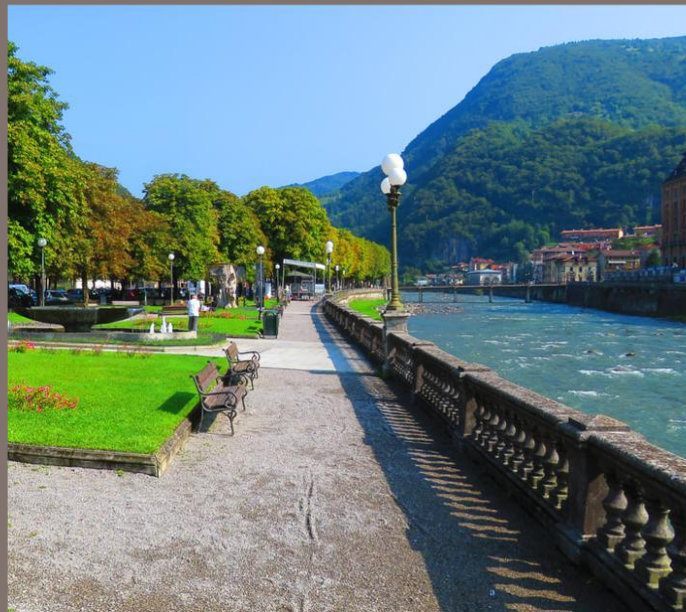


TERRITORI DIGITALI PER IL TURISMO

Progetto di valorizzazione digitale
per il Comune di San Pellegrino
Terme



Il presente documento illustra e descrive la fase di avvio e pianificazione del progetto **“Territori Digitali per il Turismo”**, un nuovo servizio specifico per la digitalizzazione, la fruizione e la valorizzazione del patrimonio turistico culturale, che Maggioli Cultura e Turismo ha elaborato per il Comune di San Pellegrino Terme. In particolare vengono presentati i dati della *Sentiment Analysis* riferita alla destinazione e un’analisi di contesto del territorio, condotta dal nostro gruppo di lavoro, da cui emergono i punti di interesse turistici e culturali (*POI*). Dalla definizione e individuazione dei punti di interesse procediamo con la declinazione del progetto di valorizzazione digitale che prevede la realizzazione delle schede di contenuto descrittive dei POI selezionati per l’inserimento negli strumenti digitali, *landing page digitale e virtual tour 360°*, che andremo a realizzare per il completamento della proposta progettuale e per una nuova fruizione dell’offerta turistico - culturale del territorio. L’utilizzo delle tecnologie digitali risulta particolarmente importante non solo per la promozione turistica, ma anche per il coinvolgimento della comunità locale.

ANALISI DEL SENTIMENT DIGITALE DELLA DESTINAZIONE

La *Sentiment Analysis* è uno strumento essenziale per capire la percezione espressa dai visitatori online, il livello del loro gradimento per un territorio e per i suoi servizi, per l'offerta ricettiva ed enogastronomica, per le attrazioni e i luoghi della cultura. I risultati possono essere tradotti in azioni concrete di valorizzazione, ad esempio migliorando le attrazioni con i feedback raccolti. La reputazione on-line di una destinazione "gioca" un ruolo importante nella scelta da parte dei visitatori.

Il *sentiment* espresso da coloro che hanno soggiornato e fatto esperienza di quel luogo diventa il passaparola che sarà visualizzato e condiviso nelle ricerche di informazioni da parte dei turisti di domani.

L'analisi dell' andamento della sentiment analysis può essere utile per definire alcuni *KPI* (key performance indicator) del successo o meno della destinazione misurando il livello di soddisfazione e la reale percezione espressa online dalle persone sulla destinazione e su ogni singolo punto di interesse, scoprendo i vantaggi competitivi e i punti di debolezza per migliorare l'esperienza dei visitatori, rendendola sempre più positiva, e il posizionamento della destinazione.

I dati proposti e commentati in questa sezione, riferibile al periodo 01 gennaio-22 novembre 2024 e riscontrabili attraverso le schede di report di seguito riportate, scelti in base alla loro rilevanza al fine della conoscenza della percezione espressa dai visitatori online rispetto all' area territoriale di Concorezzo, ricavano che:

ANALISI DELLA DOMANDA

- ✓ Il valore del *Sentiment*, il livello di soddisfazione espresso on line dagli utenti, è decisamente alto 87,03/100 e, da sottolineare, in crescita di 5,2/100 rispetto al precedente anno. Il valore si mantiene alto anche rispetto alla diminuzione delle tracce digitali secondo l'andamento stagionale, confermando il benessere della filiera turistica del territorio che si attesta su un valore di 72,4/100 e un punteggio medio sulla stabilità della destinazione rispetto alle fluttuazioni stagionali di 60,9/100. Quest'ultimo dato sulla stabilità, *Seasonal balance*, è molto importante e dimostra che il territorio mantiene stabile una certa attrattività per tutto l'anno attraverso l'afflusso costante di viaggiatori sul territorio.
- ✓ La provenienza turistica è per il 77,7% italiana e dichiara un sentiment molto alto di 85,5/100 con +3,4 rispetto all'anno precedente; la provenienza estera è pari al 22,3% (Francia-Svizzera-Germania-Regno Unito) con un sentiment molto alto tra l'83,3-89,6/100 che migliora rispetto all'anno precedente di circa 6/100.
- ✓ Le tracce digitali rilevano che la tipologia di visitatore è costituita per il 63,1% da Coppie, unico target che vede sull'anno precedente un incremento, di oltre il 15%. La tipologia di visitatori del territorio è costituita poi per il 21,1% da Famiglie e circa il 16% da Amici/Gruppi e Singoli e Viaggi Lavoro. Il sentiment manifestato è per tutti molto alto,

tra 82,6 e 94/100.

ANALISI DELL'OFFERTA

- ✓ Il monitoraggio della rete si riferisce a un volume di 106 POI, punti di interesse: Ristorazione 32,1%, Attrazioni 22,6%, Ricettività 21,7%, Trasporti 12,3%, Affitti brevi 9,4% e Intrattenimento 1,9%.
Nonostante il livello alto del sentiment è da segnalare un calo generale ed importante del volume dei POI rispetto all'anno precedente.
- ✓ I contenuti monitorati per la valutazione del sentiment in rete rispetto all'offerta turistica sono 6K, distribuiti in particolare su Ricettività e Ristorazione, descrivono un apprezzamento alto che si attesta su una media di oltre 85/100. Da notare l'aumento del sentiment Attrazioni di oltre 23/100 sull'anno precedente, che sottolinea il potenziale di interesse della destinazione per i viaggiatori da un punto di vista turistico-culturale.
- ✓ La percentuale di Saturazione OTA, ossia il livello di occupazione della destinazione sui grandi portali, registra un calo rispetto all'anno precedente di quasi il 15% , in particolare per la il settore Ricettività; per quanto attiene al settore Affitti brevi notiamo un calo minimo del 2,5%.
- ✓ I dati riguardanti le tariffe medie disponibili sulle OTA, con un minimo e un massimo, e la variazione percentuale rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sono un ottimo strumento per avere una panoramica completa e dettagliata della dinamica dei prezzi nella destinazione che dall'analisi in oggetto registra un andamento aumento sia per il settore Ricettività che Affitti brevi.

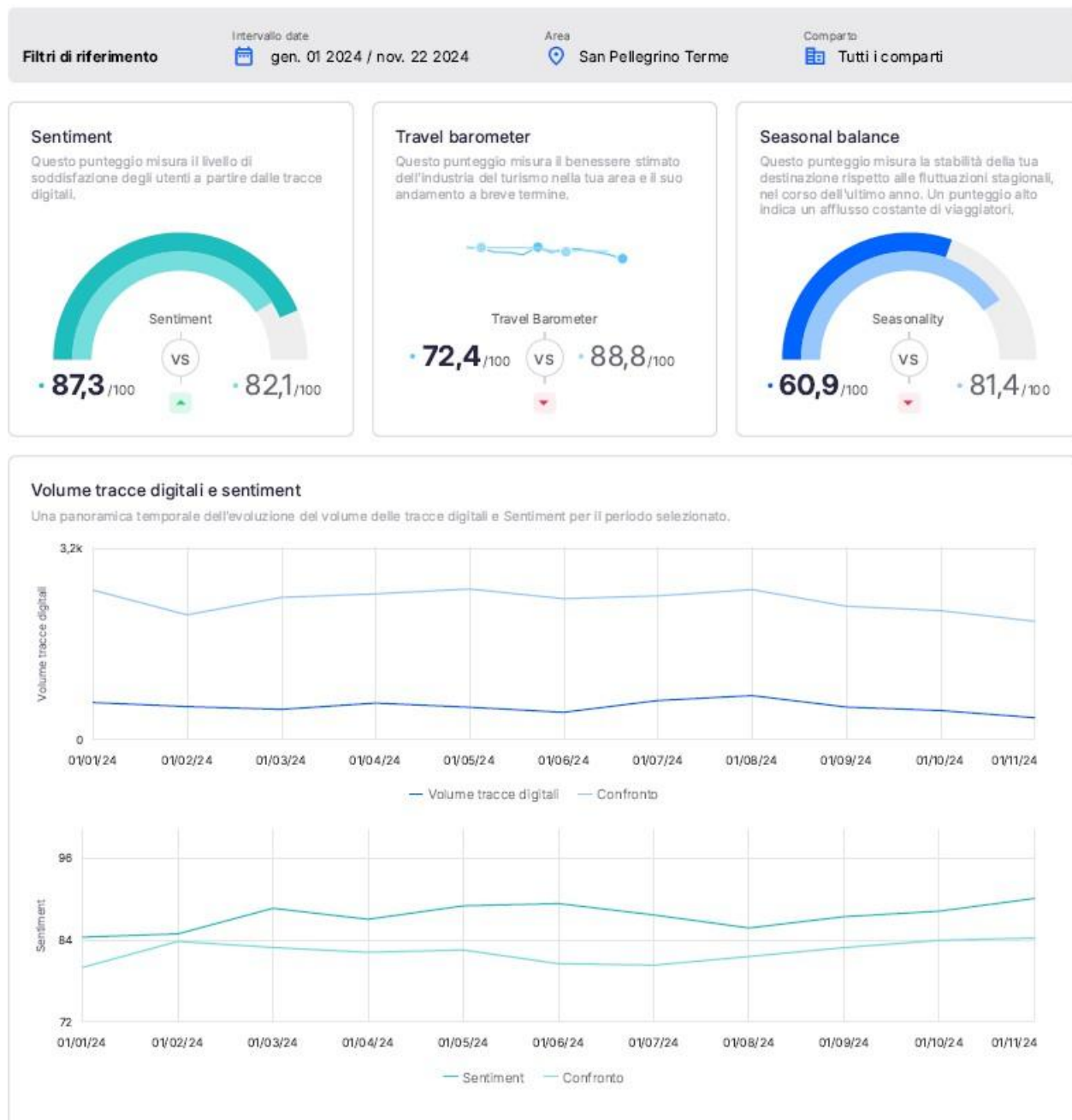
PROSPETTIVE FUTURE

Prendendo in considerazione la *Saturazione e le Tariffe OTA* i dati descrivono un'analisi riferibile a una prospettiva di 6 mesi, fornendo informazioni utili sulle eventuali opportunità a medio/lungo termine della destinazione, aiutando lo sviluppo di strategie efficaci per migliorarne la competitività.

La prospettiva da novembre 2024 a maggio 2025 stima, per quanto riguarda la percentuale di *Saturazione OTA*, un calo di circa il 22% per il settore Ricettività e Affitti brevi. L'andamento delle tariffe prospetta per il settore Ricettività un calo delle *tariffe medie e massime* ed un aumento *tariffe minime* mentre per gli Affitti brevi si registra un andamento in aumento delle *tariffe minime-medie e massime*.

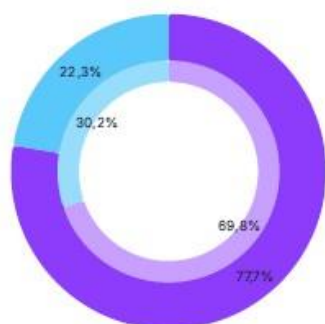
Di seguito i risultati sintetici del Report dell'appeal digitale del Comune di San Pellegrino Terme relative al periodo gennaio- novembre 2024.

Questa sezione analizza le caratteristiche peculiari e principali della domanda in una particolare destinazione. L'analisi comprende una valutazione della soddisfazione percepita e del benessere della destinazione, della stagionalità e delle tipologie di visitatori. Analizzando questi fattori, le imprese e le organizzazioni turistiche possono decidere le proprie azioni verso i visitatori, migliorandone l'esperienza complessiva. L'obiettivo finale di questa sezione è aiutare la destinazione a rimanere competitiva e attraente a partire dai dati della domanda, sostenendo al contempo lo sviluppo dell'industria turistica.



Provenienza viaggiatori

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.

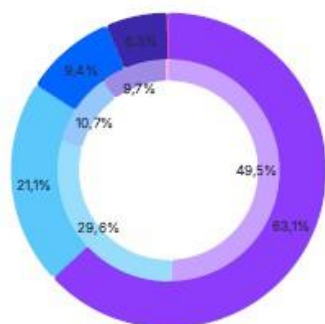


● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	77,7% 69,8%	85,5/100 82,1/100
Francia	4,1% 4,4%	89,1/100 80,6/100
Svizzera	3,1% 3,5%	83,7/100 78,9/100
Germania	2,1% 3,7%	83,3/100 78,8/100
Regno Unito	1,4% 1,6%	89,6/100 80,2/100

Tipologia di viaggiatore

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.

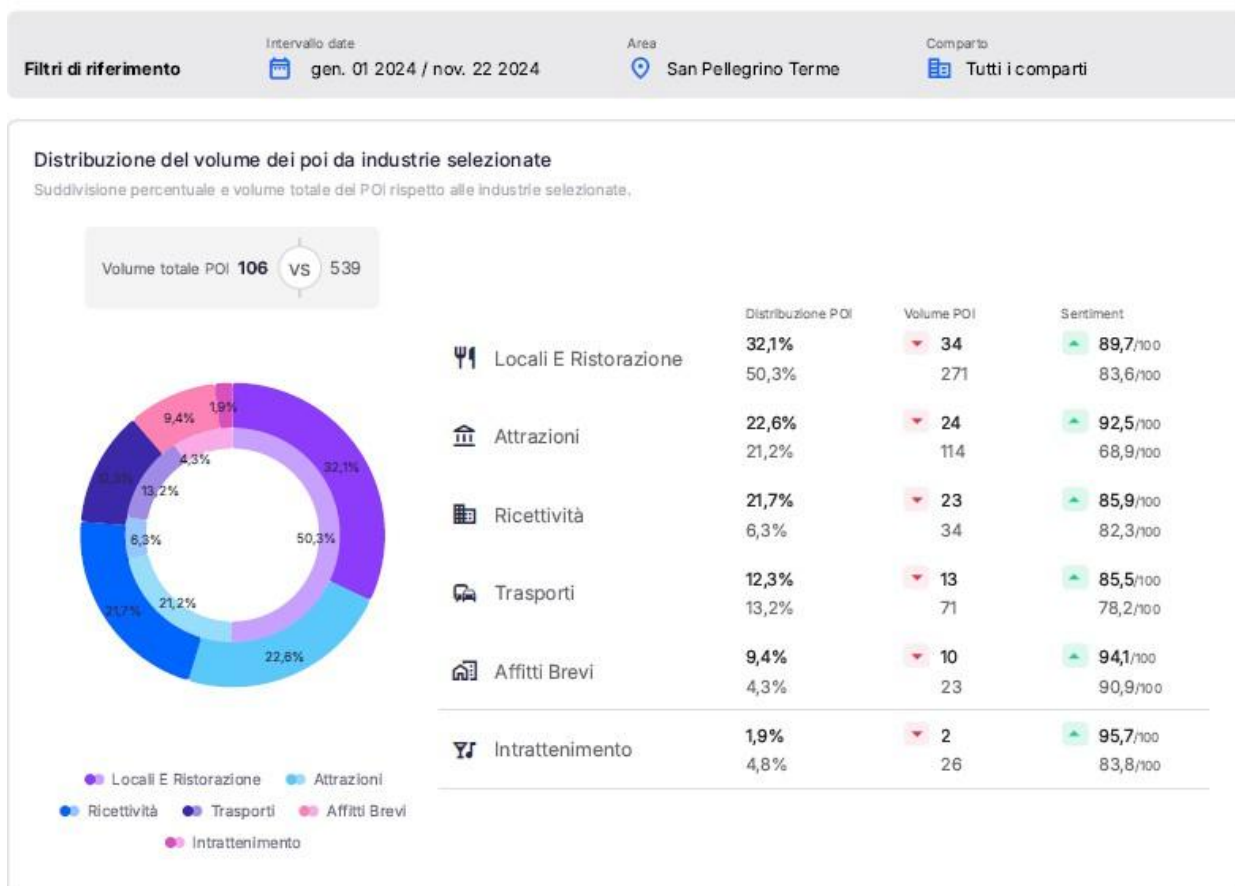


● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo
● Singolo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	63,1% 49,5%	85,6/100 83,2/100
Famiglie	21,1% 29,7%	85,8/100 81,4/100
Amici/Gruppo	9,4% 10,7%	88,2/100 82,0/100
Singolo	6,3% 9,7%	82,6/100 79,0/100
Viaggio Di Lavoro	0,2% 0,4%	94,0/100 68,4/100

Analisi dell'offerta

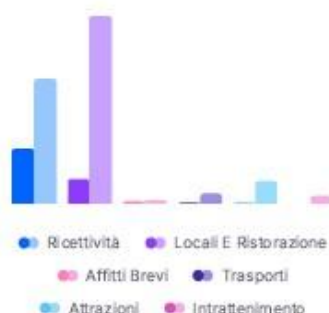
Questa sezione analizza l'offerta della destinazione a partire dal punto di vista della domanda. L'analisi include una valutazione di tutti i prodotti e servizi turistici presenti, con un dettaglio su qualità, disponibilità e attrattiva. Analizzando questi fattori è possibile individuare i punti di forza e debolezza dell'offerta, con un dettaglio per comparto e un focus sulle agenzie di viaggio online. L'obiettivo dell'analisi dell'offerta è aiutare a identificare le opportunità di miglioramento, garantendo un'offerta variegata in linea con le esigenze e aspettative delle diverse tipologie di visitatori. Questo, a sua volta, può aiutare ad attrarre più visitatori nella destinazione, aumentare il gradimento, e lavorare in ottica di gestione sostenibile.



Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **6,0k** VS **25,0k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Ricettività	65,6% 35,0%	3,9k 8,7k	85,9/100 82,3/100
Locali E Ristorazione	29,1% 52,7%	1,7k 13,2k	89,7/100 83,6/100
Affitti Brevi	2,0% 0,9%	119 218	94,1/100 90,9/100
Trasporti	1,7% 2,8%	101 694	85,5/100 78,2/100
Attrazioni	1,6% 6,4%	93 1,6k	92,5/100 68,9/100
Intrattenimento	0,1% 2,3%	7 569	95,7/100 83,8/100

Saturazione ota

Stima del livello della saturazione attuale, (livello occupazione), nella tua destinazione.



Tariffe ota

Andamento delle tariffe minime, medie e massime disponibili.



RICETTIVITÀ

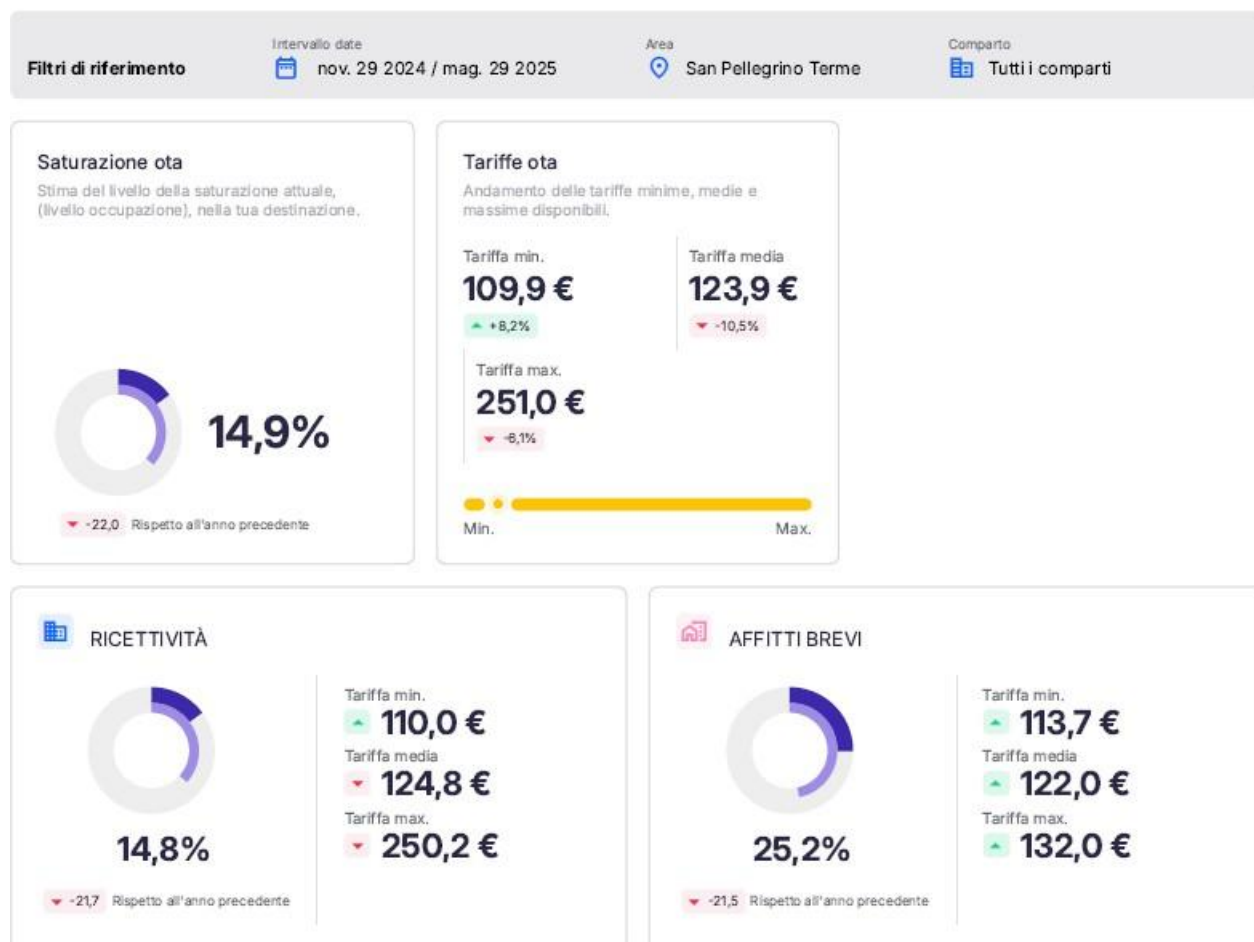


AFFITTI BREVI



Prospettive future

Questa sezione presenta le analisi relative ai prossimi 6 mesi, prendendo in considerazione le tariffe e saturazione OTA. Analizzando questi fattori, la sezione sulle prospettive future può fornire informazioni sui potenziali rischi e opportunità che la destinazione potrebbe affrontare a medio/breve termine, aiutando lo sviluppo di strategie efficaci per rispondere a queste sfide. L'obiettivo di questa sezione sulle prospettive future è contribuire a garantire la sostenibilità e la competitività a lungo termine della destinazione.



CONTESTO TERRITORIALE

San Pellegrino Terme è la perla della Valle Brembana, a circa 28 km a Nord di Bergamo. Collocata al centro della Val Brembana lungo le rive del fiume Brembo, che divide in due il paese, e circondata dalle Prealpi Orobie, la cui vetta più alta è rappresentata dal monte Zucco che raggiunge i 1366 metri s.l.m., è una rinomata località climatica di cura e di soggiorno, conosciuta in tutto il mondo per via dell'omonima acqua minerale, la SanPellegrino. Il territorio si estende su una superficie complessiva di circa 23 kmq coprendo entrambe i versanti della valle. Oltre al capoluogo, posto nel settore centrale del fondovalle a cavallo del Fiume Brembo, San Pellegrino comprende i seguenti nuclei di antica formazione: Alino, Aplecchio, Frasnito e Piazzacava sul fianco destro del Brembo; Antea, Frasnadello, Santa Croce e Spettino sul fianco sinistro. A questi si aggiungono inoltre altri abitati, fra cui i principali: Pracastello, Pregalleno e La Vetta. La Vetta è una frazione ubicata a circa 650 metri s.l.m., situata sui monti del versante destro della valle. Nella prima metà del 900 era un raffinato quartiere residenziale per i frequentatori abituali della stazione climatica, un tempo raggiungibile oltre che dalla strada che parte dal centro del paese anche grazie alla funicolare, inaugurata nel 1909. Le innumerevoli attrezzature turistiche presenti in questa zona, un tempo erano il fiore all'occhiello di San Pellegrino Terme. In questa zona si trovano le "Grotte del Sogno", ampie cavità sotterranee dalla conformazione interessante. Le due sponde del fiume sono collegate da cinque ponti, da nord verso sud: ponte di Dossena, che collega il paese con le frazioni di Antea, Santa Croce e Spettino, ponte Principe Umberto, ponte Vecchio risalente al XV secolo, ponte Camillo Cavour e il ponte Gaetano Donizetti. L'abitato del fondovalle, che costituisce San Pellegrino Terme, si può dividere in più rioni: a sud ci sono Ruspino sulla sponda destra del Brembo e Pregalleno sulla sponda sinistra; procedendo verso l'alta valle si incontrano poi, sulla riva destra, la zona di Caravaggio dove si trova la chiesetta dedicata alla Madonna di Caravaggio a cui i sanpellegrinesi sono molto devoti, quella della chiesa parrocchiale e il centro storico. Dietro al centro si trova la zona del casinò e delle terme, e a nord di queste il rione di Pernazzaro. Sull'altra sponda del fiume si trovano Piazza Basso, di fronte al centro storico, Piazza Alto e il Belvedere. Fra Piazza e il Belvedere si trova il Grand-Hotel. Pur condividendo le stesse origini di economia di sussistenza della valle, l'impulso avviato dal XIX secolo dalla nascita **azienda SanPellegrino** nel 1899, dell'omonima acqua minerale, e dalle Terme ha dato il via a uno sviluppo rapido ed esponenziale leggibile attraverso le architetture che difficilmente s'incontrano negli altri comuni, importanti testimonianze della *Belle Époque* in perfetto **stile Liberty**, quali il Grand Hotel, il Casinò Municipale e le Terme. L'infrastruttura viaria a servizio della valle è la SP ex SS 470 della Val Brembana, infrastruttura che collega i comuni della valle alla città di Bergamo e al sistema autostradale attraverso il casello di Dalmine. Sotto il profilo paesaggistico le vallate bergamasche presentano mutevoli aspetti, dipendenti non solo dalle variazioni altimetriche ma anche dal grado di antropizzazione delle diverse parti. Tutti gli innesti delle vallate principali, Brembana e Seriana, risentono degli sviluppi insediativi del capoluogo provinciale, coagulatisi attorno a preesistenze urbane di per sé già significative per tradizione industriale o agricola. Il territorio di San Pellegrino Terme ha un profilo geometrico irregolare, con accentuate variazioni altimetriche: si raggiungono i 1.502 metri del monte Foldone che, con altri rilievi orobici, quali il monte Zucco, il Castello Regina e, a est, il monte Gioco, disegna la lussureggiante cornice verde, con predominio di faggi, in cui è immerso l'abitato,

dall'andamento piano-altimetrico vario. A partire dal 2007 è stata inaugurata la **ciclovía della valle Brembana**, che costeggia il corso del fiume Brembo e segue il tracciato della ex Ferrovia della Valle Brembana, offrendo lo spunto per passeggiate o gite in bicicletta ed offrendo un plus significativo per un potenziamento strategico della valorizzazione delle risorse identitarie del territorio in un'ottica di *turismo outdoor*, sostenibile ed esperienziale, un'opportunità importante da sfruttare perché permette di diversificare l'offerta, contribuendo a stabilizzare la stagionalità dei flussi e risponde a una sempre maggiore richiesta di un turismo consapevole che prevede emozioni, un contatto non superficiale con la popolazione locale e il patrimonio naturalistico, le tradizioni del posto e naturalmente i prodotti enogastronomici del territorio, determinando impatti importanti in termini di domanda turistica, prodotto turistico ed archetipi esperienziali per vivere e conoscere il territorio.

RICERCA STORICO – CULTURALE

I primi insediamenti nel territorio risalgono all'epoca immediatamente successiva alla caduta dell'impero romano d'occidente, quando le popolazioni delle vallate, incalzate dalle orde barbariche, si rifugiarono nelle vicine località montane. In età medioevale esistevano già diversi villaggi, ciascuno dotato di una propria chiesa parrocchiale, tra cui una di queste era dedicata a San Pellegrino e da essa, nel XIII secolo, prese nome l'intero abitato. Per secoli le risorse della Valle, a causa della prevalenza di terreno montano poco produttivo, rimangono limitate alla pastorizia, all'agricoltura di montagna, alla tessitura casalinga ed all'artigianato. Alla fine del XIX secolo, si assiste ad un effettivo cambiamento della struttura economico-sociale di San Pellegrino nonché del suo piano urbanistico che dà il via ad una serie di costruzioni legate che trasformano la città in un'elegante stazione termale, grazie alla qualità delle acque solfato-alcaline-terrose che sgorgano alla temperatura costante di 26 gradi , di seguito riconosciuta in tutta Italia tale da fare diventare San Pellegrino la “Vichy d'Italia”. Le proprietà dell'acqua San Pellegrino Terme erano già note fin dal medioevo, ma risale al 1840 la costruzione del primo stabilimento che diede l'avvio al moderno sviluppo del paese. Le Terme trasformarono un piccolo paese della valle in un rinomato centro di villeggiatura per la ricca borghesia internazionale. La fama della cittadina accresce con la costruzione del Casinò Municipale nel 1904 e del Grand Hotel nel 1905, costruiti in *stile Liberty* e recependo appieno i dettami della *Belle Époque* che diede al paese la sua caratteristica fisionomia elegante e sontuosa fatta di viali alberati, limpide fontane, freschi giardini e soprattutto maestosi edifici. Per circa un ventennio diviene il fulcro della vita mondana bergamasca e non solo, raffinato ritrovo della ricca borghesia industriale che vuole svagarsi. Anche le infrastrutture beneficiano di queste condizioni positive: oltre alla ferrovia che collega il paese con Bergamo, nel 1909 si costruisce una funicolare per superare i 300 metri di dislivello che lo separano dalla località Vetta. Nel 1961 viene costruito lo stabilimento per l'imbottigliamento dell'acqua minerale S. Pellegrino e delle altre bevande di produzione di Sanpellegrino S.p.A. Per l'originalità e la qualità di queste sue caratteristiche, la cittadina, anche oggi, continua ad offrire a tutti i visitatori, molteplici opportunità di relax, divertimento e svago. Il borgo, diviso dal Brembo e da un grande parco in tre agglomerati urbani, presenta nella parte superiore dell'abitato il tipico

aspetto delle "Villes d'eaux" ottocentesche. Le forme dell'architettura locale tradizionale dominano invece nella parte bassa, dove sorge la settecentesca parrocchiale intitolata a San Pellegrino. Accanto ai gioielli del liberty e all'eleganza del centro urbano, il paese è noto per la sua bellezza del suo ambiente e delle sue frazioni, tra cui la Vetta, Antea, Sussia, Spettino e Santa Croce, patria dei famosi pittori che portano il suo nome: Francesco di Simone e Francesco Rizzo e di Gian Paolo e Francesco Cavagna, i cui dipinti abbelliscono la parrocchiale e le altre chiese, assieme ad altre opere di rilievo. San Pellegrino Terme è circondata da diverse montagne che fanno parte delle Prealpi Orobiche o Bergamasche e sono perfette per coloro che vogliono organizzare facili passeggiate o escursioni di una giornata che permettono di ammirare panorami mozzafiato. Tra le escursioni più note ci sono quella che conduce al piccolo borgo di Sussia e gli itinerari che portano in cima al Monte Zucco, al Monte Sornadello o al Monte Gioco. Per gli amanti della bicicletta le possibilità sono molte a partire dalla ciclovía della valle Brembana, un itinerario lungo circa 21 km che costeggia il corso del fiume Brembo partendo da Zogno e, attraversando diversi comuni tra cui San Pellegrino, arriva a Piazza Brembana.

PUNTI DI INTERESSE (POI)

In riferimento al patrimonio turistico e culturale del Comune di San Pellegrino Terme, elemento fondamentale per la competitività del territorio, spesso oggetto di "scarsa visibilità" soprattutto nei canali digitali che sono i principali mezzi di informazione e di ispirazione per il tempo libero e il turismo, proponiamo di mettere in evidenza come punti di interesse (*POI*) esplorabili all'interno del video aereo 360°:

- ✓ La città della *Belle Époque*
- ✓ Chiesa di San Pellegrino d'Auxerre

opzionabili:

- ✓ Il Tempio della Vittoria
- ✓ Museo Brembano di Scienze Naturali

SCHEDE DESCRITTIVE

La città delle Belle Époque

A San Pellegrino si può respirare ancora l'atmosfera magica della *Belle Époque* di inizio XX secolo resa alla perfezione dalle facciate dei numerosi edifici in stile liberty, il ponte Umberto che permette il breve collegamento tra il Grand Hotel, l'ex stabilimento termale e il Casinò completa un insieme di grande valore storico-artistico, tra gli esempi di maggior rilievo del *Liberty* italiano. Le proprietà terapeutiche delle acque di San Pellegrino sono note dal XII secolo. Il loro sfruttamento commercialmente iniziò intorno al 1760 con la creazione di un casello fornito di sedili e di una vasca di legno dirimpetto a una delle due polle in uso che sgorgava dalla roccia e

che permettevano l'accesso diretto dei visitatori alle fonti delle acque termali. L'acqua minerale naturale di San Pellegrino Terme sgorga da tre sorgenti di identica composizione, situate l'una in prossimità dell'altra, alla base della falda meridionale di una rupe di natura dolomitica, costituita essenzialmente da carbonato di calcio e di magnesio, che s'innalza per circa 600 metri sino al poggio Belvedere. La sorgente più elevata e più abbondante è la "Palazzolo"; le altre due sono denominate "Salaroli" e "Fonte Vecchia".

Nel 1899, l'avvocato milanese Cesare Mazzoni fondò la Società anonima delle Terme di San Pellegrino, che incaricò l'ingegner Luigi Mazzocchi di progettare e di dirigere i lavori di costruzione dello Stabilimento dei bagni. L'impianto delle **Terme** rispecchia i canoni tardo ottocenteschi con corpi di fabbrica disposti a C, a ferro di cavallo, un fastoso complesso decorato da artisti e artigiani rinomati che ispirarono la propria opera allo stile floreale e classicheggiante dell'epoca, già in transizione verso il Liberty. Almeno inizialmente le Terme, con le loro acque dai molteplici effetti benefici, costituiscono il leitmotiv attorno al quale si materializza la crescita e la frequentazione della città.

Il **Casinò** fu eretto dall'architetto milanese Romolo Squadrelli in prosecuzione dei porticati delle Terme tra il 1904 ed il 1906, e fu inaugurato nel luglio 1907. Di particolare interesse è la facciata con le due alte torri la cui componente decorativa comprende, fra l'altro, i portalampane e il pennone in ferro battuto opera di Alessandro Mazzucotelli e gli altorilievi ai lati della porta centrale in cemento trattato "a cotto", il fregio dipinto con il motivo dei cervi volanti e gli stucchi, attribuiti a Francesco Malerba e Paolo Croce. All'interno il primo ambiente che si incontra è l'atrio, caratterizzato da otto colonne di marmo rosso di Verona, che conduce direttamente al monumentale scalone, sovrastato da una vetrata circondata dagli affreschi dei dodici mesi dell'anno con i relativi segni zodiacali ad opera del pittore Malerba. A livello del primo piano, sopra le due esedre laterali semicircolari dell'edificio, si aprono due ampie terrazze. Il Casinò funzionò come casa da gioco solo fino al 1917.

Il **Grand Hotel** è collegato al Casinò da un ponte, un tempo in legno, sostituito poi, nel 1924, dall'attuale Ponte Principe Umberto. La facciata del Grand Hotel, lunga ben 127 metri, evidenzia una ricchezza decorativa unica nel suo genere: decine di statue, cariatidi, elementi zoomorfi, putti, festoni, concorrono alla creazione di un'atmosfera fortemente suggestiva. Le finestre, il tetto, carenato ai lati e a cupola, nella parte sovrastante il blocco centrale, le lesene, con decorazioni in cemento di putti, telamoni e cariatidi, in ferro e ad affresco con motivi floreali, si susseguono e si alternano nell'ampia facciata, testimoniando da un lato il ricordo della tradizione accademica, dall'altro il suo rinnovamento. L'ingresso, sormontato da un rilievo raffigurante il dio Bacco e due putti che degustano uva, e la terrazza d'onore, con il suo parapetto decorato da un pavone, enfatizzano l'esclusività dell'ambiente a cui il visitatore è invitato. L'interno presenta una rigida distribuzione simmetrica degli ambienti, con l'atrio e lo scalone al centro, le sale di soggiorno e da pranzo ai lati. Oggi, grazie ad una recente ristrutturazione esterna, l'edificio è stato riportato all'antico splendore, attraverso il rifacimento estetico della facciata principale.

Chiesa di San Pellegrino d'Auxerre

Dedicata alla figura di san Pellegrino, martire e primo vescovo di Auxerre, la chiesa è oggi il

principale edificio di culto del paese e le sue origini vengono fatte risalire addirittura all'anno mille. Sulla sua facciata si legge la scritta in latino "*Haere et Labore abitantium*", ovvero "dalle offerte e dalla fatica degli abitanti" a ricordare l'impegno dei cittadini per la fondazione di questo luogo di culto cittadino. Quella che però si può ammirare oggi è una magnifica chiesa settecentesca che andò ad ampliare e cambiare completamente l'aspetto di una precedente costruzione risalente al XV secolo. A lungo interessata da importanti lavori di restauro oggi la chiesa di San Pellegrino di Auxerre presenta una facciata caratterizzata da una parte centrale tripartita da quattro lesene rivestite in ceppo di Poltrano e leggermente avanzata rispetto alle due parti laterali. L'ingresso principale, in marmo nero scolpito ha paraste e cornici in pietra. L'interno è in stile tardo-barocco del Settecento. Ascrivibile all'epoca della costruzione della chiesa, l'altare maggiore, sormontato da una snella bussola, si innalza sul centro del presbiterio tra i riflessi luminosi della maiolica bianca e del marmo del rivestimento. Nell'ancona centrale spicca l'affresco raffigurante San Pellegrino, evangelizzatore della Franca e vescovo di Auxerre, condannato al martirio dall'imperatore Galieno.

Il Tempio della Vittoria

Oggi conosciuto come "**Tempio dei Caduti**", questo scenografico edificio elevato nel 1921-24 su progetto di Luigi Angelini, è dedicato ai caduti in guerra. Si tratta di un sacrario militare dove sono conservati le spoglie dei caduti delle due guerre mondiali. La facciata ha un andamento molto movimentato e si conclude con una cupola decò. Il prospetto principale parte al termine di un'ampia scalinata con portale a tutto sesto e rosone soprastante, mentre ai lati si sviluppa il porticato, che dà origine ai due prospetti laterali, dove si apre un portale a tutto sesto con soprastante finestra tripartita. Attorno alla cupola spiccano invece otto figure alate, modellate dallo scultore Giuseppe Siccardi, reggenti i simboli della guerra e della vittoria. Anche l'interno è riccamente decorato a partire da un grandioso mosaico nella tazza della cupola che raffigura il Padre Eterno, mentre lungo le pareti troviamo mosaici con rappresentazioni di episodi biblici e scene di guerra.

Museo Brembano di Scienze Naturali

Il Museo offre un percorso affascinante nella storia di un territorio unico, ed è stato dedicato al sacerdote Don Enrico Caffi, illustre naturalista bergamasco nato a San Pellegrino Terme nel 1866. Le raccolte del museo coprono alcuni importanti aspetti naturalistici e geologici del territorio brembano: geologia, paleontologia, entomologia, avifauna e flora. Al suo interno si può ammirare una preziosa collezione di reperti fossili rinvenuti in scavi eseguiti in Valle Brembana. I circa 1500 pezzi catalogati sono esemplari unici al mondo ed di alto valore scientifico che sono qui raccolti in una decina di vetrine e documentano in modo completo la nascita della Val Brembana, un territorio emerso dai fondali marini nel corso dell'orogenesi alpina. Tutti i reperti paleontologici esposti vanno dalla fine del periodo Permiano alla fine del Triassico, cioè da 235 a 195 milioni di anni fa. Tra le stanze del Museo potete ammirare anche la più completa documentazione esistente sui Lepidotteri della Valle Brembana, grazie alla donazione di Attilio Torriani che comprende oltre 700 specie di farfalle, ed una documentazione fotografica della flora alpina

bergamasca.

STRUMENTI DIGITALI

In un'ottica di valorizzazione il progetto **“Territori Digitali per il Turismo”** intende rendere più accessibile e capace di emozionare il territorio, raccontando la bellezza del patrimonio grazie a un uso intenso, creativo e intelligente del digitale. L'uso di strumenti digitali ha aperto prospettive del tutto nuove nel modo di vivere le risorse turistico-culturali, non in maniera sostitutiva rispetto al sapore della visione dal vivo ma certamente utile per un'azione di valorizzazione, promozione e divulgazione del patrimonio culturale.

Per attrarre un maggior numero di visitatori nel proprio territorio, è necessario l'utilizzo di mezzi visivi che possano diffondersi in maniera virale e che promuovano i luoghi e i siti di interesse in maniera completa e innovativa il progetto prevede:

- Realizzazione di un **video aereo 360°** del comune realizzato con l'utilizzo di droni, una prospettiva del tutto inedita e a forte impatto emotivo che mette in luce le peculiarità e le caratteristiche del territorio. Le immagini superano le distanze geografiche, abbattano le barriere fisiche ed offre la possibilità di far conoscere a cittadini e turisti in anteprima i punti di interesse (*POI*) da visitare tramite delle schede contenuto multimediali.
Attraverso il video aereo 360 mettiamo quindi in luce le attrattive e le caratteristiche che rendono unico il territorio per sollecitare l'interesse, catturare l'attenzione, valorizzare e promuovere.
I contenuti multimediali stimolano la curiosità, catturano l'attenzione, favoriscono il ricordo e, grazie alla grande capacità attrattiva, influiscono sulle decisioni del turista.
- Realizzazione un **virtual tour “interior”** che, proponiamo di realizzare per il Casinò, consente al visitatore di muoversi tra i vari ambienti in totale autonomia esplorando gli allestimenti da diversi punti di osservazione, vivendo un'esperienza dal realismo sorprendente.
- Realizzazione di un **video clip professionale** da pubblicare sui Social dell'ente e sulle pagine TikTok e IG di *“Mete non comuni”* (progetto editoriale di Maggioli).
- Realizzazione di una **landing page digitale** appositamente realizzata e collegata al portale istituzionale del Comune e in una sezione dedicata al turismo nell'*app Municipium*.

SCALABILITÀ DEL PROGETTO

Il presente progetto potrà essere implementato dall'ente in qualsiasi momento attraverso la realizzazione di ulteriori virtual tour interior di luoghi di interesse, campagne fotografiche dedicate, traduzione dei contenuti in lingua inglese/francese/tedesco ecc., guide turistiche digitali scaricabili per rendere ancor più fruibile e attrattiva la destinazione migliorando la comunicazione dei contenuti e implementando le *strategie di audience engagement* per migliorare il rapporto di coinvolgimento destinazione-pubblico.



www.maggiolicultura.it

PER MAGGIORI INFORMAZIONI
cultura@maggioli.it

Maggioli Cultura e Turismo è un marchio di Maggioli S.p.A.
via del Carpino, 8 - 47822 Santarcangelo di Romagna (RN)
tel. 0541 628111 - www.maggioli.com