemontese». A proposito del grigio e della «piemontesità», Lucio Cuomo, docente di Accompagnamento pianistico, chiama in causa Roberto Cotroneo, scrittore alessandrino di successo: «Di origini campane, ho messo radici qui dal 2001: ci ho cresciuto i miei figli. Negli anni l'ho conosciuta anche tramite i libri di Cotroneo. Nel suo ultimo romanzo parla dei due aspetti che più ho colto di Alessandria: «La nebbia e il fuoco». Spiega l'idea del mistero della città e della riservatezza dei suoi abitanti. Che però, appunto, cela un fuoco: nascosto, ma c'è. Nel libro è la passione civile di un professore che aveva preso parte alla lotta partigiana proprio in questo territorio. Ritrovo questo spirito al Museo della Gambarina». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Così su La Stampa



Su La Stampa del 1° novembre 2025 l'annuncio del progetto di "city branding" di Comune, Upo, Alexala e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



MARCO ROBBA
STUDENTE
VIVALDI

**Il cuore della città
è Palazzo Ghilini
L'opera d'arte
più prestigiosa
e rappresentativa**



LUCIO CUOMO
DOCENTE
VIVALDI

**Nebbia e fuoco sono
i due aspetti che ho
colto di più in questi
anni grazie ai libri
di Cotroneo**



DESIREE BELTRAN
STUDENTESSA
VIVALDI

**Alessandria per me
ha l'immagine
del riscatto
L'Auditorium
Pittaluga è un sogno**



AMALIA RAPAGLIA
DOCENTE
VIVALDI

**Pensare alla città mi
riporta all'emozione
di quella prima volta
sullo scalone
proprio del Vivaldi**

07/02/2026 – Il Luogo – Alexala insieme ai consorzi turistici a “Travel Hashtag”

ALEXALA INSIEME AI CONSORZI TURISTICI A “TRAVEL HASHTAG”



Alla presenza di 40 buyer internazionali, “Travel Hashtag” è stata l’occasione di debutto ufficiale del Sistema Turistico di Destinazione “Terre del Sud Piemonte”, il primo sistema turistico della regione Piemonte che riunisce strategicamente i tre consorzi Sistema Monferrato & Val Bormida, Terre di Fausto Coppi e Gran Monferrato con Alexala, l’Agenzia Turistica Locale della provincia di Alessandria.

Per la prima volta, in occasione di Travel Hashtag, il nuovo Sistema Turistico di Destinazione si è presentato in maniera unita a un appuntamento di interesse internazionale, raccontandosi agli interlocutori come un unico prodotto turistico e mettendo a frutto gli obiettivi con cui è nata questa alleanza, ovvero valorizzarsi collettivamente con un’unica visione, unendo le forze ma mantenendo intatte le peculiarità di ciascun soggetto coinvolto. “Quella di Londra ci auguriamo sia stata la prima di tante occasioni di incontro internazionali per un Sistema che siamo certi sia in grado di costruire valore aggiunto nel racconto e nella proposta delle nostre destinazioni turistiche”, racconta la delegazione delle Terre del Sud Piemonte presente al Travel Hashtag di Londra, composta da Gea Fravega del Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi, Pamela Provera del Consorzio Turistico Gran Monferrato e Roberta Cattarin per il Consorzio Turistico Sistema Monferrato e Valle Bormida e per la Direzione Tecnica network VIA(E) per Viaggiare. “Abbiamo dato una prima dimostrazione pratica di come il lavoro di squadra e la sinergia di intenti possano costruire una promozione turistica più convincente, forte e interessante, sostenuta da un’offerta commercialmente fondata in grado di emergere all’interno di un panorama complesso come quello del mercato internazionale. Era esattamente quello che avevamo in mente quando abbiamo deciso di intraprendere il percorso di creazione del Sistema Turistico di Destinazione Terre del Sud Piemonte”.

<https://www.il-luogo.it/alexala-insieme-ai-consorzi-turistici-atravel-hashtag/>

RADIO GOLD:

<https://radiogold.it/news-alessandria/427975-alexala-insieme-consorzi-turistici-sud-piemonte-londra-travel-hashtag/>

RADIO PNR:

<https://www.radiopnr.it/notizia?t=1&id=25014-alessandria-debutta-il-sistema-turistico-terre-del-sud-piemonte-davanti-a-40-buyer-internazionali>

08/02/2026 – La Stampa Alessandria – Arturo Cirillo porta sul palco di via Verdi il suo testo di prosa "Il mio Don Giovanni poetico e leggero nel solco di Molière, Da Ponte e Mozart"

Arturo Cirillo porta sul palco di via Verdi il suo testo di prosa “Il mio Don Giovanni poetico e leggero nel solco di Molière, Da Ponte e Mozart”

L'EVENTO

RICCARDOLA GROTTA

Sono di Arturo Cirillo la penna, ma anche la faccia, la voce e tutta la passione dietro al «Don Giovanni» che andrà in scena stasera alle 21 al Teatro Alessandrino nell'ambito della stagione di prosa realizzata dal Comune con Piemonte dal Vivo, in collaborazione con Asm Constituire insieme e Alexala. Una produzione di Marche Teatro con il Teatro di Napoli – Teatro Nazionale, il Teatro Nazionale di Genova e Ert – Teatro Nazionale, che mantiene altissimo il livello della rassegna.

Uno spettacolo che sa toccare le corde giuste, le stesse che in Cirillo hanno dato origine al processo creativo capace di restituire l'opera in chiave contemporanea. Spiega lo stesso Cirillo, interprete principale ma anche autore dell'adattamento e della regia: «Ho deciso di raccontare il mito di Don Giovanni usando forme e codici diversi, conservando di Molière la capacità di lavorare su un comico paradossale e ossessivo, che a volte sfiora il teatro dell'assurdo, e di Da Ponte la poesia e la leggerezza,

a volte anche una “drammatica leggerezza”. E poi c'è la musica di Mozart che di questa vicenda riesce a raccontare sia la grazia che la tragedia ineluttabile. Perché in fondo questa è anche la storia di chi non vuole, o non può, fare a meno di giocare, recitare, sedurre; senza fine, ogni volta da capo, fino a morirne».

Cirillo spiega che la passione per il personaggio e per il suo alter ego, Sganarello, nasce dalla frequentazione di Mozart e Da Ponte. Il colpo di fulmine avvenne intorno ai vent'anni. «Quando frequentavo l'Accademia nazionale d'arte drammatica di Roma – continua –, un insegnante storico ci fece lavorare proprio sul Don Giovanni e in una forma che potrei definire di “recitar cantando”, in cui ci chiese di interpretare il bellissimo libretto di Lorenzo Da Ponte, rapportandoci con la musica di Mozart. In quell'occasione questa irrefrenabile corsa verso la morte, questa danza disperata, ma vitalissima, sempre sull'orlo del precipizio, questa sfida al destino, mi è apparsa in tutta la sua bellezza e forza».

Biglietti su teatroalessandrino.it e su Ticketone. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Arturo Cirillo sarà protagonista questa sera all'Alessandrino

ALESSANDRIA E LE SUE DE.CO.

testi e foto di Massimiliano Rella

Anche nella provincia di Alessandria il lavoro sulle **Denominazioni di Origine Comunale (DE.CO.)** sta riportando alla luce prodotti che raccontano un territorio, la sua storia agricola e una cucina profondamente legata all'ambiente.

Tra i nuovi riconoscimenti spicca il **Salamino di Vacca della Fraschetta**, una specialità rara e di territorio, prodotta in una manciata di Comuni della pianura alessandrina e oggi realizzata da pochi

artigiani. Si tratta di un salume ottenuto dai ritagli di carne bovina, macinati e impastati con ingredienti essenziali: sale, pepe e un po' di aglio. È un prodotto magro, lontano dai canoni dei salumi più grassi, e proprio per questo richiede particolare attenzione nella preparazione.

Tra i pochi macellai che lo producono c'è **Massimo Ferrari** della **Macelleria Ferrari** di Pozzolo Formigaro (AL), custode di un sapere che rischiava di scomparire (Ad inizio '900 si contavano

14 macellerie; da allora molte hanno chiuso bottega).

La pianura della Fraschetta vanta una delle anime più autentiche della cucina alessandrina. Qui il Salamino di Vacca è da sempre diverso sia dal cotechino che dalla salamella: misura circa 8 centimetri di lunghezza e 4 di diametro ed è legato ad una pratica contadina antica. In passato si utilizzava la carne delle mucche adulte, dopo anni di lavoro nei campi e dopo l'ultimo parto: una carne scura, soda, venata



Il Salamino di Vacca della Fraschetta, un salume magro ottenuto dai ritagli di carne bovina e nuova DE.CO. della provincia di Alessandria. Una specialità rara e di territorio, oggi prodotta da pochi artigiani.

di grasso e saporita, oggi selezionata con criteri più precisi, scegliendo tagli ben equilibrati, né troppo magri né troppo grassi e, soprattutto, "mostosi", cioè morbidi.

Il macellaio gioca un ruolo centrale: al trito di carne aggiunge un mix di spezie e aromi per esaltare il gusto senza coprirlo. Piccole dosi di aglio, vino o grappa entrano nell'impasto, insieme a segreti del mestiere che rendono ogni salamino della Fraschetta diverso dall'altro. La carne deve essere freschissima, spesso lavorata subito dopo la macellazione o con una brevissima frollatura. Talvolta si aggiungono poca pancetta o lardello di maiale per migliorare la resa del prodotto. I paesi della Fraschetta — Mandrogne, Cascinagrossa, Litta Parodi, Spinetta, San Giuliano e altri — se ne contendono da sempre la paternità.

In cucina la preparazione più tradizionale consiste nel far bollire i salamini senza separarli né pungerli con una forchetta, per non far disperdere sostanze a sapori. Dopo 5/6 minuti assumono un colore grigio esterno, simile al cotechino, ma restano rosati e teneri dentro, nel cuore. Si mangiano come antipasto o nel bollito misto, ai ferri tipo burger o "ubriachi", cioè stufati con le cipolle nel vino rosso. Si consumano anche crudi o leggermente sbollentati lasciandone il cuore rosato.

Tra i nuovi prodotti DE.CO. figura anche i **Rabatòn di Litta Parodi**, piatto delle feste e simbolo di una cucina povera ma ingegnosa. È un piccolo rotolino di pasta fresca fatto a mano con pangrattato, erbe spontanee, ricotta, formaggio Grana, sale e pepe. Le erbe vengono lessate, tritate e amalgamate all'impasto, che poi viene bollito brevemente in brodo vegetale e



I Rabatòn di Litta Parodi, gnocchi di ricotta vaccina e bietole, simbolo di una cucina povera ma ingegnosa, nuova DE.CO. della provincia di Alessandria.

condito con una noce di burro. Durante la *Sagra del Rabatòn*, il primo fine settimana di settembre, se ne preparano fino a 19.000 al giorno...

Accanto ai piatti salati, resiste anche la **Focaccia dolce**, un tempo dolce povero ottenuto stendendo l'impasto del pane e spolverandolo di zucchero, oggi tutelato da una DE.CO. comunale.

Il legame tra prodotti, ambiente e cultura emerge anche da iniziative meno note ma significative, come la **Tartufaia Didattica Comunale** di Ricaldone, piccolo borgo di 600 abitanti sulle colline del Monferrato. Il progetto nasce per creare uno spazio dedicato all'addestramento dei cani da tartufo e alla trasmissione delle conoscenze legate alla Cerca del fungo ipogeo. La tartufaia, realizzata dal comune con l'Associazione Liberi Tartufai della

provincia di Alessandria, si trova su un terreno recintato messo a disposizione da privati, affiancato da un boschetto attrezzato con pannelli informativi sulle piante simbiotiche: pioppo, tiglio, salice e rovere, fondamentali per la crescita dei tartufi. È un luogo che funziona come laboratorio e aula a cielo aperto, pensato per studenti, famiglie e curiosi.

Come spiega il sindaco **Laura Bruna**, «l'obiettivo è duplice: offrire uno spazio di addestramento per i lagotti e fare didattica, affinché il sapere legato alla Cerca non vada perso». Un'iniziativa che valorizza anche i tartufi dell'Alessandrino, la cui provenienza è garantita da una certificazione di tracciabilità sviluppata con l'Università del Piemonte Orientale.

La **Cerca del tartufo**, riconosciuta dal 2021 come *Patrimonio Immateriale UNESCO*, non è solo un mestiere ma un'arte fatta di pazienza, rispetto dell'ambiente e dialogo tra uomo, cane e territorio. Il microclima del Monferrato, e di Ricaldone in particolare, con terreni ricchi d'acqua e vallate umide, crea condizioni ideali per il *Tuber Magnatum Picco*, il tartufo nero pregiato e lo scorzone estivo. Un equilibrio fragile, che passa dalla qualità dell'ambiente naturale e si riflette, ancora una volta, nei prodotti.

Massimiliano Rella

Nella provincia di Alessandria il lavoro sulle DE.CO. sta riportando alla luce prodotti che raccontano un territorio, la sua storia agricola e una cucina profondamente legata all'ambiente. Tra i nuovi riconoscimenti spicca il Salamino di Vacca della Fraschetta, in compagnia dei Rabatòn di Litta Parodi, gnocchi di ricotta e bietole, e della Focaccia dolce

09/02/2026 – Alessandria Today – San Valentino e San Faustino, Confesercenti rilancia la campagna “scegli le botteghe della tua città”

San Valentino e San Faustino, Confesercenti rilancia la campagna “Scegli le botteghe della tua città”



Con il contributo di:



Con il patrocinio di:



***Scegli le Botteghe
della tua Città***

In un periodo in cui la comunicazione commerciale è dominata dai grandi player digitali, iniziative come “Scegli le botteghe della tua città” ricordano il valore economico, sociale e umano del commercio di prossimità. Un messaggio che riguarda non solo gli acquisti, ma l'identità stessa delle nostre città e dei loro centri storici.

Pier Carlo Lava

COMUNICATO STAMPA c.s. Scegli le botteghe della t...

Alessandria, 09/02/2026

Prosegue la campagna di comunicazione “Scegli le botteghe della tua città”.

Il prossimo weekend si festeggeranno **San Valentino (14 febbraio)**, festa degli innamorati, e **San Faustino (15 febbraio)**, festa dei single, momenti molto rilevanti per il commercio locale. Prosegue pertanto la campagna di comunicazione ideata da **Confesercenti** “Scegli le botteghe della tua città”.

La campagna, iniziata con i saldi di gennaio e destinata a durare fino all'**8 marzo 2026**, vuole dare voce e risalto ad alcuni appuntamenti commerciali di rilievo, quali i **saldi invernali**, **San Valentino** e la **Giornata internazionale della donna**.

Nel primo trimestre dell'anno, infatti, si sente soprattutto la pubblicità dei colossi digitali, mentre resta silente la voce delle botteghe storiche. Tutti gli sforzi comunicativi vengono concentrati sul periodo natalizio, lasciando campo libero ai grandi retailer e alle catene di grandi dimensioni.

La campagna “Scegli le botteghe della tua città” intende invece far emergere **l'autenticità dell'acquisto** nelle botteghe storiche e nelle attività di prossimità delle nostre città. Confesercenti si fa portavoce di questa esigenza, ritenendo fondamentale intraprendere un lavoro promozionale **continuo e costante** di valorizzazione e pubblicità degli esercizi di vicinato, soprattutto nei primi mesi dell'anno, rafforzando al tempo stesso una **vocazione turistica** ancora in fase di maturazione.

«L'obiettivo di Confesercenti è aiutare e sostenere i piccoli imprenditori in un periodo storico in cui i grandi player e la GDO, dotati di mezzi economici smisurati rispetto ai negozi di prossimità, realizzano campagne di comunicazione massive, a partire già dal Black Friday di fine novembre, condizionando milioni di consumatori verso l'acquisto online dei regali di Natale, uno dei momenti commerciali più importanti dell'anno.

Questa campagna ha il patrocinio dell'**ATL Alexala** e il contributo della **Fondazione Cral**, che ringraziamo per la proficua collaborazione e sinergia» – dichiara **Manuela Ulandi**, Segretaria provinciale Confesercenti.

Geo

Ad **Alessandria**, la campagna “Scegli le botteghe della tua città” si inserisce in un percorso di sostegno al commercio di prossimità e alla vitalità dei centri urbani. *Alessandria today* segue e valorizza queste iniziative come parte integrante del tessuto economico e sociale del territorio, promuovendo un modello di consumo più consapevole e vicino alle comunità locali.

<https://alessandria.today/2026/02/09/san-valentino-e-san-faustino-confesercenti-rilancia-la-campagna-scegli-le-botteghe-della-tua-citta/>

09/02/2026 – Oggi Cronaca – Alexala e UNPLI insieme per comprendere meglio il sistema turistico locale, e utilizzare nuove competenze per migliorare la comunicazione e la promozione

Alexala e UNPLI insieme per comprendere meglio il sistema turistico locale, e utilizzare nuove competenze per migliorare la comunicazione e la promozione

Comprendere meglio il sistema turistico locale, e utilizzare nuove competenze per migliorare la comunicazione e la promozione degli eventi sul territorio, trasformandoli in appuntamenti di rilievo turistico.

È questo lo scopo principale del progetto formativo per le Pro Loco attivato da Alexala, ATL della Provincia di Alessandria, in collaborazione con il Comitato Provinciale UNPLI (Unione Nazionale Pro Loco Italiane) Alessandria. I due enti, grazie a un protocollo d'intesa sottoscritto all'inizio di dicembre 2025, hanno messo in campo un'iniziativa per mettere a disposizione degli operatori delle Pro Loco strumenti pratici e conoscenze aggiornate in grado di permettere loro di valorizzare al meglio le peculiarità e gli appuntamenti dei propri territori.

È nato così il progetto formativo **"Pro Loco e Turismo: competenze per valorizzare il territorio"**, concretizzatosi poi in tre lezioni consecutive, telematiche e gratuite, con docenti messi da Alexala a disposizione dei partecipanti, con l'obiettivo di fornire una visione più chiara del funzionamento del sistema turistico locale, del ruolo degli uffici di accoglienza turistica e delle possibilità di coinvolgimento delle Pro Loco, fornendo anche strumenti pratici e linee guida per una comunicazione degli eventi locali più professionale, efficace e coordinata.

Le lezioni – che si sono tenute dal 22 gennaio al 5 febbraio 2027 – hanno avuto infatti una progressione tematica partita con **"Il sistema turistico locale e il ruolo degli IAT"**, continuata con la **"Comunicazione degli eventi"** e conclusa con la lezione **"Da evento locale a evento turistico"**. Al progetto formativo hanno aderito ventotto Pro Loco, per un totale di poco meno di cinquanta partecipanti, dimostrando quanto può essere proficua la collaborazione tra enti locali.

*"Siamo stati felici di mettere a disposizione delle Pro Loco le competenze turistiche maturate negli anni dalla nostra ATL", dichiara **Roberto Cava, presidente di Alexala**. "La numerosa partecipazione al progetto dimostra quanto interesse ci sia sull'argomento e quanto si voglia crescere in un settore che è cruciale per l'intero territorio, ma che interessa anche e soprattutto i singoli comuni: sono loro che, prima di ogni altro, gestiscono l'accoglienza diretta dei turisti, e sono loro che possono fare la differenza nel raccontare, comunicare e promuovere le bellezze e gli appuntamenti del nostro territorio. Speriamo quindi di aver contribuito alla loro capacità di farlo nel migliore dei modi, dimostrando ancora una volta l'importanza di fare rete e di condividere per crescere collettivamente".*

*"Sembra proprio che ci stiamo avviando verso un percorso che porterà più maturità abbinata alla consapevolezza di poter aumentare il livello qualitativo del lavoro che svolgono le Pro Loco per promuovere e organizzare i propri eventi. Basta a volte migliorare qualche piccolo dettaglio per ottenere dei risultati diversi andando a migliorare il messaggio comunicativo, lo si è visto con esempi pratici che si sono analizzati durante i corsi. Queste sono le basi e il fatto di vedere la partecipazione di persone "relativamente" giovani fa presupporre di avere una marcia in più con risultati proiettati in un prossimo futuro", dichiara **Sergio Poggio, Presidente UNPLI Alessandria**.*

<https://www.oggiacronaca.it/2026/02/alexala-e-unpli-insieme-per-comprendere-meglio-il-sistema-turistico-locale-e-utilizzare-nuove-competenze-per-migliorare-la-comunicazione-e-la-promozione/>

Dal 28 febbraio Il primo appuntamento è con il Salone del Vino

Consorzio “Barbera” Promozione “a gogò”

ASTI

● Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ha presentato il calendario delle attività promozionali previste per i primi mesi del 2026, un programma che affianca la partecipazione a manifestazioni di rilievo nazionale a iniziative sul territorio, con l'obiettivo di rafforzare la conoscenza delle denominazioni tutelate e consolidare il legame tra produzione vitivinicola, comunità locali e aree di origine.

«Il calendario 2026 è il risultato di un lavoro di programmazione che guarda alla promozione in modo strutturato e coerente», dichiara Vitaliano Maccario, presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato. «La presenza in manifestazioni di rilievo nazionale come il Salone del Vino di Torino, così come l'organizzazione di eventi sul territorio, risponde alla volontà di creare occasioni concrete di incontro e confronto.

Sono momenti fondamentali per far conoscere le denominazioni, il lavoro dei produttori e la varietà espressiva del Monferrato, rafforzando al tempo stesso il legame con le comunità locali e con le eccellenze gastronomiche che completano il racconto dei nostri vini». Il primo appuntamento in programma è il Salone del Vino di Torino, in calendario dal 28 febbraio al 2 marzo. In questo contesto il Consorzio sarà presente con un banco istituzionale di degustazione e con una masterclass di approfondimento, strumenti pensati per raccontare in modo organico l'identità delle denominazioni e il loro posizionamento all'interno del panorama vitivinicolo piemontese.

Seguirà, domenica 8 marzo, l'evento “Cavatore tra tartufo nero pregiato e Piemonte doc Albarossa”, in programma a Cavatore, realizzato dal Comune di in collaborazione con il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monfer-

rato, Regione Piemonte, Golosaria, Alexala e l'Associazione Tartufai del Monferrato.

L'iniziativa si svolgerà presso la “Casa Felicità” e il Salone Comunale “Casa Scuti” e sarà interamente dedicata alla valorizzazione dell'Albarossa, vitigno della Piemonte Doc nato dall'incrocio tra Barbera e Nebbiolo, capace di esprimere nel Monferrato vini di struttura, intensità e buona capacità evolutiva. Il programma della giornata prenderà avvio alle ore 10 presso la Sala Convegni con la tavola rotonda dal titolo “Tartufo Nero Pregiato del Monferrato e Piemonte Doc Albarossa: un matrimonio d'amore”.

Con il calendario eventi 2026, il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato conferma il proprio ruolo di tutela e valorizzazione della denominazione, promuovendo una conoscenza strutturata e condivisa del territorio attraverso attività di promozione e informazione.

Promozione A Londra una quarantina di buyer internazionali

Travel Hashtag: Alexala con Gran Monferrato

LONDRA

● Alla presenza di 40 buyer internazionali, "Travel Hashtag" è stata l'occasione di debutto ufficiale del Sistema Turistico di Destinazione "Terre del Sud Piemonte", il primo sistema turistico della regione Piemonte che riunisce strategicamente i tre consorzi Sistema Monferrato & Val Bormida, Terre di Fausto Coppi e Gran Monferrato con Alexala, l'Agenzia Turistica Locale della provincia di Alessandria. Per la prima volta, il nuovo Sistema si è presentato in maniera unita a un appuntamento di interesse internazionale, raccontandosi agli interlocutori come un unico prodotto turistico e mettendo a frutto gli obiettivi con cui è nata questa alleanza, ovvero valorizzarsi collettivamente con un'unica visione, unendo le forze ma mantenendo intatte le peculiarità di ciascun soggetto coinvolto. «Quella di Londra ci auguriamo sia stata la prima di tante occasioni di incontro internazionali per un Sistema che siamo certi sia in grado di costruire valore aggiunto nel racconto e nella proposta delle nostre destinazioni turistiche», racconta la delegazione delle Terre del Sud Piemonte presente al Travel



A Londra. Alexala insieme ai Consorzi Turistici del Sud Piemonte

Il debutto

Il nuovo Sistema Turistico di Destinazione si è presentato in maniera unita

Hashtag di Londra, composta da Gea Fravega del Consorzio Turistico Terre di Fausto Coppi, Pamela Provera del Consorzio Turistico Gran Monferrato e Roberta Catinin per il Consorzio Turistico Sistema Monferrato e Valle Bor-

mida e per la Direzione Tecnica network ViA(E) per Viaggiare. «Abbiamo dato una prima dimostrazione pratica di come il lavoro di squadra e la sinergia di intenti possano costruire una promozione turistica più convincente, forte e interessante, sostenuta da un'offerta commercialmente fondata in grado di emergere all'interno di un panorama complesso come quello del mercato internazionale. Era esattamente quello che avevamo in mente quando abbiamo deciso di intraprendere il percorso di creazione del Sistema Turistico di Destinazione».

LN INTERNATIONAL:

<https://www.ln-international.net/home/news/16582/travel-hashtag-alexala-a-londra-con-i-consorzi-turistici-del-sud-piemonte>

AGENDA VIAGGI:

<https://www.agendaviaggi.com/litalia-dei-territori-incanta-londra-il-successo-di-travel-hashtag/>

Formazione Insieme Alexala, Atl della Provincia di Alessandria e Unpli

Pro loco e turismo: progetto per valorizzare il territorio

MONFERRATO

● Comprendere meglio il sistema turistico locale, e utilizzare nuove competenze per migliorare la comunicazione e la promozione degli eventi sul territorio, trasformandoli in appuntamenti di rilievo turistico. È questo lo scopo principale del progetto formativo per le Pro Loco attivato da Alexala, ATL della Provincia di Alessandria, in collaborazione con il Comitato Provinciale UNPLI (Unione Nazionale Pro Loco Italiane) Alessandria. I due enti, grazie a un protocollo d'intesa sottoscritto all'inizio di dicembre 2025, hanno messo in campo un'i-

niziativa per mettere a disposizione degli operatori delle Pro Loco strumenti pratici e conoscenze aggiornate in grado di permettere loro di valorizzare al meglio le peculiarità e gli appuntamenti dei propri territori. È nato così il progetto formativo "Pro Loco e Turismo: competenze per valorizzare il territorio", concretizzatosi poi in tre lezioni consecutive, tematiche e gratuite, con docenti messi da Alexala a disposizione dei partecipanti, con l'obiettivo di fornire una visione più chiara del funzionamento del sistema turistico locale, del ruolo degli uffici di accoglienza turistica e delle possibilità di coinvolgimento

delle Pro Loco, fornendo anche strumenti pratici e linee guida per una comunicazione degli eventi locali più professionale, efficace e coordinata. Le lezioni - che si sono tenute dal 22 gennaio al 5 febbraio 2027 - hanno avuto infatti una progressione tematica partita con 'Il sistema turistico locale e il ruolo degli IAT', continuata con la 'Comunicazione degli eventi' e conclusa con la lezione 'Da evento locale a evento turistico'; Al progetto formativo hanno aderito ventotto Pro Loco, per un totale di poco meno di cinquanta partecipanti, dimostrando quanto può essere proficua la collaborazione tra enti locali.

M.IAR.

I volontari sono stati coinvolti in corsi telematici sulla promozione dei loro eventi. L'iniziativa è il primo passo della collaborazione tra l'Unpli e l'agenzia provinciale

Pro loco a lezione dall'Atl Alexala "Feste e sagre risorsa per il turismo"

LA STORIA

NICOLÒ FOTO
ALESSANDRIA

Un seminario della durata di tre lezioni per aiutare le Pro loco a sviluppare il loro brand. È questo il primo frutto del protocollo d'intesa siglato da Alexala, l'agenzia turistica locale della provincia e, Unpli, l'Unione nazionale delle Pro loco italiane, rappresentata sul territorio da Sergio Poggio, che ne è presidente provinciale. Un «agreement» firmato di recente ma che ha già prodotto risultati concreti, come manifestano le decine di iscritti a un progetto singolare solo all'apparenza, denominato «Pro loco e turismo: competenze per valorizzare il territorio».

In un'area geografica che più che mai ha bisogno di una spinta, seppure negli ultimi anni l'aria che tira sembra più fresca, le due realtà hanno deciso di fare squadra, partendo dalle manifestazioni di piazza, popolari, che appassionano gli avventori di passaggio e li invogliano a ritornare per approfondire conoscenze e curiosità. «Questa collaborazione è servita a migliorare il valore dei nostri eventi – racconta Poggio –, partendo dalle piccole cose. Basta infatti un po' d'attenzione alla pubblicizzazione dei nostri eventi per ottenere dei risultati più concreti e questo lo abbiamo capito dalle tre lezioni organizzate insieme ad Alexala. È

stato un corso formativo, che si è svolto per via telematica e che ha attirato almeno una cinquantina di rappresentanti dalle Pro loco della provincia». Prosegue il presidente di Unpli: «Il primo incontro virtuale ha riguardato gli uffici turistici, mentre il secondo è sceso nel dettaglio, approfondendo sulla qualità grafica dei manifesti che realizziamo per le nostre sagre. Del resto, sono il biglietto da visita delle nostre rassegne. La lezione conclusiva ha invece visto come relatore il direttore della fiera del tartufo di Alba, che ha parlato di come realizzare un indotto partendo dai prodotti e ci ha dato consigli a proposito del turismo. Quando si ha a che fare con un prodotto di eccellenza come il tartufo è più semplice, ma siamo comunque contenti di aver frequentato questo corso e ci portiamo a casa le nozioni acquisite». Le Pro loco vivono infatti un periodo che potrebbe essere definito come interlocutorio. In questi mesi stanno compiendo un passo decisivo e di trasformazione, entrando all'interno del registro unico del terzo settore, trasformandosi a tutti gli effetti in Aps, associazioni di promozione sociale. Un passaggio che si somma alle già tante difficoltà burocratiche, come la necessità per i soci di dover completare i corsi di primo soccorso, di Hecp, il sistema di autocontrollo per la sicurezza alimentare, e altri obblighi che, a volte, scoraggiano i giovani dal farsi avanti, costringendo alcune a cessare le attività.

Forse saranno anche questi i prossimi passi da effettuare insieme. «Il protocollo d'intesa siglato con Unpli Alessandria – esordisce il direttore generale di Alexala, Marco Lanza – aveva l'intento di fornire alle Pro loco formazione a proposito di argomenti interessanti e va visto come il primo step nell'ottica di una collaborazione più ampia. Mettiamo insieme le reciproche competenze al fine di trarre giovamento per tutto il territorio».

«Da parte nostra – prosegue Lanza – abbiamo messo in campo strumenti in ambito comunicativo, provando a trasmettere le strategie che conosciamo: ciò che ne è conseguito è stato un buon riscontro di partecipanti, che hanno dato

Negli incontri
si è parlato degli
lat ma anche di
come migliorare
i manifesti degli
appuntamenti
e valorizzare
i prodotti di punta

vita a un confronto positivo. Questa provincia ha un grande patrimonio di Pro loco, avamposto di bellezza del territorio. Chi decide di farne parte lo fa con convinzione, spinto da una forte sensibilità. Alexala può fornire quelle skill che servono a valorizzarla ancora di più». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

12/02/2026 – Targato CN – Alla BIT di Milano i Paesaggi Unesco di Langhe-Roero e Monferrato presentano il nuovo Piano di Gestione con focus su giovani e comunità

Alla BIT di Milano i Paesaggi Unesco di Langhe-Roero e Monferrato presentano il nuovo Piano di Gestione con focus su giovani e comunità



Governance condivisa con Ente Turismo LMR e Alexala. In programma una nuova brochure narrativa, un Hackathon per l'imprenditorialità giovanile e il turismo management plan finanziato dal Ministero della Cultura. Bongioanni: "Le Langhe sono il brand più forte del Piemonte"



Il Sito Unesco dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato pubblicherà nel corso del 2026 il nuovo Piano di Gestione: lo strumento strategico che definisce le linee guida per la tutela, la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio nei prossimi cinque anni, basato su un modello di governance partecipata e collaborativa.

Il Piano nasce dall'analisi approfondita dello stato dell'arte del territorio, con l'obiettivo di promuovere una gestione culturale e turistica che riconosca come fondamento dell'attrattività locale la cultura, le tradizioni e i saperi locali che hanno reso il paesaggio vitivinicolo un Patrimonio dell'Umanità.

Tra le novità del Piano, l'approccio congiunto con le Agenzie turistiche locali - Alexala ed Ente Turismo Langhe Monferrato Roero - che rafforza la collaborazione tra istituzioni, operatori del settore e comunità locali.



In linea con questa visione, il primo frutto concreto della collaborazione è la nuova **brochure narrativa dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato**, presentata in una prima versione cartacea al pubblico della **BIT di Milano**, alla presenza di Paolo Bongioanni, assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte. La versione finale del pieghevole verrà presentata in occasione del Vinitaly 2026 il prossimo aprile.

La brochure **racconta il territorio attraverso la lente Unesco**, mettendo in evidenza l'interazione armoniosa tra comunità e natura, la cultura del vino e il lavoro umano che hanno modellato il paesaggio e il suolo nel corso del tempo e **sarà distribuita negli uffici turistici delle province di Alessandria, Asti e Cuneo** e sarà consultabile on line sul sito dell'Associazione www.paesaggivitivinicoliunesco.it.

Il Piano di Gestione dei Paesaggi Unesco, operativo da giugno 2026, conferma come **le comunità locali, soprattutto i giovani, siano al centro della governance del Sito**. Infatti, all'interno di una più ampia progettualità, è **previsto per settembre 2026 un Hackathon**: una maratona di idee, innovazioni e progettualità condivise in cui i ragazzi delle scuole di secondo grado di Langhe Monferrato Roero collaboreranno con un team di sviluppatori, comunicatori ed esperti di settore per dare vita a start up e a nuovi spunti per l'imprenditorialità giovanile locale.

Questo evento è la prima azione per la realizzazione di un ***tourism management plan*** del Sito, finanziato dal **Ministero della Cultura**, che punterà a redistribuire i flussi turistici all'interno dell'area e a mantenere attive tutte le comunità locali, in risposta a una specifica richiesta espressa dai residenti.

La presentazione delle attività 2026 dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato in BIT si è conclusa con un brindisi con l'Alta Langa DOCG dell'**Enoteca Regionale Piemontese Cavour**, che ha sede in una delle sei componenti del Sito Unesco, il Castello di Grinzane Cavour.

LE DICHIARAZIONI

Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte: *«Questo progetto è un bell'esempio in cui due enti del turismo si mettono insieme per lavorare su un prodotto. Nei miei sogni c'è quello di strutturare il turismo piemontese non per suddivisioni amministrative ma per prodotti. Oggi il turista non guarda se si trova in questa o quella provincia ma guarda l'offerta. Voi siete arrivati alla sintesi di questo pensiero e lo fate con un cappello straordinario che è quello dell'Unesco. Dietro c'è una storia importante, partita anni fa dai nostri grandi vinificatori che hanno saputo creare prodotti di eccellenza e li hanno saputi far conoscere intuendo per primi che il commercio dell'agroalimentare va sviluppato sul piano internazionale. Sono appena rientrato da Dubai dove abbiamo promosso l'agroalimentare piemontese portando i grandi risi delle pianure biellesi, vercellesi e novaresi accompagnati da prodotti certificati come la Nocciola tonda gentile e la Mela Rossa Cuneo. Abbiamo raccolto l'entusiasmo dei partecipanti, ma a fianco di questo abbiamo ancora registrato la difficoltà a raccontare il territorio, a far capire dove sono Torino e il Piemonte con i loro prodotti. Siamo ancora troppo autoreferenziali, non basta dire "siamo al centro del mondo". Le Langhe invece hanno già una loro riconoscibilità come territorio Unesco, e sono il più forte fra i brand che il Piemonte può esportare. Dobbiamo avere il coraggio di osare con le nostre eccellenze. Per andare a conquistare un mercato straniero che ancora non mi conosce devo partire dalla locomotiva alla quale agganciamo i vagoni al traino, e voi avete in mano la realtà che oggi ha forse la responsabilità più grande in Piemonte. Dobbiamo lavorare insieme a un percorso che ci consenta fra qualche anno di tagliare il traguardo che altre regioni d'Europa partite prima di noi hanno saputo raggiungere: diventare una regione con un respiro europeo e caratteristiche di internazionalità. Il Piemonte, primo in Italia come prodotti a denominazione d'origine, ha tutti i numeri per farlo».*

Bruno Bertero, direttore site manager dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato e direttore generale di Ente Turismo Langhe Monferrato Roero: *«Cinque anni fa un momento come questo non sarebbe stato possibile: cultura e turismo non dialogavano in modo così stretto. Oggi, invece, le due ATL e il sito UNESCO, grazie al confronto continuo con il Ministero della Cultura, lavorano fianco a fianco per preservare e promuovere non solo i paesaggi, ma anche l'identità culturale del territorio, attraverso un percorso comune. Infatti, il turista, oggi, ricerca sempre di più la relazione con la comunità, l'identità e la cultura locale. Il settore in settore turistico è in rapida evoluzione e un Piano di Gestione con durata più breve - cinque anni al posto dei dieci del precedente - ci permette non solo di anticipare gli sviluppi futuri, ma anche di rimodulare in tempi stretti il lavoro in funzione dei nuovi trend globali.*

Il Ministero della Cultura ha premiato la nostra progettualità con un significativo finanziamento che noi investiremo in attività dedicate alla comunità locale, soprattutto ai giovani, come l'Hackathon del prossimo settembre».

Marco Lanza, direttore di Alexala, agenzia turistica locale della provincia di Alessandria: *«La collaborazione tra gli enti ci permette di avere un doppio vantaggio: da un lato, partnership forti su progetti condivisi e trasversali su più province; dall'altro, garantisce riconoscibilità del nostro patrimonio Unesco, fatto di valori veri e tangibili, che i nostri turisti ricercano e apprezzano. Questo è il messaggio più forte da trasmettere soprattutto ai visitatori internazionali: un paesaggio frutto della relazione positiva tra uomo e natura. Il mio auspicio è che il modello del piano di Gestione del Sito Unesco venga esteso alle governance locali come buona pratica di efficienze e trasparenza, per facilitare relazioni e sviluppi con le istituzioni e le pubbliche amministrazioni».*

Giovanna Quaglia, presidente dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato: *«Quest'anno restituiamo il Piano di Gestione che ci darà le direttrici per lo sviluppo futuro a partire dalle nostre radici che sono la cultura e il lavoro dell'uomo. Il Sito comprende 10.000 ettari di Core zone, dalle vigne ai castelli, passando per gli Infernot del Monferrato. Il Piano di Gestione fotografa il futuro, quali sono le nostre sfide: "comunità" è la nostra parola chiave. L'Associazione nasce come living lab, come spazio di co-creazione tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e università, con l'obiettivo di collaborare per testare, valutare e sviluppare nuove tecnologie e nuovi modi di vivere il territorio, mettendo i giovani al centro di questo percorso. Ringraziamo la Regione per aver creduto nel valore sperimentale di questo modello applicato alla gestione del sito UNESCO dell'associazione e i direttori delle due ATL per consentire la piena ed efficace operatività della nostra visione».*

<https://www.targatocn.it/2026/02/12/leggi-notizia/argomenti/eventi/articolo/alla-bit-di-milano-i-paesaggi-unesco-di-langhe-roero-e-monferrato-presentano-il-nuovo-piano-di-gesti.html>

LA NUOVA PROVINCIA:

<https://lanuovaprovincia.it/news/asti/501046/paesaggi-vitivinicoli-unesco-alla-bit-di-milano-il-nuovo-piano-per-il-futuro-del-territorio.html>

TURISMO ITALIA NEWS:

<https://www.turismoitalianews.it/ultime/24909-bit-2026-i-paesaggi-vitivinicoli-di-langhe-roero-e-monferrato-presentano-la-gestione-congiunta-del-sito-unesco>

Alexala e Unpli

Insieme per la formazione turistica

È nato così il progetto formativo “Pro Loco e Turismo: competenze per valorizzare il territorio”, concretizzatosi poi in tre lezioni consecutive, telematiche e gratuite, con docenti messi da Alexala a disposizione dei partecipanti, con l’obiettivo di fornire una visione più chiara del funzionamento del sistema turistico locale, del ruolo degli uffici di accoglienza turistica e delle possibilità di coinvolgimento delle Pro Loco, fornendo anche strumenti pratici e linee guida per una comunicazione degli eventi locali più professionale, efficace e coordinata.

Territorio Appuntamento alle ore 15 alla Casa delle Arti di Ozzano

Giovani Attivi in Monferrato Sabato si presenta il progetto

OZZANO MONFERRATO

● Grande attesa per l'avvio del Progetto G.A.M. - Giovani Attivi in Monferrato che vede Rosignano come Comune capofila e che si presenterà ufficialmente sabato 14, alle ore 15, presso la Casa delle Arti ad Ozzano. Accanto a Rosignano ed Ozzano, sono della partita anche i Comuni di Cella Monte, San Gorgio Terrugia e Treville; oltre a loro ANCI Piemonte, ANCPI, Provincia di Alessandria, Servizio Socio Assistenziale, ISS Leardi-Luparia, Istituto Comprensivo e altre Associazioni dei sei Comuni coinvolti. Il programma del progetto, che da febbraio si

articolerà in molteplici appuntamenti per giungere sino ad ottobre prossimo, è strutturato appositamente per sollecitare l'interesse dei giovani tra i 15 e i 34 anni: aspettative diverse ma comunque tutte rivolte ad acquisire competenze, sviluppare nuove esperienze, promuovere progettualità innovative da applicare nel mondo della scuola o del lavoro a secondo dei casi e delle età coinvolte. Ancor prima dell'avvio, sono alte le aspettative che accompagnano il progetto "G.A.M. - Giovani Attivi in Monferrato": non solo con un sempre maggiore coinvolgimento dei partners sin qui attivi, ma anche con la adesione

al progetto di nuovi soggetti che ne valutano la potenzialità. Da qui la adesione di Alexala, che arricchirà le competenze relativamente al profilo della valorizzazione turistica del territorio nelle sue molteplici sfaccettature, e dell'Azione Cattolica Diocesana che apporterà un formidabile contributo di esperienza sotto il profilo sociale e dell'organizzazione giovanile. «Ci apprestiamo a dar vita ad un percorso che sicuramente sarà arricchente per tutti i soggetti coinvolti e che, ne siamo certi, sarà prezioso ed utile per i giovani che vi aderiranno», commentano i sindaci promotori del progetto.

Vignale Monferrato Progetti per le due strutture che attendono da tempo di trovare la loro identità

Palazzo Callori, ex cantina sociale: l'anno del rilancio?

VIGNALE MONFERRATO

● Palazzo Callori e l'ex Cantina Sociale: due strutture "attenzionate speciali" sulle quali si giocherà la partita del loro rilancio.

Dopo anni di serrate, parziali ri-aperture (i weekend di Golosaria, le iniziative dell'Associazione Amici di Palazzo Callori e alcuni spettacoli del festival Vignale in Danza) e diffuse incertezze sulla destinazione d'uso finale, sembra essere arrivato al giro di boa uno degli immobili più sontuosi del territorio, dimora da oltre 120 stanze di proprietà della Regione Piemonte, sottoposto a più tranches di restauri e collaudi. Reduce dai recenti sopralluoghi dell'Assessore regionale Gian Luca Vignale e, soprattutto, dell'euro parlamentare Letizia Moratti, pare vicina l'intesa con la Fondazione San Patrignano, custode di una collezione d'arte esposta ai Palazzi dell'Arte di Rimini.

Più in salita la strada della "fu" Cantina Sociale, rilevata dal Comune a un prezzo favorevole. Il team della Sindaca Tina Corona è già "caccia" di bandi di finanziamento per rianimare quello che fino a quindici anni fa fungeva da centro di conferimento delle uve di zona. Sull'ex Cantina si affollano idee e progetti, da un Museo del Vino a sede logistico-operativa della Pro Loco. Nel frattempo, il Municipio ha già provveduto a sfalcare e pulire la zona dall'incolto.

Messo fine al suo anno sabbatico, la rediviva Associazione Sportiva (ASD), presieduta da Sergio Lasagna, ridiscenderà in campo con le proprie squadre nei rispettivi campionati di categoria, nell'annata che celebra mezzo secolo di torneo di Tamburello a Muro. Un comeback che coinciderà, inoltre, con il restyling del fondo



Vignale Monferrato. L'amministrazione comunale ha al vaglio diversi progetti per i suoi immobili

dello Sferisterio "Porro", deciso di concerto con l'Amministrazione. L'impresa Fratelli Deandreis di Palazzolo Vercellese ha provveduto a rimuovere lo strato superficiale, ormai sabbioso, e procedere a posare oltre 50 metri cubi di polvere di frantoio, sistemata, livellata e pressata. Ancora, il Comune attende i risultati della graduatoria di un bando per finanziare il rifacimento degli spogliatoi e del magazzino.

Sul fronte turistico, Vignale sorride di fronte agli 8 mila pernottamenti registrati solo nel 2024, un numero destinato a lievitare una volta realizzata la nuova Area Camper nel parcheggio "Eraldo Monzeglio". Sulla scia di quanto deliberato da realtà vicine, il Consiglio ha approvato, previo consulto dell'agenzia Alexala, l'introduzione di una tassa di soggiorno i cui introiti finanzieranno, per legge, gli interventi e le migliorie nei settori turistico,

ricettivo e culturale. Niente da fare, almeno per il momento, per l'adesione ai Borghi più Belli d'Italia. L'omonima associazione, che vi ha effettuato un sopralluogo, ha riscontrato alcune criticità sulla fattispecie vignalese, fra cui l'esiguità della pavimentazione in pietra locale e la presenza di alcuni elementi (come l'apertura di portoni e finestre e l'antenna in prossimità del Castello Callori) che non si conciliano con i criteri guida essenziali per l'ammissione. Troppo pochi i 24 mesi concessi a Vignale dai Borghi più Belli d'Italia per apportare il restyling richiesto. Simili interventi non possono essere completati in così poco tempo e con le risorse di cui disponiamo, replica il Vice Roberto Corona che ha, invece, annunciato la (ri)candidatura alla Bandiera Arancione di Touring Club. Ben quindici associazioni operano nel nostro borgo, tutto l'anno, con un lungo elenco

di manifestazioni: ogni mese c'è sempre qualcosa - è ancora Roberto Corona - Siamo entrati nel circuito dei Comuni Fioriti, forti anche della cura del Giardino Alto di Palazzo Callori. Abbiamo rimesso a punto l'Area Ecologica in Regione Berruta e monitoriamo costantemente, anche grazie ai nostri cantonieri, gli abbandoni dei rifiuti.

Movimento demografico

Sul fronte demografico, Vignale non scende sotto i 930 abitanti, pur registrando una lieve contrazione da 933 a 931 (449 maschi e 482 femmine).

Negativo il saldo naturale (quattro nati - due maschi e due femmine, contro 11 decessi); segnò più, invece, sul migratorio, con 51 ingressi (30 maschi e 21 femmine) e 47 cancellazioni (23 maschi e 24 femmine).

Paolo Giorcelli

Promozione Presentazione dello storyboard e del trailer del video

Alexala racconta alla Bit il Cammino di S. Michele

MILANO

● L'eccellenza turistica della provincia di Alessandria si è svelata nel cuore di Milano. In occasione della BIT - Borsa Internazionale del Turismo 2026, l'AtI Alexala ha presentato un palinsesto ricco di novità, mettendo al centro una nuova opportunità turistica per il territorio: il Cammino di San Michele. L'appuntamento si è inserito nel contesto dello Spazio Piemonte (Padiglione 11) dove, dal 10 al 12 febbraio, la Regione ha raccontato la propria svolta strategica sotto il nuovo brand "Eccellenza Piemonte – Piemonte Is". Un ecosistema di comunicazione che punta a trasformare ogni itinerario e prodotto tipico in un ambasciatore dell'autenticità piemontese.

Mercoledì 11 febbraio alle 12.15, il tratto alessandrino del Cammino di San Michele è stato al centro di una presentazione che ha raccontato come il percorso si sia dotato di nuovi strumenti di comunicazione: un video emozionale ad alto profilo tecnologico (finanziato da Regione Piemonte, Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria e Camera di Commercio Alessandria-Asti) che ha visto protagonista il tratto del cammino della provincia di Alessandria, che è stato interessato da un importantissimo intervento infrastrutturale sostenuto dal-



Alla Bit. La presentazione del Cammino di San Michele

la Provincia di Alessandria e finanziato da fondi della Regione Piemonte.

«Qualsiasi progetto, nella società multimediale, necessita per avere successo di essere divulgato nella maniera più efficace. La comunicazione, in questo contesto, è ciò che porta agli occhi di tutti la bellezza di un territorio: per questo come ATL del territorio abbiamo sempre ritenuto fondamentale la realizzazione di uno strumento che raccontasse gli importanti interventi fatti sul tratto alessandrino del Cammino di San Michele», commenta Roberto Cava, Presidente di Alexala.

la. «Un Cammino che è un nuovo tassello nella nostra grande e variegata proposta turistica, che da sempre trova due storici punti di forza nell'outdoor e nel turismo religioso, grazie al Sacro Monte di Crea Patrimonio Unesco. In questo senso, il Cammino di San Michele unisce perfettamente due anime che fanno parte della nostra provincia e che raccolgono quella bellezza silenziosa tipica dei nostri borghi e della nostra natura, unendo passi, spiritualità e orizzonti inattesi in un nuovo sito attrattivo che siamo certi sarà di grande interesse nazionale e internazionale».

DI ALESSANDRIA

<https://www.dialessandria.it/cultura-eventi/eventi/alexala-racconta-alla-bit-il-cammino-di-san-michele/261373.html>

IL LUOGO

<https://www.il-luogo.it/alexala-racconta-alla-bit-il-cammino-di-san-michele/>

OGGI CRONACA

<https://www.oggicronaca.it/2026/02/alexala-racconta-alla-bit-il-cammino-di-san-michele/>

Langhe Monferrato Roero alla Bit Un percorso con Ente Turismo LMR e Alexala per la valorizzazione del territorio

C'è il nuovo Piano di Gestione del sito Paesaggi Vitivinicoli

MILANO

● Il Sito Unesco dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato pubblicherà nel corso del 2026 il nuovo Piano di Gestione: lo strumento strategico che definisce le linee guida per la tutela, la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio nei prossimi cinque anni, basato su un modello di governance partecipata e collaborativa. Il Piano nasce dall'analisi approfondita dello stato dell'arte del territorio, con l'obiettivo di promuovere una gestione culturale e turistica che riconosca come fondamento dell'attrattività locale la cultura, le tradizioni e i saperi locali che hanno reso il paesaggio vitivinicolo un Patrimonio dell'Umanità. Tra le novità del Piano, l'approccio congiunto con le Agenzie turistiche locali – Alexala ed Ente Turismo Langhe Monferrato Roero – che rafforza la collaborazione tra istituzioni, operatori del settore e comunità locali. In linea con questa visione, il primo frutto concreto della collaborazione è la nuova brochure narrativa dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, presentata in una prima versione cartacea al pubblico della BIT di Milano, alla presenza di Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte. La versione finale del pieghevole verrà presentata in occasione del Vinitaly 2026 il prossimo aprile.

La brochure racconta il territorio attraverso la lente Unesco, mettendo in evidenza l'interazione armoniosa tra comunità e natura, la cultura del vino e il lavoro umano che hanno modellato il paesaggio e il suolo nel corso del tempo e sarà distribuita negli uffici turistici delle province di Alessandria, Asti e Cuneo e sarà consultabile on line sul sito dell'Associazione www.paesaggivitivinicoliunesco.it. Il Piano di Gestione dei Paesaggi Unesco, operativo da giugno 2026, conferma come le comunità locali, soprattutto i giovani, siano al centro della governance del Sito. Infatti, all'interno di una più ampia progettualità, è previsto per

settembre 2026 un Hackathon: una maratona di idee, innovazioni e progettualità condivise in cui i ragazzi delle scuole di secondo grado di Langhe Monferrato Roero collaboreranno con un team di sviluppatori, comunicatori ed esperti di settore per dare vita a start up e a nuovi spunti per l'imprenditorialità giovanile locale. Questo evento è la prima azione per la realizzazione di un tourism management plan del Sito, finanziato dal Ministero della Cultura, che punterà a redistribuire i flussi turistici all'interno dell'area e a mantenere attive tutte le comunità locali, in risposta a una specifica richiesta espressa dai residenti. La presentazione delle attività 2026 dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato in BIT si è conclusa con un brindisi con l'Alta Langa DOCG dell'Enoteca Regionale Piemontese Cavour, che ha sede in una delle sei componenti del Sito Unesco, il Castello di Grinzane Cavour. Giovanna Quaglia, presidente dell'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato: «Quest'anno restituiamo il Piano di Gestione che ci darà le direttrici per lo sviluppo futuro a partire dalle nostre radici che sono la cultura e il lavoro dell'uomo. Il Sito comprende 10.000 ettari di Core zone, dalle vigne ai castelli, passando per gli Infernot del Monferrato. Il Piano di Gestione fotografa il futuro, quali sono le nostre sfide: "comunità" è la nostra parola chiave. L'Associazione nasce come living lab, come spazio di co-creazione tra cittadini, imprese, pubblica amministrazione e università, con l'obiettivo di collaborare per testare, valutare e sviluppare nuove tecnologie e nuovi modi di vivere il territorio, mettendo i giovani al centro di questo percorso. Ringraziamo la Regione per aver creduto nel valore sperimentale di questo modello applicato alla gestione del sito UNESCO dell'associazione e i direttori delle due ATL per consentire la piena ed efficace operatività della nostra visione».



Alessandria è un dolce ricordo per chi l'ha lasciata da tempo
Da lontano sbiadiscono i difetti e si colorano le potenzialità

I ritmi lenti, l'eleganza l'inconfondibile ironia L'immagine della città vista dai suoi "expat"

IL REPORTAGE

DANIELE PRATO
ALESSANDRIA

Li definiscono «expat», espatriati, persone che hanno scelto di studiare, lavorare, trasferirsi all'estero, o anche solo in altre città, molte volte senza guardarsi indietro. Non è il caso di un gruppo di alessandrini che ha trovato fortuna, o costruito la propria, lontano da casa ma che ha mantenuto e continuato a coltivare, pur tra sentimenti a volte contrastanti, un rapporto costante e personale con le proprie radici. «D'altronde Alessandria è la mia città. La respiro e la vivo anche quando sono lontana». Molto lontana, visto che Claudia Pesarelli, 64 anni, da un pezzo è trapiantata a Milwaukee, in Wisconsin, 7.400 chilometri in linea d'aria dalle rive del Tanaro. Ci è arrivata dopo una tappa intermedia a Pittsburgh: alle spalle una carriera da farmacista e un presente come tutor di italiano per adulti. Ha aperto un blog, «Un'alessandrina in America», dove racconta la sua vita a stelle e strisce coltivando allo stesso tempo il legame con le origini.

Da remoto, i difetti sfumano e i pregi acquistano colore, alimentati da maggiore obiettività e un pizzico di nostalgia. Ed ecco perché il viaggio de La Stampa alla ricerca dell'immagine più autentica di Alessandria, quella che il Comune, con Upo, Alexala e Costruire Insieme punta a individuare nell'ambito di un progetto di «city branding», stavolta raccoglie le voci degli

alessandrini finiti a vivere più o meno lontani dalla madrepatria. «La Cittadella è il simbolo più visibile ma per me è sempre stata una presenza periferica – spiega Claudia –. Ciò che più rappresenta Alessandria è piazzetta della Lega, il centro nevralgico della città. Il suo obelisco, i bimbi che giocano, gli anziani sulle panchine: tutto lì parla di comunità. Quello spazio, generazione dopo generazione, ha visto passare la storia di Alessandria». È un'agorà che non ha perso di significato e che, in qualche modo, richiama i ritmi lenti e le dinamiche di provincia che tanto piacciono a Filippo Barosini, 30 anni: il diploma al classico Plana, la laurea in Bocconi a Milano e oggi una vita nel mondo della finanza tra Zurigo e Lugano: «Torno a casa con una certa regolarità, ma da fuori ho di Alessandria una percezione dolce. È bello alternare la vita frenetica con lo scorrere del tempo che in provincia viaggia su altre velocità. Alessandria è il paradigma della piccola città italiana. Il suo punto di forza è questo: passeggiare sotto i portici, fermarsi in un caffè a gustare pasticcini di prima qualità. I miei amici svizzeri ne sono stati conquistati».

Certo, portare dei turisti da queste parti non è facile e lo sa Chiara Santamaria, 41 anni, nata a Borgo Rovereto: dopo la laurea in Scienze internazionali, si è trasferita a Roma dove lavora per Unicef Italia, occupandosi di comunicazione. «Per tornare in città impiego 6 ore e questo è un limite sul quale lavorare, anche per attirare residenti – spiega, rievocando l'adolescenza alle gio-

stre e le sale piene dei cinema Corso e Galleria –. Eppure qui ci sono tante potenzialità e qualcosa si muove. La cultura si sta rivelando un'opportunità. Penso a un evento come l'Ottobre alessandrino. E immaginiamo cosa potrebbe diventare la Cittadella se si intercettassero fondi europei. Il Monferrato, poi, è a un passo». Di eventi si intende la giornalista Elisa Pasino, che si è trasferita a Milano nel 1998 e, dopo una carriera in molte testate, lavora all'ufficio stampa dell'università Iulm. «Ogni volta che torno sono gioie e dolori – dice –, è una città a misura d'uomo, un sogno per chi vive in una metropoli, ma è buia e disordinata. La chiave è ridare impulso al suo cuore con eventi coordinati, di livello, com'è stato Aperto per Cultura o la manifestazione che organizzai nel 2017 in corso Roma per salvarla dal fallimento Borsalino. Gli alessandrini rispondono alle buone proposte».

E da brava alessandrina, la proposta la fa un'altra eccellenza che ha scelto Milano, l'artista, pittrice, umorista Giuliana Maldini: «Vorrei vederla meno grigia, piena di murali. Uno lo vorrei dipingere io. Alessandria è nel cuore, ho tanti ricordi nostalgici. Eppure, secondo me il suo tratto distintivo, in cui mi riconosco, è l'ironia, quel raro talento di sdrammatizzare tutto con la battuta pronta. Aveva ragione Eco quando scriveva che dobbiamo sentirci fieri di essere figli di una città senza retorica e senza miti». Lui, il più blasonato e ammirato degli «expat» alessandrini. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Così su La Stampa

Alla ricerca dell'immagine di Alessandria



Su La Stampa del 1° novembre 2025 l'annuncio del progetto di «city branding» di Comune, Upo, Alexala e Costruire Insieme per individuare l'immagine più autentica di Alessandria e valorizzarla



FILIPPO BAROSINI
TRAPIANTATO
AZURIGO



**Alessandria è il
paradigma della
città italiana fatta di
ritmi lenti, portici
caffè e pasticcini**





GIULIANA MALDINI
ABITA
A MILANO



**L'ironia è il tratto più
distintivo di questa
città che porto nel
cuore ma la vorrei
piena di colori**



CHIARA SANTAMARIA
TRASFERITA
AROMA



**Il suo potenziale sta
nelle dimensioni e
nella cultura ma
vanno migliorati
i collegamenti**



CLAUDIA PESSARELLI
ESPATRIATA
A MILWAUKEE



**Piazzetta della Lega
è il luogo dove si
incrociano le
generazioni e tutto
parla di comunità**



ELISA PASINO
VIVE
A MILANO



**Alessandria merita
di rivivere e va
valorizzata con
eventi di livello
e ben coordinati**

ALLA BIT LA NUOVA GESTIONE DEL SITO UNESCO DEI PAESAGGI VITIVINICOLI DI LANGHE E MONFERRATO



GIULIO MORRA

Le terre rare

ANTONELLA M. LARocca

Debutto alla Bit di Milano per la nuova gestione congiunta del Sito Unesco. Presentato dai Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, il piano

rientra nel programma 2026 dell'ente e rappresenta lo strumento strategico che definisce le linee guida per la tutela, la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio nei prossimi cinque anni, basato su un modello di "governance" partecipata. – PAGINA 46

Destinazione paradiso

I paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato in vetrina alla Bit di Milano con la nuova gestione integrata. Prime uscite pubbliche anche per Terre del Sud Piemonte, il nuovo sistema di destinazione turistica

L'EVENTO

ANTONELLA M. LARocca

Debutto alla Bit di Milano per la nuova gestione congiunta del Sito Unesco. Presentato dai Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, il piano rientra nel programma 2026 dell'ente e rappresenta lo strumento strategico che definisce le linee guida per la tutela, la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio nei prossimi cinque anni, basato su un modello di "governance" partecipata e collabora-

tiva. Da cosa nasce? Punto di partenza è stata l'analisi dello stato dell'arte del territorio, con l'obiettivo di promuovere una gestione culturale e turistica che riconosca come fondamento dell'attrattività locale la cultura, le tradizioni e i saperi locali che hanno reso il paesaggio vitivinicolo un Patrimonio dell'Umanità. «Quest'anno restituiamo il Piano di Gestione che ci darà le direttrici per lo sviluppo futuro a partire dalle nostre radici che sono la cultura e il lavoro dell'uomo – sottolinea Giovanna Quaglia, presidente dell'associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di

Langhe-Roero e Monferrato - Il piano fotografa il futuro, quali sono le nostre sfide: "comunità" è la nostra parola chiave».

Prime uscite pubbliche anche per Terre del Sud Piemonte, il neonato sistema turistico di destinazione che ha messo insieme a Atl, Alexala di Alessandria,



e tre consorzi, Sistema Monferrato & Val Bormida, Terre di Fausto Coppi e Gran Monferrato. Il nuovo modello di gestione territoriale, che integra pubblico e privato, si è presentato compatto ad uno degli appuntamenti più importanti del palcoscenico turistico internazionale, il Travel Hashtag di Londra, proponendo come un unico prodotto turistico integrato. Lo scopo dei sistemi turistici di destinazione è infatti quello di organizzare risorse, servizi e attrazioni di un territorio per promuoverlo e valorizzarlo in modo strategico. Evoluzione delle Dmo, le destination management organization, il sistema di destinazione mira dunque sviluppare in modo partecipato offerte turistiche che siano competitive e sostenibili. «Il debutto internazionale a Londra è stato un passaggio simbolico e operativo allo stesso tempo – spiega Andrea Cerrato, presidente del consorzio Sistema Monferrato in rappresentanza di Terre del Sud Piemonte - Abbia-

mo dimostrato che un modello pubblico-privato, quando è fondato su obiettivi chiari, “governance” condivisa e strumenti commerciali concreti, può diventare realmente competitivo». Un modello pubblico-privato che supera, dunque, la frammentazione e costruisce una visione condivisa, mantenendo al contempo le specificità identitarie di ciascun territorio. Quaranta i tour operator internazionali intercettati a Londra: «Abbiamo dato una prima dimostrazione pratica di come il lavoro di squadra e la sinergia di intenti possano costruire una promozione turistica più convincente, forte e interessante – precisa Cerrato – Non si tratta solo di promuovere un territorio, ma di costruire un’offerta integrata, strutturata e pronta per il mercato». Londra è stata però solo la prima tappa di un percorso strutturato di posizionamento sui mercati internazionali. In questi giorni il sistema Terre del Sud Piemonte è stato infatti tra i protagonisti del-

la Bit di Milano e tra due settimane sarà presente alla Borsa del Turismo Internazionale di Bari. Un modo per confermare una strategia di presidio coordinato dei principali appuntamenti di settore. Elemento centrale del modello è il network ViA(E) per Viaggiare, utilizzato come strumento di commercializzazione e aggregazione dell’offerta. «Attraverso questa piattaforma, il sistema è in grado di proporre esperienze, pacchetti e prodotti turistici coerenti con le esigenze dei buyer internazionali». —

Giovanna Quaglia

“Il piano fotografa

il futuro

e quali sono

le nostre sfide

Comunità è la nostra

parola chiave”

Andrea Cerrato

“Abbiamo dimostrato

che un modello

pubblico-privato

quando è fondato

su obiettivi chiari

è competitivo”



La presidente Giovanna Quaglia nello stand dei paesaggi patrimonio Unesco alla Bit di Milano



I vigneti patrimonio Unesco



Andrea Cerrato e l'assessore Bongioanni

Sezzadio entra in “Microcosmi”: cultura e identità nel circuito Rotary International

Abbazia di Santa Giustina, Via Aemilia Scauri e percorsi Aleramici tra i primi sei luoghi inseriti nell'app che promuove il patrimonio del Basso Piemonte e della Liguria



SEZZADIO – Un nuovo passo per la valorizzazione del territorio. Venerdì 20 febbraio alle ore 14.30, in piazza Libertà a Sezzadio, sarà ufficializzata l'adesione al progetto **“Microcosmi” del Rotary International-Distretto 2032**. Un'iniziativa turistica nata per promuovere il patrimonio culturale e artistico del Basso Piemonte e della Liguria.

Alla cerimonia – insieme al sindaco **Giancarlo Triggiani** – saranno presenti i vertici del Rotary International-Distretto 2032, il Club Rotary di Valenza, i Presidenti della Provincia di Alessandria, di Alexala, della Fondazione Slala e diversi sindaci dei Comuni limitrofi. Un momento istituzionale ma soprattutto simbolico, che segna l'ingresso ufficiale di Sezzadio in un circuito di promozione territoriale innovativo e condiviso.

Un progetto per valorizzare i “microcosmi” locali

L'iniziativa **Microcosmi**, lanciata nell'anno rotariano 2021-2022, nasce con un obiettivo chiaro. Sostenere lo **sviluppo del territorio** attraverso il **potenziamento del turismo locale**, valorizzando le identità, le tradizioni e i beni culturali spesso meno conosciuti ma di grande valore.

Promosso dal Distretto Rotary 2032, il progetto **punta a costruire una rete** tra Comuni, istituzioni e comunità locali, mettendo al centro arte, storia e paesaggi che raccontano l'anima più autentica dei territori.

Il cuore operativo del circuito è l'app **“Microcosmi”**. Che propone **itinerari tematici e percorsi di scoperta** attraverso contenuti digitali accessibili direttamente dai visitatori. I luoghi inseriti sono segnalati con paline informative dotate di Qr Code, che permettono di accedere a informazioni storiche, artistiche e culturali. Un modo moderno e coinvolgente per promuovere il turismo esperienziale e sostenibile, valorizzando anche il racconto diretto degli abitanti.

I sei luoghi simbolo di Sezzadio

Sezzadio debutta nel circuito con sei luoghi che rappresentano altrettanti motivi di orgoglio per la comunità:

- **Abbazia di Santa Giustina**, gioiello architettonico e spirituale del territorio.
- **Chiesa Parrocchiale.**
- **Complesso di Santo Stefano.**
- **Via Aemilia Scauri.**
- **Palazzo Municipale**
- **I percorsi ciclopedonali Aleramici**, che uniscono natura, storia e mobilità dolce.

Un patrimonio che racconta secoli di storia e che ora potrà essere conosciuto e apprezzato da un pubblico più ampio.

Un'occasione per il territorio

"L'adesione a Microcosmi – sottolinea Triggiani – rappresenta una **straordinaria opportunità** per far conoscere le tradizioni, il patrimonio storico e i paesaggi di Sezzadio. Ma anche le persone che ogni giorno rendono vivo e unico il paese. Un ringraziamento particolare al Presidente del Club Rotary di Valenza, **Pietro Ferraris**, e al Presidente della Commissione Distrettuale Microcosmi, **Mauro Conta**, per aver reso possibile l'ingresso di Sezzadio nel circuito".

L'appuntamento è aperto a tutta la cittadinanza. "Un momento di **comunità che guarda al futuro**. Con la consapevolezza che la valorizzazione del territorio passa dalla collaborazione e dalla capacità di raccontarsi".

<https://www.ilpiccolo.net/2026/02/18/sezzadio-entra-in-microcosmi-cultura-e-identita-nel-circuito-rotary-international/>

Anche Casale e il Monferrato alla BIT di Milano

MILANO (gpc) - Casale ed il Monferrato erano presenti dal 10 al 12 febbraio alla BIT, la Borsa Internazionale del Turismo nello stand di Alexala, si è inserito nel contesto dello Spazio Piemonte dove la Regione racconta la propria svolta strategica sotto il nuovo brand "Eccellenza Piemonte-Piemonte Is", un ecosistema di comunicazione che punta a trasformare ogni itinerario e prodotto tipico in un ambasciatore dell'autenticità piemontese. In tale occasione i Paesaggi Unesco di Langhe-Roero e Monferrato hanno presentato il nuovo Piano di Gestione con focus su giovani e comunità ed una nuova brochure narrativa dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato. La brochure sarà distribuita negli uffici turistici delle province di Alessandria, Asti e Cuneo e sarà consultabile on line sul sito dell'Associazione www.paesaggivitivinicoliunesco.it.

19/02/2026 – Prima Alessandria – Il Giro d'Italia riaccende i riflettori sulla provincia di Alessandria

FILO DIRETTO

Il Giro d'Italia riaccende i riflettori sulla provincia di Alessandria

La provincia di Alessandria si conferma sempre più una destinazione privilegiata per chi ama viaggiare in bicicletta



Il passaggio del **Giro d'Italia** tra Novi Ligure e Alessandria non è solo un evento sportivo, ma una straordinaria opportunità di rilancio per tutta la provincia. Ne parliamo a Filo Diretto con i sindaci **Giorgio Abonante** e **Rocchino Muliere**, insieme a **Lara Bianchi** di Alexala.

Due tappe, un territorio

Le tappe del Giro d'Italia previste per il 21 e 22 maggio rappresentano uno degli appuntamenti più attesi dell'anno per il territorio alessandrino. L'arrivo a Novi Ligure e la partenza da Alessandria coinvolgeranno numerosi comuni, trasformando la manifestazione in una vera vetrina nazionale.

Dietro questo risultato c'è un lavoro lungo e condiviso, portato avanti dalle amministrazioni locali, dagli enti turistici e dagli operatori del settore. L'obiettivo non era solo ospitare una corsa, ma costruire un progetto capace di valorizzare l'intero territorio, mettendo in rete sport, cultura, commercio e turismo.

La presenza del Giro permetterà di animare i centri storici, favorire l'afflusso di visitatori e sostenere le attività economiche locali. Iniziative collaterali, eventi culturali e momenti di intrattenimento accompagneranno le giornate di gara, estendendo l'impatto positivo ben oltre le ore della competizione.

In particolare, Alessandria potrà vivere un'intera mattinata a contatto con i professionisti, mentre Novi Ligure si prepara ad accogliere un arrivo spettacolare. Un'occasione per rafforzare l'identità del territorio e consolidare la sua vocazione sportiva.

Il Giro, dunque, diventa uno strumento di promozione integrata, capace di generare benefici duraturi. Non solo una festa per gli appassionati, ma un investimento sul futuro della provincia.

Cicloturismo, la nuova frontiera del turismo in provincia

Negli ultimi anni il cicloturismo si è affermato come uno dei settori più dinamici del turismo locale. Un fenomeno che coinvolge sportivi, famiglie, appassionati e viaggiatori attenti all'ambiente. In questo contesto, Alexala ha sviluppato un'offerta strutturata, pensata per rispondere a esigenze diverse.

I percorsi non sono semplici tracciati, ma vere proposte turistiche complete. A ogni itinerario sono abbinati servizi di accoglienza, strutture ricettive, punti di ristoro e collegamenti con il trasporto pubblico. L'obiettivo è rendere l'esperienza accessibile e confortevole per tutti.

Grande attenzione è dedicata al gravel, alla mountain bike e ai percorsi su strada, con un'ampia rete di itinerari che copre gran parte della provincia. I tracciati "a petalo", con partenza da Alessandria, permettono di esplorare il territorio in modo sostenibile, sfruttando anche il sistema ferroviario.

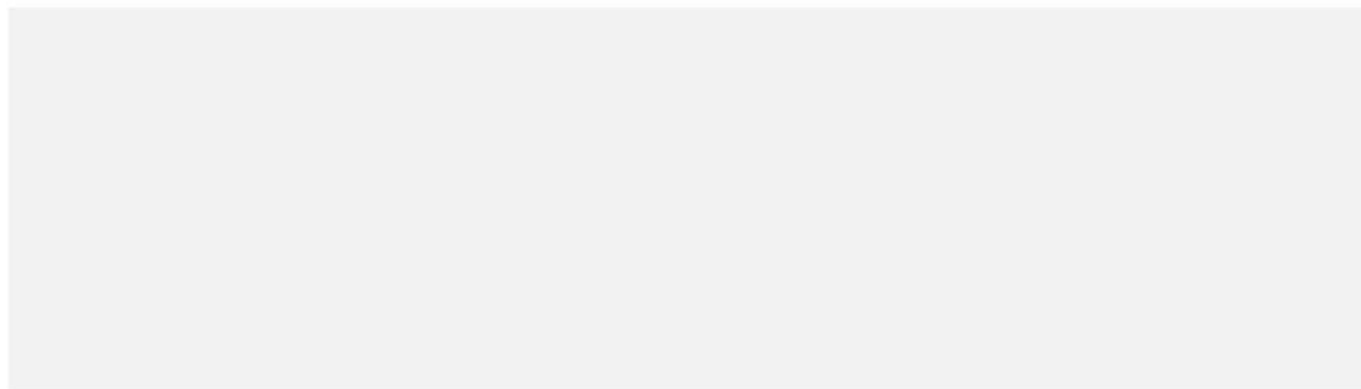
Il cicloturismo viene così interpretato come strumento di valorizzazione del paesaggio, di tutela ambientale e di sviluppo economico. Un modello che favorisce la destagionalizzazione e promuove un turismo lento, consapevole e rispettoso.

Grazie a questa strategia, la provincia si propone oggi come una destinazione competitiva, capace di attrarre visitatori italiani e stranieri durante tutto l'anno.

Sulle strade dei campioni

Novi Ligure, Castellania, Alessandria: nomi che evocano immediatamente la grande tradizione ciclistica italiana. Qui sono cresciuti e si sono affermati campioni come Fausto Coppi e Costante Girardengo, protagonisti di un'epoca che ha segnato profondamente l'immaginario collettivo.

Il ciclismo, in questo territorio, non è mai stato solo competizione. È stato mezzo di trasporto, strumento di lavoro, simbolo di sacrificio e riscatto. Ha accompagnato la vita quotidiana delle comunità e ne ha raccontato l'evoluzione sociale.



Musei, commemorazioni, itinerari tematici e iniziative culturali contribuiscono a mantenere viva questa memoria. Ogni anno, centinaia di appassionati tornano nei luoghi simbolo per rendere omaggio ai campioni e rivivere le loro imprese.

Questo patrimonio rappresenta oggi una risorsa preziosa anche dal punto di vista turistico. La possibilità di pedalare sulle "strade dei miti" attira visitatori da tutta Europa, alimentando uno storytelling capace di superare i confini locali.

Il ciclismo diventa così un ponte tra passato e futuro: una tradizione che continua a ispirare nuove generazioni e a rafforzare l'identità del territorio.

<https://primaalessandria.it/sport/il-giro-ditalia-riaccende-i-riflettori-sulla-provincia-di-alessandria/>

Territorio Giornata inaugurale sabato scorso a Ozzano: sono coinvolti residenti tra 15 e 34 anni

Giovani Attivi in Monferrato Un progetto per sei Comuni

OZZANO MONFERRATO

● È partito nel modo migliore il progetto “Giovani Attivi in Monferrato” sabato scorso ad Ozzano Monferrato. Si tratta di un progetto finanziato dalla Regione Piemonte per 50mila euro che vede coinvolti e protagonisti sei Comuni del Monferrato: Roignano (capofila), Cella Monte, Ozzano, San Giorgio, Terruggia, Treville con altri partners di prestigio quali Anci Piemonte, Anpci, Provincia di Alessandria, Distretto Socio Assistenziale Al, Istituto Leardi-Luparia. Il programma del progetto, è stato presentato dalla dottoressa Gabriella Bigatti, si articola in molteplici appuntamenti per giungere sino ad ottobre prossimo, ed è strutturato appositamente per sollecitare l'interesse dei giovani tra i 15 e i 34 anni: aspettative diverse ma comunque tutte rivolte ad acquisire competenze, sviluppare nuove esperienze, promuovere progettualità innovative da applicare nel mondo della scuola o del lavoro a secondo dei casi e delle età coinvolte. Ancor prima dell'avvio, come ha raccontato il sindaco Cesare Chiesa, le aspettative che accompagnano il progetto sono così alte da aver determinato l'adesione al progetto di nuovi soggetti che ne anno valutato positivamente la potenzialità. Da qui la adesione di Alexala, che arricchirà le competenze relativamente al profilo della valorizzazione turistica del territorio nelle sue molteplici



Sabato scorso. A Ozzano c'è stato il battesimo ufficiale del progetto “Giovani Attivi in Monferrato”

sfaccettature, e dell'Azione Cattolica Diocesana che apporterà un contributo di esperienza sotto il profilo sociale e dell'organizzazione giovanile. La presentazione di sabato pomeriggio scorso alla Casa delle Arti di Ozzano ha visto una folta partecipazione di associazioni, istituzioni e molti giovani che saranno i protagonisti dei prossimi, intensi, dieci mesi di attività del progetto. «Ci apprestiamo a dar vita ad un percorso che sicuramente sarà arricchente per tutti i soggetti coinvolti e che, ne siamo certi, sarà prezioso ed utile per i giovani che vi aderiranno», commentano i sindaci promotori del progetto.



Ozzano. La platea che era presente all'inaugurazione del progetto

21/02/2026 – Il Monferrato – L'immagine di Alessandria si costruisce voce dopo voce.
L'immagine della città legata a quell'ironia tipica di Umberto Eco

CITY BRANDING

L'immagine di Alessandria si costruisce voce dopo voce

MARCONOVARESE

Negli ultimi mesi i giornalisti de La Stampa hanno attraversato Alessandria raccogliendo le testimonianze di gruppi di persone incontrate in luoghi strategici della città per capire come il capoluogo venga percepito da chi lo abita o vi si trovi di passaggio. Questo esercizio



di ascolto si collega direttamente al progetto di city branding portato avanti dal Comune di Alessandria, insieme ad Alexala, a Costruire Insieme e all'Università del Piemonte Orientale. Un logo o uno slogan sono solo il punto d'arrivo di un progetto di questo tipo, che nasce da un processo molto più profondo. Bisogna prima comprendere l'essenza di un luogo, o, in termini tecnici, il suo posizionamento. Ogni città ha una immagine esterna che non sempre è aderente alla realtà. – PAGINA 47

L'immagine della città legata a quell'ironia tipica di Umberto Eco

Si conclude il percorso de La Stampa per il progetto di city branding
L'analisi del docente dell'UpO: "Alessandria tra la nebbia e l'accoglienza"

L'ANALISI

MARCONOVARESE*

Negli ultimi mesi i giornalisti de La Stampa hanno attraversato Alessandria raccogliendo le testimonian-



ze di gruppi di persone incontrate in luoghi strategici della città per capire come il capoluogo venga percepito da chi lo abita o vi si trovi di passaggio. Questo esercizio di ascolto si collega direttamente al progetto di city branding portato avanti dal Comune di Alessandria, insieme ad Alexala, a Costruire Insieme e all'Università del Piemonte Orientale.



Un logo o uno slogan sono solo il punto d'arrivo di un progetto di questo tipo, che nasce da un processo molto più profondo. Bisogna prima comprendere l'essenza di un luogo, o, in termini tecnici, il suo posizionamento. Ogni città (o organizzazione e anche le persone) ha una immagine esterna che non sempre è aderente alla realtà e può essere frutto del caso. Il percorso iniziato da diversi mesi, con una lunga fase di studio e progettazione, e proseguito con gli articoli de La Stampa, mira a comprendere la città e la sua percezione interna ma anche esterna.

L'obiettivo è capire come si viva ad Alessandria per individuare i potenziali interlocutori, siano essi lavoratori, turisti, futuri cittadini o imprese. In questo senso, le interviste proposte offrono una serie di spunti ed esemplificano l'importanza dell'ascolto e della partecipazione

diffusa. L'immagine deve nascere in maniera condivisa e deve essere reale.

La Stampa ha intervistato oltre cento persone. Per circa il 40 per cento Alessandria è città di passaggio. Sebbene questo dato non abbia una valenza statistica assoluta e possa dipendere dai contesti scelti per i colloqui, dà comunque l'immagine di un centro che offre servizi e attira pubblici diversi. Molte persone che oggi vivono qui, pur non essendovi originarie, descrivono inoltre un luogo che ha permesso loro di costruirsi una vita economicamente serena, garantendo una crescita professionale e umana. Nel racconto corale emergono alcune immagini e dimensioni che ricorrono con grande frequenza, come il grigio e la nebbia, evocati generalmente con un significato positivo e quasi metaforico. La «nebbia che nasconde» richiama anche il tema dei cortili cittadini, luoghi che racchiudono tesori non immediatamente visibili all'occhio distratto.

Più in generale, Alessandria si caratterizza per la sua vivibilità e per il suo essere a misura di persona, offrendo la possibilità di costruire legami profondi e riti quotidiani nelle sue piazze e vie principali e nei parchi, sovente citati. Questa dimensione da capoluogo accogliente è rafforzata da una forte identità culturale legata all'architettura e alla presenza di enti formativi

d'eccellenza come l'Università e il Conservatorio.

Un ruolo chiave ce l'hanno i prodotti tipici, molto evocati e conosciuti; probabilmente in città più grandi questo legame con la tradizione è più difficile da mantenere. Ad Alessandria il rapporto con il cibo si intreccia indissolubilmente con la socialità dei bar e dei locali pubblici. Tuttavia, insieme a queste note positive, i giornalisti hanno catturato anche gli stati d'animo e l'indole della comunità, nella quale l'ironia convive con una spiccata tendenza al lamento. Ne emerge una visione di una città più da vivere che da raccontare, per l'assenza di retorica, segnata dalla difficoltà nel valorizzare le proprie caratteristiche e nel comunicare il proprio potenziale all'esterno.

Una delle sfide di questo progetto è quella di trasformare i racconti in dati, per evitare di farsi influenzare da luoghi comuni o stereotipi. La varietà dei racconti offre una varietà enorme di spunti. Oltre alle parole dette, anche lo stile e il modo di esprimerle rappresentano fonti di dati. L'ironia è stata evocata esplicitamente, legata a Umberto Eco o vissuta con frasi che la rendevano viva. Nei prossimi mesi questo lavoro sarà fatto su larga scala. E finalmente progettare una immagine condivisa. —

**professore di Economia Politica dell'Upo*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MARCONOVA
PROFESSORE
UPO



Una delle sfide di questo progetto è quella di trasformare i racconti in dati per evitare di farsi influenzare da luoghi comuni o stereotipi. La varietà dei racconti offre una varietà enorme di spunti



Una foto panoramica di Alessandria: la città vista dalla ruota panoramica sistemata in piazza Garibaldi lo scorso Natale

CASTELLANA

Sezzadio • Sei luoghi del paese inseriti nei percorsi

Il paese entra in "Microcosmi" il turismo passerà da una app

Sezzadio. Il paese di Sezzadio entra a far parte di "Microcosmi", l'iniziativa turistica del Rotary International.

Si tratta di un progetto nato nel 2021-22, creato con l'obiettivo di mettere in luce e valorizzare le straordinarie bellezze dei territori di Liguria e Basso Piemonte, spesso dimenticate ma in realtà in grado di offrire esperienze entusiasmanti. L'innovativo progetto si basa sullo sviluppo di una app (chiamata, appunto, "Microcosmi"), che funge da guida completa per gli esploratori locali e i viaggiatori interessati a scoprire le ricchezze di queste regioni. La app "Microcosmi" offre una ampia scelta di percorsi, tappe e curiosità che coprono una gamma di interessi che spazia dall'arte all'architettura, dalla religione alla storia. Gli utenti possono esplorare la storia millenaria dei nostri territori attraverso itinerari tematici che li condurranno in incantevoli città, borghi storici e siti culturali.

Inoltre, sempre grazie all'app, gli utenti possono esplorare una serie di percorsi consigliati e lasciarsi guidare alla scoperta di prelibatezze locali,



piatti tradizionali, prodotti artigianali e vini pregiati.

Percorsi in cui ci sarà, come detto, anche Sezzadio. L'adesione del paese al progetto "Microcosmi" sarà ufficializzata venerdì 20 febbraio, alle 14,30, in piazza Libertà, alla presenza dei vertici del Rotary International - Distretto 2032, del Club Rotary di Valenza, dei Presidenti della Provincia di Alessandria, di Alexala, della Fondazione Slala e di alcuni Sindaci dei Comuni limitrofi.

I primi sei luoghi di Sezzadio che saranno inseriti nei per-



corsi della app sono l'Abbazia di Santa Giustina, la Chiesa Parrocchiale, il Complesso di Santo Stefano, Via Aemilia Scauri, il Palazzo Municipale ed i percorsi ciclopedonali Aleamici, tutti adeguatamente segnalate da paline informative con relativo QR Code.

Un ringraziamento speciale è stato rivolto al presidente del Club Rotary di Valenza Pietro Ferraris ed al presidente della Commissione Distrettuale "Microcosmi" Mauro Conta che hanno reso possibile l'adesione di Sezzadio.

Sezzadio Sei luoghi da rivalutare e un'app per i turisti

■ Nel 'microcosmo' di Sezzadio i primi sei luoghi da valorizzare al di fuori dell'ambito locale sono l'abbazia di Santa Giustina, la chiesa parrocchiale, il complesso di Santo Stefano, la via Aemilia Scauri, il palazzo municipale ed i percorsi ciclopedonali Aleramici, tutti adeguatamente segnalati da paline, o pannelli informativi con tanto di Qr code.

Fa parte del progetto 'Microcosmi', l'iniziativa turistica del Rotary International. Il circuito utilizza una app mobile per offrire itinerari tematici e scoprire arte, storia e tradizioni locali, spesso dimenticate, promosse direttamente dagli abitanti. «È una occasione straordinaria per far conoscere le nostre tradizioni, il patrimonio storico, i paesaggi e le persone che ogni giorno rendono unico il nostro territorio», hanno detto il sindaco Giancarlo Triggiani e i promotori venerdì alla formale adesione, avvenuta in piazza della Libertà alla presenza dei vertici del Rotary International - Distretto 2032, del Rotary Club Valenza, del presidente della Provincia Luigi Benzi con i rappresentanti di Alexala, Fondazione Slala, di Villa Badia, sindaci dei Comuni limitrofi.

DANIELA TERRAGNI

Secondo mandato per l'imprenditrice agricola di Trisobbio: resta anche Viarengi

Ferrando ancora presidente

Cia: confermata all'unanimità al vertice della sezione di Asti-Alessandria

Daniela Ferrando è stata confermata presidente Cia Alessandria-Asti. Lo ha stabilito il voto dei 70 soci delegati nell'ambito della IX Assemblea elettiva svolta in data odierna in Camera di Commercio ad Alessandria.

Prende quindi il via il secondo (e ultimo) mandato quadriennale di Ferrando, laureata in Agraria, imprenditrice agricola dal 2008, che ha rilevato l'azienda del nonno a Trisobbio (Ca' Rotta, iscritta nel Registro Imprese Storiche e che ha celebrato nel 2024 i 100 anni di attività) e l'ha trasformata a indirizzo corilicolo (12 ettari di nocciolo). In un secondo momento è stata avviata l'attività apistica, che attualmente conta circa 200 alveari, e la parte viticola.

È stato presentato anche il nuovo Comitato esecutivo, risultato dei Comitati zonali svolti nelle scorse settimane, composto dai nove presidenti di Zona Cia: Luciano Pallavicini per Alessandria, Marco Capra per Asti, Marco Deambrogio per Casale Monferrato, Luca Semino per Novi Ligure, Matteo Massa per Tortona, Piero Trinchero per Acqui Terme (vicepresidente), Federico Robbiano per Ovada, Ivano Andreos per Castelnuovo Calcea, Amedeo Cerutti per Montiglio (vicepresidente vicario).

Il direttore Paolo Viarengi è stato confermato, con i suoi vice Cinzia Cottali e Franco Piana.

Daniela Ferrando, rappresentante di circa tremila agricoltori delle due province, nel suo primo quadriennio di presidenza ha affrontato momenti e temi di un'agricoltura in continua evoluzione, segnata da alcune criticità: il post-Covid, il problema della PSA e della fauna selvatica, il cambiamento climatico, oltre ad argomenti di rilevanza europea come il Green Deal e la riforma della Pac. È stata anche la Presidente della fusione delle due province Cia, Alessandria e Asti (febbraio 2025).

Dichiara Ferrando: «Ringrazio per la fiducia accordatami. Continueremo l'impegno per rappresentare le istan-



Daniela Ferrando con il direttore Paolo Viarengi

legati al carico di adempimenti burocratici e normativi». Un riepilogo del mandato e del documento programmatico del prossimo quadriennio (affrontare la crisi dei principali settori, evidenziare il problema delle aree interne e del sovraccarico burocratico delle aziende agricole, occuparsi della questione dazi e Mercosur) è stato illustrato ai soci, agli ospiti e alle autorità presenti nella sessione pubblica dell'Assemblea. Tra loro: l'assessore regionale Federico Riboldi, i consiglieri regionali Fabio Isnardi, Davide Buzzi Langhi, Fabio Carosso, Marco Protopapa e Silvia Raiteri, il vicepresidente del consiglio regionale Domenico Ravetti, il presidente di Alexala Roberto Cava, la presidente e il direttore di Confagricoltura Alessandria Paola Sacco e Cristina Bagnasco, il presidente della Provincia di Alessandria Luigi Benzi, il presidente del Parco

GAZZETTA DI ASTI

<https://www.gazzettadasti.it/2026/02/24/daniela-ferrando-confermata-presidente-cia-alessandria-asti/>

LA VOCE DI ASTI

<https://www.lavocediasti.it/2026/02/24/leggi-notizia/argomenti/agricoltura-7/articolo/daniela-ferrando-confermata-alla-guida-di-cia-alessandria-asti.html>

Alessandria All'Ambra arriva "Voci": 10 donne contro il silenzio della Storia

Monica Massone firma uno degli spettacoli più innovativi della stagione, tra drammaturgia, danza e musica eseguita e programmata dal vivo

■ Il prossimo appuntamento con la Stagione Teatrale del Comune di Alessandria, realizzata con Piemonte dal Vivo in collaborazione con Asm Costruire Insieme e Alexala, porta sul palco del Teatro Ambra uno spettacolo capace di unire parola, musica e tecnologia. Sabato 28 febbraio, alle ore 21 in viale Brigata Ravenna 8, Quizzy Teatro di Monica Massone presenterà "Voci - Dieci figure di donna messe a tacere o manipolate dalla Storia".

Epoche e linguaggi

Ideato, scritto e interpretato dalla stessa Monica Massone, lo spettacolo vedrà in scena Marta Ziccardi, voce e danza, e Davide Anzaldi, autore e interprete delle musiche dal vivo e delle performance stilistiche. Ne nasce una pièce originale, costruita come un viaggio sonoro e narrativo che attraversa epoche e linguaggi, conducendo lo spettatore verso una riflessione intima e universale. "Voci" esplora le anime di donne occultate, fraintese o distorte dalla Storia, cercando di abbracciare l'universalità della condizione umana e di interrogarsi sul più misterioso dei temi: che cos'è l'Amore? Epica, leggenda, religione, antropologia, arte e scienza si intrecciano nelle figure di Andromaca, Ecuba, Penelope, Semiramide, Maria Maddalena, la "Strega", Mata Hari, Marie Curie, le Eniac Girls - pioniere della programmazione informatica - fino all'"Angelo",

simbolo di fusione e trascendenza tra maschile e femminile. Ogni figura rappresenta una caduta, ma anche un passaggio

Quizzy Teatro unisce epica, tecnologia e mito in un viaggio teatrale sull'amore e sulla libertà
gio verso la coscienza di sé.

Esperienza immersiva

La narrazione si sviluppa in un continuum che dall'antichità mitica arriva al pragmatismo del presente, fondendo la drammaturgia delle singole storie con una ricerca musicale che sperimenta nuove tecniche di racconto.

Sul palco, attrice, cantante-danzatrice e polistrumentista alternano parole, suoni e azioni fisiche. Il set di strumenti è pensato per costruire un paesaggio sonoro personale e variegato: percussioni, chitarre, strumenti di sound design e synth dialogano con vocalizzazioni naturali o trattate in tempo reale. Alla dimensione musicale si integra il live sound design e live coding, con la sintesi sonora gestita attraverso un linguaggio di programmazione scritto dal vivo e visibile al pubblico.

Le "Voci" prendono così forma attraverso un linguaggio musicale che fonde tradizione ed elettronica, trasformando lo spettacolo in un'esperienza immersiva.



PROTAGONISTA Monica Massone domani sul palco dell'Ambra

ALESSANDRIA TODAY:

<https://alessandria.today/2026/02/24/alessandria-al-teatro-ambra-dieci-donne-riscrivono-la-storia-in-scena-voci/>

28/02/2026 – La Stampa Alessandria – City branding. Ora si passerà ai focus group
C'è un corso Upo. La città lavora sul suo brand "In 50 ai tavoli di confronto"

IL PROGETTO

City branding Ora si passerà ai focus group C'è un corso Upo



Un brand che tenga insieme le voci di tutti, un logo che rappresenti come ogni cittadino si immagina la sua Alessandria. Sarà il risultato del progetto di «city branding», sviluppato dal Comune insieme con l'Università del Piemonte Orientale, Alexala, e Asm Costruire insieme. A tirarne le fila c'è il vicesindaco Giovanni Barosini, che ricorda lo scorso 3 luglio, quando a Palazzo Rosso si gettava quel seme che, si prevede, darà i suoi frutti entro la fine di quest'anno. – PAGINA 43

City branding, fase cruciale del progetto per creare l'immagine vera di Alessandria
Dopo le interviste de La Stampa è il momento dei "focus group" con gli attori locali

La città lavora sul suo brand

“In 50 ai tavoli di confronto”

Il vicesindaco Barosini
“Entro metà marzo
ci sarà una riunione
plenaria con i soggetti
interessati e poi ad
aprile si partirà con gli
incontri tematici”

L'ANALISI

RICCARDOLA GROTTA
ALESSANDRIA

Un brand che tenga insieme le voci di tutti, un logo che rappresenti come ogni cittadino si immagina la sua Alessandria. Sarà il risultato del progetto di «city branding», sviluppato dal Comune insieme con l'Università del Piemonte Orientale, Alexala, e Asm Costruire insieme. A tirarne le fila c'è il vicesindaco Giovanni Barosini, che ricorda lo scorso 3 luglio, quando a Palazzo Rosso si gettava quel seme che, si prevede, darà i suoi frutti entro la fine di

quest'anno. «Gli stakeholder, ossia i portatori di interesse, si sono riuniti nell'estate 2025 – spiega Barosini – per dare una marcia in più alla propria città, a livello del marketing territoriale.



Parallelamente è stato lanciato il progetto delle De.Co, le Denominazioni comunali tutte alessandrine come la focaccia dolce o il Salamino di vacca della Fraschetta, prodotti che sanno di storia e di tradizione. Dopo quell'incontro sono state indicate una cinquantina di persone che proprio in questi giorni saranno chiamate in causa». Nei mesi successivi, il progetto è progredito al passo dei sondaggi condotti in collaborazione con l'Upo e delle indagini che sulle pagine de La Stampa vedevano interpellati i cittadini in vari contesti per raccontare le immagini più autentiche di Alessandria.

Ora che questa prima fase si è conclusa, si avvicina il momento dei «focus group», tavoli di confronto gestiti dall'Upo, che si occuperà inoltre di erogare un

Corso di alta formazione (gratuito, peraltro) proprio in merito al city branding. «Entro metà marzo si terrà una riunione plenaria con la cinquantina di soggetti indicati nei mesi scorsi – chiarisce il vicesindaco –, mentre entro la fine del mese si apriranno le iscrizioni per il Corso di alta formazione. Ad aprile si inizierà con i focus group, tavoli di confronto eterogenei in cui i cittadini si riuniranno intorno ai temi dell'orgoglio e dell'identità della propria città. Non si tratterà, insomma, di capire cosa piaccia e cosa no, quanto di individuare i punti di forza, i tratti distintivi, le leve strategiche, i tesori nascosti». Parallelamente, osserva ancora Barosini, non mancherà l'apertura ad altre forme di dialogo con la cittadinanza, ai guizzi, al genio, «perché crediamo nell'immagine di Ales-

sandria dal punto di vista dei cittadini, in un brand che nasca dal basso e che non sia imposto».

Elementi, questi, che costituiranno il terreno fertile per il momento conclusivo del progetto, quando «tutti i dati, gli spunti, le voci saranno raccolti in una narrazione coerente del territorio che verrà usata come base conoscitiva e creativa per la realizzazione tecnica del brand e del logo di Alessandria. Sarà indetto un concorso internazionale di idee – anticipa Barosini –, finalizzato direttamente alla creazione di un brand in cui tutta la città possa rispecchiarsi. Alla fine, questi ultimi saranno distribuiti alle attività cittadine insieme con un manuale d'uso e l'invito alla diffusione». È così che la città scrive la sua storia. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Piazzetta della Lega è il cuore della città: da qui è partito il viaggio de La Stampa

FOTO CASTELLANA



GIOVANNI BAROSINI
VICESINDACO
DI ALESSANDRIA

Si parlerà di orgoglio e identità per arrivare a un brand che nasca dal basso e non sia imposto

Così su La Stampa

Alla ricerca dell'immagine di Alessandria



Si conclude oggi il viaggio de La Stampa iniziato a novembre nell'ambito del progetto di «city branding» di Comune, Upo, Alexala e Costruire Insieme per individuare l'immagine di Alessandria e valorizzarla