

Politecnico di Milano

Facoltà del Design
Corso di Laurea Magistrale
in Industrial Design
spec. Servizi

C2C: l'Ecomuseo diventa sostenibile
Un progetto di sviluppo per l'Alto Milanese

Relatrice: Prof.ssa Arianna Vignati

Studentessa: Vera Dissegna, matr. 720763

Anno Accademico: 2009/2010

INDICE

ABSTRACT	1
<i>ANALISI E RICERCA</i>	
1_ L' ECOMUSEO	2
1.1 Origine del termine	3
1.2 La “questione definitoria”	4
1.2.1 Definizioni	4
1.3 Contesto	7
1.3.1 La Nuova Museologia “ <i>Abbatere lo scalone monumentale del Museo</i> ”	7
1.4 Riflessione sul Patrimonio: <i>la rivoluzione pop</i>	9
1.4.1 <i>La nuova cittadinanza</i> e nuovi tools a disposizione	10
1.4.2 Le tappe fondamentali	11
1.5 Gli Ecomusei oggi: turismo e sviluppo sostenibile, un binomio possibile?	14
1.6 La situazione italiana	17
1.6.1 Le reti ecomuseali	18
1.7 Quale futuro?	20
Appendice 1/Mappatura	
tav.01 diffusione	21
tav.02 organizzazione in reti	22
Appendice 2/Archivio Ecomusei	23
I Africa	23
II Australia	23
III.a America del nord	23
III.b America del Sud	23
III.c America Centrale	24
IV Asia	24
V Europa	25
VI Italia	30
2_ DESIGN PER SVILUPPO DEL TERRITORIO	36
2.1 Lo sviluppo locale	37
2.2 Design e sistema locale	39
2.2.1 Quale ruolo per il design?	40
2.2.2 Il modello teorico: le comunità di pratica	41

2.2.3 La ricerca ME.Design	42
3_ANALISI TERRITORIALE	45
3.1 L'alto milanese	46
3.1.1 Busto Arsizio	48
3.1.2 Castellanza	49
3.1.3 Legnano	50
3.1.4 Olgiate Olona	51
3.2 Il Sistema delle Risorse d'area	53
3.2.1 Itinerari paesaggistici e risorse ambientali	54
3.2.2 Architettura e giacimenti culturali	56
3.2.3 Folklore	60
3.2.4 Prodotti Tipici	62
3.2.5 Artigiani	63
3.3 Sistema degli attori	65
3.3.1 Ambito pubblico amministrativo	65
3.3.2 Ambito privato associativo	66
3.4 Indagine etnografica	67
3.5 Nodi problematici	69
3.6 Potenzialità progettuali	70
4_CASI STUDIO (a)	72
4.1 L'Ecomuseo del Paesaggio di Parabiago	73
4.2 Gli Ecomusei Urbani: il caso di Milano e Torino	74
4.3 REL, la Rete ecomuseale della Lombardia	75
4.4 “Riflettere Mantova”	76
4.5 Riflessioni conclusive	78
<i>IDEAZIONE DEL CONCEPT</i>	
5_VERSO LA SERVICE IDEA	80
5.1 Costruzione dello Scenario	81
5.2 Casi studio (b)	83
5.2.1 Foursquare	83
5.2.2 The simple kitchen	84
5.2.3 The Instructable Restaurant	84

5.2.4 QB- Cucina e Mercato	85
5.3 Service idea	86
5.3.1 Obiettivi	88
5.3.2 Input e stimoli	89
<i>SVILUPPO PROGETTO</i>	
6_ C2C	92
6.1 Il sistema e le sue fasi	93
6.1.1 C2C agency, il punto di partenza	95
6.2 I distretti	97
6.3 C2C HUB, il cuore dell'offerta	101
6.3.1 Il retail: focus sui trend	102
6.3.2 C2C HUB: il container	104
6.3.3 Attività	107
6.3.3.I Vendita	107
6.3.3.II Intrattenimento	109
6.3.3.III Esperienza	109
6.4 Un sistema sostenibile	112
6.5 La piattaforma on-line	113
6.6 Servizi di supporto	115
6.7 Brand Identity	116
6.6.1 Logo del servizio	116
6.6.2 Evidenze	116
6.8 Valori	118
6.9 Fattibilità	119
<i>CONCLUSIONI</i>	121
<i>«Ma dove vivi?»</i>	122
BIBLIOGRAFIA	124
SITOGRAFIA	127
CONTATTI	128

INDICE DELLE TAVOLE

Tavola 1 *_distribuzione e numerosità, focus sulla situazione italiana* 21

Tavola 2 *_organizzazione in reti, focus sulla situazione italiana* 22

ABSTRACT

C2C è il servizio offerto dalla C2C Agency, Agenzia di Sviluppo Locale, che mette in rete le eccellenze dell'AltoMilanese e ne promuove la valorizzazione attraverso la costituzione di hub cittadini che fungono da punti di connessione visiva tra centro e periferia, divenendo guida verso i punti di eccellenza del territorio.

C2C si configura come il primo progetto che l'AltoMilanese attua come ecomuseo, e che ne permetterà, da parte di Regione Lombardia, il riconoscimento.

Si pone come obiettivo la ri-generazione delle risorse locali, attivando un'impegno comune verso la tematica della sostenibilità, declinata secondo le differenti tipologie commerciali ed il diverso apporto locale.

Nei centri cittadini vengono creati hub che rappresentano dei veri e propri fulcri, “concentratori” della rete distrettuale costituita.

Nella *prima fase* gli hub accolgono le risorse agroalimentari e della ristorazione, individuate come maggiormente vicine all'ambito dell'eccellenza e dell'innovazione, con l'obiettivo di promuovere e vendere i prodotti della filiera corta, a km0, offrendo ai cittadini un migliore accesso ai prodotti locali, garantiti da una fonte referenziata nel territorio, di alta qualità ad un costo più basso. Gli hub collegano quindi tutti gli esercizi commerciali che, selezionati secondo pre-requisiti che rimandano alla comune visione della sostenibilità ambientale, costituiscono il distretto.

La *seconda fase* prevede che la rete di risorse così costituita si espanda ed includa tutti quegli ulteriori esercizi commerciali che condividono la stessa filosofia che muove l'intero servizio e si attivano per raggiungere i pre-requisiti di adesione.

Negozi che si attiveranno per mettere in vendita prodotti totalmente made in Italy, che adotteranno processi di produzione assimilabili alla tradizione del territorio, esercizi che si adopereranno nell'ottica dell'ecosostenibilità apportando modifiche strutturali o di gestione, entreranno di diritto nella rete C2C AltoMilanese, consolidando l'identità di un territorio che raffina la propria capacità di attivazione ad attrazione diventando un interlocutore privilegiato in vista di Expo 2015.

ANALISI E RICERCA

1_L'ECOMUSEO

Il primo capitolo di questa tesi vuole raccontare il fenomeno ecomuseale, i vari paragrafi avranno il compito di condurre tra il passato ed presente dell'istituzione, fino ad arrivare alle possibili evoluzioni future.

Innanzitutto verrà illustrato il significato e l'origine del termine, attraverso le differenti interpretazioni dei più attivi studiosi nell'ambito, si andrà ad approfondire la questione definitoria, tutt'ora complessa ed irrisolta. Il passo successivo sarà l'analisi del contesto, le condizioni socio-culturali che hanno accolto, favorito ed accompagnato lo sviluppo dell'istituzione. Un particolare focus verrà posto sulla Nouvelle Museologie e sull'evoluzione del concetto di patrimonio. Si passerà poi ad un' analisi storico geografica dell'evoluzione ecomuseale, quali le fasi toccate, gli stati interessati, le caratteristiche chiave di volta in volta tralasciate o consolidate. Dal quadro di sintesi della situazione passata si passerà, con gli strumenti adatti, alla condizione odierna: dall'ambiguo rapporto con il turismo, all'ormai consolidata tendenza dello sviluppo sostenibile. Giusto risalto verrà dato alla situazione italiana (prime pratiche , evoluzione ed organizzazione in reti), fino ad arrivare alle ultime considerazioni, dalle criticità del modello ecomuseale alle sue possibili evoluzioni.

1.1 Origine del termine

Il termine ecomuseo spesso disorienta e trae in inganno chi si avvicina per la prima volta alla materia. Il nome di quest' istituzione culturale, nata negli anni '70 in risposta ad un desiderio di innovazione condiviso da molti museologi, deriva dalla parola greca "oikos" che significa casa, ambiente, radice di numerose parole con significati, tra loro, molto differenti.

Nel nostro caso "eco" significa ecologia (ecologia + museo), intesa qui nel suo significato etimologico di "scienza che studia le relazioni fra gli organismi viventi e l'ambiente".

Con il termine si fa quindi riferimento all'ecologia umana e all'ambiente in termini più ampi, compreso lo spazio antropizzato.

E' importante più che mai soffermarsi sulla questione definitoria poiché il termine viene, quasi sempre, percepito come ambiguo.

Nell'utilizzo odierno, il termine ecologia rimanda a quella sfera di significati che fa capo ad ambientalismo e a tutto quello che è correlato all'ambiente naturale.

Risulta pacifico quanto questo ricopra un ruolo fondamentale nell'ottica ecomuseale ma è necessario superare alcune ovvietà per sottolineare la scelta ragionata di indicare qualcosa di più ampio del solo ambiente naturale.

Assistiamo infatti, da qualche anno, ad uno "straniamento" del termine. Non si tratta di una sua completa denaturazione, ma è diventato rischioso utilizzare le parole che vengono ricondotte a questa radice.

Politiche *ambientaliste*, stili di vita *ambientalisti*, gruppi *ambientalisti*, (...), fanno ormai parte della nostra quotidianità con un'accezione "fashion".

Mi spiego.

Oggi giorno, quello che è "eco" è assolutamente di moda: pubblici e privati cercano in tutti i modi di ottenere certificazioni di ecosostenibilità o avvicinarsi il più possibile a questa tendenza valorizzando, o pubblicizzando, le proprie *credenziali green*.

Quello che si è modificato è l'approccio al termine, e tutta la nuvola di valori che lo descrive.

Questo è ciò che si deve tenere presente quando si sente parlare di "disorientamento" di fronte alla questione definitoria del termine ecomuseo.

Per fugare ogni dubbio ed evitare ogni ambiguità, è necessario considerare il fatto che il termine, in quarant'anni, si è modificato, e con lui, deve evolvere anche la nostra capacità di valutazione.

1.2 La “questione definitoria”

Fin dalla sua costituzione, la definizione del termine “ecomuseo”, è sempre stata permeata da una notevole incertezza.

Occupandosi, come tutti i musei moderni, più di “concetti” che di “cose” è sempre stato estremamente difficile stabilire il suo oggetto d'interesse.

Il modello “ecomuseo” ha avuto, infatti, sin dagli inizi, la capacità di sintetizzare in sé fattori quali la valorizzazione ambientale (fino ad allora di pertinenza esclusiva di parchi e riserve naturali), e lo sviluppo sociale locale, obiettivo ultimo dei musei civici o di comunità.¹

Il termine “ecomuseo” venne introdotto in Francia, nel 1971, da Hugues de Varine, realizzato per la prima volta a Le Creusot nel 1974, e nella Grande Lande l'anno successivo; coniato affinché potesse essere utilizzato da Robert Pojard, ministro francese dell'ambiente, durante la Nona conferenza generale del Consiglio Internazionale dei Musei, a Dijon.

“Ecomusée” è stato proposto durante un incontro informale tra de Varine e Georges Henri Riviere, rispettivamente l'allora direttore e consigliere permanente dell'ICOM², all'unanimità padri fondatori dell'istituzione culturale, che riflettevano sull'importanza che i musei entrassero in più stretta relazione con l'ambiente che li circonda.

Inventare un nuovo termine significava aprire una nuova strada alla ricerca museologica.

Il 3 settembre del 1971, davanti a 500 museologi e museografi, veniva ufficializzato il termine: *“Noi ci muoviamo verso quello che alcuni definiscono già ecomuseo, un approccio vivente attraverso il quale il pubblico, e i giovani in primo luogo, si riappropriano della grammatica di base dell'uomo, delle sue cose e del suo ambiente visti nella loro evoluzione”*.³

Un neologismo che ha rappresentato una provocazione, ed una profonda innovazione.

1.2.1 Definizioni

Ora, di seguito, scorreremo alcune delle più diffuse definizioni del termine, partendo da uno dei due padri fondatori dell'istituzione ecomuseo, H.De Varine.

Hugues De Varine, di cui abbiamo precedentemente trattato, per chiarire in modo schematico il concetto, pone a confronto i fattori maggiormente caratterizzanti i musei tradizionali e gli ecomusei.

MUSEO	ECOMUSEO
collezione	patrimonio
immobile	territorio
pubblico	popolazione

Attraverso questo tanto semplice quanto completo schema, egli pone l'attenzione, in modo fermo, su tre termini che diventano, da quel momento, per molti studiosi, i concetti da cui dipende l'esistenza degli ecomusei: patrimonio, territorio, popolazione. Tre parole chiave che rappresentano la formula minima per la costituzione di questa, tanto discussa, istituzione.

Boylan propone un'altrettanto semplice checklist per evidenziare le differenze fra ecomusei, musei orientati all'ambiente e outward-looking ed infine musei tradizionali. Per ogni criterio, il ricercatore americano propone di assegnare un punteggio da 1 a 5, a seconda della minore o maggiore vicinanza alle caratteristiche della seconda colonna e di considerare l'istituzione di un ecomuseo solo se la somma supera il punteggio di 20.⁴

CRITERI	MUSEO	ECOMUSEO
Spazi di riferimento	l'edificio	il territorio
Focus dell'interpretazione	la collezione	il patrimonio (approccio olistico)
Priorità organizzative	disciplinari	interdisciplinari
Pubblico di riferimento	i visitatori	la comunità
Controllo politico	il museo e i suoi organi	la collettività e i suoi organi

Anche in questo caso, come per de Varine, la riflessione viene condotta a partire dai tre concetti chiave e viene poi estesa alla gestione e all'organizzazione dell'entità museo.

Peter **Davis**, University of New Castle, International Centre for Cultural and Heritage Studies, propone l'utilizzo di cinque criteri per la descrizione del termine:

- territorio esteso oltre i confini del museo
- interpretazione fragmented-site ed in situ
- cooperazione e partenariato in luogo della proprietà dei reperti
- coinvolgimento della comunità locale e degli abitanti nelle attività dell'ecomuseo
- interpretazione di tipo olistico ed interdisciplinare

Davis sostiene che la dimensione piccola è la più adatta al mantenimento delle relazioni fra la comunità ed il paesaggio, che sono alla base di ciò che definisce "sense of place".

Letteralmente "Senso del luogo/spazio", un'idea difficile da concretizzare poiché complessa, legata a moltissimi fattori tra cui: funzioni economiche, topografia, attività sociali, ed anche la semplice apparenza.

Un concetto che si avvicina a quello che i latini chiamavano *genius loci*, presente in ogni cultura ma che rimane più visibile dove il legame con il territorio è ancora attivo e si conserva una forte cultura dell'abitare.

Secondo Davis ogni comunità stabilisce una relazione particolare ed unica col proprio territorio, e questa le permette di instaurare pratiche di abitabilità particolarmente efficaci.

L'ecomuseo, è, secondo lo studioso, un progetto per il patrimonio, bottom up (che fonda la sua nascita ed il suo sostentamento sulla partecipazione della comunità), e che supporta lo sviluppo sostenibile. Per questa ragione propone un focus particolare sulla scala geografica che dovrebbe avere un ecomuseo, affermando che la piccola scala sia la più adatta per un suo possibile sviluppo, in parte perché in luoghi con questa caratteristica l'appartenenza è più sentita e in parte perché è più facile che siano mantenute relazioni dirette fra gli abitanti.⁵

La definizione a cui ancora maggiormente si ricorre è quella dell'etnologo francese G.H. Rivière: *"E' uno specchio dove la popolazione si guarda, per riconoscersi in esso, dove cerca spiegazioni del territorio al quale è legata, unite a quelle delle popolazioni che l'hanno preceduta nella discontinuità o nella continuità delle generazioni"*.⁶

Oltre ad essere la definizione maggiormente conosciuta, è, anche, quella a me più cara poiché incarna perfettamente lo spirito di quello che dovrebbe essere un ecomuseo. Senza alcuna complicata nozione teorica, semplicemente una definizione che rappresenta l'ecomuseo dai primissimi anni '70 a quelli odierni. E' importante sottolineare, a parer mio, quanto moderna sia

questa accezione poiché, non sempre, purtroppo, negli esempi che ho potuto analizzare, l'ecomuseo ha saputo “raccontare” in modo veritiero e contemporaneo la comunità ed un suo territorio.

Sempre di Rivière l'articolo 1 della Carta Nazionale degli ecomusei francesi, che afferma: l'ecomuseo è “un'istituzione culturale che assicura, in modo permanente, su un dato territorio, con la partecipazione della popolazione, le funzioni di ricerca, conservazione, valorizzazione di un insieme di beni naturali e culturali rappresentativi di un ambiente e dei modi di vita che vi si manifestano.”

Come evidenziato dalla panoramica fornita, la questione definitoria risulta, tutt'oggi, abbastanza ampia. La sua importanza, però, a differenza di qualche decennio fa, non ha più un ruolo centrale nelle discussioni degli studiosi, i quali preferiscono concentrare la loro professionalità su questioni che, oggi, risultano più fondanti.

In sintesi, potremmo definire un ecomuseo, un luogo in cui natura, cultura e storia vengono mostrate nel loro ambiente d'appartenenza, con un particolare focus sull'interazione tra territorio e popolazione. Un museo dell'Identità che va oltre la semplice collezione di reperti, e che fa del territorio, dove le testimonianze sono presenti sia sotto forma fisica che culturale, il luogo stesso dell'esposizione.

Un museo che rappresenta cultura, tradizioni, folklore, ma non solo.

Un museo che *deve* raccontare la complessità di un territorio, sua caratteristica principale.

Un museo che deve trovare i giusti strumenti per far emergere, dal passato, il presente della comunità, e con questi presentarsi al futuro.

1.3 Contesto

L'ecomuseo si è confermato una forma di museo innovativa che si è diffusa in numerosi paesi. Dalla sua nascita, in Francia negli anni '70, è diventata, oggi, un'istituzione presente in tutti i continenti: dall'India al Giappone, dal Canada al Brasile.

In particolare, oltre l' 80% delle iniziative ecomuseali ha visto la luce negli ultimi trent'anni, subendo una prima sensibile accelerazione negli anni '80.⁷

Una seconda viene evidenziandosi in questi ultimi anni, in cui la valorizzazione del patrimonio etnografico, territoriale o legato alla cultura materiale da una parte, e l' "interesse politico" dall'altra, attraversano un momento di crescente interesse.

Le amministrazioni territoriali più illuminate risultano essere estremamente interessate alla questione della conoscenza e della tutela ambientale e culturale, con l'obiettivo di accrescere, nella comunità una consapevolezza diffusa⁸ del valore identitario di appartenenza ad un territorio.

Proprio queste preoccupazioni legate alla globalizzazione, ed in particolare la problematica dell'appiattimento delle identità locali, oltre a motivazioni che possono essere ricondotte alla sfera economica, turistica o ambientale, spingono alla costituzione degli ecomusei.

Negli anni '70 in campo culturale e museologico, si accarezzava lo stesso spirito di cambiamento e rivoluzione che aveva coinvolto la fine degli anni '60, ed aveva condotto alle importanti conquiste sociali del '68.

Cambiamento ed innovazione avrebbero modificato, in meno di dieci anni, la museologia.

Sebbene gli organismi internazionali deputati alla conservazione dei beni artistici riconobbero l'importanza dell'innovativa corrente solo nei primissimi anni '80, molti studiosi, docenti ed esperti in materia, consci dell'importante scenario che andavano costruendo, impegnarono da subito le loro capacità per approfondire e "testare" i nuovi musei all'avanguardia.

1.3.1 La Nuova Museologia

*"Abbatere lo scalone monumentale del Museo"*⁹

Peter Davis e Kazuoichi Ohara sono riusciti, nel 2004, a definire in modo completo, quel movimento innovativo, originatosi verso la fine degli anni '60, che prende nome di Nuova Museologia.

Lo studioso inglese e il direttore della Japanese ecomuseological society, l'hanno infatti definita: *un processo di applicazione della democrazia al mondo dei musei*.¹⁰

Con questa, tanto sintetica quanto completa, affermazione, i due esperti hanno voluto connotare quel movimento che considera, a differenza della museologia tradizionale, l'attività museale come profondamente legata a quella della formazione e della creazione di cittadinanza.

Le ribellioni politiche degli anni '60 e '70 influenzarono profondamente anche il campo della Museologia. Le contestazioni, infatti, definirono il museo come *operatore simbolico afferente a gruppi di potere*.¹¹

Gli studiosi e gli esperti dell'ambito, influenzati da questo contesto, iniziarono a riflettere su quella che era la vera natura del Museo, quale realtà fosse, quali relazioni con il territorio e che tipo di pubblico avesse. Con un atteggiamento assolutamente illuminato rifletterono sulla scarsa contemporaneità dell'istituzione, e cercarono di concettualizzare un nuovo modello.

Il risultato fu la teorizzazione di un pensiero che puntava ad un museo “aperto all'esterno” (éclaté, esploso), portato fuori delle mura di un edificio, che rompeva quelli che erano stati i classici schemi di organizzazione e ne fondava di nuovi.

Un museo in cui la collettività si trova ad avere un ruolo fondamentale, lo costituisce e ne rappresenta anche il fine ultimo.

Un museo che ha come scopo l'abolizione della distanza, fisica e psicologica, tra il pubblico e ciò che viene esposto.¹²

Un museo che crea nuovi soggetti all'interno del proprio ambiente e nuove relazioni con gli oggetti contenuti.

Un'innovazione che intende valorizzare l'apporto delle scienze sociali, evidenziando quella che venne definita “la quarta dimensione del museo”, proprio quella riferita alla socialità.

L'approccio tradizionale, unilaterale, non è più sufficiente ed il tipo di racconto, che prende vita all'interno dell'istituzione, deve trasformarsi per poter sostenere la dimensione aggiuntiva, anche quando, per una specializzazione disciplinare, non possiede collezioni con evidenti legami ad un'origine prettamente territoriale.

I musei che hanno captato il cambiamento e la possibilità di evoluzione, hanno cercato di assumere, nei diversi ambiti di specializzazione, un approccio interdisciplinare, ampliando la propria capacità di lettura e racconto della cultura legata a comunità e territori.

Questo, per le istituzioni coinvolte, ha significato un incremento della cooperazione con istituzioni appartenenti a tipologie diverse, una sperimentazione di generi differenti sempre maggiore, forme espressive innovative e la creazione di nuovi soggetti, non per forza legati all'ambito museale.

Un processo che, ancora in atto, interpreta perfettamente i nuovi paradigmi culturali, adattandosi ai cambiamenti e agli stravolgimenti che la globalizzazione comporta.

Proprio in questo contesto prende vita la crescita di un numero enorme di musei, principalmente legati alle culture locali, nei quali il senso di collettività, la partecipazione e l'appartenenza rappresentano i concetti chiave dai cui muove l'intero impianto istituzionale.

Ecomuseo è il termine scelto per connotare questo tipo di esperienze, la cui missione risulta essere “*non tanto il recupero del passato, ma incrementare il senso del presente*”.¹³

Si tratta del fenomeno che, più di tutti, è diventato interprete della nuova corrente, dei suoi concetti innovativi, la cui idea fondante era ricostruire l'identità collettiva di una comunità, attraverso la trasmissione del patrimonio ormai consolidato e dell'esperienza.

Le categorie ed i principi cui ispirarsi non potevano più essere quelli schematici e rigidi dei *musei delle cose*, dovevano, ora, riuscire a raccontare, con maggior flessibilità, concetti, idee e sentimenti.

Nouvelle Museologie, un processo di trasformazione complesso, che ha messo in discussione moltissimi dei fattori che avevano descritto l'istituzione museo per decenni, che ne avevano rappresentato i saldi pilastri. Un processo che, all'interno delle numerose riflessioni, ne posta una, forse la più importante.

Posto che luoghi, soggetti e relazioni sarebbero cambiate, cosa avrebbe dovuto raccontare il nuovo museo? Quale l'oggetto dell'esposizione?

1.4 Riflessione sul Patrimonio: *la rivoluzione pop*

Il concetto di patrimonio culturale ha subito notevoli variazioni nel corso del tempo.

Si tratta di un cambiamento in atto ormai da molti anni (le prime riflessioni possono collocarsi negli ultimi decenni del XIX secolo), che, con la Nuova Museologia, ha evidenziato una profonda accelerazione.

Processo che ha fondamentalmente visto un progressivo allargamento dai *beni alti a quelli naturalistici e folkloristici*¹⁴, fino ad accorpare tradizioni orali, saperi e tecniche, feste e riti.

Il concetto di patrimonio si è dilatato, divenendo sempre più complesso ed includendo, fase dopo fase, elementi nuovi. Si è lentamente allontanato da concetti estetici per accostarsi in modo deciso a quelli *sociali*.

Questo processo può essere facilmente raccontato attraverso 4 fasi¹⁵:

1. gli *oggetti popolari* vengono inclusi nella categoria reperti della museografia “alta”
2. inizia ad essere considerato il *territorio* (le sue caratteristiche fisiche, le tradizioni linguistiche)
3. l'*immateriale* diventa elemento fondamentale del patrimonio museale tradizionale
4. il concetto viene definitivamente trasformato. Grazie a paradigmi ambientali, culturali, economici è oggi legato ai concetti di *identità e territorio*

Riflessione necessaria, giunti alla descrizione di questa quarta fase, è sul ruolo che ha giocato la **globalizzazione** all'interno di questo processo, e di quanto questa abbia provocato una notevole accelerazione.

Questo fenomeno di crescita progressiva delle relazioni, anche di scambio, a livello mondiale, ha prodotto, soprattutto sul piano culturale effetti estremamente rilevanti.

In primis l'*internazionalizzazione della cultura*¹⁶, quella forte tendenza che vede la creazione di una cultura condivisa, super-esportabile e super-trasportata, quasi standardizzata nelle sue fasi di produzione, presentazione, e circolazione.

Questo primo effetto ha portato, nell'ambito culturale importanti conseguenze, da una delle quali si può ben sperare: mentre da un lato si sta assistendo ad una tristissima omologazione culturale, dall'altro alcuni paesi hanno realizzato che possono promuoversi attraverso sempre più interessanti attività legate alla cultura.

Dalla reazione all'omologazione e alla standardizzazione arriviamo al secondo importante effetto provocato dalla globalizzazione: la *riscoperta della cultura locale*¹⁷.

Si tratta di un movimento che mira alla conservazione della propria originalità, e muove dalla riscoperta della propria identità.

Tradizioni, riti, peculiarità gastronomiche vengono recuperate e, in qualche caso, reinterpretate.

La scala dimensionale di questo secondo effetto avrebbe sicuramente Davis dalla sua, la spinta di ricerca trova infatti lo spazio più adatto alla sua realizzazione nel locale, sicuramente più democratico e meno soggetto alle grandi forze del mercato (anche della cultura).

Stiamo ovviamente descrivendo uno degli effetti da cui muove tutto l'approccio ecomuseale: la volontà, da parte di una popolazione, di riscoperta del proprio territorio, delle proprie radici, del proprio presente. Una spinta che, se autentica, va oltre la volontà di conservare il proprio “*piccolo localismo*” e di creare così un'identità artificiale, imposta, ristretta, che per nulla rappresenterebbe il vero spirito identitario di un luogo e della sua popolazione.

Accanto agli ecomusei, centri di interpretazione, itinerari culturali, congiuntamente a tutte le

iniziative che non appartengono alle tipologie museali tradizionali, cercano di mettere a sistema le risorse che compongono il loro territorio.

Non si tratta soltanto di connettere spazialmente, anche se già potrebbe rappresentare un traguardo interessante, ma collegare attraverso un discorso coerente tutte le specificità di un luogo, per riuscire a raccontarle in modo logico e completo.

Tutte queste istituzioni si sono profondamente impegnate nel creare una nuova modalità di racconto per quello che viene ormai definito il **patrimonio culturale** di un territorio, quella “*fucina nella quale si decidono, si confrontano, si selezionano, si creano, si diffondono e condividono i valori di una società*”.¹⁸

1.4.1 *La nuova cittadinanza*¹⁹ e nuovi tools a disposizione

L'evoluzione del concetto di patrimonio ha evidenziato un punto critico all'interno della questione: il nuovo ruolo della comunità verso le sue risorse e specificità.

Per moltissimi anni le comunità hanno delegato l'amministrazione del proprio patrimonio alle istituzioni, ricavandone una conservazione e valorizzazione non sempre felice. Questo non è sempre dipeso da istituzioni poco attente o governi poco illuminati, parte del problema è stato l'errato modello di cittadinanza messo in atto.

Molti trend odierni, che fanno capo ad ambiti di appartenenza estremamente diversi (politica, cultura, sanità, tecnologia, socialità, ...), hanno rivelato fallimentare l'atteggiamento di delega alle istituzioni.

Questo si sta rendendo, all'interno della nostra società, sempre più visibile e rintracciabile: intere comunità che autogestiscono produzione e vendita di energia rinnovabile, condomini che si organizzano in reti per l'acquisto di alimenti a km0, cittadini che decidono di diventare attori privilegiati nella propria città con la costituzione di associazioni attive, piccoli produttori che si auto promuovono creando mercati alternativi nel loro territorio.

E gli esempi potrebbero continuare.

In sintesi, una nuova comunità che si organizza per prendere *decisioni collettive*.²⁰

Ciò che sta evolvendo sono i modelli di decisione, dalla “sussidiarietà verticale” (la devoluzione dei poteri dal centro alla periferia) si è passati attraverso la “sussidiarietà orizzontale” (processo di governance più democratico, con il coinvolgimento di enti pubblici e privati), fino a raggiungere la terza dimensione della trasformazione: **la partecipazione**.²¹

La comunità non può più delegare, pena l'impoverimento del proprio patrimonio culturale.

I cittadini devono concorrere attivamente e farsi carico di aspetti senza i quali il territorio degrada e perde tutte le sue specificità.

La popolazione deve arrivare ad interrogarsi su quali siano le proprie risorse da mettere in luce, materiali ed immateriali, e quali i valori da tramandare e raccontare.

E' necessario che nel vocabolario, e nell'animo soprattutto, di ogni singolo cittadino entri a far parte la parola *consapevolezza*, quel sentimento che risulta essere il tessuto in grado di connettere l'intera comunità e le sue attività.

Affinché questa “*Nuova Cittadinanza*” possa sviluppare appieno consapevolezza ed un rinnovato senso civico, devono però essere creati strumenti ad hoc che possano “allenare” queste attitudini per meglio raggiungere i diversi obiettivi che la comunità si porrà.

Un focus particolare verrà trattato in seguito, sugli strumenti che devono essere messi a disposizione affinché la comunità impari a mobilitarsi nell'ottica di uno sviluppo sano ed utile alla popolazione stessa. Per ora possiamo però anticipare quelli che vengono considerati i *tools* maggiormente sfruttati all'interno di progetti che possiedono come obiettivo la costituzione di una comunità consapevole.²²

Mappe di comunità (Parish Maps): strumento attraverso cui la gente che abita un luogo può raccontare ad altri o a sé, i nodi caratterizzanti il proprio territorio; è un percorso che il singolo compie insieme alla collettività per ricostruire i legami, in molti casi perduti, tra luoghi e persone. E' uno dei *tools* grazie al quale la comunità impara a misurarsi col proprio patrimonio, lo conosce, lo apprezza ed impara ad averne coscienza.

La *progettazione partecipata*, un metodo progettuale che prevede la cooperazione, all'interno del processo, tra tutti gli attori interessati, dagli esperti a coloro che saranno i fruitori del progetto stesso. In questa modalità di progettazione, i destinatari del progetto divengono attivi, accanto ai tecnici, nel processo creativo-decisionale.

Attività di formazione e volontariato nelle quali i cittadini imparano, dall'incontro con esperti di vari settori, a professionalizzare la propria consapevolezza e appartenenza ad un luogo, affinché possa essere spesa all'interno del proprio territorio. L'obiettivo ultimo è quello di creare, da dei semplici cittadini, molti "esperti" che sappiano diventare attori privilegiati e consapevoli nella loro città, nel loro paese.

I pochi cenni dati verranno certamente approfonditi in seguito, ma sono necessari a capire quanto la costituzione di questa *nuova cittadinanza* sia fondamentale nei processi di sviluppo che coinvolgono un territorio. Si tratta di strumenti consolidati, in fase di sperimentazione o da inventare ex novo, che, se opportunamente impiegati, possono innescare e, in seguito sedimentare, il necessario salto di qualità nella cultura civica di ogni cittadino.

1.4.2 Le tappe fondamentali

Il processo di cambiamento del concetto di patrimonio locale ha avuto origine verso la fine del XIX secolo. In particolare, in Europa, hanno trovato la spinta propulsiva in motivazioni patriottiche che miravano al rafforzamento dell'identità nazionale (vi possiamo sicuramente leggere anche ragioni razziali) scaturite dalla paura che l'industrializzazione potesse cancellare la memoria culturale della società.

Le prime esperienze che possono essere ricondotte verso questa tendenza sono state esposizioni internazionali o universali che raccontavano la differenti caratteristiche patrimoniali come importanti elementi di ricchezza. Da ricordare, durante l'Esposizione Internazionale di Parigi nel 1878, la presentazione dell'"Accampamento Lappone" di *Artur Hazelius*, il primo elemento costitutivo di quello che poi diventerà il primo dei musei all'aperto e degli zoo svedesi, *Skansen*.

Proprio l'esperienza svedese costituisce una delle più innovative del periodo, Hazelius fece allestire nel 1891 un sito che ospitava la ricostruzione di scene rurali della Scandinavia (con l'ausilio di materiale etnografico e di figuranti) che richiama perfettamente i modelli originari, abitazioni appartenenti a diverse epoche storiche e a diverse zone della Svezia.

Si tratta di un **museo all'aria aperta** (*open air museum*), tutt'ora in attività, il cui operato ha influenzato la museografia per numerosi anni.

Anche in Italia possiamo trovare alcuni esempi simili alle esperienze estere (Palermo, 1909, museo Pitrè), ma sono iniziative per lo più legate ad una precisa temporaneità, che solo più tardi daranno vita ad istituzioni stabili e permanenti.

Il secondo importante passaggio nell'evoluzione del concetto di patrimonio, è rappresentato dall'esperienza degli Heimatmuseum, **musei della “piccola patria”**. Questi sono istituzioni locali che hanno come obiettivo la valorizzazione di un luogo molto ristretto, della sua storia locale, una produzione tradizionale particolarmente interessante, un personaggio, o un'attività industriale.

“The crucial task of the Heimatmuseum is to serve the people and the present” (Klersch, J.), 1936.

“...The people and the present.” Questo significa che la comunità viene posta al centro dell'attenzione e che, per interpretare patrimonio ed identità locale, viene utilizzato un punto di vista olistico, fondamentale all'interno di un sistema complesso.

Viene inoltre conferita notevole importanza all'attività didattica, che, da ora in poi, comparirà, in forme più o meno strutturate, in moltissimi musei.

Il quotidiano, l'ordinario, la realtà industriale ed urbana entrano ufficialmente a far parte del patrimonio locale e storico di un luogo.

Anche gli Stati Uniti, negli anni '50, vedono la diffusione dei Folklife Museum, introdotti da emigranti scandinavi seguaci di Hazelius, musei di piccole dimensioni orientati anch'essi alla valorizzazione della storia locale e al coinvolgimento della comunità.²³

Negli anni '60, dalla Danimarca, inizia la diffusione del **Museo Atélier**, nel quale il pubblico partecipa direttamente alle scene costruite e supera la semplice e distaccata osservazione.²⁴

Dai successivi anni '70, cresce sempre di più l'interesse, da parte dei paesi sviluppati, per l'**industrial heritage**, piccoli musei che si occupano della storia industriale e rurale, caratterizzati da un forte impegno nella salvaguardia soprattutto del presente. Reperti materiali, tecnologie, tradizioni, conoscenze popolari legate all'ambito urbano vengono analizzati e raccontati per interpretare la cultura popolare.

Dopo queste sempre più democratiche esperienze, aumenta la necessità di coinvolgere, in modo sempre più strutturato, la *comunità* all'interno dei processi decisionali, organizzativi e gestionali dei musei.

Nel 1972 i processi di cambiamento e rinnovamento trovano una teorizzazione ufficiale nella Dichiarazione di Santiago, nella quale l'Unesco concretizza il concetto di **Museo Integrale**, un'istituzione completamente al servizio della comunità e dell'ambiente.

E' proprio all'interno di quest'ulteriore fase del cambiamento che trovano terreno fertile per la loro costituzione gli **ecomusei**, l'istituzione nella quale i nuovi concetti di patrimonio, identità e territorio trovano compimento.

Dal punto di vista metodologico si tratta di un'organizzazione che utilizza, nelle sue massime possibilità, l'approccio olistico²⁵ e interdisciplinare.

Sviluppa ulteriormente l'idea dell'interazione tra ambiente naturale ed ambiente culturale²⁶, ponendo questa proprio nel contesto della sua comunità (in situ), sfruttando quelle che, da Corsane e Holleman, vengono definite *antenne nel territorio*, rete attraverso la quale è possibile procedere alla raccolta delle informazioni, svolgere didattica e ricerca ed allestire le esposizioni.

Lo spazio locale viene così, attraverso l'ecomuseo, interpretato e rappresentato musealmente, collocando l'istituzione nell'ambito delle realtà laboratoriali, poiché promotore di formazione e centro “scolastico” di salvaguardia del patrimonio condiviso.

Du modelli si differenziano durante i primi anni di attività: uno primo ambientale, che punta alla

valorizzazione del fattore ambiente²⁷; e il secondo comunitario focalizzato sullo sviluppo sociale locale^{28, 29}.

Da questo secondo modello, che punta la sua attenzione sulla collettività e i suoi problemi di sviluppo all'interno del territorio, deriva una tipologia di ecomuseo molto interessante che verrà analizzata compiutamente alla fine di questo paragrafo, l'ecomuseo urbano, dove l'azione bottom up di cittadini organizzati è più semplice.

Sebbene risulti difficile una schematizzazione completa del fenomeno ecomusei, qui di seguito scorreremo velocemente tipologie principali e peculiarità.

Ecomusei di Microstoria: l'interesse è focalizzato sulla storia di un luogo, spesso narrata attraverso le vicende di alcuni personaggi di rilievo; notevoli le attività di ricerca e documentazione storica; esempi rappresentativi sono l'Ecomusée du Pays de Rennes in Francia, e il Museo della Civiltà Contadina di San Martino di Bentivoglio in Italia.

Ombrello ecomuseale: sviluppato su un territorio insolitamente ampio, ingloba numerose riserve patrimoniali; solitamente realizzato mettendo in atto progetti di sviluppo territoriale condivisi da governi e comunità; esempio di questa categoria è l'ecomuseo Bergslagen in Svezia.

Villaggio-museo: rete di siti fortemente contestualizzati nei quali vengono realizzate attività dal vivo; coinvolgimento anche formale nella gestione della popolazione locale; conservazione integrale del patrimonio; ne sono esempi l'Ecomusée d'Alsace in Francia e lo Zuiderzee Museum in Olanda.

Antenna ecomuseale: spesso parte di un sistema museale di tipo tradizionale già esistente; possiede scarsa autonomia e dipende, per la parte gestionale, da un altro soggetto; esempio Ecomusée Départemental de Vendée.

Ecomuseo Urbano: forma museale in via di diffusione negli ultimi anni, si pone come obiettivo il racconto della trasformazione urbanistica, architettonica, sociale di una città. Un modo per comprendere le accelerazioni al cambiamento che alcune città hanno vissuto e stanno vivendo quotidianamente. Una forma particolarmente flessibile e proiettata al futuro, legata al passato ma che si vuole ancorare saldamente ad un presente fatto di relazioni economiche, sociali e culturali tutte nuove, da scoprire e condividere. Un ecomuseo che convive con il cambiamento, che integra e comunica ed è perfettamente consapevole dello sforzo da mettere in campo per creare quella consapevolezza, quel senso di partecipazione che, non manifestandosi più come processo spontaneo, deve essere suscitata attraverso interventi ed azioni stimolo.

1.5 Gli Ecomusei oggi: turismo e sviluppo sostenibile, un binomio possibile?

L'evoluzione dell'istituzione ecomuseo, sino alla sua forma odierna, può essere raccontata schematicamente attraverso 5 fasi.

1_Le primissime esperienze ecomuseali focalizzavano le loro attività attorno al solo concetto di *spazio*.

2_Successivamente vennero introdotti i concetti di *tempo, territorio e comunità*.

3_Primi anni '80, cresce il numero di istituzioni che si fregiano del titolo di ecomuseo, fattori caratterizzanti sono il *coinvolgimento della comunità* e i problemi che la coinvolgono. Questa terza fase vede gruppi locali come soggetti promotori delle iniziative di costituzione; sviluppo locale e turismo iniziano ad essere parte degli obiettivi dell'organizzazione.

4_Anni '90, alle motivazioni di carattere economico si aggiungono le problematiche legate all'impovertimento delle identità locali, conseguenza della globalizzazione. In crescita il ruolo degli enti di governo locale per la valorizzazione dell'identità e lo sviluppo territoriale. Sintomo di una sempre più strutturata professionalizzazione, la *cooperazione* tra i musei e l'interesse per le *attività didattiche* inizia a diventare fattore di rilevante interesse.³⁰

5³¹_Ancora in corso di sviluppo, la quinta fase può essere ben descritta dagli ecomusei che si interrogano sul fronte dello *sviluppo sostenibile* e del *turismo consapevole*, e che cercano, quindi, di far collimare in modo armonico obiettivi economici e culturali, di valorizzazione turistica e rafforzamento dell'identità.

Proprio da quest'ultima fase scaturiranno le prossime considerazioni.

Interessi turistici sono sorti, accanto alla realtà ecomuseale, sin dagli inizi.

Un territorio sede di un ecomuseo, come di un qualsiasi altro impianto museale, diventa, secondo governi ed istituzioni locali, un possibile polo attrattivo, una *destinazione turistica*, e l'economia e la vivacità culturale ne beneficiano.

Il problema è che l'attività di promozione turistica non dovrebbe rientrare nei compiti di un ecomuseo.

Questo almeno sulla carta.

La realtà è differente, sebbene *un ecomuseo non nasca per il turismo, si troverà comunque a dialogare con esso*³², e, se riuscirà in questo arduo compito, cercando di superare marketing e semplice promozione, riuscirà ad offrire un contributo importante al territorio, mettendo in atto quello che viene definito sviluppo sostenibile.

Se gli ecomusei riuscissero ad entrare nell'ambito turistico, e a migliorarne l'offerta (creare un apparato legislativo omogeneo, rinsaldare delle importanti carenze infrastrutturali, adeguare il rapporto qualità e prezzo di ciò che viene proposto), rimarrebbero fedeli alla loro natura e, contemporaneamente, migliorerebbero la qualità dei territori, favorendo la questione turismo locale.

Ciò che deve essere perseguita è la "qualità dei territori"³³: identità, paesaggio, accoglienza e sicurezza ambientale devono diventare i fattori sui quali focalizzare le proprie energie ad attuare pratiche innovative.

Deve crearsi una società locale capace gestire le risorse ed i valori del territorio, l'ecomuseo deve implementare la capacità gestionale ed imprenditoriale dei cittadini affinché la comunità inizi a

sviluppare *in autonomia* iniziative che possano creare qualità.

Questo è, a parer mio, fare sviluppo sostenibile nell'ambito ecomusei.

Dalla “*Carta per un turismo sostenibile*”, redatta a Lanzarote nel 1995 ecco i suoi principi: porsi un orizzonte temporale a lunghissimo termine, in modo che risorse e possibilità di sviluppo r-esistano anche per le prossime generazioni; proteggere dallo sfruttamento turistico tutte le zone considerate vulnerabili; definire i limiti biofisici, economici ed ambientali di un territorio in modo che i progetti attuati siano calibrati a seconda del luogo.

La sostenibilità ambientale e sociale, nell'ottica ecomuseale, si traduce proprio in questo: un'approccio consapevole al turismo che, a quel punto diventa responsabile.

Le comunità in quanto *entità fragili*³⁴, influenzate cioè da fattori esterni, rischiano di *subire* il turismo come strumento di cambiamento e turbamento, è necessario, quindi, che venga sviluppata una profonda coscienza all'interno della comunità che rinsaldi valori ed accoglienza.

Nei territori, per concretizzare quest'obiettivo, si deve spendere energia affinché si rafforzino 4 elementi³⁵:

- a. **capacità di resistenza**, rinforzare il carattere identitario definito ed originale, sentito e condiviso dalla cittadinanza
- b. **capacità di iniziativa economica**, fornire gli strumenti finanziari necessari alla comunità affinché possa diventare un nucleo creativo-decisionale autonomo
- c. **capacità professionale** per raggiungere un livello qualitativo tale da poter offrire un contributo utile anche a livello nazionale
- d. **capacità di finanziamento**, per risolvere la grande problematica del complicatissimo finanziamento locale

Il sistema museale che andrebbe così a crearsi aumenterebbe la capacità di governo del patrimonio da parte degli stessi cittadini, consentirebbe loro di effettuare più facilmente adattamenti ai cambiamenti della società.

La nuova comunità sarebbe sicuramente in grado di intercettarli ed evolversi di conseguenza.

Se tutto questo accadesse il turismo diventerebbe davvero funzionale al benessere dei residenti, uno strumento di facilitazione per una trasformazione del territorio più vicina agli interessi locali, e non l'opposto.

I dati sul turismo parlano chiaro: i flussi internazionali non prediligono più l'Italia, nel 2009 il calo si è stabilizzato attorno al 2,8% in meno di arrivi³⁶, ma si mantiene, seppur in leggera flessione, il **Turismo Culturale**, affidabile poiché meno legato alla stagionalità ed alle mode.

Si tratta del turismo dei piccoli borghi, che cerca di scoprire e capire la cultura del cibo dei diversi luoghi, le tradizioni, il folklore, le persone. Un turismo che, in questi anni, è costituito da un numero sempre maggiore di italiani in Italia³⁷, che riducono i tempi di vacanza, li concentrano nei week end (o week end lunghi) e li ripetono più spesso durante l'arco dell'anno.

Forse è proprio questa l'ottica con la quale l'ecomuseo dovrebbe dialogare.

Una realtà costituita non tanto da turisti, quanto da *persone*³⁸ che hanno esigenze precise, cittadini da accogliere e ai quali raccontare la soddisfazione di vivere in un dato territorio.

Un turismo tutto da inventare, costruire, adattare a seconda del luogo.

Ciò che si deve considerare è l'*orizzonte temporale* all'interno del quale si intende utilizzare l'ecomuseo come strumento di aiuto allo sviluppo di un territorio.

Se consideriamo il *breve periodo* allora l'obiettivo sarà la creazione di un'offerta turistica in grado di aumentare la domanda, i risultati saranno prettamente economici ma il territorio, il tessuto di relazioni ed infrastrutture rimarrà invariato, fermo nella sua immobilità.

Se invece focalizziamo la nostra attenzione al *lungo periodo* l'obiettivo massimo sarà rendere più

consapevole la comunità locale, aumentando la capacità competitiva del territorio. I risultati si sposteranno più sull'asset sociale, si renderanno più evidenti nel lungo periodo mentre a breve non si discosteranno molto dal primo caso.

Si giunge però, grazie a questa seconda strategia, alla creazione di un **modello integrato e sussidiario di gestione e valorizzazione del patrimonio culturale**³⁹, che coinvolge e supporta la collaborazione della comunità, l'intervento volontario singolo ed organizzato in un ottica coerentemente ecomuseale.

1.6 La situazione italiana

Il fenomeno degli ecomusei sta acquisendo notevole importanza anche in Italia, assumendo un'aspetto interessante anche sotto il punto di vista legislativo.

L'Italia è, infatti, l'unico paese al mondo che sta creando normative specifiche riguardo questa *eretica realtà*⁴⁰, come viene considerata altrove.

Dopo il Piemonte, nel 1995, ben 6 regioni hanno seguito l'esempio ed hanno legiferato riguardo oggetto e finalità degli ecomusei (Provincia di Trento 2000, Friuli Venezia Giulia e Sardegna 2006, Lombardia e Umbria 2007, Molise 2008).

Per capire però la complessità del fenomeno italiano è doverosa una piccola parentesi sulle vicende che hanno portato alla costituzione di queste esperienze sul suolo nazionale.

Il movimento di riscoperta della cultura locale che ha interessato negli **anni '70** tutta l'Europa, coinvolse anche l'Italia, con un'accezione soprattutto rurale, portando alla nascita di numerosissimi *musei di civiltà contadina*⁴¹.

Luoghi recuperati, casali e cascine, in cui vengono raccolte collezioni di attrezzi agricoli che raccontano concretamente la vita contadina.

Costituiscono i primi esperimenti della Nuova Museologia in Italia, completamente ignorati.

La museologia tradizionale, interessata fino ad allora alla "cultura alta" non coglie l'innovazione delle iniziative e non valuta assolutamente lo sforzo collettivo che si celava dietro questi piccoli musei.

Gli stessi anni hanno accolto altre sperimentazioni importanti: l'Anacostia Museum a Washington, l'Ecomusée de Monteceau-Le Creusot in Francia. Esperimenti che hanno avuto evoluzioni completamente differenti a seconda del paese d'origine, mentre in America le iniziative non hanno più utilizzato la denominazione "ecomuseo", in Francia si sono adattate al contesto e sono cresciute. In Italia, dopo una fase nella quale sembravano scomparse, hanno rinnovato le caratteristiche originarie e si sono affermate in un ambiente finalmente rinnovato.

Gli **anni '80** si differenziano poco dal decennio precedente se non per un'evoluzione del concetto di patrimonio come elemento di intrattenimento in ambito culturale e di sviluppo nella sola ottica turistica.

E' negli **anni '90** che la cultura popolare richiede ed ottiene importanza.

Il potere diventa velocemente locale e rivendica autonomia, anche identitaria, ed iniziano ad essere sottolineate con decisione le differenze regionali.

Le regioni si propongono come attori adatti ad occuparsi dei beni culturali e, sull'onda di questa tendenza attuano politiche di tutela, conservazione e valorizzazione⁴².

In questo contesto nascono i primi ecomusei, piccole comunità in Emilia Romagna, Toscana, Trentino e Piemonte si mobilitano e, fiduciosi delle proprie specificità, costituiscono il primo nucleo di questa nuova tipologia museale.

Inizialmente si mobilitano in gran parte associazioni attive nei territori, comuni e amministrazioni locali, fino ad arrivare alle regioni con il loro impegno legislativo, che passano, negli anni, dal favorire la nascita dei nuovi ecomusei a riconoscerne semplicemente l'esistenza.

Quello su cui molti esperti si stanno interrogando sono le ragioni che hanno portato alla fortuna ecomuseale italiana⁴³, 154 ecomusei presenti sul territorio nazionale⁴⁴ apparentemente corteggiati da istituzioni ed amministrazioni.

Sono sicuramente molte le motivazioni, da quelle culturali, le più scontate, ad altre esclusivamente economiche.

Se superficialmente possiamo infatti leggere il crescente interesse per il patrimonio locale, in profondità scoviamo ragioni non coerenti con la vera missione dell'ecomuseo. Le amministrazioni e le istituzioni hanno visto, e in alcuni casi continuano a farlo, gli ecomusei come dei parchi del divertimento, luoghi da annoverare insieme alle attrazioni di un territorio.

In Italia il fenomeno assume principalmente due forme, profondamente differenti tra loro: da un lato, nei piccoli comuni, prevale l'approccio di trasformare territorio e processi sociali (livelli amministrativi molto più vicini ai cittadini); dall'altro, in grandi comuni, in province o, addirittura regioni, l'approccio è sicuramente più distaccato, racconta il territorio in modo formale, senza preoccuparsi di alcuna possibile trasformazione⁴⁵.

Si tratta di ecomusei estremamente diversi tra loro, mentre nel primo caso la partecipazione è fortemente sentita e la volontà di sentirsi appartenenti a quel determinato luogo è fondamentale, nel secondo sembra quasi concretizzarsi un processo calato dall'alto, nel quale sembrano prevalere i puri fini economici.

1.6.1 Le reti ecomuseali

Gli ecomusei hanno capito, sin dagli inizi, quanto fosse fondamentale lavorare in rete.

Partendo infatti dalla piccolissima scala si è evidenziata fin da subito la necessità di diventare, in qualche modo attori rilevanti nel territorio.

In Francia la FEMS, *Fédération des Ecomusées et des Musées de Sociétés*, è la rete nazionale degli ecomusei che opera dal 1989 anche in Belgio e Canada.

In Giappone nel 1995 nasce la Japanese Ecomuseological Society, JECOMS.

In Polonia Ekomuzea, fra il 2005 ed il 2006.

In Cina l'Ufficio Ecomusei all'interno della Chinese Society of Museums.

In Brasile, nel 2007, l'ABREMC, *Associação Brasileira de Ecomuseus e Museus Comunitários*.

La strategia italiana si è rivelata risiedere non tanto nel patrimonio, quanto invece nella *connessione* tra esso: tra i diversi beni, le infrastrutture e le attività culturali.

Questo implica fundamentalmente la **messa in rete** di monumenti, musei, paesaggi, eventi, iniziative, che vanno così a formare un sistema complesso, aperto verso l'esterno, che ha una perfetta capacità di interazione con il contesto poiché profondamente radicato in esso.

Molti elementi, persone, enti connessi tra loro in modo assolutamente non lineare, che si auto-organizzano ed evolvono nell'equilibrio flessibile della rete.

Una rete a geometria variabile capace di rappresentare un territorio, un elemento complesso, la cui stabilità, data da infiniti fattori, è in perenne mutamento.

Ma come costituire questa rete? Come gestire la creazione, l'implementazione e la manutenzione del messa a sistema?

A queste domande il sistema ecomuseale italiano ha risposto principalmente in due modi, diametralmente opposti.

Primo: una concezione funzionale, istituzionale e formale nella quale prima viene creato uno schema organizzativo per gli ecomusei e poi si decide quali esperienze ne fanno parte; in questo caso abbiamo un'approccio top-down con un'istituzione che prende il ruolo di leader e gestisce l'intero processo.

Secondo: concezione evolutiva che mutua dal concetto delle comunità di pratica, partendo dal lavoro già svolto e dai punti in comune, organizzare una rete che si limiti a facilitare le dinamiche già in atto; l'approccio è decisamente bottom-up, si creano un repertorio di risorse, buone pratiche, conoscenze ed errori condivise.

Risposte intermedie, tra le due posizioni, esistono e vedono l'organizzazione di incontri, fra ecomusei regionali già operativi, per pianificare le attività nel campo della formazione e per promuovere la partecipazione a reti nazionali ed internazionali già esistenti (ad esempio Friuli e Trentino Alto Adige).

Ad oggi le reti di ecomusei in Italia sono in Piemonte, Lombardia e Friuli Venezia Giulia. In particolare in Piemonte si è costituito il **Sistema ecomuseale della Regione** ed il progetto **Cultura Materiale Provincia di Torino**, in Friuli la **Rete Regionale degli ecomusei**.

In Lombardia si è costituito, nel 2008, un network nato tra gli ecomusei lombardi, attualmente 28⁴⁶, che valorizza e promuove il patrimonio socio-culturale dei territori aderenti.

La **REL**, Rete Ecomusei Lombardia, si pone come obiettivo quello di implementare le relazioni tra gli ecomusei della regione affinché si possano mettere in atto programmi di sviluppo coordinato nell'ottica della sostenibilità e della sussidiarietà.

Si tratta di un istituzione che, in collaborazione con Regione Lombardia, si comporta come un *distretto culturale diffuso*⁴⁷ che incrementa lo scambio di conoscenze e buone pratiche, affinché si possa creare un sistema di vantaggi turistici ed economici, conservando l'identità culturale.

Il network nasce proprio dalla necessità di creare un dialogo serio e continuo tra i siti ecomuseali e tra questi e le grandi istituzioni. In questo modo si configura come il punto di interazione tra il mondo associativo della realtà ecomuseale e Regione Lombardia.

La rete attua strategie coordinate in modo che gli ecomusei aderenti riescano a rendersi visibili e riconoscibili all'interno del loro territorio, e riescano, così, a collocarsi in modo deciso nella realtà socio-economica cui appartengono. Cerca inoltre di favorire la collaborazione ed il contatto costante tra i vari ecomusei, attraverso attività di formazione (ad esempio i workshop che sta organizzando annualmente). Tutto questo condividendo strumenti e risultati che, una volta condivisi, vanno a formare quel bagaglio tecnico-culturale che può essere sfruttato nelle attività di ogni singolo aderente.

L'analisi approfondita della REL e lo studio delle altre reti italiane verrà completato e schematizzato più avanti in un documento che metterà in comparazione le realtà organizzate a network del modo.

1.7 Quale futuro?

Da qualche anno, in Italia, la realtà ecomuseale sta vivendo una stagione di grande vivacità, l'innovazione sta crescendo in modo dinamico tra le pressioni che caratterizzano quest'istituzione. Interessi economici vs interessi turistici, amministrazioni locali vs i governi centrali, attori innovatori e conservatori.

Nonostante i vari conflitti, si tratta di un periodo dinamico e favorevole, una sorta di equilibrio instabile nel quale c'è interesse e predisposizione verso tutto quello che vi ruota attorno.

Quali allora le prospettive per il futuro? Su quali obiettivi gli ecomusei dovranno lavorare?

Pur trattandosi di realtà eterogenee, radicate in contesti estremamente diversi, sono principalmente due i punti su cui dovranno focalizzare l'attenzione gli ecomusei, due livelli di progetto che lavorano su scale differenti, ma fondamentali per la sopravvivenza e la maggior qualificazione di quest'istituzione.

In primis la piccola scala, il *livello locale*, nel quale gli ecomusei dovranno rafforzare i processi bottom-up di riscoperta e riappropriazione del territorio.

L'identità non dovrà essere approfondita in modo malinconico, le rievocazioni dovranno essere tutt'altro che nostalgiche in modo che, ad essere coinvolte, saranno anche le generazioni più giovani, solitamente distanti da un approccio immobile e per nulla innovativo. Le ricerche sul passato, imprescindibili, verranno svolte affinché possano suggerire nuove strade per il futuro, e, magari anche trasformazioni del presente. Di base non deve mancare un *empowerment*⁴⁸ su produttori e cittadinanza, i quali riusciranno, in questo modo, ad indirizzare il proprio sviluppo rafforzandolo, soprattutto nell'ottica del lungo periodo.

In secondo luogo, vi dovrà essere un impegno importante sul *fronte sovra-locale*, sulla capacità di creare o trovare reti ed operare in esse. Nel futuro questo potrebbe tradursi nella costituzione di organismi sempre più visibili e rilevanti nei dibattiti pubblici, nella piccola e grande scala. Strutture nelle quali è possibile relazionarsi con altri ecomusei nazionali, internazionali, o con i governi, diventare attori privilegiati nel proprio territorio.

In questo modo si sincronizzerebbero obiettivi e finalità, e verrebbero disincentivate iniziative autonome non conformi alla missione ecomuseale.

L'istituzione ecomuseo, impegnandosi su questi due fronti, emergerebbe come *istituzione evolutiva*⁴⁹, che intercetta e restituisce *real time* le trasformazioni della società.

Solo a quel punto avremmo una vero *specchio del territorio e della comunità*, una definizione concreta e veritiera dell'identità di un luogo, che tutela, valorizza e promuove sistemi che possano dare nuova linfa alla vita economica-sociale-culturale del territorio.

Luoghi d'osservazione, di monitoraggio, di interfaccia tra gli abitanti e gli impianti governativi ed amministrativi, che, con questa finalità, coinvolgono, stimolano, conservano, si adattano ed anticipano.

Un progetto che non può e non deve essere costruito da zero, non può essere imposto e calato dall'alto, in quanto significazione del territorio deve scaturire da esso, un *processo di innovazione sociale distribuito e bottom-up*⁵⁰.

Allora sì, l'ecomuseo sarà davvero un'*espressione del tempo e una panoramica sul futuro*⁵¹.

Appendice 1 / tavole di sintesi sullo studio di carattere sistematico del fenomeno ecomuseale (aggiornato al febbraio 2010)

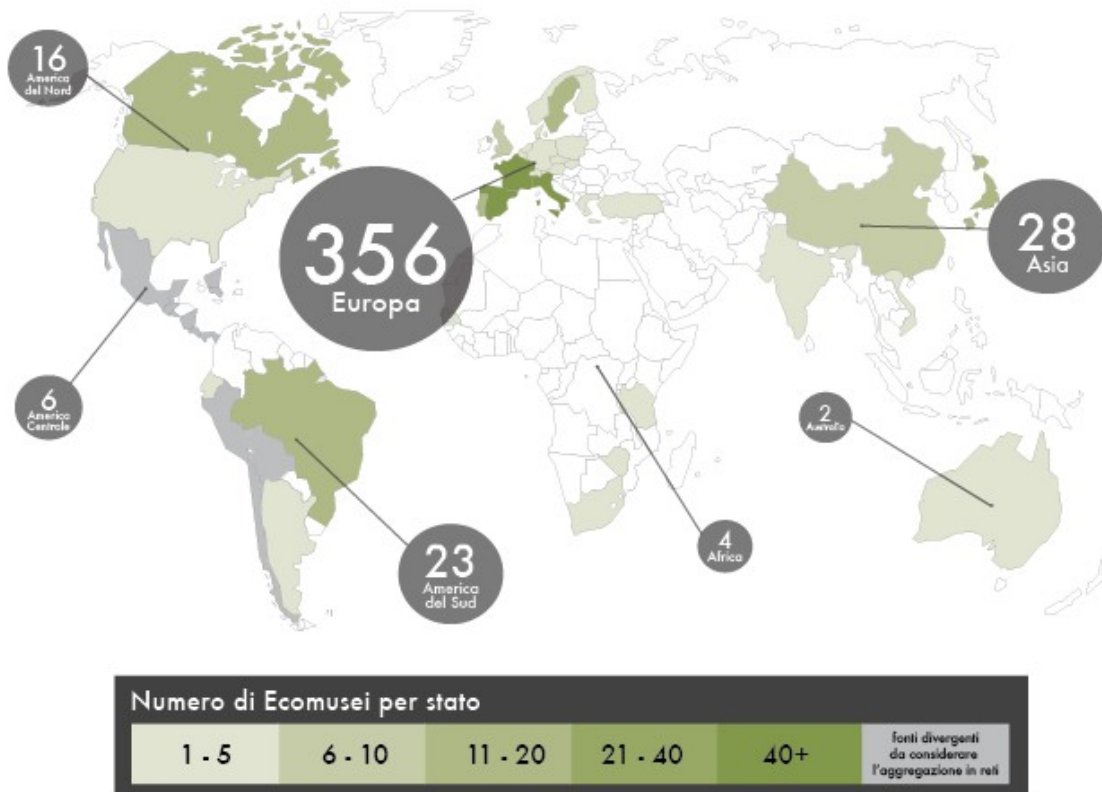


Tavola 1: distribuzione e numerosità, focus situazione italiana

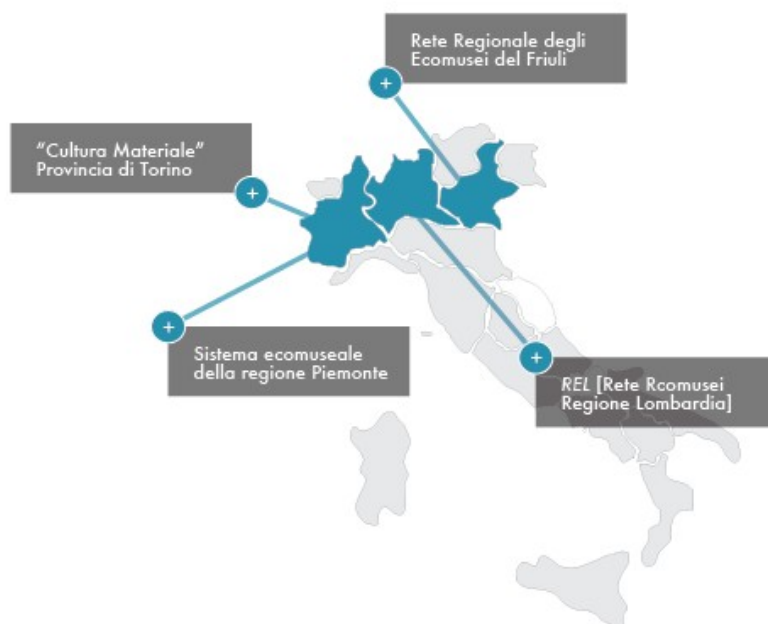
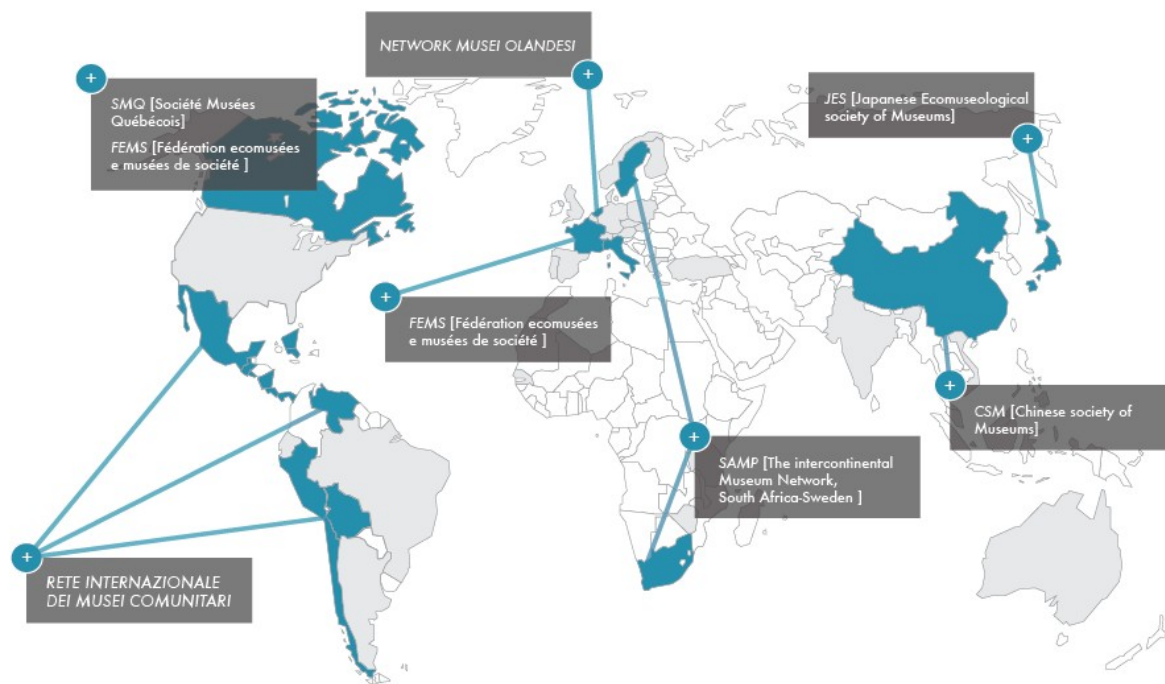


Tavola 2: organizzazione in reti, focus sulla situazione italiana

I – Africa [4]

Village Museum, *Tanzania*
District Six Museum, *Cape Town*, [SAMP]
Batonga Museum, *Zimbabwe*
Ecomusé du Peuple Lebou, *Senegal*

II – Australia [2]

Melbourne's Living Museum of the West
Fairfield LGA Ecomuseum

III.a – America del Sud [23]

Argentina [4]

Ecomuseo Amauta
E. de Treleu
Red de Ecomuseos Camino del Gaucho
Museo Integral Laguna Blanca

Brasile [16]

Ecomuseu Cachoeira
Ecomuseo da Amazonia
Ecomuseu da Fazenda Boa Vista
E. da Ilha da Polvora
E. da Picada
E. da Serra de Ouro Preto
E. de Maranguape
E. di Santa Cruz
Ecomuseu dos Caminhamentos do Sertao
E. do Cerrado
E. do Ribeirao da Ilha
E. de Itaipu
E. de Itabirito
E. de Manguinhos
E. do Quarteirão Cultural do Matadouro
E. e Reserva Ecológica da Fazenda Boa Vista

Cile [1]

Ecomuseo Cobquecura

Ecuador [1]

Ecomuseo de Granja Integral

Venezuela [1]

Ecomuseo del Caronì

III.b – America del Nord [16]

Canada [14]

Cowichan Ecomuseum

Crowsnest Ecomuseum
Ecomusée du Fier Monde, [Société Musées Québécois+FEMS]
Hearst Ecomuseum
Kalyna Country Ecomuseum
Ecomusée d'Anticosti [Société Musées Québécois]
Ecomusée des Deux-Rives
E. de la Haute-Beauce
E. de Hull [Société Musées Québécois]
Ecomusée de l'Est du Québec
E. de Rivière-Pentecôte
E. des Deux Rives [Société Musées Québécois]
Miramichi Open River Ecomuseum
Inuit Heritage Centre

Stati Uniti [2]

Ak-Chin Him Dak Ecomuseum
Anacostia Neighborhood Museum

III.c – America Centrale [6]

Messico [1]

Ecomuseo de Metepec

Nicaragua [1]

Ecomuseo di Solentiname o Musas

Costa Rica [4]

Ecomuseo de las Minas de Abangares
E. de la Ceramica Chorotega
E. de Tobosi
E. de Turrialba

IV – ASIA [28]

India [1]

Ecomuseo de Chaul

Vietnam [1]

Ha Long Bay Ecomuseum

Giappone [16]

Asahimachi Ecomuseum
Asan Live Museum
Hirano Cho Ecomuseum
Chiba Prefectural Museum
Ihatov Ecomuseum
Kawane Museum Village
Kawasaki Industrial Heritage
Kounotori Ecomuseum (2000)
Miura Peninsula
Museum Kita Harima

Steel History Village
Suginami City Museum
Tamagawa Ecomuseum (1994)
Tomiura Biwa Club
Yakushima Field Museum
Yokosuka City Museum

Cina [10]

Suojia Miao people ecomuseum
Nandan Ecomuseum
Sanjiang Ecomuseum
Dimen Ecomuseum
Langde Ecomuseum
Longli Ecomuseum
Tang'an Ecomuseum
Zhenshan Ecomuseum
Olunsum Ecomuseum
Ecomuseum network of Lijiang Old Town

V – EUROPA [356]

Regno Unito [8]

Easdale island Folk Museum
Kilmartin House
Scozia Dunaskin Open-Air Museum
Beamish Open-Air Museum
Museum of London
North Pennines Triangle
The Ironbridge Gorge Museum
The Trevithik Trust

Norvegia [3]

Sør Varanger Museum-Grenslandmuseet
Toten Økomuseet
Økomuseum Grensland

Svezia [13]

Ajtte Sàmemuseum
Vallonbruck
Ekomuseum Bergslagen
Ekomuseum Ätvidaberg
Ekomuseum Gränsland
Ekomuseum Janriket
Gastrikland Skansen
Emåns Ekomuseum
Ekomuseum Falbygden-Ätradalen
Ekomuseum Nedre Ätradalen
Ekomuseum Kristianstads Vattenrike
Kaulingean
Husbyringen

Finlandia [3]

Ekomuseo Liethtalanniemi
Turku Provincial museum
Seurasaari Open Air Museum

Danimarca [5]

Søhølandets Økomuseums
West Jutland Museums
Samsø Økomuseums
Langeland Museum
Sydfalster Økomuseums

Olanda [2]

Ecomare [network Musei Olandesi]
Nationaal Aspergeen Champignonmuseum

Belgio [4]

Ecomusée du Pays des Collines
Ecomusée Régional du Centre
Ecomusée de la Région de Viroin [FEEMS]
Ecomusée of the Boom Brick works

Germania [2]

Museumdorf Duppel
Freilichtmuseum Finsterau

Polonia [23]

Muzeum Zup Krakowstich
Paluki Krainy Ekomuzeum
Ekomuzeum Chelmsku
Ekomuzeum Cysterskie
Ekomuzeum Dymarki w Tarchalicach
Ekomuzeum Dziadoszan
Ekomuzeum Jakubów
Ekomuzeum Rzemiosła w Dobkowie
Ekomuzeum Sredzkie w Srodzie Slaskiej
Ekomuzeum Wrzosowej Krainy
Ekomuzeum Wsi Dolnoslaskiej
Heather Land Ecomuseum
Lower Silesian Heritage Village EcoMuseum
Agricultural Ecomuseum in Sobolów
Ekomuzeum Alwernia
Ekomuzeum Babia Gora
Ekomuzeum Bochnia
Ekomuzeum Lankorona
Ekomuzeum Nova Huta
Ekomuzeum Ziemi Bocheńskiej Three Cultures
Ecomuseum in Lutowiska
Ekomuzeum Opatów-Iwaniska

Ekomuzeum im. Jana Pazdura

Repubblica Ceca [5]

Valašské Muzeum

Archeoskanzen Modra'

Ecomuseum of Shoemaking

Ekomuzeum Růže

Ecomuseo di st. Jan p.Skalou

Slovacchia [1]

Ekomuzeum Hont

Portogallo [14]

Ecomuseu Da Ria

Ecomuseu Moinho do Pagador

E. Zezere

E. da Serra da Lousã

E. de Seixal

E. de Torredeita

E. do Castelo do Bode

E. do Guadiana

E. rural do Vinho do Cartaxo

E. Municipal de Alcochete

E. Municipal de Benavente

E. Municipal de Peniche

E. Municipal de Portimão

Museu de Vila Franca de Xira

Spagna [29]

Castel Ecomuseo Urbà

Centro di interpretaciòn de la mineria

Ecomusei di Rojales

Ecomuseo Ca l'Asturcòn

E. Cap de Cavalleria

E.Caserio Vasco

E. Farinera de Castello d'Empuries

E. Saja-Nansa

E. Zubietako Errota

E. de Benalauria

E. de Guinea de EL Hierro

E. de Somiedo

E. de Tordehumos

E. de Villa San Roque

E. de la Alcongida

E. de la Minería de la Montana Coto Musel

E. de la Sal

E. de los Pireneos

E. del Castello de Ainsa

E. del delta del Ebro

E. del Hàbitat Rural Tradicional

E. del Mulino de Los Ojos
E. del Rio Caicena
E. del Valle del Samuno
E. Agua di Benamahoma
Ecomuseu historico de Benaolaz
E. de les Valls d'Aneu
E. dell'Oli i el Camp
E. del Ports Espai Cultural Coves del Batà Parco culturale del Maestrazgo

Francia [83]

Ecomusée du papier
E. Bourrine du Bois Juquaud [FEMS]
E. Ferme du Bommelaers Wall
E. Industriel des Forges [FEMS]
E. la vie d'Antan
E. le tailleur de pietre
E. Moulin de la Sée
E. Savigny-le-Temple [FEMS]
E. Vallée d'Aspe [FEMS]
E. Vosgien de la Brasserie
E. Agricole du Pays de Fayence
E. de Auzon
E. de Bayel
E. de Bruneaux [FEMS]
E. de Creusot-Montceau [FEMS]
E. de Fougerolles
E. de Marie-Galante [FEMS]
E. de MontJean-sur-Loire [FEMS]
E. de Saint-Déjan [FEMS]
E. de Saint-Nazaire [FEEMS]
E. de Saint-Quentin-en-Yvelines [FEMS]
E. de Salazie [FEMS]
E. de l'Armagnac
E. de l'Ile de Groix [FEMS]
E. de la Basse Seine [FEMS]
E. de la Brenne [FEMS]
E. de la Bresse Bourguignonne [FEMS]
E. de la Corneuve [FEMS]
E. de la Crau
E. de la Cévennes
E. de la Forêt d'Orient [FEMS]
E. de la Forêt Méditerranéenne (1997) [FEMS]
E. de la Grande Lande (1970-Riviere) [FEMS]
E. de la Margeride [FEMS]
E. de la Montagne Noir et de la Vallée di Thoré [FEMS]
E. de la Saint-Baume [FEMS]
E. de la Vallée de l'Aigre
E. de la Ferme d'Antan
E. de la Pomme du Cavados
E. de la Pêche et du Lac [EMPREINTES74]

E. de la Region de Fourmies-Trélon [FEMS]
 E. de la Tradition Basque
 E. de la Truffe (1982)
 E. de l'Approuague
 E. de l'Abbaye de Saint-Ferme
 E. des Monts d'Arrés [FEMS]
 E. des Monts du Forez [rete dei musei di Forez]
 E. des Pays de l'Oise [rete musei locali]
 E. des Amis du Vieux Ligny
 E. des Goemoniers et de l'Algue [FEMS]
 E. des Mines de fer de Lorraine
 E. des Vieux Métier
 E. du Libournais
 E. du Borgeais
 E. du Carton
 E. du Cheminot Veynois
 E. du Costume Savoyard
 E. du Haut Beaujolais
 E. du Marais Breton Vendéen: le Daviaud [FEMS+conservation departemental de musée de la Vendée]
 E. du Marais Salant [FEMS+Association des Gestionnaires des sites du Conservatoire du Litoral+Réseau Poles Nature du Charente Maritime]
 E. du Mont-Lozère [FEMS]
 E. du Montmomorillonnais [FEMS]
 E. du Pays de Rennes [FEMS]
 E. du Pays de la Cerise [FEMS]
 E. du Pays de la Roudule [FEMS]
 E. du Paysan de Toulouse
 E. du Perche
 E. du Val de Bièvre [FEMS]
 E. du Véron
 E. du Bois et de la Forêt
 E. du Moulin de Saint-Martin (collaborazione con lago di Caniel)
 E. du Moulinage
 E. du Verre (la Verrier de Biot, villaggio di Biot) [FEMS]*
 E. d'Alsace [FEMS]
 E. d'Hurtières
 E. d'Ouessant (1968-1°) [FEMS-at traverso E. de Monts d'Arré]
 E. du la Maison du Muflon
 E. Maison Michaud
 Forge Musée [FEMS]
 La Maison du Bolage
 Maison du Bûcheron
 Musée de la Soie
 Saint Joseph Village

Svizzera [4]

Ecomuseum Simplon-Dorf
 Ecomusée Voltaire
 E. de Vessy

E. Avenches

Austria [1]

Museum Tiroler Bauernhofe [affiliato all'ICOM]

Grecia [2]

Ecomuseo di Koronos

E. di Rodi

Turchia [1]

Husamettindere village Ecomuseum

VI – ITALIA [153]

Valle d'Aosta [5]

Ecomuseo Valzer

E. della Canapa di Chardonnay

E. della castagna di Albard

E. della Media Montagna

Museo Minerario Alpino

Piemonte [47]

Canale Cavour

Dinamitificio Nobel

Ecomusei del tessile ex lanificio Bona e Delleani

Ecomuseo Colombano Romean

E. all'IPCA

E. dei Certosini nella Valle Pesio

E. dei Feudi Imperiali

E. dei Terrazzamenti e della Vite

E. del Basso Monferrato Astigiano

E. del Biellese

E. del Castelmagno

E. del Freidano

E. del Granito di Montorfano

E. del Lago d'Orta e Mottarone

E. del Marmo di Frabosa Soprana

E. del Rame

E. del Tessile

E. dell'Alta Val Maira

E. dell'Alta Val Sangone

E. dell'Argilla MUNLAB

E. dell'Industria Tessile

E. della Carbonaia

E. della Pastorizia

E. della Pietra da cantoni

E. della Pietra e della Calce di Visone

E. della Segale

E. della Valsesia

E. della Castagna

E. della Ceramica di Castellamonte

E. della lavorazione della Canapa
E. della pietra
E. della resistenza (Colle del Lys)
E. della resistenza (Val Pellice)
E. delle Rocche del Roero
E. delle Terre al confine
E. delle Terre d'Acqua
E. delle Guide Alpine Antonio Castagneri
E. di Cascina Moglioni
E. de Leuzerie e di Sherpelit
E. feltrificio Crumière
E. Urbano di Torino
Ex Manifattura
Museo mineralogico e delle attrezzature della miniera di Traversella
Scopriminiera
Sentiero la Ruota e l'Acqua
Sogno di Luce: Alpignano la lampadina di Alessandro Curto
Villaggio operaio Leumann

Liguria [4]

Ecomuseo La via dell'Ardesia
E. di Tramonti di Campiglia
Miniera di Gambatesa
Museo Etnografico di Ortonovo

Lombardia [25]

Ecomuseo Adda di Leonardo
E. Concarena Montagna di Luce
E. degli Alberi del pane
E. del Paesaggio di Parabiago
E. del Paesaggio Lomellino
E. del Vaso Rè e della Valle dei Magli
E. dell'Est Ticino
E. della Valle delle Cartiere
E. della Valvestino
E. delle Grigne
E. delle Orobie La "Strada Verde"
E. delle Miniere di Gorno
E. delle Terrazze Retiche
E. di Nova Milanese
E. di Valle Trompia
E. di Valtorta
E. il Grano in Erba
E. della Risaia, dei fiumi e del paesaggio rurale mantovano
E. della Valgerola
E. della Valle del Bitto di Albaredo
E. Valle Imagna
E. Val Taleggio
E. Val San Martino
E. Valli Oglio Chiese

E. Urbano Milano Nord

Trentino [7]

Ecomuseo della Judicaria, dalle Dolomiti al Garda

E. del Lagorai

E. del Vanoi

E. del Viaggio

E. dell'Argentario

E. della Val di Pejo

E. della Valle del Chiese

Veneto [5]

Ecomuseo Ad Mira Brenta

E. del ghertele

E. dell'Archeologia Industriale

E. della Paglia e della Tradizione contadina

E. di Piazzola sul Brenta

Friuli Venezia Giulia [4]

Cjase Cocèl, museo della vita contadina

Ecomuseo Val Resia

E. della Val del Lago

E. delle Acque del Gemonese

Emilia Romagna [10]

Centro Etnografico della Civiltà Palustre

E. Idro di Ridracoli

E. del Sale e dell'Esperienza salinara

E. dell'Acqua

E. della Civiltà e del Sale

E. della Collina e del Vino

E. di Argenta

Giardino delle Erbe di Augusto Rinaldi Cerone

Museo Guatelli

Museo della Civiltà Contadina di San Marino di Bentivoglio

Toscana [13]

Ecomuseo Amiata

E. del Casentino

E. del Chianti

E. del Bosco e della Mezzadria

E. dell'Alta Garfagnana

E. dell'Alabastro

E. della Montagna Lunigianese

E. della Montagna Pistoiese

E. delle Tradizioni Popolari e dei Mestieri

La via Castiglioni

Museo della Città e del Territorio di Monsummano

Museo diffuso del Mugello

Parco Minerario delle Colline metallifere

Umbria [5]

Ecomuseo Colli del Tezio
E. del Paesaggio Trasimeno
E. del complesso dell'Alto Orvietano
E. della Valnerina
E. delle Marcite

Lazio [4]

E. del Litorale romano
E. dell'Agro Pontino
E. di San Donato Val di Comino
Parco Didattico di Nazzano

Abruzzo [3]

E. della Maiella Occidentale
E. della Riserva Naturale di Zompo lo Schioppo
E. d'Abruzzo

Campania [2]

Ecomuseo "l'Acqua che lavora"
E. del Fiordo di Furore

Puglia [6]

Ecomuseo Urbano di Potrugno
E. dei Paesaggi di Pietra
E. del Poggio delle Antiche Ville
E. della Pietra Leccese
E. della Valle d'Itria
E. della Valle del Carapelle

Basilicata [1]

Ecomuseo del Pollino

Calabria [3]

Ecomuseo del Paesaggio della Valle Raganello
E. della Civiltà contadina di Verbicaro
E. delle Ferriere e delle Fonderie di Calabria

Sicilia [3]

Ecomuseo Casa Museo Antonino Uccello
Itinerario I luoghi del lavoro contadino
Museo del Sale

Sardegna [5]

Ecomuseo Sà Corona Arrùbbia
E. degli Aranceti di Milis
E. del Sulcis Iglesiente
E. della Valle del Cixerri
E. delle Genti di Barbagia

Note:

¹ Giovanni Gugg, *Antropologia del paesaggio ed ecomuseo. Linee teoriche e prospettive di analisi*, Centro di Ricerca Audiovisuale, pp.3-4

² ICOM (International Council of Museums) è l'organizzazione internazionale dei musei e dei professionisti museali impegnata a preservare, ad assicurare la continuità e a comunicare il valore del patrimonio culturale e naturale mondiale, attuale e futuro, materiale e immateriale. Creato nel 1946, da Chauncey J.Hamlin, Presidente dell'American Association of Museums, l'associazione non governativa, è un'organizzazione senza fini di lucro, in gran parte finanziata dalle quote dei suoi aderenti e grazie al sostegno di diversi organismi pubblici e privati. Obiettivo: diffondere la reciproca conoscenza fra le culture come base comune per la pace.

³ Maurizio Maggi, Vittorio Falletti, *Gli Ecomusei. Che cosa sono, cosa possono diventare*, Ires Piemonte, 2000, pp.18. Robert Poujard

⁴ Patrick Boylan, 1992

⁵ Peter Davis, Gerard Corsane, *Ecomuseums and Sense of Place, Key features of successful community-based projects*, Newcastle University

⁶ Maggi, M., Murtas, D., 2004. *Ecomusei. Il progetto*. StrumentIRES n° 9. Torino: IRES

⁷ *ivi* nota ³, pp.9

⁸ "socialità del paesaggio", principio sancito a Firenze nel 2000, dalla Convenzione Europea del Paesaggio

⁹ "Abbatere lo scalone monumentale del Museo", cit. Giovanni Pinna, "Presentazione", "Nuova Museologia", anno 1, n.1, settembre 1999, Milano

¹⁰ Peter Davis (2004), comm. pers. e Kazuoichi Ohara (2004), comm. pers.

¹¹ Maurizio Maggi, (a cura di), *Museo e cittadinanza*, 2005, IRES

¹² *ibidem* nota ⁹

¹³ F. Muzzillo, (a cura di), *"La progettazione degli ecomusei"*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 1998

¹⁴ Settis, *"Italia S.p.A. L'assalto al patrimonio culturale"*, Einaudi, Torino, 2002

¹⁵ Maurizio Maggi, *"Ecomusei, musei del territorio, musei di identità"*, "Nuova Museologia", 2002, Milano, pp.9

¹⁶ *ibidem* pp.10

¹⁷ *ibidem* pp.11

¹⁸ Maurizio Maggi, "Verso una nuova Cittadinanza?", Ires Piemonte, 2005

¹⁹ *ibidem*

²⁰ *ibidem*, pp.3

²¹ *ibidem*, pp.3

²² S. Allisio, G. Baral, et al., *Ecomuseo e partecipazione, un approccio di governance*, in M. Maggi (a cura di), 2005, *Museo e Cittadinanza*, IRES

²³ ad esempio il Norwegian-American Folklife Museum, istituito nel 1877, che vedrà i suoi successori solo negli anni '50 del secolo successivo

²⁴ come i musées en plein air, esperienza che continua, ai giorni nostri, negli exhibition activity centres

²⁵ Corsane, Holleman, 1993

²⁶ Peter Davis, *Musei e Ambiente Naturale*, SEPS 2001, pp.13

²⁷ esempio: Ecomuseo della Grande Lande, Guascogna, fondato nel 1970

²⁸ esempio: Le Creusot Montceau, Borgogna, 1973

²⁹ H.de Varine, L'ecomusée (1978), in Vagues, (F.Wasserman ed.), M.N.E.S., 1992, pp.445

³⁰ Maurizio Maggi, Vittorio Falletti, 2000, op. cit., pp.20-23

³¹ riflessione conseguente alla partecipazione al Workshop Ecomusei 2009 (13-14-15 Novembre, Somasca di Vercurago), grazie al contributo di Andrea Macchiavelli, docente dei Sistemi Turistici dell'Università di Bergamo, e Marco Berchi, direttore della centrale degli Studi, Ricerche e Periodici Touring Club Italiano

³² H. de Varine, Workshop degli ecomusei, Somasca di Vercurago, Novembre 2009

³³ Alberto Mazzoleni, coordinatore Rete Ecomusei Lombardia, *Ecomusei e turismo consapevole*, 2009

³⁴ H.de Varine, intervento al 2° Ws degli ecomusei, Somasca di Vercurago, 14 Novembre 2009

³⁵ *ibidem*

³⁶ dati forniti dal Touring Club Italiano, Marco Berchi, intervento al 2° Ws degli ecomusei, Somasca di Vercurago, 13 Novembre 2009

³⁷ *ibidem*

³⁸ ibidem

³⁹ Gian Luigi Daccò, *Ecomusei e turismo: un rapporto necessario, un legame ambivalente*, intervento al 2° Ws degli ecomusei, Somasca di Vercurago, 14 Novembre 2009, pp.4

⁴⁰ H.de Varine, intervento al 2° Ws degli ecomusei, Somasca di Vercurago, 13 Novembre 2009

⁴¹ Maggi Maurizio, Carlo Alberto Dondona, *Macchine Culturali*, Torino, IRES, 2005

⁴² ibidem

⁴³ Gian Luigi Daccò, 2009, op.cit.

⁴⁴ ecomusei riconosciuti e non, attivi in Italia, dati emersi dalla ricerca personale svolta sino al gennaio 2010

⁴⁵ Maurizio Maggi, *Gli ecomusei in Italia. Concetti e pratiche*, in *"Museology and Heritage"*, 2009, pp.6

⁴⁶ Alberto Mazzoleni, 2009, op.cit.

⁴⁷ ibidem

⁴⁸ Maurizio Maggi, 2009, pp.10, op.cit.

⁴⁹ ibidem

⁵⁰ Ezio Manzini, *Mondi multi-locali, Ecologia della mente e visioni del mondo al tempo delle reti*, estratto dal convegno *Ecologia della mente*, pp.44

⁵¹ Peter Davis, *Musei ed ambiente naturale*, 2001

2_DESIGN PER IL TERRITORIO

Questo secondo capitolo cercherà di raccontare i concetti, i processi e le modalità di intervento che la disciplina del design ha sviluppato per agire in modo consapevole nell'ambito dello sviluppo territoriale. Verranno analizzati gli elementi ed i fattori in gioco in un progetto che si rivolge ad un territorio, quali le riflessioni messe in evidenza dalle rilevanti differenze rispetto il processo progettuale di un prodotto. Verrà inoltre analizzato, concretamente, il ruolo del designer in questo complesso ambito, quali gli strumenti a disposizione, le capabilities che può porre al servizio di una così affascinante sfida. Si passerà quindi all'analisi di un modello teorico, di apprendimento delle comunità di pratica, ed uno applicativo, la ricerca ME.Design.

2.1 Lo sviluppo locale

“Lo sviluppo locale è un processo collettivo di innovazione territoriale inserito in una prospettiva di tempo durevole.

È un processo correlato ad uno specifico territorio il cui scopo è di mettere in relazione attori pubblici e privati, società civile e abitanti per dare forma ad un'idea condivisa di sviluppo che sia economica, sociale, ambientale, legata al benessere della collettività e che pone al centro l'essere umano.”

Caldarini C. e Decoster D. P., *Seminario transnazionale sullo sviluppo locale*, Charleroi, Zudausques, Bruxelles, 16 - 18 ottobre, 2000

Avere come ambito di progetto il **territorio** pone il designer dinnanzi a una serie di importanti vincoli e riflessioni.

Esso presenta infatti un grado di complessità superiore a qualunque altro campo, vi risiedono fattori estremamente diversi tra loro ma connessi indissolubilmente al contesto.

*Nel territorio, materiale ed immateriale, umano e fisico, sociale ed economico tendono a fondersi.*⁵²

Gli elementi che possiamo rintracciare all'interno del *capitale territoriale*⁵³ sono quelli immediatamente visibili, fisici, sempre presenti alla nostra percezione, ed elementi meno concreti, immateriali.

Nei primi possiamo ricondurre fattori quali le componenti naturali, morfologiche, architettoniche, infrastrutturali; nei secondi le manifestazioni immateriali, lingue e dialetti, le tradizioni, il folklore, le varie forme di culto, le relazioni sociali, fino ad arrivare al senso del luogo e della comunità. Quello che viene considerato il patrimonio immateriale, intangibile, fonda le sue radici proprio nel contesto territoriale, è irripetibile e caratterizza in modo univoco quel determinato luogo.

Proprio per questa sua unicità è fondamentale utilizzarlo come leva dinamica di sviluppo riferendosi ai sistemi locali, poiché può arrivare a costituire un nucleo davvero importante per l'evoluzione di un luogo.

*«Il territorio è un'entità complessa e multidimensionale, un artefatto sociale, uno spazio trasformato dalla società che è insieme la condizione della sua riproducibilità: condensa in sé relazioni del sistema società-spazio-tempo»*⁵⁴.

Un'entità complessa, costituita da molteplici attori che innescano, rinsaldano e modificano innumerevoli relazioni, il tessuto immateriale delle connessioni sociali.

Legami all'interno della comunità, legami che essa instaura con il proprio ambiente, e che si vengono a creare con i territori contigui. **Connessioni** che, più o meno intenzionalmente, descrivono un luogo, ne raccontano la dinamicità sociale, la capacità di sentirsi *locale* e rapportarsi al *globale*.

Connessioni oggi sempre più a rischio, globalizzazione e connettività mettono a dura prova la capacità dei territori di rimanere in equilibrio tra una dimensione limitatamente locale ed una più ampia, capace, senza le giuste precauzioni, di destabilizzare le piccole realtà.

Un rischio che, come in moltissimi casi, costituisce anche un'enorme opportunità.

E' necessario che il territorio si ponga come soggetto sempre meno passivo e sempre più partecipe dei processi in atto, capace di assorbire le opportunità senza compromettere la propria integrità e capacità di rigenerare le proprie risorse.⁵⁵ La cui comunità vive un nuovo senso di appartenenza al luogo, una consapevolezza critica del proprio patrimonio, delle proprie radici e delle proprie possibilità per il futuro, in una sorta di equilibrio tra il *radicamento* (il radicamento in un luogo e nella comunità che a quel luogo si riferisce) e l'*apertura* (l'apertura ai flussi di idee, informazioni, persone, cose e denaro - Appandurai, 1990), un equilibrio definito, da Ezio Manzini, *localismo*

cosmopolita.⁵⁶

Uno scenario intermedio tra due strategie che possono essere complementari: quella in cui la dimensione locale e globale interagiscono in modo coerente ed armonico (dell'*interazione equilibrata tra dimensione locale e globale*); e quella della *valorizzazione sostenibile delle risorse locali* (fisiche e socio culturali).⁵⁷

Ponendosi in quest'ottica il territorio imparerà a trasformare il proprio patrimonio e i propri valori in *risorse* capaci di generare strategie di sviluppo che, a quel punto, saranno davvero sostenibili.

Serve che la comunità sviluppi essa stessa un nuovo senso critico di appartenenza e valorizzazione, una nuova visione che permetta di *scoprire, valorizzare, coltivare* ⁵⁸ e difendere -elemento fondamentale per la sostenibilità- le risorse situate nel contesto sociale.

Per perseguire questa prospettiva risulta evidente quanto il territorio debba acquisire una capacità fondamentale per promuovere il proprio sviluppo interno.

Esso dovrà infatti imparare ad innescare, sviluppare e mantenere relazioni con l'esterno (territori contigui, istituzioni regionali o statali). Dovrà per questo implementare la propria capacità di: reazione agli stimoli, siano essi opportunità o minacce; integrazione di capabilities e professionalità che non gli appartengono ma sono necessari per lo sviluppo; ed aumentare la propria dinamicità nella gestione e nell'organizzazione dei processi. Fondamentale sarà quindi, a monte di questa prospettiva, la presenza di istituzioni politico-amministrative in grado di supportare il cambiamento e l'evoluzione.

*Istituzioni locali socialmente capaci*⁵⁹ di promuovere l'identità del luogo e i valori socio-culturali che lo caratterizzano, che sappiano connettere in modo flessibile e contemporaneo persone (cittadini, amministrazioni, aziende, ...) ed evidenze fisiche, che sappiano gestire in modo "sistemico", promuovere l'approccio strategico.

Ciò che occorre è, evidentemente, una visione d'insieme, una strategia che sappia mettere in rete attori, istituzioni e risorse, e che alimenti la relazione costante con l'esterno.

Visione e strategie proprie del design, che potrebbe offrire un contributo fondamentale per l'innescare e lo sviluppo di quest'evoluzione positiva e necessaria.

Solo in questo modo, attraverso un processo collettivo, territorio e comunità non saranno più delle entità isolate ma dei nodi di una rete, punti di connessione tra le reti corte (tessuto sociale e produttivo locale) e le reti lunghe (di connessione con il resto del mondo).

2.2 Design e sistema locale

Il design si affaccia oggi alla progettazione nell'ambito dello sviluppo territoriale.

Da attività prettamente creativa, sfiorando in alcuni casi puri esercizi di stile, ha subito negli ultimi decenni un radicale cambiamento.

Dal legame quasi esclusivo con la produzione, e quindi con una sfera assolutamente pratica e materiale, il focus si sta ora spostando su aspetti che verrebbero definiti sempre più *intangibili*. Comunicazione, relazione, esperienza sono ormai aspetti centrali nel processo progettuale. La dimensione emozionale è diventata l'ambito di progetto da favorire, rispetto quella formale, benessere e customization due dei requisiti fondamentali.

Il prodotto, l'oggetto, non sono più centrali nella questione progettuale, i bisogni dell'utente piuttosto, i suoi desideri, le sue necessità diventano sempre più basilari.

Per questo forma e funzione non bastano più.

Materiali e rapporti dimensionali non riescono più a creare quel valore aggiunto che viene ricercato, e può essere trovato solo se l'approccio progettuale prevede un'ottica di strategia di **servizio**, che considera il prodotto solo una parte dell'offerta.

Il design è oggi la *disciplina della contemporaneità*, che, grazie alla propria dimensione *interdisciplinare, plurilogica e connettiva, poliglotta e creativa* riesce a confrontarsi con *problematiche complesse e sistemiche*.⁶⁰ Proprio per questa sua trasversalità il designer è un progettista di sistemi integrati di servizi, prodotti e comunicazione⁶¹.

Questo si traduce in un approccio multidisciplinare, flessibile e dinamico, che si adatta e vive nella compresenza di differenti elementi (analisi dell'utente, progettazione di un'interfaccia, sviluppo di evidenze fisiche, ...) e che produce dei veri e propri sistemi-prodotto.

E' evidente quanto questo ben si affianchi ai sistemi territoriali, i quali possono essere letti come il risultato dell'azione di molteplici attori (enti, associazioni, partner, amministrazioni, cittadini) realizzati secondo logiche non sempre coerenti ed armoniche.

Il design ha, in questi ultimi decenni, sviluppato ed approfondito capabilities che permettono: la messa in rete di attività/persone/prodotti; la gestione strategica del processo che precede il prodotto; la visione complessiva, di sistema, che coinvolge trasversalmente i diversi fattori in gioco.

Questo al fine di integrare, valorizzare e tutelare il *capitale territoriale*, gli elementi materiali ed immateriali di un territorio: *risorse fisiche; risorse umane; know how, competenze, identità; forme di governance; relazione con mercati interni ed esterni*.⁶²

Concretamente ciò che un designer potrebbe trasferire nel campo applicativo dello sviluppo territoriale sono competenze specifiche o strumenti progettuali, in particolare:

- *favorire la convergenza tra gli attori attorno ad una visione condivisa (design degli scenari)*
- *articolare questa visione condivisa in diverse iniziative praticabili (design strategico)*
- *progettare le interfacce dei servizi che ne derivano (design dei servizi)*
- *promuovere e realizzare un'efficace comunicazione dell'intero processo (design della comunicazione)*⁶³

2.2.1 Quale ruolo per il design?

Appurato ciò che potenzialmente il design può trasferire all'ambito locale, è necessario focalizzare l'attenzione sulla specificità progettuale, sulle caratteristiche che connotano in concreto un progetto vuole interfacciarsi con lo sviluppo territoriale.

Innanzitutto bisogna considerare la natura dell'oggetto del progetto ed i riferimenti al contesto che esso porta con sé.

Trovarsi di fronte al *contesto territoriale* significa, per il design, mutare completamente il riferimento dell'attività progettuale, si passa infatti da un attore singolo ad un molteplice attore situato. Un macro attore da coordinare, gestire, formare, organizzare e mettere in relazione attraverso gli strumenti propri della disciplina. Una dimensione sociale complessa ma fondamentale per quanto riguarda la vera valorizzazione, che si traduce, riferendosi a questo livello relazionale, in crescita locale e globale.

Ciò che inoltre viene concretamente realizzato è legato ad una dimensione più complessa della semplice forma, oltre ai prodotti *classici* cui siamo ormai abituati, si dovrà parlare di artefatti immateriali, comunicativi, organizzativi, operativi o concettuali *utili a supportare i processi di negoziazione, la costruzione di linguaggi condivisi, il sistema di competenze coinvolte che sono alla base del progetto stesso*.⁶⁴

Ci troviamo dinnanzi ad un contesto molto complesso, un'ambiente costituito da un capitale territoriale che pone in essere questioni immateriali e materiali da valorizzare e tutelare.

Un territorio che, in quanto entità complessa, deve essere indagato tenendo ben presente il fatto che ponga *limiti e condizioni* i quali, se approfonditi, possono diventare importanti *opportunità* per lo sviluppo di un progetto locale.

1. *la condizione multi-attore* (la dimensione collettiva dell'azione di design)

il progetto territoriale coinvolge soggetti di natura differente, attori che appartengono all'ambito istituzionale, culturale, economico e sociale. Soggetti che vanno a formare, ognuno con le proprie capacità a professionalità, la *design community*, che conduce e partecipa l'azione progettuale. Questa, inoltre, agisce nel contesto territoriale in relazione alla comunità locale più ampia, la *comunità generale*, che evidenzia problematiche, necessità e suggerimenti. L'azione di design si pone quindi in una situazione intermedia tra le due: si rivolge alla design community affinché questa possa indirizzare le esigenze evidenziate verso la costruzione di strumenti/obiettivi che le possano esaudire. Capacità di ascolto, confronto e condivisione sono capabilities che devono essere sviluppate dall'intera comunità per il raggiungimento degli obiettivi posti.

2. *la condizione multi-livello* (le differenti scale d'intervento dell'azione di design)

il progetto deve intervenire, nel territorio, secondo scale di differente grandezza: da quella locale urbana, a quella globale (provinciale, regionale, nazionale, ...). E' fondamentale prevedere e gestire un intervento multi-scala poiché le differenti grandezze influenzano ed interagiscono, in modo più o meno evidente, con l'ambito locale, pervadendo la quotidianità dei cittadini.

3. *la condizione di situatività* (la dipendenza dal contesto dell'azione di design)

le caratteristiche tangibili ed intangibili che descrivono un territorio, non sono entità fisse ed immobile all'interno del contesto. Ne modificano, anzi, la natura in modo continuo, flessibile, dinamico,

poiché ne sono profondamente connesse. Si tratta di un sistema situato che evolve nel tempo, muta, seguendo e raccontando i cambiamenti socio-culturali, che deve essere considerato in quanto tale: dinamico e specifico.

4. *la condizione path dependency* (la dipendenza dell'azione di design dalla storia del progetto)

l'azione progettuale deve considerare primariamente la caratteristica specificità del luogo e le azioni pregresse che sono state realizzate nel corso del tempo. Le varie azioni, iniziative che si sono susseguite durante gli anni hanno concorso alla creazione dell'identità del territorio. Ignorare storia e specificità significherebbe agire in un contesto che non si è capito, rischiando di operare in discontinuità rispetto tutto quello che in quel luogo è stato.⁶⁵

Basilari per l'azione progettuale, quindi, risultano essere la partecipazione locale e l'esistenza di una design community interessata. Il designer subentrerà nel contesto abilitando questa *comunità di progetto* alla comunicazione ed a nuove competenze, volte all'obiettivo ultimo: lo sviluppo locale. Grazie a questo fondamentale passaggio il designer viene definito un *abilitatore di apprendimento*⁶⁶, egli opera creando linguaggi ed obiettivi condivisi, fornendo strumenti creati ad hoc per il raggiungimento delle finalità progettuali.

2.2.2 Il modello teorico: le comunità di pratica

Nel paragrafo precedente il designer è stato definito *l'abilitatore di apprendimento* della comunità di progetto, proprio questo “processo sociale” costituisce l'innescò per i meccanismi di innovazione a livello locale. L'abilitazione della comunità (design community) fa sì che scaturiscano dei processi di apprendimento organizzato condivisi, fondamentali in un progetto di sviluppo locale. La comunità così abilitata è in grado di stabilire finalità condivise, porsi obiettivi in modo strategico, sfruttare processi che fanno propria la visione sistemica del design, utilizzare strumenti per sviluppare e consolidare soluzioni innovative.

*Il filtro di lettura adottato è quello del modello di apprendimento della comunità di pratica*⁶⁷, il designer, sfruttando tecniche appartenenti alla disciplina, è in grado di innescare i meccanismi di apprendimento, scambio e crescita -culturale, conoscitiva, locale e globale- che permettono di abilitare attori, competenze ed interazioni affinché la design community possa agire concretamente sulla scala locale.

La comunità si costituisce attorno ad un obiettivo condiviso, per un periodo di tempo, in base ad un impegno reciproco, condividendo e costruendo il proprio repertorio comune, costituito da linguaggi, strumenti, azioni e stili.⁶⁸

Le **comunità di pratica**, termine coniato da Etienne Wenger e Jean Lave approfondendo la fase dell'apprendistato come un modello di apprendimento, sono gruppi spontanei di persone che si riuniscono per trovare soluzioni comuni ad una problematica condivisa, generando quindi apprendimento organizzato e favorendo processi di identificazione. Ciò che viene costruito è un repertorio che prevede una fase preliminare di interpretazione della realtà, ed una successiva nella quale vengono sviluppate vere e proprie azioni. Si tratta fondamentalmente di una rete sociale che può innescare dei processi di innovazione. I contenuti discussi e le soluzioni messe in atto sono estremamente legate al contesto territoriale cui la comunità si riferisce.⁶⁹

Un repertorio condiviso di risorse che viene sfruttato seguendo modalità ricorrenti di pensiero ed azione.

Le persone che decidono di partecipare alla comunità, in completa autonomia, offrono il proprio

apporto per la realizzazione di un obiettivo comune. Questo significa che il gruppo, costituito dalle molteplici soggettività, organizza, attraverso una visione strategica, una propria identità, che lo amalgama e lo rende coeso.

Nuove idee per soluzioni concrete ed innovative, una forma di autoapprendimento collaborativa, flessibile e dinamica, valida perché continuativa nel tempo. L'informazione prodotta ed incentivata trova valore nella sua piena accessibilità, nella possibilità, quindi, che il patrimonio intangibile e le pratiche di lavoro vengano costantemente condivise. Per organizzare e gestire la comunità (e tutte le iniziative progettuali che ad essa si ispirano) è necessario che vengano facilitate attività di comunicazione, relazione e negoziazione con strumenti creati ad hoc.

Il modello delle comunità di pratica ha trovato ad oggi numerose applicazioni che concretizzano i concetti appena esposti. Possiamo infatti trovarne esempi: nel design (come evidenziato nel paragrafo precedente); all'interno di organizzazioni governative; nel settore sociale, culturale, in progetti di sviluppo internazionale e nel web (le nuove tecnologie supportano in modo deciso ed appropriato questo tipo di comunità favorendo lo scambio ed il confronto continuo).

*Il concetto di comunità di pratica rappresenta la dimensione sistemica del servizio perché rappresenta quell'insieme di variabili cognitive e culturali che permettono all'attore di attivare un processo di riconoscimento delle situazioni di azione/servizio attraverso tre dimensioni che sono fondamentali per l'esperienza del servizio ovvero: l'impegno reciproco, l'impresa comune e il repertorio condiviso.*⁷⁰

Risulta quindi evidente quanto questo modello ben si accosti ad una tesi in design dei servizi che abbia come focus l'istituzione ecomuseale. L'obiettivo ultimo che animerà l'intero progetto sarà il consolidamento e la valorizzazione dell'identità di un territorio, attraverso la creazione di una comunità attiva, dinamica ed interessata, la quale, attraverso tools pensati ad hoc riuscirà ad implementare processi di apprendimento e condivisione.

Una vera e propria *comunità di pratica*.

2.2.3 L'applicazione concreta: la ricerca ME.Design

Le nozioni teoriche espone nei paragrafi precedenti trovano piena applicazione nella ricerca Me.Design, una ricerca-azione le cui ipotesi hanno trovato verifica nella realizzazione di workshop progettuali che hanno interessato tutta l'Italia.

Nei differenti workshop, che hanno coinvolto località di diversa natura (città, piccoli paesi, luoghi espressamente turistici), sono stati affrontate ed approfondite tematiche care al design dei servizi, lo sviluppo di produzioni locali, valorizzazione del patrimonio locale (storico, culturale e sociale).

La ricerca è stata condotta, grazie ad un cofinanziamento del Ministero della Ricerca Scientifica e Tecnologica italiano, nel 2002-2003 dal network di ricerca SDI (Sistema Design Italia), ed ha visto il coinvolgimento di 7 tra le Università italiane (Genova, Milano, Napoli Federico II, Napoli Anversa, Palermo, Pescara, Reggio Calabria), già riunite nella rete SDI dal 2002.

Obiettivo della ricerca: indagare ed identificare strumenti, competenze e modalità di applicazione della valorizzazione territoriale, campo d'azione finora sconosciuto, nei luoghi del Mediterraneo. Si è trattato quindi di un'indagine, a livello nazionale, delle possibili applicazioni del design per lo sviluppo locale, un'analisi delle sue potenzialità (capabilities, metodi e strumenti).⁷¹

L'esito della ricerca ha permesso di capire, concretamente, come il design possa affacciarsi all'ambito locale, quali strumenti e quali metodologie possa sfruttare per accostarsi alle discipline che, finora, si sono occupate di tale obiettivo.

Questi i principali passi della ricerca:

1. costruzione di un linguaggio codificato che potesse essere utilizzato da tutti i ricercatori per meglio focalizzare l'ambito che andavano ad indagare (sono stati forniti, in aggiunta, strumenti ad hoc che hanno supportato la fase)
2. fase della ricerca sul campo che ha sfruttato il metodo della ricerca-azione (sono scaturiti da questa fase 7 laboratori progettuali che hanno interessato direttamente attori locali -amministrazioni pubbliche, enti, associazioni, imprese artigianali, professionisti e cittadini-, progettisti e ricercatori)⁷²

In particolare i ricercatori hanno deciso di approcciare il territorio secondo la presenza o meno di attività, progettuali ed operative, capaci di innescare processi di sviluppo. Ciò che ne è derivato sono state due linee guida:

_ Mediterraneo come rete di territori: territori con identità e peculiarità differenti.

Ogni territorio è espressione unica e irripetibile di paesaggi, economie, culture, comunità e linguaggio. Il Mediterraneo è dunque una rete di territori, in forme diverse di relazione tra loro, nel rispetto e valorizzazione delle identità e delle differenze di ognuno;

_ Mediterraneo all'interno di diverse forme di sviluppo: la complessità della situazione delle regioni e dei territori che insistono sul Mediterraneo pone il problema della discontinuità presente: dallo sviluppo avanzato, alla lentezza di alcuni sporadici e isolati tentativi di potenziamento locale, fino alla riconosciuta arretratezza di molte situazioni. Proprio tale discontinuità pone la necessità di pensare il concetto di sviluppo in termini più complessi di quanto abbia fatto per lungo tempo la tradizione economica, vincolandolo a quello di P.i.l.⁷³

Ciò che la “disciplina design” può assorbire e fare propri dalla ricerca ME.Design sono i suoi esiti: tre livelli differenti di progetto attraverso i quali il design può agire per diventare *abilitatore* di processi di sviluppo territoriale:

Primo livello_ Costruzione del sistema (di competenze, relazioni)

Il designer si vede impegnato in un processo di negoziazione; la capabilities necessaria in questo primo step è la capacità di visualizzazione (concetti, idee, relazioni e significati);

Secondo livello_ Definizione della strategia di progetto

Il designer visualizza e propone le possibili idee progettuali, linee di progetto, definendo scenari e strumenti per le varie fasi operative;

Terzo livello_ Definizione del sistema-prodotto territoriale

Il designer agisce in quanto tale, da forma alle soluzioni progettuali definite utilizzando metodi e strumenti appropriati, arrivando a definire artefatti, servizi e comunicazione.⁷⁴

Note:

- ⁵² Stefano Maffei e Beatrice Villari, *Risorse locali e comunità di progetto. Il designer come abilitatore di apprendimento per le azioni di sviluppo territoriale*, Agenzia SDI, Milano 2005, pp. 3
- ⁵³ Antonella Castelli, *Un modello di riferimento per la valorizzazione del capitale territoriale: la porta di accesso e le integrazioni delle risorse*, Agenzia SDI, Milano, 2005
- ⁵⁴ Eleonora Fiorani, *I panorami del contemporaneo*, Lupetti, Milano, 2005, pp. 9
- ⁵⁵ Lucia Di Sarli, *Tesi Magistrale in Design dei Servizi*, dicembre 2009
- ⁵⁶ Ezio Manzini, *Un localismo cosmopolita. Prospettive per uno sviluppo locale sostenibile ed ipotesi sul ruolo del design*, Agenzia SDI, Milano 2005, pp. 2
- ⁵⁷ ibidem, introduzione
- ⁵⁸ ibidem, pp. 3
- ⁵⁹ Francesco Zurlo, *Design Capabilities per istituzioni locali socialmente capaci*, Agenzia SDI, Milano, 2005, pp. 3
- ⁶⁰ ibidem, pp. 4
- ⁶¹ Ezio Manzini, op. cit.
- ⁶² Stefano Maffei, *Corso di Metodi di ricerca per il progetto A.A. 2008/2009*, Politecnico di Milano, Facoltà del Design
- ⁶³ Ezio Manzini, op. cit., pp. 5
- ⁶⁴ Stefano Maffei e Beatrice Villari, op. cit.
- ⁶⁵ ibidem, pp. 3
- ⁶⁶ ibidem
- ⁶⁷ ibidem, Wenger, (1988)
- ⁶⁸ Wenger (1988)
- ⁶⁹ Wenger Etienne, *Communities of practice, learning, meaning and identity*, Cambridge University Press, 1998
- ⁷⁰ Stefano Maffei e Daniela Sangiorgi, *Dal design dei servizi al design dei sistemi d'attività*, DDD_INTERFACCE, rivista anno 2, num. 7, luglio/settembre 2003
- ⁷¹ Giuliano Simonelli ed Arianna Vignati, *La ricerca ME.Design: le ipotesi preliminari*, Agenzia SDI, Milano, 2005
- ⁷² ibidem
- ⁷³ ibidem
- ⁷⁴ Stefano Maffei e Beatrice Villari, op. cit.

3_ANALISI TERRITORIALE

Il terzo capitolo è dedicato all'analisi territoriale condotta sui 4 comuni teatro del progetto: Busto Arsizio, Castellanza, Legnano ed Olgiate Olona.

I paragrafi che seguiranno racconteranno l'analisi delle caratteristiche sommarie del territorio, passando poi all'indagine del sistema delle risorse e degli attori presenti, sino all'evidenziazione degli esiti ultimi della ricerca, che costituiranno il punto di partenza per la costruzione dello scenario e l'ideazione del concept di servizio.

3.1 L'Alto Milanese

“L'Alto Milanese è il territorio, a una trentina di chilometri a nord-ovest di Milano e vasto circa 300 kmq, nel cui centro si trova l'attuale conurbazione, già riconoscibile ai primi del Novecento, di Legnano / Castellanza / Busto Arsizio / Gallarate. Posto sulla strada del Sempione e tra l'Olona e il Ticino, oggi è suddiviso tra le province di Milano e Varese.”⁷⁵

Con Alto Milanese si intende quel territorio che si sviluppa intorno alla forcilla formata dal fiume Olona, il Sempione e la Ferrovia della Valmorea, che accompagnano questo territorio verso la Svizzera e l'Europa. A questa posizione strategica possiamo ricondurre le radici del forte sviluppo industriale del territorio. Dal 1850 l'Olona ha favorito la nascita di città come Castellanza e Legnano, ed il conseguente sviluppo dell'industria tessile. La successiva costruzione di alcune tra le più importanti arterie stradali del nord Italia, ha permesso, nei decenni seguenti, la costituzione del polo di sviluppo formato da Gallarate, Busto Arsizio, Castellanza e Legnano fornito sia di un buon raggio di attrazione sulle manodopera delle località circostanti, sia di una forte capacità espansiva (in termini di iniziative imprenditoriali sulle stesse località).

Stiamo quindi trattando un territorio che ha creato, e consolidato negli anni, un proprio sistema produttivo, una fiorente realtà industriale costituita, dapprima, dagli stabilimenti tessili, poi dalle industrie sorte capillarmente.

Il comprensorio dell'Alto Milanese: costituito nel 1971 e poi caduto in disuso, comprendeva i comuni di: Albizzate, Arconate, Arsago Seprio, Besnate, Buscate, *Busto Arsizio*, Busto Garolfo, Cairate, Canegrate, Cardano al Campo, Carnago, Casorate Sempione, Cassano Magnago, Castano Primo, *Castellanza*, Cavaria con Premezzo, Cerro Maggiore, Dairago, Fagnano Olona, Ferno, Gallarate, Golasecca, Gorla Maggiore, Gorla Minore, Jerago con Orago, *Legnano*, Lonate Pozzolo, Magnago, Marnate, Nerviano, Oggiona con Santo Stefano, *Olgiate Olona*, Parabiago, Rescaldina, Samarate, San Giorgio su Legnano, San Vittore Olona, Solbiate Arno, Solbiate Olona, Somma Lombardo, Villa Cortese, Vizzola Ticino.

Oggi l'Alto Milanese è fondamentalmente il territorio a cavallo tra le province di Milano e Varese, confina a nord con Golasecca, Solbiate Arno, Cairate; a est con Gorla Maggiore, Gerenzano, Saronno; a sud fra il canale Villoresi e l'autostrada Milano-Torino; a ovest con il fiume Ticino. In quanto territorio di confine è particolarmente complesso poiché vi si riflettono le caratteristiche dell'una e dell'altra provincia. L'anima di un territorio rurale con elementi tipicamente “cittadini”, una delle aree a più elevata urbanizzazione della Lombardia.

L'intera zona è resa particolarmente dinamica e fiorente grazie alla presenza dell'asse stradale e ferroviario del Sempione; la linea ferroviaria Treviglio-Gallarate che si dirama verso Luino e Varese; la FNM che collega la zona a Novara e Saronno da cui si dirama il collegamento con Malpensa, espandendo il territorio da est ad ovest; e l'autostrada Milano-Varese che ha conferito ulteriore dinamicità agli scambi della zona, tanto con Milano, quanto con Varese.

Grande parte dell'aspetto strategico della zona è oggi dovuto alla presenza di Malpensa, aeroporto internazionale distante da Busto Arsizio circa 20 km il quale, insieme agli scali di Milano Linate ed Orio al Serio forma il sistema aeroportuale milanese con oltre 33 milioni di passeggeri annui (dato aggiornato al dicembre 2009). L'aeroporto, situato nella frazione Malpensa di Somma Lombardo, occupa parte dei territori appartenenti ai comuni di Cardano al Campo, Casorate Sempione, Ferno, Lonate Pozzolo, Samarate, e Vizzola Ticino, tutti situati in provincia di Varese. Si tratta di un elemento che ha “sconvolto” le dinamiche della zona: innanzitutto le questioni positive, portando nuova occupazione (anche se inferiore alle attese) e potenzialità di ulteriore sviluppo per le attività ad esso collegate; secondo, le negative, è aumentato notevolmente l'inquinamento, soprattutto

acustico, costringendo alcuni abitanti addirittura al trasferimento, e congestionando ulteriormente la zona, già carente dal punto di vista infrastrutturale.

L'ambito territoriale in questione, i quattro comuni prima evidenziati, raccontano in modo completo tutte le trasformazioni che hanno interessato l'asse del Sempione, conservando però un'ampia presenza di spazi verdi rispetto le parti immediatamente contigue, caratterizzate da un'immagine di continua città.

*“Un sistema urbano a sviluppo lineare appoggiato alla strada del Sempione”*⁷⁶ in cui le zone residenziali si intramezzano ad attività produttive e commerciali. Insediamenti residenziali che si stanno, da qualche decennio, sempre più ampliando, provocando l'espansione dei centri urbani e l'erosione di vaste superfici agricole.

Si tratta di un territorio posto al centro di una delle aree maggiormente industrializzate d'Europa, con una forte identità economica e sociale. Un'area ad alta vocazione imprenditoriale che ha saputo modificare la propria inclinazione, meccanica e tessile, reinventandosi in seguito alla crisi iniziata negli anni '60, seguendo quindi una logica terziaria e puntando sulla qualità assoluta dei prodotti, con l'obiettivo ultimo, ancora non soddisfatto, della creazione di un territorio dai servizi efficienti ed efficaci. Un'area metropolitana definita qualche anno fa “area vasta”, comprensiva della città di Gallarate, impegnata a difendere la propria specificità e la propria autonomia da Milano, un territorio che cerca di evitare con i mezzi a sua disposizione, la fagocitazione da parte del capoluogo lombardo.

Una zona estremamente vicina a Milano ma profondamente diversa dal capoluogo nella sue caratteristiche. Un territorio costituito da città che conservano un'anima paesana, dove si possono ritrovare la frenesia del ritmo lavorativo settimanale e lo spirito slow delle feste di campagna, luoghi nei quali il localismo incontra (e scontra) il globale, dove l'apertura mentale di coloro che diventano parte dei flussi extraterritoriali si confronta con l'approccio del piccolo locale saldamente legato alle proprie radici.

Circoli a conduzione familiare e gallerie d'arte di respiro internazionale.

Sushi prelibato e tradizionalissima cazzoela.

Contrasti e possibilità, confronti e scontri.

Nei prossimi sottoparagrafi verrà proposto un focus specifico per ogni città indagata nel territorio appena descritto, per ciascuna verranno presentate delle informazioni demografiche, note storico-artistiche e socio-culturali.

L'analisi specifica delle risorse verrà invece approfondita nel paragrafo successivo.

3.1.1 Busto Arsizio

Busto Arsizio (Büsti Gràndi in dialetto bustocco) è un comune italiano situato in provincia di Varese. La popolazione censita al dicembre 2009⁷⁷ è di 81.716 abitanti, il cui 7,48%, 6.112 unità, è formato da stranieri, principalmente albanesi, ecuadoregni, marocchini, peruviani, tunisini⁷⁸, grazie a queste dati si tratta della città più popolosa dell'Alto Milanese (la settima della Lombardia).

I comuni confinanti sono Cassano Magnago, Castellanza, Dairago (MI), Fagnano Olona, Gallarate, Legnano (MI), Magnago (MI), Olgiate Olona, Samarate. Busto Arsizio dista 44 km da Varese; 35 km da Milano; 38 km da Novara; 30 km da Como; 7 km da Legnano e 7 km da Gallarate.

L'analisi della distribuzione urbana dimostra come l'area fosse abitata già dall'epoca romana, l'andamento delle vie del centro storico risulta infatti regolare, probabilmente da collocarsi tra il II secolo e il IV secolo d.C. Tramite la sola indagine visiva della vista aerea del territorio cittadino, si riesce ad evidenziare l'evoluzione che ha vissuto, negli anni, l'intera zona. Sono infatti visibili i primissimi centri storici costituiti da strette vie ed abitazioni costruite in sequenza, ed i successivi agglomerati residenziali (databili ad inizio secolo) che raccontano un territorio nel quale le abitazioni venivano edificate su appezzamenti di proprietà.

Le fasi che possono essere sintetizzate da quest'analisi sono 3:

1_ la prima nella quale non veniva seguita alcuna logica di costruzione del proprio abitato, ognuno costruiva semplicemente sul proprio appezzamento di terra;

2_ la seconda nella quale si possono scorgere i tentativi delle amministrazioni di razionalizzazione tramite l'edificazione di *villaggi urbani* rimasti, purtroppo, dei meri tentativi di semplificazione, che costituiscono, ad oggi, le zone più problematiche;

3_ la terza, del Piano Regolatore databile agli anni '50, che prevedeva uno sviluppo sensibile della zona ma ha lasciato tutto inalterato per più di cinquant'anni.

Il risultato, come è ovvio, è un territorio disomogeneo, nel quale sono presenti enormi differenze tra le zone centrali e quelle periferiche, meno servite e considerate vere e proprie zone dormitorio.

La popolazione di Busto si è costituita, dalla metà del secolo scorso, grazie ad ondate successive di immigrazione: la prima, attorno agli anni '50/'60 che ha visto l'insediamento di circa 25.000 persone provenienti dal Veneto che hanno trovato occupazione nelle grandi industrie tessili dell'epoca; la successiva di siciliani, principalmente provenienti da Gela, circa 20.000 persone, che hanno costituito un nucleo importante nella città. Gli stranieri presenti oggi sono solo il 7,48% della popolazione residente e costituiscono le fasce più povere abitanti nel territorio.

Oggi la città di Busto Arsizio risulta essere un centro industriale e commerciale moderno, economicamente strategico grazie alla sua posizione al centro di un virtuale "quadrilatero" che ha come diagonale l'asse del Sempione e come vertici opposti Novara e Como.

Una città che, da centro tessile di primaria importanza, è evoluta in centro dinamico nel quale le realtà industriale, culturale, sociale sono presenti e attive.

Un focus particolare deve essere fatto per l'ambito sportivo.

Nella città sono presenti 101 associazioni, costituite in grande parte da volontari, che operano costantemente nel territorio e hanno portato all'implementazione di impianti ormai all'avanguardia (Piscina Manara, Pala Yamamay, pista di atletica). Fondamentale per la zona ed i suoi abitanti, la Pro Patria, società calcistica con sede in città che vanta 16 stagioni nella massima divisione nazionale. Attualmente è una realtà vincente nel territorio che catalizza attorno a sé molto pubblico e rappresenta, per le amministrazioni una leva di attrazione interessante nella città.

La principale difficoltà dell'area in questione è il rapporto tra centro e periferia, quest'ultima,

apparentemente abbandonata dalle istituzioni, ne rivela la più evidente fragilità. Dinamiche malate, ormai consolidate tracciano il profilo di una città divisa in due: un centro vincente e al passo con i tempi, ed una periferia complessa, non servita, che viene percepita come disgiunta dalla realtà centrale, lontana.

3.1.2 Castellanza

Castellanza è l'ultimo comune della Valle Olona ai confini con la provincia di Milano, si è costituito il 1° maggio 1869 dalla fusione dei comuni di Castellanza e Castegnate Olona, in rappresentanza delle rispettive comunità che risiedono sui due versanti opposti del fiume Olona.

Si trova al centro di una conurbazione urbana molto complessa che comprende Busto Arsizio, 4 km a nord-ovest di Castellanza, e Legnano ubicata 3 km a sud di Castellanza.

La città conta 14.421 abitanti⁷⁹, dei quali 858 sono stranieri, appartenenti per lo più alla comunità albanese, marocchina, rumena ed ecuadoregna.

La città prima della crisi degli anni '70 vantava una fiorente realtà industriale.

Filatura Cantoni, la Centrale Termoelettrica della Società Lombarda, Manifattura Tosi, Tintoria Cerini, lo stabilimento meccanico Pomini, sono solo alcune delle aziende che hanno segnato la storia lavorativa della città e ne hanno lasciato traccia negli affascinanti siti di archeologia industriale.

Interessante sotto questo punto di vista è la *LIUC* che ha riutilizzato gli edifici dell'*ex-filatura Cantoni*, in un'area coperta di 68.000 m², il cui progetto è stato firmato dall'architetto Aldo Rossi. Da ricordare l'*ex* Centrale Termoelettrica costruita nel 1904, che ha cessato l'attività nel 1961 ed è divenuta sede di uffici della società e centralina di smistamento ENEL, abbandonata dal 2004, in base alla bozza del PGT, è stata inserita nella lista dei beni storico-artistico-monumentale da tutelare e ne è previsto il restauro e il riutilizzo come albergo e residence. Da considerare, inoltre, il caso dell'*ex* tintoria tessuti della Manifattura Tosi, fondata nel 1888, chiusa nel 1973 e demolita quasi completamente nel 1995-1996, il cui unico grande capannone rimasto è divenuto sede, nel 2003, della Biblioteca e del Centro civico della città.

Oggi Castellanza si caratterizza invece come zona a terziario avanzato, accogliendo l'importante Polo Clinico Mater Domini, e l'Università Carlo Cattaneo LIUC.

Nonostante queste importanti presenze nel territorio, che fanno convergere considerevoli flussi di persone in città, Castellanza mantiene le sembianze e, soprattutto l'atmosfera, di un paesotto di provincia, ancora definito *in su* e *in giù* da un ponte presente, potenzialmente dinamico ma incapace di un'evoluzione strategica nell'ottica di uno sviluppo completo e complesso.

Viene infatti percepito, tanto dagli abitanti quanto dagli studenti (circa 2000) che la abitano per frequentare le facoltà, come un luogo chiuso, connotato come un contesto stantio, incapace di reagire agli stimoli esterni ed interni che caratterizzano la sua quotidianità.

Si configura quindi più come città dormitorio piuttosto che una meta universitaria e clinica.

Secondo i suoi abitanti tutto quello che d'interessante c'è, si trova all'esterno dei confini della città.

Il grosso problema è che la realtà percepita è assolutamente diversa da quella raccontata dalle amministrazioni ai tavoli pubblici. Castellanza viene da loro descritta come un Polo di sviluppo interessante ed in costante crescita. Questo completo scollamento tra la realtà proposta e quella vissuta si traduce nella grandissima difficoltà delle istituzioni a partecipare a tavoli di lavoro/progetto sia pubblici che privati. Un ostacolo che ha impedito, ad oggi, la partecipazione a

progetti che avrebbero coinvolto in modo strategico e sistemico l'intero territorio ed i suoi abitanti.

3.1.3 Legnano

Nel mese di agosto 2009 Legnano contava 58.126 abitanti e una densità abitativa di 3.213 ab/kmq.⁸⁰ Nel 2009 gli stranieri residenti hanno costituito l' 8,5 % della popolazione totale, con provenienze che, nell'ordine, sono: Albania, Ecuador, Marocco, Romania, Perù e Cina.⁸¹

Si tratta dell'unico dei 4 comuni analizzati che non si trova in provincia di Varese. Legnano è infatti in Provincia di Milano e vive, da sempre, una situazione ambigua proprio rispetto la questione. E' un comune che, pur dipendendo burocraticamente dal capoluogo meneghino, vive e mantiene i ritmi delle città appartenenti alla provincia bosina, facendo capo dunque più ad una logica di periferia che di centro cittadino multietnico.

Il paesaggio che caratterizza questo territorio è fortemente antropizzato ed infrastrutturato: risale alla seconda metà del XIX secolo la realizzazione della tratta ferroviaria che attraversa l'area e ai primi decenni del XX secolo la costruzione dell'Autostrada Milano-Varese, che taglia la zona nella sua porzione nord-orientale.

Insieme all'infrastrutturazione lineare, ulteriore elemento che ha plasmato il territorio ed il paesaggio è costituito dalle attività produttive, insediate a partire dal primo Ottocento, innanzitutto lungo il corso dell'Olona, successivamente lungo il tracciato ferroviario ed infine nei pressi dei principali percorsi viabilistici. Il nucleo storico vede quindi la compresenza di residenze, attività artigianali ed industriali.

Anche il Legnanese, tuttavia, a partire dagli anni Settanta, vede il proprio sistema produttivo industriale entrare in crisi, determinando la chiusura o la delocalizzazione di numerose attività – processo attualmente ancora in corso – e di conseguenza la dismissione di ampie aree urbane spesso centrali, le cui modalità di recupero e riqualificazione sarebbero in grado di apportare modifiche anche notevoli al paesaggio urbano.

Dei quattro comuni analizzati Legnano è, sicuramente, il più legato alle sue radici storiche, che celebra annualmente con importanti rievocazioni storiche e feste patronali. Centrale per la vita del comune è, infatti, la Sagra del Carroccio, quella serie di manifestazioni organizzate per commemorare la storica battaglia avvenuta il 29 Maggio 1176 nei dintorni della città, tra le truppe della Lega Lombarda e l'esercito imperiale di Federico Barbarossa. L'amministrazione comunale gestisce l'organizzazione degli eventi unitamente al Collegio dei Capitani delle Contrade e alla Famiglia Legnanese, riuniti in un comitato presieduto dal "supremo magistrato" che è il sindaco della città. Prima della corsa ippica, il vero e proprio *Palio*, disputato dalle otto contrade (Flora, Legnarello, S.Ambrogio, S.Bernardino, S.Domenico, S.Erasmo, S.Magno e S.Martino), ha luogo la tradizionale sfilata storica in costumi medievali che prevede il coinvolgimento di circa 1200 figuranti. I cittadini di legnano, e dei territori contigui, vivono questi eventi con estrema partecipazione, impegnando le proprie forze sin dai giorni immediatamente successivi la manifestazione per l'organizzazione dell'anno seguente.

L'impegno dei cittadini, riuniti in contrade ed associazioni storiche, è totale e mira:

_all'esaltazione delle tradizioni storico-culturali della città;

_alla conservazione e divulgazione delle memorie e dei documenti storici, studi e pubblicazioni relative alle tradizioni cittadine;

_alla promozione di ogni manifestazione che possa diffondere sempre maggior conoscenza di Legnano e delle sue Contrade;

_ alla difesa del patrimonio materiale e non della città.

Interessante è l'approccio che la città ha nei confronti di questo evento: l'impegno e la coerenza sono totali, nelle giornate che accolgono le varie manifestazioni, la città ritorna ed essere medievale coinvolgendo, in modo del tutto contemporaneo, negozi, botteghe artigiane e piccole produzioni del comune e dei territori affini.

I cittadini di oggi raccontano la Legnano d'un tempo sfruttando quelle che sono le loro abilità, le loro professionalità. Vengono così coinvolte all'interno dell'organizzazione macellerie, erboristerie, gioiellerie, pasticcerie e, addirittura, palestre.

Questo impegno nella tutela e nella promozione delle radici storiche del territorio sono supportate anche dalla dinamicità strategica dell'area. Nei periodi interessati Legnano può contare su una rete di trasporti efficiente che supporta le sue iniziative e collega, nei normali periodi, la città ai territori contigui. La superficie comunale di Legnano è infatti attraversata dall'autostrada A8 Milano-Varese, dalla SS33 del Sempione, dalla Gallaratese, dalla Bustese, e dalla SP12 Inveruno-Lignano. La città è inoltre dotata di una stazione ferroviaria collocata sulla linea Milano-Domodossola, servita dalla linea S5 suburbana di Milano e dai treni regionali sulle linee Domodossola – Arona – Milano Centrale e Porto Ceresio – Varese – Milano P.ta Garibaldi. Una piccola porzione di territorio comunale è inoltre attraversata dalla linea ferroviaria LeNORD Milano Cadorna – Malpensa e Milano Cadorna - Novara FNM. Numerose sono, inoltre, le linee di autobus verso Milano e comuni limitrofi, gestite dalle aziende di trasporto locali Movibus, Restelli e FNM Autoservizi.

3.1.4 Olgiate Olona

Olgiate Olona (in dialetto insubre *Olgiaà*) è un comune, in provincia di Varese, con 12.036 abitanti ed una densità abitativa di 1.714 ab/kmq.⁸² Gli stranieri presenti, seppur con una minima percentuale, il 5,5%, confermano la provenienza degli extracomunitari presenti nelle altre città: Albania, Marocco, Ecuador, Romania.

Il più piccolo dei comuni indagati si trova sulle sponde dell' Olona, che scorre nell'omonima valle, scavata dallo stesso fiume e dai ghiacci dell'ultima glaciazione. Il fondovalle, che accoglie il comune in questione, è disseminato da complessi industriali dismessi e vecchi mulini idraulici (che hanno dato i natali alla fiorente industria tessile locale).

Olgiate fa parte di quella che viene definita *conurbazione dell'Olona*, con Busto Arsizio, Castellanza, Gallarate e Legnano, diventata, dalla seconda metà dell' '800, una delle maggiori aree industriali italiane.

Il comune è caratterizzato da una dimensione strettamente locale, evidenziata dalla divisione in “rioni”, porzioni di territorio con una propria scuola elementare, una chiesa ed annesso oratorio: Centro, il più antico, che ospita la sede del Municipio, la Biblioteca comunale, la scuola media e e la storica villa Greppi-Gonzaga; il rione Gerbone e Buon Gesù.

Olgiate Olona figura tra i 6 comuni della Valle (Olgiate, Solbiate Olona, Fagnano Olona, Gorla Maggiore, Gorla Minore, Marnate) che hanno fondato nel 2006 il Parco del Medio Olona, l'area protetta che si estende sulla Bassa Valle Olona. Il parco tutela la valle nei comuni fondatori e nell'area solcata dal torrente Tenore a Fagnano ed alcuni boschi ad est di Gorla Maggiore, nei quali scorre il fontanile di Tradate.

Il Parco del Medio Olona è un PLIS, acronimo che significa Parco Locale di Interesse Sovracomunale e indica il coinvolgimento di più di un Comune (nel caso specifico sei), nasce con

l'obiettivo di tutelare e preservare il patrimonio della natura dei luoghi interessati, coinvolgendo e rendendo partecipe la popolazione che abita i comuni stessi.

Olgiate Olona è attualmente una città che incontra notevoli ostacoli nell'attuare politiche di sviluppo socio-culturali. Si tratta di una realtà dalle dimensioni ridotte che, per poter raggiungere anche i più piccoli traguardi si è sempre appoggiata alle città contigue, usufruendo della loro collaborazione. La questione importante è ora indagare le motivazioni di questa dinamica, se per la semplice mancanza di risorse (economiche, culturali, artistiche,...) o per incapacità di gestione del processo di sviluppo.

3.2 Il Sistema delle Risorse d'area

*Il patrimonio ecomuseale è espressione dell'ambito territoriale e rappresentativo dei modi di vita che nel tempo si sono avvicinati, che sono ancora presenti e che ne accompagnano lo sviluppo.*⁸³

L'indagine all'interno del territorio, ponendosi come obiettivo di progetto la costituzione di un ecomuseo, ha vissuto una fase fondamentale durante la ricerca delle risorse presenti all'interno delle zone descritte nel precedente paragrafo.

Questo poiché, al fine del riconoscimento ecomuseale da parte di Regione Lombardia, *la conoscenza del territorio e del patrimonio culturale paesaggistico, materiale ed immateriale, in esso presente*⁸⁴, è uno dei requisiti base posti dalla Giunta.

Questo patrimonio inoltre, affinché possa essere *reso fruibile e condivisibile all'intera comunità*, deve essere *strutturato per tematiche principali*, per poi essere, successivamente, *organizzato in percorsi*⁸⁵ associati alle specificità ecomuseali.

Per questo motivo, la restituzione della mia indagine sulle risorse territoriali verrà presentata seguendo la categorizzazione tematica proposta dalla REL, Rete Ecomusei Lombardia.

*Le peculiarità di ciascun ecomuseo possono essere rappresentate attraverso le risorse disponibili, le eccellenze, il sistema di valori che lo differenziano e che lo rendono riconoscibile e apprezzabile.*⁸⁶

Verranno quindi descritti:

1. gli **itinerari paesaggistici e le risorse ambientali**, percorsi naturalistici, risorse ambientali e paesaggistiche che hanno rilevanza regionale o internazionale, in alternativa la presenza di specie protette o siti naturalistici valorizzati e oggetto di turismo e di interesse per possibili visitatori;
2. le **architetture e i giacimenti culturali**, la presenza, quindi, di beni culturali di interesse nazionale o internazionale, di architetture di pregio, di oggetti d'arte, di musei e giacimenti culturali legati a personaggi storici e di rilevanza internazionale;
3. il **folklore**, la presenza di iniziative, sagre, feste, manifestazioni culturali e rievocazioni storiche, di rilevanza nazionale e capaci di divenire punto di attrazione comunicativo e turistico;
4. i **prodotti tipici**, la presenza di produzioni di eccellenza nel campo agroalimentare (la possibile presenza di prodotti tipici con certificazioni di qualità DOP, DOC, IGT,);
5. **artigianato**, forme di artigianato locale, eccellenza manifatturiera, che recuperano saperi locali legati alla tradizione storica e produttiva locale o che sfruttano particolari materiali presenti in loco.⁸⁷

3.2.1 Itinerari paesaggistici e risorse ambientali

Parco dell'Alto Milanese

Situato a cavallo delle province di Varese e Milano, è costituito da un'area di oltre 360 ettari a rettangolo posto nei comuni di *Busto Arsizio*, *Castellanza* e *Legnano*. La nascita risponde all'esigenza di tutelare e conservare un ambito circoscritto ubicato in posizione strategica rispetto alle dinamiche di sviluppo e alle spinte insediative di una delle aree a più elevata urbanizzazione della provincia di Milano.

Si tratta, infatti, di una delle poche zone libere da edificazione rimaste nell'ambito della zona a confine tra la Provincia di Milano e Varese, al cui interno accanto ad un'agricoltura cerealicola sono attive altre realtà compatibili con l'ambiente naturale.

Il paesaggio della zona interessata segna il passaggio dall'alta pianura asciutta a quella bassa ricca di acque e risorgive.

Alcuni brevi cenni storici. Fino al 1500 il paesaggio presentava foreste e boschi d'alto fusto interrotti da macchie di brughiera. L'abbondante presenza di combustibile ligneo giustificava la forgiatura e la lavorazione dei metalli sebbene la zona fosse lontana dalle sorgenti di estrazione del minerale. Dal '500 al '700 lo sfruttamento intensivo e i disboscamenti irrazionali trasformarono il territorio nella sua natura attuale, brughiera, con la conseguente scomparsa delle attività metallurgiche. Proprio la mancanza di boschi alterò anche il microclima della zona, rendendo le estati calde ed afose. Da questo periodo fino ai giorni nostri l'alta pianura perde la fisionomia rurale sostituita da un sempre maggior urbanesimo residenziale e produttivo. Tra gli edifici presenti ormai nel territorio, permangono ancora aree coltivate a frumento e mais alternate a prati, qualche gelso permane come residua testimonianza della bachicoltura del secolo scorso.

L'Ente Parco ha pubblicato una serie di materiali didattici e divulgativi, ed un Atlante degli uccelli del Parco, oltre a cartoline, brochure informative, e adesivi. Strumento di puntuale informazione è l'edizione della carta planimetrica del territorio del Parco con l'evidenziazione delle piste ciclabili e dei percorsi pedonali. E' in fase di studio la pubblicazione di una monografia finalizzata a far conoscere a un sempre più vasto pubblico le realtà che costituiscono il Parco Alto Milanese.

Parco del Medio Olona

Si tratta di un'area protetta che coinvolge i territori dei comuni di Fagnano Olona, Gorla Maggiore, Gorla Minore, Marnate, *Olgiate Olona* e Solbiate Olona.

Il Parco del Medio Olona è un PLIS, un Parco Locale di Interesse Sovracomunale che comprende il fondovalle dei sei Comuni, più alcune zone di brughiera a Fagnano Olona e Gorla Maggiore.

Il paesaggio del Parco è molto vario: sono presenti boschi, campi coltivati, le rive del fiume e i resti delle antiche fabbriche, alcune ancora funzionanti.

L'area è accomunata dalla forte presenza del fiume Olona, il quale fa da comune denominatore per un territorio segmentato in due sotto-aree: da un lato la realtà urbana fortemente antropizzata del Comune di *Castellanza* (inserito a sua volta nella conurbazione di Legnano e Busto Arsizio); dall'altro i rimanenti sei Comuni caratterizzati da minore presenza residenziale, maggiori spazio verde e industrializzazione.

Nelle zone immediatamente contigue il fiume sono ancora visibili alcuni mulini ad acqua che testimoniano il passato tessile industriale dei luoghi; presenti inoltre i binari della ex Ferrovia Valmorea, che attraversa tutta la Valle. Di questa ferrovia, ormai chiusa da circa 30 anni, rimangono lungo il fondovalle i binari visibili in tutti i sei comuni del Parco. L'Assessorato alla Tutela Ambientale e alla Protezione Civile ha organizzato un progetto di recupero di una parte del percorso, attrezzato per diventare un lungo sentiero pedonale.

La realtà economica della Valle negli ultimi decenni è stata segnata da una forte

deindustrializzazione a cui però non è seguita alcuna rifocalizzazione dell'attività economica della zona che con il tempo ha portato alla costituzione di realtà forti collocate nelle vicinanze: i comuni di Legnano e Busto Arsizio, la realtà milanese e quella del vicino Hub Malpensa.

Verso la fine del 2000 la città di Castellanza ha deciso di impegnare la propria strategia di sviluppo nell'aggregazione dei Comuni della Valle Olona, ritenendo che la svolta potesse arrivare solo attraverso il dialogo e la collaborazione tra i comuni cooperanti.

Dal 1999 venne quindi approntata la necessaria pianificazione strategica del territorio attraverso l'elaborazione di un Piano di Assetto Idrogeologico del Po'.

Le risorse per finanziare la comune pianificazione strategica del territorio furono individuate quando fra la fine del 2001 e l'estate 2002 la Regione Lombardia introdusse lo strumento del PISL nell'ambito del DocUP dei Fondi Strutturali relativo alle aree Obiettivo 2⁸⁸.

Proprio in questo momento i sette comuni della Valle sopracitati, tutti inseriti fra le aree Obiettivo 2, hanno deciso di concretizzare la cooperazione originata dal PAI nello strumento più complesso ed economicamente più concreto del PISL.

Parco Castello

Parco locale del bosco di *Legnano* che si sviluppa attorno all'Olonza, copre una superficie di circa 200 ettari, si colloca ai margini della città confinando con i contigui comuni di Canegrate e San Vittore Olona.

Il Parco accoglie tra le specie contenute alcune non autoctone poiché nel periodo della costituzione, i rimboschimenti non si fondavano sulla conoscenza e la tutela delle specie indigene di un luogo. Delle piante innestate solo i pioppi lungo le rogge testimoniano il paesaggio agricolo della Valle. Ma è l'acqua l'elemento caratterizzante. E' stato infatti creato, dal 1981, un sistema di paludi e laghetti alimentati da acque di falda e abitato da differenti specie di uccelli acquatici (martin pescatori, germani reali, fistioni turchi, moriglioni, volpoche, morette tabaccate, oche selvatiche, aironi, gallinelle d'acqua). Tra i pesci sono presenti soprattutto lucci e carpe.

Parco dei Mulini

Il Parco è un parco Locale di interesse sovra-comunale riconosciuto dalla Provincia di Milano il 10 Marzo 2008, che si sviluppa anch'esso attorno al fiume Olona, e si estende sul territorio dei Comuni di *Legnano*, Canegrate, San Vittore Olona e Parabiago.

Le zone interessate sono le aree boschive ed i campi agricoli prossimi al corso d'acqua nei comuni di Legnano, Canegrate, San Vittore Olona, Parabiago e Nerviano. Ha una superficie di oltre 264 ettari, ed il suolo è quasi totalmente impiegato ad agricoltura, con rara presenza di aree boschive.

E' caratterizzato dall'ambiente fluviale lungo il corso del fiume Olona sebbene la zona dove sia inserito sia densamente urbanizzata e industrializzata.

Importantissime testimonianze storiche sono tutt'ora presenti: lo stesso Castello, l'ex opificio Visconti di Modrone (oggi adibito a in centro residenziale) e sei mulini, ultimi a testimoniare l'antica tradizione molinatoria della zona.

Parco Bosco dei Ronchi e Parco Tosi, sempre nel territorio di *Legnano*.

3.2.2 Architettura e giacimenti culturali

Questa tipologia di risorse verrà presentata attraverso delle sotto-categorie che racchiuderanno: l'architettura religiosa; l'architettura urbana; l'archeologia industriale ed i musei.

» Architettura religiosa

Busto Arsizio

Basilica di San Giovanni Battista, costruita a *Busto Arsizio*, tra il 1609 e il 1635 nel luogo dove esisteva la primitiva cappella a tre navate dedicata dai longobardi ad uno dei loro santi protettori, il campanile venne aggiunto tra il 1400 e il 1418. La facciata venne completata tra il 1699 e il 1701 da Domenico Valmagini. La piazza antistante è stata creata demolendo alcuni edifici preesistenti e utilizzando l'area dell'antico cimitero.

Santuario di Santa Maria di Piazza, eretto nel centro storico della città di *Busto* su una preesistente chiesa dedicata alla Madonna, il santuario è un esempio di architettura rinascimentale. Fu edificato in pochi anni tra il 1515 e il 1522 sotto la guida di Antonio da Lonate, per la pianta centrale si ipotizza l'esistenza di un disegno bramantesco. L'arredo interno include opere di scultura e dipinti di Gaudenzio Ferrari (come "l'Ultima cena", nell'altare di destra), Bernardino Luini ed una copia della perduta "Madonna delle Vittorie" di Giovan Paolo Lomazzo.

Chiesa di San Michele Arcangelo, il suo campanile risale al X secolo, e costituisce l'elemento architettonico più antico della città, è situata al limite nord dell'antico borgo, in una zona leggermente più alta del resto dell'abitato esistente all'epoca. La prima citazione della chiesa di San Michele risale al 1300 circa. Nel 1796 fu completata la facciata, restaurata tra il 1924 e il 1925. Le pareti laterali e la volta furono restaurate nel 1834. Nel 2007 sono iniziati dei lavori di restauro della torre campanaria, che si sono conclusi l'anno successivo.

Chiesa di San Rocco, eretta negli anni 1706-1713 nei pressi di una preesistente cappella, all'interno conserva affreschi di Salvatore e Francesco Maria Bianchi (datati 1731 circa) e Biagio Bellotti. Legata un tempo al culto contadino della benedizione degli animali, in anni recenti a settembre vi si celebra la sagra di San Rocco.

Legnano

Basilica Romana Minore di San Magno, edificio cinquecentesco di forme bramantesche sito nella principale piazza di *Legnano*, che sorge sull'area di un precedente tempio dedicato a San Salvatore;

Chiesa di Sant'Ambrogio, la più antica della città di *Legnano*: la prima citazione è infatti contenuta in un documento del 1389, scritto da Goffredo da Bussero.

Chiesa del SS. Redentore, inaugurata nel 1902 a Legnarello di *Legnano*, prima che fosse costruita la comunità religiosa del rione faceva riferimento, dal 1603, alla piccola chiesa di Santa Maria della Purificazione.

Olgiate Olona

Santi Stefano e Lorenzo Martiri, la parrocchiale del centro, conserva il dipinto "Cristo e la samaritana al pozzo" di Paolo Pagani.

San Gregorio Magno, chiesa istituita il 4 settembre 2008

SS. Innocenti, chiesa ex O.P.A.I. ora Municipio

S. Giuseppe, parrocchiale della località Buon Gesù

S. Giovanni Bosco, parrocchiale della località Gerbone

» Architettura urbana

Busto Arsizio

Villa Ottolini-Tosi, una delle più prestigiose ville di Busto, era di proprietà di Ernesto Ottolini, uno dei tre figli di Carlo Ottolini, proprietario del cotonificio omonimo. Il progetto della villa fu redatto

da Camillo Crespi Balbi, architetto di fiducia degli Ottolini. L'edificio fu costruito nel 1902 e la sua tipologia è quella del castello medievale, per la costruzione furono impiegati la pietra appena sbozzata e il mattone a vista. Elemento fondamentale che caratterizza la villa è la presenza di ferri battuti, realizzati dal celebre artigiano lombardo Alessandro Mazzucotelli. L'ambiente interno di maggior pregio è il salone, impreziosito da mosaici e da un soffitto di travi a vista decorate.

Villa Ottolini-Tovaglieri, una delle tre ville Ottolini della città ed era di proprietà di Enrico Ottolini, uno dei tre figli di Carlo (sopra menzionato). Anche questo progetto fu redatto da Camillo Crespi Balbi e costituisce un vero e proprio monumento al potere economico della borghesia industriale della città. L'esterno è caratterizzato da uno spazio verde di dimensioni molto ridotte, che fanno apparire la villa come un palazzo cittadino. Rimangono particolarmente interessanti i ferri battuti tipicamente liberty del Mazzucotelli.

Villa Leone, la villa, in stile Liberty, è una delle più sontuose presenti a Busto Arsizio, fu progettata dall'architetto Silvio Gambini nel 1910. La struttura dell'edificio è rimasta inalterata negli anni, pur avendo perso alcuni particolari decorativi, e la facciata è tutt'ora movimentata da cornici aggettanti, lesene e profilature.

Castellanza

Palazzo Brambilla, l'edificio risale al 1789, su progetto di Leopold Pollack, commissionato da Cesare Carminati, appartenente alla famiglia Carminati de' Brambilla. Il grande complesso dalle forme severe e razionali, evidenzia il gusto neoclassico e ripropone lo schema a U, ricorrente nell'edilizia civile lombarda fin dal XVII secolo: il corpo centrale è infatti arretrato rispetto all'ingresso e più alto rispetto ai corpi laterali per creare un effetto prospettico che pone gli edifici allo stesso livello per chi li osserva dalla strada principale della città, già facente parte del tracciato della Strada Statale 33 del Sempione. All'interno le sale sono decorate con affreschi neoclassici, recentemente restaurati, ed una pala ottocentesca di 6x4 metri raffigurante il giuramento di Pontida di Giuseppe Castellani. Dal 1921 è sede del municipio, acquistata dall'Amministrazione Comunale grazie all'apporto economico dei proprietari delle principali industrie cittadine (Soldini, Cantoni, Pomini e Binda).

Legnano

Palazzo Leone da Perego, è probabilmente sorto sui resti di un precedente edificio dell' VIII secolo. All'inizio del XIII secolo diventò nobile residenza estiva e, proprio grazie all'arcivescovo Leone da Perego da cui prende il nome, conobbe un periodo di splendore che si protrarrà sino alla fine del XV secolo. Riedificato nel 1897, nel 1973 la parte conosciuta come palazzo Ottone Visconti fu trasformata in sala conferenze e, successivamente, in cinema. La restante parte, dopo essere stata adibita a scuola materna, è dal 2001 area espositiva di *SALe (Spazi Arte Legnano)* e rappresenta uno dei cuori pulsanti della cultura legnanese.

Castello Visconteo, conosciuto come *Castrum Sancti Georgi* (Castello di San Giorgio) sorge su un'isola del fiume Olona, la fortificazione è sorta su un convento di Regolari Agostiniani, e comprende la chiesetta dedicata a San Giorgio, la cui presenza è documentata fin dal 1231. Il castello di San Giorgio è stato di proprietà dei Visconti fino al 1437, quando l'ultimo signore della dinastia che dominava Milano, Filippo Maria, lo assegnò in dono al fedele Oldrado Lampugnani. Nel 1445 Oldrado ottenne il permesso per la fortificazione dell'edificio con torri, mura, fossato e ponte levatoio. Successivamente è stato di proprietà di varie famiglie nobiliari fino al 1973, quando è stato acquistato dal Comune di Legnano. Dopo secoli di degrado ed incuria, è stato ristrutturato e riaperto al pubblico nel 2005.

Monumento Alberto da Giussano, la statua è situata nella piazza antistante la Ferrovia, dedicata ad Alberto da Giussano, il celebre condottiero lombardo che fondò ed organizzò la Compagnia della Morte, associazione militare di cavalieri che ebbe grande importanza nella Battaglia di Legnano. L'iconografia del monumento è stata in seguito utilizzata come logo dalle biciclette Legnano, dalla

squadra di calcio della città, dal Corpo Bandistico Legnanese e dal partito politico Lega Nord.

Olgiate Olona

Cascina del Buon Gesù, sulla strada provinciale del Sempione, frazione dei comuni di Olgiate Olona, Castellanza e Busto Arsizio. Intorno al Seicento aveva nome "Cascina Selva Longa", e nell'800 era nota come "Cascina delle Corde", poi "Cascina Cagnoeula".

» Archeologia industriale

Castellanza

Ex-Filatura Cantoni, caratteristica nel panorama dell'archeologia industriale per il recupero di edifici storici industriali, è l'ex filatura, i cui stabilimenti sono stati riutilizzati in un'area coperta di 68.000 m², per costituire la LIUC, (Università Carlo Cattaneo). Il complesso occupa anche un vasto parco di 26.000 m² aperto al pubblico nel cuore della città. L'intero progetto del recupero è stato firmato dall'architetto Aldo Rossi.

Ex Centrale Termoelettrica della Società "Lombarda", costruita nel 1904, che ha cessato l'attività nel 1961 ed è divenuta sede di uffici della società e centralina di smistamento ENEL. Abbandonata dal 2004, in base alla bozza del PGT è stata inserita nella lista dei beni storico-artistico-monumentali da tutelare e ne è previsto il restauro e il riutilizzo come albergo e residence.

Ex tintoria tessuti della Manifattura Tosi, fondata nel 1888, chiusa nel 1973 e demolita quasi completamente nel 1995-1996; l'unico grande capannone rimasto è divenuto sede, nel 2003, della Biblioteca e del Centro civico.

Ex candeggio della Manifattura Tosi, rilevato dopo il 1973 dall'opificio Castellanza & Borri ed ora abbandonato.

Ex Tintoria Cerini, ora fabbrica tessile PEPLOS, tutt'ora attiva ed abbastanza ben conservata.

Legnano

Cotonificio Cantoni, uno stabilimento appartenente all'omonima azienda tessile italiana attiva fra il 1830 ed il 1985. Nel 1855 la Cantoni fu la sola impresa della Lombardia a prendere parte all'Esposizione Universale di Parigi. L'opificio chiuse l'attività nel 1985, gli stabilimenti vennero demoliti all'inizio del XXI secolo per la realizzazione di un parco pubblico, un centro commerciale e delle abitazioni. Le uniche parti conservate sono le facciate sul Corso Sempione dei padiglioni per la lavorazione dei velluti, inaugurati nel 1931.

Ex Cotonificio Bernocchi, costruito nel 1898, ampliato negli anni trenta e abbandonato dal 1971, composto da vasti edifici a uno o due piani in mattoni a vista, con copertura a "shed". Oggi in piccola parte viene riutilizzato da attività artigianali, per il resto permane in totale rovina.

Manifattura di Legnano, completata nel 1903 e chiusa da pochi anni, è un vasto edificio ad un piano in mattoni a vista, con copertura a 'shed', ed edifici accessori tra cui una ciminiera in mattoni alta 78 metri.

Officine Meccaniche Franco Tosi, di interesse rimane il nucleo originario, di inizio Novecento, e la relativa fonderia in via Rossini (ampi capannoni in mattoni a vista). Si tratta di un'azienda metalmeccanica italiana fondata nel 1881 da Franco Tosi, sviluppò nel 1904 il primo motore a vapore e nel 1907 diventò la prima azienda italiana a produrre i motori diesel. Prima dello scoppio della prima guerra mondiale vi lavorò Ettore Maserati, uno dei fondatori della Maserati. Negli anni '90, in un periodo di ristrutturazione dell'industria dell'energia, fu acquistata dall'Ansaldo gruppo Finmeccanica. Nell'estate del 2000 il "Gruppo Casti" acquistò da Finmeccanica l'azienda. In questo momento prese il nome di "Franco Tosi Meccanica S.p.A.". Nel giugno 2009 la Franco Tosi viene acquistata dalla società indiana Gammon, specializzata in opere civili.

» Musei

Busto Arsizio

Museo del tessile e della tradizione industriale, inaugurato il 30 gennaio 1997, espone macchinari tessili e prodotti finiti (dalle fibre tradizionali alle nuove fibre sintetiche) dell'epoca che va dall'Ottocento fino ad oggi. Occupa uno degli edifici appartenenti all'ex cotonificio bustese. Nel 1978 il Cotonificio cessò la sua attività a causa dell'arretratezza degli impianti di produzione e, due anni più tardi, l'area venne acquistata al comune che, dopo alcuni anni, vi fece un parco. Nel dicembre 2007 il museo diviene una delle 167 strutture (97 musei e 70 raccolte museali) riconosciute ufficialmente dalla Regione per la qualità dei servizi resi ai cittadini attraverso il "marchio di qualità". Il giardino pubblico che circonda il museo, viene sfruttato, durante il periodo natalizio, per l'allestimento del mercatino e una pista per il pattinaggio su ghiaccio.

Civiche raccolte d'arte di palazzo Marliani-Cicogna, un tempo dimora dei conti Marliani, proprietari della contea di Busto Arsizio tra XVII secolo e il XVIII secolo. La famiglia Cicogna Mozzoni, che aveva ottenuto il passaggio di proprietà, lo vendette all'Amministrazione della comunità che vi collocò gli uffici comunali e distrettuali, snaturandone lo stile e la conformazione strutturale. Il museo è stato aperto al pubblico nel 1990 per collocare opere d'arte di proprietà comunale, in gran parte opere di scuola lombarda databili dal XVI secolo fino agli inizi del XX secolo, vengono inoltre allestite mostre temporanee.

Museo delle Arti di Palazzo Bandera, l'edificio di origine industriale presenta soluzioni architettoniche di ascendenza liberty, e dispone di una struttura realizzata secondo moderne concezioni museali adeguate alle normative europee, che occupa una superficie di oltre 3.500 metri quadrati, con 20 sale espositive, una sala per conferenze e ambienti riservati alle attività didattiche. Lo spazio espositivo vuole rappresentare un punto di attrazione per il pubblico italiano senza perdere di vista la valorizzazione del patrimonio locale, ponendosi come luogo d'indagine e di confronto per la città.

Museo di Arte Sacra di San Michele Arcangelo, uno dei due musei privati della città, ospitato all'interno di alcuni locali parrocchiali vicino al millenario campanile della Chiesa di San Michele Arcangelo. La creazione del museo fu la conseguenza della raccolta del materiale della parrocchia di S. Michele Arcangelo, iniziata nel 1975. Nel 1988 venne avviato uno studio sistematico delle singole opere sotto la direzione di Lia de Pra Cavalleri, Giuseppe Gualmo ed Emanuele Bisterzo, con la collaborazione della soprintendenza ai Beni Culturali della Lombardia.

Castellanza

Museo Enzo Pagani, Parco/museo di arte moderna e contemporanea, situato nei boschi nelle immediate vicinanze di Castellanza, conta 650 opere, tra cui molte testimonianze delle avanguardie storiche del '900. Fondato nel 1957 ed inaugurato nel 1965, può essere considerato il primo parco-museo sorto in Italia. Futurismo, dadaismo e surrealismo sono rappresentati dalle opere esposte, Jean Arp, Alexander Arcipenko, Nadia e Fernand Leger, Gaston Chaissac, Sonia Delaunay, Man Ray, Ettore Falchi, Hans Richter, Jan Koblasa, André Bloc, Christian Peschke, Mimuro Miizuma, Haruhiko Uasuda, Tomori Toyofuku, Messina, Pomodoro, Tavernari, Veronesi e lo stesso fondatore Enzo Pagani, gli artisti. Il museo è anche diventata, negli ultimi mesi una location televisiva ambita e ricercata.

Legnano

Museo Civico Guido Sutermeister, conserva materiale archeologico proveniente dalla città e dal territorio circostante, ed è stato allestito grazie all'assidua ricerca condotta dall'ing. Guido Sutermeister tra il 1925 e il 1964. Le collezioni si sono poi arricchite con materiale giunto al Museo da scavi della Soprintendenza Archeologica della Lombardia e da donazioni di privati. I reperti testimoniano l'esistenza di una civiltà della valle Olona sin dall'età del bronzo. L'edificio che ospita il museo, costruito nel 1928, riprende la dimora quattrocentesca di una delle nobili famiglie della

zona, i Lampugnani, il palazzo originale si trovava tra l'attuale strada statale del Sempione e l'Olona, ed è stato demolito nel 1927, per la costruzione del Museo furono quindi utilizzati i resti originali del palazzo, soffitti lignei a cassettoni, colonne, camini.

S.A.Le. Spazi Arte Legnano, l'acronimo identifica gli Spazi Espositivi della città, Palazzo Leone da Perego, attivo dal 2000, e il Castello visconteo, aperto alle mostre a partire dal 2007. Dal 2003 il critico Flavio Arensi cura l'attività artistica degli spazi espositivi comunali, insieme agli uffici dell'Assessorato alla Cultura, seguendo un percorso preciso di indagine che predilige il recupero e la valorizzazione di maestri o tematiche inusuali. Dal 2007 a Palazzo Leone da Perego si è aggiunta la Pinacoteca del Castello, dove è adibito uno spazio per la sola promozione di giovani artisti.

3.2.3 Il Folklore

Anche questa particolare tipologia di risorse verrà presentata attraverso delle sotto-categorie che evidenzieranno gli eventi: legati saldamente alla tradizione, manifestazioni/concorsi che si ripetono annualmente nel territorio, manifestazioni esterne.

» Eventi legati alla tradizione / rievocazioni storiche

Busto Arsizio

La "Giöbia", un fantoccio di paglia vestito di stracci, viene bruciata per esorcizzare l'inverno ogni ultimo giovedì di gennaio. La tradizione bustocca ha un'origine millenaria che ha radici e motivazioni nella ripresa della fecondità della terra bruciata con il fuoco purificatore. La pietanza tradizionale della festa è il "risotto con la luganiga", simbolo anch'esso di fertilità a causa della porzione di carne che ricorda le interiora dell'animale che si sacrificava alle divinità.

La Sagra dell'Angelo, nella parrocchia del Santissimo Redentore ogni anno viene organizzata presso la chiesa di Madonna in Veroncora questa sagra che affonda la sua storia nel solco delle tradizioni bustocche, tra fede e lavoro. Il lunedì dell'Angelo si inizia con la tradizionale insalata e ciäpi (insalata e uova sode spaccate in due) in offerta a san Grato per l'inizio della primavera (la Madöna in Verönca era protettrice degli agricoltori). Durante la mattinata si svolge la sfilata dei trattori per le strade cittadine e nel pomeriggio vengono organizzati momenti di intrattenimento con giochi popolari ed accompagnamento musicale. La sagra ha il patrocinio del comune di Busto Arsizio e dal 2007 è organizzata anche dall'associazione "Amici della Madonna in Veroncora".

Palio delle contrade di Beata Giuliana, dal 1958, durante la prima settimana di settembre la parrocchia della Beata Giuliana organizza una manifestazione che coinvolge i quattro rioni del quartiere omonimo, detti *la luna*, *stra gallarà*, *a malavita* e *cascina dei poveri*. L'evento culmina con la gara fra i cavalli rappresentanti dei quattro rioni, che assegna un palio.

Legnano

Sagra del Carroccio, serie di manifestazioni organizzate per commemorare la storica battaglia avvenuta il 29 maggio 1176 nei dintorni della cittadina, tra le truppe della Lega Lombarda e l'esercito imperiale di Federico Barbarossa. A tutt'oggi l'organizzazione è gestita dall'amministrazione comunale unitamente al Collegio dei Capitani delle Contrade e alla Famiglia Legnanese, riuniti in un comitato presieduto dal "supremo magistrato" che è il sindaco della città. Alla sfilata in costume dell'epoca medioevale per le vie della città, segue il Palio delle Contrade.

Palio di Legnano, manifestazione che si svolge l'ultima domenica di maggio per commemorare la Battaglia di Legnano (29 maggio 1176) contro Federico Barbarossa. Prima della corsa ippica, disputata dalle otto contrade (Flora, Legnarello, S. Ambrogio, S. Bernardino, S. Domenico, S.

Erasmus, S. Magno e S. Martino), ha luogo la tradizionale sfilata storica in costumi medievali.

» Manifestazioni / Concorsi

Bustock, un concorso musicale per band ed artisti emergenti organizzato da oltre un decennio dall'associazione culturale Comunità Giovanile di Busto Arsizio.

BAFF, Busto Arsizio Film Festival, manifestazione cinematografica nata nel 2003 con lo scopo di valorizzare le produzioni italiane di alta qualità e di diffondere la cultura cinematografica attraverso proiezioni e laboratori per gli studenti e l'incontro ravvicinato tra grandi personalità del cinema e pubblico, 4 città vengono messe in rete per l'evento.

Giovedì sera in piazza, un ricco calendario di eventi che coinvolge il centro cittadino da giugno a settembre con esibizioni sportive, musica e spettacoli.

Villaggio di Natale, ogni periodo natalizio viene allestito nel parco del Museo del Tessile un villaggio natalizio, un mercatino composto da molte casette che propongono oggettistica varia e prodotti tipici per gli acquisti natalizi. Evento che ha una risonanza anche nel centro cittadino che si organizza con vari.

Primavera in fiore, evento creato nel 1996, è interamente dedicato alla primavera. Durante la manifestazione vengono addobbate piazza S. Giovanni, piazza S. Maria e le vie limitrofe trasformandole in uno scenografico giardino fiorito con essenze di tutti i tipi, alberi di alto fusto ed arbusti stagionali allo scopo di avvicinare la cittadinanza alla natura ed al centro cittadino.

» Manifestazioni esterne

Verrà di seguito inserita una risorsa esterna al territorio che, negli ultimi mesi, grazie al suo approccio strategico, si è ritagliata uno spazio importante nell'ambito culturale e che, per questo motivo non può non essere considerata.

Twister, rete dei Musei lombardi per l'Arte Contemporanea, la rete nata dall'alleanza tra 10 musei lombardi, nata allo scopo di selezionare, esporre ed acquisire opere d'arte contemporanea site specific/site related, progettate e prodotte ad hoc tramite un concorso internazionale. I musei coinvolti sono: la nuova Civica Galleria d'Arte Moderna di Gallarate, i Civici Musei di Milano con il Museo del Novecento, il FAI con la Villa e la Collezione Panza, la Fondazione Stelline di Milano, la Galleria del Premio Suzzara (MN), la GAMeC Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo, il MAM Museo d'Arte Moderna e Contemporanea di Gazoldo degli Ippoliti (MN), il Museo Civico Floriano Bodini di Gemonio (VA), il Museo d'Arte Contemporanea di Lissone (MB) e il Premio Nazionale Arti Visive della città di Gallarate. La rete mira all'incontro e all'implementazione della valorizzazione del proprio patrimonio, il sostegno dei giovani artisti e l'ampliamento del pubblico di questo così particolare tipo d'arte.

3.2.4 Prodotti tipici

Per quanto riguarda questa particolare categoria di risorse, la ricerca è stata condotta analizzando i prodotti enogastronomici tipicamente territoriali ed alcune eccellenze che, sebbene non strettamente appartenenti alle zone in questione, risultano comunque essere delle produzioni eccellenti in un raggio di pochi chilometri.

Come si avrà modo di notare questo paragrafo ed il prossimo saranno strettamente connessi dalla tematica delle produzioni agroalimentari eccellenti.

Per l'ambito tematico *prodotti tipici* la ricerca ha evidenziato una serie di pietanze legate in maniera decisa alla tradizione che, in determinati periodi dell'anno, vengono riproposte attraverso sagre, e manifestazioni che ne permettono la loro riscoperta.

Si tratta di risorse comunque diffuse e conosciute nel territorio poiché proposte nelle cucine private e, come si avrà modo di vedere, promosse dagli *artigiani* locali.

» **Brüscitti**, letteralmente “briciole”, si tratta di una pietanza a base di carne tritata di manzo cotta a lungo con semi di finocchio selvatico e vino. Sebbene sia tipicamente bustocca, è un piatto diffuso in tutto l'Altomilanese servito con polenta o purè.

A Busto Arsizio ha sede il *Magistero dei Brüscitti da Busti Grandi* (nome della città in dialetto locale), un'associazione creata nel 1975 che si pone come scopo la divulgazione della cucina rustica bustocca. Si tratta di un'associazione molto attiva nel territorio in quanto vanta numerose collaborazioni con amministrazioni locali e ristoranti della zona.

» **Cassoëula**, piatto invernale tipico composto da verze, cotenna, piedini, testa e costine del maiale. I tagli di carne utilizzati erano quelli più economici e avevano lo scopo di insaporire la verza, elemento invernale basilare della cucina contadina lombarda nei secoli scorsi.

» **Risotto con la Lüganiga**, un classico risotto con un'insaccato della tradizione: all'inizio del XX secolo la città di Busto Arsizio era anche conosciuta per i propri salumi, in particolare gli insaccati della tradizione lombarda (salamini e salsiccia, popolarmente indicata come "Lüganiga"). Da qui anche il detto dialettale "Busti, città d'i lüganeghitti", ovvero Busto, città della salsiccia.

» **Zuppa di cipolla e trippa**

» **Rusticana**, composta da salamini di maiale, lonza rosolata con cipolla e cotta nella passata.

» **Polenta e asino**, spezzatino d'asino con polenta.

» **Cupeti dolci**, dolci di mandorle tostate e zuccherate.

» **Polenta e Brüscitti**, pandispagna farcito con una crema gialla alle nocciole, considerato una rivisitazione, proposta da pasticcerie del centro bustocco, del piatto di carne tanto caro alla popolazione.

» **Rusticana**, salamini di maiale, lonza rosolata con cipolla e cotta nella passata.

» **Cupeti**, dolci di mandorle tostate e zuccherate, nella tradizione compare, l'8 dicembre, la festa delle coppette, nei pressi della chiesa di "Madonna in Prato".

Eccellenze extra-territoriali:

» **Miele Varesino**

» **Grappa Rossi D'Angera**

» **Asparagi Bianchi di Cantello**

» **I Brutti e Buoni della pasticceria Veniani di Gavirate**

» **Amaretti della pasticceria F.lli Gnocchi di Gallarate**

» **Pesche di Monate**

3.2.5 Artigianato

Come è stato anticipato nel sotto-paragrafo precedente, questa categoria di risorse locali, a differenza di quella corrispondente proposta dalla REL, presenterà un particolare ambito, la filiera alimentare. Questo perché, in seguito alla ricerca svolta mi sono resa conto di quanto sia importante evidenziare e far emergere la realtà agroalimentare nella zona.

Ciò che ho racchiuso in questa categoria sono eccellenze che recuperano i saperi locali, connessi all'ambito enogastronomico, che rimangono legati alla tradizione e sfruttano materie presenti localmente.

Il panorama che verrà presentato, descrive le realtà consolidate o emergenti nel territorio, che hanno saputo (o si stanno attrezzando per farlo):

1. proporre prodotti di qualità sfruttando risorse alimentari locali (prodotti a km0);
2. introdurre nuove modalità di produzione, distribuzione, o addirittura interazione nella filiera alimentare;
3. introdurre, nel mercato locale, prodotti che hanno un valore aggiunto poiché sono il risultato di “un'azione progettuale mirata”.

» *Busto Arsizio*

La rava e la fava, ristorante inserito nella pubblicazione Osterie d'Italia 2009, Slow Food Editore, ed arrivato al 1° e 3° posto al concorso nazionale Bargiornale per la carta vini. Fabio Rivolta, proprietario, propone, dal 2002, i tipici piatti della tradizione bustocca e lombarda, ponendo l'attenzione sull'assoluta qualità dei prodotti utilizzati, anch'essi prettamente locali.

Osteria dul Tarlisu, locale conosciuto nel territorio che nasce dall'idea di due amici di Busto Arsizio amanti delle tradizioni locali e della cucina del territorio. Ciò che viene proposto è la riscoperta di piatti tipici bustocchi e lombardi.

Antica Osteria dei 5 Campanili, Antonio e Caterina Pagani propongono, nel loro locale, i piatti tipici della tradizione (proponendo peraltro omaggi a personaggi famosi che sono nati o hanno vissuto nel territorio). Aspetto interessante è l'appartenenza all'*Unione Ristoranti del Buon Ricordo*, diventata poi, grazie alla collaborazione con Il Touring Club Italiano, *Fondazione Italiana Buon Ricordo*, che sostiene e supporta le produzioni locali e la riscoperta della tradizione. Il tutto grazie anche a due pubblicazioni, un “Ricettario” e la “Guida Ristoranti”, nella quale l'osteria compare.

Orso Verde, microbirrifico artigianale situato a Busto Arsizio, specializzato nella produzione e nella vendita, al dettaglio e ingrosso, di birre integrali. Alcune delle birre prodotte hanno, negli anni, collezionato numerosi riconoscimenti partecipando al Campionato Italiano Birra Artigianale, Concorso Birra dell'Anno, Salone della Birra Artigianale. Una delle birre proposte, la BackDoorBitter, ha addirittura guadagnato 5 stelle e l'etichetta slow food nella “Guida alle Birre d'Italia 2008”.

Un focus particolare, sempre nel comune di Busto Arsizio, deve essere fatto per le aziende agricole che hanno cercato di distinguersi negli ultimi anni.

Azienda Agricola De Bernardi Sergio/ Merlo Angelo, azienda che ha implementato il sistema dei distributori di latte fresco nella zona e propone il kit del formaggio per la produzione di formagge home made.

Azienda Agricola “IL PARADISO” di Rimoldi Antonio, caseificio locale e distributore di latte fresco, attivo nella collaborazione con dei GAS della zona, ha da poco aperto uno *Spaccio Agricolo*.

Azienda Agricola “LA FRISONA” di Borra Matteo, caseificio locale situato all'interno del Parco dell'Altomilanese che, grazie alla capacità d'iniziativa del proprietario, ha negli anni sviluppato un mercato locale di prodotti tipici varesini, un'agrigelateria e la didattica in fattoria, la possibilità di visitare in modo guidato la fattoria per scoprire le sue dinamiche ed i suoi segreti (è stato implementato un sito web adatto ed è stata inserita nella rete *bambiniinfattoria.it*).

» *Castellanza*

Taverna il Baccanale, non emerge particolarmente per la particolarità nei prodotti, offre cucina tipica regionale, quanto nella modalità d'offerta. Organizza infatti delle giornate low cost in cui poter sperimentare i gusti ed i sapori della tradizione lombarda.

» *Legnano*

Al vintùn, locale che offre tutte le pietanze della cucina tipica regionale.

Cafè Nasta, wine bar da menzionare che propone delle serate a tema dove vengono presentate le varie cucine regionali, dei veri e propri percorsi enogastronomici che prendono forma negli aperitivi a tema.

» *Olgiate Olona*

Pasticceria Chiara, con il mastro pasticcere *Fabio Longhin* è stata coinvolta nel progetto *Dolce in Carcere*, giunto alla quinta edizione, che mira alla riqualificazione professionale del carcere di Busto Arsizio. Con il pasticcere sono state create le Praline Galeotte, fatte con cioccolato, grappa d'Angera e miele varesino (già prodotto all'interno del carcere).

Le scorse edizioni hanno visto il coinvolgimento di altri 4 mastri pasticceri della provincia di Varese: Denis Buosi, che ha creato le “Sbarrette di cioccolato”; Mario Bacilieri di Marchirolo, le “Dolcevazioni”; Mariano Massara di Morazzone, i “Matok”; Luca Riccardi di Gavirate, i “Brutti e Cattivi”.

3.3 Sistema degli attori

In questa fase di analisi territoriale ho concentrato la mia attenzione sulle differenti tipologie di interlocutori che intervengono, a livelli più o meno profondi e costitutivi, sul territorio in questione. Ho quindi cercato, nei paragrafi che seguono, di schematizzare tutte quelle associazioni o fondazioni che ho indagato nel corso della ricerca. Ho inoltre evidenziato il livello di appartenenza, pubblico amministrativo o privato ed associativo, per meglio comprendere il peso che hanno o potrebbero avere a livello locale e in relazioni più ampie, con attori maggiori.

3.3.1 Ambito pubblico amministrativo

Enti collegati all'ambiente

ARPA Lombardia

Parco Alto Milanese

Consorzio PLIS dei Mulini

Consorzio del fiume Olona

ATO- Ambito territoriale ottimale

AITR- Associazione Italiana Turismo Responsabile

ANCI- Associazione Italiana Comuni Italiani

EARTH- Rete europea turismo sostenibile

SYMBOLA- fondazione per le qualità italiane

Enti territorialmente interessati

Direzione regionale Beni Culturali e Paesaggistici della Lombardia

Soprintendenza Beni Architettonici e Paesaggio provincia di Milano

Soprintendenza Beni Archeologici per la Lombardia

Regione Lombardia:

Direzione Generale Territorio e Urbanistica

Direzione Generale Qualità dell'Ambiente

Direzione Centrale Risorse Ambientali

Provincia di Varese:

Settore Urbanistica e Territorio

Settore Ambiente, Ecologia, Energia

Comuni confinanti

Distretto del Commercio di Busto Arsizio

Comune di Busto Arsizio-capofila

Uniascom della Provincia di Varese

Ascom Busto Arsizio

Comitato Commercianti Centro Cittadino

Camera di Commercio di Varese

Banca di Credito Cooperativo Busto Garolfo e Buguggiate

Ascom Servizi Busto

Enti gestori di Servizi Pubblici

FS - Ferrovie dello Stato

FN - Ferrovie Nord

Società autostrade

AMGA Legnano
AGESP Servizi

3.3.2 Ambito privato associativo

Associazioni ambientaliste

Fare Legnano
Associazione RiCiclo
Legambiente
Parco Altomilanese

Associazioni Culturali Artistiche

Click Art's
Fondazione Pagani
Famiglia Legnanese
Società Arte e Storia
Famiglia Bustocca
Fondazione Bandera per l'Arte
Circolo Culturale Primo Levi

Associazioni Sociali

Pro Loco Castellanza
Pro Loco Busto Arsizio
Pro Loco Olgiate Olona
Pro Loco Legnano
UNPLI - Unione Nazionale Pro Loco d'Italia
Pro-Muovere Castellanza
Familiari Progetto Giasone
Insieme è bello
Area101
Comunità Giovanile
Fondazione Blini
Alto Milanese (AMR)

Associazioni legate all'ambito Food

Slow Food, Condotta di Legnano
Il Magistero dei Bruscelli
Arti e Sapori di Nord Ovest
Campagna Amica
GaSprint
ApeGas
Bio alla portata di tutti

3.4 Indagine etnografica

Il processo di ricerca nel territorio ha evidenziato la necessità di “calarsi” concretamente nella realtà delle zone in questione, approcciandole così attraverso l'indagine etnografica.

Sebbene le informazioni raccolte tramite ricerca desk fossero interessanti e potessero già innescare problematiche progettuali, è stato infatti fondamentale osservare direttamente le città precedentemente descritte, al fine di indagarne le più complesse specificità.

Ho quindi realizzato delle incursione urbane che mi hanno permesso di conoscere meglio le città, evidenziarne ritmi e flussi. Questo mi ha permesso di visualizzare in modo molto concreto quali siano e come vengano vissute le periferie, quali siano gli spostamenti che li s'innescano e verso quali luoghi muovano i cittadini.

Ho potuto scoprire che esistono, all'interno del territorio, delle *zone centrali* (Busto Arsizio centro e Legnano centro) che possono essere descritte da andamenti totalmente differenti dalle zone circostanti: il flusso di persone rimane sostenuto durante tutto l'arco della settimana, evidenziando dei picchi nel fine settimana, o durante le manifestazioni proposte dalle amministrazioni.

Sono generalmente luoghi vissuti e battuti quotidianamente, profondamente diversi dalle *zone periferiche* (Busto periferia, Castellanza, Legnano periferia ed Olgiate Olona). Queste ultime sono vissute come veri e propri quartieri dormitorio, nei quali le persone stanziano durante la notte e dai quali si spostano durante il giorno. Aree del territorio che rimangono per lo più abbandonate, poco servite e lontane dall'attenzione delle amministrazioni.

Situazione pressoché normale per delle periferie.

Il grosso problema è che in questa categoria rientrano anche Castellanza ed Olgiate Olona che sono città e non semplici quartieri. Delle dinamiche usuali presenti all'interno dei centri urbani, in queste due città non rimane nulla, tanto più che una delle due è sede di un'importante Ateneo universitario. Sebbene vi siano circa 2000 studenti che gravitano nelle più immediate vicinanze della LIUC, la città non restituisce affatto questi flussi che, per quanto presenti, sembrano assolutamente virtuali. Le potenzialità di una città universitaria e di un piccolo centro urbano attivo sono molte, ma mancano gli strumenti per vivere appieno questa consapevolezza, per raccontare la propria particolare realtà.

Per approfondire ulteriormente l'indagine che andavo ad effettuare, ho deciso di attuare delle interviste nel territorio ad attori privilegiati che potessero darmi diverse modalità d'interpretazione del territorio. Quello che cercavo erano opinioni assolutamente soggettive di persone che abitano e vivono il territorio quotidianamente.

Ho deciso allora di penetrare la realtà territoriale su differenti livelli:

1. livello istituzionale
2. livello commerciale
- 3.a livello comunitario diretto
- 3.b livello comunitario indiretto

Per ognuno dei livelli sopra esposti ho ricercato e definito degli *informatori privilegiati* che potessero fornirmi informazioni preziose per la ricerca.

Per quanto riguarda il primo livello è stato contattato l'Assessorato Tradizione Identità e Futuro di Busto Arsizio, nella persona dell'Assessore **Ivo Azzimonti**. L'intervista, semi-strutturata, mi ha permesso di approfondire l'aspetto socio-politico della città e la questione *identitaria* della zona. Abbiamo inoltre fatto delle considerazioni sui flussi in uscita dall'Altomilanese e sull'importanza delle realtà associative nel territorio (un focus particolare è stato fatto sull'ambito sportivo). Si è inoltre discusso dell'aspetto strategico di alcune manifestazioni svolte e sulle relazioni che le amministrazioni pubbliche hanno creato nel territorio (con esponenti pubblici e privati).

Per il livello commerciale ho approfondito con **Rudy Collini**, presidente Comitato Commercianti Centro Cittadino e commerciante, la vincente realtà del *Distretto del Commercio di Busto Arsizio*. Il commerciante ha introdotto la politica distrettuale di Regione Lombardia e mi ha esposto come il CCCC (Comitato Commercianti Centro Cittadino) abbia deciso di sfruttare il commercio come leva strategica di sviluppo economico e di crescita sociale nel territorio. Sono state inoltre approfondite le relazioni che il Distretto ha creato e mantiene con le istituzioni e le collaborazioni che negli anni si sono susseguite. Particolare attenzione è stata poi posta sul futuro della realtà distrettuale ed il suo sviluppo nell'ambito cittadino, ponendosi come massimo obiettivo una sinergia totale tra istituzioni, commercianti e cittadini.

Ho cercato poi di calarmi in modo diretto nel tessuto cittadino. Per questo motivo ho contattato diverse associazioni attive del territorio che mi hanno permesso di conoscere la realtà “Pro-Muovere Castellanza”, nascente associazione che si è posta come obiettivo l'individuazione di problematiche locali e l'elaborazione di possibili proposte che andranno poi discusse con l'intera comunità. Con **Tiziano Scolari**, presidente dell'Associazione, sono stati approfonditi aspetti prettamente inerenti Castellanza e questioni puramente generiche sul territorio. La storia della loro associazione ed i progetti che hanno in cantiere. Sicuramente uno degli incontri più interessanti, che mi ha permesso di capire quanto e come ciò che viene dichiarato dalle istituzioni possa distaccarsi dalla realtà che viene vissuta quotidianamente dai cittadini. Ne è risultato il ritratto di una città caratterizzata da moltissime lacune e notevoli potenzialità che, per emergere devono essere veicolate nel giusto processo per la creazione di uno scenario più completo e consapevole.

Sempre al fine di approfondire il livello comunitario, anche se in maniera indiretta, ho deciso di contattare un parroco di uno dei rioni di Busto Arsizio, **Don Giorgio Brianza** della Parrocchia del Redentore. Con lui è stata fatta una riflessione compiuta sullo sviluppo della zona dagli anni successivi la seconda guerra mondiale, fino ai giorni nostri. Si è trattato di un'indagine che, partendo da una fotografia aerea della zona, è arrivata ad evidenziare le tendenze socio-culturali del territorio in analisi.

L'osservazione che ho svolto localmente ha così acquistato significato, caricandosi di aspetti fondamentali che avrei altrimenti trascurato. Le interviste fatte agli attori privilegiati del territorio, mi hanno raccontato una storia diversa, la vera storia delle zone che mi trovavo ad indagare, il loro punto di vista, assolutamente personale poiché influenzato dalla cultura, dalla professione, dalla modalità attraverso la quale ci si interfaccia alle città.

Abito da sempre in territori contigui a questi, ma questo particolare tipo di ricerca mi ha permesso di focalizzare aspetti che mai avrei immaginato.

La ricerca etnografica, con i tools messi a disposizione mi ha permesso di sviluppare una sorta di empatia con i luoghi e le persone indagate, ne ho conosciuto le logiche, le dinamiche, le problematiche e le possibili soluzioni.

3.5 Nodi problematici

La ricerca desk e l'indagine etnografica svolta, attraverso l'osservazione in situ e le interviste semi-strutturate ad attori privilegiati del territorio, ha permesso l'evidenziazione di due problematiche principali. La riflessione progettuale su entrambe mi ha poi fatto notare come possano legarsi, quasi come le categorizzazioni causa-effetto, ad un unico macro-problema: un gap “comunicativo” a livello locale che si è instaurato tra le istituzioni, amministratrici delle zone, ed i cittadini che le vivono quotidianamente e si scontrano con una realtà apparentemente molto distante da quella raccontata.

Questa falla nella comunicazione influisce notevolmente sulle *relazioni* che si instaurano nel territorio tra il *livello* definito di *governance*, le politiche e gli operatori collettivi, e le *risorse umane*, gli uomini e le donne che risiedono nel territorio⁸⁸. Ciò che è a rischio, e risulta evidente quando si analizza con occhio progettuale la realtà locale, è la condivisione dei valori da parte dei soggetti che intervengono, seppur con diverse competenze e differenti raggi d'azione, nel territorio. *Sono a rischio la cultura e l'identità del territorio.*

Tutto quell'insieme di elementi intangibili che contribuiscono a costituire il patrimonio immateriale di un luogo, quegli stessi fattori che da punti di forza possono divenire, in breve tempo, ostacoli se non percepiti e canalizzati. E' necessario comprendere che il patrimonio è tutt'altro che una nozione statica⁸⁹, si tratta di una commistione di elementi dinamici che si modificano in continuazione, un perpetuo divenire che non può essere reso immobile per semplicità gestionale.

Gli esiti della ricerca, come esposto poco sopra, hanno messo in evidenza due nodi problematici che, qui di seguito, verranno presentati.

Innanzitutto l'ostacolo legato alla **percezione del contesto**: l'indagine e, soprattutto, le interviste, hanno posto in essere una condizione di completa fissità ed immobilità. Sebbene vi siano realtà interessanti e potenzialmente dinamiche, il territorio, quando raccontato dalla comunità, viene descritto come “fermo ed immobile”, tanto da sembrare quasi vuoto, privo di ogni specificità. Dinamicità e flessibilità sono termini troppo distanti dalla realtà finora percepita.

Secondo: la **frammentazione** che caratterizza in modo così spiccato l'intero territorio.

Le dinamiche locali evidenziano ritmi che non appartengono ad un luogo che abbraccia 4 città: Castellanza ed Olgiate Olona costituiscono, di fatto, altre periferie. Vengono infatti raccontate come fossero vere e proprie città dormitorio in cui le persone pernottano e abbandonano la mattina successiva. Zone che supportano il vivere quotidiano ma non divengono mai il palco ideale nel quale costruire una realtà interessante, rimangono distaccate dalla vita che viene proposta e condivisa nelle zone centrali, escluse, lontane.

Scarseggiano trasporti, servizi e perfino dei semplici “bar” (per i cittadini che abitano la periferia è quasi una sfida convincere i *turisti* a trovare un locale nel raggio di pochi chilometri).

Centro vs Periferia. Immobilità e dinamicità.

Quali allora gli spunti progettuali, le linee guida che potrebbero creare nuovi scenari per uno sviluppo consapevole?

1. Introdurre elementi che possano rendere il territorio più sensibile al cambiamento. Sfruttare fattori che, se messi a sistema, rendono il territorio *flessibile* ed incline al cambiamento, elementi che possano rendere più fluido la complessità locale.
2. Sconvolgere le dinamiche ormai così saldamente instaurate. Dinamiche malate che hanno favorito lo sviluppo di alcune zone delle città a discapito delle aree più periferiche, fisse nella loro immobilità. Creare, quindi, *nuove possibilità* nel tessuto cittadino, supportando la creazione di nuove, e più virtuose, relazioni tra i vari livelli locali.
3. Consolidare il concetto di *identità*, renderla univoca, condivisibile ed accessibile. Puntare al

consolidamento piuttosto che la creazione per innescare processi bottom-up, non imposti da amministrazioni ed istituzioni.

3.6 Potenzialità progettuali

L'analisi territoriale ha messo in luce dei fattori interessanti nell'ottica di uno sviluppo progettuale. I fattori sociologici, storici e geografici che caratterizzano i 4 comuni, a differenza dell'indagine prettamente etnografica, descrivono un territorio interessante, potenzialmente dinamico e vivace dal punto di vista del tessuto sociale. Cittadini ed amministrazioni attive sono infatti impegnati costantemente in ricerche che indagano i valori fondanti la propria identità e in iniziative che puntano verso lo sviluppo territoriale.

I fattori positivi che ho riscontrato all'interno del territorio sono principalmente 3 e fanno capo all'ambito geografico, l'abito sociale e politico. Qui di seguito verranno brevemente descritti.

» *Posizione strategica*

Il territorio analizzato è situato al centro del ricco quadrilatero Varese / Como / Milano / Novara, si tratta di una zona percorsa tanto da flussi di persone quanto da flussi monetari, essendo una delle zone più altamente industrializzate e ricche d'Italia. Una zona di passaggio, quindi, che viene supportata da importanti reti stradali (Statale del Sempione, A8 Milano-Varese) e ferroviarie (Ferrovie dello Stato e Ferrovie Nord Milano). E' situato inoltre a meno di 20 chilometri dall'Aeroporto Intercontinentale del nord Italia, Milano Malpensa.

» *Tessuto sociale attivo*

Molti cittadini residenti all'interno del territorio costituiscono un tessuto sociale attivo poiché appartengono alle molte associazioni presenti. Numerosi i gruppi storico-artistici impegnati nella ricerca e nella riscoperta delle tradizioni locali, alcuni abilmente gestiti realizzano anche pubblicazioni o mostre che si ripetono costantemente; interessante inoltre l'aumento di nuclei che indagano l'identità contemporanea delle città. Questi ultimi, costituiti in grande parte da persone di età compresa tra i 20 ed i 45 anni, rappresentano un'opportunità importante per il territorio, poiché cercano di rispondere alla notevole complessità locale con riflessioni profonde, complete, cercando di trovare soluzioni progettuali valide e concrete.

» *Istituzioni legate al "locale"*

La presenza preponderante nelle istituzioni di amministratori legati all'ambito delle politiche territoriali, porta inevitabilmente ad una particolare sensibilità verso tutto ciò che ruota attorno alla questione identità territoriale e tradizioni locali. Sebbene questo tipo di valorizzazione sia, nelle zone indagate, estremamente focalizzata sulla cultura "lombarda", supportata dall'approccio leghista, e sul passato del territorio piuttosto che la sua evoluzione nel futuro, la presenza di istituzioni così legate al locale può sicuramente essere una leva da sfruttare per l'attuazione di progetti che mirano allo sviluppo strategico di un territorio.

Note:

⁷⁵ G.L. Fontana, *Dall'arretratezza all'industrializzazione: il caso dell'Alto Milanese*, in “Le vie dell'industrializzazione europea. Sistemi a confronto”, Bologna, Il Mulino, 1997, pp. 850

⁷⁶ Centro Studi PIM, *Parco dell'Alto Milanese*, nell'Atlante dei Parchi locali di interesse sovra-comunale in Provincia di Milano, committente Provincia di Milano

⁷⁷ Fonte ISTAT, bilancio demografico aggiornato all'agosto 2009

⁷⁸ Comunicati stampa del Comune di Busto Arsizio, tramite web: www.comune.bustoarsizio.va.it

⁷⁹ Fonte ISTAT, bilancio demografico aggiornato all'agosto 2009

⁸⁰ Fonte ISTAT, bilancio demografico aggiornato all'agosto 2009

⁸¹ Comunicati stampa del Comune di Legnano, tramite web: www.legnano.org

⁸² Fonte ISTAT, bilancio demografico aggiornato all'agosto 2009

⁸³ Regione Lombardia, Deliberazione Giunta Regionale 11 Dicembre 2009 – n. 8/10762, *Requisiti minimi per il riconoscimento degli ecomusei in Lombardia e relazione sullo stato di attuazione della l.r. 13/2007*, bollettino ufficiale, requisito minimo 6, 21 Dicembre 2009, Milano

⁸⁴ ibidem

⁸⁵ ibidem

⁸⁶ Rete Ecomusei Lombardia, *Gli ecomusei della Lombardia: paesaggi, identità, ricordo*, pp. 12

⁸⁷ ibidem, pp. 13

⁸⁸ *Obiettivo 2*: La Commissione Europea ha tra le proprie finalità quella di contribuire allo sviluppo equilibrato di tutti i suoi territori. I Fondi strutturali sono lo strumento attraverso il quale favorisce lo sviluppo armonico delle regioni contribuendo al conseguimento dei tre obiettivi prioritari seguenti: promuovere lo sviluppo e l'adeguamento strutturale delle regioni che presentano ritardi nello sviluppo (Obiettivo 1); *favorire la riconversione economica e sociale delle zone con difficoltà strutturali* (Obiettivo 2); intervenire per l'adeguamento e l'ammodernamento delle politiche e dei sistemi di istruzione, formazione e occupazione (Obiettivo 3).

In Regione Lombardia l'Obiettivo 2 ha coinvolto 349 comuni con lo scopo di rafforzare la competitività di queste aree facendone emergere i punti di forza e migliorando l'integrazione dei territori. Esso è intervenuto, in particolare, nelle zone in fase di mutazione socioeconomica nei settori dell'industria e dei servizi, le zone rurali in declino, le zone urbane in difficoltà.

⁸⁹ Antonella Castelli, *Un modello di riferimento per la valorizzazione del capitale territoriale: la porta di accesso e l'integrazione delle risorse*, Agenzia SDI, Milano, 2005, pp. 2

⁸⁹ *La competitività territoriale. Costruire una strategia di sviluppo territoriale alla luce dell'esperienza LEADER*, in “Innovazione in ambiente rurale” Quaderno n.6 – Fascicolo 1, Osservatorio europeo LEADER, Dicembre 1999

4_CASI STUDIO (a)

Concludendo la fase di ricerca ho voluto approfondire alcune tematiche analizzate tramite applicazioni concrete dei concetti trattati. Le informazioni raccolte e le conoscenze sviluppate mi hanno permesso di focalizzare spunti interessanti, stimoli da cogliere e fare miei, vincoli da considerare ed ostacoli da aggirare. Dopo essermi creata una panoramica abbastanza completa di casi realizzati, ho selezionato 4 esperienze che, nei prossimi sotto-paragrafi andrò ad esporre. Tre appartenenti alla sfera ecomuseale: un ecomuseo del paesaggio, il caso di Parabiago; un focus sul caso ecomuseo urbano, con gli esempi di Torino e Milano; la Rete Ecomuseale della Lombardia, la REL; l'altro, "Riflettere Mantova", afferente la realtà collaborativa dell'Agenzia SDI di Milano ed il Comune di Mantova. Per l'analisi dei casi studio ed il loro raffronto, sono state create 4 categorie rappresentative, topics principali, che avrebbero favorito la lettura in parallelo.

4.1 L'Ecomuseo del Paesaggio di Parabiago

L'ecomuseo nasce grazie al cofinanziamento dell'Unione Europea e della Regione Lombardia nell'ambito dei Fondi di Sviluppo Regionale 2000-2006 per le aree Obiettivo 2. E' stato poi avviato un percorso di coinvolgimento attivo dei cittadini che, a partire da obiettivi condivisi, sono stati invitati a informarsi, confrontarsi e interagire per "dare forma" all'idea di Ecomuseo ed attivare le proprie risorse, conoscenze e competenze per la realizzazione di un piano di azione.

» *Identità*

Ruolo fondamentale, nell'Ecomuseo di Parabiago, è dato al *paesaggio* che, per la "Convenzione europea del Paesaggio", è "una determinata parte di territorio, così come percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni".

Si tratta di luoghi straordinari e quotidiani che caratterizzano lo spazio vissuto da cittadini, associazioni, attori che vengono coinvolti per attivarne la sua tutela consapevole.

Un territorio che viene definito attraverso la sua memoria storica, l'uomo e l'ambiente, ciò che è visibile, il verde e la natura, la vivibilità, le emozioni e l'armonia.

» *Attori*

"L'Ecomuseo è un museo della Comunità: solo la sua partecipazione ne legittima l'esistenza."

O.Garavaglia e L.Lazzati

La costituzione dell'Ecomuseo del Paesaggio si fonda su un processo partecipato che ha coinvolto istituzioni (Assessorato alle Politiche Ambientali, Urbanistica e Istruzione - istituzioni scolastiche di Parabiago - Università milanesi) ma specialmente la comunità, giovani, adulti, anziani, associazioni, e semplici cittadini, esperti e non esperti. Sono stati coinvolti, inoltre, i cittadini dei Comuni limitrofi che hanno facilitato la promozione di alcune azioni sul territorio.

» *Processo/Sistema*

Grazie al cofinanziamento dell'Unione Europea e dalla Regione Lombardia nell'ambito dei Fondi di Sviluppo Regionale 2000/2006 per le aree Obiettivo 2, è stato avviato un processo di coinvolgimento attivo dei cittadini che, a partire da obiettivi condivisi, sono stati invitati ad informarsi, confrontarsi ed interagire per "dare forma" all'idea di Ecomuseo e attivare le proprie risorse, conoscenze e competenze per la realizzazione di un piano di azione per l'Ecomuseo che prevede azioni locali individuate dal comitato tecnico-politico e discusse nel forum cittadino.

» *Strategia*

Il progetto ha promosso l'uso di strumentazioni e facilitato la capacità di azione locale con la comunità (a partire dagli stakeholders, sino a gruppi informali che vivono gli spazi). La pianificazione e la progettazione proposta ha attivato un processo partecipato capace di costruire le condizioni necessarie all'interazione concreta, efficace ai fini del progetto urbanistico-architettonico, fra persone, idee, informazioni, bisogni e istanze locali. Il metodo adottato per gestire i diversi incontri pubblici è il Metaplan (metodo di facilitazione attento alla gestione dei

processi di comunicazione, raccolta delle opinioni dei partecipanti, organizzazioni in blocchi logici e formulazione di piani di azione).

4.2 Ecomusei Urbani: il caso di Milano e Torino

Gli ecomusei urbani, guardando ad un passato poco distante, si rivolgono al presente di un territorio, solitamente una realtà cittadina. L'intervento, all'interno di queste organizzazioni, si sviluppa attraverso la raccolta di elementi, materiali e narrativi, utili alla costruzione di un archivio del patrimonio locale custodito all'interno di una risorsa che possa permettere lettura e conoscenza della storia di tutto il quartiere attraverso una serie di iniziative (mostre, installazioni, e percorsi guidati).

» *Identità*

L'aspetto più evidente è dato dalla trasformazione urbanistica, ma l'ecomuseo urbano nasce per raccontare la trasformazione della città "invisibile".

Le differenti radici e la presenza di cittadini stranieri, ha trasformato la città in maniera evidente e ha sollecitato la riflessione intorno al rapporto tra globale e locale, producendo una forte accelerazione al cambiamento.

La conoscenza di territorio e valori identitari costituisce il presupposto fondamentale per una reale consapevolezza del patrimonio culturale locale e della sua tutela.

» *Attori*

L'ecomuseo mira a creare coesione sociale tra i cittadini e a offrire loro stimoli culturali che li aiutino a "visualizzare" il radicale mutamento che li coinvolge in città.

Diventa quindi quel luogo ideale nel quale consolidare il rapporto con il quartiere, per vivere momenti di socializzazione e di ricostruzione delle relazioni, per ricucire legami tra le differenti generazioni, per tessere relazioni tra gli abitanti storici e quelli appena arrivati (che solitamente incontrano maggiori difficoltà d'inserimento nella nuova comunità). Cittadini coinvolti e consapevoli che, insieme, ri-conoscono e tutelano il loro territorio.

» *Processo/Sistema*

Entrambi gli ecomusei urbani analizzati si ispirano ad una logica federativa, coordinati dai Servizi Museali della città ed in collaborazione con le Circoscrizioni (EUT), svolgono il ruolo di portavoce delle esigenze e delle aspirazioni dei cittadini. I territori di riferimento si estendono oggi fino a comprendere gran parte del territorio cittadino, esperienza unica a livello europeo (EUT). Le Regioni di riferimento offrono supporto e collaborazione. Fondamentali in entrambi i casi sono i Centri di Interpretazione, antenne nel territorio dove è possibile partecipare alla costruzione del progetto.

» *Strategia*

Quando la conoscenza di territorio e valori identitari non si manifesta più come processo

spontaneo, può essere suscitata attraverso interventi e azioni che stimolino un nuovo rapporto con l'ambiente in cui si vive, ricostruendo una memoria collettiva e un senso di appartenenza culturale comune. Strumenti usati sono la “mappa di comunità” (EUMM), e la “Carta per il Patrimonio culturale urbano” (EUT). Entrambi utilizzati a partire dal principio secondo cui è una comunità consapevole a stabilire in primis quale patrimonio davvero le appartenga, per condividere le scelte sulla tutela e sulla valorizzazione delle proprie risorse territoriali.

4.3 REL, la Rete ecomuseale della Lombardia

«La REL intende valorizzare e promuovere il patrimonio culturale dei territori ecomuseali. E' un'istituzione viva, un luogo di costruzione della memoria e, soprattutto, un laboratorio di formazione e ricerca. (...)

*Conoscere per capire,
sapere per non dimenticare,
ricordare per progredire»*

REL, Gli Ecomusei della Lombardia: paesaggi, identità, ricordo

» *Identità*

La rete è un'istituzione regionale che coordina e promuove il patrimonio culturale dei territori ecomuseali. L'identità dei territori lombardi è considerato un valore fondamentale per la competitività di destinazione turistica e per la qualità della vita delle comunità locali. Per questo motivo, gli Ecomusei che ne fanno parte, promuovono la valorizzazione del patrimonio che racconti il locale, sia nelle componenti storiche, che nel suo presente: i saperi, le tecniche costruttive e i materiali locali. Gli elementi dei paesaggi vengono messi in relazione tra loro in modo che ne risulti un insieme coerente, da vivere e osservare.

» *Attori*

Il network si inserisce nel virtuoso processo di riconoscimento degli ecomusei da parte di Regione Lombardia, e mette in “rete” gli enti locali, le associazioni e le fondazioni che gestiscono i 25 ecomusei aderenti.

La Rete nasce proprio dalla necessità di un rapporto diretto e un continuo contatto con i siti ecomuseali, con gli enti pubblici, i soggetti privati e la Regione Lombardia. In questo modo la REL diventa il punto d'incontro tra il mondo degli ecomusei e la regione Lombardia, e svolge un ruolo di partenariato con l'obiettivo di diventare punto di riferimento per le piccole realtà locali.

» *Processo/Sistema*

La rete si basa sulla collaborazione dei propri partecipanti con l'obiettivo di avviare attività su più fronti. Gli ecomusei aderenti, 25, riconosciuti dalla legge regionale lombarda n.13 del 12 luglio 2007, vengono sostenuti, da Regione Lombardia, con finanziamenti in investimenti e attività che coprono al massimo il 50% dei costi. La rete si è organizzata in gruppi di lavoro suddivisi per le tematiche affrontate e per le specializzazioni dei diversi referenti. I gruppi di lavoro nascono come strumento di progettualità partecipata e comunità di pratica.

» *Strategia*

La rete Ecomusei sviluppa a livello regionale, nazionale ed internazionale le strategie di valorizzazione in modo coordinato, con obiettivo la fruizione turistica territoriale in un'ottica di sviluppo sostenibile e consapevolezza diffusa, sia da parte delle popolazioni residenti che da parte dei visitatori. La rete lavora per migliorare la visibilità degli ecomusei aderenti; favorire la collaborazione, la cooperazione e la costante interazione attraverso attività di formazione; sviluppare e condurre iniziative e progetti comuni; presentare e gestire progetti condivisi; condividere le risorse per la realizzazione dei suddetti progetti; fungere da collegamento con altre Reti nazionali ed internazionali.

4.4 “Riflettere Mantova”

“Riflettere Mantova” è un progetto, dell'anno 2003/2004, che nasce in collaborazione con l'Agenzia SDI del Dipartimento INDACO del Politecnico di Milano ed il Comune di Mantova, in collaborazione dell'Architetto Marco Ferreri scaturito dall'esigenza di dare una “identità” alle iniziative culturali della città.

» *Identità*

Nella costruzione dell'identità il design ha un ruolo fondamentale: aiuta istituzioni e comunità nella coproduzione. L'identità si configura come un insieme di valori, messaggi del singolo o della comunità che si trasmettono in modo conscio o inconscio a chi vi entri in contatto. L'identità trasmessa esternamente diventa immagine percepita, capace di mostrare i tratti distintivi e peculiari del sistema sociale, economico, ambientale, che lo rappresenta. Si tratta di un'immagine sintetica, chiara, flessibile, dinamica, unitaria e accessibile a chiunque.

» *Attori*

Con “approccio partecipato” si vuole indicare il coinvolgimento diretto della popolazione. Per far emergere tracce dell'identità di Mantova e un progetto di installazione (performance) da realizzare nella città. Interessante la sperimentazione video che ha raccolto ed evidenziato lo sguardo interno dei cittadini attraverso quello esterno dei video-registi.

Questo processo ha permesso raccolta e definizione di elementi distintivi che ha portato alla visualizzazione percepita della realtà.

» *Processo/Sistema*

“Il processo conoscitivo diventa un'azione sociale nel momento in cui la popolazione viene coinvolta.” K.Lewin

L'intera progettazione (dalla fase di ricerca sino al progetto, attraverso analisi e concept) del caso studio, ha visto i protagonisti in comunicazione simmetrica che hanno condiviso, step dopo step, output e strumenti. In un processo che cerca di creare l'azione attraverso la ricerca e a sua volta, la

ricerca tramite l'azione mettendole in discussione entrambe all'interno di una combinazione.

» *Strategia*

In un questo caso studio il processo di progettazione è stato condotto ponendosi obiettivi nel breve e nel lungo periodo. Questi sono stati “progettati” in modo strategico affinché, di volta in volta, si potessero controllare e, in caso, ri-organizzare.

Con quest'ottica si sono ben evidenziati i risultati raggiunti e gli ostacoli incontrati nelle diverse fasi e si sono delineati, in modo più specifico, le possibilità che si sarebbero stagliate all'orizzonte successivamente la ricerca (implementazione grazie a due iniziative già avviate: progetto in corso dipartimento INDACO e BEST ed inserimento nel progetto MIUR 2004).

4.5 Riflessioni conclusive

Il lavoro di analisi ed indagine dei casi studio precedentemente presentati, mi ha permesso di arrivare ad alcune conclusioni.

Innanzitutto mi hanno permesso di evidenziare delle parole chiave che, presenti in ciascun caso e comuni agli altri, hanno posto in essere i concetti fondamentali sui quali gli interi progetti/iniziative lavorano.

Identità, Patrimonio, Valorizzazione.

Trasformazione, Sviluppo, Strategia.

Partecipazione, Consapevolezza, Coesione Sociale.

Queste solo alcune, delle molte.

Il passaggio più importante è stato poi tracciare le fila dell'intero discorso, rendere unitaria la ricerca che avevo condotto così approfonditamente.

Ho così fatto emergere 5 *dimensioni* che avrebbero racchiuso le parole chiave in categorie di senso che, se ben delineate, mi avrebbero permesso di individuare delle linee guida da considerare per il progetto.

Ho così individuato:

» La **dimensione locale**, la categoria che racchiude la questione identitaria e di valorizzazione del patrimonio. Nel progetto, come nei casi indagati, sarà fondamentale occuparsi dell'identità del territorio attraverso la valorizzazione degli aspetti materiali ed intangibili del patrimonio territoriale. Questo permetterà al progetto di configurarsi come strategico in quanto genererà una visione condivisa dei valori d'area, consolidando, unificando e rendendo coerente l'identità percepita. Il ruolo design nella costruzione dell'identità coinciderà con: la raccolta e la definizione degli elementi distintivi il cui risultato sarà la visualizzazione percepita della realtà; la considerazione dei "fattori emozionali" per valutare gli aspetti che determinano l'identità dl luogo.

» La **dimensione progettuale**, l'ambito cui fa capo la disciplina del design. In questa categoria rientrano le pratiche progettuali, i processi e gli strumenti, che sono stati utilizzati nei diversi progetti di sviluppo territoriale. Ricerca-azione ed approccio partecipato saranno fondamentali per raggiungere l'obiettivo. Ricercare ed apprendere, elaborare un concept, realizzare il progetto, questo il processo da seguire, coinvolgendo e rendendo partecipe la comunità che abita e vive il territorio. Progettare *per* il territorio, *con* il territorio.

» La **dimensione strategico-organizzativa**, la categoria che sottolinea l'importanza della pianificazione strategica. Un progetto che si rivolge al territorio e mira al suo sviluppo, deve agire in modo strategico, pianificando le azioni di ricerca, lo sviluppo del progetto nel tempo ed la sua progressione nel tempo. Affinché apporti un reale valore nell'ambito locale si deve infatti progettare in modo che gli effetti possano essere continuativi nel tempo e non avere natura momentanea come eventi ed iniziative.

» **La dimensione sociale**, ovvero includere nella progettazione la comunità che vive l'ambito locale. Nell'ottica dello sviluppo locale ed il consolidamento dell'identità territoriale, è fondamentale che la cittadinanza venga coinvolta. Tanto nella fase progettuale quanto in quella di realizzazione del progetto. La comunità deve essere il punto di partenza e d'arrivo del progetto, il riferimento continuo durante tutto il processo. Progettare perdendo di vista l'utenza ed evitandone il coinvolgimento, significa produrre un servizio, o un prodotto, completamente slegato dal contesto, che non ha legami né con il territorio in cui viene ambientato né con le persone che lo vivono.

» **Trend di sviluppo futuri** legati all'ambito ecomuseale. Tematica di crescente interesse, evidenziata anche nel workshop avvenuto a Somasca di Vercurago lo scorso Novembre, è il ruolo del turismo negli ecomusei. Le organizzazioni si stanno infatti interrogando sul rapporto che gli ecomusei dovranno avere con la componente “turistica”. Come già evidenziato da H. de Varine, le istituzioni ecomuseali, sebbene non siano sorte con la finalità turistica, dovranno, per forza di cose, interfacciarsi con essa, reinventando un turismo consapevole differente, a seconda del luogo. Se viene posta attenzione ad obiettivi di lungo periodo, includere i fini turistici nel sistema ecomuseale, significherà rendere più consapevole la comunità locale, aumentando la capacità competitiva del territorio. I risultati che verranno generati, quindi, non si fermeranno alla sola natura economica, ma si sposteranno anche verso l'asset sociale e saranno più evidenti.

IDEAZIONE DEL CONCEPT

5_ VERSO LA SERVICE IDEA

La ricerca svolta sul territorio (ricerca desk + indagine etnografica), e gli obiettivi posti dall'ottica ecomuseale, hanno condotto all'ideazione di una service idea che parte dalle problematiche del territorio e ne sfrutta le sue potenzialità.

La volontà è quella di ideare un servizio nel quale la centralità sia costituita dalla partecipazione attiva dell'intera comunità, consolidando ed innescando nuove relazioni tra i diversi layer che descrivono il territorio. Un servizio che possa coinvolgere tutti i cittadini, che vivono centro e periferia, coloro che semplicemente abitano il territorio, chi vi possiede un'attività commerciale, chi lo governa e amministra.

Una comunità che finalmente dialoga con la propria città ed una città che, finalmente risponde.

5.1 Costruzione dello Scenario

Per l'ideazione dello scenario di riferimento entro cui ambientare il progetto, ho cercato di sintetizzare in modo coerente ed armonico gli obiettivi, i trend e le potenzialità che ho evidenziato attraverso la ricerca.

Per questo motivo ho innanzitutto lavorato sulla discussione del modello ecomuseale, e ho cercato di capire come potrebbe evolvere, quali modifiche, quali iniziative, quali strumenti poter sfruttare per aggiornare l'istituzione, per renderla migliore.

L'intera questione è ricaduta su un'unica parola chiave: **qualità**.

Cosa significa oggi istituire un ecomuseo che sia davvero di qualità?

Sono ancora validi i principi che hanno portato alla sua fondazione qualche decennio fa?

In generale sicuramente sì. Le popolazioni hanno ancora bisogno di tutelare i propri territori e le proprie radici ma, ciò che è cambiato è sicuramente il presente delle città, delle comunità montane, dei paesi che decidono di avviare un progetto di sviluppo ecomuseale.

Il ritmo, i flussi che vive il territorio, i cambiamenti quotidiani, le difficoltà evidenti ed anche quelle più nascoste, i valori che pervadono la comunità ogni giorno.

La quotidianità, il presente.

La gente, le potenzialità inespresse e gli ostacoli che incontra nella dinamica specifica del suo territorio.

Innovare il concetto di ecomuseo.

Ri-considerare le risorse specifiche.

Partire dalla comunità, dalle persone, dalla gente.

Chi vive oggi il territorio. Oggi, non ieri e non domani. Oggi. Il presente.

Ri-partiamo da qui.

Un'ecomuseo con un'identità emergente.

Puntare sulla popolazione e renderla il punto focale dell'intera progettazione, non significa dimenticare le radici del territorio, i suoi valori costitutivi ed il passato che lo ha caratterizzato. Dimenticare o snaturare la sua identità.

Significa concentrare l'attenzione sulla contemporaneità, per evitare che il messaggio inviato, l'identità comunicata, sia incoerente con la vita vissuta concretamente dagli abitanti di una determinata zona.

Questo soprattutto perché, negli ultimi anni l'organizzazione ecomuseale ha previsto, in casi sempre più frequenti, fino a farlo diventare prerequisito necessario, il coinvolgimento delle istituzioni locali. Fondamentale se ci si pone come obiettivo il raggiungimento di una posizione sempre più rilevante e privilegiata nel territorio.

Il rischio, tuttavia, è costituito dal fatto che molto spesso siano proprio le istituzioni a proporre l'ecomuseo al territorio e no viceversa. Ponendoli di fronte al "fatto compiuto" evitando il loro diretto coinvolgimento nella fase decisionale, di progetto comune, l'identità raccontata sarà, molto probabilmente una costruzione di pensiero, poco radicata nella contemporaneità.

Strano, per un'istituzione che viene definita *partecipata*, *specchio della popolazione*.

Se chi si specchia sono le istituzioni, i politici, le amministrazioni, il riflesso non potrà che essere incoerente con l'immagine vera della cittadinanza, l'*identità emergente*.

Avendo da poco partecipato al lancio di un ecomuseo contiguo alla zona da me trattata, posso testimoniare con ferma decisione quanto rischioso sia proporre ad un territorio complesso, carico di "spettacolarità" quanto di ostacoli e disarmonie, un semplice "ecomuseo del paesaggio" (un museo diffuso che lavora solo sulle amenità ambientali senza alcuna lucida riflessione dell'ambito sociale contemporaneo).

Questo avvalora il mio pensiero. Gli esiti di una ricerca che, per quanto calata nel contesto, si configura pur sempre come una ricerca perlopiù teorica, trovano conferma nelle implicazioni concrete che ho avuto modo di sperimentare nell'ultimo periodo.

Ecomuseo, Territorio, Risorse, Comunità, Qualità.

Benessere.

La chiave di tutto: la **Cittadinanza**.

Ecco quindi lo scenario che ho prefigurato.

Se l'organizzazione ecomuseale contribuisse in concreto alla creazione di qualità nel territorio, se fosse davvero *presente* nel quotidiano delle persone, se diventasse necessaria, *utile*?

Se offrisse qualcosa di cui tutti sentono necessità, e questo contribuisse a creare benessere territoriale?

Un territorio nel quale l'ecomuseo è utile alla popolazione, che si trova così a partecipare davvero, condivide, collabora.

L'obiettivo: la costituzione di un ecomuseo dove la partecipazione non è una semplice scelta, è un bisogno condiviso.

5.2 Casi studio (b)

Costruito e definito lo scenario, ho cercato di individuare iniziative, servizi che potessero diventare degli stimoli interessanti per lo sviluppo progettuale.

L'analisi, si è soffermata principalmente su 4 casi studio referenti a 2 diversi ambiti progettuali.

Foursquare evidenzia una possibile evoluzione del concetto di mappatura di un luogo ed un interessante approccio alle nuove tecnologie. Introducendo la componente emozionale ed esperienziale riconducibile in maniera diretta al cittadino, innova in modo interessante il racconto della città. Le opinioni, i commenti, le descrizioni raccolte, costituiscono un report costante e continuo di ciò che la città comunica, trasmette. Come fosse davvero un organismo vivente, che vive e reagisce alla dinamicità dei cambiamenti quotidiani.

The Simple kitchen, *The Instructables Restaurant* e *QB- Cucina e Mercato* fanno invece riferimento alla sfera alimentare, quella direttamente riconducibile alle eccellenze/emergenze individuate nel territorio. Tutti egualmente interessanti, mostrano come possa essere comunicato, vissuto ed *esperito* il cibo. Mentre nel primo caso l'innovazione è più legata all'approccio, alla modalità con la quale il cibo viene proposto, proprio a sottolineare l'importanza dell'esperienza nell'ambito alimentare; nel secondo e nel terzo il focus è spostato sulla scelta del cibo, la consapevolezza e la coscienza che da esso devono scaturire.

Ni prossimi sotto-paragrafi verranno presentati singolarmente i casi qui sopra introdotti, cercando di evidenziarne, per ciascuno, le leve di progetto potenzialmente interessanti per la service idea.

5.2.1 Foursquare

Il social network Foursquare è un'applicazione per il telefono che permette di condividere informazioni su luoghi della città e di segnalare, o ricevere segnalazioni su dove ci si trova in un certo momento, facilitando gli incontri casuali con amici e la scoperta di nuovi luoghi da frequentare sulla base di informazioni dirette.

Il network sociale, diffuso principalmente negli USA, è inoltre ampliato da un sistema di punteggi che permette di vincere omaggi nei differenti locali della città.

L'intero servizio è organizzato su 3 step: primo, il *check-in*, l'operazione che permette di segnalare quando ci si trova in un posto (bar, ristoranti, parco, ufficio, casa,...), di commentarlo, mandare raccomandazioni o suggerimenti; secondo la *condivisione*, la possibilità dell'applicazione di tenere traccia delle informazioni inserite dagli utenti e creare liste e suggerimenti sulle cose da fare in base al luogo in cui ci si trova; terzo, il *punteggio*, per ogni check-in si guadagnano punti, (la segnalazione di un nuovo locale vale 5 punti, fare tappa in diversi locali in una sera vale 2 punti, ecc...) e si possono ricevere dei riconoscimenti e delle facilitazioni presso gli esercizi convenzionati.

Questa applicazione risulta particolarmente interessante ai fini progettuale poiché evidenzia come un sistema di relazioni virtuali possa tradursi in relazioni reali, andando addirittura a favorire e facilitare quelle reali. E' un ulteriore esempio dell'importanza che possono avere i social network, anche a livello di servizio.

Altro aspetto interessante il fatto che Foursquare, dopo aver sviluppato l'applicazione, abbia sviluppato anche un *servizio business* per le aziende, che consente loro di interagire con gli utenti

che hanno fatto il check-in nei loro locali.

E' sicuramente un modello interessante al fine di migliorare la relazione tra azienda e cliente, grazie a dei feedback sul servizio, alla definizione di omaggi-offerte personalizzate, facilitazioni ecc..., ed è auspicabile che non sia solo uno strumento di marketing in mano alle aziende, ma che sia uno strumento reale di dialogo per migliorare i servizi offerti.

5.2.1 The simple kitchen

Questo servizio, offerto a New York, si occupa della produzione della distribuzione e della vendita di prodotti locali.

In concreto si tratta di un'azienda agricola ed un ristorante, connessi poiché insieme risolvono il tema della distribuzione senza intermediari.

La particolarità, che costituisce la possibilità d'innovazione all'interno dell'ambito agriturismo è costituita dal fatto che Simple Kitchen propone un nuovo modello di agriturismo, nel quale il ristorante, The Simple Kitchen, si trova in centro città, mentre l'azienda agricola, The Simple Kitchen Garden, si trova ad un centinaio di miglia di distanza.

L'approccio interessante è che viene creata una connessione forte tra il centro cittadino e la campagna, il contesto rurale, adattandone le caratteristiche a bisogni diversi.

I bisogni basilari rimangono legati ad esigenze di qualità, naturalità, incentivazione del consumo locale, tracciabilità e trasparenza, ma i piatti e i prodotti proposti sposano le esigenze tipicamente cittadine, molto più fast, un pasto veloce o da asporto.

I prodotti offerti contengono solo ingredienti naturali, organici dove possibile, non vi sono conservanti, acidi, profumi, colori o additivi di alcun tipo. Il sapore è assolutamente difeso e valorizzato, e la sostenibilità è ricercata anche dal punto di vista del riciclo e del riuso.

La filosofia di trasparenza e completa tracciabilità dei prodotti si declina anche nel ristorante dove la preparazione del cibo è totalmente a vista, posta in un ambiente che riproduce una cucina domestica. Particolarmente interessante anche l'approccio comunicativo, progettato nei minimi dettagli, che conferisce importanza ed unitarietà all'intero sistema.

5.2.3 The Instructable Restaurant

The Instructables Restaurant, il primo inaugurato nel dicembre 2009 ad Amsterdam, è un ristorante *open source* e *fai-da-te* dove qualsiasi cosa, dal cibo, agli arredi, agli oggetti, è stato realizzato scaricando le istruzioni da *instructables.com*, istruzioni che possono essere scaricate da tutti per costruire il proprio Instructables Restaurant.

L'iniziativa è stata lanciata da Arne Hendriks e Bas van Abel ed è stata resa possibile da tutti i membri di *instructables.com*, la piattaforma per la condivisione di know-how. Gli IR si basano su alcuni concetti fondamentali: innanzitutto ciò che è nel ristorante ha delle istruzioni per la sua realizzazione che possono essere downloadate; gli input delle persone della community innescano la

nascita dei ristoranti, innovando l'idea di *proprietà* sia *intellettuale* che *materiale*; nei ristoranti l'informazione digitale prende vita e da virtuale diventa concreta.

Le istruzioni per la costruzione del ristorante visibili come *free member* sono indicazioni di massima (coinvolgere buoni collaboratori, scegliere il tipo di cibo da proporre in modo coerente al proprio concept, ...), ma pagando un'iscrizione annuale si può accedere ad istruzioni più dettagliate.

Gli Instructable Restaurant sono sicuramente un esperimento interessante, evidenziano come il crowdsourcing possa essere concretamente sfruttato nella realtà, in questo caso per la costruzione di un ristorante.

L'idea che l'open source venga applicato ad un sistema complesso come quello di un ristorante è di per sé interessante ed innovativo, soprattutto per sistemi caratterizzati da un'offerta complessa costituita da relazioni, oggetti, valori, atmosfere, funzioni.

5.2.4 QB- Cucina e Mercato

QB – mercato e cucina è una nuova realtà commerciale, un «concept food» situata per ora nelle città di Brescia e Genova, che punta su una formula innovativa, offrendo in un'unica soluzione bar, attività di ristorazione e rivendita di generi alimentari, proponendo prodotti tipici e biologici. Entrambi i QB aperti si collocano all'interno dello store Coin, e se i risultati dei primi due punti vendita saranno interessanti, seguiranno le aperture di Milano e Roma.

Promotrice del progetto la BTG, Bridge The Gap, della quale è amministratore delegato Andrea Rasca, propenso allo sviluppo di progetti di natura enogastronomica, come ad esempio, oltre a QB: Aquaconcept, Stazione di Salice, Cremamore e Yamato Sushi.

L'acronimo QB –Quanto Basta–, ampiamente utilizzato nelle ricette di cucina, negli store si traduce in una filosofia che esalta la qualità piuttosto che la quantità, e che promuove prodotti di origine artigianale, biologica, che comprendono vini, bibite, salumi e formaggi, ingredienti per la cucina.

Un piccolo mercato, che mantiene prezzi medio-alti, in cui viene offerta una selezione di prodotti scelti per le loro caratteristiche di gusto e qualità, per il loro stretto legame con il territorio d'origine, per l'utilizzo di metodi di lavorazione e preparazione tradizionali.

Particolare attenzione viene data agli ingredienti, al valore nutrizionale, alla sicurezza, alla trasparenza ed alla tracciabilità.

Accanto alla vendita vi è la possibilità di gustare in loco, come fosse un vero e proprio ristorante, molti dei prodotti venduti, una cucina definita *sana, leggera e attenta*.

I «concept food» offrono, come esposto, molti spunti progettuali interessanti: approccio, strategia, e comunicazione. QB è infatti fortemente connotato dal punto di vista estetico-comunicativo, il logo, la cartellonistica, gli scaffali che dominano le ampie sale, puntano a far sentire il cliente catapultato in una bottega degli anni Cinquanta-Sessanta, circondato da prodotti di bottega di altissima qualità.

5.3 Service idea

Il concept di servizio si configura come il primo progetto che il territorio attua come ecomuseo, e che ne permetterà il riconoscimento. Potrà infatti essere considerato come la prima attività svolta direttamente nel proprio territorio e con il coinvolgimento della popolazione locale, coerente con le finalità e gli aspetti dell'ecomuseo stesso.

Questo, in linea con i nuovi criteri di riconoscimento, *Requisiti minimi per il riconoscimento degli ecomusei in Lombardia e relazione sullo stato di attuazione della l.r. 13/2007*, ufficializzati il 21 Dicembre 2009, in particolare facendo riferimento al requisito minimo numero 11: attività realizzate nel periodo antecedente la domanda di riconoscimento «(...)le attività di ricerca, educative e culturali dovranno essere progettate e organizzate per promuovere e favorire la conoscenza del patrimonio presente sul territorio e il coinvolgimento della popolazione al progetto ecomuseale».

Il servizio viene quindi costruito ad hoc per un territorio che possiede delle emergenze sensibili all'innovazione che non vengono raccontate, valorizzate. Tutte quelle risorse locali che, durante la fase di ricerca, ho raggruppato nelle sezioni Prodotti Tipici ed Artigiani. Proprio in questi ambiti ho riscontrato una spiccata sensibilità verso nuove forme di innovazione nella gestione, organizzazione e ri-focalizzazione della propria attività, molto spesso poco supportata dalle amministrazioni locali e quindi per nulla ri-conosciuta e valorizzata. Ri-dare valore a quelle che possono essere considerate antenne sensibili nel territorio che per prime hanno innovato il proprio modo di vivere e lavorare, molto spesso, nelle periferie delle città.

Il progetto cerca di ri-generare le risorse locali attivando un'impegno comune verso la tematica della sostenibilità, declinata secondo le differenti tipologie commerciali ed il diverso apporto locale. Un territorio come quello da me analizzato deve mobilitarsi sì nell'ottica dello sviluppo ecomuseale, ma, e soprattutto, cercando di evidenziarsi in modo strategico ed interessante in vista dell'Expo 2015. La posizione strategica e la coerenza tematica (le risorse individuate rientrano nell'ambito alimentazione / educazione alimentare / sostenibilità) sono leve che devono far riflettere l'Alto Milanese e devono attivare in esso progetti strategici che possano caratterizzare la zona tanto da spostare la qualità ri-generata dall'interno verso l'esterno, fino a motivare i potenziali turisti che muoveranno verso Milano tra soli 5 anni.

Il progetto porta vantaggi a commercianti e produttori, migliorando le opportunità di vendita dei propri prodotti ed offrendo la possibilità di instaurare partnership locali che ri-generino le economie territoriali.

Le risorse emergenti del territorio, prodotti tipici e piccole produzioni eccellenti, più vicine all'ambito dell'innovazione, sono per lo più situate in periferia, non sono quindi ri-conosciute, tanto dai cittadini quanto dai ristoratori. Durante l'indagine etnografica era emersa, da parte dei ristoratori la necessità, ancora non soddisfatta, di sfruttare risorse di qualità che potessero avere una filiera corta e rientrare nella logica del km0.

Questa quindi la problematica cui ho deciso di dare risposta, la soluzione progettuale: la creazione di un "ponte" che possa collegare le produzioni locali di qualità all'ambito della ristorazione e al cittadino consumatore.

Vi sarà quindi una migliore opportunità di vendita dei propri prodotti per commercianti e produttori: sia per il nuovo e miglior posizionamento (centri cittadini); sia per il valore aggiunto di cui si carica il prodotto.

I cittadini sperimenteranno un migliore accesso ai prodotti locali, garantiti da una fonte referenziata nel territorio, di alta qualità ad un costo più basso. I nuovi punti vendita porteranno

“in centro” le produzioni eccellenti della periferia, spostandole quindi verso il luogo della dinamicità e dell’interesse istituzionale. La comunità avrà la possibilità di acquistare i prodotti locali e conoscerne le logiche di produzione, i valori; sperimentare nuove modalità di consumo; partecipare a specifici laboratori del gusto o eventi organizzati; ricevere strumenti che abiliteranno le singole capacità e la consapevolezza al consumo consapevole.

Il servizio mira alla condivisione e all’accessibilità del patrimonio territoriale, supportando e promuovendo la creazione di distretti urbani (commerciali ed agroalimentari) che vengono organizzati e gestiti come punto di innesco dell’intero sistema.

Nel territorio vengono così evidenziati 3 differenti livelli di relazione ed organizzazione: una rete amministrativa, una commerciale, ed una partecipativa comunitaria. Ciò che dal servizio viene innescata e gestita è la relazione di interscambio tra i network sopra citati: dalle relazioni interne a quelle extra layer, che creano interscambio e dinamicità.

Si crea quindi, nella zona una connessione diretta tra la scala amministrativa, quella commerciale e cittadina, proponendo un sistema di relazioni che, ad oggi, manca e viene sentito come questione importante ed incisiva .

Si tratta di una rete flessibile e dinamica, che permette ai cittadini che vivono il territorio, siano essi amministratori locali, commercianti, produttori o semplici cittadini, di sentirsi direttamente parte di una comunità consapevole e attiva nella produzione di qualità e benessere territoriale.

5.3.1 Obiettivi

Gli obiettivi che mi sono posti per questo progetto di servizio per lo sviluppo dell'area Busto Arsizio / Castellanza / Olgiate Olona / Legnano, interessano principalmente due macro aree, una più generica, legata all'ambito sociale ed ecomuseale; ed una seconda, più specifica connessa in modo diretto al servizio offerto ed alle risorse coinvolte.

Macro Obiettivi

Ponendosi sempre nell'ottica dello sviluppo ecomuseale, ciò che deve innanzitutto essere perseguito è il **consolidamento** del concetto di **identità territoriale**.

Questo significa rendere univoco il messaggio inviato, l'identità raccontata e quella concretamente percepita, affinché la rete sociale che ne deriva sia effettivamente coesa nei valori e negli intenti.

Dopo essere stata unificata, dovrà quindi essere messa a completa disposizione della comunità che vive quel territorio quotidianamente, e resa totalmente **accessibile**, partecipata.

Il passaggio successivo sarà un salto verso l'esterno, un'evoluzione che prevede la comunicazione di quest'insieme di valori, tradizione e patrimonio, anche **verso l'esterno**. Consolidato all'interno, il messaggio che passerà ai territori contigui, fino ai turisti che potranno visitare l'area, sarà coerente con la realtà vissuta e non in contrasto con il flusso sociale dinamico attuale.

Il progetto mira a rendere **biunivoca** l'interazione del cittadino con la propria città, aumentando la consapevolezza del valore di vivere e quindi appartenere a quel determinato territorio.

Obiettivi Specifici

Entrando più specificatamente nel sistema locale e nell'ottica del servizio da proporre, gli obiettivi divengono meno generici e più calati nel contesto.

Verrà infatti creato un sistema che favorisca e supporti la **ti-generazione delle risorse locali**, attraverso un impegno comune sottoscritto da amministrazioni, esercizi commerciali ed imprese agricole, che dialogheranno e attueranno attività ed iniziative coerenti con la tematica della sostenibilità ambientale, declinata secondo le differenti nature dell'apporto.

Si stabiliranno poi delle **partnership locali** per l'utilizzo delle risorse locali, che possano abilitare ambiti finora inesplorati. Il progetto vedrà in particolare lo sviluppo di una prima fase nella quale i produttori verranno avvicinati alla realtà della ristorazione locale, al fine di attivare collaborazioni strategicamente interessanti che potranno rafforzare realtà ed economie locali.

Il servizio offrirà un **accesso** differente a prodotti e servizi nel territorio. Verranno creati dei **punti vendita innovativi** che metteranno in contatto diretto consumatori e produttori, supportando una filosofia di vendita innovativa che va oltre il semplice acquisto. Valori, sperimentazione, condivisione, abilitazione diverranno parte integrante della sistema, ed i prodotti integreranno informazioni relative ai vantaggi offerti dal consumo di cibi locali.

Verrà promossa l'**educazione** del cittadino che sarà chiamato ad avere e mantenere comportamenti responsabili. I cittadini verranno avvicinati al cibo locale e alla cultura rurale contemporanea. La cittadinanza potrà sperimentare per questo, attraverso dei momenti comunitari o esperienze singole, kit di **abilitazione** per consumi sostenibili.

Nel territorio in questione verrà creata una **certificazione di qualità**, che permetterà il riconoscimento e la referenzialità di esercizi e prodotti locali. In questo modo la qualità raccontata sarà sottolineata da un'impegno concreto e da evidenze fisiche che guideranno il consumatore in

questo nuovo sistema di valori, conferendo importanza e qualità attraverso l'utilizzo di un tool ufficiale, referenziato.

Si appronteranno inoltre servizi con i quali verranno recuperati prodotti invenduti e non più proponibili. Verrà favorito un **recupero dei rifiuti** per il riciclo delle materie, riciclo energetico e recupero attraverso il compostaggio (il rinvio degli stessi ai produttori in modo che possano crearne compost). Si cercherà di ottimizzare i **trasporti** necessari al servizio stesso, cercando di espandere il concetto di sostenibilità a tutti gli ambiti coinvolti dal progetto.

5.3.2 Input e stimoli

In questo sotto paragrafo ho inserito quelli che ho definito "input e stimoli", che ho raccolto durante la fase di ricerca e che possono essere sfruttati come leve interessanti da inserire all'interno del progetto. Alcuni mi hanno semplicemente indicato una direzione, altri hanno invece ispirato direzioni progettuali concrete.

» *Politica distrettuale intrapresa da Regione Lombardia*

Regione Lombardia ha, da qualche anno, promosso l'incentivazione della formazione di distretti urbani competitivi. Questi vengono definiti *Distretti del Commercio*, un innovativo modo di operare sul territorio che nasce nelle più importanti città d'Europa intorno agli anni '90 e si è diffuso velocemente in numerosi centri cittadini in tutto il mondo. E', concretamente, la risposta del commercio di "vicinato", che coinvolge centri storici, alla presenza dei grandi centri commerciali nelle aree urbane o extra urbane che fagocitano il piccolo commercio di quartiere.

Riconoscendo il ruolo del commercio come fattore strategico di sviluppo economico e di crescita sociale del territorio, Regione Lombardia, con decreto del Direttore Generale al Commercio, Fiere e Mercati n. 8951 del 7 agosto 2008, ha approvato il primo bando per promuovere i "Distretti del Commercio per la competitività e l'innovazione dei sistemi distributivi nelle aree urbane della Lombardia" in attuazione dei criteri stabiliti con deliberazione n. VIII/7730 del 24 luglio 2008.

Attraverso progetti sistemici, vengono attuate delle iniziative strategiche con l'obiettivo di sviluppare e accrescere l'attrattività, la fruibilità, il commercio e la qualità della vita di uno specifico territorio. L'idea innovativa dei distretti urbani del commercio è l'individuazione di un ambito territoriale nel quale cittadini, imprese, realtà sociali liberamente aggregati e collaboranti siano in grado di fare del commercio e dei servizi, il fattore di integrazione e valorizzazione di tutte le risorse.

Parallelamente la Regione ha promosso la costituzione dei *Distretti agricoli*, strumenti, anch'essi, di competitività per le imprese. Le filiere finora coinvolte sono quelle relative a: lattiero-caseario; carne; olio d'oliva; frutticola e vitivinicola. Anche i distretti agricoli permettono di mettere in atto strategie che integrano e implementano la condivisione a livello di intera filiera o di territorio, promuovono nuovi fattori di competitività e di cercano di contrastare il rischio di marginalizzazione territoriale subita dal settore agricolo e agroindustriale.

Gli esercizi commerciali e le imprese agroalimentari presenti nel territorio da me analizzato, rivelano un forte interesse alle collaborazioni locali, ma lamentano un'eccessiva difficoltà nella costruzione delle relazioni necessarie all'attivazione di differenti iniziative.

Vi è di base, una grande disorganizzazione in tal senso e poca disponibilità da parte delle amministrazioni che non abilitano i singoli alla formazioni di reti intelligenti.

La costituzione di un organo che supporti la costituzione dei distretti urbani (commerciali, agroalimentari), ne regoli le attività e difenda in modo efficace le sinergie in gioco, sarebbe sicuramente un passo progettuale importante da attuare nel territorio in questione.

» *Presenza del Distretto del Commercio di Busto Arsizio*

La realtà attiva e vincente di Busto Arsizio ha saputo mettere in rete, negli anni, eccellenze che si sono impegnate per rilanciare il commercio quale elemento in grado di contribuire al miglioramento della qualità della vita, alla riqualificazione urbana, all'incremento dell'attrattività della città.

Il *DCBA* si propone costantemente di rappresentare un importante polo logistico sfruttando la collocazione privilegiata, baricentrica rispetto a Milano, alla nuova fiera di Rho-Pero e all'aeroporto intercontinentale di Malpensa. Gli ingenti investimenti di soggetti pubblici e privati che hanno già previsto per il prossimo quinquennio saranno completamente orientati in questa direzione, con l'obiettivo strategico di rendere il territorio pronto per l'Expo 2015, anche con il progetto "prima fermata Busto Arsizio". Tra gli specifici interventi ed azioni che hanno contribuito e che ancora contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi si evidenzia l'accessibilità al Distretto e la mobilità, il miglioramento della qualità degli spazi pubblici attraverso interventi strutturali di qualificazione urbana, lo sviluppo di una politica di comunicazione integrata e di attività promozionali e di eventi, l'aumento del livello di sicurezza attraverso l'installazione e/o il potenziamento di sistemi di video sorveglianza e la costruzione di un sistema di governance, di competenze e conoscenze per lo sviluppo del Distretto attraverso la creazione e gestione di un sistema informativo di marketing e l'acquisto di un sistema di monitoraggio.

La presenza di una realtà così favorevolmente avviata e considerata, rende quasi meccanico il pensiero che nel territorio questo possa essere promosso come esempio da imitare.

» *Bio – mappatura*

Il Biomapping è la nuova frontiera della mappatura geografica, non più un semplice report di luoghi, ma la raccolta di emozioni, pensieri, riflessioni.

Si tratta di un progetto di mappatura delle città che Christian Nold, artista londinese, ha iniziato 4 anni fa e che, ad oggi, ha coinvolto 1.500 persone, che percorrono le strade dei centri abitati dotati di un sensore dell'eccitazione emotiva e trascrivono su un taccuino le proprie impressioni: dall'incrocio dei dati raccolti nascono le "biomappe".

Il sensore utilizzato è esattamente quello usato per la macchina della verità: una fascia applicata a due dita della mano che percepisce la sudorazione ed è in grado di risalire al livello di attivazione emotiva di una persona. Le "mappe delle emozioni" sono finora state disegnate per Greenwich, San Francisco, Parigi e Stockport. Tutte le emozioni vengono scaricate dal poligrafo su un computer e associate sia ai dati di localizzazione del Gps che alle frasi appuntate sul taccuino. Tutti i dati finiscono poi sulle schermate di Google Earth, a formare la mappa delle emozioni di una città in cui, al posto dei grattacieli, compaiono dei *picchi di sensazioni*.

Considerare la possibile l'evoluzione delle mappature di comunità, tanto diffuse negli ecomusei, focalizzandosi sulle emozioni potrebbe sicuramente rivelarsi vincente, innovando e caricando di significato un'azione che risulta ad oggi sempre meno contemporanea.

All'interno del processo progettuale le considerazioni fatte potrebbero tradursi nell'applicazione del criterio emozionale per la conoscenza e la valorizzazione del patrimonio territoriale, ampliando e rendendo molto più attrattivo e contemporaneo il passaggio.

» *Trend tecnologici e sociologici*

Negli ultimi anni è risultato evidente come gli utenti comincino a considerare il cellulare uno strumento di informazione, un media; altro risultato, gli utenti riconoscono alle notizie che li raggiungono in tempo reale ovunque si trovino un valore aggiunto che può essere pagato. Questo significa che le informazioni base che siamo abituati a ricercare tramite web, rubrica, o numeri verdi che spesso ci indispongono per la lungaggine o i disservizi, potrebbero arrivarci direttamente tramite cellulare, magari in modo personalizzato. In un territorio questo potrebbe tradursi in un servizio che normalizza le informazioni base e le invia, a richiesta, in modo efficace ed efficiente ai cittadini.

L'avvento inoltre di internet e dei social network hanno evidenziato, negli ultimi anni, l'attitudine delle persone a mettere in rete le proprie esperienze, il proprio io. L'inclinazione ad affermare la propria opinione, è diffusa e, potrebbe essere sfruttata nelle città per convogliare commenti ed osservazioni utili al miglioramento della qualità e del benessere percepito.

Se le opinioni potessero essere spostate dall'area virtuale alla realtà concreta, il cittadino diverrebbe partecipante attivo alla vita della città commentando in rete.

SVILUPPO PROGETTO

6_C2C

Il capitolo 6 andrà ad approfondire la fase di sviluppo progettuale, descrivendo in modo approfondito l'offerta che si propone di dare il servizio e gli attori coinvolti, dalle associazioni attive alle organizzazioni regionali che rientrano nel sistema. Verrà poi presentato il layout nel quale si esploderanno le singole fasi, i singoli passaggi, che contribuiranno a completare la visione d'insieme del sistema. Un focus particolare verrà fatto sulla questione comunicativa: sarà presentato lo studio del logo, le considerazioni che mi hanno portato alla sua definizione, saranno approfondite le evidenze progettate, i touch point del servizio, quella parte visibile con la quale l'utente si troverà ad interfacciarsi.

Si troverà infine un paragrafo dedicato alla fattibilità economica, investimenti necessari, tempistiche di rientro e possibili guadagni.

6.1 Il sistema e le sue fasi

L'intero sistema mira alla creazione ed il consolidamento di relazioni locali. Il territorio può così essere “esploso” in tre livelli principali all'interno dei quali si generano nuove e più flessibili dinamiche.

Vi è innanzitutto un **livello amministrativo** che, composto dai comuni di Busto Arsizio, Castellanza, Olgiate Olona e Legnano, innesca relazioni ad oggi assenti o poco supportate. I grandi attori appartenenti a questo layer iniziano a dialogare tra loro, trovando accordi ed intenti comuni riguardo lo sviluppo territoriale anche in vista di Expo 2015. All'interno di questo livello rientrano anche quelle associazioni ad oggi fanno da ponte relazionale tra i comuni e la comunità.

Passando quindi al secondo livello troviamo quindi la **rete del commercio e delle imprese**. Le categorie commerciali e le imprese agroalimentari verranno chiamate a mettersi in rete e a collaborare per migliorare la qualità territoriale e la propria possibilità di vendita.

Il livello più corposo, più “basso”, è composto proprio dalla popolazione delle quattro città considerate, da cittadini comuni e da coloro che sono attivi in associazioni locali. Questi collaboreranno ed attiveranno una **rete partecipativa cittadina** al fine di accrescere la consapevolezza sociale del luogo e la volontà di diventare attori sensibili ed attivi all'interno della propria zona.

Il fine del servizio è sì quello di creare relazioni all'interno dei livelli sopra descritti ma, soprattutto, smuovere ed innescare relazioni extra layer, tra i differenti livelli, affinché vi sia un dialogo continuativo con obiettivi comuni che innalzi la qualità ed il benessere locale.

Porsi questi come macro obiettivi significa puntare su un territorio che accresce la propria qualità puntando sulle vere risorse.

Le persone.

I cittadini che abitano e vivono quotidianamente le città: da commercianti, proprietari della propria attività; da pendolari che migrano verso le città contigue o più lontane per lavorare e ritornano nella zona la sera; da amministratori che devono, oltre a viverlo, gestire il territorio.

Cittadini che vivono e partecipano alla vita locale secondo differenti livelli.

Questo deve essere considerato e sfruttato per promuovere uno sviluppo territoriale sensato e coerente con il contesto cui deve fare riferimento.

Il servizio C2C si compone di differenti fasi che si susseguono e, in qualche caso, si svolgono contemporaneamente. Verranno qui di seguito riportate, cercando di metterne in luce l'importanza e la caratterizzazione all'interno dell'intero processo.

Si è già detto quale sia l'intento generale e come questo si configuri come il primo progetto che il territorio attua in qualità di ecomuseo, e ne permetterà il riconoscimento.

Per questo motivo, accanto all'obiettivo centrale che risponde all'esigenza concreta di valorizzare i prodotti locali e farli ri-conoscere in modo forte e deciso da cittadini e ristoratori, ho costruito un sistema che cerca di far comunicare i differenti layer territoriali secondo l'ottica comune della sostenibilità.

Il progetto è composto da 4 fasi:

1. **START UP**, è la fase in cui le amministrazioni locali si organizzano, innescano il dialogo e costruiscono l'agenzia che si occuperà dello sviluppo locale (nel paragrafo successivo verrà proposto un focus approfondito sugli attori di questa realtà)

2. **COSTITUZIONE RETE DISTRETTUALE**, fase del servizio in cui vengono costituite le reti distrettuali locali. Il progetto prevede la formazione di un *distretto diffuso di rilevanza intercomunale* ed un *distretto agroalimentare*, caratterizzati da requisiti di sostenibilità.

3. **C2C HUB**, il cuore del servizio che vede i distretti costituiti dialogare, ed offre alla popolazione la possibilità di provare o semplicemente conoscere il risultato della citata collaborazione, all'interno degli hub predisposti nelle differenti città.

Il progetto si occupa concretamente della prima collaborazione tra i distretti, che vede coinvolti il settore della *ristorazione* e una cinquantina di imprese del *distretto agroalimentare*. Fondamentalmente gli hub diverranno punti vendita innovativi nei centri cittadini, che porteranno in centro prodotti solitamente venduti in periferia.

Costituendo la parte centrale del progetto, ad esso verranno dedicati i paragrafi successivi, al fine di descriverne in modo approfondito caratteristiche, aspetti innovativi e sviluppi futuri.

4. **SERVIZI DI SUPPORTO**, ovvero quei servizi che vengono offerti al cittadino che completano e rendono accessibile l'intera offerta.

Concretamente si tratta di una piattaforma on-line che racchiude una parte importante informativa dedicata al distretto e alle amministrazioni, ed una che accoglie tutto il progetto C2C HUB, fornendo ai cittadini informazione pura, possibilità di prenotazione, sperimentazione e commento (sul modello dei blog urbani).

6.1.1 C2C agency, il punto di partenza

L'innescò dell'intero servizio è la costituzione della c2c agency, l'agenzia di sviluppo territoriale che racchiude, al suo interno, alcuni degli attori territoriali che, ad oggi, si occupano dello sviluppo locale.

Si tratta di un'agenzia che si forma su di un brevetto di servizio che viene testato sul territorio in questione (Busto Arsizio, Castellanza, Olgiate Olona, Legnano) per poi essere esportato in altre zone dalle simili caratteristiche.

Il punto di partenza è il protocollo d'intesa che viene stipulato dai 4 comuni, col quale si impegnano a collaborare e consultarsi reciprocamente allo scopo di programmare, progettare e realizzare interventi pertinenti il loro sviluppo sostenibile.

Ho individuato, all'interno delle giunte comunali, assessorati e relativi assessori che potrebbero essere direttamente coinvolti nell'agenzia.

Sono stati così individuati:

» Comune di **Busto Arsizio**, Sindaco Luigi Farioli

Assessorato "Sviluppo economico di Busto Arsizio e della sua Area Vasta", assessore Franco Castiglioni

Assessorato "Tradizione, identità e futuro", assessore Ivo Azzimonti

Assessorato "Ambiente, Energia ed Innovazione", assessore Alberto Armiraglio

Assessorato "Qualità della vita e tempi della Città", assessore Luciano Lista

» Comune di **Castellanza**, Sindaco Fabrizio Farisoglio

Assessorato "Attività Produttive e Ambiente", assessore Ferruccio Ferro

Assessorato "Commercio e Artigianato, Servizi", assessore Giovanni Manelli

» Comune di **Legnano**, Sindaco Lorenzo Vitali

Assessorato "Assetto e Gestione Territorio e Ambiente", assessore Gianbattista Fratus

Assessorato "Opere pubbliche, Decoro e arredo urbano", assessore Fiorenzo Battaglioli

Assessorato "Sport, Turismo e Tempo libero", assessore Renzo Brignoli

» Comune di **Olgiate Olona**, Sindaco Giorgio Volpi

Assessorato "Bilancio, Attività Produttive e Personale", assessore Ugo Bassi

Assessorato "Ambiente e Salute", assessore Giovanni Montano

Gli attori appena descritti costituiranno il Patrocinio dell'Agenzia di Sviluppo territoriale, coadiuvati dall'ambito competenze e dalla sezione servizi.

Per quanto riguarda le competenze, vediamo comparire, all'interno dell'Agenzia, due importanti attori locali, presenti nell'ambito territoriale, attivi ma ancora troppo poco conosciuti.

Innanzitutto il **CeRST**, l'organo di ricerca, parte dell'Ateneo LIUC, che fornisce all'agenzia le *competenze scientifiche* necessarie. Il Centro di Ricerca per lo Sviluppo del Territorio è un laboratorio di ricerca istituito dall'Università Cattaneo nel 1998, con approccio multidisciplinare, che svolge ricerche socio-economiche a matrice territoriale con l'ausilio e la partecipazione di oltre trenta esperti italiani e stranieri tra docenti universitari, ricercatori, professionisti ed esponenti del mondo dell'impresa pubblica e privata.

Il Centro di Ricerca organizza, per la Didattica, dei Master di specializzazione che creano figure altamente specializzate nella trasformazione dei sistemi locali italiani, il Master in Sviluppo Locale, in particolare, forma un profilo professionale in grado di comprendere il mondo della pubblica

amministrazione, di intercettare i nuovi bisogni delle imprese pubbliche, delle imprese private, degli enti territoriali e delle amministrazioni centrali. Questo profilo, definito Manager dello sviluppo locale, sarà chiamato, all'interno dell'agenzia, a governare quelle dinamiche che sempre più vedono l'interazione del sistema pubblico con il mondo delle imprese.

In secondo luogo mi sembra interessante inserire all'interno delle competenze dell'Agenzia **Euroimpresa Legnano**, Agenzia di sviluppo dell'Alto Milanese partecipata da Provincia di Milano, Comune di Legnano, dai Comuni del territorio e da altri soggetti istituzionali locali. Si tratta di una società senza scopo di lucro che si autofinanzia con i propri progetti e con i servizi di assistenza che mette a disposizione di imprese ed operatori locali. Operativamente svolge una funzione di stimolo nei confronti della crescita locale del sistema economico-produttivo e del sistema pubblico-amministrativo di riferimento, contribuisce allo sviluppo delle imprese ed al miglioramento qualitativo dei servizi pubblici rivolti alla cittadinanza, mettendo in campo esperienza, competenza, trasparenza e capacità di fare innovazione.

In particolare, per quanto riguarda la collaborazione con C2C, Euroimpresa fornirà: consulenza; coordinamento e promozione di accordi locali; supporto operativo ed attività di ricerche e studi. Con "consulenza" si intende il supporto ad Amministrazioni Locali ed Enti pubblici di scopo, per la costruzione di interventi di sviluppo locale ed iniziative progettuali finanziate. La costruzione di una rete di partenariato, ideazione progettuale, predisposizione della fase istruttoria di partecipazione a bando pubblico, rendicontazione tecnico amministrativa dell'ente amministratore.

Secondariamente si occuperà di supportare iniziative di sviluppo locale perseguite prevalentemente in un'ottica sovracomunale, atte alla realizzazione di interventi di pubblica utilità che abbiano una ricaduta positiva in termini di innovazione e sostenibilità ambientale.

La conoscenza del territorio, inteso come sistema socio-economico delle imprese presenti, sistema degli attori istituzionali in gioco, sistema delle realtà che a vario titolo cooperano allo sviluppo locale, è un "patrimonio dinamico" che prevede un'attività di monitoraggio ed interazione costante con il proprio contesto, per questo Euroimpresa porterà avanti attività di indagine, elaborazione di studi e analisi, stesura di report.

Per quanto riguarda invece l'ambito *servizi* ho innanzitutto considerato l'apporto strategico operativo nell'ambito della comunicazione, ed ho deciso di selezionare **DNA Comunicazione**, agenzia di Busto Arsizio, come studio di Comunicazione che offrirà la propria professionalità nella: creazione di campagne pubblicitarie, sviluppo della brand identity, progetto grafico sviluppato, ed organizzazione eventi. Dopo una breve indagine ho individuato in DNA l'agenzia adatta alle esigenze di servizio poiché è una delle più ferrate e preparate a livello locale, le collaborazioni con i partner presenti nel contesto analizzato sono molte ed importanti.

Si è rivelata essere in grado di supportare il cliente in tutte le fasi della vita della realtà commerciale, dall'allestimento della sede, attraverso un'insegna innovativa e funzionale, alla progettazione di complementi d'arredo moderni e strategici.

Importante sarà inoltre prevedere la collaborazione ed il supporto tecnico di una Web Agency che fornirà le competenze tecniche necessarie al servizio. L'agenzia selezionata, tra le più attive e considerate a livello locale è **Moonway.it**, che si occuperà della fornitura di web hosting; della gestione ed assistenza della piattaforma web; la possibilità di derivare i dati su piattaforme multimediali (web, mobile -cellulari-, smart phone).

Come può essere facilmente notato, la mia decisione è stata favorire attori, organizzazioni ed enti che fossero presenti ed attivi nell'ambito territoriale. Questo mi ha portato all'analisi degli enti locali e ad una successiva selezione in base alla maggiore attività svolta in loco, al portafoglio clienti, ponendo particolare attenzione a quelli dell'area indagata o zone contigue, alla qualità dei prodotti

proposti.

6.2 I distretti

Le fondamenta del progetto si ritrovano nella costituzione dei distretti locali: un distretto *distretto diffuso di rilevanza intercomunale* ed un *distretto agroalimentare*.

Si definisce **distretto diffuso** un'area con caratteristiche omogenee per le quali soggetti pubblici e privati propongono interventi di gestione integrata nell'interesse comune dello sviluppo sociale, culturale ed economico e della valorizzazione ambientale del contesto urbano e territoriale di riferimento; si configura come bacino di utenza in ambiti territoriali che presentano attività commerciali rilevabili attraverso l'identificazione dei "sistemi commerciali" (attività commerciali di consistenza sufficiente a determinare effetti di sinergia e richiamo).

Nell'area che ho analizzato il commercio di vicinato, costituito dai piccoli negozi locali, riesce ad essere una valida alternativa ai molti centri commerciali che hanno occupato molte periferie cittadine. Le numerose iniziative cittadine mostrano come possa essere interessante investire in questo senso, costruendo un sistema ufficiale che si pone parallelamente rispetto i mall della zona, che mantenga vive le piccole economie locali e favorisca le collaborazioni tra gli esercenti.

Concretamente questo si traduce nella stipula di un Programma d'intervento che vede come *capofila* i quattro comuni coinvolti, realizzato esclusivamente all'interno delle suddette città. Il Capofila agisce quale referente amministrativo unico verso la Regione Lombardia in nome e per conto di un partenariato locale costituito dalle associazioni rappresentative degli operatori commerciali e da soggetti pubblici e privati.

Requisito fondamentale richiesto dal bando di Regione Lombardia per l'ammissibilità è la presenza nel partenariato, attestata mediante la sottoscrizione dell'Accordo di Distretto, di attori quali: i capofila del distretto, una delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative per il settore del Commercio, a livello provinciale, ai sensi della legge 29 dicembre 1993 n. 580, definita come quella che ha diritto ad almeno un rappresentante, da sola o in apparentamento con altre, al Consiglio Camerale.

Il bando auspica un'opportuno coinvolgimento nel partenariato delle espressioni pubbliche e private potenzialmente interessate alla realizzazione degli obiettivi di sviluppo del Distretto, a partire dalle Camere di Commercio, da altre associazioni imprenditoriali anche di settori diversi ma complementari ed affini per problematiche ed interessi.

In particolare saranno stabilite *partnership* con:

Uniascom Varese (Ascom Busto Arsizio, Ascom Gallarate, Ascom Varese), i quali concorreranno alla definizione di una politica organica per il commercio, il turismo ed i servizi; saranno chiamati a sostenere e coordinare le attività delle associazioni che costituiscono Uniascom stessa; assicureranno la partecipazione delle categorie commerciali, turistiche e dei servizi alle attività del territorio della Provincia di Varese; rappresenteranno a livello provinciale le attività del sistema confederale; assumere, ai fini sociali, partecipazioni e promuovere la costituzione di istituti, società, associazioni od enti di qualsiasi natura giuridica finalizzati alla promozione e allo sviluppo delle imprese; forniranno assistenza contabile, finanziaria, tecnica, previdenziale e sociale alle aziende.

Associazione Commercianti Busto Arsizio, associazione che, fino a pochi anni fa, è stata in continua espansione come numero di soci ed anche come complessità dei servizi, da qualche anno, mentre i servizi per gli associati continuano ad essere incrementati e migliorati, il numero degli iscritti è invece leggermente diminuito, per cessazioni "fisiologiche". Mantengono comunque un grosso tasso di iscrizione, arrivando anche al 90 per cento degli esercenti del commercio.

Legnano Shopping, associazione di circa 40 esercizi commerciali che intendono agire in sinergia per migliorare le microeconomie locali e lo sviluppo generale della città.

UnioneLegnano, l'Associazione territoriale che riunisce i commercianti di Legnano, che rappresenta, sul territorio, l'Unione del Commercio Turismo Servizi e delle Professioni della provincia di Milano, è l'Organizzazione che rappresenta e coordina tutti gli operatori nel settore del commercio del turismo e dei servizi e delle professioni, presenti in Milano e provincia.

Ufficio del Commercio di Olgiate Olona

DCBA, Distretto del commercio di Busto Arsizio.

CCIAA, Camera di Commercio Industria e Artigianato Agricoltura Varese, svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese provinciali, curandone lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale. L'ente si pone come punto di riferimento forte e concreto a sostegno delle numerose esigenze di interesse generale delle 66.000 imprese operanti in provincia di Varese.

Comune di Busto Arsizio

Comune di Castellanza (Assessorato al Commercio e Artigianato di Castellanza)

Comune di Legnano

Comune di Olgiate Olona

BCC, Banca di Credito Cooperativo

Il Capofila del Distretto per poter accedere al bando predisporranno un *Programma di intervento del Distretto* all'interno del quale verranno definiti contenuti, caratteristiche e finalità del Distretto oltre che dettagliati gli aspetti gestionali-operativi, ruoli e responsabilità. Il Programma d'intervento dovrà favorire: l'integrazione sul territorio del sistema commerciale nel suo complesso, promuovendo ed avviando interventi sia diretti che indiretti a favore del commercio; la realizzazione di strutture, infrastrutture e servizi funzionali alla componente distributiva valutandone l'impatto sul contesto; l'integrazione tra le diverse tipologie di forme distributive; interventi di animazione e promozione; il potenziamento dei servizi e delle funzioni informative, interventi di qualificazione del sistema commerciale con specifica priorità ad interventi di qualificazione estetica delle strutture e dello spazio commerciale fruibile dal consumatore.

Le azioni e gli interventi di sviluppo e promozione del commercio che il distretto metterà in atto, dovranno integrarsi con iniziative riguardanti aree di intervento complementari al commercio come ad esempio le macro tematiche dell'ambiente e della sostenibilità ambientale; attività produttive ed economiche, eventi, cultura e promozione, turismo, etc.

Per quanto riguarda invece il **distretto agroalimentare**, verranno coinvolte circa 64 aziende agricole così suddivise: prodotti caseari (formaggi, latte, yogurt, gelato); prodotti ortofrutticoli, prodotti cerealicoli, produttrici di miele e marmellate, carne e salumi).

Il Distretto potrà costituirsi grazie ad una domanda di accreditamento inviata alla Direzione Generale Agricoltura, Interventi per le filiere agroindustriali e lo sviluppo rurale, inviata dal soggetto capofila, al fine di promuovere e sostenere lo sviluppo socioeconomico dell'area nel rispetto dell'agrosistema del territorio.

Durante la ricerca ho individuato, all'interno del territorio, un'impresa agricola particolarmente dinamica ed innovativa che mi sembra possa diventare capofila insieme al comune che accoglie sul proprio territorio grande parte delle imprese interessate, Busto Arsizio.

Alla proposta di costituirsi distretto verranno coinvolte: imprese agricole e agroalimentari, in forma singola o associata; consorzi e società consortili costituite da imprese agricole individuali o associate e imprese operanti nella trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli, imprese a partecipazione mista pubblico/privato operanti in filiere agricole e collegate, imprese in forma singola o associata operanti in filiere direttamente collegate all'attività agricola (turismo, artigianato, altre attività produttive locali).

La collaborazione tra tutti gli attori in gioco sarà finalizzata a sviluppare ed indirizzare una

razionale programmazione degli interventi che devono tendere allo sviluppo delle imprese, della produttività, della valorizzazione del territorio e dello sviluppo economico del sistema produttivo locale.

Le singole imprese ed il comune capofila saranno affiancate da una rete di partenariato che opera nel settore ed è attivo nella tutela e nella salvaguardia dell'agricoltura, e nella promozione di prodotti locali che possono essere proposti ai compratori attraverso la filiera corta ed il km0. Le associazioni che saranno coinvolte sono: *Fondazione Campagna Amica* che promuove e sostiene l'agricoltura italiana attraverso la vendita diretta, il turismo, e l'ecosostenibilità; *Coldiretti*, la principale Organizzazione Agricola a livello nazionale e tra le prime a livello europeo; *Terranostra*; *Buona Lombardia*, iniziativa di Regione Lombardia Direzione Generale Agricoltura e Unioncamere Lombardia; *CAA*, Centro Assistenza Agricola.

Per entrambi i distretto coinvolti verrà analizzato il livello di sostenibilità bio-ecologica degli esercizi commerciali e, soprattutto, verrà individuata l'attenzione degli esercenti rispetto al tema.

Concretamente nella primissima fase saranno inclusi nei distretti coloro che hanno già improntato l'attività su principi ecologici e di puntano anche su *prodotti sostenibili*, mentre nella seconda, nella quale la rete cercherà di espandersi, entreranno nel distretto gli esercenti che hanno migliorato la propria "condizione". Concretamente verranno selezionati negozi ed esercenti che già mettono in atto quelle che sono state definite "pratiche ecologiche".

Il servizio prevede la progettazione, sperimentazione e attuazione di un **protocollo per la sostenibilità** per i Distretti da costituire, finalizzato in particolare a far crescere la sensibilità degli esercizi commerciali e dei cittadini verso la riduzione dell'utilizzo degli imballaggi, proponendo un modello di consumo più sostenibile sia sul fronte dell'offerta delle merci che della domanda di acquisto, attraverso:

- la definizione di criteri per l'adesione volontaria di esercizi commerciali e pubblici esercizi rivolti alla promozione di prodotti sostenibili, locali e a basso tenore di imballaggi;
- l'introduzione del marchio geografico collettivo;

L'adesione al distretto da parte degli operatori commerciali avviene attraverso la sottoscrizione di uno specifico *protocollo di intesa*, attraverso il quale gli operatori:

1. aderiscono al Regolamento generale per la gestione sostenibile dell'attività;
2. si impegnano a realizzare alcune azioni obbligatorie per la riduzione dei rifiuti, la distribuzione cioè di borse per la spesa riutilizzabili fornite dal progetto e l'utilizzo di quelle in Mater-Bi per i prodotti freschi (negozi di generi alimentari, ortofrutta, macellerie e pescherie, bevande), la predisposizione di un servizio di raccolta di prodotti tecnologici da avviare a recupero (negozi di telefonia, elettrodomestici), la fornitura di acqua di rete in brocca (ristoranti e pizzerie) e la messa a disposizione di zucchero sfuso (bar);
3. garantiscono la corretta effettuazione della raccolta differenziata dei rifiuti, secondo le modalità di raccolta in essere sul territorio comunale.

Il Protocollo sopra descritto contiene una serie di buone pratiche che verranno proposte agli esercenti, suddivise in: impegni gestionali; azioni dimostrative obbligatorie; azioni facoltative.

Qui di seguito verranno puntualmente elencate.

1. *Impegni gestionali*: scegliere materiali da imballo e incarto monomateriale e/o biodegradabili; ridurre al minimo l'incarto per i prodotti sfusi e ottimizzare l'uso di buste e sacchetti; promuovere i prodotti contenenti minore imballaggio; promuovere la vendita di prodotti locali e biologici; promuovere i servizi di riparazione e di ricarica; garantire ai prodotti "sostenibili" che abbiano pari visibilità rispetto a quelli ordinari.
2. *Azioni dimostrative obbligatorie*: sostituzione delle buste di plastica con borse riutilizzabili; sostituzione delle buste di plastica con buste compostabili; raccolta di piccoli elettrodomestici, cartucce, toner finalizzata al recupero.

3. *Azioni facoltative*: vendita di prodotti liquidi alla spina; vendita di alimenti solidi sfusi; sostituzione delle cassette di plastica usa e getta con cassette riutilizzabili.

Sottoscritto il protocollo gli operatori che aderiscono al distretto ricevono:

- l'uso del marchio, fornito in vetrofania;
- uno sconto sulla Tassa Smaltimento Rifiuti Solidi Urbani (TARSU), e sulla tariffa di igiene ambientale (TIA);
- i materiali di base per la realizzazione delle azioni obbligatorie;
- valorizzazione degli impegni tramite una campagna di comunicazione collegata agli hub cittadini,
- la predisposizione e l'aggiornamento del materiale informativo disponibile sulla piattaforma on-line, fruibile anche attraverso un servizio di instant messaging.

La costituzione del distretto viene effettuata in due fasi:

1^ : costituzione sperimentale e valorizzazione delle risorse agroalimentari negli hub cittadini,

2^: integrazione ulteriori negozi, e riprogettazione degli hub cittadini (cross-merchandising)

Riassumendo, al termine delle due fasi previste, nel territorio da me analizzato verranno coinvolti, un totale di 338 esercizi commerciali (180 esercizi alla prima fase), il cui 47% proviene da Busto Arsizio, il 20% da Legnano, il 17% da Castellanza ed il 16% da Olgiate Olona.

I negozi aderenti al distretto del commercio saranno suddivisi nelle seguenti categorie merceologiche: Abbigliamento, Cartoleria ed Ufficio, Arredamento casa e giardino, Computer ed Elettrotecnica, Cultura, Gioielleria, Ristorazione, Salute e Bellezza, Servizi.

Le 64 imprese agroalimentari, invece, verranno tutte raggruppate in quello agroalimentare.

Ecco i due distretti, quindi, un totale di 402 esercizi coinvolti che iniziano a dialogare e collaborare per migliorare le microeconomie e lo sviluppo locale innescando iniziative congiunte con un orizzonte i obiettivi pubblico e condiviso.

Grazie a C2C gli esercenti intraprenderanno un percorso che riuscirà a rendere maggiormente sostenibile la loro attività, ed accresceranno la consapevolezza che il mercato del bio-eco-logico sta crescendo e che ormai anche il pubblico è più attento, informato ed interessato nel ricercare prodotti che rispecchino questo tipo di filosofia.

C2C offre strumenti di crescita e riconoscibilità sia chi ritiene di avere già un sufficiente livello di sostenibilità sia a chi inizia ad esserne interessato e vuole iniziare a sperimentare. Al contempo, quindi, si ritrova ad indicare la strada per iniziare questo virtuoso percorso a chi non ha ancora portato innovazioni sostenibili al proprio esercizio commerciale.

Il progetto C2C guida all'approccio sostenibile, verso la qualità di un percorso critico e dialettico che è in grado di proporre strumenti e modalità per ripensare il proprio modo di fare commercio.

6.3 C2C HUB, il cuore dell'offerta

Eccoci giunti al cuore dell'intera offerta, il C2C HUB, il nucleo centrale, il nodo di smistamento delle reti distrettuali precedentemente formate. Si tratta del nucleo nel quale convoglieranno, fisicamente, i risultati delle collaborazioni tra i vari ambiti distrettuali. Questi fulcri presenti nel territorio saranno l'elemento tangibile della collaborazione tra i negozi del distretto e del loro impegno comune verso un migliore sviluppo territoriale.

La sola costituzione del distretto non implica in modo automatico che i negozi collaborino ed attuino iniziative e interventi comuni. Gli hub sono una sfida, la prova concreta che gli esercizi commerciali credono nel loro territorio, e si impegnano per renderlo migliore.

Il progetto, pur prevedendo possibili sviluppi futuri, si occupa della gestione della prima esperienza proposta negli hub, la creazione di nuovi punti vendita nei centri cittadini per i prodotti locali solitamente venduti in periferia.

Per questa fase verranno quindi coinvolti una cinquantina di produttori locali appartenenti al distretto agroalimentare e il settore ristorazione del distretto diffuso di rilevanza intercomunale.

I produttori vedranno migliorate le possibilità di vendita dei propri prodotti e, coinvolgendo anche i ristoratori, potranno crearsi partnership locali che ri-genereranno le economie territoriali.

La sostenibilità ambientale il fine ultimo.

La vendita di prodotti a km0 e l'utilizzo degli stessi all'interno dei ristoranti locali costituirebbe, per il territorio in questione un grande passo in avanti, verso la sostenibilità ambientale cui tanto anela.

Gli hub diventeranno quindi luoghi nei quali comprare prodotti locali, ma non solo. I punti vendita cercheranno di gestire vere e proprie esperienze e relazioni da vivere in loco, e poter esperire anche a casa.

Per poter intraprendere uno sviluppo consapevole e completo ho cercato di assegnare, al contesto progettuale, delle parole chiave che potessero rappresentare le azioni, le esperienze da fare all'interno dei fulcri territoriali. Ho così individuato 5 termini che accompagnano verso il tipo di progetto che voglio sviluppare.

Vendita: il retail dovrà, ovviamente, portare il cittadino alla scelta di prodotti locali da consumare consapevolmente.

Esperienza: il punto vendita dovrà migliorare l'aspetto esperienziale non solo all'interno del punto vendita, anche del pre e post visita al retail, questi particolari momenti dovranno essere considerati al pari della visita vera e propria.

Educazione: ogni visita dovrà essere considerata un'opportunità di racconto per produttori e negozianti, non solo, dovrà essere sfruttato ogni singolo ingresso affinché possano essere trasferiti ai cittadini i valori che l'intero servizio vuole trasmettere.

Intrattenimento: il retail dovrà offrire momenti inaspettati al visitatore, che potranno essere di puro gioco (rivolto ai bambini) o soft-relax per il pubblico più adulto.

Flessibilità: la possibilità di adattamento, rinnovo sarà una caratteristica tanto degli arredi quanto della proposta prodotti, il retail dovrà rinnovare le proprie offerte spesso, mantenendo alto l'interesse dei cittadini che visiteranno il punto vendita.

Dovendo quindi affrontare un progetto inerente il retail, ho condotto una breve ricerca che verrà presentata nel paragrafo successivo, nella quale ho evidenziato i trend dell'ambito che potrebbero risultare interessanti se applicati al C2C HUB.

Questo per proporre infine un progetto che, non soltanto, rappresenta un'approccio innovativo inerente la problematica ed il contesto selezionato, ma riesce a raccontarlo e a farlo esperire anche attraverso forme, mezzi e tecnologie innovative. Per restituire al territorio un progetto coerente al

contesto locale nel quale si deve calare e agli asset globali con i quali, obbligatoriamente, si dovrà confrontare.

6.3.1 Il retail: focus sui trend

Per meglio comprendere lo sviluppo da approntare sul fronte punto vendita, e non offrire un retail si funzionale ma poco contemporaneo ed aggiornato, ho svolto una ricerca su quelli che sono considerati i trend del settore, l'evoluzione già rintracciabile all'interno di esperienze particolarmente sensibili all'innovazione.

Parte di questa ricerca è basata sulle informazioni rintracciabili nel report pubblicato nel giugno 2010 da *PSFK*, società newyorchese di ricerca trend e consulenza per l'innovazione, che ha analizzato le tendenze che influenzeranno il mondo del retail nei prossimi 3-5 anni. La società ha individuato 10 tendenze future a partire da una visione secondo cui non solo lo spazio fisico in cui avvengono gli acquisti, ma tutto il mondo deve essere considerato un negozio (grazie alle nuove tecnologie, alle applicazioni smart, ai social network, ...).

Il report pone l'accento sull'impatto che i media hanno ormai sulle decisioni di acquisto e sulla loro capacità di decentralizzare l'esperienza. Scoprire nuovi prodotti, testarli, riflettere sull'acquisto, condividere la decisione con gli amici o chiedere consigli può essere fatto in qualsiasi luogo, non soltanto nel punto vendita, e in ogni momento grazie ai device personali ed i social network. Concretamente ciò che era considerato un momento individuale diventa un evento sociale, virtualmente connesso.

Ora anche il retailing diventa *social* e fornisce al compratore *strumenti sociali e piattaforme*, creati ad hoc attorno a prodotti e servizi, per formare un **utente** meglio **informato ed organizzato**, caratterizzato da un atteggiamento **consapevole e sostenibile**.

Per il cuore del mio servizio, il c2cHUB, devo riflettere su come caratterizzare l'esperienza offerta e facilitare la condivisione di informazioni guidando gli acquisti sia all'interno negozio sia on-line nei social network, mantenendo centrale, nello sviluppo, la progettazione del luogo fisico che è e rimane significativo per la costruzione di fiducia e la successiva fidelizzazione. I trend evidenziati dallo studio convergono verso quattro direzioni che sembrano già oggi fondamentali ed innovative:

- a. *constant connection* supportare ed assicurare una connessione costante attraverso la tecnologia;
- b. *trasparancy excellence*, garantire un alto livello di trasparenza a tutte le dinamiche che interessano il punto vendita;
- c. *pricepressure*, considerare la pressione sui prezzi esercitata dai negozi web on-line;
- d. *changed orientation purchase behaviour*, considerare per la progettazione del punto vendita l'ormai modificato comportamento di acquisto dell'utente e la necessaria rivoluzione dell'offerta.

Di seguito verranno descritti, nello specifico, i trend individuati, con relativi casi studio.

1. *World As Retail Experience*: “buy anything, anytime, anywhere”. Introdurre cioè la possibilità di comprare qualsiasi prodotto, in qualsiasi luogo, in qualsiasi momento. I sistemi di pagamento mobile e le tecnologie di identificazione dei prodotti permettono agli utenti di interagire ed acquistare virtualmente ogni prodotto che incontrano in ogni luogo. Concretamente questo potrebbe essere implementato rendendo accessibile le informazioni sui prodotti, su device personali; “connettendo” virtualmente ogni oggetto ad internet; creare degli ibrid browsing experience in

qualsiasi luogo grazie alle possibilità offerte dalla Realtà Aumentata. (casi studio: subports.com; Stripey Lines).

2. *Pre-view Shopping*: “visualize your trip before you go”. I telefoni cellulari e le tecnologie gps permettono agli utenti di avere informazioni sui negozi prima di andarci, visualizzarli ed anche di sapere in tempo reale quanta gente vi si trova. Fornire all'utente real time informations che possono essere esperite anche tramite l'utilizzo di web-cam potrebbe modificare notevolmente l'approccio dell'utente con il retail. (casi studio: Point Inside; Fast Mall; Grocery IQ; Queue Watch).

3. *Tablet Enabled Service*: “smart devices enable superior customer service”. L'introduzione e l'uso di strumenti, come ad esempio iPhone e iPad, da parte dello staff permette di offrire una consulenza personalizzata e one-to-one ai clienti. L'esperienza offerta all'interno del punto vendita può fornire in questo modo un accesso real time alle informazioni storate sul web sfruttando l'assistenza offerta dallo staff del retail. (caso studio: Home Depot).

4. *Selling The Ideal*: “personal service for all”. Sviluppo di piattaforme di comunicazione che permettano la collaborazione degli utenti con i compratori, facilitando la comprensione e la “traduzione” in prodotti reali dei desideri dei clienti. (casi studio: OfferMeaTrip; 4Food; Hello Health).

5. *Every Store As Flagship*: “ultimate experience at every touchpoint”. La tendenza evidenziata da ormai numerosissimi negozi che inseriscono elementi di narrazione, intrattenimento ed educazione all'interno del retail, rendendo il processo di acquisto più simile ad un evento che ad una transazione. Esperienze sempre più “brand immersive” che considerano la singola visita del cliente come una possibilità di racconto della storia, dei valori e delle prospettive del brand. In questo interessante trend rientrano casi studio che hanno sviluppato ambienti ed atmosfere al fine di coinvolgere direttamente, attraverso la vera sperimentazione, il cliente; e retail space che hanno incorporato spazi educativi, di gioco o relax, che potessero migliorare anche pre e post esperienza d'acquisto. (caso studio: Stew Leonard's).

6. *Complementary Curation*: “if you like that, try his”. All'interno di questo trend viene incorporata l'estensione dell'offerta del negozio grazie all'inclusione di altri marchi o servizi rilevanti che aumentano i motivi per recarsi nel negozio e la probabilità di fidelizzazione. Il “cross merchandising” che permette una scelta migliore ed una possibilità di racconto sicuramente migliore. (casi studio: Ace Hotels; K-Mart).

7. *Revolving Decors*: “every changing scenery to keep store fresh”. Allestimenti, display interattivi e decorazioni dei negozi devono essere progettati affinché siano flessibili e costantemente rinnovabili in modo che il negozio possa risultare sempre diverso. Arredamenti flessibili, adattabili, “nomadici”, che possano rendere il negozio uno stage set che riesca a stare al passo con le dinamiche locali e globali. (casi studio: MS Cafè-Muzeum Sztuki/Polonia; Supermarket Sarah).

8. *Taking The store The Customer*: “coming to a location near you”. I brand stanno caricando di esperienza il trasporto dei prodotti e dei servizi direttamente agli utenti, sfruttando sistemi mobili creati ad hoc. Questo significa riuscire a sfruttare gli spazi mobili, in location inaspettate, come un'estensione dello spazio fisso, offrendo una selezione di prodotti e servizi. (casi studio: GoBurger; World Fare).

9. *Instant Show & Tell*: “friendly advice exchanged in real time”. I social network e le tecnologie

poste all'interno dei negozi permettono ai clienti di mostrare le proprie scelte in tempo reale agli amici e di ricevere da loro dei consigli. Questo permette di rendere condivisa l'esperienza d'acquisto, trasformandola, rendendola sociale. (caso studio: GoTryitOn).

10. *Group Clout*: "flexing the power to community". Questo trend vede casi studio nei quali centrale è la crescita dei gruppi di acquisto supportati dai network on-line. (casi studio: Made.com; Carrotmob; Foursquare, già precedentemente approfondito).

6.3.2 C2C HUB: il container

In questo paragrafo verrà approfondita la scelta formale che ho selezionato per il retail.

La soluzione che ho adottato per accogliere gli hub dei centri cittadini è offerta da artcontainer, azienda che si occupa del recupero degli shipping container, che vengono rigenerati e resi capaci di accogliere e comunicare. Le potenzialità progettuali dei container sono eccezionali e come oggetti architettonici possono vivere una seconda vita, a volte più interessante della prima. Con essi Artcontainer realizza infatti abitazioni esclusive, show room, strutture per l'accoglienza turistica, insediamenti produttivi, uffici, strutture espositive, temporary shop e chioschi.

E' una soluzione progettuale perfettamente coerente con l'orizzonte di sviluppo sostenibile che si pone in essere per la zona in questione. Si tratta infatti di un'installazione che pone le sue basi nella volontà di utilizzare le risorse disponibili adottando i principi della sostenibilità.

Le strutture vengono infatti progettate valutando i consumi energetici, i componenti materiali, la gestione dei rifiuti, ottenendo in questo modo una riduzione dell'emissione di CO2 tramite un'attenta valutazione dell'involucro edilizio e dell'impiantistica. La struttura dei container riesce a soddisfare pienamente questi requisiti ed offre delle soluzioni estremamente solide anche se vengono richieste installazioni temporanee.

Concretamente verrà riutilizzato un elemento dismesso, ma con intatte le caratteristiche di stabilità e utilità, alle quali, grazie ad un processo di riqualificazione, verrà aggiunta una connotazione architettonica per offrire una soluzione davvero innovativa in uno spazio inconsueto.

I progetti attuati da Artcontainer cercano di mantenere alcune delle caratteristiche intrinseche del container, quali: mobilità, standardizzazione del trasporto, autosufficienza ove possibile, estrema flessibilità di utilizzo.

I moduli progettati prevedono la realizzazione di un modulo standard per le città di Busto Arsizio e Legnano, e una soluzione differente per le città di Castellanza e Olgiate Olona. La scelta di differenziare le tipologie di retail offerti deriva dalla volontà di caratterizzare i retail in modo funzionale, al fine di adattarli alle specificità locali.

Per questa ragione per le prime due città prevedo un punto vendita con una volumetria realizzata e costituita da una coppia di container posti su due livelli con una larghezza totale di 488cm, una lunghezza di 20 piedi (600cm) e 520cm d'altezza (2 container iso sovrapposti); i due al livello superiore sono posti con un oggetto di 200cm. Le dimensioni sono il risultato derivante sia dalla necessità di realizzare un'unità costituita da un blocco prefabbricato facilmente trasportabile sia dalle scelte di carattere progettuale intraprese: la doppia volumetria permette ai suoi visitatori un ottimo livello di indipendenza e libertà di movimento.

Per le altre due città ho previsto una volumetria ridotta della metà rispetto quella precedente, posta su di un unico livello per Castellanza e mantenendo il doppio livello per Olgiate Olona.

In particolare, per il punto vendita di Castellanza si prevede, dato il posizionamento in zona

universitaria, una parte dedicata a dehors, dove poter condividere e sperimentare.

Proprio le caratteristiche del container, la compattezza e la possibilità di regolare l'orientamento del modulo che permettono di rispondere in maniera adeguata alle esigenze derivanti dalle condizioni climatiche del sito dove l'elemento viene di volta in volta collocato.

Le *pareti* in lamiera vengono trattati come singoli elementi di copertura sulle quali poter lavorare per far comparire elementi incassati, porte e finestre. Nei container inferiori c'è la possibilità di espandere lo spazio interno tramite la rotazione su cerniere delle pareti, aggiungendo così uno spazio fruibile supplementare che amplia il vano e fornisce ulteriore aria e luce. Nei container superiori l'ampliamento è invece ottenuto con l'apertura dei portelloni propri del container originale, ricavando tra essi un pianerottolo retrattile, ottenendo così un terrazzo con conseguente apertura verso l'ambiente esterno.

L'utilizzo del modulo sembrerebbe limitare la libertà di gestione ed organizzazione degli spazi, ma in realtà non è affatto così. La possibilità di aprire le pareti proprie del container, permette di conciliare le forme architettoniche con le esigenze funzionali: il telaio di una finestra, ruotando su tre cerniere, permette contemporaneamente l'apertura d'accesso al container superiore, il pianerottolo d'arrivo della scala esterna, e il parapetto dello stesso pianerottolo. Similmente accade per altre aperture, il cui sistema di pannelli per l'oscuramento diventa, una volta aperto, la copertura del volume retrattile del container inferiore.

La possibilità di modulare l'apertura delle vetrate garantisce una completa adattabilità a quelle che sono le condizioni climatiche interne ed esterne al modulo.

Anche gli elementi tecnici e funzionali del sistema sono stati realizzati partendo dalle caratteristiche intrinseche del container e sfruttandole al meglio, la necessità di avere un collegamento esterno per il caso di Legnano e Busto Arsizio, ad esempio, è stata risolta tramite una *scala* in alluminio smontabile, di peso ridotto rispetto ad una scala in acciaio, quindi facilmente posizionabile in situ. La scala scarica il proprio peso su una trave in acciaio imbullonata al telaio portante del container superiore.

Dal punto di vista prettamente strutturale il container garantisce solidità, robustezza, resistenza agli agenti atmosferici, incendi ed altri elementi naturali.

La *scocca* in lamiera grecata garantisce la stabilità, fungendo da controventamento, e quando avviene la sostituzione con le vetrate, sono quest'ultime a dover assecondare i movimenti del container, soprattutto durante le fasi di sollevamento. Uno studio approfondito ha mostrato la tipologia di guarnizioni di tali vetrate per evitare danneggiamenti durante le fasi di trasporto ed installazione.

Il risultato finale, che ne deriva, è un elemento scomponibile realizzato con materiali riciclati, che possono essere facilmente recuperati, riutilizzati o smaltiti al fine di non generare ulteriore inquinamento. L'utilizzo di elementi costruttivi prefabbricati realizzati in legno e derivati, oltre all'uso di materiali originati da processi di riciclaggio, sono tutte scelte che concorrono al raggiungimento dei prefissati obiettivi atti a preservare l'ambiente soddisfacendo i requisiti di attrattività, benessere e comfort.

Le problematiche ambientali, climatiche ed energetiche, stanno rendendo -finalmente- necessaria una veloce sensibilizzazione di tutti gli addetti al processo edilizio, e, non ultimo, l'utente finale sulla centrale questione del consumo e dell'efficienza energetica.

La *coibentazione* dei locali verrà quindi realizzata seguendo queste prescrizioni con lo scopo di realizzare una struttura classificabile in classe A.

Le pareti dei container verranno rinforzate con una struttura portante in tubolari di acciaio per contribuire alla robustezza del nucleo principale, e per fornire una base di appoggio per gli strati di

isolamento.

Il *rivestimento interno* è costituito da due strati (5cm + 5cm) di un pannello isolante termo-acustico a base di fibre vegetali di Kenaf termo legate, tali fibre sono estratte direttamente dal fusto della pianta e opportunamente lavorate, sono imputrescibili, inattaccabili da insetti o muffe. Il Kenaf è una pianta appartenente alla famiglia delle malvacee e derivante da coltivazioni che non richiedono l'uso di pesticidi ed erbicidi. Gli scarti del processo di estrazione della fibra sono riutilizzati come foraggio e come combustibili ecologici.

Lo *strato di finitura* è costituito da pannelli isolanti di Celenit AB, costituiti da lana di legno sottile di abete rosso, mineralizzata e legata con cemento Portland bianco ad alta resistenza.

In questo modo si viene a costituire un pacchetto di isolamento dello spessore di circa 10 cm garantendo una trasmittanza di 0,310 W/m²K a fronte di un limite superiore richiesto di 0,340 W/m²K.

L'isolamento del solaio contro terra è realizzato anch'esso con 2 strati (5cm + 5cm) di un pannello isolante termo-acustico a base di fibre vegetali di Kenaf, ed è rivestito con WPC (composito legno plastica) costituito da materiali rinnovabili e polimeri rigenerati. Si tratta di un materiale esente da formaldeide, leggero ed isolante, che può essere assimilato al legno. I pannelli sono completamente riciclabili e consentono di ricreare lo stesso prodotto: ogni scarto viene riutilizzato per la creazione altro composito. E' classe 1 per comportamento al fuoco, presenta un'eccellente stabilità dimensionale, è resistente all'acqua ed inoltre non è attaccabile da tarli o microorganismi in generale.

Le *superfici vetrate* sono realizzate con vetrate a bassa trasmittività con spessore 4/4 cm sia internamente che esternamente con una camera interna di 9 cm riempita di gas Argon. Si ottiene in questo modo una trasmittanza di 1,1 W/m²K a fronte di un limite superiore richiesto di 1,7 W/m²K. Questa scelta permette di mantenere un isolamento elevato nonostante vi siano ampie superfici trasparenti.

L'*arredamento* degli interni, realizzato impiegando materiali eco sostenibili o di riuso, rappresenta una soluzione che ben si inserisce negli spazi contemporanei e mostra la profonda sensibilità ai concetti ecologici e naturalistici.

Il cartone è stato scelto per le sue caratteristiche di leggerezza visiva, intrinseca resistenza e facilità di smaltimento nell'ambiente.

I rivestimenti sono costituiti da materiale composto da fibre naturali provenienti da coltivazione (kenaf e canapa) intrecciate con fibre di poliestere riciclato post-consumo. Il kenaf è, come scritto sopra, una particolare pianta erbacea del genere Hibiscus, le sue fibre sono molto simili a quelle delle conifere e perciò adatte alla produzione di carta e materiali tessili; esso inoltre, utilizza nel suo sviluppo l'anidride carbonica come materia prima, concausa dell'effetto serra, e rilascia nell'ambiente una notevolissima quantità di ossigeno, elemento indispensabile alla nostra esistenza e al nostro eco-sistema.

L'obiettivo è creare un arredamento che possa offrire al fruitore un effetto gradevole ed accogliente nella sua semplicità.

6.3.3 Attività

Arrivati a questo punto della trattazione si rende necessario un focus particolare su ciò che viene fatto all'interno del punto vendita. Per rispondere alla necessità di creare un retail innovativo, che carichi di valore le visite dei cittadini, e riesca nel racconto della filosofia sostenibile che pervade ogni aspetto del pv, ho progettato in modo completo le attività che vi si svolgeranno, le possibilità che c2c metterà a disposizione, l'offerta, insomma che i cittadini/consumatori troveranno all'interno degli hub.

Partendo dall'attività più semplice, che rimane sicuramente centrale e fondante, ho costruito un sistema di possibilità che prevedono un livello di interazione sempre crescente e profondo, che passa dall'intrattenimento ed arriva al vero e proprio aspetto esperienziale.

Fondamentale per questo passaggio è stata la ricerca sulle tendenze che caratterizzano i retail oggi, mi ha permesso di individuare delle iniziative interessanti da trasferire all'interno dell'esperienza C2C HUB.

Nei prossimi sotto-paragrafi verranno quindi presentate le tre tipologie di attività che ho previsto possono essere offerte nei pv: partendo dalla vendita, passando per l'intrattenimento, giungendo sino alle tipologie di esperienza che si possono sperimentare grazie a C2C HUB.

6.3.3.I Vendita

Eccoci all'attività base, centrale per l'intero sistema poiché rappresenta quella su cui si fonda l'intero apparato: la vendita di prodotti locali, a km0, altrimenti poco valorizzati e conosciuti, a consumatori sempre più interessati alle problematiche ambientali e di alimentazione.

All'interno dei punti vendita verranno offerti i prodotti che provengono dai produttori selezionati dall'agenzia, cinquanta, che utilizzeranno il C2C HUB come punto vendita privilegiato.

I prodotti proposti a km0 ai cittadini saranno: prodotti caseari (formaggi, yogurt, latte, gelato); prodotti ortofrutticoli, prodotti derivati dalla cerealicoltura; carne e salumi; miele e marmellate. Questi verranno selezionati e resi riconoscibili attraverso un marchio qualità creato ad hoc che vuole raggruppare quella serie di prodotti che, realizzati all'interno del territorio in questione, sono caratterizzati da un'elevata qualità e devono essere valorizzati.

Questo **marchio collettivo geografico**, in quanto marchio di qualità, riveste la duplice natura di *segno di identità e distinguibilità* e di *garanzia per il consumatore*.

Esso infatti definisce le modalità per il riconoscimento locale di "attività di qualità", il conferimento ed uso di apposito Marchio nel comparto della somministrazione di alimenti e bevande.

Il conferimento del **QAM** - Marchio Qualità Altomilanese è finalizzato ad accrescere i livelli qualitativi dei locali, del personale, della produzione fornita e dell'accoglienza, offrendo al cliente una garanzia referenziata del rispetto dei requisiti di qualità.

Dopo aver depositato il marchio presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, potranno ottenere il riconoscimento gli operatori delle strutture che presentano, a seconda della tipologia di appartenenza, i seguenti requisiti:

1. valorizzazione della qualità dei prodotti alimentari utilizzati- sicurezza alimentare; tracciabilità e rintracciabilità; tipicità dei prodotti locali regionali; basso carico ambientale.
2. qualità delle strutture e dei processi produttivi- organizzazione aziendale e gestione delle strutture; riduzione dei rischi alimentari; gestione dei rifiuti e rispetto dell'ambiente.
3. rapporti tra soggetto erogatore e utente- trasparenza; accoglienza, informazione e connotazione di tipo territoriale; informazione sull'alimento.
4. promozione e sostegno dell'attività- pubblicizzazione; tutela della tradizione e delle

caratteristiche degli esercizi.

L'Ufficio Brevetti e Marchi sarà chiamato a valutare se il marchio collettivo possa pregiudicare lo sviluppo di altre analoghe iniziative della regione; ciò per evitare che l'iniziativa di operatori economici locali finalizzata alla registrazione di un marchio collettivo geografico possa interferire con interventi coordinati, ad esempio, da associazioni di categoria o da enti pubblici territoriali.

I requisiti che ho sopra elencato dovranno poi essere dichiarati e descritti dalle aziende in una "Carta dei Servizi" che sarà messa a completa disposizione della clientela.

Le attività di valutazione, verifica e controllo dei requisiti necessari per la concessione d'uso del Marchio e relativa conservazione, saranno di competenza dell'Agenzia di sviluppo locale C2C, potranno essere svolte in modo diretto, o con apposito provvedimento, potrà essere delegata a ente territoriale o affidata a società esterna selezionata con procedura pubblica.

Gli esercizi di somministrazione che avranno ottenuto la concessione d'uso del Marchio di qualità potranno avvalersene secondo le norme dettate nel provvedimento che ne regola la concessione e modalità d'uso, in un "Disciplinare d'uso" redatto dall'Agenzia stessa.

L'uso del Marchio sarà concesso a titolo gratuito, qualora a seguito di controlli ispettivi, si notasse una condotta non conforme ai principi contenuti nei singoli disciplinari, l'Agenzia provvederà all'applicazione di sanzioni, graduate secondo la gravità della condotta, vi potranno essere: richiami scritti, sospensione all'uso del Marchio; revoca definitiva della concessione d'uso del Marchio.

I prodotti venduti negli hub cittadini saranno dotati di una particolare etichettatura che ne mostrerà il marchio di qualità, la categoria merceologica, l'azienda agricola di provenienza, il produttore, la località, data di confezionamento e scadenza. Quelli che invece resteranno nelle singole imprese agricole, conserveranno il sistema di etichettatura originaria dell'azienda e potranno apporre il marchio QAM alla confezione.

Per rendere innovativo l'approccio del consumatore all'interno dei C2C HUB, i prodotti verranno presentati attraverso una modalità differente dai normali store.

Tradizionalmente i prodotti all'interno dei normali supermarket vengono presentati secondo le differenti categorie merceologiche, ma sforzandosi di aggiungere il valore della scoperta e di una maggiore interazione alla comune "spesa", lo store sarà organizzato *by occasion*.

Ciò significa presentare non delle semplici categorie ma delle possibilità di acquisto, occasioni, eventi, atmosfere. Occupandosi più dell'esperienza d'acquisto e meno della vendita.

Oltretutto, in questo modo, vi sarà maggiore possibilità che il consumatore scopra prodotti che non stava intenzionalmente cercando, che non avrebbe minimamente considerato.

I punti vendita inoltre cercheranno di sposare la filosofia del "rotating store", prevedendo una parte di negozio con un'offerta stabile, prodotti, seppur stagionali, costantemente rintracciabili tramite i produttori, ed una parte più dinamica, un corner flessibile, che presenta specialità locali create in contesti particolari (dolci del progetto Dolce in Carcere) o prodotti eccellenti dei territori immediatamente contigui (Miele Varesino, Asparagi Bianchi di Cantello, Brutti e Buoni di Gavirate, Amaretti di Gallarate, pesche di Monate, Grappa d'Angera).

Dinamicità che verrà sottolineata anche dagli arredamenti del punto vendita, si prediligeranno soluzioni "moveable", riconfigurabili, che doneranno allo store uno stile nomade che ben si affianca alla filosofia del mutamento e dell'aggiornamento costante.

6.3.3.II Intrattenimento

Alcune zone strategiche accoglieranno punti ristoro ed intrattenimento, non direttamente riconducibili all'attività di vendita, ma egualmente importanti al fine del coinvolgimento esperienziale del cittadino/consumatore.

Le zone vedranno il coinvolgimento di un pubblico adulto e dei più piccoli, con approcci evidentemente differenti.

Per i più grandi sarà a disposizione una zona relax nella quale potersi rilassare ritrovandosi accolti nella semplicità e nel comfort. E' prevista una area lettura nella quale i cittadini potranno trovare letture legate all'ambito locale (libri sulla storia del territorio, sulla cucina tradizionale) e tutte le informazioni riguardo la C2C Agency, i distretti e i C2C HUB.

I più piccoli saranno accolti da un'area più giocosa, interattiva, nella quale potranno sperimentare simpatici giochi per lo più legati al mondo della fattoria e controllare a distanza momenti quali la mungitura o la produzione del formaggio attraverso delle semplici web cam distribuite ai produttori.

6.3.3.III Esperienza

In questo sotto paragrafo verranno presentate tutte le iniziative che, circuitando attorno alla realtà C2C HUB creeranno *esperienza*, cercheranno di avvicinare ed appassionare il cittadino alla macrotematica della sostenibilità, partendo proprio dall'alimentazione, proponendo, attraverso diverse modalità, prodotti locali a km0.

Ciò che attraverso tutte queste nuove modalità si vuole cambiare è l'approccio del cittadino verso il territorio, partendo da un ambito molto concreto (il cibo), si vuole raggiungere una consapevolezza profonda verso quella che è la realtà del territorio, le possibilità di evoluzione, le problematiche e le forti potenzialità.

Cercare di raggiungere questi obiettivi in modo lineare e piatto è, a mio parere inutile o poco produttivo, meglio è sfruttare le leve della tecnologia, dell'emozione, per arrivare a colpire i cittadini/consumatori, e far diventare quotidiane e sentite tematiche ormai fondamentali.

Innanzitutto ho cercato di considerare potenzialmente interessanti anche i momenti pre e post visita al punto vendita, creando un **sistema informativo di ricerca** a completa disposizione dell'utente in modo continuativo, on-line, sfruttando la piattaforma già abilitata (un focus particolare verrà proposto nei paragrafi successivi). Questo strumento permetterà all'utente di ricercare le informazioni riguardanti i prodotti (tipologia, provenienza, produttore, etc, ...) ovunque si trovi. Grazie ad un sistema altamente informatizzato avrà inoltre la possibilità di visionare la disponibilità dei prodotti real time, e poter, in caso, prenotare la propria spesa. Oltre a questa utile funzione, il sistema informativo prevede la possibilità di visionare il retail attraverso **web-cam** che permettono di curiosare le caratteristiche del punto vendita prima della vera e propria visita.

Il sistema informativo sarà inoltre disponibile in loco per attuare la propria ricerca direttamente dallo store, e sarà particolarmente interessante per il consumatore sperimentare la **skype consultancy** di 15 minuti che lo metterà in diretto contatto con il produttore selezionato. Questo gli permetterà di provare una differente richiesta d'informazione, innescando un rapporto spontaneo e non preconfezionato one-to-one.

Una grossa parte dell'ambito esperienziale raggruppa quella che ho definito "**food experience**", quelle attività cioè che hanno un livello di interazione molto profondo, che non si limitano alla sola esperienza d'acquisto.

Si tratta infatti di iniziative che C2C mette in atto al fine di coinvolgere il consumatore e portare

l'esperienza dell'HUB nel proprio quotidiano.

1. “ITINERARI D'ACQUISTO”

Un giorno la settimana C2C organizza dei gruppi d'acquisto che si recano dai differenti produttori del territorio per fare delle spese a km0. La particolarità è che le spese sono organizzate e gestite da ristoratori locali o da responsabili dei gruppi GAS, i quali si recano insieme ai cittadini dai produttori che hanno selezionato per “fare la spesa”.

Il risultato: una spesa sicura, consigliata, che è il frutto della collaborazione diretta tra personaggi in-formati dell'ambito food e i produttori locali.

La spesa è una necessità concreta, perché non sperimentarla in modo differente, e farla diventare un momento nel quale si conosce e sperimenta?

Il servizio prevede l'organizzazione di un calendario redatto in collaborazione con ristoratori e GAS, consultabile tramite piattaforma on-line e negli hub cittadini, che permette di visionare in anticipo il tipo di itinerario proposto e prenotare la propria presenza (assolutamente gratuita, si paga solo quello che si compra).

Un sistema del genere è interessante perché, oltre al momento di sperimentazione e condivisione, può generare dei cambiamenti importanti nell'atteggiamento dei singoli che, dopo la partecipazione del momento ed aver conosciuto delle produzioni interessanti, possono decidere di dedicarsi autonomamente alla “spesa consapevole”.

L'esperienza provata è un momento di condivisione reale che può lasciare traccia anche on-line, tramite la piattaforma, i cittadini hanno la possibilità di commentare l'attività e scambiarsi opinioni, commenti e consigli.

2. “COOK AWAY”

Un laboratorio di cucina sui generis poiché ciò che viene preparato lo si cucina a casa.

Mi spiego meglio: il laboratorio prevede una parte fondamentale nella quale si preparano le pietanze, ma la parte conclusiva del processo avviene nella propria casa, utilizzando il proprio forno o il proprio frigo.

Grazie al servizio si ha la possibilità di visionare e selezionare on-line il piatto da preparare e quindi la giornata di laboratorio a disposizione, C2C compra gli ingredienti, li fa trovare pronti e poi, insieme ad un ristorante, si compone la ricetta che, quasi ultimata, verrà portata a casa per essere finalmente consumata.

Una ricetta nuova, preparata con prodotti a km0, insegnata da un cuoco locale, un successo assicurato.

Un diverso modo per conoscere i prodotti locali e “provarli” in modo diretto, un laboratorio che può essere vissuto come un momento di svago ma col quale, in concreto, “si prepara la cena”. Una soluzione per tutti coloro che hanno voglia di preparare qualcosa di diverso ma non sanno da dove partire, che hanno voglia di sperimentare con ottimi prodotti locali e condividere poi con amici o familiari.

On-line, e nei C2C HUB sarà disponibile il calendario dei laboratori con cuochi e ricette da selezionare, il costo sarà quello delle materie prime, l'Agenzia finanzia gli chef che si mettono a disposizione.

3. “QAM BOX”

La qualità recapitata direttamente al propriouscio.

Un giorno la settimana potranno essere prenotati dei pacchi alimentari contenenti prodotti d'eccellenza locale che verranno recapitati direttamente a casa.

I consumatori avranno la possibilità di scegliere tra tre tipologie di offerta: *inlinea* (prodotti con un apporto calorico ridotto, coerenti con un regime alimentare bilanciato), *congusto* (alimenti ricchi, dai sapori decisi), *inpiù* (prodotti dolci, adatti per le colazioni, le merende e i momenti speciali),

speciale (pacchi di prodotti adatti a chi ha intolleranze o a persone che convivono con il problema della celiachia).

I pacchi saranno prenotati on-line o all'interno degli hub cittadini, e potranno essere personalizzati, per quanto possibile, selezionando la combinazione di alimenti preferita tra quelli elencati.

6.4 Un sistema sostenibile

Risulta evidente quanto il sistema cerchi di raggiungere, come massimo obiettivo, la sostenibilità ambientale. Promozione di prodotti a km0 attraverso hub cittadini che assumono la forma del container, un elemento dismesso che viene recuperato e rimesso in vita grazie ad altri materiali riciclati o di riuso. Un sistema che, per ciò che è stato presentato finora, pare essere coerente con le finalità messe in evidenza inizialmente.

Vi sono però degli altri aspetti, sicuramente non secondari, che concorrono alla sostenibilità del sistema.

Innanzitutto l'ambito dei **trasporti**, i prodotti dovranno essere portati nei 4 hub cittadini quotidianamente e per questo verrà creato un sistema ottimizzato grazie alla pianificazione condivisa delle consegne da parte dei produttori.

Saranno utilizzate delle motorizzazioni ecocompatibili a basso impatto ambientale, che generano meno inquinamento e possono circolare anche in presenza di blocchi del traffico. Verranno privilegiati veicoli definiti eco-Power, caratterizzati tutti dall'alimentazione bifuel a benzina e GPL gestita da un sistema a iniezione elettronica sequenziale fasata, saranno inoltre dei veicoli a "zero emissioni" particolarmente adatti per operare in aree protette o per servizi di pubblica utilità. L'ideale sarà l'utilizzo di furgonati con una capacità di 6 quintali.

Seconda questione: i **rifiuti**, verrà approntato un sistema di raccolta differenziata destinata al recupero finalizzato al riciclaggio ed al compostaggio.

Si costituiranno quindi 2 sistemi di reindirizzamento, il primo del compost che ritornerà ai produttori, il secondo degli alimenti avanzati e non più commerciabili che saranno diretti verso le mense dei poveri delle città di Busto Arsizio e Legnano.

Del servizio continueranno ad occuparsi i gestori che ad oggi si occupano dei rifiuti: AMGA Legnano e AGESP per Busto Arsizio, Castellanza ed Olgiate Olona.

In questo modo il sistema costruito si avvicina concretamente agli obiettivi che si erano posti riguardo l'ottica ecosostenibile. Gestendo in modo eco-logico il sistema dei rifiuti e, di conseguenza anche quello dei trasporti, ci si occupa concretamente dell'intero ciclo di vita dei prodotti locali. Significa partire dalla volontà di promuovere la filiera corta, a km0, ed arrivare a gestire processi più ampi e, per questo, fondamentali, che possono portare, potenzialmente ad un cambiamento sensibile nell'ambito locale.

Cambiamento che, come è evidente, diventerà ancora più importante e tangibile se investirà la popolazione che, permeerà la propria quotidianità con atteggiamenti sempre più sostenibili.

6.5 La piattaforma on-line

c2c.altomilanese.it è la piattaforma parallela al servizio offerto, che accoglie un sistema informativo e supporta alcune importanti fasi legate ai C2C HUB.

Esso è infatti suddiviso in due grosse parti: una prettamente d'informazione riguardante la realtà distrettuale ed il territorio, l'altra relativa ai fulcri cittadini.

Vediamo di seguito i particolari.

1. **City to Citizen**, la città informa il cittadino

Questa parte della piattaforma on-line si costituisce come un metamatore ibrido che si pone come ponte di connessione tra la città ed il cittadino.

In concreto tutti i dati provenienti da:

. *siti istituzionali* dei 4 comuni coinvolti

. *informazioni distrettuali* (gli esercizi e le imprese aderenti al distretto forniranno al metamatore le informazioni base che li riguardano -orari, giorno di chiusura; locazione, ...-)

. *informazioni turistiche/ proloco*

. *news e notizie*

. *informazioni* che arrivano dall'*area associativa*

verranno normalizzati e canalizzati all'interno della piattaforma in modo che possano essere resi fruibili ai cittadini.

Questo avverrà ovviamente on-line, collegandosi al portale ed entrando nella sezione dedicata al metamatore vi saranno le notizie principali ed i link ai siti sorgente; ma ai cittadini sarà dedicato un servizio di instant messaging che fornirà loro, su diretta richiesta ed in modo completamente gratuito, tutte le informazioni che provengono dai siti istituzionali e dagli esercizi del distretto.

Il cittadino dovrà solamente inviare un messaggio al numero stabilito, secondo un form, e riceverà una risposta contenente le informazioni che richiedeva.

Un servizio di questo tipo, in un territorio come quello analizzato, può portare una grande innovazione, creare un canale privilegiato d'informazione che possa essere un vero ponte di contatto tra ciò che la città ha da comunicare ed il cittadino, è sicuramente un aspetto interessante.

Ricevere gli ultimi aggiornamenti su blocchi del traffico, lavori stradali, orari di apertura e chiusura dei negozi, e poterne fruire liberamente, tramite device personali o attraverso i totem distribuiti in città, sarebbe una facilitazione non indifferente per i cittadini di queste città.

Questo sistema cerca di risolvere la grande problematica, emersa durante la fase di ricerca, della poca informazione presente in ambito locale, gli eventi e le iniziative ci sono ma, non comunicate, perdono di rilevanza, ed il cittadino è costretto a vivere il proprio territorio come se «non ci fosse mai nulla».

2. **Citizen to City**, il cittadino comunica con la città

La seconda parte della piattaforma si occupa principalmente degli hub cittadini, costituisce un supporto virtuale alle attività che si organizzano attorno alla rete di fulcri.

Una prima parte si occupa dello store e dell'attività di vendita: attraverso il portale è possibile:

. *visionare* le differenti tipologie di prodotti in vendita nello store, verificarne la *disponibilità* e *prenotarli* nel caso sia possibile;

. rintracciare le *informazioni* riguardo il *produttore* (luogo dell'azienda, tipologie di coltivazione, allevamento, ...);

. *visionare* l'organizzazione e le caratteristiche del *negozio* ancora prima della visita (saranno predisposte web cam all'interno degli hub)

Tutte queste attività saranno possibili tramite la connessione al portale da casa propria, o direttamente in loco, negli hub, attraverso dei totem interattivi che verranno meglio descritti in

seguito. Proprio attraverso questi totem i cittadini potranno, direttamente dall'hub, *contattare* tramite skype *il produttore* per una “consultazione” di 15 minuti.

La seconda è fondamentale per le attività che sono state descritte nell'ambito “esperienza”.

Attraverso il portale sarà infatti possibile:

- . per “ITINERARI D'ACQUISTO”- visionare il calendario delle spese con i relativi organizzatori ed itinerari; prenotare la propria partecipazione alla spesa di gruppo;
- . per ““COOK AWAY” “PRENDI CUCINI E VAI” “3/4””- visionare il calendario dei corsi con i relativi cuochi, selezionare i piatti disponibili, prenotare la propria partecipazione;
- . per “QAM BOXES” “PACCO QUALITA”- visionare le tipologie di pacchi a disposizione, selezionare i differenti prodotti entro la scelta possibile, prenotare il proprio pacco inserendo l'indirizzo al quale dovrà essere recapitato (potrà essere la propria abitazione, l'ufficio,...) e, nel caso lo si desidera, la frequenza con cui si dovranno ripetere le consegne (settimanalmente, ogni quindici giorni, ...)

Ogni esperienza potrà essere condivisa e commentata dai partecipanti e da tutti i cittadini in un blog urbano collegato alle esperienze, nel quale ogni singolo utente, potrà pubblicare la propria esperienza aprendosi al confronto con gli altri cittadini.

Questo potrebbe incentivare la creazione di micro comunità che si attivano spontaneamente attorno ad interessi comuni.

6.6 Servizi di supporto

In questo paragrafo verranno presentati quelli che ho definito servizi di supporto, quella serie di sistemi che supporteranno C2C durante tutto il suo svolgimento.

Essi consistono in una rete di device capillare distribuita nel territorio cittadino che rende visibile e fruibile all'intera cittadinanza la piattaforma on-line.

L'inserimento della componente tecnologica in un territorio nel quale non è considerata e quindi non compare è sicuramente un aspetto interessante e da valorizzare all'interno del progetto.

Per raggiungere questo importante obiettivo ho deciso quindi di sfruttare la tecnologia offerta da Touch Revolution, un'azienda di Nerviano, che commercializza totem e vetrine interattive innovando la proposta commerciale del settore, rendendola sempre più all'avanguardia.

All'interno del loro catalogo prodotti ho selezionato tre tipologie di prodotti: due totem interattivi e la vetrina interattiva.

1. *Totem Interattivi GD Interno*

Questa tipologia di totem, che andrà posizionato all'interno degli hub cittadini, offre immagini nitide, grazie alla tipologia degli schermi utilizzati, ed una particolare semplicità d'uso e regolazione flessibile, da considerare la sola presa elettrica necessaria. Gli schermi che verranno installati (da 42" e 46") garantiranno un impatto emozionale importante, adatta agli spazi interni. Saranno posizionati, grazie al supporto stand, in modo flessibile all'interno del punto vendita. Verrà integrato un sistema audio per dare voce ai contatti skype disponibili in loco e, ovviamente, sarà inclusa la connessione WIFI e Bluetooth (considerato opzionale). Il peso dell'intera struttura si aggira attorno agli 80kg.

2. *Totem Interattivi OD Esterno*

I totem OD saranno collocati nelle 4 città, come mezzo di comunicazione ed informazione digitale interattiva. Il particolare impianto è stato studiato per gli ambienti urbani, dotati di vetro anti proiettile che garantisce longevità all'apparecchiatura ed un fissaggio a terra che rende i modelli da esterno adattabili a varie esigenze logistiche. Anche in questo caso sarà compresa la connessione WIKI e il Bluetooth. Il peso dell'intera struttura è di 100kg.

3. *Vetrina Interattiva*

Il prodotto vetrina interattiva verrà posizionato in alcuni negozi del distretto e renderà fruibile la piattaforma on line dalle vetrine degli esercizi.

Il sistema può essere applicato su qualsiasi tipologia di vetro, indipendentemente dalla condizione ambientale e climatica. Un meccanismo di retroproiezione su fogli olografici interattivi, rende la vetrina interattiva, risultando brillante e completamente sensibile al tocco dall'esterno. I fogli olografici, applicati direttamente all'interno dello shop, riprodurranno l'effetto di avere un'immagine sospesa nel vuoto, mentre il foglio touchscreen darà vita al vetro.

La vetrina può essere di diversi formati e dimensioni: da 42 fino a 100 pollici, da 4/3 a 16:9, sia in orizzontale che verticale, e la tecnologia è testata fino a vetri spessi 31 mm.

Il prodotto supporterà la piattaforma on-line ed offrirà agli utenti registrati la possibilità di accedere a tutte le sezioni e sfruttare ogni singola possibilità.

Il sistema verrà gestito dalla web agency che ha in carico l'intera piattaforma. Sarà possibile inoltre decidere un orario di accensione e spegnimento del sistema.

6.7 Brand Identity

Sin dalla costruzione dello scenario e la successiva ideazione del concept, è risultato evidente quanto fosse necessario progettare l'immagine che il servizio avrebbe avuto. Era fondamentale affinché tutto risultasse coerente e, soprattutto, riconoscibile. La connotazione estetico-comunicativa sarebbe stata centrale in tutta la progettazione.

Per questo motivo ho ideato un logo che ha poi indicato la direzione che avrebbero preso tutte le singole evidenze.

6.7.1 Logo del servizio

Per il **logo** sono partita dal nome del servizio C2C e dalla scelta che avrebbe caratterizzato i punti vendita, il container. Da queste riflessioni sono arrivate le prime considerazioni, dalle quali ho riassunto una soluzione semplice e di sicuro effetto. Il logo rappresenta davvero ciò che il servizio vuole raccontare, le eccellenze del territorio accolte negli hub cittadini.

Per questo le “c” del nome sono diventate le solide pareti del container il quale, accoglie, in modo altrettanto solido, i colori che rappresentano il territorio: il verde dei campi, dell'agricoltura e dei campi ancora presenti, e l'azzurro dei fiumi presenti, in primis l'Olon. Un collegamento forte con la natura che viene accolta e protetta all'interno del container, o meglio dei simboli che lo rappresentano. Simboli che sono caratterizzati dal colore grigio, che richiama l'industria ed i centri cittadini così ampiamente sfruttati.

Al centro le due frecce, simbolo di connessione, di scambio, di intercambiabilità.

C2C: dalla città al cittadino e viceversa, dal cittadino alla città.

Il logo è nato per essere affiancato alle particelle che definiscono la parte di servizio in questione: C2C *AL TOMILANESE*, HUB, QAM, queste verranno caratterizzate, anch'esse, da un particolare font, molto vicino allo stencil, Capture IT.

Questo lo studio dietro la progettazione del logo, che ha caratterizzato tutte le evidenze create a sostegno.

Il mood comune: il rispetto della natura e la valorizzazione delle risorse naturali, nell'ottica della sostenibilità, raccontate con una modalità innovativa, molto street, più vicina alla realtà cittadina.

6.7.2 Evidenze

In questo paragrafo verranno presentate in modo più che altro visuale le evidenze costruite attorno al servizio.

Innanzitutto la *comunicazione* progettata per i negozi *del distretto*.

Ho considerato fondamentale la caratterizzazione degli esercizi aderenti poiché ritengo sia necessario che i cittadini abbiano sempre, in ogni momento, la possibilità di riconoscere i negozi del distretto. Questo si traduce, viceversa, in una maggiore possibilità di differenziazione e visibilità per i negozi stessi, che si ritrovano accomunati da un'immagine condivisa.

Offrire una caratterizzazione estetica da valore al distretto, e conferisce la serietà e l'importanza che merita.

La seconda evidenza costruita è sicuramente stata la progettazione del *marchio collettivo*

geografico. Un segno di distinzione per tutti i prodotti con caratteristiche qualitative atte a differenziarsi rispetto al prodotto corrente e le cui metodiche di produzione, manipolazione, trasformazione, lavorazione, conservazione e/o stagionatura risultino consolidate nel tempo, radicate cioè nel territorio a cavallo tra le province di Varese e Milano.

E' stato creato un marchio che richiama visivamente il logo C2C e gli è stato affiancato l'acronimo QAM (Qualità AltoMilanese). I colori ed i font sono esattamente quelli del logo d'origine, questo a sottolineare la volontà di coerenza dell'intero sistema.

Per quanto riguarda invece il *punto vendita*, saranno studiati una serie di “gadget” sempre disponibili ed in linea con la filosofia del servizio.

Saranno fornite *eco-bag* di tela e carta che riporteranno a colori, o semplicemente in bianco e nero, il logo C2C. (Queste saranno poi caratterizzate ulteriormente nel caso si tratti delle borse legate al Cook Away, o la semplice spesa).

La possibilità di assaggio verrà data sfruttando piatti e posate di fogli di legno, assolutamente riciclabili.

Anche i packaging dei QAM BOX seguiranno questa direzione proponendo contenitori in cartone riutilizzabile.

6.8 Valori

Durante la progettazione e lo sviluppo di C2C mi sono interrogata più volte riguardo i valori che un servizio di questo tipo porta con sé e trasmette al territorio.

E, se durante le prime fasi di analisi e ricerca le mie riflessioni generavano solo ipotesi di possibili implicazioni valoriali, queste sono diventate sempre più, obiettivi concreti da raggiungere ed a cui rispondere.

Partecipazione, condivisione, esperienza, sostenibilità, qualità, valorizzazione, risorse, identità i più importanti, quelli su cui ho fondato l'intero progetto.

Proprio perché il punto di partenza di questo cammino, e, di conseguenza anche il traguardo, hanno visto l'ecomuseo come elemento centrale, sin dall'inizio ho cercato di progettare un processo che potesse creare e consolidare la *partecipazione* cittadina. Coinvolgendo quindi differenti livelli della comunità, partendo da chi amministra le diverse città, fino ad arrivare alle persone comuni che abitano e vivono il territorio, passando per gli esercenti che possiedono la propria attività sul suolo cittadino.

Partecipazione che doveva rispecchiarsi forzatamente in una sorta di *condivisione*, di quel “senso comune” generato all'interno del circuito.

Solo attraverso la sperimentazione concreta di un *esperienza* comune si sarebbe arrivati al tanto necessario consolidamento dell'*identità*, contemporanea, presente davvero nel quotidiano dei cittadini.

Esperienza che porta alla conoscenza concreta di tematiche ormai centrali nella vita delle persone, che ruotano attorno alla *sostenibilità*, che vuole accomunare gli intenti degli attori coinvolti nel progetto.

Tutto questo al fine di migliorare la qualità ed il benessere delle persone che abitano il territorio, la loro quotidianità, ed alcuni aspetti concreti della loro vita, ad esempio l'alimentazione.

Per questo il progetto punta, per la sua prima fase, sulle *risorse* agroalimentari, il cibo costituisce una buona modalità di sperimentazione concreta, che può essere sfruttata per raggiungere gli obiettivi di una maggiore sensibilizzazione verso comportamenti sempre più sostenibili ed un'attivazione sempre più spontanea in tutte le persone, che porta automaticamente alla *valorizzazione*, a questo punto sensata, delle stesse.

Ho cercato però di approfondire ed ampliare la questione delle risorse per evolvere quello che ho definito l'approccio ecomuseale. Fare una valutazione a priori sulle risorse, sulla natura delle stesse e sulle relazioni che intercorrono tra loro ed il contesto, può generare un concept di progetto sicuramente più consapevole ed interessante.

Il progetto parte dall'ecomuseo per ritornarci, in modo però più consapevole e coerente con i limiti che avevo, all'inizio individuato, oltrepassandoli e migliorando quello

6.9 Fattibilità economica

Per poter approntare questa importante parte riguardo la fattibilità economica, ho deciso di ricontattare le aziende che avevo selezionato nella parte di sviluppo progettuale per avere delle informazioni, seppur sommarie e generiche, sui costi che il servizio deve sostenere.

I preventivi sono stati costruiti grazie all'agenzia dna comunicazione, moonway.it, touchrevolution e artcontainer.

Per la voce finanziamento regionale ho analizzato in modo approfondito i Bandi di Regione Lombardia disponibili tramite i Bollettini Ufficiali di Regione Lombardia.

Proprio nei documenti sopra citati vengono definiti i finanziamenti stabiliti per i Distretti Diffusi del Commercio ed i Distretti Agroalimentari.

Per i primi la somma massima disponibile è 400.000 euro, che deve corrispondere al 50% dell'investimento totale (per i distretti costituiti da almeno 4 comuni con una popolazione totale superiore alle 10.000 unità).

Per i Distretti Agroalimentari la somma massima a disposizione è 60.000 euro che dovranno corrispondere al 40 % dell'investimento totale.

Ho inoltre previsto una quota di partecipazione per tutti negozi aderenti, nella prima fase 244 esercizi (64 aziende agroalimentari e 180 esercizi commerciali), stabilita sui 200 euro.

COSTI

Comunicazione

Brand Identity

strumenti di comunicazione interna

strumenti di comunicazione esterna

adv [below the line / above the line]

150.000 euro

Web Agency

sviluppo tecnico

30.000 euro

servizi [hosting / acquisto apparati / instant messaging]

10.000 euro

Touch Revolution

n.4 interni

32.000 euro

n.9 esterni

72.000 euro

n. 20 vetrine interattive

50.000 euro

ArtContainer

HUB Busto Arsizio

[arredamenti base / messa in opera / cucina 1.2]

60.000 euro

HUB Legnano

[arredamenti base / messa in opera]

45.000 euro

HUB Olgiate Olona

[arredamento / messa in opera]	31.000 euro
HUB Castellanza	
[arredamento / messa in opera]	27.000 euro

TOTALE
investimento primo anno 507.000 euro

INVESTIMENTI

Quota di partecipazione annuale [totale 1^fase 222 esercizi x200 euro]	44.400 euro
Finanziamento regionale [bando distretti del commercio 50%]	203.500 euro
[bando distretti agroalimentari 40%]	40.000 euro
Totale investimento dei 4 comuni	214.200 euro

CONCLUSIONI

Riuscire a tirare le somme di un progetto durato mesi, portato avanti in completa autonomia, non è affatto semplice, soprattutto per una persona che ha molte difficoltà “tirare una riga ed andare avanti”.

Nonostante le difficoltà incontrate, ed i successivi momenti di sconforto, credo di essere arrivata alla proposta di un progetto sensato e coerente con gli obiettivi che, durante il processo, si rendevano sempre più evidenti ed importanti.

Credo nel sistema che ho progettato, in C2C, un sistema di valorizzazione territoriale, che vuole inserirsi nella realtà ecomuseale, che parte -finalmente- dal presente di un territorio, parte sì da ciò che è stato, ma è focalizzato sull'oggi più che sul suo ieri.

Questo era il limite più forte che avevo rintracciato nel sistema ecomuseale e, con C2C, penso di averlo risolto.

Un progetto che propone una riflessione alternativa rispetto quelle che vengono comunemente definite “risorse”, e le indaga con intento già propositivo e progettuale, parte da un livello di concretezza ed innovazione sicuramente differente.

Partire dal presente proprio perché è con esso che ci si deve relazionare, ecco il mio pensiero.

Una scelta, magari anche rischiosa, ma una scelta. Decisa e sostenuta sino alla fine.

Tramandare le tradizioni, il folklore, sono sicuramente aspetti fondamentali in ambito locale, ma c'è il rischio, se non si mantiene un equilibrio più che stabile, di perdere completamente di vista il presente del territorio, per continuare a rivivere un passato che, ormai, è “andato”.

L'impronta politica presente in larga maggioranza sul territorio, se da un lato evidenzia un estremo interesse verso lo sviluppo locale, dall'altro purtroppo prende sempre a riferimento un passato contadino ed industriale che oggi si è evoluto e si è inevitabilmente modificato.

Conoscere il passato è per tutti fondamentale, soprattutto per quelle città che conservano una sfera legata alla località così forte. Bisogna però evolvere, cambiare, e sapersi predisporre verso il futuro.

Tutto questo coinvolgendo sapientemente la popolazione che deve diventare comunità, e deve consolidare la propria identità di cittadinanza attraverso azioni che -devono- essere progettate. Considerare le potenzialità ed i limiti di un territorio significa riuscire a proporre un progetto contestualizzato, che ben si adatta alle esigenze concrete dell'ambito locale.

Considerare inoltre le persone, come risorsa prima non può che caratterizzare ulteriormente il progetto, valorizzando quelle che sono le relazioni, ovvero ciò che rende davvero unico e speciale ogni territorio. La densità e la qualità di queste ultime costituisce un vero e proprio fattore di sviluppo che concorre a creare benessere all'interno dell'ambito locale. Creare e consolidare un dialogo tra i vari livelli che descrivono il territorio assicura, di per sé, un aspetto estremamente innovativo per le città che ho analizzato.

Puntare sulla sostenibilità come motivo aggregante, come leva che porta innovazione nelle città interessate, non fa che amplificare il processo di sviluppo precedentemente impostato. Amministrazioni, esercenti e semplici cittadini si trovano a dialogare e collaborare con un fine comune, forte ed estremamente attuale.

Il progetto ricerca questo, ho indagato i più deboli sentori di innovazione e C2C cerca di valorizzarli, amplificarli, per *provocare il cambiamento ed innescare comportamenti comuni responsabili*.

«*Ma dove vivi?*»

Questi due anni sono stati davvero... intensi.

Nuovi docenti, nuovi insegnamenti, nuovi compagni, un nuovo modo di vedere e vivere il design.

Ma non solo.

Due piedi nuovi, nuove persone, nuovi pensieri...

Una nuova finestra, enorme, in una casa splendidamente nuova.

Per una persona che ai cambiamenti reagisce sempre con tonnellate d'agitazione non è affatto male!

E' così, mi trovo un po' in difficoltà a fare il punto in questo momento.

E' come quando c'è tanto vento e tu te ne rimani in piedi, fermo, ad occhi chiusi in mezzo al vortice.

Che si modifica, cambia direzione. Velocemente.

Mi sento un po' così io.

Oggi, a 25 anni, di fronte a *tutto* quello che dovrà e potrà accadere!

E tutto mi sembra essere partito, o forse semplicemente cambiato, quando mi sono sentita dire, durante una lezione, con un accento inconfondibile, «*Ma dove vivi?*».

Sarà strano, ingenuo, ma mi ha scosso.

La curiosità mi ha sempre caratterizzato, ma tutto mi sfiorava con una certa superficialità.

Da quella frase penso di aver modificato, almeno in parte, il mio approccio alle cose.

Grazie a chi me l'ha detta. *Da qui non si torna indietro.*

Grazie a molti dei docenti che ho incontrato in questi due anni, se credo fortissimamente nel design dei servizi è perché loro hanno saputo raccontarlo, mostrarlo, in mille modi diversi.

Tutti egualmente importanti.

Grazie ad Arianna, la mia relatrice, che mi ha seguito in tutto questo progetto con pazienza e professionalità (tante, tutte e due!).

Grazie anche a chi ha vissuto questi due anni con me, da studente.

Stare e lavorare in classe, anzi nel nostro *lab*, è stata una vera opportunità, quante “belle teste”, idee e stimoli.

In particolare grazie a Ruggie e Miki ai quali mi sono “aggrappata” il primissimo giorno di sintesi finale, ho fatto bene!

E' il più bel progetto che ho fatto in questi anni di università, ed il risultato è semplicemente l'esito di un processo che mi ha fatto imparare moltissimo.

Non avete idea di quanto mi siete mancati in questa tesi!!!

Prima di chiudere la “sezione Poli” un ultimo grazie, per me importantissimo: grazissime Anto, di tutto.

Grazie a chi mi ha supportato in questi anni, la mia famiglia, in particolare Alba, che si è dovuta sorbire, a più riprese, revisioni serali di concept e paragrafi di tesi...ti meriti tutta la tua Pancacca.

Grazie a tutti quelli che si sono costantemente interessati a questo progetto, e mi hanno *accompagnato* fino a qui.

Quasi finito...

Manchi “solo” tu.

Se dovessi scrivere, o semplicemente elencare, tutti i motivi per cui dirti grazie, non finirei più...

Quindi stringo.

Grazie perché ci sei, sempre, in tutte le *forme*, i *modi* e *colori* di cui ho bisogno.

Per come mi *senti*. Punto e basta.

E pensare che la finestra di cui parlavo all'inizio è la *nostra*.....è spettacolare!

BIBLIOGRAFIA

Ecomusei:

- _AA.VV, Carta di Catania, Documento elaborato in occasione dell'incontro nazionale "Verso un Coordinamento Nazionale degli Ecomusei: un processo da condividere", Catania, 12-13 Ottobre 2007
- _ALLIEGRO ENZO VINICIO, *Eco-sviluppo. Identità, linguaggi, politiche*, "Akiris"
- _ALLISIO S., BARAL G., et al., *Ecomuseo e partecipazione, un approccio di governance*, IRES, 2005
- _CITTÀ DI PARABIAGO, Assessorati alle Politiche Ambientali, Urbanistica ed Istruzione, *Verso l'ecomuseo del paesaggio*, 2008
- _Coordinamento Nazionale degli Ecomusei, 4 luglio 2009
- _DACCÒ GIAN LUIGI, *Ecomusei e turismo: un rapporto necessario, un legame ambivalente*, Somasca di Vercurago, 2009
- _DACCÒ GIAN LUIGI, *Le mappe smisurate degli ecomusei*, Somasca di Vercurago, 2009
- _DAVIS PETER, *Musei e ambiente naturale: il ruolo dei musei di storia naturale nella conservazione della biodiversità*, Clueb; Bologna, 2001
- _DE VARINE HUGUES, *L'ecomusée* (1978), in Vagues, (F.Wasserman ed.), M.N.E.S., 1992
- _DE VARINE, *Le radici del futuro*, Clueb, Bologna 2005
- _Documento conclusivo dell'Incontro Nazionale Ecomusei, Biella, 9-12 ottobre 2003
- _FIORANI ELEONORA, *I panorami del contemporaneo*, Lupetti, Milano, 2005
- _GILLI LUIGI, *Aspetti organizzativi del progetto ecomuseale*
- _GUGG GIOVANNI, *Antropologia del paesaggio ed ecomuseo. Linee teoriche e prospettive di analisi*, Centro di Ricerca Audiovisuale, Università di Napoli Federico II
- _JALLÀ DANIELE LUPO, *Per un ecomuseo Urbano dell'Area Metropolitana Torinese*, 2006
- _KAZUOKI OHARA, *The image of Ecomuseums in Japan*
- _KAZUOKI OHARA, *Cosa abbiamo imparato e dovremmo imparare dagli ecomusei scandinavi?*
- _KAZUOKI OHARA, *Un approccio museologico alla creazione di comunità sostenibili*, 1998
- _REGIONE LOMBARDIA, *Requisiti minimi per il riconoscimento degli ecomusei in Lombardia e relazione sullo stato di attuazione della l.r. 13/2007*, Bollettino Ufficiale, Milano, 21 Dicembre 2009
- _MAGGI MAURIZIO e FALLETTI VITTORIO, *Gli ecomusei che cosa sono, che cosa possono diventare*, Allemandi, Torino 2000
- _MAGGI, M., MURTAS D., *Ecomusei. Il progetto*, StrumentIRES n° 9. Torino: IRES, 2004
- _MAGGI, MURTAS, CLIFFORD, *Perché, quando e come realizzare una mappa di comunità*, StrumentIres, Genius Loci
- _MAGGI, *Museo e cittadinanza: condividere il patrimonio culturale per promuovere la partecipazione e la formazione civica*, IRES, 2005
- _MAGGI, *Nuova Museologia e complessità*, IRES, 2005
- _MAGGI, *Ecomusei, musei del territorio, musei di identità*, Milano, 2002
- _MAGGI, *Gli ecomusei in Piemonte, Situazione e Prospettive*, Ires Piemonte, 2005
- _MAGGI, *Verso una nuova Cittadinanza?*, Ires Piemonte, 2005
- _MAGGI, Carlo Alberto Dondona, *Macchine Culturali*, Torino, IRES, 2005
- _MAGGI e Carlo Alberto Dondona, *Le leggi per gli Ecomusei: prime esperienze in atto*
- _MAGGI, *Gli ecomusei in Italia. Concetti e pratiche*, in "Museology and Heritage", 2009
- _MAGGI M. e ROBERTO CAGLIERO, *Retilunghe. Gli ecomusei e l'integrazione europea*
- _MICOLI ALESSANDRA, *Le stanze della memoria. La città narrata in un ecomuseo*, 2007
- _MUZZILLO F., *La progettazione degli ecomusei*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 1998

- _ PINNA GIOVANNI, *Nuova Museologia*, anno 1, n.1, settembre, Milano, 1999
- _ REL e Regione Lombardia, *Gli ecomusei della Lombardia: paesaggi, identità, ricordo*, 2008
- _ SACCO PIER LUIGI, *Il distretto culturale evoluto: competere per l'innovazione, la crescita e l'occupazione*
- _ SETTIS, *Italia S.p.A. L'assalto al patrimonio culturale*, Einaudi, Torino, 2002
- _ WENGER ETIENNE, *Communities of practice, learning, meaning and identity*, Cambridge University Press, 1998

DESIGN PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO

- _ BASTI ANTONIO, *Ingegneria Concorrente per l'Impresa Virtuale: il caso ICIV di CETMA*, Milano, 2003
- _ CASTELLI ANTONELLA, *Un modello di riferimento per la valorizzazione del capitale territoriale: la porta di accesso e le integrazione delle risorse*, Milano, 2005
- _ CERCOLA RAFFAELE e CAUTELA CABIRIO, *Cultura del progetto e marketing per lo sviluppo locale*, Milano, 2005
- _ D'ERCOLE DONATO, Advcom per Bags.it, Milano 2003
- _ EMUDE Emerging user demands, *Creative communities. Towards active welfare and a distributed economy*, final result document, 4 aprile 2006
- _ FAGNONI, GAMBARO, VANNICOLA, *Medesign forme del Mediterraneo*, Firenze : Alinea, 2004
- _ LUPO ELEONORA, *La valorizzazione dei beni culturali come processo di design. Casi, metodologie e strumenti*, Dottorato di Disegno Industriale e Comunicazione Multimediale, Politecnico di Milano
- _ LUPO ELEONORA, *Progettare luoghi, territori e contesti. Una esperienza formativa e progettuale di metabrand del territorio*, Tafter Journal, n.7/2008
- _ MAFFEI STEFANO E SANGIORGI DANIELA, *Dal design dei servizi al design dei sistemi d'attività*, DDD_INTERFACCE, rivista anno 2, num. 7, luglio/settembre 2003
- _ MAFFEI STEFANO e VILLARI BEATRICE, *Risorse locali e comunità di progetto. Il designer come abilitatore di apprendimento per le azioni di sviluppo territoriale*, Milano 2005
- _ MANZINI EZIO, *Mondi multi-locali, Ecologia della mente e visioni del mondo al tempo delle reti*, estratto dal convegno Ecologia della mente
Agenzia SDI
- _ MANZINI EZIO, *Un localismo cosmopolita. Prospettive per uno sviluppo locale sostenibile ed ipotesi sul ruolo del design*, Milano 2005
- _ MARANO ANTONIO, *Imprese e design per una nuova cultura dell'innovazione*, Chieti, 2003
- _ MERONI ANNA, Priya Bala, Paolo Ciuccarelli, Luisa Collina, Bas de Leeuw, François Jégou, Helma Luiten, Ezio Manzini, Isabella Marras, Eivind Stø, Pål Strandbakken, Edina Vadovics, *CREATIVE COMMUNITIES People inventing sustainable ways of living*
- _ Riflettere Mantova, Presentazione Caso Ricerca-Azione, Ricerca Me-Design,
- _ SIMONELLI GIULIANO e VIGNATI ARIANNA, *La ricerca ME.Design: le ipotesi preliminari*, Milano, 2005
- _ ZURLO FRANCESCO, *Design Capabilities per istituzioni locali socialmente capaci*, Milano, Agenzia SDI, Milano 2005
- _ ZURLO FRANCESCO, *Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e*

DISTRETTI

_ REGIONE LOMBARDIA, direzione generale commercio fiere e mercati – BANDO “DISTRETTI DIFFUSI DI RILEVANZA INTERCOMUNALE – pubblicato sul 6 Supplemento Straordinario al BURL n. 47 del 27.11.2009

_ REGIONE LOMBARDIA, *Piano di interventi triennale 2008/2010, sul commercio – modalità di attuazione dell'iniziativa “Promozione dei distretti del commercio”* (d.c.r. n. 527/2008)

_ CAPITANIO ENRICO, *Regione Lombardia, Il percorso dei Distretti del commercio in Regione Lombardia: strumenti, metodi, obiettivi*, Regione Lombardia, 2009

ARTICOLI:

_ DELL'ORSO SILVIA, «Un ecomuseo urbano», www.arcipelagomilano.org, 1.giu.09

_ DUSI ELENA, «Le città disegnate dai battiti del cuore», www.ricerca.repubblica.it, 9.dic.08

_ GUIDOTTI TOMMASO, «Gallarate: un nuovo marchio per rilanciare il commercio in città», www.varesenews.it, 9.dic.09

_ SCOLARI TIZIANO, «Luciana Ruffinelli lancia l'Ecomuseo della Valle Olona», www.varesenotizie.it, 23.mar.10

_ «Assemblea polis: progetti collettivi e condivisi nell'alto milanese», www.legnanonews.com, 07.feb.10

_ «Ecomuseo del Paesaggio di Parabiago», www.mappadicomunita.it

_ «I turisti ci sono ma restano solo un week end», www.varesenews.it, 26.feb.10

_ «Lombardia, consumi: coldiretti, la spesa a km 0 vola a 3 mld e salva l'ambiente», www.lombardia.coldiretti.it, 5.giu.10

_ «Vanno forte in Lombardia ed a Legnano i mercatini di Campagna Amica», www.assesempione.info

_ «300000euro per i distretti agricoli», www.varesenotizie.it, 15.mar.10

SITOGRAFIA:

- Alphabet City, www.alphabetscity.org/issues/food
- Design of the time 2007, www.dott07.com
- SDI, Sistema Design Italia, www.sistemadesignitalia.it
- www.trendwatching.com

- Antenna Culturale Europea, www.antennaculturale.beniculturali.it
- Ecomusei, Patrimonio, Territorio, Comunità, www.ecomusei.net
- ICOM, International Council of Museum, www.icom.museum // www.icom-italia.org
- Innovation, www.innovation.org
- Interactions Online, www.interactions-online.com
- Istituto di ricerche economico sociali del Piemonte, www.ires.piemonte.it
- Osservatorio indipendente sugli ecomusei, www.osservatorioecomusei.net
- Portale della Federazione degli Ecomusei della Francia, www.fems.asso.fr
- PSFK, go-to source for new ideas for creative business, www.psfk.com
- REL, rete ecomusei lombardia, www.ecomuseilombardia.it
- Tafterjournal esperienze e strumenti per cultura e territorio, www.tafterjournal.com

- Associazione Pro-Muovere Castellanza, www.promuovere-castellanza.org
- BuonaLombardia, www.buonalombardia.it
- Busto Arsizio mette in circolo le energie, www.metteincircololeenergie.org
- Comune di Busto Arsizio, www.comune.bustoarsizio.va.it
- Comune di Castellanza, www.castellanza.org
- Comune di Legnano, www.legnano.org
- Comune di Olgiate Olona, www.comuneolgiateolona.it
- Euroimpresa Legnano - Agenzia di Sviluppo Territoriale, www.euroimpresa.it
- Fondazione Campagna Amica, www.campagnamica.it
- Lombardia Eccellenza Artigiana, www.impreseinsieme.it
- News dal mondo dello sviluppo sostenibile, www.marraiafura.com
- Portale della Provincia di Varese, www.varesenotizie.it
- Portale del Sempione, www.assesempione.info
- Portale della Provincia di Varese, www.varesenews.it
- Portale della città di Legnano, www.legnanonews.com
- Portale dell'Altomilanese, www.altomilaneseinrete.it
- Regione Lombardia, www.regione.lombardia.it

- Agriturismo urbano a New York, www.simplekitchencafe.com
- Eco-ME, natural products, www.eco-me.com
- Grow your groceries, www.sproutrobot.com
- Instructable Restaurant, www.instructablesrestaurant.com
- Nature Delivered, www.graze.com
- Orto a distanza, Le verdure del mio orto, www.leverduredelmioorto.it
- Portale che raccoglie le fattorie didattiche della provincia di Varese, www.bambiniinfattoria.it
- Vendita diretta biologica, www.bioexpress.it
- QB-Mercato e Cucina, www.qbmercatoecucina.it

CONTATTI

Arch. MASSIMILIANO MANDARINI, resp. Area scientifica Rete Ecomusei Lombardia

BORRA MATTEO, azienda agricola La Frisona, Busto Arsizio

DON GIORGIO BRIANZA, Parrocchia del Redentore di Busto Arsizio

IVO AZZIMONTI, Assessore assessorato Tradizione, Identità e Futuro, Busto Arsizio

RUDY COLLINI, Presidente Comitato Commercianti Centro Cittadino, Presidente Distretto del Commercio Busto Arsizio

TIZIANO SCOLARI, giornalista, Presidente Associazione Pro-Muovere Castellanza

ANTONIO MONTANARI, ArtContainer

NICOLA NUCCI, ArtContainer

VITTORIA VASELLI, ArtContainer

FRANCESCA BOCCHI Touch Revolution