

Omegna Distretto Ludocratico

Documento politico a cura di "Noi Ci Siamo per Omegna"

Omegna Distretto LUDOCRATICO: l'evoluzione nel terzo millennio di "Omegna Città di Rodari"; un brand con potenzialità internazionali e ad ampio spettro di applicazione per una Città che vuole puntare sul Turismo Culturale come risorsa distinguente.

“Non è mai troppo tardi per avere un'infanzia felice”

Esiste un sottile ed invisibile, ma indistruttibile, filo conduttore nella realtà Omegnese, che è tipico e non altrettanto presente in altre zone: quello della creatività e della ludicità.

Da Rodari al design industriale degli Alessi, dalla Moka ai Pups, dai Caroselli anni 60 delle nostre aziende del Casalingo ai luoghitematici su Rodari già esistenti, ma persino nella solida tradizione sportiva nei giochi di squadra, tutto ci parla di creatività e ludicità e/o di un atteggiamento creativo e ludico.

Su tale elemento identitario si fonda il progetto di affermare la Città di Omegna come distretto ludocratico unendo e promuovendo luoghi, azioni e manifestazioni in cui il **Gioco sia democraticamente la regola**.

Il Gioco deve essere inteso nella sua accezione più estesa che lo rende strumento unico per potenziale sociorelazionale e in grado di coinvolgere trasversalmente bambini, giovani ed adulti.

Omegna avrebbe così: un brand spendibile a livello Internazionale, declinato in una Città Italiana incastonata nella meravigliosa cornice delle Alpi, ai bordi di un meraviglioso e magico Lago, vicinissima alla nota capitale internazionale della Moda edel Design (MILANO), raggiungibilissima, tanto quanto il Duomo di Milano stesso, dall'Aeroporto Internazionale di Malpensa.

Si tratterebbe di un'evoluzione identitaria espansiva rispetto all'attuale Città di Gianni Rodari, che non tradisce, anzi esalta, il concetto originale e lo rende moderno, considerando l'immaginario rodariano come un importante punto di partenza, e non di arrivo, per lo sviluppo della città e sicuramente le eccellenze di design dell'Omegna industriale saranno i “cugini primi” e “testimoni migliori” di questo concetto.

Si prevede un progetto articolato e rivolto a diversi target di utenze capace di smuovere il turismo familiare e culturale in diversi momenti dell'anno, natale incluso. Sarà importante mantenere una specificità nelle diverse offerte turistiche che rafforzi progressivamente l'esistenza del distretto e renda così ogni singola iniziativa parte di un sistema riconosciuto che possa essere apprezzato e ricercato dalle famiglie e dalle utenze anche delle regioni limitrofe.

Passare quindi da una progettazione generica (tanti eventi senza un filo conduttore) a una progettazione specializzata ed esclusiva.

La sagra della Zucca e del Cioccolato la possono proporre tutti i comuni; Omegna dovrà proporre iniziative proprie e distintive che abbiano senso di esistere solo ad Omegna, laddove ludicità e creatività sono, da anni, parte integranti ed identitarie del sistema socio-economico cittadino.

Un brand così concepito va alimentato da una convergenza massiccia su questo concetto, peraltro, grazie alla sua intrinseca universalità, declinabile su molteplici argomenti e in diverse iniziative culturali e turistiche per la nostra Città.

Con un'opportuna e apposita campagna di comunicazione e attività di pubblica relazione si possono prevedere collaborazioni di reciproca utilità con progetti (expo) e istituzioni (università) presenti sia a Milano che Torino o altri a livello nazionale.

Sul sito di “Noi Ci Siamo per Omegna” (www.noicisiamoperomegna.it) sono riportate numerose idee ed iniziative già pronte e meglio dettagliate. Abbiamo attivato anche il sito www.omegnadistrettoludocratico.it che sarà ben presto arricchito da molti contenuti. Andranno poi coordinati su questo tema i diversi attori presenti sul territorio Comunale (Pro-Loco – Commercianti – Forum – Comitato di S. Vito ecc. ecc.) che pur mantenendo la loro autonomia si dovrà riuscire a far agire nell'ambito di un progettazione strutturata e multidisciplinare.

Il progetto, per risultati attesi e coinvolgimento del territorio, punta a trovare finanziamenti tramite la partecipazione congiunta (comune ed enti locali) a bandi di Fondazioni bancarie. Si prevede altresì la possibilità di coinvolgere partners sostenitori di diversa natura e attivare modalità innovative di fundrasing.

Referente per il progetto: Andrea Ruschetti, designer creativo