

Sett. Ecomuseo Milanese

Coltivare Passioni

Politecnico di Milano

Facoltà del Design

Laurea Magistrale
Industrial Design
spec. Servizi

a.a. 2010-2011

relatore
Arianna Vignati

correlatore
Massimo Sacchi

Diego Longoni
matr. 721091

Il progetto "Ecomuseo Settimo Milanese - Coltivare Passioni" si pone come scopo finale l'attivazione di un progetto pilota in grado di portare Settimo Milanese al riconoscimento del proprio Ecomuseo da parte della Regione Lombardia.

In primo luogo collaborare alla realizzazione effettiva dei requisiti necessari allo sviluppo della prima fase, per poi passare alla realizzazione di un concept capace di valorizzare e stimolare gli elementi forti che caratterizzano l'identità del territorio.

Partire dall'analisi del concetto ecomuseale, fra definizioni e catalogazioni, per accrescere la conoscenza personale sull'argomento per poi passare all'analisi di concetti legati allo sviluppo locale che vedono nella figura del designer uno stakeholder fondamentale.

In questo modo riuscire ad analizzare con lucidità il territorio soggetto della progettazione, il Comune di Settimo Milanese, nel quale risiede: passare dalla storia ad una fotografia dell'attuale, fatta di raccolte di dati direttamente sul campo.

In questo modo Coltivare Passioni propone, in primo luogo, l'identificazione di un team gestore in grado di coordinare e proporre le iniziative che via via si succederanno negli anni.

In seguito si passerà alla realizzazione di una sede ecomuseale innovativa, in grado di attrarre e favorire collaborazioni e partecipazione, supportata da una Mappa di Comunità interattiva, che vede nel web lo strumento adatto per il suo ruolo di catalizzatore di intenti.

Un network reale che fa del territorio il soggetto su cui intervenire, portando ad un livello pratico quelle attività che il web mette a disposizione.

Coltivare Passioni vedrà una seconda fase progettuale, incentrata sulla creazione di un progetto pilota, la Vending Machine, che si farà portatore di tutti i valori evidenziati a livello di analisi, come il sistema del verde, l'educazione e la piccola produzione artigianale.

Una vera antenna ecomuseale capace di mettere in mostra le caratteristiche fondanti del territorio, ma che soprattutto sia in grado di generare laboratori partecipati per la creazione di nuovi prodotti adatti alla vendita, capaci di generare microbusiness locali e personali.

Allo stesso tempo il progetto si muoverà per accrescere la consapevolezza degli abitanti verso il territorio: azioni che puntano sul marketing territoriale e vanno ad implementare l'offerta di educazione, incentivando azioni che vadano ad allargare l'area di intervento comunicativo a nuovi ambiti, come gli Orti di Condominio o i Percorsi Stagionali Didattici.

Un progetto che parte quindi dal volere della Giunta Comunale e che si muove per incentivare la partecipazione e quindi l'incremento della consapevolezza personale verso l'identità territoriale, sia in ottica locale, sia in ottica allargata, sotto la grande ala di Expo 2015.

Abstract

5

Analisi e ricerca

Origini di un concetto

Premessa

Heimatmuseum e G.H.Riviere

I proto ecomusei

La Nouvelle Museologie e il concetto di patrimonio

Il patrimonio culturale

Heuges De Varine

Ecomuseo

Personalità

IRES

Strumenti

Ecomusei in Italia

Ecomusei in Lombardia

L'ecomuseo Urbano (Casi Studio)

Sintesi - Ecomusei , modelli in evoluzione

Temi

Welfare

Qualità della vita e benessere percepito

Territorio

Il territorio come oggetto

Patrimonio locale diffuso

L'identità è partecipazione

Creatività e territorio

La progettazione partecipata

Tecniche per il raggiungimento di scopi comuni

Casi studio: territorio, creatività, partecipazione

Focus

Settimo Milanese

Indagine territoriale
Settimo Città Gentile
Descrizione
Il progetto "Ecomuseo"
Associazionismo
Esempi Rilevanti

Azioni

Designer ed ecomuseo

Indagine territoriale

Analisi fotografica ieri/oggi
Interviste
Moodboard #1

Primi passi

Progettazione partecipata Logo Ecomuseo con Scuole Primarie
Ecomuseo e didattica
Rielaborazione vettoriale loghi
Ecomuseo @ Festa di Settimo
Progettazione partecipata Mappa di Comunità
Mappa di Comunità ne "Il Comune"

Sintesi Azioni

Designer ed ecomuseo

Mood Identity

Ambiti di progetto possibili

Definizione Concept

Comunicare la propria identità

Comunicazione

Immagine coordinata e Logo

Educazione diffusa

Mappa di Comunità

Strumento

Network Web Network Reale

Accesso
Livello #0
Livello #1
Livello #2
Livello #3

Sede Ecomuseo

Cascina Bergamina

Descrizione
Trasformazione "Nuove Tradizioni"

Coltivare Passioni

Vetrina
Factory
Ospitalità
Sistema partecipato
Rende Aree
Mappa del Sistema

Storyboard

Progetto Pilota

Un verde consapevole e partecipato

Expo 2015

Punti di Forza

Sistema de verde
Attori

Vetrina del Verde

Vending Machine

Personalizzazione e Dati Tecnici
Posizionamento in cascina

Prodotti Prima Fase

Kit
Semi Piante Autoctone

Mappa del sistema

Mappa dell'offerta

Timeline

Attivazione servizio

Piattaforma Web

Prodotti e Laboratori

Prodotti Seconda Fase

Approfondimenti progettuali

Educazione Territoriale Verde "Base"
Percorsi
Orti di Condominio
Percorsi Stagionali Didattici

Fattibilità

Conclusioni

Walk on the wild side

Bibliografia - Sitografia

Ecomuseo

Il prefisso “eco” rinvia alla parola greca “οίκος”, riferibile a tutti gli intrecci che l’uomo, e più in generale la comunità, intesa come l’ambiente circostante, con il territorio su cui essa risiede e con cui essa interagisce costantemente; la ben nota parola “museo” invece deriva dal termine “μυσεῖον”, “casa delle muse” ed è da intendersi nel senso tradizionale del termine. La semplice aggiunta del prefisso “eco” alla parola museo però non significa solo un mero richiamo a tale istituzione, ma il tentativo di un suo superamento, alla ricerca di una dimensione culturale più dinamica e vivace.

Ecomuseo Settimo Milanese, Coltivare Passioni.

Il poter partecipare in modo diretto e personale alla realizzazione di un progetto ecomuseale, in collaborazione con una Giunta Comunale propositiva ed molto attenta alle tendenze sviluppate in territori simili a quello preso in analisi, ha consentito lo svolgimento di una tesi, che oltre alla usuale ricerca normativa e nozionistica, fatta di documenti storici, casi studio e analisi del tema, si è avvalsa di fondamentali azioni svolte direttamente “sul campo”.

Azioni volte in primo luogo ad accrescere una conoscenza personale sulla consapevolezza che hanno gli abitanti del territorio, a definirne l’identità e a sviluppare una rete di attori, dall’altro di diffondere i principi ecomuseali e aumentare la visibilità del progetto.

Ecomuseo: un concetto che lungo tutto il secolo scorso, dalle sue forme primordiali sino ai più attuali ecomusei urbani, ha visto innumerevoli applicazioni e attitudini, soprattutto nel livello di coinvolgimento della popolazione locale.

L’interazione fra i vari attori è diventata nelle applicazioni contemporanee del termine, il principio fondante alla creazione di strumenti adatti in primo luogo a conservare i beni che costituiscono il patrimonio locale, ma allo stesso tempo capaci di generare sviluppi progettuali attenti ad uno sviluppo sostenibile, fra la memoria storica e un territorio capace di coinvolgere e comunicarsi.

In quest’ottica è stata svolta una fase iniziale di ricerca adatta a comprendere a fondo le origini di un concetto che si è via via dimostrato sempre più ampio e ricco di

sfaccettature, definizioni ed applicazioni.

Gli ecomusei non nascono come esperienze isolate; sono infatti il frutto di una rivoluzione sociale ma anche museologica in corso da tempo e che già aveva prodotto alcuni significativi risultati a partire dalla fine del XIX secolo.

Processi lenti che hanno ridefinito il concetto di patrimonio: la nascente sensibilità verso la tutela delle testimonianze fino a quel momento considerate “minori”, come le architetture tradizionali, abbigliamento tipici o tradizioni gastronomiche o enologiche, ma anche elementi immateriali come lingue e dialetti, storie, proverbi, professionalità legate a mestieri che non si praticavano più, si devono le prime esperienze-tentativi di raccontarlo attraverso nuove forme museali.

Per percepire la specificità delle radici del concetto “Ecomuseo”, converrebbe piuttosto partire alla ricerca degli obiettivi che si sono fissati i primi creatori, nelle realizzazioni che costituirono dei prototipi per l’ecomuseologia e che vennero profondamente conosciuti e studiati soprattutto da George Henry Rivière.

Le strade intraprese dagli Heimatmuseum in Germania a inizio Novecento, attraverso gli Open Air Museum e la Nouvelle Museologie, hanno definito nei decenni un nuovo approccio al tema della valorizzazione conservativa, sul come e soprattutto sul cosa valorizzare: temi che si affacciano con pertinenza al mondo del design dei servizi, in grado di offrire una progettualità attenta ai metodi di interazione e alle tecniche comunicative e di diffusione dei principi di sussidiarietà e conoscenza diffusa.

L'influenza degli Heimatmuseum in G.H.Rivière.

Quando alla fine degli anni 1920 G.H.Rivière comincia la sua carriera in qualità di assistente di Paul Rivet nel museo di etnografia di Trocadero, le sue ricerche si accompagneranno ai viaggi di studio che lo condurranno a visitare e a confrontare i musei etnografici degli USA, d'Europa e dell'URSS.

Egli conoscerà bene i musei etnografici di Berlino, Hamburgo e Colonia. In una conferenza pronunciata il 23 marzo 1936 a l'E'cole du Louvre egli presenterà il bilancio delle sue visite così come la sua concezione di museo etnografico francese. In questa occasione egli porta l'attenzione sulla specificità tedesca che costituivano per lui gli Heimatmuseum, di cui valuta un numero pari a 100, Rivière fissa nella Haus der Rheineschen Heimat (la casa della patria renana) che si trova a Colonia l'archetipo di questo genere di musei e riferisce: "Questa è una sintesi grandiosa della Renania che va dallo Stato e dai suoi principi ai più umili paesani passando in rassegna dai signori, il clero secolare e regolare, i borghesi e gli artigiani (Rivière 1936). Rivière esprime così la sua fascinazione. La casa della Patria Renana nacque nel 1925 durante un'esposizione sulla Renania presentata in occasione delle celebrazioni dei mille anni della città di Colonia. Il museo intendeva essere dedicato alla cultura e alla storia dei paesi del Reno e si rivolgeva a tutti gli strati della popolazione. Per ospitarlo si scelse un'antica caserma che offriva una superficie di esposizione di 10.000 mq. Konrad Adenauer allora sindaco di Colonia si mette a capo di questo progetto e si sforza di ottenere delle sovvenzioni pubbliche e private. E' solamente nel maggio 1936 che l'edificio fu ufficialmente inaugurato. I nazisti arrivati al potere nel 1933 considereranno il museo come loro creazione.

Wilhelm Ewald direttore del museo e il suo collaboratore Joseph Klersch operarono per una concezione museale che comportava numerosi riferimenti al nazionalsocialismo.

Nella Casa della patria renana si trovava riunita l'etnografia e la storia presentata nelle cinque sezioni: 'l'evoluzione storica e politiche', la 'chiesa', 'le città e i loro abitanti', 'la popolazione agricola', 'l'economia e i suoi lavoratori'. Nel quadro della realizzazione museografica tenendo conto dell'urgenza e delle difficoltà finanziarie non fu possibile acquisire immediatamente una collezione originale: si espongono dei sostituti degli oggetti.

La combinazione degli oggetti originali con delle

riproduzioni e dei modelli così come l'apporto di grafici e statistiche corrisponderanno all'esigenza e alla speranza di distinguersi dai musei 'polverosi' del XIX sec. E di creare un'istituzione moderna suscettibile di attirare un grande pubblico. Questo modo di procedere autorizzava ugualmente a prendere delle libertà a livello di contenuti permettendo ad esempio una manipolazione degli oggetti esposti.

Rivière commenta positivamente questo modo di esporre: "uno dei principi direttori è stato di mescolare gli originali con delle riproduzioni lo scopo del museo non era infatti esporre delle opere d'arte ma di evocare con forza tutti gli aspetti della civilizzazione renana. Un altro principio che deriva dal precedente è stato di fare largo spazio ai grafici; è così che dei grandi pannelli illustrati esplicano l'evoluzione della milizia di Coloni, delle sue scuole delle sue amministrazioni municipali o ancora la rete e l'azione dei monasteri mentre dei modelli delle principali città renane mostrano la differente crescita urbana" (Rivière 1936).

A Colonia il principio museografico corrispondeva a un tentativo di distinguere la collezione in due parti: una collezione da vedere e una collezione da studiare. Inoltre il rinnovamento museografico doveva essere assicurato dall'apporto costante delle esposizioni temporanee. Gli Heimatmuseum non devono essere un regno dei morti, un cimitero. E' fatto per i viventi. E' a loro che appartiene e essi si devono sentire a loro agio; infatti i viventi sono eternamente in marcia tra ieri e domani. Il museo deve aiutarli a vedere il presente nello specchio del passato, il passato nello specchio del presente, che produce il futuro.

Servire il popolo ed il presente è in questo il punto cruciale per gli Heimatmuseum. In mancanza di ciò ripiomba al rango di collezione morta". (Klersch 1936).

E' molto probabile che Rivière abbia conosciuto il testo di Klersch dopo che era stato pubblicato su Mouseion. Ed è lì che senza dubbio riprenderà più di 35 anni dopo che riprenderà la metafora dello specchio per definire l'ecomuseo e mettere in evidenza la maniera in cui il riconoscimento del passato serve alla costruzione del presente: "uno specchio dove questa popolazione si guarda per riconoscersi dove essa cerca l'esplicazione del territorio al quale è attaccata unitamente a quella delle popolazioni che l'hanno preceduta nella continuità e discontinuità delle generazioni. Uno specchio che questa popolazione tende ai suoi ospiti per farsi meglio comprendere nel rispetto del suo lavoro e suoi comportamenti e della sua intimità" (Rivière 1992).

Dai proto-ecomusei alle nuove applicazioni urbane, passando attraverso le definizioni che esperti continuano a proporre per definire un ambito che pare da subito complesso e in continuo divenire.

Il termine Heimatmuseum, che appare nel 1900, serviva inizialmente a qualificare i numerosi musei regionali creati e diretti da appassionati di storia e da altri amatori che aspiravano a raccogliere in un luogo la cultura materiale della regione. Questi musei andranno via via moltiplicandosi con l'accrescimento della diffusione del concetto di identità nazionale.

Questo tipo di musei conosce una considerevole diffusione in Germania nel periodo fra le due guerre mondiali perché fu adottato per la necessità di coesione sociale avvertita alla fine del primo conflitto mondiale. Gli Heimatmuseum, della "piccola patria", nascono come piccole istituzioni destinate a valorizzare in un ambito locale molto ristretto la storia, un'attività lavorativa tradizionale, un'industria o il genio di un singolo personaggio e pongono al centro del museo la comunità locale. Il patrimonio e la storia locale vengono interpretati in senso olistico e viene attribuita molta importanza alla didattica, principi che caratterizzano anche gli attuali ecomusei.

Nati attorno a elementi quali una costruzione dotata di un significato simbolico per la gente del posto, un personaggio che ha rivestito qualche importanza locale, un mestiere tipico. È un passo importante perché marca un progressivo distacco da una museologia concentrata sul "curioso" e l'"insolito" in favore di un maggiore interesse per il "quotidiano", il "vissuto", il "locale".

Tutti questi aspetti rappresentarono sicuramente novità importanti, ma furono mitigati in strumenti di propaganda politica. Largamente strumentalizzati dal regime nazista, che incoraggiò, attraverso l'attaccamento alla propria terra e alla propria specificità, il consolidamento e la diffusione di atteggiamenti xenofobi e ultranazionalistici.

L'importanza data alla comunità locale venne interpretata in chiave nazionalistica, la didattica usata per l'indottrinamento e la dinamicità di questo tipo di musei venne contrapposta alla staticità dell'"arte degenerata".

Tuttavia questa esperienza museale conobbe una grande diffusione anche in campo internazionale (per esempio il Musée d'Arts e Traditions Populaires a Parigi inaugurato nel 1935), ed è presente tutt'ora in molti paesi.

Gli Heimatmuseum conobbero inevitabilmente un periodo di crisi con la fine della guerra. Anche se ancora ne sopravvivono molti, hanno certamente perso molto dello slancio iniziale.

Negli anni '80 si è potuto osservare una nuova ondata di Heimatmuseum in Germania: essi si diffusero in particolare nelle regioni rurali e costituirono il culmine di un nuovo concetto di musealizzazione ugualmente osservabile in Francia e negli altri paesi. Una fase di riposo segue a questa ondata: alcuni musei di quest'epoca decidono di chiudere nuovamente.

Open air museum

I primi passi nella valorizzazione del patrimonio popolare in Europa risalgono alla fine del XIX secolo e, in molti casi, hanno come obiettivo il rafforzamento dell'identità nazionale. Questo tipo di impostazione è riscontrabile dapprima nelle esposizioni nazionali con le quali si intendeva mostrare la ricchezza patrimoniale di un paese.

Significativa a riguardo fu la presentazione a Parigi durante l'esposizione internazionale del 1878 del "Accampamento Lappone" di Artur Hazelius come elemento significativo del paese di Skansen in Svezia. Qualche anno dopo, nel 1891, venne allestito un ampio sito che ospitava la ricostruzione di complesse scene di vita e di lavoro rurale della scandinavia con utilizzo di figuranti, abitazioni di diverse epoche, vegetazione originale e animali caratteristici. Questa iniziativa, il museo è tutt'ora in attività, fu sicuramente una delle più innovative del periodo divenendo un modello tradizionale per tutti gli open-air museum scandinavi. Molti musei all'aperto sono aree che raccolgono e ricostruiscono vecchi edifici, ricreando così villaggi o paesaggi storici. Per questo, la maggioranza dei musei all'aperto potrebbero essere descritti semplicemente come musei di edifici. I musei all'aperto inizialmente avevano la tendenza ad essere localizzati in regioni in cui un'architettura in legno prevaleva, dato che le strutture in legno possono essere trasportate e trasferite senza perdita di autenticità.

Nei musei all'aperto, compresi i primi musei del XIX secolo, è comune la presenza di persone, rappresentanti delle diverse componenti della società, che spiegano i vari aspetti della vita quotidiana.

Alla fine dell'Ottocento Artur Hazelius crea il primo museo all'aperto a Skansen, una collina vicino Stoccolma. Da questo momento il concetto di patrimonio culturale sarà destinato a subire una crescente estensione fino a comprendere nelle sue ultime formulazioni tutte le testimonianze della cultura e del lavoro dell'uomo socialmente costruite e storicamente sedimentatesi in un territorio.

Prima di allora, infatti, il concetto di patrimonio culturale poteva essere semplicemente considerato un'insieme di beni materiali, quadri, statue, oggetti rari e preziosi che al pari delle produzioni culturali,

avevano coinciso unicamente con l'espressione delle classi colte. Nel museo di Skansen la ricostruzione di complesses scene di vita e di lavoro con utilizzo di figuranti in costume indicano al contrario, come per la prima volta l'architettura, i costumi e la vita quotidiana del mondo rurale scandinavo assumano pari dignità e soprattutto ruolo importante di testimonianza del passato. Anche se mosse dal timore che l'industrializzazione comporti la distruzione della società rurale e dei suoi tratti culturali queste iniziative hanno principalmente in comune il rafforzamento dell'identità nazionale. Si realizzano, infatti, attraverso esposizioni che mirano a presentare la diversità e la varietà nazionale come un elemento di ricchezza patrimoniale del paese. Simili iniziative si hanno anche in Italia, nel 1894-95 a Palermo sotto la spinta di Giuseppe Pitre e nel 1911 a Roma con la mostra di Etnografia Italiana. Si tratta però ancora di manifestazioni temporanee che soltanto più tardi daranno vita a istituzioni permanenti. Skansen rappresenta per questo periodo la realizzazione più innovativa, destinata a diffondersi negli anni successivi in molte altre aree europee. In essa confluiscono, infatti, le suggestioni provenienti dalle grandi esposizioni universali degli anni '80 dell'Ottocento, nelle quali spesso erano realizzate ricostruzioni di ambienti e di scene di vita tradizionali, che vengono ripensate in modo più radicale e completo attraverso l'evocazione sia dell'ambiente costruito sia degli elementi caratteristici del paesaggio immediatamente circostante in cui doveva svolgersi la vita delle popolazioni rurali.

All'interno di una grande varietà di contenuti tematici e di formule organizzative la finalità comune dei vari musei all'aria aperta sarà, comunque, quella di riprodurre conservare e far conoscere ambienti di vita e di lavoro del passato.

Alla base del museo all'aria aperta vi è una complessa operazione di trasferimento. A questo più raramente possono affiancarsi o addirittura sostituirsi modalità alternative come la conservazione in situ o la ricostruzione ipotetica di edifici sulla base di studi storici archeologici ed etnografici. Difficilmente, comunque, queste procedure restituiscono complessi insediativi coerenti e omogenei in tutte le loro parti.

L'esigenza, infatti, di documentare tipologie edilizie rappresentative di diverse fasi storiche, regioni e classi sociali crea per lo più all'interno del perimetro del museo una artificiosa giustapposizione di luoghi e tempi. Se i singoli elementi sono originali o costituiti da ricostruzioni storicamente fedeli, l'insieme che essi costituiscono non presenta alcuna autenticità. La ricostruzione spaziale, infatti, non è espressione del tessuto di relazioni funzionali che connetteva tali elementi al paesaggio di cui facevano parte.

Proprio per questo il museo all'aria aperta rappresenta un importante strumento comunicativo ed educativo che permette al visitatore di sperimentare direttamente e simultaneamente epoche e luoghi lontani in esso però l'autenticità della ricostruzione per quello che riguarda ambiente e paesaggio risulta solamente evocativa ed inevitabilmente incompleta. Da questo punto di vista i musei all'aria aperta, evidenziano su scala diversa alcuni limiti insiti nella logica concentratoria del museo tradizionale. "esso rimane pur sempre una collezione di edifici artificialmente accostati in uno spazio relativamente ristretto e separati dal proprio contesto originario, impossibile da ricreare nel suo insieme" (Sturani M. Luisa 2000). Nonostante gli evidenti limiti nella tutela e valorizzazione del paesaggio come bene culturale, l'open air museum evidenzia, nei tre obiettivi fondamentali dell'attività museale (conservazione, ricerca scientifica, educazione,) il suo punto di forza.

La pratica del trasferimento consente, infatti, di conservare manufatti complessi che altrimenti non troverebbero collocazione all'interno di un museo tradizionale, la ricostruzione e manutenzione degli edifici permettono, invece, la conservazione di pratiche costruttive tradizionali e la formazione di mano d'opera specializzata, allo stesso modo le conoscenze acquisite nelle fasi di smontaggio offrono potenzialità notevoli sul piano della ricerca scientifica.

Sul piano educativo, l'open air museum permette di fruire direttamente del passato attraverso una formula che unendo direttamente apprendimento e intrattenimento riesce a raggiungere un pubblico molto più ampio. Skansen ha così rappresentato un modello di riferimento anche per la genesi degli ecomusei francesi.

Folklife Museum

Introdotti negli Stati Uniti dagli emigranti scandinavi, conobbero larga diffusione intorno agli anni '50. Sono musei di piccole dimensioni, fortemente orientati alla valorizzazione della storia locale e al coinvolgimento democratico della comunità.

Museo Atelier

All'inizio degli anni '60 in Danimarca comincia la diffusione di questo tipo di musei dove il pubblico non si limita ad assistere alle rappresentazioni, come per i musei all'aperto, ma vi partecipa, non si ferma all'osservazione degli oggetti, ma li utilizza.

Industrial Heritage

Nascono in Gran Bretagna e Stati Uniti negli anni '70 come risposta ai rischi di declino industriale in eterogenee aree. Sono piccoli musei di storia industriale e rurale votati alla salvaguardia anche del patrimonio recente e interessati a preservare non solo i reperti e le tecnologie, ma anche il saper fare popolare che ha consentito l'industrializzazione dell'area e ha caratterizzato la vita sociale della comunità.

Sullo stesso filone potremmo introdurre i Cultural District, nati sull'esempio dei distretti industriali inglesi, ma a vocazione prettamente culturale. Rifacendosi alle teorie economiche, ridiscutendo il concetto e le caratteristiche dei distretti, definiti come "the concentration of specialized industries in particular localities" (Alfred Marshall 1958), che da tempo studiavano il fenomeno della nascita dei distretti industriali, sono stati creati dei veri e propri distretti in aree periferiche e poco frequentate di alcune città inglesi con il fine di inserirle un circuito culturale e così tentare di sottrarle dall'isolamento in cui erano sprofondate. In un certo senso anche questo tipo di esperienze, seppur diverse dall'ecomuseo visto che non prevedono la tutela e cura dell'ambiente e della storia di una comunità, hanno contribuito a creare un concetto nuovo di "fare museo" che contempla uno stretto legame con il territorio, tanto da rappresentarne l'immagine, (Es: Hollywood e il cinema, Caltagirone e la ceramica).

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto *La Nouvelle Museologie e il concetto di patrimonio*

I concetti di Nuova Museologia e di patrimonio (heritage) vanno a braccetto e vivono, dagli anni '70, continue analisi e riflessioni, volte all'identificazione di nuovi modelli museali: sono innumerevoli gli enti ed i personaggi che si sono succeduti, tentando di trovare la definizione definitiva di un movimento che, in realtà, si è sviluppato nei decenni ed è frutto delle molteplici realtà mondiali che lo compongono.

Nuovi metodi di fruizione di nuove tipologie di contenuti, attraverso nuove tecniche di coinvolgimento partecipato del panorama territoriale, che allontanano sempre più il vecchio concetto di museo.

L'ICOM definisce la Museologia come una scienza applicata, la scienza del museo, che studia la conservazione, l'educazione e l'organizzazione di questo. La Museologia comincia a esistere quando il museo diventa lo specchio della società che lo esprime, il riflesso di volontà politiche precise e, insieme, la sintesi di una delega collettiva nei confronti del tempo. Da una prima definizione la museologia non può che essere "un contenitore capace di dare organicità alle riflessioni o alla presa di coscienza che il museo ha fatto sì s'effettuasse in questi anni e che si potrà effettuare in futuro" (ICOM).

Uno dei compiti della museologia è elaborare, con un'accurata indagine storica, le linee portanti del concetto di "museo" e vederne gli effetti sugli aspetti funzionali e di conservazione. Quindi, da una parte, tenere il passo con la conoscenza del mondo esterno, continuamente relazionandola all'ambito museale; dall'altra, avere chiaro il progetto museologico, cioè l'ideale, il fine che si vuole perseguire.

Russoli è il primo museologo italiano moderno, ed uno dei primi direttori di museo ad aderire alle iniziative dell'ICOM. Fu un personaggio importante che rifiutò l'idea del museo come camera del tesoro, tempio o laboratorio unicamente riservato a una ricerca specialistica, allontanando dal panorama la concezione ottocentesca del museo. Il suo pensiero progettuale introduce e induce al concetto di accordo tra i vari musei di una città, affinché si armonizzino e funzionino insieme come una rete di produttori di cultura, per porsi in una prospettiva unitaria, o meglio, guardare dalla giusta distanza a una situazione museale nella sua complessità.

La museologia tradizionale si basava sulla trasmissione di conoscenze che si riducevano a documentare la storia del museo e delle sue collezioni e ad enumerare le sue funzioni. I primi programmi di formazione furono vincolati alle discipline tradizionali, soprattutto alla storia dell'arte.

A partire dal grande impulso che ricevette la Museologia, quando nel 1977 viene fondato, all'interno del ICOM, il Comitato di Museologia o ICOMOM, si apre un'opera di rielaborazione e ristrutturazione delle basi di questa scienza che si limitava, in misura strettamente legata all'evoluzione del museo, a una serie di conoscenze pratiche con le quali si tentava di aggiornare il museo tradizionale. Nasce la Nuova Museologia che vede come suo più illustre rappresentante Henri Riviere.

Si passa da una museologia che considerava l'oggetto come protagonista, ad una nuova museologia che considera l'oggetto come un documento storico e che investe infatti d'importanza la comunità di persone da cui questa parte di storia proviene, e che visitano l'esposizione.

"Dal punto di vista della nuova museologia, il museo non risulta come un fine ma come un mezzo" (Giovanni Pinna 2007).

In quest'ottica risulta fondamentale il ruolo del MINOM (acronimo di Mouvement International pour la Nouvelle Muséologie) è un organismo affiliato all'ICOM (Consiglio Internazionale dei Musei) e dedicato alla promozione dei temi e dei valori della "Nuova Museologia", con uno sguardo particolare al campo dei musei comunitari e degli ecomusei.

La missione del MINOM è quella di contribuire allo sviluppo delle capacità di interpretazione della società contemporanea, dando spazio maggiore alla partecipazione nel recupero della memoria passata, da consolidarsi nel presente, in vista di uno sviluppo futuro.

Le azioni diffuse a rappresentare una nuova filosofia museale hanno quindi portato all'analisi dettagliata di un concetto chiave per la costituzione di una realtà atta allo sviluppo conservativo verso un'evoluzione sostenibile: il patrimonio culturale, insieme di beni materiali e immateriali di un luogo.

Una prima riflessione è in corso sul concetto stesso di patrimonio culturale. Una generale condivisione di linguaggio e di prospettiva su cosa si debba intendere per cultura, anche come conseguenza del gran numero di soggetti che se ne occupano e con finalità non del tutto coincidenti.

E' infatti in corso un processo di modifica della nozione stessa di cultura, che va al di là del patrimonio artistico e include ormai sia i beni, espressioni delle identità culturali locali, sia i servizi messi in atto per promuovere la loro conoscenza e la loro fruizione, funzioni tradizionalmente considerate come competenza dei settori "tempo libero" o "spettacolo".

Difatti, nella tradizione anglosassone, peraltro riflessa nell'azione degli organismi internazionali (Unesco, Unione europea), il patrimonio culturale (cultural heritage) comprende da sempre le "performing arts". In realtà il concetto di patrimonio culturale che sta emergendo in questi ultimi anni nella letteratura specializzata e nella pratica degli organismi internazionali che intervengono in questo campo, compie un ulteriore passo.

Essa va ormai al di là del patrimonio definibile come insieme di beni storici, artistici, monumentali, demotico-antropologici, archivistici, librari e altri che costituiscono testimonianza avente valore di civiltà, per includere un panorama più ampio che abbraccia la valorizzazione e la miglior fruizione dei singoli beni culturali come elemento chiave di un più efficace rilancio delle risorse territoriali di un paese o di un'area. La promozione del patrimonio culturale è vista così come elemento di un progetto per la costruzione o la rivitalizzazione della rete di attività e servizi che connotano un contesto territoriale. I beni culturali vengono considerati quindi come una risorsa in grado di generare benefici ed esternalità di diversa natura, anche economici.

Esistono poi altri importanti elementi di contesto che cambiano il quadro nel quale operano le organizzazioni a favore della cultura in campo internazionale. Fra questi assumono particolare rilevanza la globalizzazione e l'integrazione europea, la mescolanza etnica e l'interscambio di persone legate alla crescita turistica e ai fenomeni migratori, l'affermarsi di un principio di sviluppo sostenibile che lega fra loro aspetti ambientali, culturali, economico-territoriali.

Ma gli aspetti di novità e che contribuiscono a rendere più complesso e strategico il ruolo della cultura sono molteplici. Le attività culturali costituiscono un rilevante giacimento di occupazione che va utilizzato adeguatamente. La disoccupazione può a sua volta contribuire, diffondendo un senso di precarietà e di insicurezza, a minare la coesione sociale. Questo si traduce spesso in emarginazione e le attività culturali costituiscono un fattore limitante del fenomeno, specie in ambito urbano.

I flussi migratori inoltre aumentano il carattere multiculturale delle città europee. Questo tipo di società può offrire l'occasione di una felice integrazione sociale basata sulla tolleranza oppure essere una sterile sovrapposizione di culture e diventare fonte di frizioni e conflitti. Il ruolo dell'azione culturale è qui di fondamentale importanza per assicurare la basi di una serena convivenza e quindi di uno sviluppo basato sui valori fondamentali (diritti dell'Uomo, libertà, tolleranza).

Il sovrapporsi di queste diverse valenze delle risorse culturali costituisce il punto di partenza per l'esame di un altro aspetto importante, ossia il legame fra patrimonio culturale e sviluppo sostenibile.

La difesa dell'identità dei piccoli centri urbani e degli insediamenti situati nelle aree rurali può contribuire, non meno delle infrastrutture e dei servizi, a ridurre l'esodo verso le metropoli e le zone commerciali nei paesi industrializzati e non. In tal modo si contribuisce a preservare le risorse umane necessarie per lo sviluppo locale. Questo si basa fra l'altro anche su attività artigianali o agricole tradizionalmente considerate un ostacolo alla modernizzazione dell'economia e ora invece rivalutate come ingredienti necessari dello sviluppo sostenibile.

Ma anche nei grandi centri urbani la cultura può giocare un ruolo fondamentale nel sostegno allo sviluppo, favorendo l'integrazione e riducendo le occasioni di conflitto inter etnico.

La cultura utilizzata come strumento turistico capace di attrarre visitatori da fuori, portatori a loro volta della propria cultura, fra integrazione e interazione.

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto *Il patrimonio culturale*

18 *Seconda metà dell'800.*

A quel tempo, se avessimo domandato a un intellettuale una definizione di patrimonio culturale, egli ci avrebbe parlato di grandi opere d'arte, di collezioni naturalistiche, di edifici e monumenti legati a episodi storici famosi, di oggetti preziosi, gioielli, abiti appartenuti a persone illustri.

Oggi invece definiamo "patrimonio" l'insieme delle vite e degli stili di vita delle comunità di uomini e donne. Questo include aspetti come, per fare qualche esempio, architetture tradizionali, abbigliamento tipici o tradizioni gastronomiche o enologiche, ma anche elementi immateriali come lingue e dialetti, storie, proverbi, professionalità legate a mestieri che oggi non si fanno più.

Quegli oggetti invece raccontavano una parte sola della nostra cultura perché dimenticavano la vita di milioni di persone, i cui edifici erano spesso costruiti in legno e non sono durati fino a oggi, i cui vestiti venivano usati fino alla consumazione, i cui oggetti non venivano conservati perché nessuno pensava che valesse la pena di metterli in un museo, poiché non avevano valore.

In quegli anni, siamo a fine '800, qualcuno ha pensato invece che avessero un valore e che, anche se singolarmente poco espressivi, tutti insieme fossero in grado di raccontare un pezzo importante della storia della nostra civiltà.

Da allora per i musei è iniziata una sfida per cercare di raccontare questa storia nuova, tanto nuova che ha richiesto mezzi e tecniche diverse da quelle tradizionalmente usate dai musei.

(Giovanni Pinna 2007)

Ma, naturalmente, oltre alla conservazione e alla difesa di quello che abbiamo definito come il patrimonio o heritage, il compito risulta quello di darne visibilità attraverso azioni capaci di comunicarlo e diffonderne la conoscenza: in questo modo è possibile ipotizzare una metodologia definita di azioni, un'iter progettuale che parte dal patrimonio e si trasmette al territorio:

*PATRIMONIO (Heritage) >
INTERPRETAZIONE >
PRESENTAZIONE >
COMUNICAZIONE >
SFRUTTAMENTO SOSTENIBILE >
PRODOTTO >
PUBBLICO.*

"La Heritage Interpretation si pone come obiettivo primario l'accessibilità e la comprensione delle Heritage Attractions a un numero maggiore di utenti, offrendo un decisivo contributo alla crescita e alla diffusione del turismo culturale" (Richards, 1997).

E' quindi un sistema di beni che viene interpretato e proposto al pubblico diversificato in grado di sviluppare un turismo allargato, capace di toccare tutte le differenti tipologie di utenza e di pubblico, con evidente scopo didattico.

Accessibilità, comunicazione, territorio aumentato, metodologie di partecipazione ed intrattenimento soprattutto con quegli attori sensibili ad una "visita" che va oltre il mero attraversamento, ma in grado di catalizzare l'attenzione.

Ci si basa quindi su fondamenti solidi, fatti di tradizioni e di conoscenze, produzioni e saperi, e si passa ad una stimolazione di conoscenza e visita: il soggetto tutelatore si fa propositore di novi sviluppi per idee ed attività.

Una sorte di intermediatore fra il passato e lo sviluppo sostenibile diffuso, Tuttavia l'intento educativo della Heritage Interpretation (e di conseguenza dello Heritage Tourism a questa legato) non è di certo una novità, visto che già nel Settecento era prassi che i giovani aristocratici compissero il Grand Tour. Lo scopo di questo viaggio era appunto quello di contribuire alla

propria formazione personale, di educare attraverso il contatto con nuove culture e luoghi differenti, di aiutare i giovani nobili a capire gli usi e i costumi del dunque importante il ruolo del patrimonio storico-artistico e culturale come fonte di apprendimento per acquisire elementi fondamentali e per accrescere la propria ricchezza interiore.

Quindi l'Interpretazione deve:

- > intrattenere e cercare di stimolare una risposta positiva da parte dell'utente;
- > essere attiva e partecipativa;
- > provocare e stimolare «sensazioni intellettuali», affettive ed estetiche: curiosità, emotività, compartecipazione;
- > basarsi sulla investigazione scientifica;
- > costruirsi a partire dalla conoscenza delle persone che visiteranno le aree da valorizzare;
- > essere radicata nella identità locale;
- > scegliere le tecniche interpretative in funzione della potenziale fruizione per evitare di essere improduttiva;
- > essere «onesta» e rifiutare qualsiasi tentazione di falsificare o manipolare le informazioni.

Oggi il concetto di interpretazione del patrimonio culturale sta diventando un'attività importante soprattutto nella società attuale che mostra un interesse sempre maggiore verso le proprie radici storiche, molto probabilmente a causa di una crisi morale, sociale e di identità esperita in maniera molto profonda a partire dagli ultimi decenni.

Un concetto chiave per la definizione della parola Ecomuseo: un museo che fa del proprio territorio il soggetto in mostra, comprendendone il paesaggio e i beni, le attività e, soprattutto, i suoi abitanti.

Metodologie che come abbiamo visto si sono sviluppate in più di un secolo e che trovano ad oggi innumerevoli applicazioni estremamente diversificate, ma che hanno trovato nei primi anni '70 una prima definizione sostanziale, un riconoscimento, una presa di coscienza, che ha generato fino ad oggi la nascita di innumerevoli ecomusei su scala mondiale.

Nella primavera del 1971 in un ristorante parigino si ritrovarono per un pranzo di lavoro, Georges Henri Riviere, museologo francese, Serge Antoine, consigliere per il ministero dell'ambiente costituito da pochi anni, e Hugues De Varine, allora direttore dell'ICOM, per discutere di alcuni aspetti della nona conferenza generale ICOM che si sarebbe tenuta quell'anno tra Parigi, Digione e Grenoble. La discussione si concentrò sulla giornata di Digione in cui sarebbero stati ricevuti dal ministro dell'ambiente e sul fatto che sarebbe stato importante legare il concetto di museo a quello di ambiente e territorio. Si trattava di aprire una nuova strada alla museologia e legare lo sviluppo dei musei con la difesa dell'ambiente. Antoine, nelle sue vesti di consigliere del ministro, si disse reticente a legare un concetto che sapeva di passato come quello di museo, con quelli di nuovo interesse come lo sviluppo e difesa ambientale.

Si resero conto allora che si doveva abbandonare la parola museo e pensarne una nuova che la contenesse, ma che ne desse un'immagine diversa. Fu così che, combinando le due parole museo e ecologia, De Varine suggerì ecomuseo. Il ministro dell'ambiente, pochi mesi dopo, davanti a 500 museologi di tutto il mondo pronunciò e ufficializzò il termine.

Secondo lo stesso De Varine ci sono stati fattori precisi che, durante un decennio tra la metà degli anni sessanta e settanta dello scorso secolo, hanno stimolato il dibattito in campo museale portando alla nascita della corrente della nuova museologia dalla quale sono nati gli ecomusei e in cui tuttora vive il dibattito circa le sue funzioni.

1. La recente indipendenza acquisita dalle più vecchie colonie soprattutto nei paesi africani che ha portato ad un naturale desiderio di riaffermazione delle identità locali per distinguersi dal potere coloniale fino a quel momento prevalente.

2. Il movimento, nato nel nord america, per l'uguaglianza dei diritti per le minoranze afro-americane, latino americane e indiane causa, in campo culturale, un rinnovato interesse per l'eredità culturale di questi gruppi.

3. I movimenti rivoluzionari delle culture aborigene e mestizio nell'america latina per la conquista della libertà e della democrazia riscoprono il loro passato

precoloniale attraverso ricerche in campo antropologico e archeologico per il desiderio di riaffermare la propria identità.

4. Il movimento studentesco in Europa, che ha stimolato l'uso della creatività e dell'immaginazione in campo culturale, propone nuovi modi espressivi per rispondere ai problemi essenziali della società.

5. La crescente identificazione, in quegli anni, degli istituti culturali tradizionali con luoghi dedicati al tempo libero di un sempre più ristretto gruppo di persone facoltose e istruite o di turisti smaniosi di visitarli.

6. La riscoperta dei valori sociali e culturali delle piccole comunità. La moltiplicazione dei musei open-air in Svezia o Romania, i parchi regionali in Francia sono tutti esempi del bisogno di riaffermare le tradizioni locali come antidoto alla crescente standardizzazione della cultura.

7. In Italia si assiste già dall'inizio degli anni '70 alla diffusione dei musei di arti e tradizioni popolari, nati come risposta alla paura di perdere definitivamente i valori della società agricola tradizionale. In quegli anni, infatti, si assisteva ad una forte spinta all'industrializzazione e all'urbanizzazione, che stava determinando un progressivo abbandono delle campagne e dei lavori manuali.
(Giovanni Pinna 2007)

Si assiste, quindi, ad una crescente consapevolezza delle comunità verso la tutela del proprio territorio inteso come la testimonianza della propria storia per riaffermare la propria identità a dispetto della cultura che cominciava a farsi "globale". Ovviamente si tratta di un fenomeno che ha attecchito maggiormente in comunità molto "caratterizzate", con forti tradizioni che nel corso del tempo le hanno distinte dalle altre tanto da sentire l'esigenza di doverle difendere.

Sia in Italia sia all'estero il dibattito intorno ad una più precisa definizione di questa "forma museale" è tuttora lontana da un approdo certo e condivisibile dalla maggioranza degli addetti ai lavori. Questo dimostra la vitalità e la spontaneità del fenomeno che proprio per le volontà generatrici legato al territorio e alle comunità di appartenenza, assume, di volta in volta, caratteristiche diverse

Museo
collezione
immobile
pubblico

Ecomuseo
patrimonio
territorio
popolazione

De Varine, 1971

L'idea portata avanti da De Varine era di andare ben al di là della cooperazione con gli abitanti perché questi siano realmente iniziatori e attori di un luogo: "un ecomuseo non potrà essere imposto dall'esterno, si tratta di un'iniziativa locale" (De Varine, 1978).

Non si tratta solo di animare il museo e di aprirlo ad un pubblico allargato, ma che questo pubblico si appropri, prenda l'iniziativa delle azioni e di fare dell'intero patrimonio il fondamento del museo. La dimensione partecipativa è dunque estremamente forte ed è senza dubbio questa l'idea più nuova che ha portato l'ecomuseo ma anche la più difficile da mettere in atto. A seconda che si valorizzi nella teoria ecomuseale l'affermazione di un contenuto scientifico

esigente, che è più prossimo all'approccio di Rivière o l'implicazione degli attori, che è privilegiata da De Varine, si approda a soluzioni divergenti: da un lato bisogna dare la precedenza a dei contenuti coerenti dal punto di vista scientifico; dall'altro pensare all'ecomuseo come uno strumento di implicazione e di trasformazione dei rapporti sociali locali, che conduce a valorizzare gli attori.

Per confermare questa tesi, ho riportato nella pagina seguente un'intervista fatta a De Varine, che, secondo il mio parere, riesce a dimostrare ed esemplificare i concetti espressi sin'ora, dal concetto di identità e territorio, fino alle nuove applicazioni dell'argomento.

Intervista realizzata da Stefano Buroni
"Terraceleste"
29 / 7 / 2008

1) Qual è secondo lei, al giorno d'oggi, il senso dei luoghi?

Io generalmente parlo di territorio, cioè di uno spazio di dimensioni variabili che ha un senso per una popolazione che l'abita e lo condivide: un villaggio, una vallata, una comunità montana, un quartiere di città. Questo territorio deve avere un'unità e una identità (geografica, storica, culturale, economica), ma alla fine, è la comunità che deciderà di sceglierlo perché ha un senso per essa. Bisogna anche rendersi conto che un territorio è sempre legato ad altri territori più grandi (le province per esempio) o vicini (la vallata vicina, per esempio).

2) Come si lega il luogo alla comunità e al suo patrimonio culturale?

Il territorio è necessariamente legato alla comunità poiché è stato scelto da questa e ha un senso per essa. Il patrimonio che si trova nel territorio è quello della comunità. Bisogna osservare che il patrimonio della comunità è globale e comprende anche il patrimonio privato dei membri stessi della comunità. Le foto di famiglia o gli utensili dell'uomo che si trovano in casa vostra, e la stessa vostra casa fanno parte "moralmente" e culturalmente del patrimonio della comunità e questa (cioè l'ecomuseo che la rappresenta) deve poterli utilizzare un giorno, con il vostro accordo. E' la comunità che ha prodotto storicamente il suo patrimonio, che lo utilizza, che lo trasforma, o lo arricchisce.

3) Che cosa è un ecomuseo e cosa non è?

Ci sono diverse definizioni di ecomuseo e quella relativa alla legge varata dalla regione Lombardia non è peggiore delle altre. Ma tutte le definizioni sono imperfette e talmente complicate che rimane difficile comprenderle. Per me (l'ecomuseo) è una azione portata avanti da una comunità, a partire dal suo patrimonio, per il suo sviluppo. L'ecomuseo è quindi un progetto sociale, poi

ha un contenuto culturale e infine s'appoggia su delle culture popolari e sulle conoscenze scientifiche. Quello che non è: una collezione, una trappola per turisti, una struttura aristocratica, un museo delle belle arti etc. Un ecomuseo che sviluppa una collezione importante e ne fa il suo obiettivo non è più un ecomuseo, poiché diventa schiavo della sua collezione.

4) E' l'ecomuseo che si occupa della comunità o il contrario?

L'ecomuseo serve la comunità, appartiene alla comunità. Al contrario l'iniziativa di un ecomuseo può venire da una persona, da una amministrazione comunale, da una associazione, ed integrarsi solamente in seguito nella comunità. Se la comunità non si interessa al suo ecomuseo, questo o sparisce, o diviene un museo ordinario. E' questa la ragione per cui un ecomuseo non può come avere come obiettivo il turismo. Il turismo diventerà un obiettivo dell'ecomuseo solo quando la popolazione (la comunità) sarà pronta a ricevere questo tipo di turismo.

5) Quali sono le principali dinamiche socio-economiche che sorgono da un ecomuseo?

Non ci sono due ecomusei simili e tutti gli ecomusei devono essere adattati alla situazione della comunità e del territorio. Questo significa che è l'ecomuseo che deciderà le sue dinamiche socio-economiche prioritarie. Potrebbe essere la formazione di attori locali alla vita civica o economica, o la capacità di cambiamento e per esempio la realizzazione di una Agenda 21 per lo sviluppo sostenibile del territorio, oppure la trasmissione di tradizioni o di valori alle giovani generazioni, o la rinascita di una attività economica, oppure la presa d'iniziativa delle donne, o una certa forma di turismo, etc. Tutto dipende dalla diagnostica iniziale e dal processo dell'ecomuseo che scoprirà progressivamente gli obiettivi da fissarsi. In seguito ci sarà una questione di mobilitazione delle forze locali, del patrimonio e dei modi trovati dall'esterno.

6) Come giudicate la situazione italiana degli ecomusei, confrontandola con la Francia?

In Italia ci troviamo di fronte ad un concetto di ecomuseo che sembra essere una specie di alternativa

alla museologia classica. Questo concetto è riconosciuto a livello regionale e provinciale, mentre il museo è un affare che rientra piuttosto nel patrimonio nazionale. Inoltre gli ecomusei italiani rivelano due dinamiche differenti: da una parte la rivitalizzazione dei territori rurali o periurbani isolati a partire dalle loro risorse e dai loro abitanti, dall'altra la ricerca di una frequentazione turistica "dolce", molto culturale o ecologica. In Francia, dove la centralizzazione è totale, si ha a che fare con delle iniziative isolate e non assolutamente con un movimento così ampio come in Italia. Il ministro della cultura, che è molto potente, da quarant'anni è molto ostile a qualsiasi forma di museo che non sia quella tradizionale. E' dunque impossibile paragonare le due realtà.

7) Qual è secondo Lei il futuro degli ecomusei?

E' legato all'avvenire della "nuova museologia" o alla museologia sociale che corrisponde certamente ad un bisogno della nostra epoca. Ciò dice, ciascun museo avrà un avvenire particolare. Può proseguire per una, due o tre generazioni, oppure sparire semplicemente perché i suoi animatori saranno stanchi o non troveranno i modi per lavorare, o ancora perché la comunità o il territorio avranno degli altri bisogni o dei problemi urgenti ma non patrimoniali. L'ecomuseo può diventare un museo classico con una grande collezione, dei riflessi di pura conservazione e la ricerca di pubblico esterno. L'ecomuseo è un processo che non ha fine in sé, ma che può essere interrotto da ragioni esterne dai suoi obiettivi di partenza.

Non so se ho risposto alle vostre domande.

Ciascuna avrebbe necessità di un lungo dibattito collettivo con diversi "ecomuseologi" che operano su tale campo. Le migliori risposte saranno quelle che troverete in voi stessi, andando sul luogo, visitando gli ecomusei e soprattutto realizzando voi stessi sul vostro territorio e nella vostra comunità delle azioni di tipo ecomuseale. Non è necessario creare un museo per praticare l'ecomuseologia. Non è una professione che si apprende sui libri. Alcuni dei migliori ecomusei che conosco non portano il nome di ecomuseo. Non bisogna lasciarsi ossessionare dalla parola.

Troviamo qui presentate altre personalità che negli anni hanno implementato la definizione di Ecomuseo, proponendo valutazioni e metodologie per definire un concetto complesso ed in continua evoluzione.

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto
Personalità

Criteria

spazio di riferimento
focus di interpretazione
priorità organizzative
pubblico di riferimento
controllo politico

Museo

l'edificio
la collezione
disciplinari
i visitatori
il museo e i suoi organi

Ecomuseo

il territorio
il patrimonio olistico
interdisciplinari
la comunità
la collettività e i suoi organi

Boylan ha proposto una semplice checklist per marcare le differenze fra ecomusei, musei orientati all'ambiente e outward-looking e infine musei tradizionali.

Per ogni criterio Boylan 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 un ecomuseo solo se la somma supera il punteggio di 20.

Patrick Boylan

Peter Davis si è interessato alla questione di come definire le specificità di un luogo, ovvero cos'è che rende particolare un certo luogo e come si fa ad estrarre questi elementi. A tal proposito Davis riprende alcune idee del movimento inglese Common Ground che, negli anni '80, ha coniato il termine "local distinctiveness" per esprimere l'insieme dei fattori naturali e culturali che rendono speciale ed unico un luogo.

Peter Davis

Andreas Jorgensen indica cinque condizioni che differenziano l'ecomuseo dai musei all'aria aperta, dai musei di storia locale e dagli heritage centre. I fondamenti ecomuseali che propone sono infatti quelli che ritroviamo in moltissimi esempi contemporanei.

Andreas Jorgensen

Criteria di definizione

Territorio esteso oltre i confini del museo
Interpretazione fragmented-site e in situ
Cooperazione e partenariato
in luogo della proprietà dei reperti
Coinvolgimento della comunità locale
e degli abitanti nelle attività del museo
Interpretazione di tipo olistico e interdisciplinare

Peculiarità ecomuseali

Esistenza di un centro di documentazione
Pluralità di centri visita con exhibition
Esistenza di workshop per la
partecipazione attiva dei visitatori
Legami con l'ambiente locale
(un biotopo, tracce di civiltà, un immobile)
Sentieri e percorsi a tema

**“un patto con il quale
una comunità si impegna
a prendersi cura di un territorio”**

(IRES- stituto per le ricerche Sociali e Economiche)

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto
IRES

Patto:

**non un insieme di norme che obbligano
o proibiscono qualcosa, ma un accordo
non scritto e generalmente condiviso.**

Comunità:

**i soggetti protagonisti non sono solo le istituzioni poiché il loro
ruolo propulsivo, importantissimo,
deve essere accompagnato da un coinvolgimento
più largo dei cittadini edella società locale.**

Prendersi cura:

**conservare ma anche saper utilizzare, per l'oggi e per il futuro, il
proprio patrimonio culturale,
in modo da aumentarne il valore.**

Territorio:

**inteso non solo in senso fisico, ma anche
come storia della popolazione che ci vive e dei segni materiali e
immateriali lasciati da coloro
che lo hanno abitato in passato.**

L'IRES Piemonte (Istituto di Ricerche Economiche Sociali del Piemonte) è un ente di ricerca della Regione Piemonte, disciplinato dalla legge regionale 43/91. Costituito nel 1958 su iniziativa della Provincia e del Comune di Torino, con la partecipazione di enti pubblici e privati, l'IRES ha visto la successiva partecipazione di tutte le province piemontesi.

Costituiscono oggetto dell'attività dell'istituto:

- _ la relazione annuale sull'andamento socio-economico e territoriale della regione.
- _ l'osservazione, la documentazione e l'analisi delle principali grandezze socio-economiche e territoriali del Piemonte.
- _ rassegne congiunturali sull'economia regionale.
- _ ricerche e analisi per il piano regionale di sviluppo.
- _ ricerche di settore per conto della Regione Piemonte e di altri enti.

Pubblica una Relazione annuale sull'andamento socio-economico e territoriale della regione ed effettua analisi, sia congiunturali che di scenario, dei principali fenomeni socio-economici e territoriali del Piemonte. L'Area di ricerca Ambiente e Territorio dell'IRES, nell'ambito di una generale attività di analisi sul tema dello sviluppo territoriale, studia il fenomeno degli ecomusei e della promozione del patrimonio locale. Gli Ecomusei della Regione Piemonte sono istituiti con deliberazione del Consiglio Regionale in base alla L.R. 31/95. (IRES)

- _ sede ecomuseale, archivio documenti
- _ percorsi tematici di visita del territorio
- _ antenne ecomuseali
- _ presenza sul territorio, comunicazione
- _ eventi partecipati
- _ sito web dedicato

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto
Strumenti

Dieci regole per valutare gli ecomusei:

- _I siti devono essere accessibili ai visitatori.
- _I siti selezionati devono consentire una migliore conoscenza del territorio, promuovere nuove interpretazioni. Il territorio é l'oggetto dell'ecomuseo.
- _L'ecomuseo deve predisporre dei percorsi mirati alla lettura e comprensione del paesaggio rispettando tutte le sue componenti (naturale, umana, economica, storica, ecc.) e permettere un'ampia e differenziata fruizione.
- _I confini dell'ecomuseo devono essere definiti dal sistema integrato delle relazioni che intercorrono tra fattori umani e naturali del territorio.
- _I siti devono essere tematicamente coerenti all'immagine dell'ecomuseo nel suo complesso e mostrare i links con gli altri siti dell'ecomuseo (interconnessione).
- _I siti devono avere un'immagine coordinata:
 - a. Comunicazione di marca attraverso il logo dell'ecomuseo.
 - b. Comunicazione esterna attraverso la segnaletica sulle principali vie di trasporto.
 - c. Comunicazione interna attraverso la segnaletica informativa sul singolo sito, la segnalazione dei rimandi alla carta generale dell'ecomuseo e dei links con gli altri siti simili.
- _L'ecomuseo deve coinvolgere la popolazione locale, le istituzioni culturali e scolastiche, le strutture associative locali ("people-centred-action").
- _L'ecomuseo deve svolgere la sua missione attraverso la collaborazione con altre componenti: popolazione locale, associazioni culturali, comuni, provincie, regione, Comunità Europea, privati.
- _L'ecomuseo deve sviluppare nella popolazione il senso di responsabilità per il proprio patrimonio ("community empowerment").
- _L'ecomuseo deve rafforzare l'identità territoriale e promuovere il territorio attraverso un turismo culturale e sostenibile.

L'ecomuseo interviene sullo spazio di una comunità, nel suo divenire storico, proponendo "come oggetti del museo" non solo gli oggetti della vita quotidiana ma anche i paesaggi, l'architettura, il saper fare, le testimonianze orali della tradizione, ecc...

La portata innovativa del concetto ne ha inevitabilmente determinato la conoscenza ben oltre l'ambito propriamente museale.

L'ecomuseo si occupa anche della promozione di attività didattiche e di ricerca grazie al coinvolgimento diretto della popolazione e delle istituzioni locali. Può essere un territorio dai confini incerti ed appartiene alla comunità che ci vive. Un ecomuseo non sottrae beni culturali ai luoghi dove sono stati creati, ma si propone come uno strumento di riappropriazione del proprio patrimonio culturale da parte della collettività.



- realizzati
- da realizzare

In Italia la valorizzazione del patrimonio territoriale e delle comunità ha seguito uno sviluppo diverso dagli altri paesi europei, tanto che non si può parlare soltanto di ecomusei, ma anche di musei demo-etno-antropologici, di cultura materiale, del territorio, etc. Si può dire, comunque, che forme antesignane di questo tipo di musei, per ricollegarsi ai filoni precedentemente esposti, nati per esigenza di riaffermare l'identità della comunità, ci sono stati.

A tal proposito, Giovanni Pinna cita il fenomeno che vide il fiorire, negli ultimi decenni del XIX secolo, dei musei del Risorgimento e di Storia Patria affermando che la causa è da ricercarsi nell'esigenza, essenzialmente politica, di creare un'identità nazionale attraverso le figure di grandi come piccoli eroi dei borghi insieme agli oggetti, più o meno preziosi, che a volte venivano spontaneamente donati dai cittadini orgogliosi di appartenere a quel progetto.

Per quanto riguarda gli ecomusei in Italia, possiamo dire che c'è più difficoltà che in altri paesi (Francia, Nord-Europa, Gran Bretagna) a trovarne molti che rispondano alle definizioni classiche però è innegabile che esista una tendenza ad ampliare l'attività e l'interesse del museo oltre i confini tradizionali. Maurizio Maggi, ricercatore presso l'IRES Piemonte, ha così classificato i musei esistenti attraverso la

prevalenza di uno di questi quattro elementi : la collezione, l'attività umana, l'ambiente e la comunità. Molti di questi tipi di musei, che si chiamano ecomusei o musei etnografici, del territorio, delle genti o della cultura materiale, tendono a fondarsi su uno di questi aspetti.

Per esempio, tutti i musei detti "del territorio" o di "cultura materiale", tendono a mostrare e a valorizzare le attività pre-industriali tipiche di quel territorio e il limite risiede proprio nel fatto che non trattano il territorio e la comunità nella sua interezza, ma soltanto nella misura in cui sono legate a queste attività. (Es: Museo della miniera di Prali in Val Gremasca). Ci sono poi musei che hanno fondato la loro missione nel mostrare oggetti, un tempo di uso comune, spontaneamente raccolti e donati dalla stessa comunità. In molti casi si tratta di piccoli musei, aperti al pubblico in modo occasionale con collezioni non gestite e mal catalogate. Quello che può interessare di questi musei, più che analizzarne la realizzazione vera e propria, è il contesto in cui sono nati e le volontà locali che li hanno costituiti. All'interno del vasto mondo degli ecomusei, esistono, poi, musei in cui l'aspetto ambientale (paesaggistico, ecologico, geografico) ha il sopravvento a detrimento dell'aspetto sociale e quindi dello sviluppo dell'area interessata nel corso degli anni. Si tende quindi a valorizzare il paesaggio e gli aspetti

ambientali, partendo dal recupero di testimonianze di archeologia industriale presenti all'interno del parco. (Es: L'Ecomuseo della Maiella occidentale).

Infine, l'ultima categoria indicata da Maggi comprende tutte quelle realtà, proliferate in Italia negli anni '80, in cui il fulcro del museo è la rappresentazione della vita domestica, dei comportamenti, degli stili di vita propri della comunità che ha abitato quel territorio. In questo tipo di esperienze museali, dette "Musei delle Genti", il legame con il territorio è debole e marginale dettato soltanto dal fatto che quella comunità ha abitato quel territorio. Realizzati, generalmente, in un singolo sito, sono frequenti i casi di ricostruzioni di ambienti. (Es: Museo delle genti trentine. Il museo delle genti d'abruzzo, costituito come museo delle tradizioni popolari, ha dato vita insieme a un parco naturale ad un ecomuseo).

Come già sottolineato, questa situazione risponde ad un'indeterminatezza nella definizione di che cosa precisamente sia un ecomuseo e anche dal fatto che l'Italia generalmente restia ad accogliere le novità in campo museale, ha risposto a certe esigenze provenienti dalla società in modo non uniforme senza, quindi, un coordinamento delle istituzioni.

Molte informazioni sulla situazione attuale degli ecomusei in Italia può essere trovata all'interno del

sito www.ecomusei.net, una rete virtuale in grado di mappare la situazione attuale della diffusione sul territorio

Visitando il sito appaiono alcune rilevanzze: in alcuni casi il legame con il territorio è del tutto assente, (non esistono o non vengono menzionati, contatti con le associazioni locali, iniziative a cui partecipa attivamente o che sono nate per volere della comunità locale), non esistono percorsi di visita che mostrino, per esempio la filiera produttiva di un tempo, ma esiste solo l'evidenza della testimonianza (per esempio un ex cartiera restaurata), non c'è interdisciplinarietà nei contenuti esposti (spesso viene soltanto illustrato un edificio o una serie di oggetti), non esistono centri di visita lungo i percorsi che fungano da raccordo e da spiegazione del percorso. Insomma spesso non "degni" di meritarsi l'appellativo di Ecomuseo e forse frutto del solo volere delle amministrazioni comunali.

La situazione Italiana, quindi, si presenta non di facile interpretazione, ma viva e in continuo sviluppo come dimostrato dai rapporti editi annualmente dal Laboratorio Ecomusei della Regione Piemonte, la regione più attiva in campo ecomuseale e la prima a dotarsi di una legge regionale sul regolamento e finanziamento di queste realtà.



REL

La Rete Ecomusei Lombardia (REL) intende valorizzare e promuovere il patrimonio culturale dei territori ecomuseali. È un'istituzione viva, un luogo di costruzione della memoria e, soprattutto, un laboratorio di formazione e ricerca. La volontà degli ecomusei aderenti alla Rete è quella di non perdere la memoria dei luoghi che hanno profondamente segnato l'economia e la vita dei territori e delle realtà socio-culturali lombarde per portare il passato alla conoscenza dei giovani e dei visitatori di oggi. Un nuovo turismo consapevole: per gli abitanti del territorio e per gli ospiti visitatori. Quest'azione è svolta in modo coordinato, organizzata dalla rete degli ecomusei e sviluppata a livello nazionale ed internazionale per favorire l'incremento dei flussi e realizzare un interscambio di conoscenze che non limiterà i suoi benefici effetti solo al turismo e all'economia assolvendo all'importante funzione di conservare l'identità della cultura che costituisce la prima, grande ricchezza del nostro territorio e a valorizzare il legame sussidiario, naturalmente solidale, che contraddistingue gli ecomusei.

Con l'articolo 2, comma 5, della medesima legge, si pongono le basi per la creazione di una rete culturale

degli ecomusei a livello nazionale ed internazionale. La Rete Ecomusei Lombardia (REL) è una realtà giovane che nasce e cresce per volontà della comunità ecomuseali e dei singoli ecomusei lombardi che scelgono di aderirvi.

Il coinvolgimento della popolazione che vive in un territorio è di grande importanza per lo sviluppo del progetto ecomuseale, come lo è nello sviluppo della rete.

La rete degli ecomusei nasce proprio da questa vocazione, della necessità di un rapporto diretto e un contatto continuo con i siti ecomuseali, con gli enti pubblici, i soggetti privati e la Regione Lombardia. La rete è, infatti, il principale punto d'incontro tra il mondo degli ecomusei e la Regione Lombardia, svolge un ruolo di partenariato con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per le piccole realtà locali.

La Rete Ecomusei Lombardia ha l'obiettivo di sviluppare relazioni tra gli ecomusei per attuare programmi condivisi di crescita socio-economica basati sul concetto di sviluppo sostenibile e sul principio di sussidiarietà.

Una sorta di "distretto culturale ecomuseale" diffuso sul territorio regionale, capace di valorizzare e promuovere il patrimonio culturale ed umano dei territori ecomuseali, anche ai sensi della nuova L.R. 23 ottobre 2008 n. 27 per la valorizzazione del patrimonio culturale immateriale, in collaborazione con l'Archivio di etnografia e storia sociale - AESS ed in concorso con altri soggetti privati e pubblici.

La Rete è un'istituzione viva, fatta dalle persone e per le persone, un luogo di cooperazione tra ecomusei e un laboratorio di ricerca e formazione che collabora strettamente con la Regione Lombardia. (REL)



- 1 Ecomuseo delle Orobie La "Strada Verde"
- 2 Ecomuseo Valle Imagna
- 3 Ecomuseo Valle Seriana
- 4 Ecomuseo Val Taleggio
- 5 Ecomuseo di Valtorta
- 6 Ecomuseo degli Alberi del Pane
- 7 Ecomuseo Concarena
- 8 Ecomuseo della Valle delle Cartiere
- 9 Ecomuseo del Vaso Ré e della Valle d. Magli
- 10 Ecomuseo di Valle Trompia
- 11 Il territorio come Ecomuseo
- 12 Ecomuseo delle Grigne
- 13 Ecomuseo Val San Martino
- 14 Ecomuseo Valli Oglio Chiese
- 15 Ecomuseo Adda di Leonardo
- 16 Ecomuseo dell'Est Ticino
- 17 Ecomuseo di Nova Milanese
- 18 Ecomuseo del Paesaggio di Parabiago
- 19 Ecomuseo Il Grano in Erba
- 20 Ecomuseo Miniera della Bagnada
- 21 Ecomuseo delle Terrazze Retiche
- 22 Ecomuseo Valle del Bitto di Albaredo
- 23 Ecomuseo della Valgerola
- 24 Ecomuseo Val Fabiolo

16 riconosciuti dalla regione

8 non ancora riconosciuti

Incontri diretti

I casi studio presentati sono frutto di un'esperienza diretta di contatto e visita: infatti ho personalmente preso parte agli incontri di confronto effettuati per conoscere a fondo scopi e tecniche utilizzati da queste due realtà, affini per molti versi all'approccio previsto per la costituzione dell'Ecomuseo di Settimo Milanese.



E.U.T.

L'Ecomuseo Urbano Torino è un museo che si identifica con un contesto sociale, un ambiente e una storia collettiva, o meglio con la somma delle tante memorie della Torino del Novecento, in cui i cittadini sono i protagonisti delle attività museali: non più solo i destinatari delle proposte, ma, a diversi gradi e livelli di impegno, attori di interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, materiale, costituito da architetture, monumenti, cimeli, o intangibile, fatto di memorie e testimonianze dirette.

E' un museo-processo, che si propone di essere il luogo di raccolta delle interpretazioni sulla storia della città per scoprire insieme agli abitanti le identità della Torino contemporanea. Non è solo un museo del passato e della memoria, è soprattutto un laboratorio per leggere la dimensione del contemporaneo e per costruire un futuro condiviso.

Coinvolge l'intero territorio urbano, attraverso le 10 Circoscrizioni, che ospitano un loro Centro di Interpretazione e Documentazione Storica.

Una rete che collabora per la definizione di un progetto più allargato in grado di definire un'identità diffusa che fa della città piemontese l'avamposto italiano per lo sviluppo di progetti del genere.

Punto di riferimento dell'Ecomuseo sono i Centri d'Interpretazione, che hanno funzioni di antenne museali sul territorio. Sono spazi fisici di prima interpretazione, ma anche luoghi di incontro, sedi per mostre temporanee. Sono luoghi per documentarsi sul passato e sul presente. Intorno ai Centri di Interpretazione ruotano le attività di conoscenza e tutela attiva del patrimonio, promossi dai Centri di Documentazione Storica Locale, dalle Associazioni, dalle Scuole, dai gruppi di ricerca e coordinate dall'Ecomuseo della Circoscrizione.



E.U.M.M.

L'idea di costituire un Ecomuseo Urbano Metropolitan a Niguarda nasce dall'incontro tra l'associazione Tramemetropolitane e il Consiglio di Zona 9, che hanno trovato nel supporto della Cooperativa Edificatrice di Niguarda la possibilità di veder avviato il percorso. La presentazione del progetto avviene il 20 gennaio 2008, in via Ornato 7, con un incontro pubblico seguito da un discreto numero di persone. Durante l'incontro viene anche presentato un breve video dove la voce degli stessi abitanti di Niguarda fa da presentazione al quartiere ed alla sua storia.

Niguarda è ora un quartiere periferico di Milano, ma è stato fino agli inizi del Novecento un paese agricolo della cinta urbana che l'industrializzazione del dopoguerra ha trasformato velocemente in quartiere operaio. Queste sue radici sono presenti ancora oggi nel tessuto urbano e sociale della zona.

L'Ecomuseo Urbano di Milano è un progetto che mira a valorizzare il patrimonio materiale e immateriale attraverso un percorso di ricerca sulla memoria, sulla storia locale e su ciò che di tutto questo è ancora riconoscibile sul territorio. Un progetto da realizzarsi con il contributo di tutti gli abitanti e i soggetti del quartiere interessati a conoscere e riflettere sulle trasformazioni del territorio che vivono, per conoscere la storia dei luoghi del quotidiano e avere maggior consapevolezza delle scelte che li riguardano. Tramemetropolitane coordina il progetto, una sperimentazione resa possibile dall'intelligenza e dal sostegno del Consiglio di Zona 9 e grazie al fondamentale supporto della Società Edificatrice Niguarda.

Il progetto ha un orizzonte aperto e matura con la diffusione della consapevolezza del suo valore tra i cittadini, che sono chiamati a prenderne parte e utilizzarne le potenzialità.

Analisi.Ricerca

Origini di un concetto L'ecomuseo urbano e Casi Studio

Che cos'è un ecomuseo urbano?

È un progetto teso a valorizzare il patrimonio materiale e immateriale attraverso un percorso di ricerca sulla memoria, sulla storia locale e su ciò che di tutto questo è ancora riconoscibile sul territorio. Un progetto da realizzarsi con il contributo attivo della cittadinanza che è il primo e più prezioso patrimonio dell'ecomuseo urbano. Non perché si disdegnino edifici storici, opere d'arte o ambienti naturali, tutt'altro, ma perché, la conoscenza e la difesa di questi tesori passa attraverso il vissuto di ogni singolo individuo e quindi attraverso la raccolta e l'interpretazione di memorie, saperi e tradizioni orali indispensabili a preservare e in molti casi a rifondare una cultura della tutela. Ecco allora che l'ecomuseo consente di sperimentare nuove forme di tutela partecipata dei beni presenti sul territorio, significativi per la storia locale e il tessuto sociale del quartiere. Ovvero di quel patrimonio diffuso di vite, conoscenze e paesaggio urbano non ancora del tutto scritto e codificato.

Così come nei musei classici vengono esposte opere d'arte o d'ingegno, in un Ecomuseo Urbano viene "esposta" la Comunità locale, intesa come territorio, edifici e soprattutto abitanti, con le loro storie e i loro legami sociali. Più che "esposta" dovremmo dire che è la stessa comunità locale che si espone e che "aggiunge e aggiorna nuovo materiale in un processo continuo" fino a poter considerare l'Ecomuseo un "museo d'identità"; questo con lo scopo di rinsaldare i legami tra le persone e di spingere gli abitanti a prendersi cura e a "progettare" il territorio in cui vive. La differenza fondamentale tra un museo e un ecomuseo sta nel concepire il territorio e la sua comunità come il proprio contenuto, espressione di una visione culturale da

rappresentare e valorizzare non solo per conservare il passato, ma per trasmettere al presente e al futuro gli elementi che caratterizzano l'unicità di quel territorio e di quel gruppo di persone che lo abitano.

"L'ecomuseo propone una visione globale e senza rotture tra l'uomo e il contesto ambientale, paesaggistico e culturale nel quale vive, invitando la comunità di cui è al servizio ad agire e a contribuire al suo proprio sviluppo"

L'Ecomuseo Urbano vuole portare questi principi in città e spesso si occupa di trasformazione urbanistica e sociale, uso degli spazi privati e pubblici, presenza di nuovi gruppi di popolazione, perdita dei legami e nascita di nuove forme di vita urbana. (Tramemetropolitane)

L'ecomuseo urbano si configura come una rete di luoghi e persone. In questo senso non è un semplice contenitore ma piuttosto un sistema aperto di relazioni. Centro di documentazione sulle culture locali, sulla storia del patrimonio di quartiere.

Attori istituzionali e collettivi diversamente posizionati e portatori di interessi e progetti: scuole, biblioteche, associazioni culturali, sportive, imprese, cooperative. Obiettivi comuni: migliorare la qualità della vita nel quartiere assumendo il territorio come spazio di investimento conoscitivo e affettivo, documentare storie da dibattere e condividere creando per i residenti luoghi di socialità, contrastare la crescente frammentazione e dispersione migliorando la capacità di comprensione, riconoscimento e azione sociale nel luogo di vita.

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

(Ecomuseo Val Gerola)

Sintesi.Ricerca

**Ecomusei
Modelli in evoluzione**

Tirando le somme di una ricerca che si è mossa sia con un'attenzione temporale-evolutiva del panorama ecomuseale, soprattutto italiano e lombardo, sia con un focus incentrato sui casi studio più inerenti al territorio di Settimo Milanese, come gli ecomusei urbani, è stato possibile rendersi conto di quanto sia difficile inquadrare un modello unitario di progettazione per il raggiungimento di risultati soddisfacenti e completamente allineati con le caratteristiche che un ecomuseo deve avere per essere definito tale.

Risultano fondamentali concetti e attività come la partecipazione, la didattica, la fruizione di siti rilevanti, le attività proposte dalle associazioni, la comunicazione diffusa, la ricerca e la tutela del territorio.

Ma allo stesso tempo stanno acquisendo una sempre maggiore rilevanza attività ecomuseali da intendere come tutte quelle azioni che si incentrano verso uno sviluppo sostenibile e alla creazione di nuovi comportamenti ed atteggiamenti, riferiti al territorio: un panorama di interventi che non rientrano solo in campo ecomuseale, ma si rifanno a concetti come la qualità della vita, il concetto di identità e di patrimonio.

In questi ambiti la progettualità del Design dei Servizi può essere di fondamentale contributo, proponendo metodologie per il raggiungimento di scopi comunitari attraverso l'innovazione e le nuove proposte, di progetti pilota in grado di far partire la "macchina ecomuseale".

Modelli come la progettazione partecipata, possono essere ampliati ed evoluti, portando queste tecniche in ambiti che non si limitano ai piani di governo del territorio o ad interventi urbanistici, ma in grado sia di generare risultati utili alla comunità e al tempo stesso di diffondere il progetto a fasce di popolazione sempre differenti.

Il designer non si deve porre come un agente esterno, estraneo ai processi evolutivi che hanno definito l'identità stessa del territorio, ma si deve inserire, in sintonia e umiltà, all'interno dei network che già compongono l'area di interesse.

Mitigare le personalità e i confronti, supportandoli con conoscenze tecniche: un territorio vivo è sicuramente un territorio che presenta all'interno una quasi infinita molteplicità di attori, con pareri e proposte che molto spesso non collimano, tralasciando le motivazioni politiche. E' qui che il designer può avere l'abilità di percepire lo scenario e sviluppare una mappatura dei know how e delle risorse per una successiva pianificazione degli interventi.

Quindi l'ecomuseo, nell'accezione canonica del termine, risulta ormai obsoleto e limitato ad una rappresentazione etnografica e storica: deve assolutamente avvalersi di nuove progettualità, nuove figure, nuove azioni, che sviluppino progetti attenti soprattutto al futuro. Le nuove generazioni devono ricevere il testimone dagli usuali attori locali, spesso di età avanzata, per attualizzare un concetto che rischia di fossilizzarsi in ermetismi e forzature di identità locali spesso inesistenti.

Nelle pagine successive vengono affrontati temi che non possono essere scissi da quello ecomuseale: il concetto di welfare, di percezione del benessere, di territorio e patrimonio, il ruolo del designer per lo sviluppo locale, la progettazione partecipata. Elementi che legano l'ambito ecomuseale con il Design dei Servizi, necessari per lo sviluppo di un progetto pilota in grado di portare Settimo Milanese all'interno della rete lombarda entro 3 anni, con un programma di attività stimolanti e partecipate.

***Analisi di concetti chiave per le attitudini di un Ecomuseo:
welfare, territorio e patrimonio locale, partecipazione e identità,
designer e sviluppo sostenibile.***

***Ambiti intrinseci in una progettazione che parte del territorio
e si muove attraverso la sua popolazione.***

Lo Stato sociale è un sistema che si propone di fornire servizi e garantire diritti considerati essenziali per un tenore di vita accettabile:
Assistenza sanitaria.
Pubblica istruzione.
Indennità di disoccupazione, sussidi familiari, in caso di accertato stato di povertà o bisogno.
Accesso alle risorse culturali (biblioteche, musei, tempo libero).
Assistenza d'invalidità e di vecchiaia.
Difesa dell'ambiente naturale.

Questi servizi gravano sui conti pubblici in quanto richiedono ingenti risorse finanziarie, le quali provengono in buona parte dal prelievo fiscale che ha, nei Paesi democratici, un sistema di tassazione progressivo in cui l'imposta cresce più che proporzionalmente al crescere del reddito.

Il tema del welfare avrebbe bisogno di una approfondita analisi. Il welfare è un sistema sociale che vuole garantire a tutti i cittadini un livello minimo di reddito e la fruizione dei servizi sociali ritenuti indispensabili. E' diventato una esigenza primaria da quando la liberalizzazione del mercato ha creato più povertà ai poveri e più ricchezza ai ricchi. Purtroppo, è un tema che non viene mai affrontato globalmente e in maniera risolutiva. Questo tipo di globalizzazione feroce, senza quelle politiche che sappiano cautelare il lavoro, inteso come produzione di beni, è certamente a favore degli speculatori del mercato. Purtroppo, bisogna anche ammettere che in qualche modo noi siamo partecipi di questa distorsiva speculazione, perchè se anche noi piccoli risparmiatori investiamo in azioni o obbligazioni per guadagnare qualche percentuale di interesse, o acquistiamo prodotti che hanno solo la caratteristica di costare di meno, siamo complici dei poteri finanziari, che con questi capitali poi sfruttano le delocalizzazioni, trovare quei paesi che permettono di produrre con costi bassissimi il lavoro, e quindi creano la guerra tra i poveri. L'errore del popolo, appartenente al basso e medio ceto economico, è quello di non saper prendere di petto la questione sociale, imponendosi alla politica per far cambiare le regole del welfare in favore dei più deboli che sono la maggioranza della popolazione, perchè non ha la capacità di distinguere il suo bene e il suo male. Lascia che le questioni che interessano la propria vita vengono gestite da professionisti della politica, facendosi illudere che dando un voto di preferenza ad un partito invece che ad un altro, si possano risolvere i problemi nel giro di qualche anno. Non sapendo, invece, che le proprie questioni le deve risolvere non delegando, ma partecipando attivamente alla vita politica e sociale in maniera diretta, facendo pesare le scelte condivise, e unitariamente portarle a soluzione.
(Raffaele Innato, 2010)

Broken Window Theory

Nel 1982 i criminologi James Q. Wilson e George Kelling pubblicano un articolo dal titolo Broken Window Theory (Teoria della finestra rotta). Secondo tale teorizzazione, non punire piccole trasgressioni può generare fenomeni di emulazione che portano a spirali di violenza più gravi. L'idea nasce, appunto, dall'esempio della finestra rotta: se qualcuno rompe una finestra di un edificio e non viene aggiustata, sostengono i due studiosi, si diffonde in chi la vede l'idea che l'edificio sia abbandonato o lasciato senza cura, attraendo presto altri teppisti nel rompere le altre finestre e generando altri fenomeni di violenza contro la proprietà. Questa formulazione, applicabile anche ad altri fenomeni di teppismo urbano, è stato adottato da diverse municipalità americane come modalità di gestione del territorio e prevenzione del crimine contro le proprietà.

Sono innumerevoli i casi riscontrabili in cui i comportamenti umani risultano direttamente collegati all'ambiente che li circonda, e come l'ambiente influenzi i comportamenti stessi:

"I ricercatori hanno attaccato dei volantini ai manubri di alcune biciclette parcheggiate in un vicolo dai muri puliti nel quale era presente un cartello che vietava i graffiti. Nel vicolo non c'erano cestini per i rifiuti. Hanno quindi osservato, senza farsi vedere, quanti ciclisti gettavano i volantini per terra o li poggiavano su altre bici piuttosto che conservarli e portarli con sé per buttarli da qualche altra parte in un secondo momento. Il giorno dopo hanno condotto la stessa osservazione nello stesso posto alle medesime condizioni, con la differenza che sui muri, durante la notte, erano stati disegnati dei graffiti. Alcuni di essi erano semplici scritte, altri erano più elaborati e potevano essere percepiti più come "arte" che come violazione delle norme. I risultati sono stati eloquenti: quando c'era il cartello di divieto e il muro lido solo un terzo dei ciclisti gettava via il volantino o lo poggiava su un'altra bici, ma quando i graffiti erano presenti sui muri lo faceva più dei due terzi dei ciclisti."

Il dibattito sulla qualità di vita è antico. Già Aristotele, per esempio, lo ha trattato nell'Etica Nicomachea usando il concetto di eudaimonia, che in greco significa "buon spirito" o felicità. Anche Platone ha dedicato vari anni della sua vita a organizzare praticamente il governo e la città perfetta. Ai due filosofi greci si sono poi aggiunti lungo i secoli numerosi altri filosofi, religiosi, sociologi che si sono cimentati a descrivere in dettaglio gli elementi necessari per una comunità felice. Oggi il concetto di qualità di vita è strettamente correlato ai termini "vivibile" e "vivibilità", riferiti all'ambiente economico-sociale più o meno desiderabile di una cittadina, di una metropoli o di un Paese. Questi termini sono ormai entrati a far parte del linguaggio comune. In molte nazioni ci sono oggi agenzie specializzate che periodicamente pubblicano graduatorie delle città più vivibili. In Italia Legambiente pubblica ogni anno l'elenco delle città italiane con più o meno alta qualità di vita o vivibilità.

Benessere percepito e qualità della vita: quali sono gli elementi concreti che consentono di valutare questi parametri?

Per quanto riguarda il concetto di qualità della vita (QoI), oggi sotto analisi più che mai, sono ormai diversi gli enti che provano a dettare i giusti parametri per la definizione di questo concetto, in grado di definire in cui un individuo vive in una determinata città. I sei "indicatori", con i vari parametri utilizzati, sono:

-Tenore di vita: Ricchezza prodotta, Risparmi allo sportello, Consumi della famiglia, L'abitazione, L'imposta sugli immobili.

_Affari e Lavoro: Spirito d'iniziativa, Chi apre e chi si ritira, Alla ricerca di un posto, Giovani occupati, Prestiti alle imprese, Debiti non pagati.

_Servizi, Ambiente e Salute: Presenza di infrastrutture, Pagella ecologica, Clima, Sanità, Educazione, Velocità della Giustizia.

_Ordine Pubblico: Criminalità, Rischi in strada, Situazione delle carceri.

_Popolazione: Densità demografica, Livello immigrazione/emigrazione, Rapporto giovani/anziani, Investimento in formazione, stranieri.

_Tempo libero: Intrattenimento, Arte, Cinema, Cultura, Gusto, Sport.

Citando Niero in "Qualità della vita e della salute", il concetto stesso di qualità della vita può essere tradotto e messo in relazione con il concetto di "felicità" e le domande che ne possono derivare potrebbero indicativamente essere:

- quale il livello di felicità raggiunto?
- quale quello raggiungibile?
- come vivo nei miei luoghi di vita e di lavoro?
- sto bene con me stesso e con gli altri?

Risulta chiaro che il livello di qualità della vita percepito si arricchisce quindi di elementi sociali e sociologici in grado di rivalutare e implementare i risultati della mera analisi statistica riportata sopra.

Entra quindi preponderante nel discorso il concetto di democratizzazione delle scelte, di democrazia partecipata e deliberativa, dove l'uomo, il singolo, può ancora partecipare alle scelte, in questo caso socio/territoriali, atte a migliorare il proprio livello di benessere percepito.

La qualità di vita o "benessere" della popolazione di una comunità, città o nazione, è un argomento importante in economia, scienze politiche e sociologia. Quando una città ha una buona qualità di vita, significa che la maggioranza della sua popolazione può fruire di una serie di vantaggi politici, economici e sociali che le permettono di sviluppare con discreta facilità le proprie potenzialità umane e condurre una vita relativamente serena e soddisfatta. Si misura per mezzo di numerosi indicatori economici e sociali. Gli indici economici sono abbastanza facilmente misurabili. Invece, gli indicatori sociali, quali ad esempio la sicurezza dal crimine, la sperequazione sociale, la libertà politica, la salute fisica, l'accesso all'istruzione, l'inquinamento e altri simili, sono più difficili da misurare. Questo fatto ha creato uno squilibrio tra la due categorie di indicatori, con il risultato che gli specialisti hanno elaborato criteri standard di quantificazione per gli aspetti economici, ma hanno avuto difficoltà ad accordarsi su come misurare gli altri e a stabilirne la percentuale di importanza reciproca.

Caratteristica

musei in situ
interdisciplinarietà
comunità locale
non pubblico
territorio come oggetto

Tipo

museografia
museografia
museologia
museologia
museologia

Ambito peculiare

anche per altri musei
anche per altri musei
anche per altri musei
anche per altri musei
ecomusei

Maurizio Maggi dà una propria analisi del mondo museale: i primi due punti sono caratteristiche museografiche non peculiari degli ecomusei, ma rintracciabili in altri tipi di istituzioni sia per necessità oggettive, per esempio difficoltà a trasportare da un sito al museo i reperti più delicati di qui la nascita dell'interpretazione in situ oppure di antenne periferiche esterne alla sede principale del museo, o invece per scelte di politica museografia più innovativa che permettesse una più ampia completezza di informazioni, di qui la nascita dell'uso dell'informatica nell'aiutare e valorizzare la fruizione dei beni. Anche l'attenzione al pubblico non pare essere tipica solo degli ecomusei dato che negli ultimi decenni sembra essere diventata una prerogativa di molti musei

che hanno scelto di adottare politiche innovative. Quello che rimane, come elemento caratterizzante forte degli ecomusei è il legame con il territorio tanto da poterli definire "i musei del territorio o del patrimonio territoriale". Il territorio musealizzato non è il semplicemente il paesaggio storico o naturale, ma l'insieme delle attività sociali, economiche che hanno caratterizzato la comunità di abitanti. E' l'insieme delle tradizioni e dei valori della collettività, è il teatro delle testimonianze archeologiche e storico artistiche che lo differenziano dagli altri. Ordinando la sintesi, dunque, potremmo dire che un'organizzazione museale può dirsi ecomuseo se è nata spontaneamente attraverso o, ancora meglio, per iniziativa della comunità locale con il fine di raccontare

e preservare la storia del territorio e della comunità stessa. Tutto questo almeno nelle originarie intenzioni di chi l'ha pensato per la prima volta e lo ha sperimentato. Si tratta di concetti recenti in continua evoluzione e quindi soggetti a interpretazioni non sempre corrette: anche nel nostro paese non tutti i musei che si dicono ecomusei rispondono alle medesime caratteristiche. Per essere precisi c'è anche da dire che probabilmente le intenzioni dei fondatori non erano quelle di creare un modello di museo esportabile in tutto il mondo, ma di rispondere a esigenze che spontaneamente provenivano dalla società civile mantenendo, quindi, un margine di libertà nell'interpretazione dei concetti museologici tale da portare a libere forme di espressione anche nella valorizzazione del patrimonio.

Se infatti, gli ecomusei sono musei del territorio è evidente che ognuno risponderà alle caratteristiche del proprio patrimonio-territorio e ogni comunità userà il proprio linguaggio per narrare la propria storia e questo tipo di organizzazioni: la forza perché, meglio di altre, riesce ad avvicinare la popolazione ad esperienze alle quali generalmente non partecipa e perché consente la valorizzazione di un intero territorio coniugando il patrimonio culturale con quello economico e sociale, il limite perché non avendo una storia consolidata alle spalle da cui attingere esperienze e modelli si presta a interpretazioni di chi, solitamente le amministrazioni pubbliche, la adotta come forma museale non conoscendone le caratteristiche e quindi non sfruttandone le potenzialità.

L'idea di sviluppo locale è oggi al centro di qualunque ipotesi di crescita e competitività territoriale: la dimensione del "locale" acquista nuovo vigore perché è il "territorio" ad assumere nuova centralità nel contesto delle dinamiche produttive e sociali, individuando un'idea-forza che funga da traino per tutte le iniziative di sviluppo. Quest'azione di inevitabile gerarchizzazione di interessi parte, ovviamente, dalla capacità locale di mettere a frutto le potenzialità che il territorio stesso offre, dimostrando come una risorsa locale, o un sistema integrato di risorse, se adeguatamente fruito, possa costituire un'occasione imperdibile di crescita.

Il milieu, insieme ai luoghi, agli ambienti insediativi, ai sistemi ambientali, diviene l'ambito privilegiato della trasformazione del paradigma analitico: "dalla descrizione funzionale dello spazio alla descrizione identitaria" (Magnaghi, 2000).

In questo processo di ri-valorizzazione dei luoghi, di restituzione ai luoghi della loro valenza identitaria, di riscoperta autentica della cultura locale, il concetto di patrimonio culturale ha vissuto come un affrancamento progressivo dai valori estetici e come un altrettanto progressivo allargamento a quelli sociali, includendo aspetti immateriali o virtuali.

Maggi sostiene che il processo ha conosciuto tre fasi: la prima, consistente nell'inclusione di oggetti considerati popolari nell'ambito delle collezioni della museografia colta; la seconda ha preso in considerazione il territorio fisico e le sue tradizioni linguistiche; nella terza, infine, si è giunti a considerare gli elementi immateriali come elementi di contesto fondamentali del patrimonio museale tradizionalmente inteso.

Hugues de Varine distingue fra beni materiali e beni virtuali. I primi consistono in tutto ciò che esiste, a due o tre dimensioni, sul territorio e in seno alla

comunità, può essere utilizzato per la formazione sociale, per l'osservazione, la conoscenza del milieu, l'analisi, l'apprendimento, il consumo, la gestione della tecnica, l'identità, la conoscenza del passato. I beni virtuali sono «la memoria, la tradizione orale, i costumi, le particolarità linguistiche, che fanno appello all'immaginazione, alla sensibilità, che illustrano le differenze fra i diversi individui e gruppi e permettono loro di avere interazioni e cooperazioni.

Strumento privilegiato per esaltare le potenzialità del territorio e proporre un modello condiviso di ipotesi raticabile di sviluppo è, appunto, l'ecomuseo: non affermazione aprioristica di dimensione "localistica" intesa come difesa a tutti i costi da parte di una comunità radicata su un territorio, quanto, piuttosto, nuovo parametro di sviluppo "locale" che esalta le peculiarità di un luogo, del suo milieu.

Nello scenario contemporaneo, nel quale si fronteggiano "global" e "local", la terza via del "glocal" (Roland Robertson 1992) apre uno spazio al riconoscimento e alla rappresentazione di quelle esperienze che non si caratterizzano per un gretto localismo autoreferenziale, ma sanno aprirsi, sicure di sé, al confronto come processo di evoluzione della comunità.

Infatti, requisito costitutivo degli ecomusei è il radicamento nel territorio: non è pensabile lo sviluppo di un qualunque progetto ecomuseale se non espressione di specifiche forme di territorialità. L'ecomuseo diviene, quindi, parte fondante della progettualità e dell'iniziativa dei sistemi locali di sviluppo territoriale. Proprio per queste sue specificità, l'ecomuseo fa diretto riferimento al sistema complesso di risorse naturali, culturali e paesaggistiche delle singole realtà locali. Questo implica un rapporto privilegiato con le diverse forme di conoscenza, interpretazione e conservazione

innovativa delle risorse stesse, in particolare con le forme istituzionali di protezione di contesti naturali di pregio (parchi ed aree protette).

La grande aspettativa che si registra intorno all'offerta e alla fruizione del patrimonio locale è, d'altronde, ben evidente. Si tratta di un fenomeno che riguarda in misura sempre crescente anche le amministrazioni pubbliche e i cittadini: l'aumento del dato numerico riferito alle iniziative ecomuseali segue in Italia un percorso già sperimentato in Francia e, secondo gli studiosi, rende plausibile la previsione di un raddoppio del numero degli ecomusei o esperimenti simili nel nostro Paese in un breve periodo. Il fenomeno si iscrive nel ventaglio della concorrenza fra istituzioni culturali sul mercato del tempo libero, in pieno sviluppo.

Condizione indispensabile per emergere in questo panorama è l'emissione di messaggi che siano non solo di interesse per il pubblico, ma anche facilmente distinguibili dagli altri ed interpretabili chiaramente. In uno scenario che registra molte iniziative ambientali, che fanno appello all'immaginazione, alla sensibilità, che illustrano le differenze fra i diversi individui e gruppi e permettono loro di turistiche, didattiche, culturali, affollarsi in un ambito percepito dal pubblico come unitario, l'elemento che diviene rilevante per l'ecomuseo è distinguere la propria offerta come condizione indispensabile per rendere comprensibile il proprio messaggio e dunque efficace la propria azione.

Un ecomuseo che, quindi, sviluppa il suo processo evolutivo dal territorio, inteso come patrimonio locale diffuso, e si muove verso una propria evoluzione personale, per scopi e caratteristiche, necessariamente differente da analoghe realtà: ogni ecomuseo è diverso dagli altri, e in questa diversità sta l'identità del

Identità

“Qualificazione di una persona,
di un luogo, di una cosa,
per cui essa è tale e non altra”

Partecipazione

“Attiva presenza ad un avvenimento
che interessa una cerchia
più o meno ampia di persone”

Tem

L'identità è partecipazione
Attività e coesione

La voglia di rendere l'ambiente cittadino più vivibile e a portata di tutti riporta l'attenzione a casi che stanno, oggi, richiamando un'attenzione planetaria, forti di carica innovativa e creativa: il Guerrilla Gardening e la Guerrilla Art. In questi casi l'iniziativa del singolo è totalmente devoluta al bene comune, con interventi mirati alla riqualificazione di aree degradate o prive di interesse. Un modello propulsivo dal basso, in contrasto con i piani di riqualificazione di enti ed istituzioni spesso incapaci di dare una reale risposta a necessità territoriali problematiche.

Critical City e Milan Street Museum sono entrambi progetti che testimoniano la voglia di riprendersi la città tramite azioni spontaneo/creative, in totale contrasto con le politiche di urbanizzazione che vedono nei centri commerciali una risposta al vivere il proprio territorio. Il benessere che percepisco dal luogo dove vivo non può dipendere dal fatto che ora sotto casa posso trovare una multisala o un negozio H&M, e nemmeno uno spazio espositivo che vive dalle 8,00 alle 19,30. Interventi che possono apparire come “stupri”, non interessati ad un rapporto di continuità col territorio, ma semplicemente catalizzatori di interesse per un orario prestabilito, senza portare una reale rinascita di quelle aree.

Realtà milanesi, come nel caso del complesso Monte Amiata, dimostrano che una partecipazione collettiva agli spazi è possibile, e in grado di portare benessere: le testimonianze entusiaste di nuovi giovani inquilini all'interno del complesso residenziale ne sono la prova.

Costruito nel 1967 nel quartiere Gallaratese per sopperire alla grande richiesta di abitazioni, riesce da subito a realizzare l'utopia di ambiente ospitale e relazionale che gli architetti ipotizzavano ogni qual volta realizzavano progetti di questa dimensione e densità abitativa. Il complesso è stato da subito percepito dagli inquilini come una città nella città, in cui instaurare rapporti e vivere in modo partecipato e collaborativo sia nei confronti dell'ambiente che degli altri.

La “città nella città” riutilizza la propria spazzatura per il riscaldamento del complesso, ha un parco interno, infiniti parcheggi gratuiti, zone ricreative... ma soprattutto è ospitale: grandi spazi architettonici coloratissimi mitigano le aree residenziali.

Il risultato? Una convivenza sociale unica nel suo genere, dove le vecchine chiacchierano nei corridoi con la porta di casa aperta, i bambini giocano e chi ha una qualche abilità specifica la mette a disposizione degli altri, dai piccoli problemi domestici alle consulenze matrimoniali.

“La mattina hai il sifone rotto. Lasci la chiave di casa al portiere e la sera, quando torni, il sifone è aggiustato. In caso di sostituzione del pezzo, il portiere lascia un foglietto con segnati i soldi da dare.”
(Giulio, a Monte Amiata dal 2005).

Le identità collettive tradizionali si dissolvono, e la formazione di nuove è incerta. Anche l'identità sociale attribuita ai luoghi, quartieri e città, viene ridefinita.

Gli stessi spazi urbani non appaiono più definiti per sempre, scritti nella pietra. Al contrario risultano mutevoli per natura: piuttosto che essere degli spazi, diventano progressivamente dei luoghi. E' interessante anche il concetto inverso che dalla costruzione sociale del luogo conduce alla formazione delle identità sociali. In un'epoca di migrazioni e identità liquide, il riferimento a spazi e riferimenti comuni contribuisce al reciproco adattamento di nuove popolazioni e vecchi simboli. (Giancarlo Paba 1998)

La coesione sociale e la formazione delle identità sono esempi di problemi attuali e diffusi: la sparizione sociale è dietro l'angolo, l'identità “locale” è minacciata da un modello di individualità carente di processi integrativi e interattivi.

Considerare la prossimità come un vincolo rafforzante è un errore: in questo caso assemblare, unire, unificare con processi urbanistici, risulta il più delle volte fallimentare. Imponendo interazioni si ha il risultato di vedere aree sovrautilizzate in alcuni momenti della giornata, mentre in altri momenti paiono desolate e prive di funzione: le grandi aree commerciali, i quartieri ad alta densità abitativa.

L'interazione si genera tramite altri processi, dove l'impatto dell'attivismo, spesso frutto dell'impegno dei singoli, è fondamentale ad incrementare o a generare nuove pratiche di coesione adatte ad incrementare il livello di proposte, di processi evoluti di elaborazione collettiva, che hanno come prima espressione la

visibilità. L'agire collettivo crea nuove identità, nuove risorse e beni comuni, senza una pre-programmazione stabilita e chiara.

Nuovi network spontanei e attenti al territorio che li rappresenta: localizzare nuove identità e definirle all'interno degli spazi che si sono prestati per la loro costituzione, che ne hanno generato gli scenari di progetto. Spazi prova, laboratori dove sperimentare, attuare, concretizzare le proposte che lo stesso territorio genera, senza imposizioni dall'alto di carattere speculativo o nozionistico.

Attraverso lo studio delle pratiche si può affrontare anche la formazione dell'identità sociale.

L'identità dei luoghi è un prodotto sociale, che si costruisce ineluttabilmente.

La “concentrazione” e i “confini” sono due tipiche nozioni “costruite” dagli abitanti in un processo di elaborazione collettiva.

Queste identità sono un prodotto vulnerabile ma resistente: a mutamenti, ricostruzioni, falsificazioni, all'omogeneizzazione strisciante della globalizzazione culturale, alle impossibili fondazioni delle dottrine che proclamano un “autentico” storico e come conseguenza ne minano dall'interno la permanenza. (Marco Creamaschi 2008).

La pluralità di azioni, fattori, pratiche datate allo scopo condiviso latente di una creazione d'identità: le tradizioni e la memoria come base dove evolvere il proprio futuro. Un futuro composto da mille sfaccettature capaci di svelarsi come tecniche utili alla collettività.

Dopo aver definito concetti che si sono rivelati fondamentali, come il ruolo del territorio e i livelli partecipativi, capaci di generare nuove forme di identità e di percezione della qualità della vita, passiamo ora ad analizzare il ruolo del designer all'interno di processi di sviluppo locale.

Si parte quindi dal territorio, elemento base della progettualità che verrà quindi analizzato e mappato a fondo: il designer ha lo scopo di identificare tutti i beni locali, che siano know-how, risorse materiali ed immateriali, in grado di definire l'identità locale.

L'azione iniziale di analisi locale e mappatura, consente da un lato di ottenere una mole considerevole di informazioni, mostrando spesso sfaccettature inaspettate e non prevedibili all'inizio del processo, dall'altro di iniziare a divulgare, tramite incontri diretti, lo svolgimento di un progetto che andrà a coinvolgere la popolazione.

Naturalmente la ricerca iniziale andrà scremata degli elementi non abbastanza forti da meritare uno spazio all'interno del progetto: saper valutare e trarre delle conclusioni solide dall'analisi effettuata.

Rielaborare, analizzare, sottolineare, valorizzare.

Il caso specifico di Settimo Milanese porta inoltre considerazioni rivolte alla governace e agli attori decisionali presenti: un progetto che parte dal volere della Giunta Comunale e si interfaccia da subito con altri attori "forti" e molto presenti, come le associazioni, vere detentrici del sapere locale.

Un'azione quindi di network, dove il designer può sviluppare la costituzione di scenari futuribili di cooperazione e confronto all'interno di un luogo che è quello, e nessun altro.

La fase di analisi si interfaccia da subito con la fase progettuale, in grado di promuovere cambiamenti e azioni adatte ad uno sviluppo sostenibile: il designer marcerà la linea della sostenibilità e della partecipazione, favorendo la creazione di una rete stabile per la creazione di un progetto dalla missione condivisa, che valorizzi le azioni dei singoli mettendole a sistema.

Un sistema "pratico" e concreto, una design community fatta di attori diversificati e specializzati su ambiti completamente diversi, che convogliano questi know how in un progetto unitario.

Il designer passa quindi dalla costruzione di un database territoriale allo sviluppo di una progettualità strategica fino ad arrivare alla costituzione di un prodotto-servizio territoriale, cioè di sistemi ed evidenze che fanno dello sviluppo locale il soggetto.

Un'approccio "creativo" a problemi quotidiani per la proposta di soluzioni innovative.

Nella pagina seguente troviamo una parte di intervista, a mio parere fondamentale, realizzata a Beatrice Villari, dottore di ricerca in Disegno Industriale e Comunicazione Visiva al Politecnico di Milano.

Si occupa di design dei servizi ed in particolare ai temi della valorizzazione territoriale. Fa parte dell'Agenzia SDI, Sistema Design Italia del Dipartimento INDACO, occupandosi delle tematiche sul sistema nazionale della ricerca in design. (Politecnico di Milano)

Quale è la connessione tra sistema del design e sistema locale?

Una volta definite le qualità del campo d'azione, è possibile tracciare alcune caratteristiche generali che contraddistinguono l'intervento a livello territoriale. Se consideriamo quindi il sistema territoriale oggetto di interesse progettuale per il design, con le caratteristiche descritte in precedenza, l'azione di design assume:

> carattere sociale: è un processo discontinuo e negoziato, per cui l'intervento sul territorio, in chiave di sviluppo sostenibile, non si configura come il risultato di una decisione imposta dall'alto bensì deriva da un processo negoziale tra parti che rappresentano interessi differenti;

> natura differente del focus progettuale: le attività progettuali possono confrontarsi con la dimensione economica e tecnico-produttiva, ampliando il campo di attività alle pratiche in campo sociale, culturale, ambientale;

> carattere negoziato: l'azione di design si colloca all'interno di un processo ampio che connette pubblico e privato e che coinvolge diversi livelli di competenze, e di soggetti istituzionali, economici, come gli stessi individui, i rappresentanti delle parti sociali;

> valenza connettiva: l'attività progettuale può essere essa stessa lo strumento per abilitare e facilitare i processi di natura creativa e progettuale e dunque la condivisione del sapere tra comunità eterogenee.

Queste caratteristiche possono essere descritte in attività concrete, e cioè in sistemi di servizi, prodotti e sistemi di comunicazione che hanno come focus progettuale il territorio nella sua complessità e nella sua traiettoria di cambiamento.

Progettare dunque un elemento di servizio o un sistema di prodotti, nell'ottica di valorizzazione territoriale, comporta un confronto con attività di natura organizzativa, negoziale, di gestione che diventano parte integrante dell'azione progettuale.

L'ipotesi da cui muove questo approccio è che il design per il territorio abbia dunque una dimensione partecipativa che ne caratterizzi le azioni, essendo attività di natura collettiva.

Quali strumenti e competenze sono coinvolte per un design per il territorio?

È chiaro che il termine design porta in sé una valenza legata alla produzione di artefatti di natura industriale, che se trasportati su un livello territoriale possono essere percepiti quali elementi di arredo urbano o comunicazione, come progetti che in un certo senso, preservando comunque una propria identità, sono complementari alla dimensione architettonica o pianificatoria. È necessario per il design accreditarsi come sistema di competenze capaci di intervenire concretamente in tali meccanismi portando un contributo che si rende evidente da un lato rispetto alla dimensione del 'come fare le cose' in termini di soluzioni concrete dall'altro intervenendo sui meccanismi di scenario e di prospettive d'azione che possano favorire i processi più ampi di sviluppo locale. Il design può assumere valenza strategica come capacità di organizzare, gestire, anticipare e prefigurare relazioni, modalità di azione, competenze da mettere a sistema, ed allo stesso tempo delineare soluzioni operative specifiche derivate da forme progettuali di natura collettiva. In questa circostanza la partecipazione diviene una forma di co-definizione del piano di progetto attraverso la cooperazione tra soggetti proponenti e destinatari. Se consideriamo inoltre gli strumenti progettuali a disposizione dei designers, possiamo individuare secondo le nostre premesse differenti categorie: strumenti di carattere metodologico/organizzativo e strumenti di progetto che supportano l'analisi delle risorse territoriali, il comunicare le informazioni, il facilitare il processo creativo, la visualizzazione delle soluzioni di progetto, la socializzazione delle attività all'interno di tutto il processo. Con l'obiettivo di introdurre innovazione a scala territoriale, favorendo dunque la connessione tra luoghi e persone, l'apprendimento continuo, la valorizzazione degli elementi materiali come anche il sapere locale, la cultura, le tradizioni, è necessario adottare un approccio che promuova una forma comunitaria di progetto in grado di agire contemporaneamente ed in modo integrato su livelli strategici, organizzativi e progettuali. (Beatrice Villari, 2010)

“persone e organizzazioni provenienti in modo combinato dal pubblico, dalle aziende, dalla società civile, che stabiliscono volontarie, mutualistiche e innovative relazioni per raggiungere obiettivi sociali comuni attraverso la combinazione delle loro risorse e competenze”

(Agenda 21)

Tem

**La progettazione partecipata
Tecniche per il raggiungimento di scopi comuni**

La progettazione partecipata affonda le sue radici nel periodo che va tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo ad opera di Patrick Geddes. Nel suo *Cities in Evolution*, Geddes teorizza uno strumento di risanamento e pianificazione della città e del territorio in maniera ecologica, generando matrici ove compaiono “luogo”, “gente” e “lavoro”. Inoltre sperimenterà diverse volte recuperi urbani partecipati, come, ad esempio, la trasformazione di un vecchio palazzo in residenze per studenti che si autogestivano.

La partecipazione esprime una volontà generale che si prefigge di attuare principi di giustizia ed equità sociale: ovvero il convincimento che i processi progettuali scaturiti attraverso la mobilitazione delle energie individuali e collettive porti alla creazione di ambienti e spazi (quartieri, vicinati, paesaggi) che sappiano meglio esprimere la “cultura” del luogo in tutti i suoi molteplici aspetti.

Queste idee sono state riprese da una ristretta cerchia di architetti e ricercatori nel corso degli anni '60 e '70, allorquando era molto forte e sentito l'aspetto politico e sociale sia nei processi di pianificazione che in quelli culturali in genere.

È attorno al consolidarsi di queste idee, soprattutto negli ultimi decenni ed in particolare in quelle nazioni dove la democrazia ha raggiunto livelli più maturi, che sono scaturiti processi di pianificazione che hanno cercato il protagonismo degli attori sociali inseguendo, al contempo, un livello più alto di efficacia operativa. La comunicazione allargata, il dialogo e la conversazione sociale, l'ascolto e l'interpretazione positiva dei bisogni individuali e collettivi hanno caratterizzato i nuovi modelli di pianificazione.

La pianificazione come sistema concreto di interazione multipla è quindi non soltanto una necessaria opzione democratica, ma anche un requisito tecnico del governo del territorio. Tuttavia la necessità di rilancio delle esperienze di partecipazione nasce anche da ragioni

più profonde e sensibili, quali, ad esempio:

_la necessità di inserire all'interno delle procedure amministrative elementi come la negoziazione, ovvero lo scambio di informazioni tra i cittadini – destinatari dei progetti – e le amministrazioni locali;

_la necessità di eliminare tutti gli elementi della “neutralità progettuale” che nella definizione dei processi di piano non sono una garanzia sufficiente al fine di ottenere scelte equilibrate e rispettose delle radici culturali locali;

_la necessità di eliminare tutti quei processi di esclusione di larghe fasce della popolazione attraverso processi di burocratizzazione e di trasparenza, contro la mancanza di rispetto degli interessi ambientali e sociali, contro le disuguaglianze di informazione e di potere.

Gli elementi che caratterizzano i processi di progettazione partecipata sono:

_la conoscenza locale nei suoi molteplici aspetti culturali ed economici rappresenta il perno dell'analisi territoriale e sociale sviluppata nei progetti di produzione sociale di città e del territorio. Alla base del processo di progetto partecipato c'è un elemento radicalmente diverso dalle pratiche canoniche di pianificazione: gli abitanti non sono più soggetti passivi sui quali “calare” un progetto sulla scorta di dati statistici che sono “asettici” e neutri nella loro “impura soggettività”. Ma essi divengono soggetti attivi nella progettazione che attraverso una conoscenza specifica dei luoghi e dei problemi, producono un sostanziale salto qualitativo;

_l'ascolto critico, il continuo scambio tra i diversi soggetti del processo progettuale delinea in modo netto i reali fabbisogni, fa emergere i bisogni taciuti, esplicita i desideri inespressi;

_gli abitanti sono persone complete e attive, sono produttori di territorio e di ambiente;

_la partecipazione è un laboratorio creativo di

comunicazione efficace (dai questionari agli ipertesti, dai plastici alle campagne fotografiche, dai video al teatro di strada, dai giornali di quartiere alle feste di vicinato e così via);

_i bambini possono essere protagonisti diretti delle nuove esperienze di partecipazione. Gli studi più recenti hanno messo in evidenza una forma di specifica competenza spaziale dei bambini, di analisi e di progetto. Il coinvolgimento delle scuole è quindi di importanza essenziale, sia come modo per incontrare l'universo dei desideri e dei bisogni dei bambini e dei ragazzi, sia come mezzo efficace per arrivare alle famiglie.

Elementi strategici nei processi di partecipazione.

_condivisione del progetto da parte di tutti i soggetti coinvolti;

_adattabilità nei modi e nei tempi; ogni progetto ha una propria peculiarità che produce risultati distinti;

_valorizzazione delle risorse locali e coinvolgimento di tutti gli attori nel processo progettuale.

Un ruolo fondamentale nel processo partecipativo è quello del facilitator, cioè è l'esperto di progettazione urbana partecipata il cui ruolo di mediazione e sostegno alle iniziative che vedono come protagonisti i cittadini, sia bambini che adulti. Il facilitatore in tale processo non ha ipotesi progettuali prestabilite; il suo progetto è un esperimento aperto a tutte le indicazioni che vengono sia dagli adulti che dai bambini; egli è parte del processo e porta, anche lui, una prospettiva (ad es.: egli rende partecipi gli altri dei principi della eco-sostenibilità). Particolare attenzione verrà data ai ragazzi, che rappresentano i futuri cittadini; diventa importante, quindi, che nel ragazzo venga promossa la capacità di essere “protagonista di cambiamenti”, attraverso attività che favoriscano le capacità di operare scelte.

La progettazione partecipata è lo strumento che potrebbe innescare processi collaborativi adatti allo sviluppo del progetto ecomuseale. Metodi specifici per la costituzione di un processo complesso che prevede la collaborazione di tutti gli attori locali.

Planning for Real

50 Planning for Real viene utilizzato dagli anni '70 come un mezzo per dare "voce" alla gente, e un'idea chiara di quello di cui la comunità locale ha bisogno ai professionisti. È uno strumento molto flessibile e può essere usato per trattare molti temi: traffico, sicurezza, condizioni del patrimonio immobiliare residenziale e miglioramento dell'ambiente sono solo alcuni di essi. "Planning for Real" è un gioco di ruolo creato e diffuso dalla Neighbourhood Initiatives Foundation, un'organizzazione no profit fondata nel 1988 da Tony Gibson con sede a Telfors, in Inghilterra.

Si tratta di uno strumento concepito per essere utilizzato all'interno di processi di pianificazione partecipata. Questi processi, il cui scopo principale è l'attivazione della comunità locale per il miglioramento del proprio ambiente, comprendono altre attività quali ad esempio il mantenimento di relazioni (visite, ecc.) con altre comunità coinvolte in processi analoghi, la partecipazione ai corsi di formazione a cura della NIF sull'uso degli strumenti da essa predisposti, la gestione dei rapporti con le autorità competenti sul territorio, ecc.

Planning for Real utilizza un semplice modello 3D come centro di attenzione perché la comunità locale proponga suggerimenti "mostrando" come un'area può essere migliorata, oppure evidenzia problemi specifici, posizionando sopra il modello delle carte con disegnate su le proposte. I suggerimenti vengono poi posti in ordine di priorità e le opzioni vengono sviscerate, in modo da far emergere un quadro chiaro di cosa si deve fare.

Lo scopo del gioco è quello di attivare la progettualità e l'autocoscienza locali, riuscendo a superare le barriere psicologiche che spesso lo impediscono, consentendo

così una maggiore chiarezza nell'individuazione dei problemi del quartiere e delle relative soluzioni da parte dei suoi abitanti ed una migliore comunicazione tra questi ultimi ed i tecnici ed i professionisti esterni. Il mezzo utilizzato è un modello in scala abbastanza grande del quartiere, che viene costruito e manipolato direttamente dagli abitanti del quartiere per effettuare le proposte. Il metodo consiste nell'utilizzare il modello ed i diversi mazzi di carte che fanno parte del pacchetto per arrivare alla formulazione di un programma sul quale si raccolga un certo consenso sia circa le cose da fare che sulla priorità delle realizzazioni.

Il vantaggio nell'utilizzo del modello è quello di disporre di un "campo neutro" dove i confronti perdono la loro connotazione personale per assumere un ruolo solo nella costruzione di una "volontà generale".

Il pacchetto "Planning for Real" comprende il materiale per la costruzione del modello, esempi di materiale pubblicitario per diffondere la conoscenza del modello nel quartiere e organizzare le riunioni, un gruppo di carte di Suggerimenti, che le persone possono usare sia per proporre attività e soluzioni ai problemi del quartiere che per dichiarare la propria posizione sulle proposte formulate da altri, ed un gruppo di carte Priorità da usare insieme ad un diagramma "Subito, Presto, Più tardi" per consentire alla comunità di quartiere di delineare la propria strategia operativa. Durante le sessioni si formano gruppi di lavoro su specifici problemi, che si avvalgono possibilmente dell'esperienza di professionisti chiamati a svolgere un ruolo consultivo. Una volta stabilito cosa si deve fare e quando si deve farlo, la comunità locale attiva le proprie risorse, e le eventuali risorse esterne disponibili, per la sua realizzazione, procedendo contemporaneamente nel processo partecipativo.

Appreciative Inquiry

È una strategia per ottenere un cambiamento partendo dal meglio di "ciò che è" e cominciare a desiderare e sognare "ciò che potrebbe essere".

È un approccio alla costruzione di percorsi partecipati che segue un'impostazione radicalmente diversa da quelle tradizionali.

L'approccio classico vuole che chi deve sviluppare un progetto si chieda innanzitutto quali siano le cause di aspetti deboli per poi definire gli obiettivi degli interventi, le strategie e le azioni necessarie per realizzarle.

Nella prima fase del laboratorio vengono individuati gli elementi di qualità presenti nel territorio e riconosciuti dalla collettività come buone pratiche di riferimento.

_ Carta delle qualità

Mette in evidenza gli elementi riconosciuti come espressione positiva dei valori locali.

Nella seconda parte si analizzano i voleri e le idee, anche irrealizzabili, proposte dalla collettività.

_ Carta dei sogni

Raccoglie i voleri e le idee per definire i possibili scenari futuri.

Nella terza parte si sviluppano le prospettive future, che tengono in considerazione le esperienze esistenti relative a successi già raggiunti e dei sogni, quindi puntano a un pieno utilizzo del potenziale esistente.

_ Carta degli obiettivi

Raccoglie gli elementi che rappresentano l'evoluzione di uno scenario futuro a partire da esperienze positive realizzate e da quello che potrebbe dovrebbe essere fatto.

Community Planning

51 I community planning weekend vengono organizzati nel fine settimana come laboratori intensivi di progettazione partecipata per creare scenari futuri. La fase di comunicazione è fondamentale: i cittadini devono sapere cosa stanno progettando tramite la formazione gruppi di lavoro su specifici problemi al fine di attivare la progettualità e la consapevolezza locali. Il team di progettazione interpreta gli indirizzi della comunità e li rende visibili.

Open Space Technology

Metodologia autorganizzativa per far lavorare insieme, su un tema complesso, gruppi in workshop di una giornata, convegni di tre giorni o riunioni settimanali di staff. Chiunque intende proporre un'idea o un tema per il quale prova sincero interesse, si alza in piedi e lo annuncia al gruppo e così facendo da un lato gli viene assegnato uno spazio nel quale incontrarsi con tutti coloro che siano interessati allo stesso tema, dall'altro si assume la responsabilità di organizzare la discussione e al termine scriverne un breve resoconto. L'intero evento è governato da una unica regola, chiamata "la legge dei due piedi": se ti accorgi che non stai imparando né contribuendo alle attività, alzati e spostati in un luogo che ritieni essere più produttivo.

Workshop Creazione Scenario

Si elaborano visioni e si propongono idee. In questo modello tutti i partecipanti sono: esperti perché membri attivi della stessa comunità locale, capaci di imparare dagli altri, cittadini e associazioni, tecnici, esperti, amministratori, imprese ed associazioni di categoria. Si parte da un'analisi delle criticità per proporre soluzioni creative un lavoro cooperativo di proposte tra i vari attori.

I casi studio presentati non sono strettamente legati ad esperienze ecomuseali, ma propongono esempi dove la creatività diffusa viene mappata e messa a sistema, oppure incentivata e applicata.



Marrai a Fura

“Marrai a Fura – sostenibilità e partecipazione” è il portale web con le news dal mondo dello sviluppo sostenibile e della progettazione partecipata.

Un sito web che segnala e dà visibilità a notizie, curiosità e appuntamenti sull'ecologia e l'ambiente, l'alimentazione sana, le energie rinnovabili, la mobilità sostenibile, l'eco-sesso, l'educazione ambientale, la comunicazione ambientale.

E ancora: buone pratiche di progettazione collaborativa, facilitazione dei gruppi e azioni dal basso, ed ampio spazio agli appuntamenti e alla formazione (convegni, corsi, master, fiere, eventi, workshop, incontri).

Marrai a Fura e tutti i progetti collaterali che il gruppo di lavoro sta sviluppando (senza scopo di lucro e a budget quasi zero), sono nati spontaneamente dalla volontà di alcuni giovani, dai profili professionali differenti ma con l'interesse comune per la cittadinanza attiva e l'ecologia.

Giovani professionisti, a cavallo dei 30 anni, che hanno deciso di dedicarsi attivamente ad un progetto sulla sostenibilità e la partecipazione di cui il portale marraiafura.com è il primo importante passo.

Marrai a Fura collabora con vari portali e testate su cui viene dato spazio ai suoi articoli. E nella prima metà del 2010 alcune notizie sono andate in onda quotidianamente nella rubrica “Radiofura” su Reset Radio, la prima web radio italiana di musica Creative Commons (No Siae). Marrai a Fura non è una testata giornalistica, ma un sito in costante aggiornamento che rilascia i propri articoli con licenza Creative Commons. Tutti possono utilizzare i materiali pubblicati, in un'ottica di collaborazione e condivisione libera e gratuita del sapere.



Dergano Officina Creativa

In una città dove si producono soprattutto idee, nel quartiere di Dergano-Bovisa è presente e attivo un discreto numero di botteghe artigiane dove il ‘fare’ segue il ‘pensare’ e si realizzano a mano opere di ceramica, di restauro, di falegnameria, di pittura, di lavorazione del metallo come di fotografia, grafica e molto altro.

Una schiera di creativi che trovano in questa periferia storica milanese il luogo ideale per i loro laboratori, showroom e officine creative, e che, riuniti, si presentano sotto il nome di D.O.C. Dergano Officina Creativa.

L'Associazione D.O.C., forma e diffonde cultura, con particolare riferimento a tutte quelle forme d'arte che nascono e si sviluppano nelle botteghe artistiche, artigiane e della creatività in genere, e promuove la diffusione e la conoscenza del mondo del ‘fare creativo’ contemporaneo in bottega.

L'Associazione crea sinergie tra le diverse realtà presenti nel quartiere di Dergano, contribuendo allo sviluppo del territorio-quartiere e promuovendone le risorse.

Attraverso le mostre, i laboratori e gli eventi proposti, non solo si intende vivere attivamente la trasformazione del quartiere, ma soprattutto si ottiene di rendere il giusto ruolo alla bottega. Spazio del ‘negotium’, e quindi del ‘non ozio’, luogo del fare, dell'accogliere e comunicare.

Tessere di un quartiere dall'identità ancora presente, dalla personalità caratteristica, a raccontare una delle tante anime di una città come Milano.



Controprogetto - Park Urka

Park-urka è un progetto nato dalla collaborazione tra il laboratorio controprogetto e l'associazione LABuat (LABoratorioUrbanoArchitetturaTaranto), promosso da Principi Attivi Giovani Idee per una Puglia Migliore e patrocinato dal Comune di Taranto.

La città vecchia di Taranto, da anni interessata da piani urbanistici e di recupero, sta vivendo un momento di forte trasformazione.

Soprattutto Largo San Gaetano, grazie al progetto Cantiere Muggese, laboratorio urbano con spazi dedicati alla creatività promosso e finanziato dal programma regionale Bollenti Spiriti che verranno inaugurati a breve, si è presentato come un cantiere vero e proprio in cui è stato possibile annusare il cambiamento. Attraverso un workshop di progettazione e costruzione partecipata con abitanti del quartiere, bambini, volontari ed artisti ha voluto esaltare questo cambiamento, reinventando lo spazio pubblico attraverso stratificazioni e accavallamenti, facendone un cantiere un po' diverso e sopra le righe, un cantiere da gioco.

Il piccolo parco giochi, realizzato in tempi di record in quattro giorni, si compone di una struttura principale a forma di grosso polipo con scivolo ed arrampicate, altalene, sedute ed un piccolo palchetto.

La realizzazione di Park-urka è stata resa possibile grazie alla collaborazione con gli abitanti del quartiere Isola-Borgo Antico.

Dopo dieci giorni dall'inizio del workshop, il parco giochi è stato ultimato ed inaugurato alla presenza delle autorità locali che hanno apprezzato l'originalità e la creatività della realizzazione.

Temi

Casi studio Territorio, identità, partecipazione



Dergano Officina Creativa

BINOMI è un progetto realizzato dall'Azienda Speciale Consortile Comuni Insieme, il Polo Culturale Insieme Groane, il Politecnico di Milano - Dipartimento Indaco, il Consorzio Cooperho e il Comune di Settimo Milanese, in collaborazione con la Regione Lombardia.

Obiettivo principale di quest'intervento è la creazione di sinergie tra la popolazione giovanile e le istituzioni locali per valorizzare al massimo i beni e le risorse del territorio Nord Ovest Milano e potenziare l'imprenditorialità creativa dei giovani del territorio.

Il progetto prevede l'attivazione di una rete di basi creative, presidi e luoghi di creatività diffusi presso varie sedi (Fabbrica Borroni di Bollate, Spazio Giovani di Garbagnate, Palazzo Granaio di Settimo Milanese, Spazio Erba Matta L'Ab di Senago, JobCaffè di Laiente, Spazio Gorizia di Baranzate), riferimento di eccellenza specialistica per alcuni ambiti di produzione creativa e culturale come la multimedialità, il design e l'arte contemporanea, i servizi e le tecnologie per la fruizione e la valorizzazione del patrimonio culturale, le nuove forme di ospitalità, la gestione e progettazione di eventi, in cui numerosi giovani dai 19 ai 25 anni, accompagnati da operatori tecnici e sociali, hanno l'opportunità di sperimentarsi nell'ideazione, progettazione, realizzazione di attività-produzioni che verranno poi presentate nell'ambito della prima Biennale Nord Ovest Milano, il 14-15-16 Maggio 2010.

La biennale è stata uno strumento per mettere in mostra le produzioni sviluppate delle basi creative presso la Fabbrica Borroni di Bollate, attraverso un allestimento interattivo sviluppato da soggetti che hanno collaborato per tutta la durata del progetto.



Analizzare il territorio preso come oggetto, Settimo Milanese, e dedurre elementi chiave. Dopo aver trattato i temi che dovrebbero caratterizzare la progettazione, l'interesse passa alle cinque aree tematiche che la Rete Ecomusei Lombardia propone per la classificazione di un Ecomuseo.

Aree tematiche

REL, Rete Ecomusei Lombardia, 2007

Itinerari paesaggistici e risorse ambientali

Ecomusei caratterizzati dalla presenza di percorsi naturalistici, di risorse ambientali e paesaggistiche di rilevanza regionale, nazionale o internazionale, dalla presenza di specie protette e siti naturalistici valorizzati e oggetto di turismo e di interesse per i visitatori.

A lato troviamo quelle che sono le caratteristiche individuate dalla Rete Ecomusei Lombardia per il riconoscimento di un ecomuseo: difatti la maggior parte degli ecomusei che costituiscono la rete, riportano almeno un paio di queste aree tematiche come caratterizzanti e fondanti. Ad esempio l'Ecomuseo Val Taleggio (prodotti tipici, architettura e itinerari paesaggistici), forte di una caratterizzazione locale tipica, presenta da subito una definizione identitaria semplice in grado di attivare il processo ecomuseale.

Architettura e giacimenti culturali

Ecomusei caratterizzati dalla presenza di beni culturali di interesse nazionale o internazionale, di architetture di prestigio, di oggetti d'arte, di musei e di giacimenti culturali legati a personaggi storici e di rilevanza internazionale.

Risulta, invece, più difficile attribuire una identità forte al comune di Settimo Milanese utilizzando i criteri proposti dal REL: infatti Settimo e non presenta caratteristiche peculiari fra le categorie proposte, anche se le risorse ambientali e paesaggistiche, unite alla partecipazione sociale, fra associazioni e cooperative, risultano fondamentali per inquadrare l'attuale.

L'indagine pratica è quindi partita con l'intenzione di andare a sviscerare gli elementi "forti" del territorio, sia tramite un'analisi dei documenti disponibili, da vari siti internet al PGT, si effettuando indagini di ogni tipo, dalle interviste ai reportage fotografici, dalla visita di archivi storici, all'utilizzo delle tecniche di progettazione partecipata.

Folklore

Ecomusei caratterizzati dalla presenza di iniziative, sagre, feste, manifestazioni culturali, e rievocazioni storiche, di rilevanza nazionale e capaci di essere punto forte di attrazione dal punto di vista comunicativo e turistico.

Prodotti tipici

Ecomusei caratterizzati dalla presenza di produzioni di eccellenza nel campo agroalimentare (in particolare rispetto a prodotti tipici con certificazioni di qualità DOP, DOC, IGT, DOCG, ecc.).

Nelle pagine seguenti troviamo un'analisi degli ambiti territoriali di maggior rilievo, contraddistinti da asterischi nel caso presentino le caratteristiche definite dal REL. Questi possono essere i fattori che andranno a definire il concept, essendo le caratteristiche in grado di identificare il territorio in un'ottica di sviluppo sostenibile.

Artigianato

Ecomusei caratterizzati dalla presenza di forme di artigianato locale, di eccellenza manifatturiera, che recuperano saperi locali legati alla tradizione storica e produttiva locale o che sfruttano particolari materiali presenti localmente.

Focus

Indagine territoriale Identità (?)

Focus

Settimo Città Gentile

*Analizzare il territorio preso come oggetto, Settimo Milanese, e dedurre gli elementi chiave.
Dopo aver trattato i temi che dovrebbero caratterizzare la progettazione, l'interesse passa alle cinque aree tematiche che la Rete Ecomusei Lombardia propone per la classificazione di un Ecomuseo.*

“Città gentile”

intesa come luogo piacevole dove abitare, dove una buona pianificazione garantisce l'accessibilità ai servizi.

“Città gentile”

nella qualità degli arredi e della manutenzione e presenza diffusa del verde urbano.

“Città gentile”

nella qualità e nell'organizzazione dello spazio pubblico non disegnato in funzione solo dei veicoli motorizzati.

“Città gentile”

nelle opportunità di mobilità: garantisce a tutti ed in tutte le condizioni la possibilità di muoversi piacevolmente.

“Città gentile”

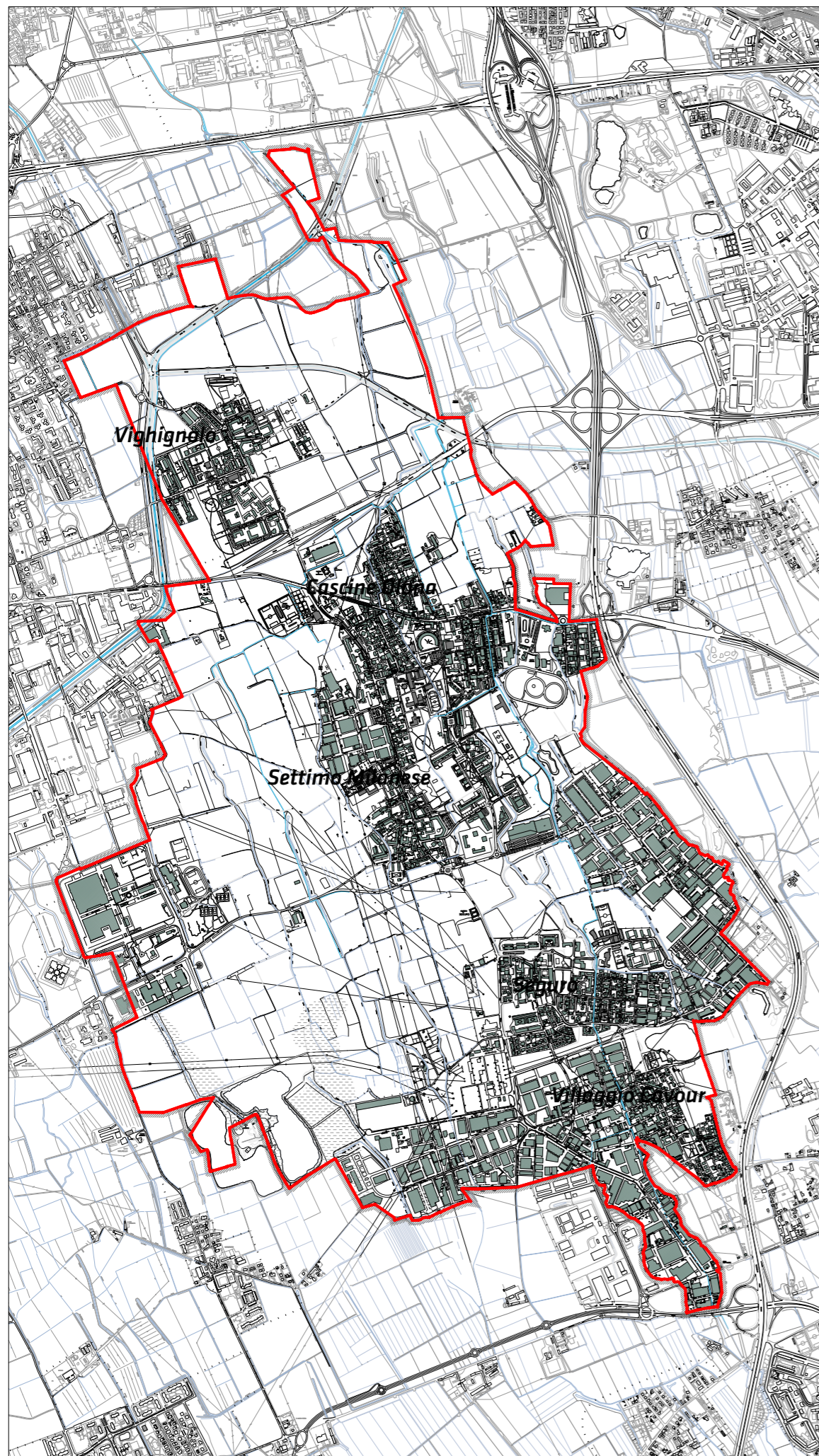
nei comportamenti e nella coscienza dei propri cittadini.

“Città gentile”

nel preservare e valorizzare la memoria della propria storia e delle proprie tradizioni.
(Massimo Sacchi 2010)



Parco 5 Comuni
Ingresso da Vighignolo



Settimo Milanese (Sétim Milanés oppure Sétim in dialetto milanese) è un comune di 19.056 abitanti della provincia di Milano.

Il nome del comune deriva dalla distanza dalla città di Milano, il paese si trova infatti presso la settima pietra miliare della strada che collegava Milano a Novara, spostata poi nel periodo altomedievale, l'epiteto Milanese fu aggiunto con l'unità d'Italia per distinguerlo da altri paesi con lo stesso nome.

Il territorio comunale di Settimo Milanese si trova a occidente di Milano, da cui è separato dalla tangenziale ovest. Nonostante questa vicinanza, la cittadina è riuscita finora ad evitare la sorte di molti altri agglomerati che, un tempo isolati nella campagna, sono stati progressivamente raggiunti o fagocitati dalla città: e se Settimo e le sue frazioni sono riusciti ad evitare la trasformazione in periferia-dormitorio nei cruciali anni Sessanta e Settanta, c'è la speranza che il tessuto abitativo e sociale della località riesca a mantenere una propria individualità urbanistica, culturale e sociale ancora per lungo tempo. Se poi le trasformazioni del paesaggio, e conseguentemente quelle della società e della mentalità, sono talvolta inevitabili, la conoscenza della realtà in cui si vive e in particolare del suo passato possono se non altro salvare la memoria del tempo che fu, che va tutelata in sé e nelle sue testimonianze non soltanto per rispettare la tradizione, ma anche perché si tratta di eventi, luoghi, fatti e valori che sono una delle componenti del nostro essere più intimo, a partire dalle quali dialogare con il mondo che

ci circonda e che, grazie agli straordinari e quotidiani sviluppi delle comunicazioni, ci è sempre più vicino. Settimo Milanese è strutturato su due grandi assi viari, che a loro volta ricalcano cammini tracciati ancora prima della conquista romana del territorio milanese nel III secolo a. C. All'altezza di Cascine Olona la località è tagliata in direzione est-ovest dalla strada che da Milano conduce a Novara e ai valichi transalpini piemontesi e valdostani, chiamata familiarmente via Novara. Attraversa l'abitato e tutte le sue frazioni, sulla direttrice nord-sud, un percorso che invece unisce la parte sud occidentale della città e della provincia, a partire da Baggio, con la strada del Sempione, incontrata all'altezza di Rho.

Il comune, oltre al capoluogo dove hanno sede il municipio e la parrocchia di più antica attestazione, comprende, da nord a sud, le frazioni o ex frazioni di Vighignolo, Cascine Olona e Seguro, cui segue il quartiere del Villaggio Cavour che costituisce un abitato a sé stante: altri quartieri, spesso di origine aziendale, punteggiano il territorio comunale, che è anche caratterizzato da tre grandi zone industriali a est (nella zona dell'antica cascina Giretta), a ovest (dove sorgeva la cascina Castelletto) e a sud est, tra Seguro e Cusago. Geograficamente, il territorio si trova all'inizio della fascia dei fontanili, che infatti aumentano progressivamente scendendo verso sud. La presenza e l'utilizzo di numerosi corsi d'acqua, naturali e artificiali, ha sempre costituito una grande ricchezza per l'agricoltura locale, determinandone le caratteristiche sotto i diversi punti di vista produttivo e sociale.



Ricostruire la storia di località come Settimo e le sue frazioni è impresa di un certo impegno ma anche di grande interesse.

Se infatti il paese non è stato oggetto di grandi eventi, infatti, "i libri di storia" non ne parlano: ed è del resto i grandi eventi, molte volte, non rivelano la natura profonda della località e del suo passato. Bisogna così cercare soprattutto nelle carte degli archivi e "farle parlare": si tratta infatti di documenti che quasi mai sono stati concepiti per raccontare la storia di una persona o di un luogo, ma spesso da documenti notarili, da registrazioni catastali, da atti di battesimo o di matrimonio si possono scoprire dettagli ed eventi di enorme interesse. Altra fonte importante sono i ricordi delle persone, le loro parole, il loro dialetto, oltre che ovviamente le testimonianze architettoniche e ambientali. Di sicura origine romana, come rivela il nome, Settimo ebbe sempre una vocazione agricola.

Pochissime sono le tracce fino ai secoli conclusivi del medioevo, quando aumenta la produzione di documenti che sono rimasti fino a noi, soprattutto quelli di enti ecclesiastici quali il monastero maggiore e la canonica di Sant'Ambrogio di Milano che avevano molti possedimenti nelle ricche campagne del nostro paese, punteggiate di mulini. Nel paese e nelle sue frazioni, rette dal già ricordato comune loci ma chiaramente sotto la superiore autorità di Milano, esistevano già, oltre alle abitazioni (spesso molto primitive), gli edifici religiosi, come le chiese di Santa Margherita a Settimo (esistente già nel 1153), quella di San Sebastiano fuori dall'abitato di Vighignolo e quella di San Giorgio a Seguro. Si trova anche attestata la presenza di un castrum, un castello, o piuttosto una fortificazione, cosa normale per tempi assai poco sicuri in termini di ordine pubblico e frequentemente travagliati da lotte tra città, fazioni, signori.

Oltre ai contadini e agli artigiani, abitavano in Settimo o vi avevano proprietà anche diverse famiglie di nobili, come i Balbi, tra i principali proprietari in epoca medievale, e i Mantegazza, che nel Quattrocento costruiranno lo splendido oratorio di Cascine Olona. Con il passare dei secoli la forma più diffusa di proprietà della terra, cioè la piccola proprietà contadina, cedette il passo alla concentrazione nelle mani di proprietari medi e grandi, laici e religiosi, soprattutto milanesi: per Vighignolo si trattò di un sostanziale monopolio della famiglia Meraviglia e per Seguro dei della Croce e dei Dugnani. In Settimo, oltre al monastero di Sant'Agnesa e alla parrocchia, i principali possidenti erano le due famiglie appena ricordate, ma entrambe cedettero progressivamente il passo ai d'Adda, una famiglia di industriali e commercianti milanesi poi nobilitata, che divenne la principale proprietaria del paese, vi costruì una prestigiosa residenza di campagna (oggi sede municipale) e il cui ruolo nella comunità continua con un ente benefico, la Causa Pia d'Adda, costituita nel 1808. La vita degli abitanti era scandita dal corso dell'anno agricolo e delle scadenze contrattuali: i contadini infatti erano legati alla proprietà da contratti d'affitto in generi, principalmente cereali, ma col tempo divennero sempre più importanti anche le colture ortofrutticole, il prato (e l'allevamento del bestiame) e soprattutto, dal secondo Settecento, la coltivazione del gelso, che costituiva l'alimento, con le sue foglie, del baco da seta, la cui tessitura fu tra i motori dell'industrializzazione lombarda. Sulla vita degli abitanti vegliava e aveva una presenza imprescindibile la Chiesa. La parrocchia di Vighignolo, affidata da Zanino Meraviglia nel Quattrocento ai frati francescani dopo la ricostruzione di San Sebastiano e l'edificazione, in paese, di Santa Maria Nascente, e la parrocchia di Settimo esistevano già nel medioevo;

la chiesa di san Giorgio di Seguro divenne parrocchia autonoma, dopo essere stata succursale di Settimo, nel 1604. La religiosità forte e pervasiva delle genti delle nostre campagne nei secoli passati trascendeva l'aspetto puramente personale della fede, in un mondo oltretutto costantemente travagliato da condizioni di vita non facili, da guerre ed epidemie, come la famosa peste manzoniana del 1630 che lasciò numerosi morti anche dalle nostre parti: essa aveva una notevole dimensione sociale, concretizzandosi nel ruolo delle confraternite e nell'attissima partecipazione dei contadini nella costruzione o restauro degli edifici sacri, come successe a Seguro a metà del Settecento e a Settimo e Vighignolo nel secondo Ottocento. Momenti importanti di verifica e di consolidamento di questa presenza della religione e della Chiesa erano le visite pastorali, come quella di San Carlo Borromeo nel 1572, quelle del cardinale Ferrari nel primo Novecento, quelle del cardinale Schuster durante il Ventennio e dopo la guerra. L'ultima, in ordine di tempo, fu del cardinale Martini (1994), che consacrò la nuova parrocchiale di Cascine Olona. Come Milano, Settimo passò attraverso tutte le svolte della "grande storia": dalle epoche della sovranità spagnola e austriaca alla innovatrice bufera napoleonica, alla Restaurazione e al Risorgimento. Nel frattempo l'economia provocava profonde trasformazioni, accompagnandole con un progressivo peggioramento delle condizioni contrattuali e di vita che, unite alle tensioni prodotte dall'industrializzazione e dalla diffusione del socialismo e del cattolicesimo sociale, produssero anche in Settimo grandi scioperi agrari tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, nonché la nascita di cooperative, la prima delle quali, la "Patria e Lavoro", venne fondata da alcuni muratori di Cascine Olona nel 1911. La crescita di Milano infatti

fece sì che molti settimesi abbandonassero i campi e si trasformassero in operai, un processo che, condotto tra mille traversie ed eventi storici spesso molto dolorosi, ha portato tuttavia all'attuale, diffuso benessere. Anche Settimo diede il suo contributo alla Prima Guerra Mondiale e anche Settimo fu oggetto della dittatura fascista e della sua tragica conclusione nel bagno di sangue della Seconda Guerra Mondiale. I nomi di Giovanni Barni di Seguro, deportato e ucciso a Mauthausen, quello di Remo Mereghetti di Vighignolo, ucciso a Milano, e di Osvaldo Rigamonti, Gino Ravagnati e Paolo Soldati di Settimo, fucilati nella piazza Santa Margherita (oggi piazza Tre Martiri) durante un rastrellamento, suggellano col sangue l'impegno dei Settimesi per la libertà. Settimo seppe tuttavia superare gli odi e le animosità di quegli anni tragici e avviò dagli anni Cinquanta una profonda trasformazione sociale, urbanistica ed economica, grazie all'impianto delle prime industrie (alcune delle quali di grandi dimensioni, come la Auso Siemens, oggi Italtel, a Castelletto) e all'arrivo dei primi emigranti dalle altre regioni d'Italia. Nonostante la perdita di larga parte dei centri storici, soprattutto nel capoluogo, l'attuale realtà dei centri abitati e delle aree verdi del comune è senza dubbio positiva e in grado di garantire un discreto livello di tenore di vita; allo stesso modo la realtà sociale ed economica del paese è soddisfacente e ne va reso merito alle istituzioni e alle associazioni del territorio e in primo luogo alle amministrazioni comunali che si sono susseguite nel corso dei decenni.

Ma un agglomerato urbano è fatto in primo luogo dai suoi abitanti, che soltanto se vivono nella quotidianità il loro essere cittadini membri di una comunità possono far sì che il luogo dove vivono sia sempre migliore.

Focus

Settimo Milanese
Descrizione



Santa Margherita



Edicola Quattrocentesca



Edicola Quattrocentesca



Italtel

Foto by
Lino Aldi



San Sebastiano



Madonna di San Martino



Parco d'Adda



Parco Farina



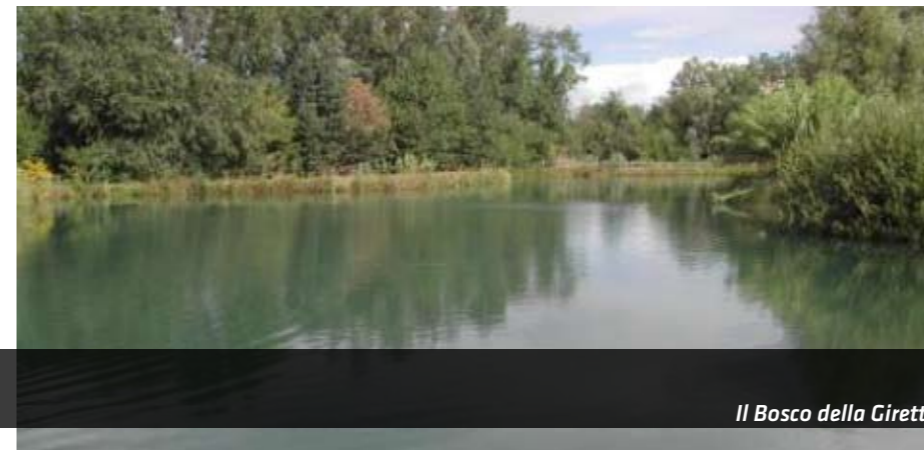
Piazza Incontro tra i Popoli



San Giorgio



Palazzo Granaio



Il Bosco della Giretta



Nascondino



Villa Airaghi



Palazzo d'Adda



Il Campè



Il Gelso

Dall'analisi delle mappe risalenti al 1730 risulta che i centri storici hanno pressochè mantenuto la stessa conformazione, mutando però quasi tutti gli edifici che li copongono L'inurbamento del '900 ha portato alla fusione dei centri di Cascine Olona e Settimo Milanese, come di Seguro e Villaggio Cavour. Il Comune resta tutt'ora diviso in tre macroaree separate da spazi verdi, come a volerne mantenere l'identità specifica.

Focus

Settimo Milanese Descrizione

1730



1850



fine '800



Vigignolo

Etimologia complessa, presente già come Vigignolo nel secolo VIII. In epoca romane era usato il termine Vicanum a designare la proprietà dei possessori di fondi di un distretto. Dopo il 1000 si ritrova per indicare la proprietà del "comune loci". Rimane per indicare, come abitato, una frazione del comune: Vcanale, Vicanarium, da cui appunto Vigignolo.

Settimo Milanese

Il nome indica un presidio fortificato, un "castrum" o un luogo di rifornimento posto nelle vicinanze della settima pietra miliare sulla strada che univa Milano a Novara. L'appellativo "Milanese" fu aggiunto il 19 ottobre 1862 con Regio decreto di Vittorio Emanuele II per distinguerlo da altri comuni omonimi.

Cascine Olona

Il termine Olona allude alla presenza antichissima del corso del fiume che, deviato in età romana verso Milano, matenne in questa zona rami secondari.

Seguro

L'origine del nome probabilmente deriva da "Securus", il colono romano presunto fondatore dell'insediamento agricolo dopo la conquista di questi territori nel 222 a.C.

Villaggio Cavour

L'insediamento risale al secondo Ottocento e il suo nome, come l'intestazione delle sue vie, è un omaggio al risorgimento. Poco lontano vi sorgeva, fino al Quattrocento, l'abitato di Garbagnate Marcido.



Un ecosistema per Settimo Milanese.
Un processo dinamico, nodo di una rete di scambi tra soggetti dotati di competenze, energie ed esperienze multiformi.

Distante da Milano quel tanto che basta per non esserne fagocitata, Settimo Milanese non è mai stato quartiere dormitorio di Milano, anche perchè ha sempre lavorato sulla salvaguardia della propria specificità culturale, sociale e urbanistica.

Un obiettivo che muovendosi coerentemente nella costruzione di un coretto rapporto fra globalizzazione e territorio, non va mai perso di vista e richiede il coinvolgimento attivo degli abitanti e delle associazioni. Ed è proprio a partire dal riconoscimento del prezioso ruolo esercitato dalle associazioni del nostro territorio (Giovani della Terza Età, ProLoco, Cooperative, ecc.) per preservare e valorizzare la storia della nostra comunità che nasce il progetto Ecomuseo Urbano di Settimo Milanese.

Un sistema di progetti collegati con lo sviluppo del sistema culturale integrato del nord ovest, attivando azioni e momenti di confronto a livello locale in una logica di rete con le realtà ecomuseali degli altri territori.

L'ecomuseo non è un luogo fisico, ma un processo dinamico, nodo di una rete di scambi tra soggetti dotati di competenze, energie ed esperienze multiformi che investe il territorio e si alimenta della partecipazione dei cittadini, insieme ai quali dà vita a percorsi di ricerca sulla memoria, raccolta di testimonianze e documentazione, ricognizioni urbane.

L'obiettivo è di valorizzare il patrimonio materiale e immateriale di creare o ricreare attività anche in difesa attiva delle testimonianze della loro storia, del patrimonio culturale locale.

Un progetto di grande attualità in quanto realmente interculturale e intergenerazionale, che può contribuire a sviluppare il dialogo tra persone e comunità testimoni di diverse culture, attraverso il recupero narrativo della storia familiare nel suo rapporto con la dimensione storica generale.

(programma di governo, PD, 2009)

Perciò nasce il progetto per l'Ecomuseo Urbano di Settimo Milanese: un progetto che punta al futuro, studiando e preservando la memoria (conservazione innovativa); a riunire popolazione ed istituzioni in un lavoro di salvaguardia e valorizzazione del proprio patrimonio condiviso, ovvero tutti quei beni culturali materiali, immateriali e del paesaggio rappresentativi del territorio; a creare e ricreare relazioni tra i cittadini e tra i cittadini e il territorio, in senso interculturale e intergenerazionale.

Per questo l'ecomuseo è piena espressione dei principi di sussidiarietà, sostenibilità, responsabilità e partecipazione dei soggetti pubblici e privati e della popolazione.

L'Ecomuseo di Settimo Milanese non è un'entità a sé stante, ma si inserisce nello sviluppo del sistema culturale integrato del nord ovest, con progettualità e momenti di confronto a livello locale e con la Rete Ecomusei Lombardia.

L'Ecomuseo di Settimo Milanese è un museo diffuso, un processo dinamico e cooperativo, un progetto sociale e di sviluppo locale, è Res Publica, Bene Comune.

Il progetto Ecomuseo di Settimo Milanese risponde alle esigenze esplicitate dalla Legge Regionale n° 13 del 12/07/2007, in fattispecie all'Art. 1 di cui sopra, e dal suo aggiornamento del 2009.

Finalità ultima, la costituzione di un ente trasversale tra istituzioni e popolazione, un ente autonomo e autosussistente, che riunisca tutti gli attori sussistenti, nella realizzazione di un obiettivo condiviso.

L'obiettivo condiviso è, anche in attuazione del DPEFR 2009-2011 (documento di programmazione economica e finanziaria regionale), la tutela, la conservazione e la valorizzazione, anche economica, del territorio e del suo patrimonio, puntando alla diffusione dei saperi (nell'accezione di bene o servizio culturale come sapere destinato al maggior numero possibile di persone e non solo come patrimonio da conservare).

Focus

Settimo Milanese Il progetto "Ecomuseo" requisiti necessari all'approvazione

Requisiti

- a. Atto istitutivo, comprensivo di: nome, marchio, sede legale ed istituzionale, missione, natura e specificità dell'ecomuseo.
- b. Regolamento che indichi nel dettaglio: la natura di organismo permanente e senza scopo di lucro; Missione, identità, specificità e finalità; la struttura di funzionamento (amministrativo, culturale, scientifico); modalità di reperimento delle risorse finanziarie, strumentali e umane; le modalità di coinvolgimento della popolazione.
- c. Sede istituzionale: l'ecomuseo deve avere la proprietà o disponibilità di una sede specificamente destinata. Deve inoltre essere dotato di un sito internet, che funga da vetrina dell'ecomuseo e delle sue attività.
- d. Denominazione e Marchio: un nome e un simbolo esclusivi.
- e. Precisa area territoriale: definita e delimitata, con le indicazioni degli attributi caratteristici, della storia comprensiva delle trasformazioni, caratteristiche paesaggistiche, ambientali, socio economiche, attraverso giustificazioni storico-culturali e socio-ambientali.
- f. Individuazione del proprio patrimonio culturale: materiale, immateriale e del paesaggio rappresentativo del territorio, suddiviso per tematiche principali e organizzato in percorsi.
- g. Definizione e indicazione delle modalità di coinvolgimento della popolazione locale.
- h. Definizione e indicazione delle modalità di rapporto

con gli enti locali: coinvolgimento diretto dei propri organi, accordi o convenzioni per lo sviluppo delle attività.

i. Definizione e indicazione delle modalità di coinvolgimento delle associazioni di volontariato e degli istituti culturali ed educativi del territorio (specifiche convenzioni).

j. Indicare le relazioni e le modalità di coinvolgimento con i soggetti impegnati nello sviluppo locale e con gli operatori economico-produttivi e turistici.

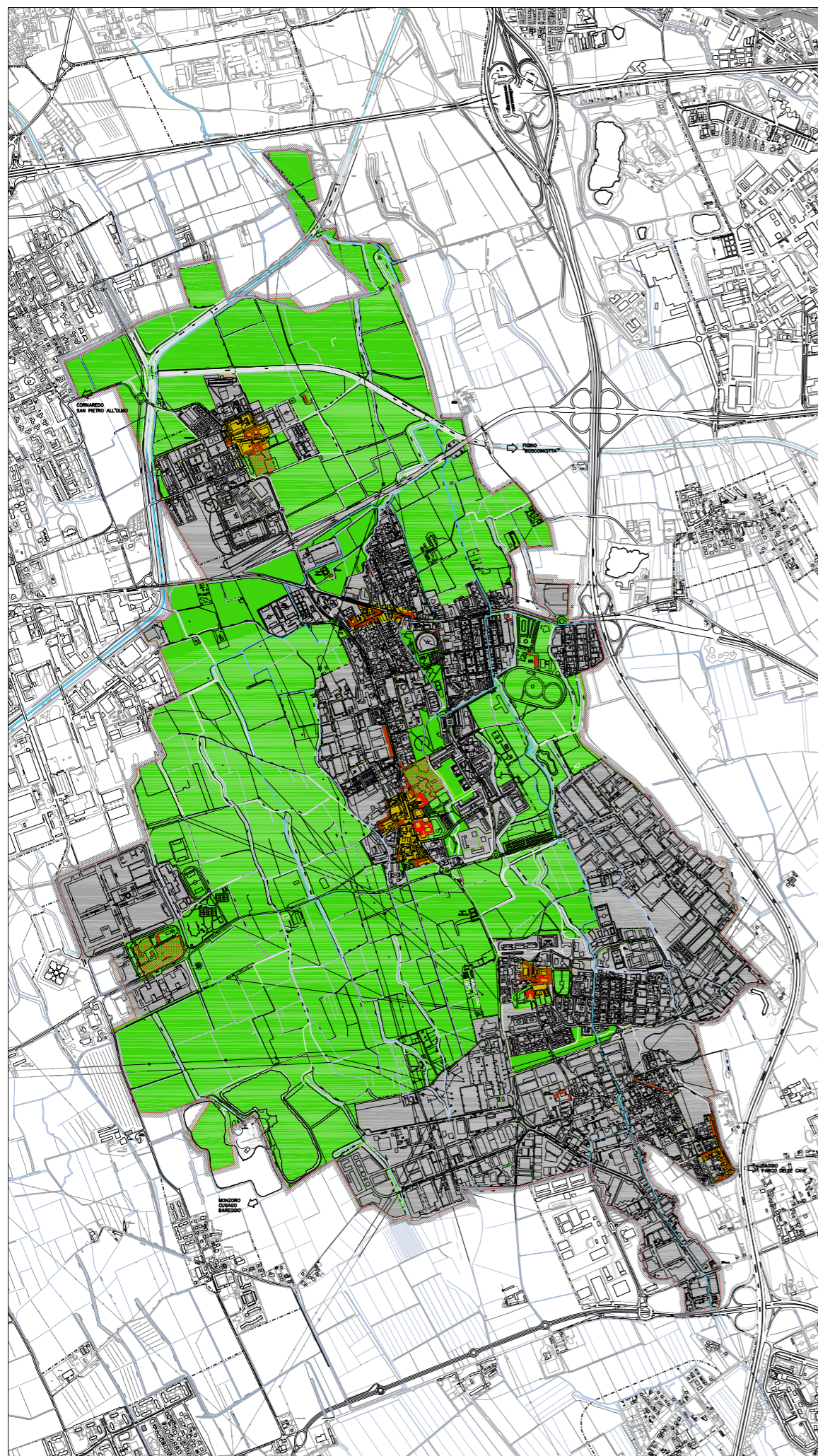
k. Documentazione delle attività di coinvolgimento della popolazione, delle attività di studio e ricerca, della documentazione, educazione e formazione. Tali attività, relative alla cultura tradizionale, alla storia orale, ai saperi locali, ai beni immateriali, ai beni culturali di interesse etno-antropologico, dovranno essere realizzate in collaborazione con l'Archivio di Etnografia e Storia Sociale (AESS) di Regione Lombardia.

l. In tale prospettiva si rende necessario un vero e proprio Centro e Archivio di Documentazione, che funga anche da Centro Informazioni.

m. Un esperto con funzioni di coordinatore / referente dell'ecomuseo (da dimostrare tramite curriculum vitae e studiurum).

n. Risorse umane, anche volontarie, che lavorino allo sviluppo delle attività e alla gestione delle strutture. Referenti scientifici e/o operativi (da individuare con atti formali di incarico).

o. Programma triennale (struttura nell'allegato A). (Enrichetta Berlati, 2010)



La presenza del verde è una delle caratteristiche, se non un valore, che va a definire il territorio di Settimo Milanese. C'è infatti una rilevanza ambientale, ma allo stesso tempo una sociale.

Per quanto riguarda il sistema ambientale, il verde, ampiamente diffuso e presente, si divide in verde agricolo e verde urbano, tralasciando i ritagli delle grandi arterie viarie: il Parco Agricolo Sud ne va a definire la maggior parte, proponendo il classico paesaggio della pianura padana, piatto e coltivato, occupando circa il 50% del territorio comunale.

Fondamentale in questa architettura, il sistema dei fontanili, presenti in numero elevato: Settimo è infatti esattamente situata nella fascia dei fontanili, dove il sottosuolo passa dallo stato sabbioso e ghiaioso tipico dell'alta pianura, a quello argilloso della bassa, favorendo l'affiorare di acqua dal terreno (le risorgive). Il modo, più o meno spontaneo, lo sgorgare dell'acqua ha mutato il paesaggio, portando i contadini ad utilizzare l'acqua incanalandola e sfruttandola in molteplici modi, dalle risaie alle marcite.

La situazione attuale non è rosea: infatti le aziende agricole sono rimaste poche, spesso medio-grandi, a scapito dei piccoli produttori che costellavano la campagna ancora negli anni '70.

Il verde agricolo, come vediamo dalla mappa, è riuscito a mantenere separate le tre frazioni, mantenendo dei corridoi verdi che spezzano l'ambiente urbano e cementificato: un'azione, come dicevamo, di rilevanza sociale, in quanto mantiene differenziate le identità dei luoghi.

Questo verde, legato alla tradizione agricola, si fonde con quello di concezione più recente, il verde urbano: quest'ultimo è stato voluto e mantenuto da tutte le giunte comunali succedutesi negli anni, portando la

situazione attuale a livelli elevati: la spina dorsale verde all'interno dell'area edificata è un valore aggiunto per la vivibilità, frequentato quotidianamente dalle più diversificate persone, che possono andare dallo sportivo al bambino che torna a casa dopo la scuola.

Esempio lampante è il Bosco della Giretta: un rimboscimento praticato su terreni dismessi, con lo scopo consolidato di ridare alla cittadinanza uno spazio verde capace di accogliere e divertire: grazie all'associazione "La Risorgiva", queste aree hanno visto uno sviluppo incredibile e una grande risposta in termini di pubblico.

Gli altri elementi simbolo sono sicuramente le corti: esempio di vita agricola, insieme alle cascine, e testimoni storiche delle tradizioni e degli antichi valori. Spesso celate dietro ristrutturazioni moderne, rappresentano modi di vivere che oggi trovano definizioni innovative, come il co-housing, ma che erano la normalità in questi ambienti, partecipati e vivi, fulcro della vita locale.

Oltre a questi esempi, restano da citare i molteplici edifici di rilevanza storico-architettonica: dalle chiese tardogotiche e rinascimentali agli edifici di architettura industriale anni '60, dalle ville cinquecentesche alle più moderne piazze.

L'identità passa da qui: un territorio segnato dai cambiamenti e dalle trasformazioni, che ne hanno mutato l'aspetto sociale, ma ha mantenuto invariato il suo rapporto col verde, sinonimo di sostentamento e lavoro per le generazioni che ci hanno preceduto. Le corti e le ville padronali sono lì a testimoniare un passato nemmeno troppo remoto, come una sorta di punto di contatto tra la storia agricola e le nuove generazioni che si trovano a vivere quegli spazi.

“Le associazioni rendono l'uomo più forte e mettono in risalto le doti migliori delle singole persone, e danno la gioia che raramente s'ha restando per proprio conto, di vedere quanta gente c'è onesta e brava e capace e per cui vale la pena di volere cose buone”.

(Il Barone Rampante, Italo Calvino)

Pro Loco

La Pro Loco di Settimo Milanese è stata fondata il primo Giugno 2000 ed ha come scopo la promozione in ogni forma e con ogni mezzo, la conoscenza, la tutela, la valorizzazione e la fruizione in termini di risorse ambientali, storiche, culturali ed artistiche del territorio e della comunità di Settimo Milanese, al fine di promuoverne la crescita sociale.

In via esemplificativa e non esaustiva rientrano quindi nei compiti della Pro Loco Settimo Milanese:

a) svolgere opera di aggregazione delle persone e degli Enti che, a titolo volontaristico, condivi-dono i principi e le finalità dell'Associazione e intendono impegnarsi per la loro realizzazione;

b) svolgere e promuovere ricerche atte ad approfondire la conoscenza e la tutela delle risorse del territorio e della collettività, diffondendone i risultati per una loro rispettosa fruizione;

c) fare opera di educazione e di formazione sui temi della storia, della geografia, delle usanze locali, delle tradizioni, dell'arte, della cultura locale, ivi compresa la collaborazione alla crescita di idonee professionalità;

d) organizzare manifestazioni in genere e, in particolare, convegni, incontri, fiere, escursioni atte a promuovere la comunità e il suo sviluppo socio culturale locale, promuovendo la consapevolezza a partecipare alla vita collettiva;

e) operare per la diffusione delle problematiche ambientali e per la formazione di una specifica sensibilità, con particolare riferimento alle realtà locali: tali azioni saranno rivolte specialmente ai giovani in collaborazione anche con le istituzioni scolastiche;

f) sensibilizzare la collettività verso lo sviluppo e la crescita dell'attività turistica, rivolta sia nell'ambito locale sia alle realtà esterne, soprattutto in termini di qualità;

g) promuovere e partecipare ad azioni di tutela in ogni sede e in ogni grado, ivi comprese le sedi amministrative giudiziarie.

Da 10 anni questa associazione opera nel territorio e non solo, rivelandosi cardine fondamentale della vita sociale di Settimo Milanese: numerosi eventi e manifestazioni, gite fuori porta, corsi di lingue e sportivi, arte, musica, informazione ecc. hanno consolidato e sviluppato il concetto di socializzazione e partecipazione, occupandosi di attività che nessun altro ente sarebbe stato in grado di sobbarcarsi o progettare.

Sono inoltre da sottolineare le pubblicazioni realizzate (Il Gamba de Legn, la Chiesetta di Cascine Olona, Al Settimo Miglio...), un apporto fondamentale per la definizione della storia del territorio, delle sue tradizioni e usi, oltre alla dettagliata raccolta fotografica svolta negli anni atta alla creazione di un archivio che rappresenti le mutazioni territoriali più rofonde, svolta dal presidente dell'associazione, Lino Aldi.

Settimo Milanese presenta più di 60 realtà suddivise tra cooperative e associazioni, a loro volta suddivise tra sportive e onlus.

Le aree di intervento toccano tutti gli ambiti della vita sociale, mostrando negli anni dati gratificanti rispetto all'partecipazione e ai feedback della popolazione.

Ecco riportati gli ambiti:

SOCIALE: area degli interventi socio-assistenziali e socio-sanitari.

CIVILE: area della tutela e del miglioramento della qualità della vita, della protezione dei diritti della persona, della tutela e valorizzazione dell'ambiente, del soccorso in caso di pubblica emergenza e calamità.

CULTURALE: area della tutela e valorizzazione della cultura, del patrimonio storico e artistico, delle attività di animazione ricreativa, culturale ed educativa.

SPORTIVA: area degli interventi a favore dello sport e della attività di promozione dell'educazione fisica.

In seguito vengono riportate alcune delle più influenti realtà del territorio a livello associativo.

Focus

Settimo Milanese Associazione



La Risorgiva

“La Risorgiva” è un'associazione di volontariato formata da pensionati, impiegati, casalinghe, operai, studenti, giovani e meno giovani, tutti amanti della natura.

Gli scopi dell'associazione sono:

Prendersi cura dell'ambiente del Bosco della Giretta favorendo l'insediamento delle specie animali e vegetali autoctone e il recupero dei fontanili;

Contribuire allo sviluppo di comportamenti finalizzati al rispetto dell'ambiente;

Promuovere una cultura di salvaguardia del territorio, per mezzo di attività didattiche destinate alle scuole;

Contribuire all'estensione, nel Comune di Settimo Milanese, di aree verdi protette, partecipando attivamente alla loro tutela.

Attività proposte:

Manutenzione del verde

Didattica

Apicoltura

La risorgiva notizie

Il Bosco della Giretta.

Area di proprietà del Comune di Settimo Milanese gestita dall'associazione di volontariato “La Risorgiva”. L'intera area è suddivisa in zone funzionali (area forestata, area bimbi, area attrezzata per lo sport, area pic-nic, area umida formata dal fontanile Cagapess e dal laghetto, orti del tempo libero, area riservata ai cani) ed è attraversata da percorsi ciclo-pedonali oltre che da corsi d'acqua. Nel mese di ottobre 2004 è stato inaugurato un nuovo lotto del Bosco che si estende a sud della via Reiss Romoli verso l'abitato di Seguro che ha portato la superficie del Bosco da 21 ca 24 ettari circa. Nel 2007 è stato realizzato l'apiario.

Palazzo Granaio

Attraverso le attività e i servizi di Palazzo Granaio, l'Amministrazione Comunale di Settimo Milanese e il Consorzio CoopeRho, hanno promosso un progetto finalizzato all'accompagnamento dei giovani in percorsi di valorizzazione e sviluppo delle abilità e delle competenze creative, favorendo l'acquisizione delle professionalità necessarie per una gestione capace di coniugare sostenibilità economica, promozione culturale, inclusione sociale.

La filosofia dell'iniziativa considera la partecipazione come opportunità piacevole, per poter stabilire nuove relazioni, acquisire nuove competenze, valorizzare le predisposizioni e gli interessi, cambiare la qualità della vita. Il progetto intende porre le condizioni per produrre alternative costruttive alla cultura individualistica e a quelle forme di partecipazione che si fondano unicamente su dettati morali e senso del dovere.

Palazzo Granaio.

Un edificio storico del XVII secolo, posto al centro di Settimo Milanese. Costruito accanto al prestigioso Palazzo D'Adda e affacciato sul suo parco, Palazzo Granaio era originariamente utilizzato come deposito padronale per il grano, per l'allevamento dei bachi da seta e come cantina per il vino. Un'antica leggenda vuole che nel Palazzo vi trovasse dimora un potente mago e per questo l'edificio era chiamato popolarmente la Cà del Mago.

Attualmente Palazzo Granaio si presenta come un'originale articolazione di ambienti accoglienti, di varie ampiezze e pregio architettonico in grado di soddisfare esigenze diverse; gli spazi si sviluppano sui tre piani del Palazzo e complessivamente definiscono un'area coperta di 1500mq, che danno luogo alle attività di ristorazione, pub-birreria, promozione artistica e culturale.

Eccellenze

Vengono riportate in seguito quattro delle eccellenze territoriali, ognuna relativa ad un'ambito di riferimento. Rispettivamente: la grande produzione industriale, l'artigianato, lo sport e i servizi comunali.



Italtel

Da ottant'anni il marchio Italtel è sinonimo di telecomunicazioni, in un'ottica d'innovazione continua. Oggi il suo core business si focalizza nella progettazione, sviluppo e attivazione di reti integrate multiservizio (voce/dati/video) di nuova generazione e nell'offerta di servizi di supporto al business di rete. Con un valore aggiunto: la capacità di 'system integration' che garantisce agli operatori di tlc (del fisso e del mobile) e agli ISP infrastrutture affidabili, aperte al networking e flessibili nell'evoluzione tecnologica. Nel corso degli ultimi dieci anni Italtel ha mediamente investito in Development & Innovation il 13% del proprio fatturato. Realtà ampiamente consolidata, la partnership tecnologica e commerciale con Cisco Systems consente a Italtel di offrire al mercato "Global Network Solutions": un catalogo che comprende prodotti, servizi, soluzioni turn-key, engineering e network consulting services per le reti voce/dati. Nel 2001, Italtel è stata premiata da Cisco come partner dell'anno per l'area Emea. Dal dicembre 2000, Clayton, Dubilier & Rice, società di private equity americana, è l'azionista di maggioranza di Italtel. Le altre quote appartengono a Telecom Italia, uno dei principali operatori di tlc al mondo e a Cisco Systems, il leader mondiale nel settore del networking per Internet.

Oggi Italtel soffre una pesante crisi che vede licenziamenti continui e referendum interni per la gestione delle ore di lavoro, in modo da mantenere occupate un discreto numero di persone.

La situazione risulta comunque critica, tanto da far ipotizzare all'amministrazione comunale nuove soluzioni legate al mondo tecnologico, in grado di attrarre investitori nuovi.

CR&S

A poca distanza da Milano, una piccola azienda realizza una motocicletta praticamente "su misura" personalizzandola secondo le richieste dei clienti.

Tredici chilometri a ovest del centro di Milano, nel comune di Settimo Milanese, si trova il laboratorio dove vengono costruite le circa quaranta CR&S Vun che ogni anno si distribuiscono equamente fra Stati Uniti, Europa e Italia. "Dopo la chiusura degli stabilimenti Alfa Romeo e Gilera siamo l'unica azienda che realizza veicoli a motore in provincia di Milano" dice orgoglioso Roberto Cre-paldi, ideatore e promotore del progetto Vun. Sui serbatoio di questa superba monocilindrica, appaiono due adesivi con scritte in dialetto milanese. "È un fenomeno tipicamente italiano, dovuto a una ragione di carattere culturale e a una industriale. La scuola motociclistica italiana è viva e presente: in Europa siamo il maggior produttore e il più vasto mercato motociclistico. E poi, ammettiamolo, siamo un po' anarchici e individualisti, amiamo la libertà: caratteristiche tipiche del motociclista. Da un punto di vista industriale, il nostro Paese offre ancora una piccola/media impresa che produce componentistica per auto e moto la cui qualità è riconosciuta in tutta Europa. Questo mette a disposizione dei microcostruttori un know how tecnologico di primissimo ordine.

Quasi tutti i nostri fornitori sono italiani.

Nel momento in cui comincia a parlare della Vun, tutta questa passione ci arriva insieme alle sue parole. La Vun è leggerissima, compatta, solida e con un motore sufficientemente performante, ormai conosciuta in tutto il mondo.



DDS

DDS è una piscina. Più che una piscina è un Centro Sportivo. E più di un Centro Sportivo è una fabbrica di sport...

Il Centro Sportivo DDS copre un'area di 23.000 metri quadrati, comprende sette piscine, cinque campi da calcetto, due da tennis, la palestra ed un'area destinata alla valutazione funzionale.

DDS arricchisce di nuove sfumature l'idea di "sport per tutti". Nel nostro centro è possibile trovare risposte alle esigenze di chi desidera frequentare una scuola nuoto di valore assoluto, i corsi di fitness e acquafitness tenuti da chi, per primo, gli ha introdotti in Italia; ma non solo, anche gli atleti di vertice (nuoto, triathlon, motomondiale, rally, motocross, volley, ciclismo) e chi, per ragioni di salute, deve fare attività motorie, da noi potranno trovare le risposte più adeguate ai loro bisogni.

La DDS con la sua Rana rossa, nasce a Settimo Milanese nel 1977 con una piscina coperta voluta da Remo Sacchi, Angelo Romani ed alcuni amici.

Da quel momento il costante sviluppo della scuola nuoto ed i risultati sportivi di rilievo assoluto da essa prodotti, hanno consentito alla DDS di consolidarsi negli anni divenendo punto di riferimento sul territorio milanese nell'ambito dello sport e riferimento europeo per il nuoto.

DDS è una realtà complessa, il denominatore comune è il Centro Sportivo, attorno ad esso sono germogliati i numerosi rami che oggi fanno capo al solido tronco della s.r.l. Il lavoro svolto in oltre 25 anni d'attività ci ha consentito di riunire all'ombra della "Rana rossa"

Focus

Settimo Milanese
Esempi Rilevanti



Mantova Ambiente

Le principali attività sono:

Manutenzione ordinaria e straordinaria delle alberature, diagnostica per l'arboricoltura e valutazione stato fitosanitario e di stabilità delle piante, interventi su alberi monumentali di potatura e messa in sicurezza (metodo tree-climbing), lotta antiparassitaria, difesa del verde dalle malattie con trattamenti fitosanitari, difesa antiparassitaria in ambiente urbano: lotta alla zanzara e derattizzazione.

GIS- verde: realizzazione ed aggiornamento di censimenti informatizzati del verde, redazione di "piani del verde" e "regolamenti del verde", mapping del verde pubblico e privato su base informatica, banche dati e cartografie.

Consulenza e supporto specialistico ad enti pubblici per il monitoraggio dello stato qualitativo del verde e della pianificazione degli interventi ordinari e straordinari.

Pareri e prescrizioni tecniche per la realizzazione di aree verdi e pratiche edilizie.

Valutazione e stima dei danni subiti dal verde pubblico e pratiche per il risarcimento.

Mantova Ambiente, oltre a gestire i rifiuti, sta scolgendo a Settimo una mappatura del verde, con catalogazione dei singoli elementi presenti, analizzando lo stato di salute, l'età, i traumi subiti.

In un'ottica di catalogazione e diffusione dei dati, il progetto risulta interessante in quanto si interessa degli elementi verdi diffusi presenti sul territorio.

Proporre

Abbiamo precedentemente affrontato il tema del ruolo del designer all'interno di progetti volti alla valorizzazione del territorio e allo sviluppo locale. Abbiamo visto come le qualità di una figura in grado di dare una visione attuale e competente rispetto alla situazione sociale e territoriale attraverso l'uso di strumenti tipici della progettazione, possa portare a un rilevante apporto sia in ambito progettuale, comunicativo, sociale e di partecipazione.

Osservare, analizzare, ricavare dati, rielaborare, progettare, comunicare..., tutti comportamenti tipici di una professione che, soprattutto grazie al design dei servizi, sta cercando di farsi spazio all'interno di ambiti fin'ora lontani dal design e da un approccio progettuale specializzato.

E' chiaro il ruolo del designer e la sua capacità di portare valore aggiunto a progetti fin'ora comuni e privi di innovazione: dal design strategico al design per il territorio, esempi di innovazione su nuovi livelli, che prima non prevedevano spunti innovativi o soluzioni alternative alle tradizionali, in grado di aprire scenari futuri nuovi e sempre diversi.

A differenza di tesi svolte in ambiti di scenario futuro ipotizzabile, qui corre parallela ad un progetto concreto in fase di attuazione, dove la presenza di un designer dei servizi può dare un maggior spunto innovativo sempre supportato da un team di lavoro competente e attento alle nuove modalità di progettazione, partecipazione e comunicazione, composto dall'Assessore Giovanna Cipressi e da Enrichetta Berlati.

L'approccio è stato, da subito, molto concreto e pratico, dovendo per Giugno 2011 portare a termine i prerequisiti necessari per ottenere dalla Regione Lombardia il riconoscimento; approccio che ha visto momenti diversi fra loro, ma in ogni caso utili a divulgare il concetto di Ecomuseo fra la popolazione e a portare nuove tipologie di intervento all'interno del Comune. Con immenso piacere la risposta da parte del "pubblico", la comunità, si è rivelata intensa e utile, ma con ampi spiragli di miglioramento, soprattutto di coesione fra quelli che sono i soggetti fondamentali della vita sociale del territorio.

Il tutto ha rivelato grandi opportunità: quella, fondamentale, di mettere in pratica tutto un insieme di metodologie teoriche apprese durante i corsi universitari, di poter toccare con mano quelle che sono azioni ad alto livello sociale, concrete, tangibili, di partecipazione.

Le azioni riportate nelle seguenti pagine mostrano alcuni dei primi interventi, o ipotesi ampiamente realizzabili, effettuati sul territorio, in grado di iniziare a far partire a pieno il progetto.

Progetto che vedrà una durata, nella fase iniziale di almeno 3 anni, giugno 2013, per il raggiungimento dell'effettivo riconoscimento: le azioni iniziali sono quindi da considerarsi come le prime di molte altre più significative; sono, d'altro canto, servite per intraprendere una conoscenza più profonda del territorio, indispensabile per la creazione di un concept efficace all'interno del sistema Ecomuseale.

Concretizzare

Partendo dai calendari di Settimo Milanese, dal 1992 una bellissima raccolta fotografica di scatti storici, ne sono stati tratti i più significativi, svolgendo un'analisi fra passato e presente: riuscendo a scattare nella stessa medesima posizione del fotografo "d'epoca" lo stesso soggetto, sono state realizzate fotografie in grado di dare da subito l'idea di quel che è cambiato e di quel che invece è rimasto invariato.

Non sono stati scelti i soggetti usuali come le eccellenze territoriali, ma soggetti capaci di testimoniare il cambiamento e la trasformazione, concetto centrale della ricerca.

Azioni

Indagine territoriale
Analisi fotografica



Parco Farina
anni '70



Parco Farina
2010

Azioni

Ricerca
Analisi fotografica



Via Garibaldi
fine anni '50

Via Garibaldi
2010



Azioni

Ricerca
Analisi fotografica



Piazza degli Eroi
anni '60



Piazza degli Eroi
2010



Via Barni
anni '80



Via Barni
2010

Azioni

Ricerca
Analisi fotografica



Via Marconi
anni '30



Parco Marconi
2010

Azioni

Ricerca
Analisi fotografica



Corte Barni
1974



Corte Barni
2010

Azioni

Ricerca
Analisi fotografica



Corte Barni
anni '80



Corte Barni
2010



Casacina Brgamina
anni '80



Casacina Brgamina
2010



Corte Stretciu
anni '80



Corte Stretciu
2010

Azioni

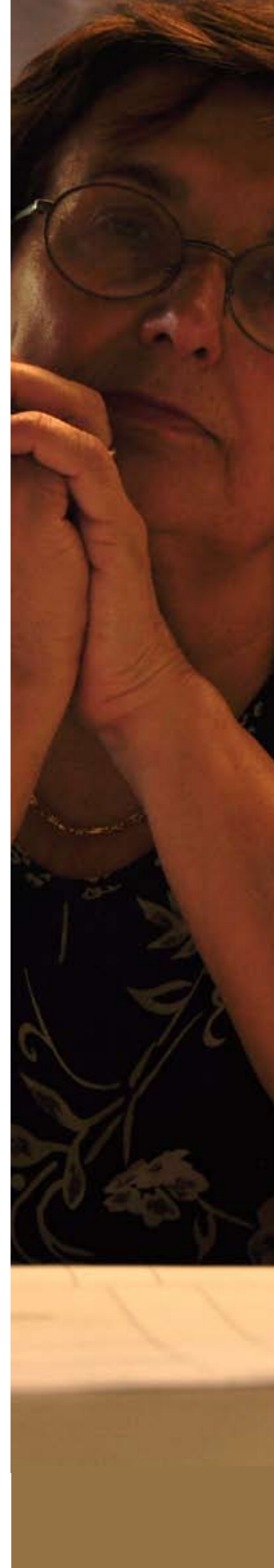
Ricerca
Analisi fotografica



Maria Nascente
anni '50

Maria Nascente
2010





Azioni

Indagine territoriale *Interviste*

Una delle prime azioni effettuata è stata, in parallelo alla ricerca fotografica, la realizzazione di interviste video a quelli che ho identificato come i promotori primi del progetto ecomuseale: la giunta comunale e il sindaco.

Le interviste svoltesi all'interno degli uffici comunali, preso il Palazzo d'Adda, prevedevano domande multiple simili per tutti soggetti intervistati: la carriera personale, la carriera politica, le loro competenze e l'ambito lavorativo, necessità e bisogni, eccellenze e qualità, i "beni materiali e immateriali" che considerano meritevoli di attenzione nell'ottica di valorizzazione ecomuseale. Le interviste prevedevano una durata di 45 minuti, in cui l'intervistato ha avuto modo di spiegare a fondo la situazione specifica attuale del comune, in modo esaustivo e chiaro, rispondendo a tutte le domande e osservazioni.

Ne è emersa, da subito, una visione positiva e ottimista del comune, nonostante le chiare difficoltà economiche da subito sottolineate da tutti; in particolare il verde, l'associazionismo e cooperative, lo sport, il trasporto ciclabile, l'educazione e le attività integrative, i servizi sociali, si sono dimostrate le eccellenze riscontrate da tutti, indici di un alto livello della qualità della vita.

Le problematiche invece riguardano ambiti spesso non direttamente collegabili alla situazione interne, ma dovuti ad una situazione di crisi internazionale, indice di tagli, e una pianificazione territoriale, quella del Nord Ovest carente spesso di direttive sovracomunali in grado di affrontare temi fondamentali: la mobilità pubblica e il traffico, l'occupazione, la difficoltà a garantire servizi quali gli asili o la mobilità degli invalidi.

C'è poi la criticità giovanile, in parte la colpevolezza va alle politiche di intervento, raramente interessate all'emisfero giovanile, in parte è tipica di realtà che gravitano sulla cintura di città molto più grandi: il richiamo è forte e molti giovani "migrano" in diversi modi, dal pendolarismo quotidiano alla ricerca di un'abitazione, fuori dai confini del Comune, verso Milano o verso i paesi limitrofi.

Quello dell'inserimento della fascia di età compresa tra i 15 e i 30 anni nei processi sociali, progettuali e di intrattenimento del comune risulta una priorità per la giunta comunale, riportando spesso il caso di Palazzo Granaio, ma palesando una situazione inadatta e insufficiente.



Massimo Sacchi

Sindaco

organizzazione
comunicazione
innovazione
polizia locale
pianificazione territoriale
protezione civile

Azioni

Ricerca
Interviste

Equilibrio e identità
Vocazioni territoriali consapevoli
Agricoltura e produzione
Comunità e istituzioni
Identità frazioni
Importanza PGT
Trasporto ciclabile

Progetti:

WiFi - lavoro, produzione, divertimento
Parco 5 Comuni - ospitalità modulare verde
S. Sebastiano - recupero tradizioni
Fornace Vighignolo - punto parco
Ex Ferretti - residenze e servizi
Italtel - vocazione industriale tecnologica
Cascina Bergamina - architettura verticale
Città dello sport

L'esperienza da sindaco corrisponde al fatto di avere sempre in mente i destini della propria città per quanto riguarda occasioni, problemi, prospettive e futuro. Una piena consapevolezza delle esperienze passate. Una città che produce, un'identità legata all'agricoltura, che prosegue negli anni...pensiamo agli artigiani, pensiamo al polo Italtel...cerchiamo di aggregare nuove realtà con una nuova vocazione industriale...una città vivibile nel tempo libero, ricca di verde, una città partecipata dalle associazioni...

Progettazione partecipata VAS
Criminalità
Bilancio e patto di stabilità
Trasporto Pubblico



Giovanna Cipressi

Assessore

istruzione
famiglia
cultura

Azioni

Ricerca
Interviste

Politiche e servizi per l'infanzia
Tempo famiglia - Terraluna - DaiBimbi
Asili nido
Comunicazione e interazione

**Scuola come modello di interazione,
di scambio e di arricchimento**

Associazionismo genitori
Comitato genitori
Comunità educante
Educazione diffusa

Città dei bambini
Commerciante amico
Pedibus - Nonno amico
Scuola mamme straniere

Palazzo Granaio

Spazi
Bilancio

Viviamo in un territorio dove l'andamento demografico è analizzato, in modo da poter programmare interventi attenti ad evitare le emergenze...la scuola come momento di coesione sociale...abbiamo strutture (tempofamiglia) nate da finanziamenti che si occupano di fornire un servizio alle famiglie per la cura dei propri figli...deve essere tutta la comunità ad offrire una funzione educatrice, non solo gli insegnanti o le famiglie...



Emilio Bianchi

Assessore

lavori pubblici
personale
sviluppo servizi
sistema ambientale
agricoltura periurbana

Una città che si è aggiornata, ma ha mantenuto forti i suoi pilastri...una comunità senza memoria diventa vecchia e ferma...la memoria è una parte essenziale della voglia di "cogliere la luna", di aver voglia di muoversi...è giusto che venga dato spazio ai giovani per il governo della città...mi ha fatto molto piacere veder nascere negli anni decine di associazioni, l'apertura di relazioni, uno scenario partecipato...

Azioni

Ricerca
Interviste

Ascoltare, riflettere, conoscere
Mantenimento del verde
Livello di qualità della vita
Identità e comunità
Cooperative
Associazioni
Memoria come modello di sviluppo
e di trasformazione conservativa

Parchi urbani e forestazione urbana
Volontariato e associazioni
Mappatura del verde
Az. agricole detentrici del paesaggio
Cittadella dell'agricoltura - filiera az. agricole

Sport come fenomeno sociale
per la connotazione futura
Teleriscaldamento

Giovani, spazi e attività
Mobilità e trasporto pubblico
Bilancio e garanzie qualità della vita



Pietro Fusari

Assessore

energie rinnovabili
urbanistica
edilizia pubblica e privata
mobilità e trasporti
politiche della casa

Muoversi all'interno del paese vuol dire muoversi nel miglior modo possibile, abbattendo le emissioni, anche per lo spostamento casa-lavoro...la spinta di Expo può portare ad una speculazione edilizia che le nuove generazioni devono evitare...muoversi per sviluppare modelli di produzione energetica innovativi...

Azioni

Ricerca
Interviste

**Preservare ed evitare
il consumo del territorio
Energia e conservazione risorse
Recupero acqua piovana per irrigazione
Mobilità dolce - bicicletta casa lavoro**

**Pgt conservativo
Edilizia convenzionata
Teleriscaldamento e energie rinnovabili
Vincoli strutturali di costruzione
Car sharing**

**Progett: Parco 5 Comuni - ospitalità e punto parco
Fabbrica Ferretti - artigiani e realtà abitativa
Cascina Bergamina - densificare e sviluppo in
altezza**

**Bilancio
Rapporto stato enti pubblici
Sviluppo del traffico
Mobilità pubblica comunale**



Vincenzina Nardi

Assessore

sanità
associazioni
feste
pari opportunità
conciliazione dei tempi
case comunali

Azioni

Ricerca
Interviste

Tempi delle città Sportello del cittadino Associazioni:

Pro Loco - culturale, ludico, educativo

Risorgiva - gestione verde, iniziative

Semeion - educativo, teatro

Bisanzio

Giovani terza età

Centro ricreativo

Palazzo Granaio

Betel

Settimmagini

Associazioni genitori - age7°, CGD

Network associazioni

Casa delle associazioni

Banca del tempo

Orari e partecipazione negozianti

e piccole attività commerciali

Dialogo con i giovani

Attività sportive gratuite per bambini

Le associazioni sono un pilastro fondamentale del territorio...implementano l'offerta del Comune e integrano le attività, i servizi, il panorama culturale e verde...lavorare sui tempi delle città, sulla gestione degli orari dell'offerta di servizi e terziario...



Sara Santagostino

Assessore

Politiche sociali

Piano di Zona

Azioni

Ricerca
Interviste

Tutela Minorile
Servizi alla persona
Disabilità
Abbattimento barriere architettoniche

Caritas
Auser
COMIN

Una realtà attiva
Potenzialità di sviluppo
Un territorio alla portata di tutti
Rete di mutuo aiuto sul territorio
Rete famiglie
“Essere famiglie”

Bilancio e tagli
Dialogo coi giovani
Coinvolgimento giovani in progetti
Maggiore attenzione ai disabili

Setimo è un paese a misura d'uomo...alla portata di tutti...i servizi di tutela minorile, di servizi alla persona, di servizi per la disabilità sono di massimo livello...il ruolo delle associazioni e delle cooperative è di supporto al Comune...



Azioni

Indagine territoriale
Moodboard



Azioni

Indagine territoriale
Moodboard



Azioni

Indagine territoriale
Moodboard



Scuole Primarie
Ottobre 2010

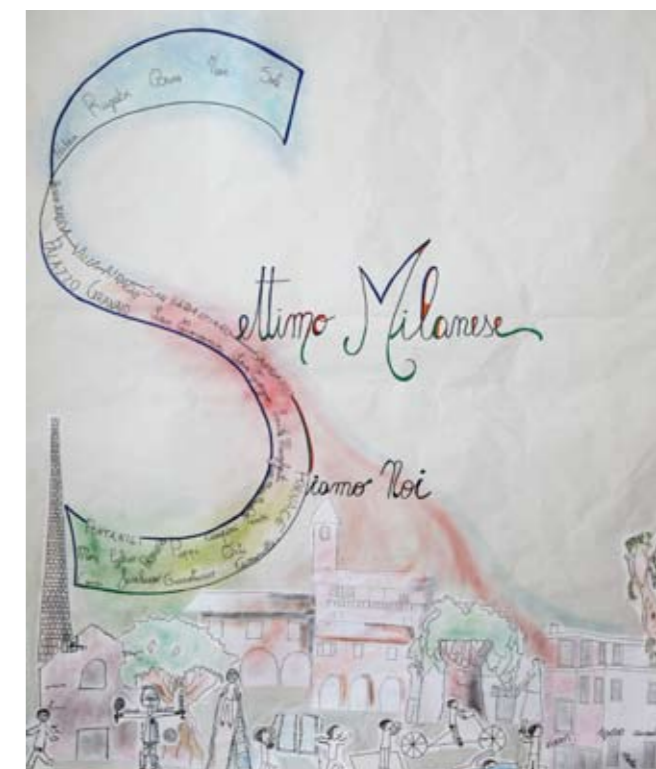
Durante il mese di Ottobre 2010 è iniziata la progettazione con le Scuole Primarie del territorio per la realizzazione del Logo dell'Ecomuseo tramite un processo di progettazione partecipata. Gli incontri previsti, per un totale di 6 differenti classi, si sono svolti durante le ore dedicate alle lezioni di Arte e Immagini, della durata di circa due ore. L'attività è stata preventivamente concordata con le insegnanti attraverso la mediazione dell'assessore Giovanna Cipressi, accogliendo i vari feedback positivi delle insegnanti pronte a partecipare al progetto. L'azione ha visto la partecipazione di un totale di circa 150 bambini delle classi comprese tra seconde e quinte.

La prima fase degli incontri, oltre alle presentazioni, ha previsto la spiegazione del progetto ai bambini (cos'è un ecomuseo e cos'è un logo, passando attraverso i concetti di rispetto e valorizzazione) e l'esposizione di alcune foto, per stimolare e testare la loro conoscenza del territorio; le foto ritraevano molteplici soggetti, da simboli forti e caratterizzanti, a semplici immagini di aree. I bambini hanno da subito dimostrato di essere, per la maggior parte, osservatori attenti e puntuali, in grado di riconoscere luoghi e situazioni, o ancora in grado di dare cenni storici sulle tradizioni.



La seconda fase prevedeva la realizzazione da parte degli stessi bambini di disegni che, a parer loro, potessero rappresentare il concetto di Settimo. Le tecniche utilizzate sono state delle più disparate, dalle matite ai pennarelli, bianco e nero o a colori, e alcuni disegni sono delle vere opere d'arte. Alcuni hanno ritrovato nelle foto quella che rifletteva i loro sentimenti, quindi si sono dedicati ad una copia dal vero, altri invece hanno raffigurato momenti della loro quotidianità e di gioco, spesso con i famigliari. Anche lo sport ha trovato molti riscontri insieme agli elementi naturali più disparati.

in particolare, una classe di Vighignolo, ha prodotto un poster in cui vediamo raffigurati tutti gli elementi chiave del paesaggio, dai monumenti alle architetture di rilievo, flora e fauna, sport praticati, ecc. Il poster "Settimo siamo noi" è stato successivamente preso in considerazione per la creazione della mappa di comunità.



La didattica, all'interno di processi di valorizzazione territoriale, è stata teorizzata più volte, con testi in grado di descrivere a fondo l'apporto che il dialogo con le generazioni più giovani può portare ad entrambe le parti. Nel caso specifico, è stato di fondamentale importanza iniziare il discorso ecomuseale partendo dalle scuole per vari motivi: se da una parte i bambini riescono a dare un punto di vista diverso, dall'altra un processo come quello ecomuseale, duraturo e prolungato nel tempo, vedrà loro come principali attori del territorio fra qualche anno, a sistema rodato. Naturalmente molti aspetti si sono rivelati più problematici rispetto ad interlocutori adulti, come la spiegazione del concetto di ecomuseo, o di logo in grado di "racchiudere" il territorio e quindi il concetto di sintesi. Dalla loro, i bambini, hanno dimostrato grande abilità manuale e una passione smodata per i colori.

Questa tipologia di incontri ha favorito anche la funzione comunicativa del progetto: dalle insegnanti ai genitori, sono state molte le persone raggiunte dal progetto che gravitano attorno all'ambito educativo. Un primo passo mirato, volto a coinvolgere, integrando le lezioni ordinarie tramite un dialogo attivo col territorio in cui viviamo. Un primo passo che ha aperto strade di dialogo con l'istituzione scolastica e che porterà, durante il percorso ecomuseale, alla realizzazione di molteplici progetti: dal concetto di scuola aperta a quello di territorio "aumentato", da ricognizioni documentative a percorsi tematici. Possibilità di concepts da concordare e progettare con gli insegnanti con lo scopo di informare, educare, sensibilizzare e per far sentire alle nuove generazioni la sensazione di partecipazione attiva alla creazione del proprio futuro.



Dai sei incontri presso le scuole primarie, sono scaturite 6 proposte di logo, da me realizzate seguendo le linee guida dettate dai circa 150 disegni dei bambini. La rielaborazione ha tenuto conto fondamentalmente dei soggetti proposti dai bambini, focalizzando l'attenzione sugli elementi con riferimenti simbolici adatti ad un logo rappresentativo di un Ecomuseo come quello di Settimo Milanese: troviamo infatti riportati elementi caratterizzanti del territorio, come il muro di mattoni, simbolo di cooperazione e insieme di elementi che compongono una struttura solida, oppure troviamo riportate in silhouette quelli che sono gli elementi fondamentali sotto l'aspetto architettonico, naturali e sociali, come lo sport e il divertimento. Altre proposte hanno tenuto conto degli elementi

grafici presenti nei disegni: il cerchio colorato, simbolo di gruppo e di insieme, e l'uomo, spesso al centro delle rappresentazioni, riportato nei loghi con valore di alimentatore partecipante del territorio, dal quale attinge o addirittura si fa sostenitore.

E' stato di fondamentale importanza analizzare il punto di vista dei bambini, sempre singolare e spesso lontano dalle concezioni di un adulto. Il mondo visto da una diversa prospettiva, sia rispetto agli elementi architettonici e naturali, sia rispetto a luoghi di socialità e rispetto ai più diversificati comportamenti urbani: la visita del paesaggio, il giro in bici, l'importanza della scuola come elemento educante, ma allo stesso tempo in grado di dialogare con il territorio e le istituzioni.





Palazzo d'Adda
26 Ottobre 2010

Il 26 Ottobre 2010 l'Ecomuseo ha potuto presentarsi "ufficialmente" alla popolazione durante la Festa di Settimo: ricorrenza molto partecipata e sentita già dal '500, famosa per l'allegria e la musica che investivano tutti i partecipanti, che oggi presenta numerose attività e bancarelle, richiamando visitatori anche dai paesi limitrofi.

In questa cornice festosa il progetto è stato presentato attraverso l'uso di pannelli informativi, realizzati dal Comune, contenenti tutte le informazioni riguardanti il progetto Ecomuseo, includendo il sistema delle piste ciclabili, azioni virtuose e sensibilizzanti sul riciclo e l'impatto ambientale, foto del territorio, alcune delle quali viste in precedenza, le proposte di logo e la mappa di comunità entrambi interattivi.

Era infatti richiesta una partecipazione attiva, sia nel caso di voto per il logo preferito, sia per l'individuazione di punti di interesse sulla mappa.

Venivano inoltre presentati i disegni realizzati dai bambini negli incontri precedentemente descritti presso le scuole, utilizzati per i loghi.

Si dava inoltre un appuntamento futuro tramite un piccolo promemoria costituito da un pezzo di puzzle, che rimandava all'incontro del 27 Novembre per la realizzazione della Mappa di Comunità.

Nonostante il tempo avverso, l'iniziativa ha riscosso un discreto successo sia come divulgazione del progetto, sia come prima partecipazione della popolazione in alcune decisioni, semplici ma in grado di lasciare qualcosa in più di semplici nozioni.



In data 27 Novembre 2010 si è svolto il primo incontro di progettazione partecipata per la creazione della Mappa di Comunità: l'incontro giungeva come culmine di una serie di incontri succedutisi nei mesi precedenti, atti a comunicare, sensibilizzare e testare la partecipazione rispetto al progetto ecomuseale proposto dalla giunta comunale.

La prima fase è stata utile, appunto, per informare, una volta ancora, su cosa sia un ecomuseo; in seguito la presentazione prevedeva una messa in mostra delle prime azioni svolte per far partire il progetto: dagli

incontri con le scuole, alla presenza durante la festa di Settimo, dalla realizzazione dei loghi alla progettazione della Mappa di Comunità (cos'è, a cosa serve, a cosa potrebbe servire oltre ad esempi di mappe simili).

Dopo una fase di presentazione, comprensiva dei requisiti minimi per la realizzazione dell'ecomuseo, si è passati alla parte pratica.

In un primo momento veniva chiesto ai partecipanti di esprimere, attraverso aggettivi o sostantivi, come vedono il paese, o meglio, quali sono i vocaboli che a parer loro lo caratterizzano.

Ne è emersa una visione positiva e gratificante, non discostante dalle affermazioni del sindaco e degli assessori durante le interviste. Le uniche accezioni negative sono da considerarsi, in realtà, più come timori dovuti alla situazione economica in cui gravano i comuni dopo i tagli proposti dal Governo.

Nella fase successiva si è passati alla progettazione vera e propria, proponendo ai partecipanti di identificare su mappe affisse alle pareti e differenziate in 9 temi fondamentali, elementi meritevoli di attenzione.

Si spaziava dall'associazionismo, al tempo libero, dal

verde alla viabilità passando dai beni architettonici. Bollini adesivi colorati venivano applicati direttamente sulla mappa, e ognuno di essi aveva un post-it relativo da compilare con il nome dell'hotspot segnalato e una breve descrizione.

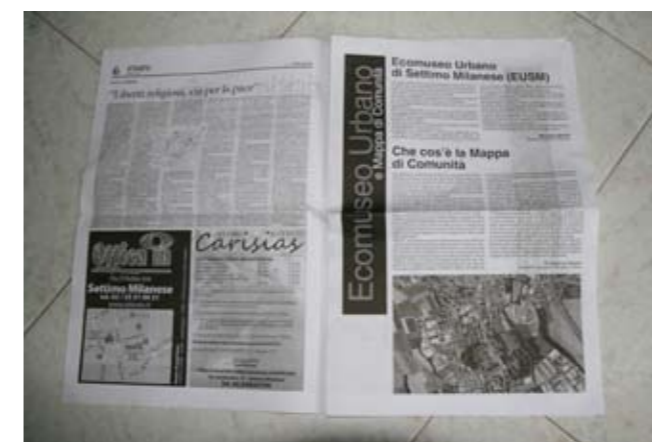
In poco meno di un'ora le mappe erano ricche di informazioni e commenti, in grado di creare una prima bozza della Mappa di Comunità, frutto della somma di tutte le 9 mappe, a loro volta frutto dell'interesse di una parte di popolazione attenta e ricca di conoscenze, disposta a divulgarle per il bene comune.

Primi passi La Mappa di Comunità all'interno de "Il Comune"



Marzo 2011: la progettazione partecipata della Mappa di Comunità vuole allargarsi a tutta la popolazione. Trova infatti posto all'interno della pagina centrale del periodico informativo del Comune, il giornale del paese, distribuito gratuitamente in tutte le abitazioni. L'inserto prevede l'interattività del lettore: espone in primo luogo il progetto ecomuseale, per poi definire cosa sia una mappa di questo tipo. In seguito troviamo rappresentata la mappa topografica del territorio, con la richiesta esplicita di intervenire segnalando i punti più interessanti, secondo i pareri personali dei singoli. L'ultima pagina dell'inserto è un questionario: domande utili alla realizzazione del progetto ecomuseale che vanno ad identificare gli elementi di rilievo e il materiale

che la popolazione può "offrire" al progetto. Materiale che può essere composto soprattutto da saperi e conoscenze, utili alla definizione degli elementi da valorizzare. Viene richiesta una partecipazione concreta, definendo quale può essere l'apporto personale al progetto, oltre alla rappresentazione grafica: un metodo semplice per divulgare ancora di più il progetto e iniziando un rapporto continuativo con la popolazione. Gli elaborati verranno poi riconsegnati presso punti prestabiliti, come la Biblioteca e gli Sportelli del Cittadino, per poi iniziare tutto il processo di realizzazione della mappa e di pianificazione delle attività ecomuseali da qui a tre anni.



Dal PIL al BIL

Pur partendo dalla precisazione che si tratta di «una sorta di gioco senza pretesa di rigore scientifico», il Sole 24 ore sembra aver carpito una sostanziale differenza nell'individuazione dei criteri attraverso i quali calcolare la reale qualità della vita delle persone: in aggiunta alla tradizionale classifica che pubblica ogni anno, imperniata sul PIL, il Prodotto Interno Lordo, il quotidiano milanese ha infatti pubblicato in questi giorni la graduatoria del BIL, il Benessere Interno Lordo, raccogliendo la "provocazione" del presidente francese Sarkozy, che ha formato una commissione incaricata di individuare criteri capaci di definire il "benessere pluridimensionale".

Il BIL è la risultanza di otto indicatori che prendono in esame ambiti della vita quotidiana dei singoli e delle comunità andando al di là del dato meramente economico. Si parla quindi di condizioni di vita materiali, di salute, di istruzione misurata attraverso gli iscritti all'università, di attività personali, di partecipazione alla vita politica in questo caso fa fede l'affluenza alle urne in occasione delle scorse europee, di rapporti sociali, di insicurezza economica e fisica fino all'ambiente, variabile importante che può denotare, se di segno negativo, situazioni particolarmente gravi, come quella di Siracusa, ultima città italiana nella graduatoria del BIL a causa di una situazione ambientale critica, in cui spiccano i 25 chilometri quadrati di discariche abusive.

La zona dove il benessere sembra esistere realmente è quella di Marche e Romagna: sette delle prime dieci città si trovano infatti in queste due regioni. In fondo alla classifica troviamo, come già detto, Siracusa, mentre la capolista è la provincia di Forlì-Cesena. Nel prospetto riassuntivo viene anche indicata la differenza di posizione rispetto al tradizionale calcolo del PIL, evidenziando discrepanze notevoli: Bolzano, Roma, Torino e Venezia sono le città che perdono più posti, ovvero quelle i cui abitanti sono ricchi ma infelici; a Rieti, Lecce e Ascoli (che guadagnano rispettivamente 54, 53 e 50 posizioni) invece è proprio il caso di dire che "i soldi non fanno la felicità". Una curiosità: è Pordenone l'unica città che occupa la stessa posizione sia nella classifica del BIL che in quella del PIL. (repubblica.it)

Il punto di partenza: identificare e definire un'identità in grado di raggruppare e rappresentare a pieno tutte le diversità e sinergie che compongono il territorio, confrontandosi con personalità del luogo e realizzando delle foto di mood in grado di far capire, o almeno iniziare una strada di pensiero che potesse portare a risultati soddisfacenti, superando i concetti dati ormai per certi, come l'importanza del verde e l'associazionismo.

La raccolta fotografica storica, unita a quella puramente descrittiva, si è rivelata utile su diversi ambiti: il primo è servito per far focalizzare luoghi ed elementi ormai sottovalutati dal vivere quotidiano in un ambiente che crediamo di conoscere alla perfezione.

Dall'altro lato, il materiale fotografico si è rivelato utile anche durante gli incontri con i bambini delle scuole primarie.

Incontri che sono stati simbolo dell'agire, del voler da subito indagare con una parte di popolazione i concetti di appartenenza, territorio e partecipazione.

Provare a cercare all'interno delle scuole in concetto di identità, o almeno spunti che indirizzassero nella giusta direzione, mettendo la didattica al primo posto, almeno nella prima fase, del processo ecomuseale: le nuove generazioni, quelle che realmente potranno usufruire di uno sviluppo sostenibile promosso da un progetto come questo, frutto di anni di azioni e sensibilizzazioni.

Loro per primi rappresentanti di una mutazione in corso, specchio di una popolazione non più prettamente milanese in grado di raccogliere il testimone, in un paese anomalo rispetto ai vicini, legato alla natura in modo inscindibile, a sole 7 miglia dal Duomo.

Un paese che ha fatto della trasformazione, sotto tutte le sue sfaccettature, una caratteristica forse in grado di definire l'identità del territorio.

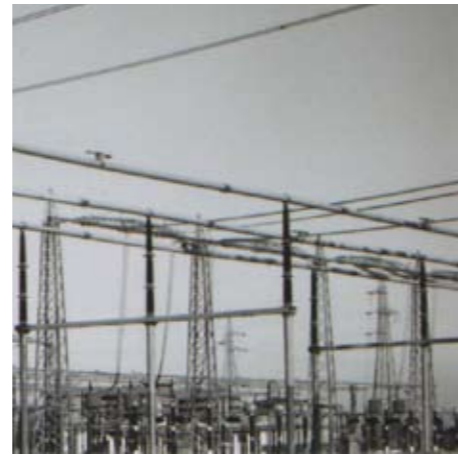
Si passa quindi da aree industriali di rilevanza nazionale come l'Italtel alle innumerevoli corti che caratterizzano e identificano quello che si mostra come un ex territorio agricolo. Il primo, un polo tecnologico strategico situato nell'area del Castelletto, una volta centro agricolo territoriale e paese a sè stante, che della vecchia cascina ha mantenuto la struttura centrale, ora sede direzionale. Rappresentativo del mutamento locale: un'area da sempre dedicata all'agricoltura e all'allevamento, in grado di dare lavoro a molti, trasformatasi negli anni in polo industriale di eccellenza nazionale, in grado di mutare l'ambito sociale locale, creando occupazione e spostando le attitudini del luogo da rurali a urbane.

Le corti e il paesaggio rendono attuale la trasformazione conservativa adottata attraverso gli anni dalle giunte succedutesi: le frazioni si modificano, ma mantengono, grazie a corridoi verdi, il concetto di paese, evitando un inurbamento allargato e dispersivo, che avrebbe diluito il paesaggio arrivando ai giorni d'oggi a livelli tragici, tipici di molti comuni-dormitorio subito al di là dei confini comunali. E' inoltre da segnalare il crescente comportamento di cooperazione all'interno delle corti ristrutturata e attualizzate: dai racconti dei nuovi inquilini emergono una serie di comportamenti, del tutto scontati fino a 40 anni fa, che fanno della coesione sociale il punto forte: dall'occuparsi del verde comune alla realizzazione di micro-eventi che raccontano la storia di quei luoghi.

L'identità passa quindi da qui: dalla trasformazione costante che caratterizza giorno per giorno la vita locale e che fino ad oggi ha portato la popolazione ad adattarsi in modo attivo ai mutamenti che via via si sono succeduti nel passare dei decenni.

Sintesi.Azioni

Mood Identity
Trasformazione e benessere



Mood Identity

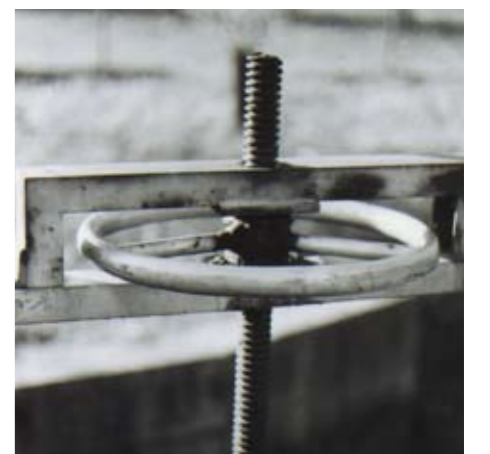
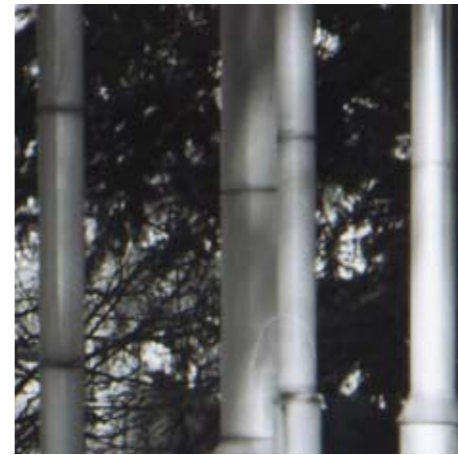


Foto by
Linda Volpi

Confine & Trasformazione

Sintesi.Azioni

Ambiti di progetto possibili
Itinerari percorribili

Il verde rappresenta senza alcun dubbio l'elemento cardine per lo sviluppo di scenari futuri: presente in ogni angolo, presente in ogni intervista o confronto. L'ambito per eccellenza, la più importante eccellenza: elementi che lo pongono come evidenza ecomuseale, e in questo caso, come possibile direzione progettuale. Aziende agricole ed alimentazione, sistema orti urbani e associazioni, promozione e informazione.

Dalle interviste e dalle azioni dirette l'ambito educativo si è rivelato fondamentale: l'importanza della didattica in ambito ecomuseale, portandola ora a scenario di progetto in grado di intervenire e modificare il territorio, in modo da renderlo leggibile. Concetti come scuola aperta o territorio aumentato possono portare verso direzioni progettuali in grado di fortificare l'identità territoriale.

La trasformazione del territorio, quindi la sua identità, è segnata dalla produzione, un tempo totalmente agricola ed oggi convertita per lo più in industriale e artigiana. Antichi saperi e archeologia industriale, giovani creativi e artigianato, elementi caratterizzanti di un territorio che si è sempre dato da fare. Un nuovo scenario produttivo è forse ipotizzabile per attivare fasce sociali escluse fin ora dalle proposte locali.

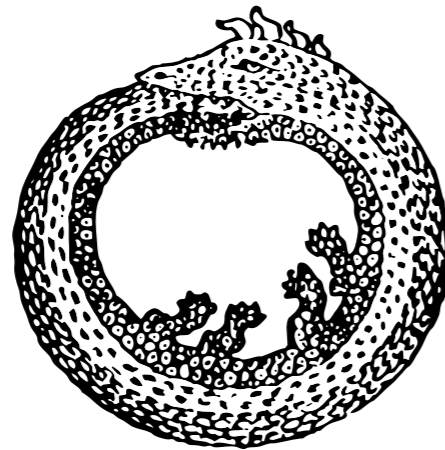
Verde	Alimentazione Promozione Informazione	Az. Agricole Orti Urbani Associazioni
Educazione	Territorio aumentato Tour e percorsi Laboratori	Bambini Scuole Associazioni
Produzione	Know How Tramandare Creare	Giovani Creativi Associazioni

Comunicazione Territoriale

Vediamo quindi rappresentate le 3 aree in cui verrà sviluppato il concept: i concetti di educazione, verde e produzione verranno sviluppati secondo le linee guida della comunicazione territoriale. Un territorio che sa comunicarsi, in grado di sviluppare nuove interazioni sociali e di rafforzare il concetto di partecipazione ed appartenenza, è un territorio pronto ad uno sviluppo sostenibile e attento a quelle che sono le aree sociali da coinvolgere maggiormente per la creazione di nuove identità e nuovi comportamenti.

Definizione Concept

Comunicare la propria identità
Coltivare passioni



Uroboro

Simbolo molto antico che rappresenta un serpente che si morde la coda, ricreandosi continuamente e formando così un cerchio.

Rappresenta la natura ciclica delle cose e tutto quello che è rappresentabile attraverso un ciclo che ricomincia dall'inizio dopo aver raggiunto la propria fine.

Oggi inteso come simbolo di autoreferenza, un ciclo chiuso, fine a se stesso, limitato nei contatti con l'esterno.

Mappa di Comunità

Uno strumento che vuole allontanarsi dalle classiche realizzazioni, spesso di alto livello grafico, cartacee o tramite web, dettagliate e puntuali, ma fossilizzate sull'autoreferenzialità interna a sistemi locali che tendono spesso a chiudere e immobilizzare concetti ed elementi, molte volte interessanti perchè mutevoli nel tempo, in continua evoluzione a cui è possibile partecipare, proporre, intervenire.

Un luogo virtuale dove esprimere proposte e passioni.

Sede Ecomuseo

Uno strumento recettivo, che ascolta tramite il web la popolazione, il territorio, le volontà; allo stesso tempo propositivo, perchè composto da molteplici realtà, alcune delle quali creative, propositive, innovatrici. Un luogo fisico che fa della esposizione di quelli che sono i beni materiali e immateriali che caratterizzano il territorio il livello base, su cui innovare tramite collaborazioni produttive o educative.

Uno spazio "aperto" alle proposte e alle passioni.

Coltivare Passioni

Progetto Pilota

Comunicare il territorio attraverso una comunicazione "verde" in grado di inserire nel processo attori progettuali quali artigianato e settore educativo.

Un sistema prodotto-servizio in grado di generare collaborazione e di rafforzare l'identità territoriale.

Definizione Concept

Comunicare la propria identità
Avviare il Progetto Pilota



Il promotore

Il Comune di Settimo Milanese è stato il promotore del progetto sin dai tempi del programma elettorale: attenti ai trends nazionali e regionali, ha visto nel progetto ecomuseale la via per riuscire a valorizzare e concretizzare sotto un progetto comune e collettivo tutte le attività, partecipate e sentite, e i beni, materiali e immateriali, che costellano la vita sociale del territorio da sempre.

L'ambiente fertile e propositivo, fatto da associazioni e cooperative, ha fatto in modo che l'istituzione si rendesse partecipe di un processo volto a focalizzare l'attenzione sull'identità locale in tutte le sue forme, identificata nel grande filone della trasformazione: aree ex agricole e aree che portano profondi segni di un passato industriale, vecchi riti e nuove tradizioni.

L'attuatore

La Pro Loco è stata, da subito, identificata come il soggetto in grado di far partire il progetto, grazie ad un know how territoriale profondo sviluppato in oltre dieci anni di attività e proposte, manifestazioni ed eventi, oltre ad una raccolta di materiale di ogni tipo utile a tracciare la storia del paese.

Una realtà fondamentale per la realizzazione del progetto, in grado di implementare le abilità e le conoscenze presenti all'interno del Comune: una rete già consolidata di collaboratori, con eventi programmati su scala annuale, non può far altro che diffondere il concetto di Ecomuseo ai cittadini.

Persone che hanno fatto della salvaguardia e della promozione territoriale la loro missione, hanno gettato le basi per un ecomuseo che già esiste.

Il team

Sarà quindi la Pro Loco, su supervisione del Comune, ad identificare il possibile team di lavoro in grado di organizzare e realizzare il progetto ecomuseale, seguendo e adempiendo a quelli che sono i requisiti richiesti dalla Regione Lombardia per l'approvazione ed il riconoscimento. Un team non chiuso, né autoreferenziale, ma capace di interagire con tutte le realtà territoriali, facendosi conoscere tramite incontri o semplici discussioni: un team composto da giovani in grado di raccogliere il testimone delle vecchie generazioni e portarlo verso il futuro di uno sviluppo sostenibile. Persone che credono nel proprio territorio e sono vogliose di partecipare attivamente alla sua continua ridefinizione, portando approcci ed innovazioni tipici delle nuove generazioni.

Il progetto

Il team allargato, cioè composto sia dai giovani scelti dalla Pro Loco, sia dai componenti delle associazioni, sia da cittadini, si mette in moto per raggiungere i requisiti necessari per l'approvazione: dall'atto costitutivo all'individuazione di una sede, dall'immagine coordinata al patrimonio culturale e architettonico, dalle metodologie di coinvolgimento della popolazione ad un programma triennale di attività.

Un progetto che fa della progettazione partecipata, sotto tutti i suoi aspetti, l'elemento cardine per la definizione degli interventi: gruppi di lavoro in grado di distribuire i compiti in modo coerente, tenendo conto delle capacità e degli interessi dei singoli.

Un progetto fatto dalla popolazione per la popolazione, atto a lasciare fondamenta per lo sviluppo futuro.

Definizione Concept

Comunicare la propria identità
Avviare il Progetto Pilota



Gestore Web

Manutentore della Mappa di Comunità, gestisce il sito internet e la creazione dei network.

Inoltre accredita le iscrizioni effettuate per le camere dedicate ai pernottamenti e gestisce le attività dei laboratori, traducendo in proposte progettuali le "richieste" del territorio effettuate tramite web o nell'area riservata alla progettazione partecipata.

Target: esperto web (programmazione) e progettazione digitale. Con attitudini propositive, in grado di gestire una programmazione delle proposte.

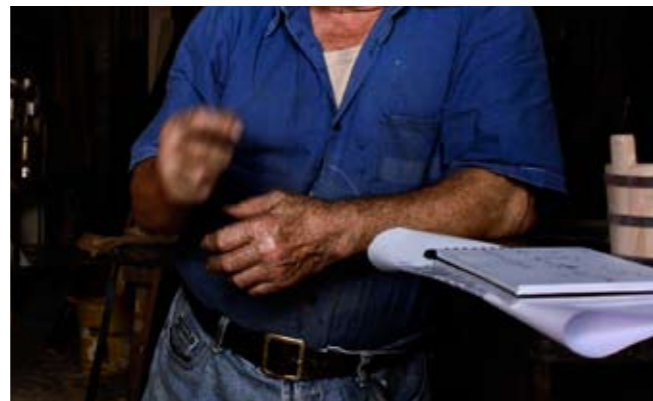


Gestore Lab (back office)

Indirizza i componenti del laboratorio a progettare le proposte della zona meet o del web manager, o li aiuta nell'apprendere nuove tecniche pratiche di lavorazione, frutto della sua personale conoscenza, o attraverso incontri con altre realtà territoriali.

Svolge inoltre la funzione di coordinatore degli incontri educativi svolti dalle scuole.

Target: artigiano o esperto di molteplici lavorazioni, con tempo da dedicare, in grado di gestire un laboratorio partecipato fornito di attrezzature.



Gestore Vetrina (front office)

Si occupa in primo luogo di fornire informazioni dettagliate e competenti riguardo agli oggetti e ai documenti storici presenti.

Inoltre gestisce la vendita e l'allestimento dei prodotti esposti da giovani, artigiani e aziende. Allestisce inoltre il sistema comunicativo territoriale all'interno della Sede.

Target: una figura esperta del territorio, con attitudini di contatto diretto con il pubblico e abilità relazionali. La figura che rappresenta il front office.



Associazione

Per la costituzione dell'Ecomuseo è necessario creare un'associazione che gestisca tutto l'iter progettuale in un primo momento, e che sia in grado, in un secondo momento, di sviluppare proposte per un periodo che va ben oltre l'atto costitutivo.

Lo statuto prevede l'identificazione di un team gestore che deve necessariamente presentare diverse abilità al suo interno, oltre al fatto di essere composto sia da componenti del consiglio comunale, sia da rappresentanti delle associazioni, sia da cittadini comuni con abilità consolidate e riscontrabili.

In quest'ottica è possibile l'identificazione di tre attori chiave fra i target disponibili, che rappresenteranno il cuore dell'associazione.

Un'associazione che trova gli spazi all'interno della Sede dell'Ecomuseo, di proprietà del Comune, e che si autofinanzia tramite le attività proposte, dalle quote associative, da uno stanziamento iniziale e dalle sponsorizzazioni effettuate: l'associazione, senza scopo di lucro, dovrà rientrare delle spese e garantire una continuazione, tramite reinvestimento dei capitali, dei progetti via via sviluppati.

Start Up

Un processo Ecomuseale può generare attività in grado di sviluppare piccoli business: in quest'ottica è auspicabile la costituzione di una piccola start up, composta da giovani del territorio, che andranno ad occuparsi della gestione dei flussi di prodotti.

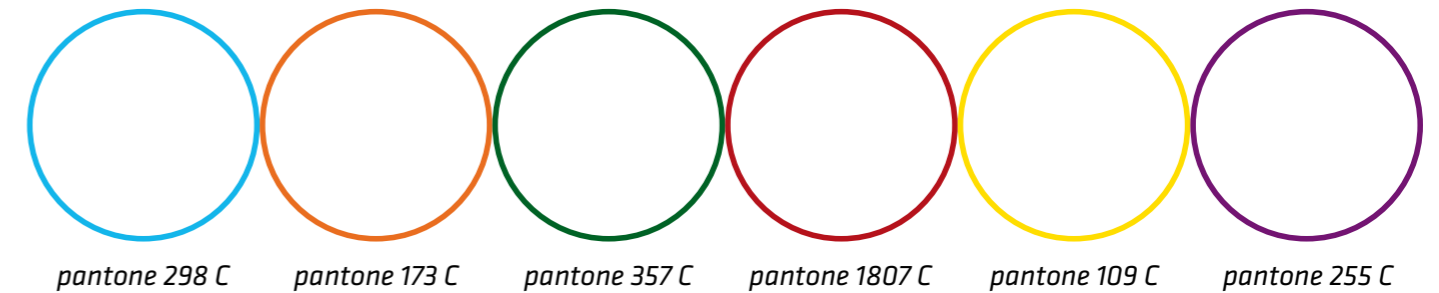
Il packaging e lo stoccaggio che quelli che possiamo prevedere come "prodotti del territorio", saranno gestiti da questo gruppo di giovani, retribuiti dallo stesso scenario che vanno a comporre: essendo subordinati all'associazione riceveranno compendi dagli strumenti identificati dal team come utili alla costituzione di un piccolo capitale come le iscrizioni e le sponsorizzazioni e avranno il compito di gestire la Vending Machine, evidenza del progetto pilota presentato a seguire.

Comunicazione

Immagine coordinata e Logo *Motivi, cromie, elementi.*

Logo

Il logo è stato scelto fra le proposte disponibili, sia perchè uno dei maggiormente votati dal pubblico durante gli incontri, sia perchè di maggiore leggibilità. I cerchi che racchiudono il testo rappresentano l'insieme, la comunità, la partecipazione che gravita all'interno di un processo ecomuseale, ma allo stesso tempo raffigura il segno grafico utilizzato dai bambini per scarabocchiare i fogli in cerca del colore perfetto. La collettività varia e diversificata è qui trasfigurata in segni grafici circolari di 6 diversi colori, si prende cura del progetto abbracciandolo e facendolo suo, restando sobrio e privo di forzature formali che avrebbero rischiato di minarne la leggibilità.



E
S
M

Pay-Off

Il Pay-Off del progetto "coltivare passioni" rappresenta ed esplicita il concetto chiave di un ecomuseo non bloccato e fermo, ma che consente alla cittadinanza di evolvere e sviluppare interessi e partecipazione. Un progetto in grado di fornire le radici territoriali per lo sviluppo di identità future, passando attraverso la realizzazione di attività ed azioni pratiche, sensibilizzanti ed educative. Le cromie utilizzate sono le stesse del logo, ma il cerchio ha fatto spazio alle linee, alla trasversalità dei progetti che andranno succedendosi in ambito ecomuseale. Coltivare passioni significa rafforzare interessi, condividere conoscenze, creare identità.

Coltivare

Lavorare il terreno affinché produca piante e frutti. Esercitare, educare, rendere produttivo: *coltivare la mente, l'ingegno, l'astuzia, l'intelligenza.* Nutrire pensieri, fomentare una speranza: *coltivare una speranza.*

Passione

Sentimento intenso e veemente che può dominare l'uomo inducendolo a compiere azioni di ogni tipo: *la passione dell'ira, della gelosia, dell'amore.* Interesse, inclinazione, predilezione molto spiccata: *la passione per la pesca.*

Pantone 166 C

Colore che rappresenta sia il patrimonio architettonico che quello industriale. Il mattone è simbolo di un raggruppamento di componenti unito e forte, in grado di svolgere un'attività al fine di uno scopo collettivo, come le mura che costellano il territorio.

Pantone 362 C

Colore che sta a rappresentare il 60% del territorio: il sistema del verde. Tradizioni agricole lo hanno segnato, come tradizioni rurali di raccolta e produzione, di convivialità e lavoro. Una flora presente, che l'interesse quotidiano può solo incrementare.

Pantone 299 C

Colore che sta a rappresentare tutto quello che c'è tra cielo e fiume, pasando tra fontanili e nebbia, brina e nuvole, marcite e chiuse. Elementi che hanno segnato la vita dei suoi abitanti per secoli, riuscendo a domarli alle proprie esigenze e necessità con ingegno.

Comunicazione

Educazione diffusa
Tradizioni e Street Art

Nuove Tradizioni

La segnalazione dell'ingresso in un paese su una "grande" arteria viaria nella prima metà del secolo scorso veniva data tramite interventi pittorici direttamente sulle mure esterne dei caseggiati; oggi gli street artist comunicano tramite interventi illegali direttamente sui muri di tutte le città del mondo.

La comunicazione territoriale potrebbe dimostrarsi attenta ai metodi comunicativi della tradizione, relazionandosi con il presente e fornendo informazioni

e curiosità sui luoghi degni di rilievo. Un modo per divulgare l'immagine coordinata dell'Ecomuseo attraverso interventi semplici e meno invasivi delle classiche targhe, dimenticati soprammobili dell'arredo urbano.

Una tecnica innovativa, quella dello stencil, per comunicare spazi "istituzionalizzati", ma che ad oggi risentono della mancanza della più banale comunicazione. Una metodologia in grado di attrarre anche le nuove generazioni.



Comunicazione

Educazione diffusa
Sistema di immagine coordinata



Marketing territoriale

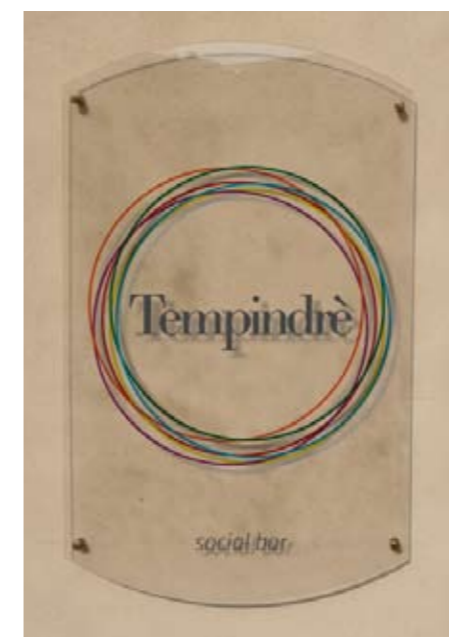
Azioni di marketing territoriale sono fondamentali per la diffusione della consapevolezza dello svolgimento del progetto Ecomuseo tra la popolazione: riportare le cromie e gli elementi grafici che caratterizzano in primo luogo il logo, su tutti i mezzi comunicativi disponibili. Accostare l'ecomuseo a tutte le attività affini a processi sociali, educativi, ludici, in ogni caso attinenti alla definizione e alla valorizzazione dell'identità locale. Rendere tangibile e chiara la presenza di una realtà diffusa, segnalando percorsi, accessi, elementi degni di nota, luoghi della memoria e dell'intrattenimento. L'Ecomuseo di Settimo Milanese deve essere ben riconoscibile da subito sia per quei visitatori che lo attraversano per la prima volta, sia per i residenti che vedranno valorizzate le caratteristiche salienti.

Cartaceo

Avviare da subito una campagna informativa cartacea utile a comunicare, in un primo momento, la descrizione dei principi di progetto e gli hot spot territoriali, con informazioni dettagliate fra passato e presente. Pieghevoli suddivisi per ambiti, una raccolta completa e accurata, legata da un formato e una linea grafica unificata, distribuita sul territorio. Materiale utile alla conoscenza del patrimonio.

Cartellonistica

Segnalare le attività e gli hot spots attraverso varie tipologie di elementi comunicativi. Una cartellonistica che utilizza i convenzionali elementi, come i cartelli rotondi, oppure si avvale di elementi di maggior pregio, ma in nessun caso invasivi o sovradimensionati. Inoltre una campagna affissioni puntuale e chiare, di facile lettura, adatta a tutte le tipologie di cittadino.



I vantaggi di realizzare una mappa di comunità non solamente cartacea balzano subito all'occhio: continua aggiornabilità, possibilità di raggruppare i contenuti, maggiore "spazio", interattività e partecipazione.

Infatti la mappa partirà sicuramente con contenuti inseriti dai creatori, ricavati dalle innumerevoli fonti già presenti: dati storici, informazioni sul verde, attività, associazioni, raccolta fotografica, ecc., ma andrà a svilupparsi nel tempo attraverso l'utilizzo degli utenti e le proposte effettuate da i più diversificati attori.

Naturalmente alcuni di essi si dimostreranno più propositivi di altri, come le associazioni che già operano sul territorio, il Comune o lo stesso Ecomuseo, e starà a loro coinvolgere ogni giorno la popolazione, anche attraverso uno strumento come questo.

Un sistema così piccolo non prevede un numero enorme di visite, ma si offre come strumento per semplificare e, a volte, evitare procedure classiche (assemblee, incontri, comitati...) che richiedono tempistiche lunghe, lasciando quindi molte volte decorrere progetti e proposte provenienti dai cittadini.

Quando un cittadino può avere la facoltà di partecipare in modo attivo alla realizzazione di una qualsiasi attività, sicuramente il suo senso di appartenenza andrà rafforzandosi, avendo la possibilità di informarsi e interloquire con tutte le diverse sfaccettature che compongono il tessuto sociale, giorno per giorno.

Visitare la mappa o farne parte? Sicuramente uno strumento che può essere utilizzato sotto vari aspetti: dalla promozione della propria attività, alla voglia di mettere in mostra le "proprie creazioni"...

La grafica qui sotto, descrive tutti gli ambiti toccati dalla mappa e consultabili dal visitatore: oltre alla consultazione classica, vediamo che la colonna "feedback e idee comunità" si incrocia con tutte le categorie consultabili. Le sezioni progetti riguardano le possibili proposte provenienti da quelli che sono ipotizzabili come gli attori più attivi, relative agli ambiti che incrociano. Alcuni network possono già essere ipotizzati, immaginando scenari provenienti dall'analisi e dalle conclusioni tratte in precedenza

Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale
Sistema

Un software (su base Google Maps o HTML 4) gestirà i network e creerà le connessioni, oltre ai post e alla proposta di eventi, tutto sotto la supervisione di un gestore del sito (manutentore).

Gli account saranno suddivisi tra turista (tour), residente (tour + post), amministratore (tour + post + possibilità proporre iniziative e contattare collaboratori e visitatori + creazione networks).



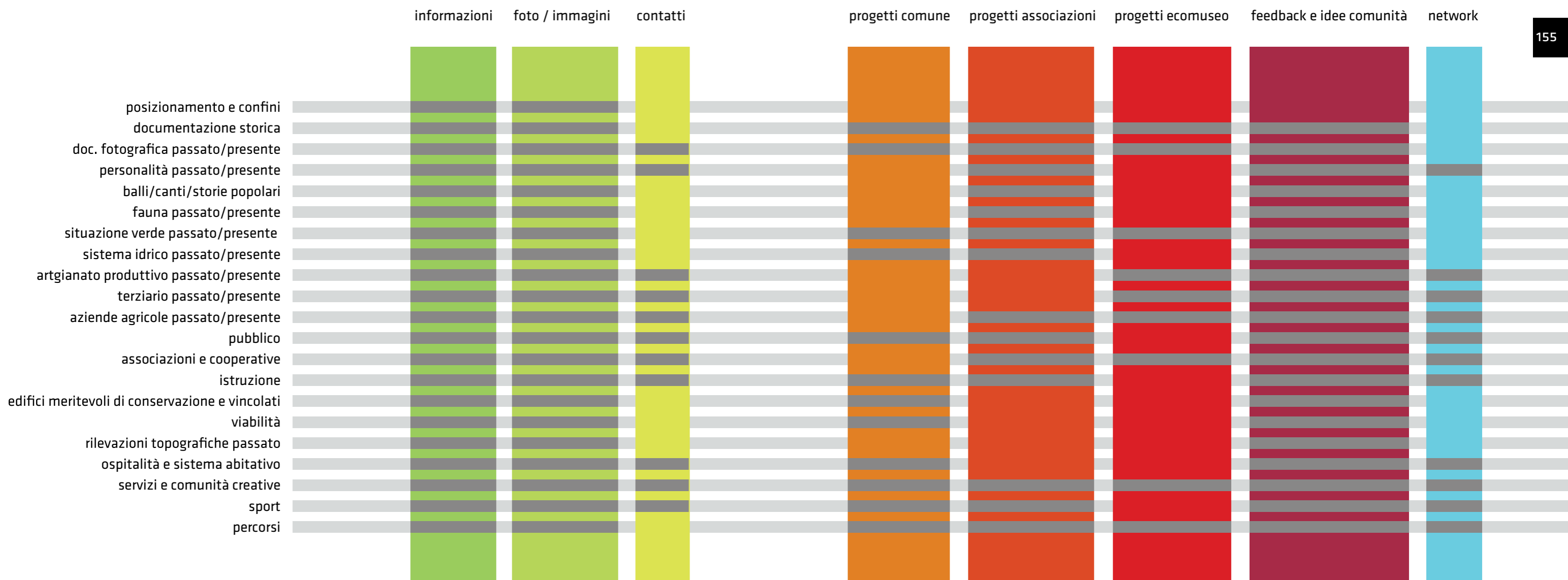
turista



residente



stakeholder



Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale
Accesso



Sito Internet

L'accesso avviene tramite il sito internet del Comune di Settimo Milanese.

Troveremo un'icona aggiuntiva a quelle già presenti: Vivissettimo (raccolta degli eventi presenti sul territorio e attività in corso), Sportello del Cittadino (servizio web adatto a svolgere pratiche e pagamenti on line), Sistema Informativo Territoriale (mappe e rilievi territoriali), La Città dei Bambini (Spazio dedicato ai più giovani, interattivo ed educativo).

Il sito del Comune di Settimo Milanese un'ottima base su cui lavorare, sia per la fruibilità, che per la grande quantità di contenuti presenti: l'Ecomuseo troverà quindi spazio all'interno dell'offerta disponibile, incrementandone i contenuti e maggiormente le aree interattive già presenti.

L'Ecomuseo rimane quindi legato all'Amministrazione Comunale che lo ha voluto, trovando comunque riscontro, tramite un banner, nei siti che riguardano il territorio.

Selezionando l'icona verranno subito inviati alla pagina di presentazione dell'Ecomuseo.

Pagina che descrive il progetto Ecomuseo Settimo Milanese, concentrandosi sui valori chiave e sul concetto di partecipazione insito in una realtà come questa.

Le cromie di sfondo identificano al primo sguardo l'immagine coordinata, mantenendo comunque un'impostazione pulita e molto semplice, adatta ad un pubblico di ogni età.



Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale
Accesso



Turista

L'accesso "base", visitatore, è in grado di consentire una consultazione dei contenuti tipici di una Mappa di Comunità: sarà quindi possibile accedere ai documenti storici, alle mappe, all'analisi fotografica, ai servizi e alle realtà che compongono il territorio, trovando una descrizione dettagliata e localizzata. Una vetrina virtuale capace di mettere in mostra il Comune nell'insieme, svelando i differenti tasselli che lo caratterizzano.

Abitante

L'accesso "medio", abitante, è in grado di fornire le medesime informazioni della modalità Turista, ma supportata da un livello maggiore di interattività garantito dai post. La possibilità quindi di intervenire direttamente alla costruzione e all'aggiornamento della mappa: foto, interventi, commenti, proposte arricchiranno, giorno per giorno, i contenuti proposti, fornendo un modo per capire come il territorio venga concepito e vissuto.

Stakeholder

L'accesso "manager", stakeholder, è in grado di fornire la massima interattività: vi si accede tramite iscrizione, effettuata direttamente sul sito o presso la sede dell'Ecomuseo, e i contenuti sono innumerevoli. Si possono naturalmente ottenere informazioni tipiche dei livelli precedenti (tour+post), dotando però l'utente della facoltà di proporre ed organizzare progetti, chiedere collaborazioni per lo sviluppo di iniziative ed eventi, utili ai privati, alle associazioni, alle aziende per accrescere la propria visibilità territoriale, e allo stesso modo per attirare visitatori da fuori.

Attori propositivi e partecipi, già presenti col loro lavoro o le loro iniziative durante gli anni, tramite la possibilità della continua creazione di networks collaborativi.

Account

iscrizione e login: nel caso non si voglia esclusivamente accedere alle informazioni che la mappa vuole dare, ma si vuole essere diretti partecipanti alla creazione della stessa, oppure intervenire su più livelli alla sua continua evoluzione, tramite l'inserimento di commenti e immagini, proposte e iniziative, allora è il caso di iscriversi ai due account "abitante" e "stakeholder". L'accesso "turista" non prevede invece alcuna iscrizione.

il sito richiede quindi un'iscrizione per poter usufruire dei maggiori livelli di interattività: le richieste di iscrizione verranno volta per volta vagliate dal gestore del sito internet, incaricato alla sua manutenzione e al suo continuo aggiornamento.

Turista e stakeholder devono fornire le proprie generalità, ma soprattutto la tipologia di attività che si vuole rappresentare, nel caso si tratti di un'azienda, o ancora i propri interessi ed hobby, nel caso si tratti di un comune cittadino.

Nel caso di account stakeholder, dove il livello di interattività è maggiore, garantita dalla possibilità di proporre iniziative, creare collaborazioni, intervenire in progetti, la pagina di iscrizione prevede la possibilità di sponsorizzare il progetto Ecomuseo tramite una donazione.

Viene inoltre presentato il regolamento d'iscrizione, che, tra le altre cose, prevede l'utilizzo dei dati personali, sia per la creazione delle informazioni presenti nella mappa, sia per coordinare progetti e collaborazioni.

Lo sviluppo sostenibile e la partecipazione sociale passano attraverso una democratizzazione reale delle scelte in uno scenario di scelte collettive che gravitano nell'ambito della Res Publica.



Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale

Livello #1



Comune di Settimo Mi... x

Web www.comune.settimomilanese.mi.it

Cerca con Google

account personale > entra

Ecomuseo Settimo Milanese

Coltivare passioni

- documentazione storica
- documentazione fotografica
- personalità
- balli/canti/storie popolari
- fauna
- situazione verde
- sistema idrico
- artigianato produttivo
- terziario
- aziende agricole
- privati
- associazioni e cooperative
- istruzione
- edifici vincolati
- percorsi
- sport
- ospitalità e sistema abitativo
- servizi e comunità creative
- post
- network

PRO LOCO
Parco Giuseppe Farina - Via grandi 13
Area di intervento: Culturale, Civile
Promuovere e sviluppare la conoscenza, la tutela, la valorizzazione, la fruizione delle risorse storiche e culturali del nostro territorio e della comunità che in esso risiede.
Apertura: domenica 15.00 - 18.00
Presidente: Lino Aldi
Tel: 0233512373 - 338856321
info@prolocosettimomilanese.it

10-10-2011
"Qui non mi sento a Milano"
Marco, 21 anni

Network

Post

Zoom (100%)

tesì Adobe InDesign CS3... La mappa di comun... Comune di Settimo ...

Consultare

Naturalmente, il primo servizio offerto da una mappa è quello informativo, ancor più aggiornato in questo caso trattandosi di una mappa di comunità: una mappa che si allontana dalle comuni rappresentazioni cartografiche (strade, aree verdi, spazi commerciali), mettendo in luce molti più ambiti di descrizione territoriale, da quelli sociali a quelli storici, fauna e flora, tradizioni e costumi, ecc.

L'utilizzo di uno strumento come il web consente, in primo luogo, una più semplice e chiara fruizione dei molteplici contenuti che il cartaceo dovrà obbligatoriamente omettere in alcune parti, oltre ad una divisione su livelli degli stessi, in modo da riuscire a concentrare la ricerca restringendo il numero di informazioni disponibili.

Selezionando da una tendina laterale uno o più ambiti di ricerca o interesse, sarà possibile scremare i contenuti stringendo il cerchio attorno alle realtà presenti sul territorio, segnalate sulla mappa tramite elementi circolari dello stesso colore del livello selezionato.

Nell'esempio a lato, l'utilizzatore seleziona gli ambiti a cui è interessato e poi, direttamente sulla mappa, seleziona due fra i punti in evidenza. Cliccando su uno verde accede alla finestra della ProLoco, cliccando su uno marrone visualizza l'immagine da archivio fotografico.

Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale
Livello #2



Comune di Settimo Mi... x

Web www.comune.settimomilanese.mi.it

Cerca con Google

Il verde diffuso
Il sistema idrico

Vill. Abate

Chiesa San Sebastiano

24-08-2011

documentazione storica
documentazione fotografica
personalità
balli/canti/storie popolari
fauna
situazione verde
sistema idrico
artigianato produttivo
terziario
aziende agricole
privati
associazioni e cooperative
istruzione
edifici vincolati
percorsi
sport
ospitalità e sistema abitativo
servizi e comunità creative

account personale > entra

Ecomuseo Settimo Milanese

Coltivare passioni

post
network

Zoom (100%)

tesì Adobe InDesign CS3... La mappa di comun... Comune di Settimo ...

Postare

Il "post" ha fatto la fortuna di tutti i social network di ultima generazione: il poter "scrivere" o "inserire" o "commentare" qualcosa su una piattaforma condivisa, quindi sotto gli occhi di molti, ha innescato nuove forme di partecipazione e di interazione tra uomo e mondo virtuale. L'occasione di poter dire la propria ha interessato da subito gli utilizzatori di tecnologia, proponendo scopi di intrattenimento, professionali o ancora sociali.

Queste metodologie, se rapportate ad ambiti, anche territoriali, ristretti, possono dare risultati inaspettati sotto diversi aspetti: da un lato partecipativi, dall'altro come generatori di feedbacks.

Una mappa a cui è possibile partecipare, può risultare interessante a diverse tipologie di utenza: dalle scuole ai giovani, dallo stesso Comune a chiunque cerchi qualcosa vicino a casa.

Un altro componente interessante è sicuramente quello dei feedbacks: da un lato ho la possibilità di commentare, proporre, contestare, elogiare qualsiasi cosa faccia parte del territorio, dall'altro lato potrei essere interessato ai pareri della popolazione rispetto ad un singolo ambito: da un evento alla realizzazione di un'aiuola.

Essere presenti sulla mappa può assumere differenti aspetti: come singolo/privato può comportare un apporto personale alla definizione di territorio e dimostrazione di interesse.

Per le attività commerciali, aziende o artigiani può rappresentare una sorta di vetrina, per gli abitanti del territorio e non solo, tramite una semplice iscrizione ufficiale al sito.

Clickando su "crea post" posso inserire un'immagine o un testo direttamente su un punto della mappa. Oppure posso inserire un post all'interno della finestra di ogni singolo elemento segnalato dalla mappa.

Mappa di Comunità

Network Web _ Network Reale
Livello #3



Comune di Settimo Mi... x

Web www.comune.settimomilanese.mi.it

Cerca con Google

Network

MERCATO KMO @ CASCINA MACAZZOLA
Cascina Macazzola - Via Poderela Vigna 27
Area di intervento: Gastronomico, Commerciale
Promozione e vendita dei prodotti del territorio, fra Settimo e dintorni.
Una giornata per provare direttamente la qualità e i prezzi vantaggiosi della produzione stagionale.
Apertura: domenica 12-06-2011
Promotori: Cascina Macazzola, ProLoco
info@prolocosettimomilanese.it

Componenti rete

Cerca partecipanti

Invita visitatori

Proponiti

Post

Mercato km0 @ Cascina Macazzola
Esposizione Vespe d'Epoca
Progetto Orti Diffusi

documentazione storica
documentazione fotografica
personalità
balli/canti/storie popolari
fauna
situazione verde
sistema idrico
artigianato produttivo
terziario
aziende agricole
privati
associazioni e cooperative
istruzione
edifici vincolati
percorsi
sport
ospitalità e sistema abitativo
servizi e comunità creative
post
network

account personale > entra

Ecomuseo Settimo Milanese

Coltivare passioni

Zoom (100%)

tesì Adobe InDesign CS3... La mappa di comun... Comune di Settimo ... IT 13:17

Network

Spesso si discute riguardo alla valorizzazione o alla creazione di network come la soluzione a molte problematiche organizzative o progettuali, spesso in ambiti territoriali. Cooperare unendo capacità e conoscenze risulta fondamentale, ampliare di continuo la rete è invece obbligatorio, se la volontà è quella di raggiungere un maggior numero di persone, soprattutto in ottica ecomuseale. E' quindi possibile utilizzare tutte le caratteristiche connettive del web per far dialogare le più diversificate realtà: un incontro virtuale che getta le basi per incontri reali, magari presso un luogo rappresentativo dell'incontro e del dialogo, come potrebbe essere la sede dell'Ecomuseo.

La creazione di networks è strettamente collegata alla creazione di iniziative: ogni evento, feste, mostra, tour, rappresentazione, attività prevede delle fasi organizzative che il web gestisce e facilita: dal proporre al contattare, dal cercare al condividere al promuovere. La collaborazione e la cooperazione per pensare ogni volta a qualcosa di nuovo, utile ed interessante, coinvolgendo sempre più attori diversificati nel processo: fondamento di un Ecomuseo che fa' della partecipazione il proprio punto forte.

In questo caso selezioniamo la palette "network": fra i network presenti selezioniamo il progetto "mercato a km0". La mappa mostra da subito la rete che si è creata e i livelli interattivi presenti ora sulla mappa sono molteplici: dalla semplice consultazione dei dati riguardanti l'evento o, in caso di accesso di livello "Amministratore", la possibilità di proporre collaborazioni ad altre realtà per la realizzazione dell'evento stesso o di proporre noi stessi iniziative di ogni tipo. Associazioni, aziende, privati possono trarre vantaggi da una vita sociale attiva ricca di proposte in grado di attirare anche da fuori possibili visitatori, utilizzando il web come strumento per la creazione di situazioni reali e concrete.

Sede Ecomuseo

Coltivare Passioni
Sede Ecomuseo @ Cascina Bergamina

attiva
partecipata
mutevole
informativa
didattica
creativa

La scelta di collocare la Sede Ecomuseale all'interno del complesso della Cascina Bergamina non è casuale. Infatti una struttura come questa rappresenta a pieno il sentimento di trasformazione che definisce l'identità locale: le cascine e le corti hanno vissuto sulla propria pelle il passare degli anni, adattandosi in maniera diversa ai mutamenti che il tempo imponeva.

Alcune corti, con iniziale destinazione abitativa, hanno mantenuto la caratteristica iniziale adattandola ai nuovi tempi fra una divisione degli spazi e delle aree comuni, favorendo però nuove tipologie di interazione e collaborazione tra i nuovi inquilini; comportamenti che ricordano gli anni in cui la corte era partecipata, vissuta e mantenuta da tutti i componenti di tutte le famiglie che la abitavano.

Altre cascine hanno saputo modificare a pieno la propria destinazione d'uso, passando da agricole a industriali: ne è un esempio lampante il complesso industriale dell'Italtel, un tempo al centro di una grande area agricola, oggi ha saputo mantenere le sue caratteristiche architettoniche originali in quella che è diventata la sede direzionale, al centro di capannoni industriali e fasci di tubature in acciaio.

Altre hanno invece saputo resistere lungo il passare degli anni, mantenendosi agricole e rurali, con terreni agricoli da coltivare e bestiame da nutrire. Comportamenti che, nella fascia periferica di una grande città come Milano, hanno visto un inesorabile declino e una diminuzione nel numero, fra inurbamento selvaggio e disinteresse degli abitanti: una situazione difficile.

E' la situazione della Cascina Bergamina, complesso di molte strutture, fra stalle e case di ringhiera, alcune fatiscenti, affacciata sui campi fra Settimo, Seguro e l'Italtel, in uno di quei corridoi verdi che abbiamo evidenziato in precedenza.

La scelta ricaduta su questa struttura è avvalorata dai progetti che il Comune ha realizzato in questi anni: ristrutturazione di alcune parti e la costruzione di nuove fra cui una struttura abitativa verticale con uso abitativo e sociale, già soprannominata "il grattacielo di Settimo".

Un luogo che riflette il passato e le sue tradizioni, adatto ad una progettualità come quella ecomuseale, attenta anche all'oggi e a nuove esperienze sociali, in grado di riportare attenzione e visitatori, per la costituzione di una nuova antenna territoriale.



Cascina Bergamina (XVII-XX secolo).

Per il grande complesso delle stalle e per i prati che la circondano si può considerare una "cassina" che, anziché trovarsi in mezzo ai campi, è nei pressi del paese e si apre verso i campi; la corte agricola ha subito gravi danni in un incendio scoppiato il 7 agosto 1998.

All'inizio del Novecento vi lavoravano molti bergamini. C'era un uomo ogni quindici mucche mentre ora, fissa, c'è solo una persona saltuariamente aiutata da familiari. I bergamini venivano alloggiati in una casa di ringhiera. La stalla una volta era unica ed enorme.

Dopo la seconda guerra mondiale la stalla è stata suddivisa all'incirca in quindici parti e ogni contadino aveva le sue vacche e il suo letame. A fianco della cascina c'era il fontanile Olonella. Una volta in zona c'erano le marcite; le marcite davano l'erba verde per le mucche (sette sfalci all'anno).

Oggi in cascina vi sono sessanta vacche che danno circa venticinque litri di latte al giorno. Le vacche sono legate sempre nella stalla.

In Italia il primo distributore di latte automatico è stato installato a Settimo Milanese: il latte è sottoposto a controlli sia da parte dell'Asl che del Consorzio; vengono fatti controlli anche privatamente per evitare la presenza delle aflatossine. Il latte appena munto viene portato subito alla temperatura di 4°C. Il latte della cascina è un prodotto vivo perché non viene pastorizzato, né vengono aggiunti conservanti.

Per la coltivazione di mais, orzo, fieno e erba, la cascina sfrutta i campi circostanti e quelli di proprietà che si trovano vicino all'Italtel: vengono utilizzati sette trattori.

“Curt”

Termine dialettale milanese che indica le funzioni e le organizzazioni della casa rurale. La corte non si può collegare indissolubilmente a un determinato tipo edilizio a cui corrisponde necessariamente una particolare forma planimetrica, ma nell'area lombarda si presenta generalmente (salvo alcune eccezioni) come uno spazio e ambiente chiuso, solitamente quadrangolare, poiché l'ambiente è quello di una comunità di nuclei familiari.

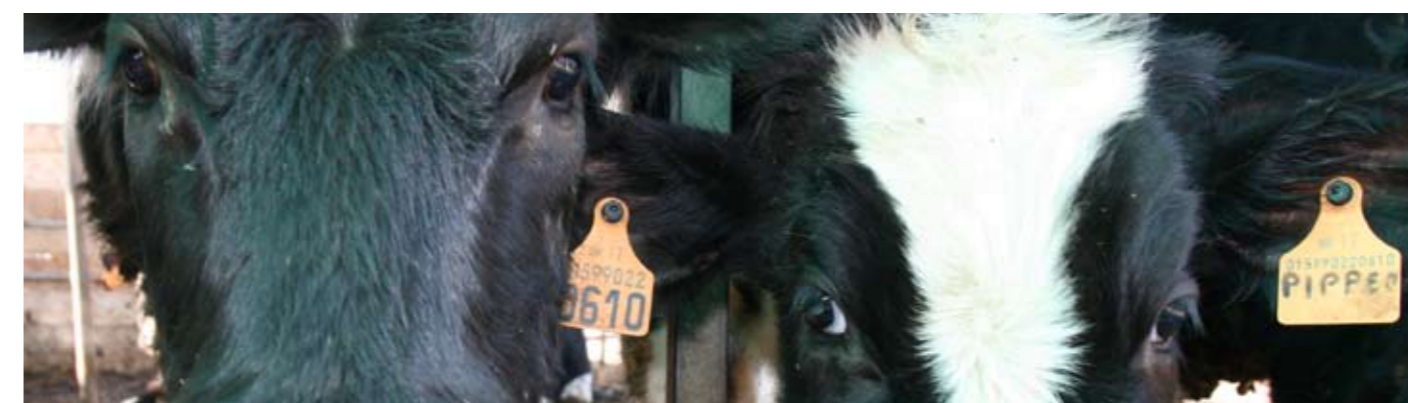
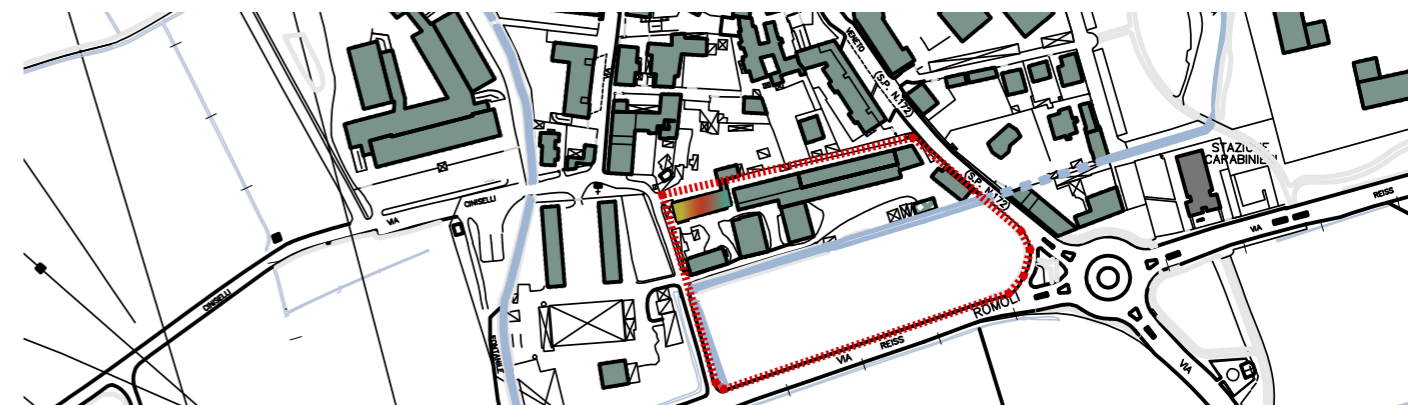
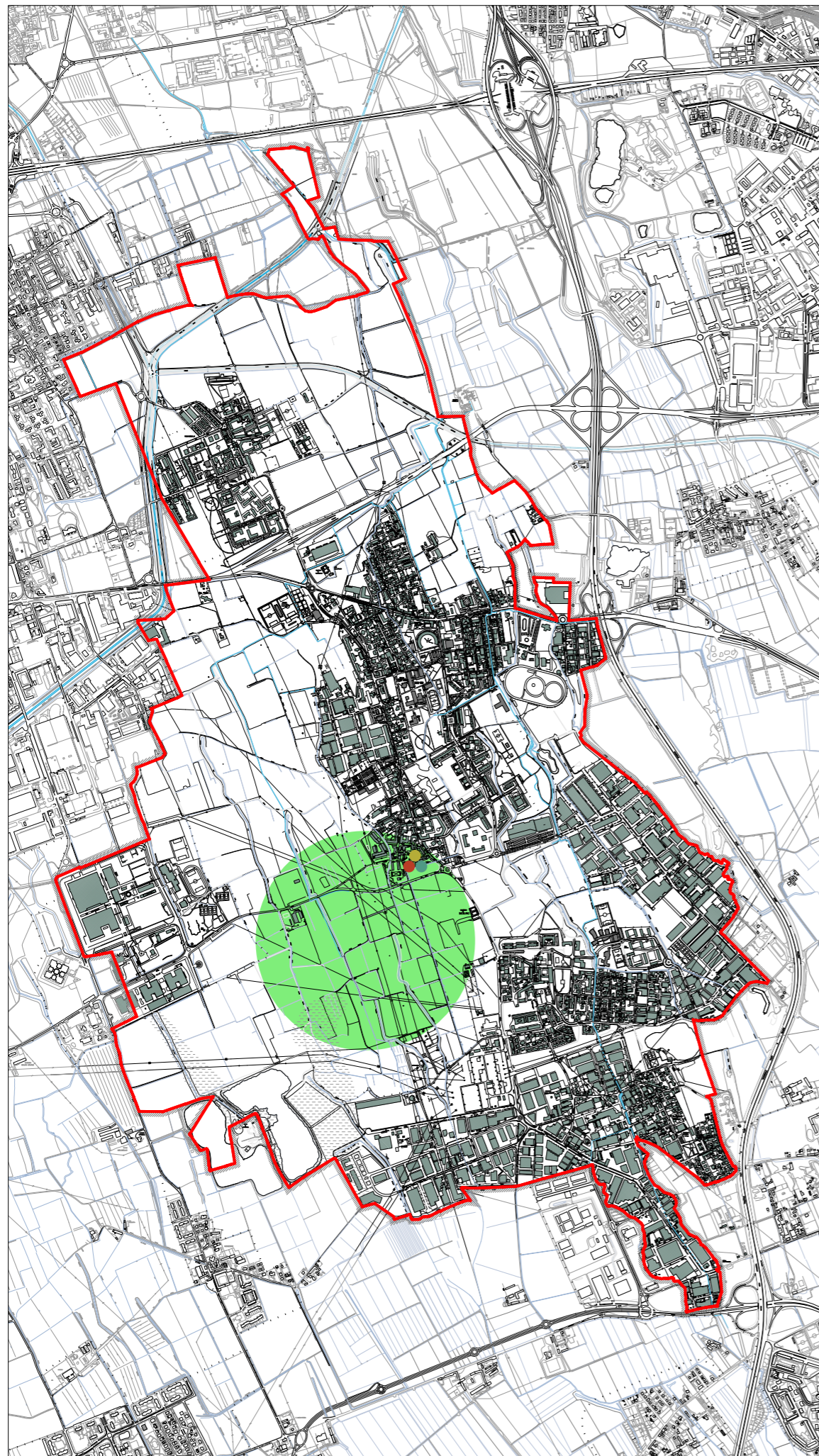
“Cassina”

Rispetto alla curt indica una differente collocazione e funzione rispetto al centro abitato.

La cassina, talvolta distante dal paese, deve prevedere una certa autonomia, mentre la curt, inserendosi organicamente in un complesso urbano, fa riferimento ad una comunità dalla quale dipende.

Sede

Cascina Bergamina *Descrizione*





Intervista ad Angelo, gestore della Cascina Bergamina
“...da quando qui c'era mio padre, tutto è cambiato...
pensi lei che nel '96 pagavano il latte e il mais più che
oggi. Le quote latte mi costringono a produrre poco
latte e un vitello viene valutato un euro al chilo, come
si può andare avanti così? Il bilancio è in pareggio, ma
ogni imprevisto, come dover aggiustare il trattore, si
paga caro...coltiviamo per lo più mais per alimentazione
dei bovini e foraggio, i prezzi li fa il gestore che viene a
ritirare la produzione, che viene rivenduta poi a prezzi
molto più alti...lavorare nei campi è duro, ma ci si fa
l'abitudine, ma senza nemmeno una gratificazione
è difficile trovare la motivazione, sarà la passione...
meno male che mia moglie non lavora più ed è venuta
ad aiutarmi con la cascina e i campi...mio figlio ha
21 anni, gli piace questo lavoro, ma sono io il primo a
dissuaderlo dall'idea: non c'è futuro qui. Ora lui ha un
posto di lavoro...siamo stati i primi in Italia a mettere
il distributore del latte appena munto, ed è grazie a
quello che facciamo quadrare i conti, un euro al litro
non è male, poi c'è sempre un via vai di gente, anche
persone che, finito il lavoro nella zona industriale,
passano a prendere latte, formaggio e miele...grazie al
latte appena munto possiamo arrotondare...”

L'importanza di un servizio

Latte crudo alla spina: una bevanda naturale, non
pastorizzata, fresca ed economica.

Un euro per un litro di latte.

Un servizio semplice, ma che si è rivelato fondamentale
per molte aziende agricole della provincia milanese:
sono infatti 99 i distributori presenti nell'area
milanese, frequentati sempre di più, e da un target
sempre più allargato. Un servizio che consente entrate
importanti agli allevatori, in grado di fornire allo stesso
tempo standard igienici adeguati e l'abbattimento dei
rifiuti, proponendo l'utilizzo del medesimo contenitore
per ogni visita. Spesso i distributori forniscono anche
prodotti della produzione limitrofa, come formaggi,
marmellate e miele.

Un servizio, quindi, che ha saputo dare rientri economici
e di visibilità alle cascine, e che allo stesso tempo ha
riportato alla popolazione una opportunità di consumo
differente da quella standard, tra centri commerciali e
discount, fornendo prezzi concorrenziali.

Uno spiraglio di innovazione, in grado di aprire spiragli
progettuali indirizzati nel mantenimento di aree come
queste, detentrici dell'identità del territorio.



Sede

Cascina Bergamina
Descrizione



“Casa di ringhiera”

Queste case sono costruite in sassi e malta con il tetto di tegole. Sottotetto, finestre, persiane e portone d'ingresso sono di legno. Le ringhiere, caratteristica fondamentale delle corti padane, sono protezioni in legno o in metallo, che delimitano i ballatoi interni al cortile, di fronte ai locali dei piani superiori. Prima che cambiasse la destinazione d'uso dei cortili da agricolo ad esclusivamente residenziale, i cortili erano provvisti di fienili, stalle, pollai. Molti edifici, probabilmente di costruzione più recente, presentavano una razionale collocazione dei locali: se in una parte del cortile c'era l'abitazione (nel piano superiore le stanze da letto, in quello inferiore il locale adibito al soggiorno; un camino riscaldava, tramite il calore della canna fumaria, anche i rispettivi locali al piano superiore) in un altro, nettamente separato dalla precedente, c'era la stalla con il pollaio in piano terra, ed il fienile al primo piano. Le Corti lombarde sparse in territorio agricolo sono state spesso abbandonate e destinate a diventare dei ruderi. In qualche caso si sono salvate e riutilizzate come dimore padronali oppure per l'agriturismo.

Le corti vicino a centri urbani, soprattutto a Milano, perdendo il suo originario inserimento nel mondo agricolo, si sono sviluppate come abitazione condominiale, definita case di ringhiera: divisa in lotti e appartamenti, si giunge a questi attraverso una scala che porta ad un ballatoio, una sorta di lungo balcone esterno in comune, lungo il quale si ha accesso alle dimore private.

In passato le singole abitazioni non avevano il bagno all'interno, ma bensì vi era un unico WC esterno in comune, situato nel centro della corte. Oggi giorno ormai sono quasi del tutto scomparsi i cortili con un unico servizio esterno; ma intanto negli ultimi anni si sta rivalutando la tipologia di corte lombarda, tramite ristrutturazioni o addirittura demolizioni e ricostruzioni. Talvolta le finiture ed i particolari sono talmente curati che il prodotto finale risulta essere di buon gusto e molto ricercato; si ottiene una trasformazione della tipologia abitativa, dalla tipica casa popolare lombarda alla nuova realtà di abitazione medio-borghese delle zone centrali di cittadine lombarde.

Sede

Cascina Bergamina Trasformazione “Nuove Tradizioni”

Per progettare una Sede Ecomuseale diversa dal modello usuale e comune, ho individuato all'interno della Cascina Bergamina un complesso che potrebbe dimostrarsi adatto allo scopo.

L'intervento conservativo in una struttura del genere è scontato, ma può prevedere piccoli interventi strutturali, come l'uso degli archi tipici delle case padronali di un tempo, facendo quindi presagire una destinazione

d'uso differente da quella abitativa, innalzandola a fulcro creativo/educativo/comunicativo del territorio: l'antenna ecomuseale in grado di dialogare con tutti i componenti della rete territoriale.

I tre livelli si sono rivelati utili per la differenziazione degli spazi, mantenendo però l'organismo coeso e multilayer, con continue interazioni fra gli spazi.

Un contenitore “classico” dai contenuti innovativi.

soggiorna, incontra, proponi, progetta

usa, crea, impara, produci

mostra, vendi, comunica, impara, conosci

meet
factory
vetrina



fornitori

coloro che collaborano alla creazione della vetrina



PRIVATI

La maggior parte dei beni materiali ed immateriali storici sono oggi custoditi nelle abitazioni o nella mente dei cittadini.

Donazione.



ARTIGIANI

La produzione artigianale mette in mostra e in vendita le proprie abilità, fra passato e presente.

Donazioni.
Contratti per esposizione prodotti attuali.



AZIENDE

La produzione industriale mette in mostra e in vendita le proprie abilità, fra passato e presente.

Donazioni.
Contratti per esposizione prodotti attuali.



ASSOCIAZIONI

L'associazionismo si mette in mostra: reportage e documentazione di attività, eventi, manifestazioni, iniziative.

Allestimenti temporanei.



FACTORY

La factory ecomuseale mette in mostra e in vendita la propria produzione, riflesso creativo del territorio.

Allestimenti.

Ieri

Oggi



PROFESSIONISTI

Uno spazio espositivo in grado di attirare l'attenzione di professionisti in cerca di nuove realtà produttive territoriali o in cerca di collaborazioni professionali o di prestazione.



PRIVATI

Uno spazio espositivo in grado di attirare l'attenzione di visitatori, sia in cerca di sapere, sia in cerca di prodotti nuovi per tipologia o metodo di acquisto.



SCUOLE

Uno spazio espositivo in grado di supportare la didattica informando e accrescendo le conoscenze delle nuove generazioni sul territorio e su tutte le caratteristiche che lo compongono.

utenti

Il concetto di vetrina si è rivelato da subito congeniale nello sviluppo di un ambiente multiforme come questo: una vetrina "mette in mostra" e quindi rende visibile il suo contenuto. Contenuto che, nella fattispecie, può essere definito come il "riassunto" del territorio, mostrato nelle sue molteplici sfaccettature.

Essendo la sede di un Ecomuseo dovrà riuscire a mostrare a pieno ciò che riguarda il passato e il presente: la vetrina ha tutti questi scopi, dall'informazione all'educazione (attraverso elementi che rimandano alla storia del territorio) alla vendita di quelli che sono i prodotti attualmente realizzati sul territorio, e che qui vengono rappresentati come eccellenze.

Uno showroom unito ad un museo, dove tutto comunica appartenenza e carattericità: una vetrina in grado di attirare visitatori, sia attenti alla storia e alle tradizioni, sia attenti ad un nuovo tipo di consumo, attento alle produzioni artigianali ed ai prodotti locali caratterizzati da qualità elevata, genuinità dei componenti e prezzi contenuti.

Saranno inoltre presenti i prodotti sviluppati nella Factory, derivati dalla collaborazione di artigiani locali con giovani del luogo: in questo modo verrà concesso alle nuove generazioni di avere uno spazio dove esporre le proprie creazioni e metterle in vendita, muovendo così i primi passi e tastando la risposta di pubblico.

Valorizzare e comunicare il territorio vuol dire anche dare la possibilità alla storia e alla produzione attuale di mettersi in contatto, in un luogo dove il confine culturale e quello di business si assottigliano, fino a condividere uno spazio. Uno spazio Vetrina capace di modificarsi ripetutamente nel tempo per adattarsi alle sempre più disparate esigenze, ma rappresentativo della produzione territoriale, attento a diffondere i dettami di uno sviluppo sostenibile.

Mettere
in mostra
Rappresentare
Raccogliere
Catalogare
Valorizzare
Informare
Vendere

Documentare la tradizione

Un vero e proprio spazio museale in grado di fornire nozioni, conoscenze e documentazioni: artefatti, file audio e video, fotografie, testi e quant'altro in grado di definire i mutamenti susseguittisi nel territorio nel corso dei secoli, focalizzandosi sull'ultimo secolo per fornire anche alle nuove generazioni strumenti per la lettura del periodo storico e sociale locale.

Presentare il passato per comprendere il presente progettando un futuro sostenibile.

Vendere

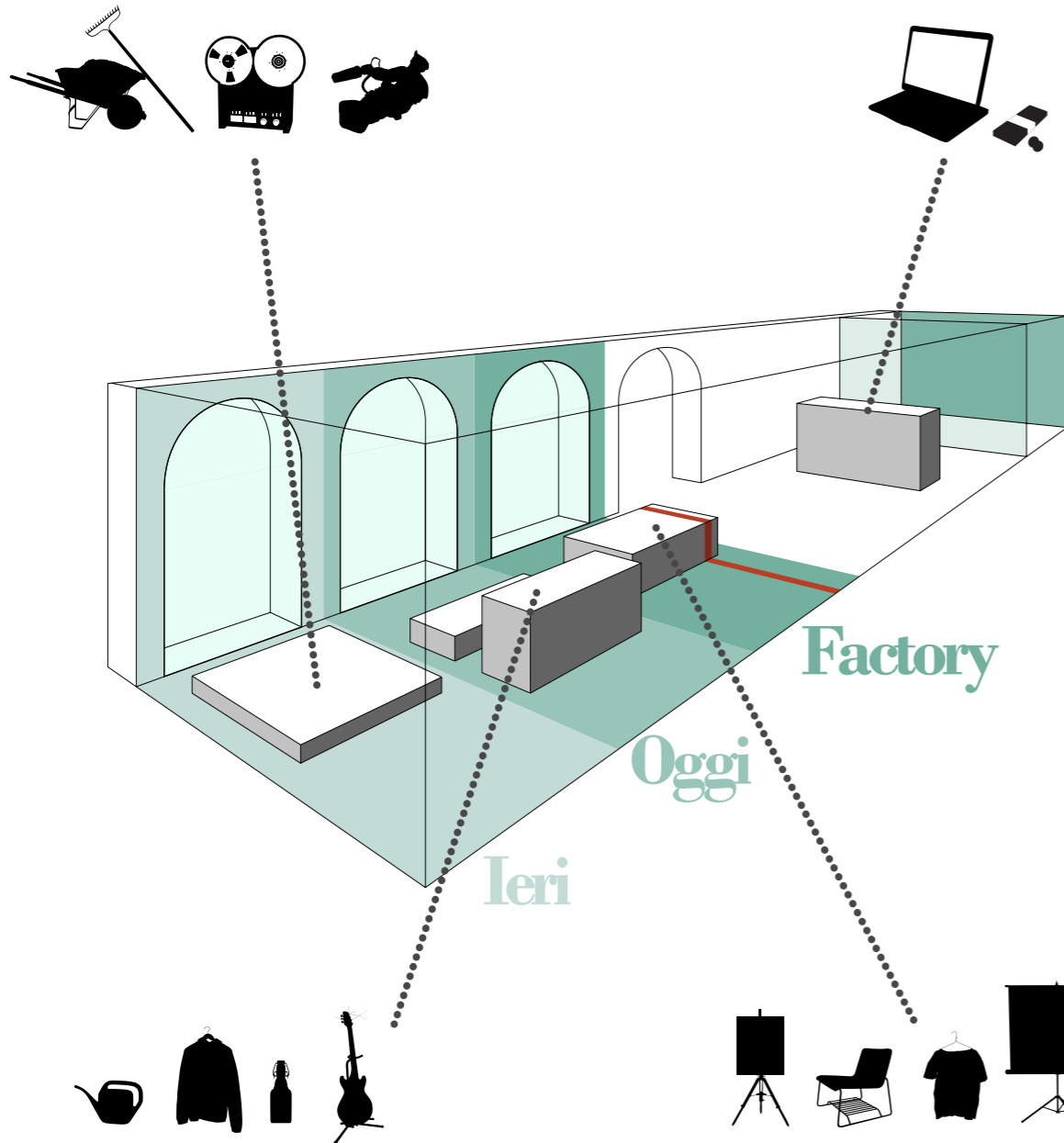
La vendita risulta fondamentale: la produzione locale trova una vetrina supportata dal web, un nuovo spazio dove mettersi in mostra ed emergere, in grado di attrarre visitatori e le stesse aziende.

La produzione della factory trova uno spazio dove vendere a propria produzione: un'occasione per i giovani di testare la qualità delle loro produzioni, frutto della passione, di hobbies o di mirati scopi progettuali.

Visibilità e vendita, competizione e passione.

Sede

Coltivare Passioni Vetrina



Promuovere l'oggi

La produzione locale in mostra: uno spazio capace di mettere sotto i riflettori le produzioni virtuose del territorio attraverso prodotti e realizzazioni con fini di vendita, allo stesso tempo utili per far conoscere aziende, realtà e brands presenti nelle aree industriali o all'interno dei centri. Artigianalità e industria, produzione, promozione e territorio.

Promuovere il presente, attuale detentore di una parte di identità locale produttiva e attiva.

Promuovere la creatività

Creatività ed iniziative in mostra: uno spazio in grado di esporre le produzioni sia della factory all'interno dell'edificio, sia delle attività presenti sul territorio. Prodotti di design o di artigianato, abiti, fotografie, quadri, stampe, realizzazioni artistiche: esposizione e vendita, prodotti e nuove soluzioni, nuove visioni, nuove proposte.

Promuovere la creatività e i giovani, capaci di percepire e rielaborare spunti per uno sviluppo sostenibile.

fornitori

di materiali, di conoscenza, di progetti



PRIVATI

Personalità in grado di dare un apporto tangibile al sistema, fra passioni personali e professioni, conoscenze e progetti.

Fornitori di know-how.



ARTIGIANI

Personalità in grado di dare un apporto tangibile al sistema, tramite la propria personalità e i propri strumenti.

Fornitori di materiali e know-how.



AZIENDE

Realtà in grado di fornire un sistema di conoscenze tipico di settori specializzati e allo stesso tempo di fornire materiali e strumenti.

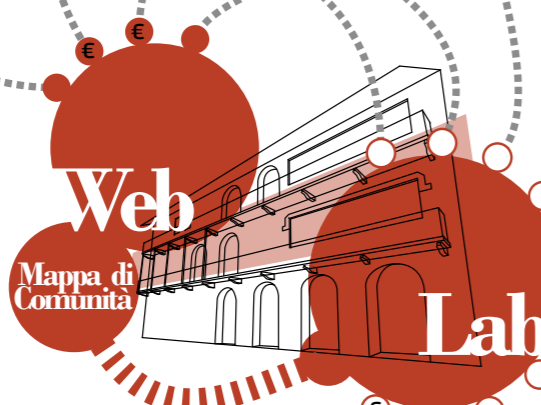
Fornitori di materiali e know-how.



ASSOCIAZIONI

Realtà propositive ed attive, in grado di fornire spunti progettuali sempre nuovi e diversificati, affacciandosi ad una nuova progettualità.

Fornitori di know-how.



CREATIVI/GIOVANI

La possibilità di avere uno spazio, virtuale e fisico, dove concepire e sviluppare progetti personali o di partecipare alla realizzazione di progetti collettivi successivamente presentati al pubblico.



PRIVATI

Persone interessate per la possibilità di avere uno spazio dove iniziare a coltivare o sviluppare maggiormente la propria passione, oppure interessati allo sviluppo di progetti collettivi.



INFANZIA

Uno spazio dove sviluppare laboratori didattici utili alla conoscenza e alla partecipazione territoriale. Possibili integrazioni del servizio doposcuola, integrando associazioni e genitori.



ARTIGIANI

Una possibilità per far conoscere, ma soprattutto tramandare, antichi abilità e mestieri che stanno scomparendo a causa del disinteresse o della mancata conoscenza da parte delle nuove generazioni.

utenti

Il concetto di factory risulta congeniale in un ambiente da una parte ricco di conoscenze e saperi, attivismo e proposte, dall'altra privo di un luogo dove sperimentare e creare, adatto ai giovani o a chiunque abbia una passione da coltivare.

Se andiamo a considerare tutte le interazioni possibili in un ambiente come questo, fra artigiani, aziende, privati, creativi, scuole, ecc., notiamo che gli output progettuali possibili si allargano su tutto il ventaglio sociale; il sistema, supportato da una piattaforma web (Mappa di Comunità) adatta a raccogliere proposte e idee progettuali, deve essere inteso come una "messa in pratica" o ancora come un "laboratorio creativo" che fa del territorio il soggetto progettuale e di sviluppo.

Il laboratorio attrezzato sarà in grado di ospitare chiunque voglia cimentarsi o consolidare le proprie passioni e capacità, avendo poi la possibilità di utilizzare lo strumento Vetrina per saggiare il livello di successo della propria produzione personale o di team.

Il laboratorio sarà inoltre in grado di sviluppare progetti comuni individuati da quelli che sono gli attori più attivi del territorio, come le associazioni, senza per forza affrontare la realizzazione materiali di artefatti, ma sviluppando, ad esempio, servizi ed eventi.

Un luogo anche in grado di educare e tramandare mestieri e lavorazioni, dove gli artigiani o personalità singole, o ancora aziende, mettano in mostra le proprie capabilities e le riescano a trasferire a scuole, giovani o ancora extracomunitari, con scopo educativo e informativo, o di continuazione di quei mestieri che stanno scomparendo nel disinteresse delle nuove generazioni.

Valorizzare e comunicare il territorio significa costruirlo giorno per giorno, creando interazioni fra gli attori che lo compongono e creando qualcosa di sempre nuovo, specchio del mutare del tempo e dei luoghi. L'appartenenza e l'identità si rafforzano se viene data la possibilità alle nuove generazioni di esprimersi e creare, diventando parte di un sistema che fino ad oggi li ha esclusi.

Creare
Tramandare
Collaborare
Sviluppare
Progettare
Educare

Creare

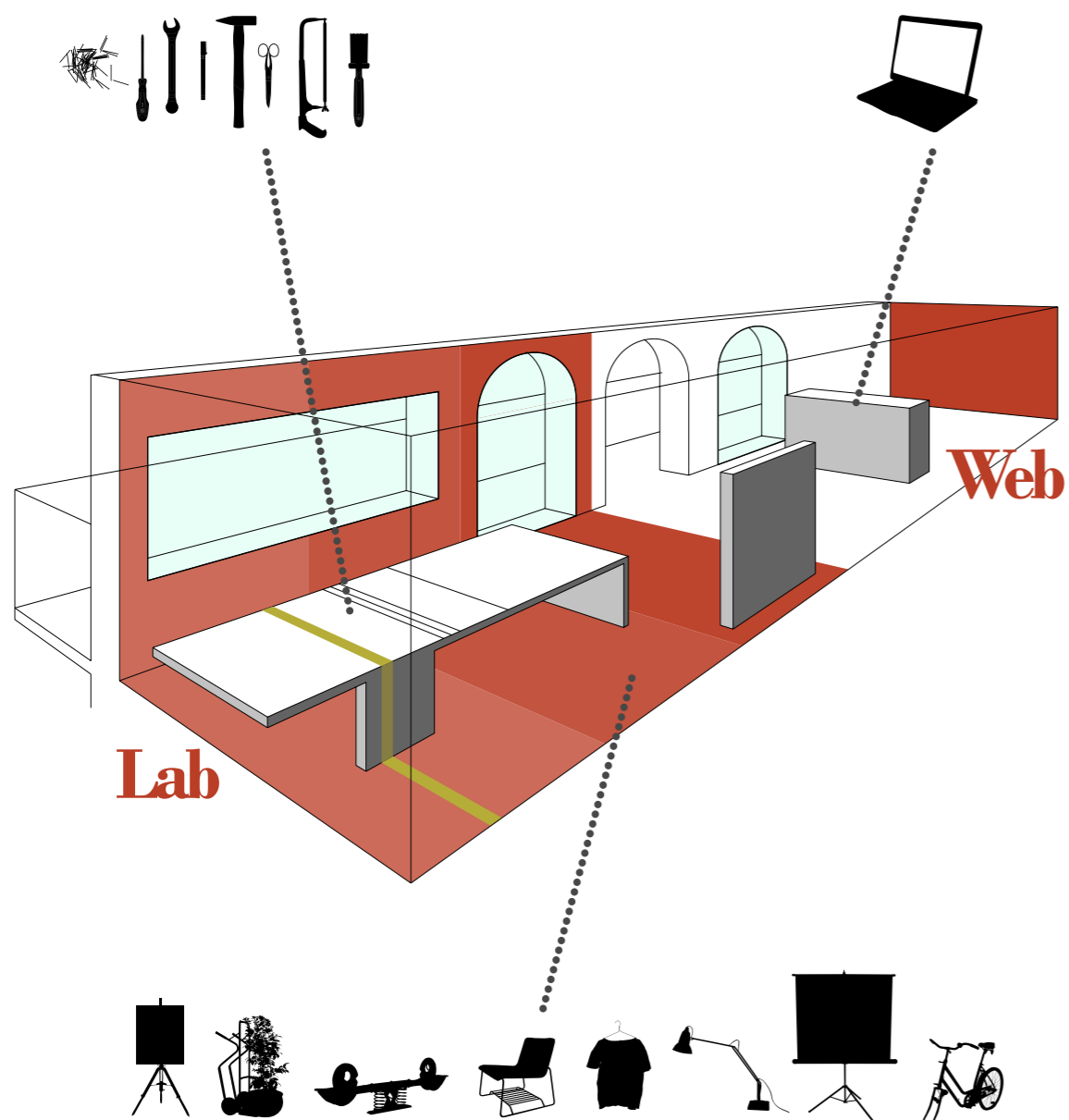
Uno spazio attrezzato a laboratorio, dove è presente il necessario per la produzione artistica o per piccole serie di prodotti di design derivati dalle conoscenze locali fuse con una progettazione innovativa, tra scarti industriali e green design, manifesto della voglia di muoversi verso nuovi scenari sostenibili.

Un cuore creativo e produttivo, capace di sfornare sempre nuovi prodotti e nuove iniziative, frutto di spunti interni o di stimolazioni esterne.

Organizzare

L'area web gestisce il sito dell'ecomuseo e la mappa di comunità, analizzando ed accogliendo proposte, proponendo e creando networks. Gestirà gli incontri dell'area Meet e la comunicazione di eventi ed attività locali. Gestirà i contratti con le aziende per la zona Vetrina, sponsorizzando i medesimi prodotti sul web.

Un cuore digitale in grado di proiettare le creazioni territoriali locali attraverso la rete ecomuseale o il web puro, organizzando e proponendo.



Le potenzialità di una factory creativa

Poter disporre di un luogo dove cooperano e si confrontano giovani e artigiani, associazioni e privati, può dimostrarsi utile ad un Comune che vede nella trasformazione la sua identità più forte: il fulcro della partecipazione che si trasforma in elementi tangibili per la popolazione. Educazione: laboratori con i bambini delle scuole, tempo famiglia e doposcuola, ma ancora apprendere i mestieri e le tradizioni, fra giovani e pensionati. Hobby e passioni: laboratorio attrezzato per creare arte o ancora per proporre produzioni di design locale, fra giovani creativi e artigiani. Progetti: mettere in pratica gli spunti progettuali provenienti dalla zona Meet: associazionismo, verde pubblico, mobilità interna, tempo delle città, eventi e ricorrenze analizzati e sviluppati all'interno di un ambiente creato appositamente.

Concedere spazi ai giovani creativi dimostra una sensibilità elevata, che va oltre i comuni CAG: interesse per le nuove generazioni da parte del Comune, partecipazione alla vita sociale ed interesse da parte dei giovani.

Sede

Coltivare Passioni Factory

utenti

area incontri a progettazione partecipata



PRIVATI

Un luogo dove poter riunirsi e discutere di iniziative e progetti, secondo o meno l'ordine del giorno. Uno spazio aggregativo diverso dall'offerta usuale.



ASSOCIAZIONI

Un luogo dove tutte le associazioni possano confrontarsi sui temi che via via verranno sviluppati, tramite proposte loro o della comunità.



CREATIVI

La parte creativa della popolazione trova uno spazio dove ascoltare le proposte di altri, fra associazioni e privati, e sviluppare strategie progettuali.



DISABILI

Un'area dedicata all'accoglienza, ospitando associazioni che fanno dei servizi alla persona il loro punto forte, garantendo una presenza costante all'interno della struttura.



TURISTI

L'opportunità di accogliere visitatori provenienti dall'Italia o dall'estero, inseriti in un ambiente non usuale a pochi minuti da Milano, per eventi specifici o nuove forme di turismo.



PRIVATI

Persone della zona che vogliono sperimentare un week-end differente o un luogo di residenza temporanea inusuale, una vecchia cascina, fra natura e creatività.



STUDENTI

Un'area in grado di dare alloggio a studenti fuori sede, a pochi minuti da Milano. Uno spazio attivo e stimolante, un ambiente creativo, lontano dalle solite esperienze abitative.

Il concetto dell'ospitalità può risultare fondamentale in un territorio che vuole comunicarsi e rendersi visibile e visitato; concetto declinabile secondo un'attenzione agli attori locali, fornendo un luogo di dialogo e confronto, e ad attori esterni, fornendo spazi abitabili da rapportare ad entità differenti, dalle associazioni che forniscono servizi alla persona, ai turisti, o ancora a studenti fuori sede.

Lo spazio Meet PP prevede la creazione di ambienti in cui favorire lo sviluppo di progettazioni partecipate, fornendo strumenti e tecniche, in grado di venire incontro agli spunti progettuali nati dalle proposte della popolazione stessa o di realtà che operano sul territorio. Uno spazio di confronto, attrezzato e stimolante dove far convergere idee e capacità.

Lo spazio Guest prevede invece situazioni abitative temporanee innovative e inusuali, rivolte ad un'utenza diversificata. Il caso di turisti è possibile pensare a situazioni rivolte ai grandi eventi che costellano durante l'anno il panorama milanese, fornendo situazioni tipo bed&breakfast. In caso di studenti fuori sede è opportuno ipotizzare situazioni di ospitalità collaborative in grado di scaturire rapporti diretti fra gli ospiti e lo spazio ospitante, attraverso una partecipazione tangibile ai progetti che vi si sviluppano. Nel caso vengano ospitate associazioni e un'utens che offrano servizi alla persona attenti ai disabili, è ipotizzabile una presenza fissa nel sistema, che come altri esempi del milanese, possano garantire manutenzione e partecipazione costanti.

Comunicare il territorio significa anche proporre nuove pratiche di ospitalità capaci di diventare un modello da esportare o semplicemente da apprezzare, in grado di generare dinamiche di partecipazione attiva e tangibile verso l'interno, il territorio e i propri abitanti, e verso l'esterno, visitatori, turisti o ancora studenti.

Ospitare
Confrontarsi
Partecipare
Collaborare
Analizzare
Progettare

Progettazione Partecipata

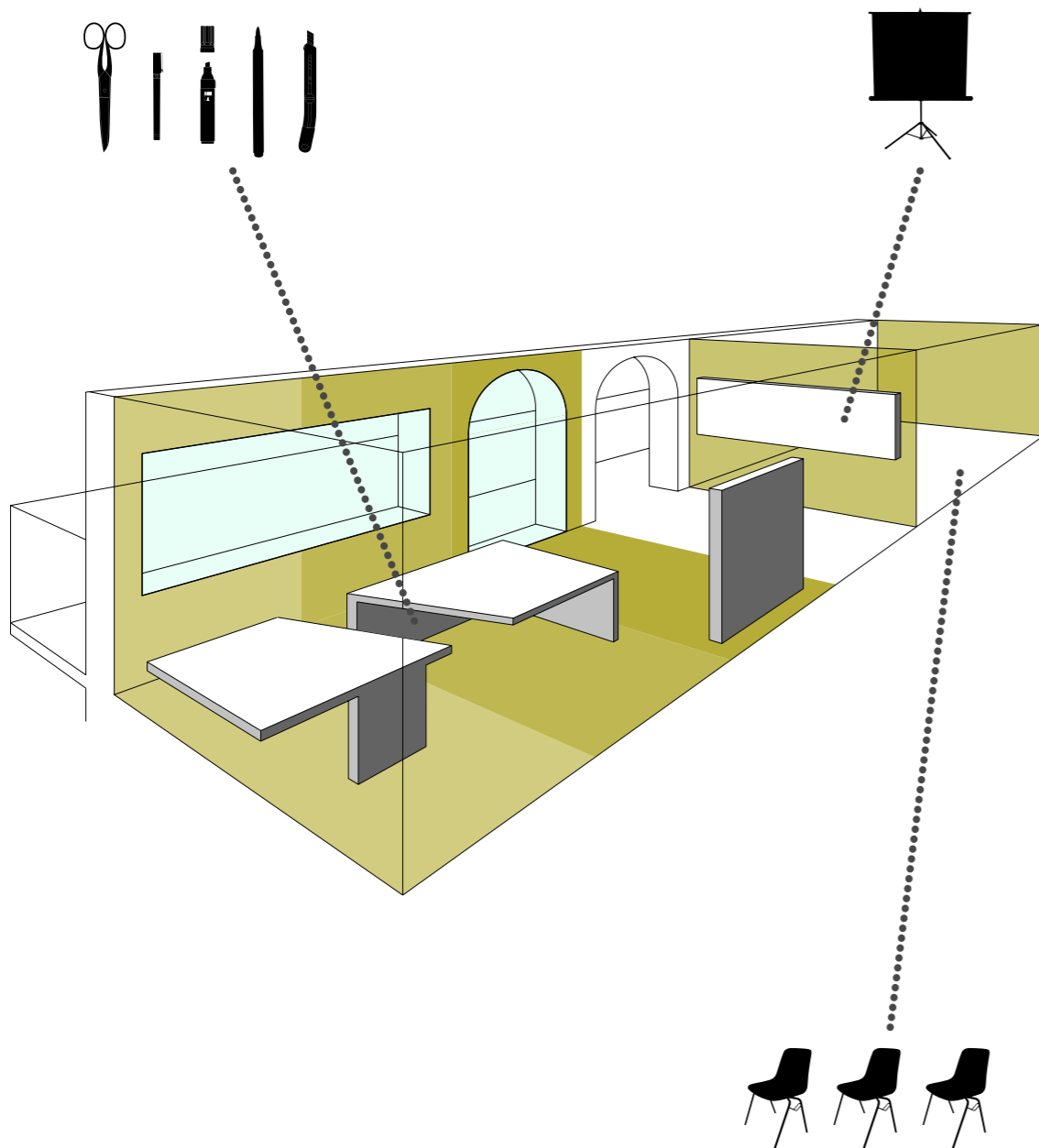
Dare alla cittadinanza uno spazio dove incontrarsi e discutere, ma soprattutto progettare. Progettare assieme vuol dire disporre degli strumenti necessari a facilitare il processo: metodologie, ampi tavoli, post-it e pannelli, mappe e pennarelli in grado di favorire il brainstorming o tecniche specifiche, utili al raggiungimento di un risultato condiviso, da proporre alla factory o direttamente alla popolazione.

Bacheca

Fornire un punto consultabile 24h al giorno, dove trovare presentati progetti in corso e le discussioni, dando così l'opportunità a chiunque voglia interessarsi di intervenire direttamente sui pannelli o proponendosi per gli incontri futuri o per progetti. Non tutti possono accedere alla MdC tramite il web, qui possono trovare i riscontri "cartacei" delle attività in atto, con orari e informazioni sulle riunioni.

Sede

Coltivare Passioni
Ospitalità



Ospitare

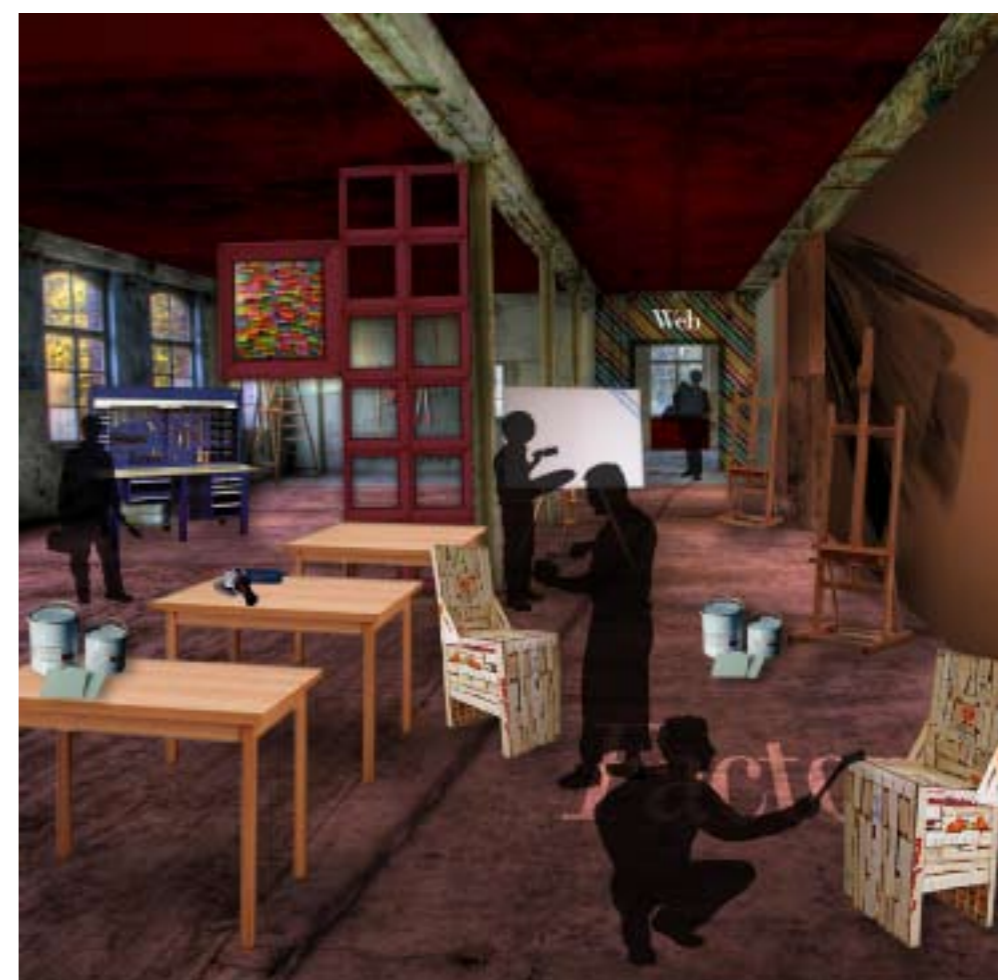
Ospitare, accogliere per un breve periodo e per mesi, diverse tipologie di utenza, crea scenari molto diversificati. E' bello poter immaginare uno spazio per i "forestieri", turisti o professionisti, in visita a Milano per piacere o per lavoro. O ancora ospitare studenti per periodi di studio, o ancora ospitare un'associazione che si occupa di disabili, in modo da garantire alla struttura entrate costanti o la presenza continua di persone all'interno della struttura, manutentori e gestori.



Vetrina



Factory



territorio
input

individuazione tematiche
proposta progetti
creazione O.d.G.

assemblee
incontri
progettazione partecipata
aree attrezzate

miglioramento welfare
progettazione partecipata
partecipazione sociale
mercato prodotti locali
comunicazione territoriale

territorio
output

associazioni
privati
aziende
artigiani
creativi
giovani
turisti
disabili
studenti
bambini

associazioni
privati
aziende
artigiani
creativi
giovani
turisti
disabili
studenti
bambini

rooms
guest

meet
PP

ospitalità / laboratorio (web)
sviluppo di progetti da risultato
degli incontri di P.P.

mappa di
comunità

Lab
Web

vetrina / laboratorio (Lab)
esposizione dei prodotti realizzati
da singoli o da team,
su progetti personali o collettivi.

vendita
esposizione
informazione
comunicazione
visibilità

new
old
vetrina
attività

laboratori
in grado
di sviluppare
progetti con
aziende
del luogo

tramandare
antichi saperi
e know-how
per
continuazione
d'impresa

creazione
di nuove
tipologie di
prodotti

tramandare
antichi saperi
e know-how
per
continuazione
d'impresa

creazione di
laboratori
educativi
doposcuola

Comunicazione
Gestione Network
Gestione Mappa

Lab
Web

**MAPPA DI
COMUNITA'**
lo scopo della MDC è
quello di raccogliere
le proposte della comunità
(post) e di indirizzarle verso
l'area della struttura che può
discuterle e metterle
in pratica, tramite incontri
di PP o tramite l'utilizzo
dei laboratori.

raccolta proposte
(post) via web
o richiesta diretta

meet
PP

prenotazione
on-line tipologia
di soggiorno

guest

Un laboratorio attrezzato supportato da una piattaforma web
adatto alla realizzazione di lezioni o alla produzione artigianale:
strumento di socializzazione, di creazione, di network.
Un organo multiforme adattabile a diversi scenari.

Vetrina
new

selezione delle iscrizioni (web)
delle realtà del territorio per
esposizione e vendita prodotti locali

selezione (web) delle attività
proposte dalle associazioni,
o da singoli, per esposizione

Attività

hobby
passione
produzione
creazione
didattica

Comunicare il territorio:
conoscerlo, promuoverlo, parteciparlo, sentirsi parte
di esso, avendo l'opportunità di proporre discussioni
e progetti, avvicinandosi così in modo tangibile alla
componente decisionale del proprio Comune.
Prendere parte alla vita sociale collettiva del territorio
sviluppa il sentimento d'identità territoriale.

La funzione
partecipativa / comunicativa

Sede

Coltivare Passioni
Mappa del Sistema

Il concetto di "progetto"
Come progetto viene intesa qualsiasi attività che
preveda all'interno una fase progettuale. In ambito
Comunale va inteso con un range molto allargato, che
va dall'urbanistica alla realizzazioni di sagre.

Il concetto di "prodotto"
In ambito comunale il prodotto può avere accezioni
molto ampie, frutto di una precedente fase progettuale.
Dal restauro di un mobile alla creazione di un mercato a
km0, prodotti fra incontri partecipati e abilità manuali

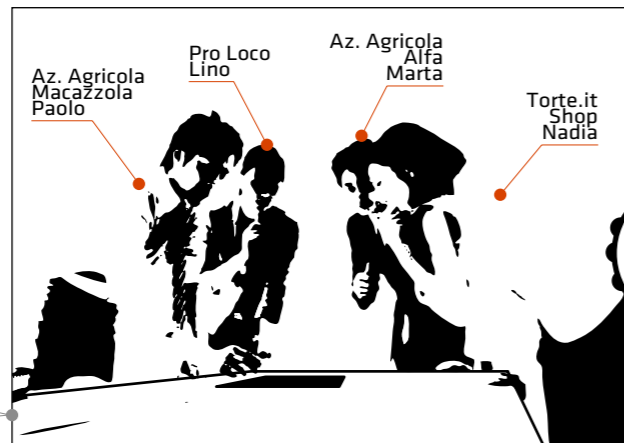
Storyboard

Coltivare Passioni
Proponi, partecipa.



Mappa di Comunità

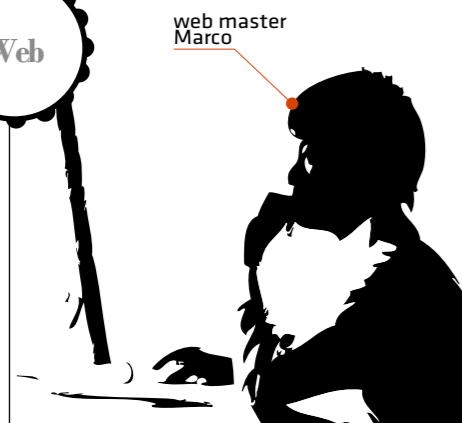
Paolo propone di organizzare un mercato a KMO presso la sua azienda agricola: tramite la mappa di comunità cerca collaboratori e visitatori.



Area Meet

Tramite la mappa di comunità viene definita una riunione di progettazione partecipata fra coloro che hanno dimostrato interesse per la proposta di Paolo: troviamo quindi presenti all'incontro i responsabili di altre aziende agricole, associazioni, privati, giovani e artigiani.

Web



Intanto Marco, gestore della mappa di comunità e dell'area Web della factory, dopo aver messo in contatto i partecipanti della riunione di P.P., organizza la comunicazione territoriale e diffonde l'evento tramite il REL o i comuni social network.



Nello stesso momento Antonello, responsabile della zona Lab della factory e designer, stimolato dalla P.P dell'evento, inizia la produzione di prodotti d'arredamento proveniente dal riuso di oggetti reperiti nella cascina stessa dopo un sopralluogo. Cooperando con alcuni giovani e con pensionati con un forte know-how di falegnameria e restauro, il laboratorio si anima fra i concetti di produzione ed educazione.

pensionato Paolo
pensionato Lorenzo
studente Marco
artigiano Claudio

Lab



Le azioni per la comunicazione territoriale dell'evento "Mercato KMO @ Cascina Macazzola" si sviluppano attraverso i canali usuali (Mappa di comunità, Sito del Comune, Vivissettimo, rete REL, cartellonistica, mailinglist...) o attraverso canali innovativi sviluppati nel Lab della factory, tra il guerrilla marketing e azioni mirate volte ad accrescere l'interesse alla popolazione locale e non solo.



La vetrina della Sede Ecomuseale viene allestita, nell'area New, con i prodotti realizzati per l'evento nell'area Lab della factory, e pannelli comunicativi promozionali dell'attività.

Lo storyboard, adatto per comprendere la funzione progettuale/partecipativa del servizio offerto dal sistema, combina la di Mappa di Comunità e la Sede Ecomuseale. La prima in grado di raccogliere le proposte della comunità, la seconda in grado di concedere gli spazi necessari, prima per riunioni e realizzazioni di artefatti, dai prodotti alla comunicazione, poi come vetrina per mettere in mostra i prodotti. L'idea di un singolo, se giudicata dai più interessante, viene sviluppata sotto tutte le sue forme: una collaborazione fra coloro che gestiscono lo spazio e coloro che vedono nel progetto da realizzare una strada percorribile per guadagnare, per imparare, per realizzare qualcosa e per occupare il tempo, che rende al territorio, da una parte, eventi e attività, ma anche nuovi prodotti o espressioni artistiche, e allo stesso tempo favorisce la partecipazione al mondo sociale locale, incrementando il senso di identità.

La realizzazione di un evento come quello ipotizzato nello storyboard, un mercato a km0, creato dai produttori locali in collaborazione con innumerevoli realtà territoriali, è un esempio già visto. Ne cambiano le modalità organizzative e progettuali, essendo presente all'interno del processo una parte di popolazione spesso non coinvolta in ambiti simili, aprendo il momento dell'evento all'esposizione simultanea dei prodotti della terra e dei prodotti della creatività locale. Eventi come questi sono utili a tutte le realtà che li compongono: maggiore visibilità del Comune, possibilità di arrotondare per i coltivatori e allevatori, produttori e trasformatori, possibilità di visibilità per i prodotti della factory e naturalmente, una tassazione per la partecipazione, effettuata sulle vendite, i cui proventi andranno in parte alla Sede Ecomuseale, come promotrice ed organizzatrice.



Il territorio come soggetto, il laboratorio come strumento, la vetrina come incentivo.

sistema del verde alimentazione educazione produzione

In che modo è possibile integrare il verde con l'alimentazione, passando tra i concetti di educazione e produzione? In che modo diffondere in modo consapevole e partecipato la cultura del verde?

Il periodo storico ci pone diverse considerazioni da effettuare. La prima riguarda sicuramente il concetto di sviluppo sostenibile: termine inflazionato, che pare addirittura scontato, ma irraggiungibile se si guardano i dati relativi al consumo di materie prime, come i combustibili fossili, i livelli di inquinamento, i rifiuti plastici, la diminuzione della biodiversità ed un livello di attitudine consumistica che tende ad aumentare incessantemente.

Le buone pratiche sviluppate a livello locale, per contrastare questi fenomeni, hanno dimostrato un'ottima partecipazione da parte delle comunità, dimostrando che un'attivazione su piccola scala di effettivi progetti sostenibili deve essere il modello di evoluzione, sconstandosi dalle macro decisioni internazionali rimaste sempre ad un livello pressochè utopico. L'esempio dei distributori di acqua, in grande aumento, e quello del latte crudo, hanno creato nuovi reali microbusiness per le aziende agricole e i comuni che hanno deciso di ospitarli, oltre ad un percepibile aumento della qualità della vita. I mercati a km0 sono ormai un punto di riferimento per i consumatori attenti, come allo stesso tempo per i produttori. Lo stesso vale per i gruppi di acquisto solidale.

Vediamo nascere continuamente nuovi orti urbani, il design parla solo di green feeling, nei supermarket possiamo ricare il flacone del detersivo.

Un'ondata di interventi, una nube di approcci diversificati, che puntano dritti verso uno scopo comune: una sostenibilità consapevole.

E' di fondamentale importanza sottolineare lo scopo informativo-educativo di iniziative del genere: se da una parte vediamo la nascita di nuove tipologie di consumo, dall'altra vediamo una diffusione di quelli che sono i principi di una vita attenta all'ambiente e dell'impatto che il singolo ha su di esso.

Tutti gli approcci all'argomento portano in sé una traccia del passato: il latte lo si comprava in cascina, per l'acqua si attingeva alla fonte, ogni prodotto era realizzato con materiali naturali, per i piccoli spostamenti si prediligeva l'uso della bicicletta. Concetti che paiono da subito adatti ad ambito territoriale ristretto, ad una piccola scala.

Allo stesso modo, i metodi di lavorazione, hanno subito un'impatto tecnologico fondamentale, spalmato su tutti gli ambiti della produzione, dalla progettazione alla vendita. Questo trend ha portato la continua diminuzione di saperi e tecniche legati alla tradizione: non bastano due foto per spiegare come il contadino utilizzava le marcite, o l'arrotino preparava i coltelli per il macellaio. Saperi di cui si pensava poter fare a meno, si dimostano oggi attuali e necessari.

E' sicuramente l'educazione delle nuove generazioni la strada da seguire per creare un reale scenario sostenibile: e il percorso intrapreso sembra un "ritorno al futuro".

Una sorta di approccio innovativo che si rifà a pieno di tradizioni ed usanze di nemmeno 50 anni fa. Il riciclo, strumento largamente utilizzato su tutti i fronti, sinonimo di innovazione e attenzione all'ambiente, ha in realtà portato l'Italia del dopoguerra a modificare l'industria bellica e i suoi manufatti, per la creazione di prodotti per uso comune utili alla vita domestica. Vespe e frigoriferi da carlinghe e catene di montaggio.

ProgettoPilota

Un verde consapevole e partecipato
Concept

Sembra che lo scenario voglia continuamente innovarsi scavando nel passato, ricercando nuovi materiali che dialogano con la natura, proponendo servizi di prossimità innovativi ma già presenti nella memoria come pratiche diffuse un tempo.

Questa non vuole essere una critica, ma una lucida presa visione di un atteggiamento frutto di una società che forse sta iniziando a rendersi conto che la sua è una corsa senza motivo, senza scopo. Corsa che nei decenni ci ha privato dei dettagli, delle sfumature, di quelle conoscenze che diamo per scontate.

Parlo dell'ambiente, dei mestieri, del primario ruolo dell'educazione: concetti che sono il fondamento della società civile moderna, ma che hanno perso il loro ruolo. Un ruolo che industrializzazione, inurbamento selvaggio e i tagli del governo hanno posto in disparte, nascondendoli sotto il tappeto.

Ripartire dalle nuove generazioni, creando un legame indissolubile fra il territorio ed i suoi abitanti, con attenzione alle realtà in estinzione e la creatività crescente di giovani e artisti: un sistema multipolare in grado di generare un network reale, tangibile, per la realizzazione di scopi comuni.

L'Ecomuseo può essere lo strumento, il traghetto, attraverso cui sviluppare progetti incentrati sulla partecipazione: riscoperta del territorio, riscoperta di metodi e lavori, integrazione di diversi soggetti in grado di portare il proprio apporto.

Partendo quindi dalle eccellenze territoriali verdisipunta al coinvolgimento attivo della popolazione attraverso l'utilizzo dello strumento laboratorio: un luogo capace di generare confronti e discussioni, progettazioni e realizzazioni, un metodo utile allo scambio di saperi e di competenze, tra lezioni, workshop e collaborazioni.

Il panorama italiano propone moltissimi esempi di factory creative collaborate, alcune delle quali di spicco, a mai si era ipotizzato un loro utilizzo inteso a livello ecomuseale, cioè in grado di intervenire in ambiti prettamente locali come strumento utile alla società per promuovere i suoi valori.

La creazione di un concept attento alle eccellenze e alle necessità partecipative, alla sostenibilità e alla fattibilità, ha fondato le basi per il processo progettuale sui laboratori, che essi siano educativi o produttivi. Creare un servizio in grado di favorire l'attivazione dei singoli, capace di educare le nuove generazioni, di dare visibilità alla produzione locale, di diffondere la consapevolezza ambientale a diversi tipi di utilizzatori, di rilanciare la tradizione.

Naturalmente bisogna tener conto della creazione di un flusso monetario, capace di attivare la partecipazione spostandola dal bacino del volontariato verso la creazione di microbusiness personali, non comunque sufficienti ad essere considerati un reddito: un incentivo utile a non fossilizzarsi in progetti di sensibilizzazione di informazione, finì a se stessi e privi di un sistema in grado di evolversi e svilupparsi.

Lavorare in parallelo: da una parte la necessità di stimolare alla conoscenza e all'utilizzo del verde sotto tutti i suoi aspetti, dall'altra quella di produrre, tramite l'utilizzo dei laboratori, dei prodotti innovativi sviluppati dalla popolazione per la popolazione. O almeno di una parte di essa. Coinvolgere le scuole, gli artigiani, le associazioni, gli anziani, i creativi allo sviluppo di un sistema utile e diffuso, che metta in vendita le realizzazioni prodotte creando dividendi fra chi ha creato gli stessi, che siano singoli o associazioni.



L'Ecomuseo e Expo 2015

Gli elementi progettuali che Expo propone collimano perfettamente con quelli riassunti in precedenza per lo sviluppo di un concept che renda l'Ecomuseo di Settimo Milanese un progetto inserito all'interno di una rete allargata di iniziative per lo sviluppo diffuso dell'area milanese.

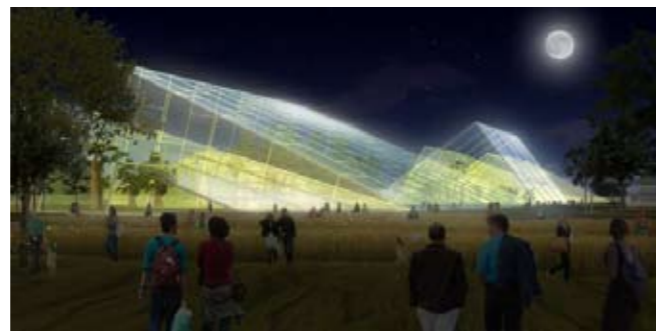
In particolare l'attenzione per l'alimentazione e la produzione locale si sposano perfettamente con i risultati dell'indagine territoriale svolta per raggiungere uno scenario attuale, quello del verde inteso sotto tutte le sue sfaccettature, che tramite una progettazione partecipata consapevole può generare tipologie di interazione innovative, come i laboratori.

Da una parte dialogare con le tradizioni locali e i prodotti tipici, dall'altra incentivare una corretta conoscenza del panorama paesaggistico lombardo, proponendo coltivazioni autoctone o strumenti per apprendere tecniche per la trasformazione dei cibi.

L'alimentazione e l'attenzione per la produzione agricola non sono concetti limitati all'ambito del verde, ma determinano e influenzano molte aree dell'aspetto sociale. Molte tradizioni sono legate a momenti della vita quotidiana incentrati sulla tavola, o su racconti dal sapore rurale, fra semina e raccolto.

Quindi i dettami di Expo paiono espandibili, ma in completa sinergia con quelli ecomuseali, proponendo come plusvalore la partecipazione e la creazione di prodotti nuovi, adatti a nuovi scenari.

Diffondere concetti sostenibili attenti al patrimonio naturalistico non è un'azione nuova, almeno negli intenti: scegliendo un'area di intervento limitata ad un'area ristretta, utilizzata come area prova, e sviluppando un microbusiness in grado di stimolare la partecipazione, è possibile ipotizzare un servizio che da un lato metta in mostra il patrimonio e dall'altro sia capace di supportare nuove pratiche e azioni rivolte ai cittadini, per la creazione di uno scenario futuribile in cui sperimentare a pieno tecniche ormai perse, o nuove tipologie di prodotti "verdi".



ProgettoPilota

Expo 2015
Feeding the planet

L'Expo 2015 sarà uno straordinario evento universale che darà visibilità alla tradizione, alla creatività e all'innovazione nel settore dell'alimentazione, raccogliendo tematiche già sviluppate dalle precedenti edizioni di questa manifestazione e riproponendole alla luce dei nuovi scenari globali al centro dei quali c'è il tema del diritto ad una alimentazione sana, sicura e sufficiente per tutto il pianeta. Ecco alcuni dei temi di lavoro e di dibattito:

Rafforzare la qualità e la sicurezza dell'alimentazione, vale a dire la sicurezza di avere cibo a sufficienza per vivere e la certezza di consumare cibo sano e acqua potabile;

Assicurare un'alimentazione sana e di qualità a tutti gli esseri umani per eliminare la fame, la sete, la mortalità infantile e la malnutrizione che colpiscono oggi 850 milioni di persone sul Pianeta, debellando carestie e pandemie;

Prevenire le nuovi grandi malattie sociali della nostra epoca, dall'obesità alle patologie cardiovascolari, dai tumori alle epidemie più diffuse, valorizzando le pratiche che permettono la soluzione di queste malattie;

Innovare con la ricerca, la tecnologia e l'impresa l'intera filiera alimentare, per migliorare le caratteristiche nutritive dei prodotti, la loro conservazione e distribuzione;

Educare ad una corretta alimentazione per favorire nuovi stili di vita in particolare per i bambini, gli adolescenti, i diversamente abili e gli anziani;

Valorizzare la conoscenza delle "tradizioni alimentari" come elementi culturali e etnici.

L'alimentazione è l'energia vitale del Pianeta necessaria per uno sviluppo sostenibile basato su un corretto e costante nutrimento del corpo, sul rispetto delle pratiche fondamentali di vita di ogni essere umano, sulla salute. La genuinità e la diffusione di prodotti agro-alimentari è innanzi tutto una necessità sociale, oltre a rappresentare un importante valore economico. Centrale è il ruolo del territorio, in quanto la qualità e la genuinità del cibo vanno di pari passo con la

tradizione consolidata nelle attività di coltivazione e di allevamento dei popoli e delle comunità locali, frutto d'esperienze millenarie sulle quali oggi si innestano forti innovazioni scientifiche e tecnologiche. Le istituzioni pubbliche, le imprese private, le associazioni umanitarie, le organizzazioni non governative, le rappresentanze dei consumatori e dei produttori promuovono, lungo l'intera filiera agro-alimentare, lo sviluppo dei sistemi economici e sociali di tutto il Pianeta.

All'Expo in mostra la frontiera della scienza e della tecnologia: preservare la bio-diversità, rispettare l'ambiente in quanto eco-sistema dell'agricoltura, tutelare la qualità e la sicurezza del cibo, educare alla nutrizione per la salute e il benessere della Persona; individuare strumenti migliori di controllo e di innovazione, a partire dalle biotecnologie che non rappresentano una minaccia per l'ambiente e la salute, per garantire la disponibilità di cibo nutriente e sano e di acqua potabile e per l'irrigazione; assicurare nuove fonti alimentari nelle aree del mondo dove l'agricoltura non è sviluppata o è minacciata dalla desertificazione dei terreni e delle foreste, delle siccità e dalle carestie, dall'impoverimento ittico dei fiumi e dei mari.

All'Expo molte opportunità di promozione e di comunicazione:

L'Expo 2015 offrirà una grande opportunità di comunicazione e di promozione alle comunità produttive di base, agli agricoltori, alle imprese alimentari, alla catena della logistica e della distribuzione, al comparto della ristorazione, ai centri di ricerca e alle aziende che intendono: valorizzare le innovazioni e le tecnologie produttive che generano un prodotto alimentare sano; operare nella preparazione e conservazione dei cibi, accrescendo le competenze professionali dei loro dirigenti e dei loro dipendenti e migliorando la comunicazione con il consumatore; garantire la qualità del cibo con appropriati sistemi di tutela e monitoraggio delle contraffazioni e delle adulterazioni.

**La rete.
Uno scenario
di verde diffuso.**

Gli orti urbani, conosciuti e diffusi, sono un fenomeno in rapida crescita negli ultimi anni, tramite progetti che ne hanno rivisto e rivalutato la funzione, soprattutto in ambito sociale ed educativo.

Un orto urbano viene assegnato ad un titolare, un cittadino pensionato, per un periodo di 10 anni.

L'orto deve rimanere sempre in ordine, la manutenzione del sistema è comune e presenta regole ferree.

Gli orti domestici sono piccoli appezzamenti di terra, spesso nella parte posteriore di un'abitazione, dove il proprietario coltiva, soprattutto per hobby, ortaggi e frutta per il consumo personale: una passione che contagia anche le giovani coppie.

Ultimamente il design si è interessato alla coltivazione indoor, proponendo piccole colture con sistemi innovativi, dall'idroponica all'uso dei led.

Le aziende agricole, fra le più importanti ne vengono segnalate 4, si occupano di agricoltura, cerealicola o foraggera, e di allevamento, sia di cavalli che di bovini, ovini e maiali.

Quelle menzionate dispongono del servizio di latte appena munto, supportato in alcuni casi dalla vendita di prodotti locali, come mieli, marmellate e formaggi. Frequentate e conosciute dalla popolazione.

Il verde informativo: il verde che si auto-comunica. Il territorio presenta 4 alberi secolari degni di nota, oltre ad un sistema di verde pubblico attrezzato notevole, che corre lungo tutta la spina dorsale dello sviluppo dell'edificato.

Aree verdi pensate con lo scopo di educare ed attivare partecipazione, come nel momento del raccolto, possono risultare efficaci al pari del marketing territoriale.

Orti Urbani



Orti Domestici



Aziende agricole

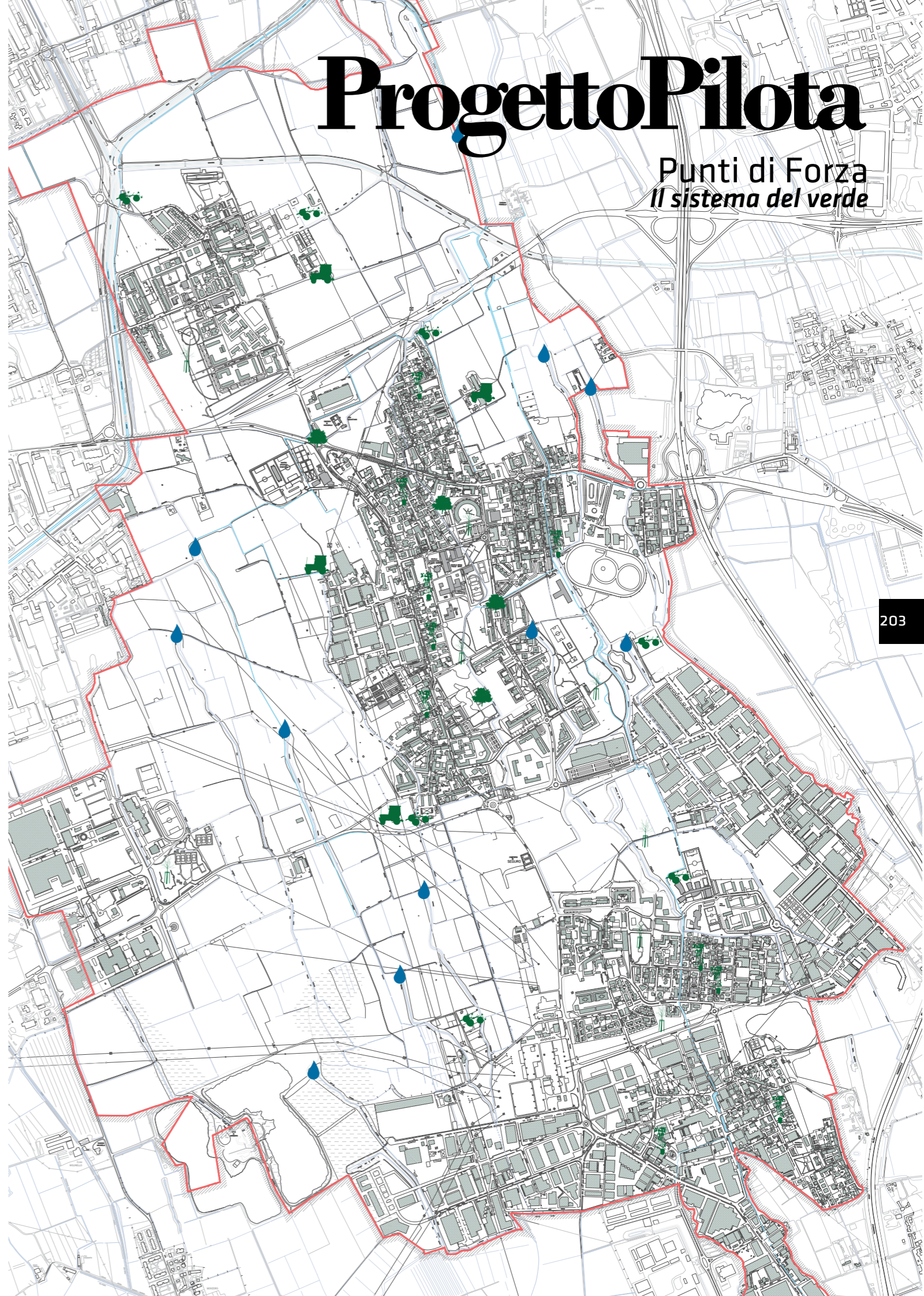


Verde Informativo



Progetto Pilota

**Punti di Forza
Il sistema del verde**



Orti Urbani



Orti Domestici



Aziende agricole



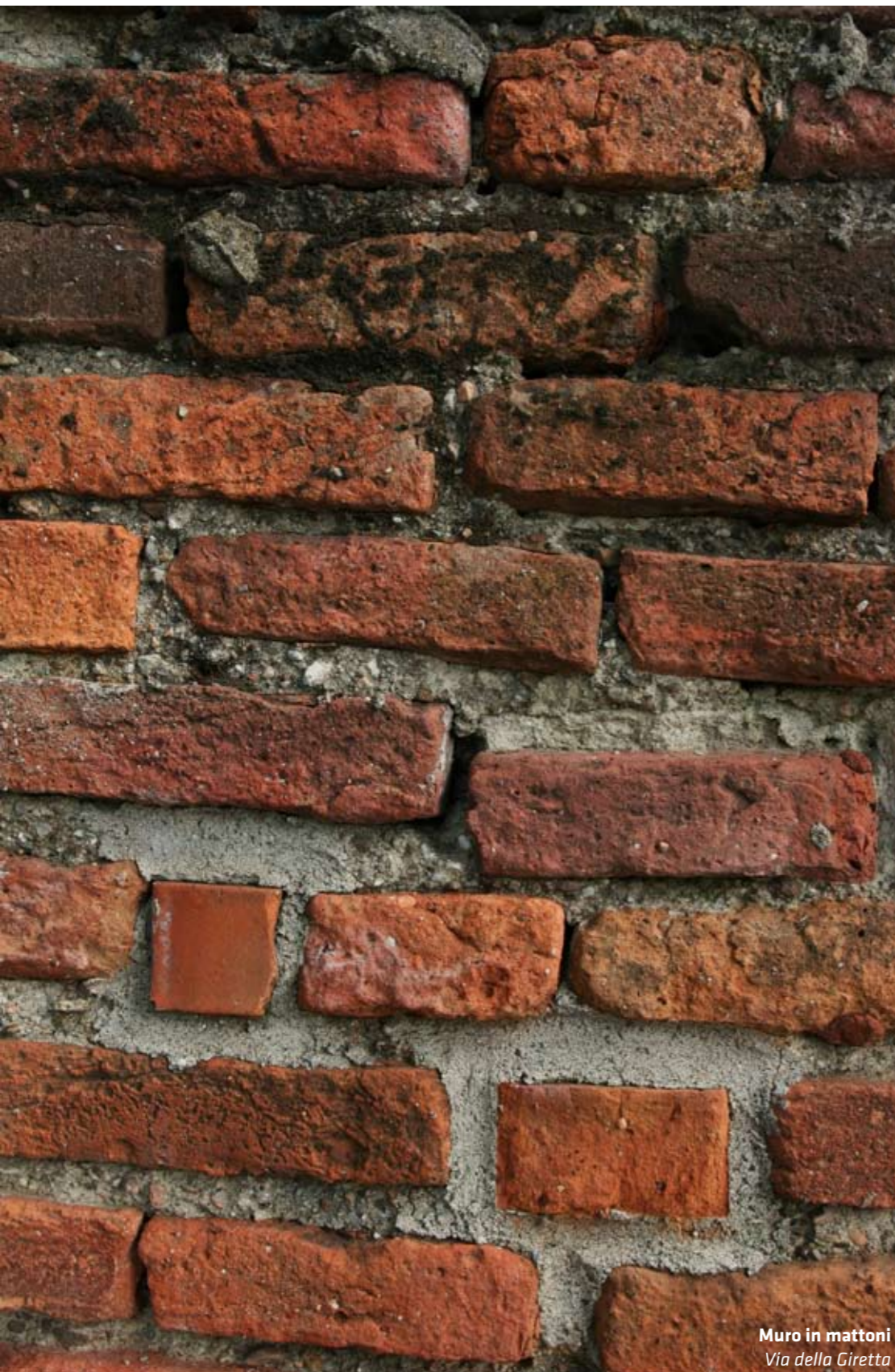
Verde Informativo



**Partecipazione.
Accrescere il già esistente
attivismo sociale.**

ProgettoPilota

**Punti di Forza
Attori**



Muro in mattoni
Via della Giretta

Giovani



Le proposte per i giovani non dovrebbero mai mancare: dar loro la possibilità di sviluppare una passione, in questo caso creativa, anche attraverso la vendita, può generare partecipazione e spirito d'iniziativa. Una categoria spesso limitata in spazi a loro dedicati, ma privi di un reale intrattenimento che sia in qualche modo fruttuoso, utile al loro sviluppo e alla necessità di agire. Una categoria capace di osservare in modo diverso i problemi e le possibilità, all'interno di un sistema dove sono ben altre fasce di età a determinare le scelte collettive da intraprendere: propositivi, attenti e capaci di dare importanza all'innovazione, ma allo stesso tempo curiosi di conoscere le tradizioni e gli stili di vita che hanno determinato la forma attuale del territorio che li circonda.

Una categoria sottovalutata, ma che per esperienza diretta, ha saputo stupire per proposte e punti di vista non usuali rispetto ad attività analoghe.

Pensionati



Quella dei pensionati è un'altra categoria che la società sta eliminando: spesso un problema per le famiglie, nel migliore dei casi trovano spazio all'interno di una casa di cura. Quelli che ce la fanno, vengono ospitati ed aiutati da molteplici iniziative territoriali, dalle cooperative ai servizi alla persona, che li stimolano in un caso, attraverso gite ed escursioni, e li aiutano nell'altro. Una fascia di popolazione che ha perso il contatto con le nuove generazioni, ma sempre attenta ed attiva riguardo a proposte capaci di diffondere le loro conoscenze, il loro know how, la loro vita.

Un processo ecomuseale deve in primo luogo dar loro la possibilità di rendere fruttuoso il proprio bagaglio conoscitivo, attraverso la creazione di collaborazioni e confronti su diversi ambiti, dalla scuola ai giovani creativi, in un'ottica divulgativa e di memoria storica allargata.

Un sistema che crei incontri partecipati per la promozione dell'identità locale.

Scuole



L'esperienza diretta mi ha portato alla considerazione delle scuole come uno dei punti forti che caratterizzano Settimo Milanese: saltano subito all'occhio l'immensa voglia di partecipare a qualsiasi iniziativa che possa educare le classi, che sia soprattutto integrativa di un programma istituzionale d'insegnamento che ha subito gravi menomazioni nell'ultimo periodo. Abbiamo quindi da un lato l'attivismo delle scuole e delle associazioni dei genitori, dall'altro un sistema povero di proposte e di iniziative interessanti.

E' qui che l'Ecomuseo si fa promotore di una nuova tipologia di insegnamento: un'educazione diffusa composta da un territorio in grado di comunicarsi e dai bambini, come fautori della stessa comunicazione. Le scuole laboratorio, con attività integrative volte alla conoscenza del patrimonio di beni, materiali e immateriali, e collaborazioni e incontri con le realtà che compongono l'identità locale.

Artigiani



L'attività artigianale, presente e diffusa sul territorio, non vive il suo periodo migliore: sono infatti molteplici le attività che hanno risentito della crisi del 2008 e hanno dovuto cessare l'attività. E' inoltre di rilievo l'abbandono di attività per mancata continuazione, dove spesso un anziano artigiano non riesce a trovare un sostituto che prosegua il suo lavoro, tramandando saperi che meritano interesse e valorizzazione, buttando al vento decenni di passione e dedizione.

In questo modo l'Ecomuseo deve essere sinonimo di garanzie di continuazione d'impresa e di visibilità: dar spazio a chi è riuscito a sopravvivere tramite strumenti che ne divulgano i saperi a livello nozionistico, o meglio ancora, a livello lavorativo.

Da collaborazioni ed incontri con altre delle fasce dell'attivismo sociale locale, come le associazioni e le scuole, o ancora di più i giovani, possono nascere progetti capaci di rilanciare un'attività in declino.

Associazioni



La vera spina dorsale dell'attuale partecipazione locale è sicuramente l'associazionismo: una realtà in grado di coinvolgere e creare, proporre e modificare.

Le iniziative, la cura del verde, le attività per i bambini, le mostre fotografiche e di materiale storico, le rappresentazioni e gli spettacoli, lo sport: un'attivismo diffuso e molto sentito che le pone come punti di riferimento non solo locale. Il ruolo fondamentale svolto fin'ora deve proseguire in un'ottica di collaborazione e di network collaborativo.

L'Ecomuseo dovrà quindi convogliare tutte le energie e le proposte ad oggi scollegate in unico filone progettuale, portando il dialogo su molteplici fronti, con le scuole e con i giovani, con gli anziani e con gli artigiani.

Divulgare il loro impegno, farlo conoscere, può garantire nuovi associati, ma soprattutto l'interesse da parte delle istituzioni verso un impegno volontario.

ProgettoPilota

Vetrina del Verde
Una Vending Machine come antenna ecomuseale

Concept Idea

Promuovere la partecipazione locale per il verde.

208 Promuovere eventi ed iniziative sensibilizzanti.

Promuovere la creazione di laboratori multidisciplinari.

Sviluppare una comunicazione territoriale puntuale e diffusa.

Favorire un microbusiness di prodotti inusuali.

Perchè?

Per promuovere i punti di forza del territorio, attraverso uno strumento inusuale di vendita di prodotti "nuovi", o non classici. Un modo nuovo di argomentare il verde, diffonderlo, renderlo percepibile, passando attraverso la possibilità di creare partecipazione, necessaria a creare i prodotti che verranno messi in vendita.

Un sistema che consente da un lato di dare una visibilità territoriale maggiore, fatta di prodotti che entrano nelle case, e dall'altro di consentire un nuovo punto di vendita ad attori inusuali, come artigiani, giovani creativi, o ancora i prodotti realizzati dalle scuole.

innescare quindi dei sistemi di "creazione partecipata" che fanno della vending machine l'antenna, l'evidenza, il mezzo finale.

Chi?

Gli attori, coloro che prendono parte alla creazione dei prodotti "verdi" in vendita.

Un servizio utile a diverse fasce di popolazione: in primo caso, chiunque voglia proporre la propria produzione artigianale domestica, un hobby che può diventare qualcosa di più. Allo stesso modo studenti e creativi, mossi dalla voglia di cimentarsi e di arrotondare. O ancora artigiani, attratti da un nuovo "punto vendita" disponibile, o ancora le associazioni, mosse forse da uno spirito più sociale, ma che vedono in questa vetrina un nuovo mezzo per la divulgazione di materiale informativo, fra cui le pubblicazioni. Allo stesso modo le scuole possono integrare il servizio educativo, diffondendolo tramite piccole pubblicazioni, utili ai genitori in ambito domestico.

Cosa?

I prodotti: utili perchè portatori di un messaggio verde, attento ad uno sviluppo sostenibile, alle tradizioni e alle modificazioni territoriali. Diversificati perchè dedicati a clienti diversi, con funzioni ed origini diverse, che dialogano in modo diverso col territorio. Innovativi, perchè in grado di connettere la tradizione con la creatività, il lavoro con l'educazione.

Dal kit domestico per la coltivazione o la trasformazione del cibo alle mappe per la visita tematicizzata del paesaggio, dai semi di piante autoctone ai prodotti della creatività dei singoli.



Sistemi innovativi di distribuzione automatica

DAINT srl è Azienda Leader nella produzione di distributori automatici "senza spirale" che sono in grado di erogare prodotti di qualsiasi dimensione sia tradizionali che hi-tech. I settori che meglio possono adottare questo innovativo sistema di self sell sono gli ospedali, farmacie, librerie, aree di servizio, parchi dei divertimenti, enoteche, porti marittimi, aeroporti, centri storici, musei, condomini, villaggi turistici, camping, parchi e grandi aziende.

I prodotti Daint sono protetti da brevetto internazionale e ciò rende i nostri distributori unici al mondo come la nostra linea MAT24 che è una vetrina composta da una superficie di mq 1.322 con un magazzino interno di volume 0,57 m³ totalmente auto gestibile e totalmente auto ricaricabile sottoforma di self anche direttamente dal negoziante stesso.

La maggiore caratteristica è quella di avere un magazzino prodotti costituito da caselle a volumetria variabile e configurabili a seconda delle dimensioni del prodotto. Così facendo al contempo la macchina è in grado di erogare confezioni bottiglie o buste, quadrate, rettangolari, cilindriche, di cartone, di metallo, di vetro, di plastica, di alluminio fragili o infrangibili.



Breve storia dei distributori automatici

Il primo distributore automatico si crede essere stato inventato vicino ad Hero, Alessandria d'Egitto, da un inventore del primo secolo dopo Cristo.

La macchina accettava una moneta ed erogava una quantità fissa di acqua santa. Quando la moneta veniva inserita nella fessura, cadeva in una vaschetta fissata ad una leva. La leva apriva una valvola che

lasciava passare una certa quantità di acqua.

La vaschetta continuava ad inclinarsi sotto il peso della moneta fino a farla cadere, in modo da far richiudere la valvola e bloccare il flusso.

Malgrado questo precedente iniziale, i distributori automatici hanno dovuto aspettare l'età industriale prima che venissero utilizzati su ampia scala. I primi distributori automatici a gettoni moderni sono stati introdotti a Londra nel 1880. Il primo distributore automatico negli Stati Uniti è stato costruito nel 1888



Vendita inusuale di prodotti innovativi

Una vending machine che fa del suo back office la parte più interessante: infatti la vendita va intesa come l'ultimo passo di processi ben più importanti, frutto di collaborazioni e workshop fra i più diversificati attori.

Un sistema creato per i cittadini più propositivi e creativi, che possono vedere in questa forma di microbusiness un sistema per vendere le proprie creazioni, essendo una vera e propria vetrina, anche se in misura ridotta. I prodotti realizzati dai singoli, verranno valutati dal team ecomuseale, e poi posti in vendita.

Anche il prezzo definitivo sarà accordato via via con gli utenti che prendono parte alla creazione dei beni in vendita all'interno del distributore: una percentuale elevata andrà al realizzatore, il restante verrà inserito nel fondo ecomuseale per lo sviluppo di progetti riguardanti il territorio.

Grazie alle caratteristiche tecniche del distributore della Daint, ogni tipologia di proposta/prodotto potrà trovare spazio all'interno della Vending Machine, senza restrizioni di alcun tipo.

Di fondamentale importanza sarà mantenere, almeno in principio, il filone conduttore ben in vista, in modo da posizionare questo strumento in modo chiaro all'interno della mente dei clienti.

Oggi i distributori automatici vendono di tutto: dai cellulari di ultima generazione (iPod vending machine) ai cibi caldi (Febo).

La loro diffusione tocca vette estreme in Giappone (23 persone per 1 distributore), mentre la tecnologia sta compiendo passi da gigante grazie all'uso delle tecniche Rfid, in grado di far comunicare automaticamente la vending machine con il furgone addetto alla ricarica nel caso di esaurimento dei prodotti

ProgettoPilota

Vending Machine
Personalizzazione e Dati Tecnici



Personalizzazione Esterna

La struttura della vending machine viene ricoperta da una pellicola adesiva per esterni che riporta la texture tipica della carta paglia, in modo da renderlo più in sintonia con l'ambiente rurale che lo ospita e allo stesso tempo avvicinarlo ai concetti di produzione locale e ecosostenibilità.

Infatti la carta paglia, di colore giallo acceso deciso e dalla grana grossolana, si ottiene dalla lavorazione, appunto, della paglia, sia di granturco che di grano.

Era, anni fa, la carta alimentare per eccellenza, usata da droghieri e fruttivendoli, che la utilizzavano per incartare prodotti di ogni tipo e oggi, è sempre più raro trovarla, soprattutto a causa delle infinite imitazioni che popolano il mercato.

Di scarsa resistenza se bagnata, ha avvolto per decenni il classico panino con la mortadella.

Per i suoi richiami alla tradizione e le sue origini agricole, rappresenta a pieno l'imballo tradizionale e della memoria dei prodotti locali, dialogando con la cascina e i suoi spazi, luoghi di produzione dei suoi componenti.

Una carta radicata nella memoria, pronta ad ospitare la produzione delle nuove tradizioni.

Packaging Prodotti

Tutti i packaging verranno realizzati per mantenere unificata e sostenibile l'immagine che si deve dare a progetti del genere: l'utilizzo di carta da pacco per l'esterno e di scatole automontanti per accogliere i prodotti, evitando l'uso di colle, per l'interno, consentono da un lato un richiamo all'approccio sostenibile e legato alle tradizioni del progetto, e dall'altro una facilità di assemblamento dei prodotti da porre all'interno del distributore.

Si facilita quindi la mansione della start up di giovani incaricati alla manutenzione e al continuo aggiornamento della vending machine, attraverso l'utilizzo di materiali riciclati e dalle lavorazioni semplici. L'etichetta esterna è realizzata su carta adesiva senza plastificazione.



Dati Tecnici

Lamina in ferro elettro zincata con spessore di 8/10 e rinforzi da 20/10.

Chiusure porte con 6 ganci, cerniere a tutta lunghezza.

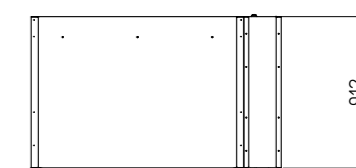
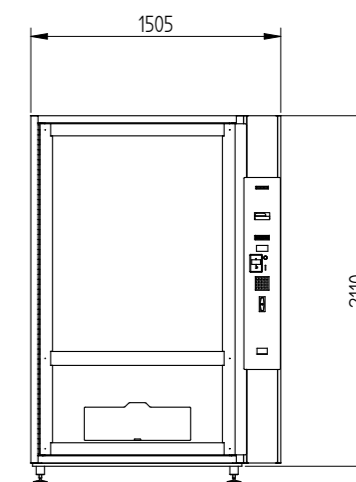
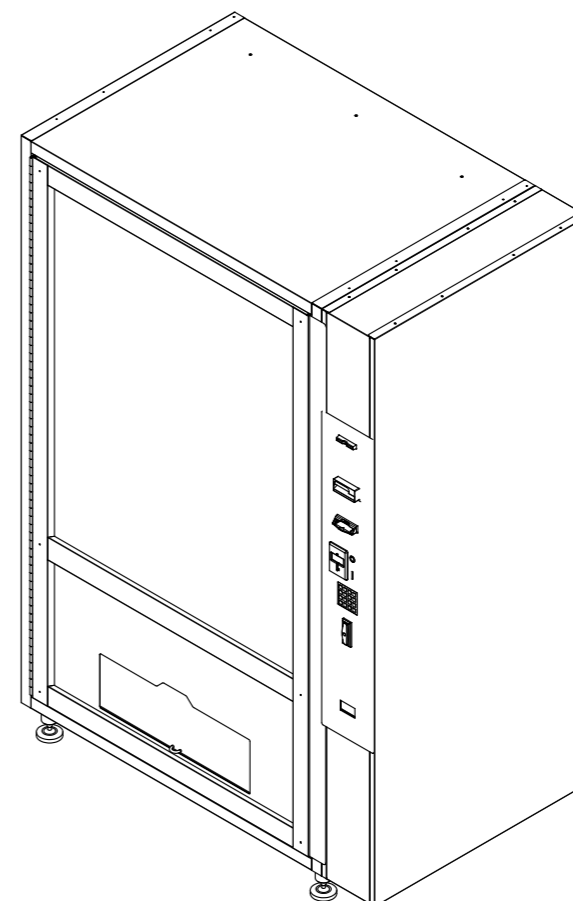
Verniciatura a polveri epossidiche.

Vetro porta antisfondamento.

Alimentazione 230 V - 50 Hz - 1 Ph

Consumo ca. 150 W

Peso ca. 350 Kg a vuoto



SCALA 1:20

Vetrina del Verde



ProgettoPilota

Prodotti Prima Fase
Kit



**Kit
Trasformazione Cibo**

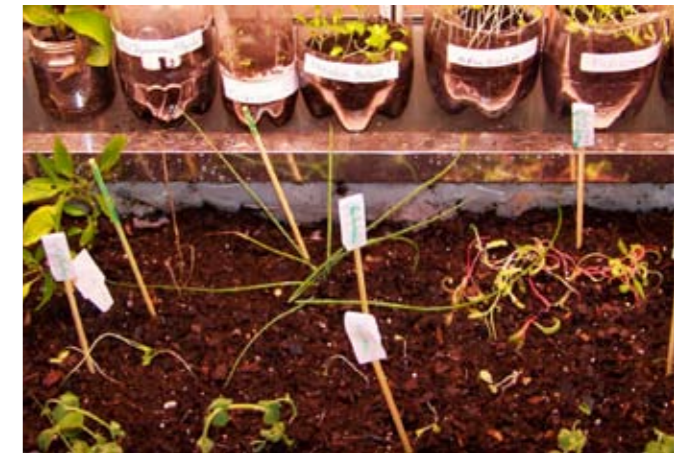


I prodotti proposti sono kit realizzati per poter creare cibi come formaggi, marmellate, birra, conserve, antiche ricette, direttamente nella propria cucina, tramite processi professionali e un supporto cartaceo di istruzioni per l'uso. Creare con le proprie mani o riscoprire tecniche del passato può istruire i bambini ad una consapevolezza sulla provenienza di alcuni cibi, o ancora portare a sperimentare le tipologie di utenza più disparate, dai giovani alle madri, dagli anziani chiunque vogli provare a cimentarsi nella creazione di un proprio prodotto domestico.

Conoscere la provenienza di ciò che mangiamo, unito a dei prodotti realizzati tramite tecniche attente alla sostenibilità, va a definire una fascia di mercato nuova, attenta alla genuinità e all'impatto ambientale, allo stesso tempo artefice di comportamenti sani da tramandare alle generazioni future, o da riproporre ad anziani ed appassionati di cucina.



**Kit Coltivazione Indoor
Germinatori**



Kit in grado di fornire al cliente tipologie diversificate di tecniche e prodotti per poter far germinare all'interno delle mura domestiche le più disparate tipologie di piante: dalle aromatiche per la cucina agli ortaggi, dalle piante fiorite alle piante della tradizione locale. Tutto il necessario per intraprendere o implementare una passione che spesso può diventare educativa e integrativa della cucina domestica.



**Kit Coltivazione Indoor
Tools**



Prodotti in grado di sviluppare le tecniche di coltivazione outdoor, tramite attrezzi o piccole strutture, create dai laboratori. L'ambiente domestico, i balconi, i davanzali intesi come spazi dove il verde deve essere capace di adattarsi e svilupparsi, grazie a realizzazioni innovative realizzate tramite tecniche sostenibili. Una piccola produzione domestica di ortaggi o di piante d'arredo per la famiglia.



**Kit
Coltivazione Outdoor**



Prodotti in grado di sviluppare le tecniche di coltivazione outdoor, tramite attrezzi o piccole strutture, create dai laboratori. Le conoscenze frutto di know how lavorativi o di interessi personali, vengono uniti alla creatività e alle conoscenze di giovani e creativi. Il riuso, il riciclo e la progettazione sostenibile possono dar vita a soluzioni innovative adatte ad un pubblico non solo di artisti, ma aperto alle famiglie e agli hobbisti.

ProgettoPilota

Prodotti Prima Fase
Sementi Autoctone



Semi Piante Autoctone

Intervista a Simone Orsenigo, borsista presso il Dipartimento di Scienze della Terra e dell'Ambiente:

"...il mio lavoro consiste nello studiare e nel conservare la biodiversità vegetale...in particolare mi occupo di conservare piante autoctone in pericolo di estinzione, a causa dell'antropizzazione e del consumo di suolo operato dall'uomo soprattutto nella Pianura Padana, molti habitat naturali stanno scomparendo e con loro le piante che li popolano...i progetti della Lombardy Seed Bank, struttura di ricerca finanziata dalla Regione Lombardia, prevedono la conservazione dei semi di queste piante attraverso processi di disidratazione e congelamento, e la successiva coltivazione e reintroduzione delle specie più a rischio di estinzione...fra gli esempi che mi piace citare ci sono le piante segetali, specie solitamente dalla bella fioritura, come ad esempio il papavero (Papaver rhoeas) e il fiordaliso (Centaurea cyanus), che accompagnano il frumento durante il suo ciclo vitale e che a causa dell'eccessivo uso di diserbanti sono sempre più rare nelle nostre campagne...oppure piante alimurgiche, specie spontanee commestibili...la più classica è il tarassaco (Taraxacum officinale), detto anche dente di leone, le cui foglie vengono consumate sia cotte che crude, oppure i "laurtiis", germogli di luppolo (Humulus lupulus), utilizzati per risotti e frittate...l'utilizzo di semi di piante autoctone in grado di attirare insetti come farfalle e api, contribuisce ad aumentare la biodiversità e a mantenere più vitale l'ecosistema..."

Il coltivare domestico

La coltivazione di ortaggi sul balcone, fa parte della cosiddetta "orticoltura per hobby", ovvero la realizzazione di un'attività agricola a scopo produttivo, ma il cui obiettivo principale resta lo scopo ludico ed educativo. La maggior parte degli orticoltori per diletto è costituita da persone o gruppi che risiedono in città: pensionati, scuole, persone diversamente abili o consumatori abituali di prodotti ecologici. La maggioranza degli orti hobbistici si trova in zone urbane o prossime alle città, spesso in piccoli giardini o terreni abbandonati...I criteri che condizionano la gestione di questo tipo di orto per hobby sono diversi rispetto a quelli seguiti dall'agricoltore professionale.

Per quest'ultimo è fondamentale utilizzare meno manodopera possibile, affinché la sua attività sia redditizia; in un orto hobbistico, invece, il tempo impiegato per la coltivazione ha il suo valore intrinseco, fino al punto che, in alcuni casi, come quello degli orti dei pensionati, più tempo si impiega, meglio è.

La produttività in questo tipo di attività, passa in secondo piano rispetto ad altre priorità, come la capacità di produrre per l'autoconsumo, oppure la diversificazione della produzione, l'utilizzo di tecniche per la coltivazione biologica o il valore didattico dell'attività.

Questa differenza tra agricoltura professionale e agricoltura per hobby a volte non viene presa in considerazione dagli utenti stessi, che finiscono per copiare i sistemi di produzione dell'agricoltore professionale, senza riflettere sulle ragioni di quello che stanno facendo e sui possibili modi alternativi di gestire l'orto. Generalmente, la spinta a creare un orto domestico è il desiderio di produrre per l'autoconsumo familiare: l'attenzione verso sementi a ciclo breve o lungo determina un comportamento diversificato dell'orto, ma soprattutto del consumatore, fra eccessi produttivi o lunghe attese. Una pianificazione temporale è d'obbligo.

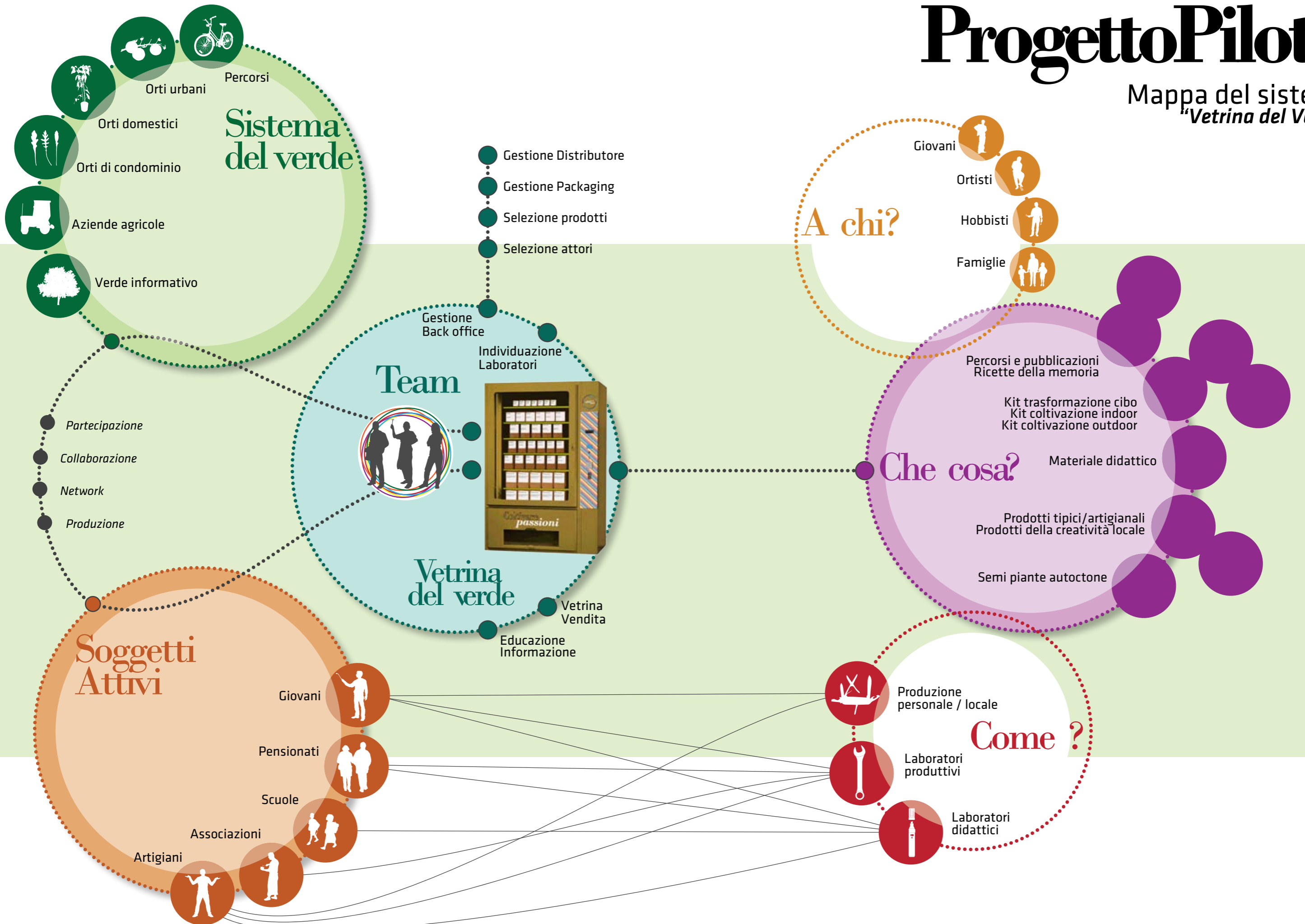
La produzione scaglionata e varia dell'orto da balcone conferisce a quest'ultimo un aspetto selvatico e disordinato, molto diverso da quello dei campi coltivati dagli agricoltori professionisti.

Ma questo è un suo aspetto tipico.
(Josep M. Valles 2009)



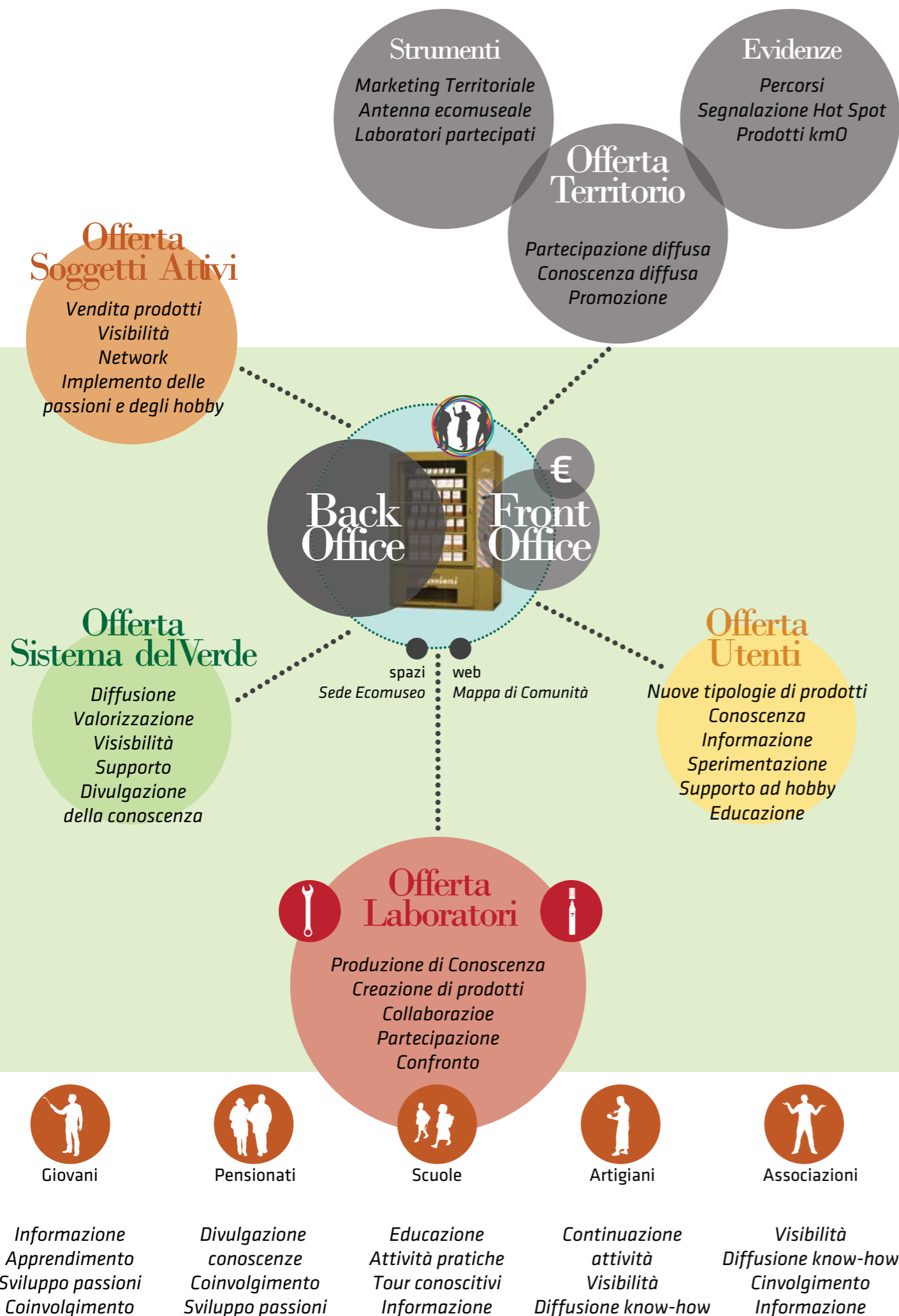
ProgettoPilota

Mappa del sistema
"Vetrina del Verde"



ProgettoPilota

Mappa dell'offerta
"Vetrina del Verde"



Un microbusiness (personale)

La vendita dei prodotti effettuata tramite Vending Machine crea un flusso monetario in grado di proporre prodotti inusuali ad un commercio di questo tipo, diffondendo il verde e l'alimentazione sana. L'ottica della diffusione di prodotti sostenibili si sposa con un microbusiness utile al mantenimento del servizio, compensando le spese per la manutenzione del distributore e di compensi per i componenti della start up, addetti al packaging dei prodotti. Ogni prodotto venduto frutterà al creatore una percentuale maggiore (70%) sull'importo totale, mentre al team gestore spetterà il rimanente (30%). In un primo momento verranno proposti prodotti, come le sementi, di costo relativamente basso, oppure i kit per la coltivazione e la trasformazione dei cibi, più a scopo informativo/educativo; infatti l'uscita della prima gamma di offerta verrà supportata da laboratori educativi all'utilizzo del materiale proposto. In questo modo si vuole favorire la partecipazione dei singoli ad attività e laboratori, in grado di consertire un'entrata monetaria aggiuntiva frutto della vendita diretta delle loro realizzazioni, soprattutto attraverso i laboratori creativi ipotizzati in un secondo momento. O ad altri di trovare finalmente una vetrina dove esporre i propri know how creativi.

Replicabilità del servizio

Il modello del latte crudo può essere seguito per ipotizzare una diffusione territoriale del servizio proposto: sono infatti altre 4 le cascate che, solo a Settimo Milanese, potrebbero ospitare la Vending Machine. I bassi costi di gestione e la tipologia di prodotti venduti si sposano a pieno con le aree dedicate ai distributori di latte, andandone ad integrare l'offerta, ma rimanendo nella stessa area semantica di intervento: sensibilizzare ad un uso consapevole e sano dei prodotti naturali a km0. Nell'ottica della partecipazione diffusa per la creazione e la diffusione non solo dei prodotti, è forse necessario, quindi, riferirsi a territori più ampi, dove un sistema del genere possa vedere una partecipazione diffusa ed allargata a molti soggetti. Uno strumento diffuso per promuovere il territorio, una vetrina della creatività sostenibile locale. Il territorio prova diventerebbe quindi il nord-ovest, già ricco di proposte e progetti incentrati sulla valorizzazione delle identità, attento e sensibile alla vicina Expo. Ogni Ecomuseo potrebbe disporre del proprio team gestore, i grado di fare rete soprattutto con gli altri ecomusei, attento conoscitore delle peculiarità e dei progetti che la popolazione propone e sviluppa sul territorio.



Timeline

Attivazione servizio "Vetrina del Verde"

Soggetti

Soggetti Attivi

Azioni

Ricerca e progettazione
 Aggiornamento Mappa di Comunità
 Organizzazione eventi
 Coinvolgimento e reclutamento
 Organizzazione Progettazione Partecipata
 Organizzazione Laboratori
 Analisi e valutazione prodotti
 Gestione Vending Machine

Attività/Evidenze

Personalizzazione Vending Machine
 Prodotti
 Marketing Territoriale
 Eventi
 Progetti Diffusione del Verde

Risultati

Comunicazione
 Produzione
 Sensibilizzazione
 Partecipazione
 Attivazione Nuove Tipologie di Verde

Mesi



Ricerca di una Vending Machine:
 accordi per sponsorizzazione DAIN.T.

Organizzazione del 1° evento per la promozione
 del progetto alla popolazione.
 "Coltivare passioni - Mercato a km.0"

Progettazione interventi di
 Marketing Territoriale

Segnalazione su Mappa di Comunità
 Network 1: progetto "Vetrina del Verde"

aprile



Personalizzazione
 Vending Machine.

Coinvolgimento alcuni attori territoriali
 nella realizzazione del 1° evento.
 "Coltivare passioni - Mercato a km.0"

Progettazione interventi di
 Marketing Territoriale

maggio



Evento #1
"Coltivare Passioni - Mercato a Km0.

In mostra la produzione locale legata all'agricoltura.
 Prodotti della terra, prodotti per la terra.
 Presentazione Vending Machine.

Progettazione interventi di
 Marketing Territoriale

Presentazione delle prime proposte
 per il marketing territoriale.
 Conferenza.

Mostra dei prodotti locali individuati come
 più inerenti al tema del "Verde".
 Test dei kit prova per la trasformazione
 del cibo individuati dal team.
 Istruzioni per la piantumazione dei semi
 di piante autoctone.

Reclutamento.
 All'interno dell'evento sarà presente un desk
 adatto a raccogliere le potenziali abilità
 dei visitatori, per poter individuare nuovi
 prodotti da inserire nella Vending Machine.

Comunicare l'avvio del progetto
 "Vending Machine"

Comunicare le prime proposte di intervento
 di marketing territoriale.

Reclutamento.

giugno



Vending Machine Prima Fase

PrimoEvento

Mercato a Km0
"Vetrina del Verde"



Marketing Territoriale

Il Mercato a Km0

Vine realizzato un mercato capace di esporre i prodotti della terra locali a scopo di vendita, tramite il coinvolgimento diretto dei produttori. Un evento capace di catalizzare l'attenzione, dando l'opportunità al team di esporre ai visitatori gli step progettuali e di reclutare possibili interessati, sia per la fase di aboratori dimostrativi all'utilizzo dei primi prodotti in vendita sia per la possibile realizzazione di nuovi prodotti da mettere in vendita.

la presentazione del primo allestimento della Vending Machine

Il distributore automatico, presentato per la prima volta, espone i primi prodotti identificati come adatti alla vendita: le sementi autoctone e i kit per la coltivazione indoor e quelli per la trasformazione dei cibi. Due fasce di prodotti inusuali e innovativi, adatti ad uno scopo anche educativo, presentati alla popolazione, con una dimostrazione in loco del loro utilizzo.

Comunicazione Virale

Una campagna teaser di guerrilla marketing, svolta tramite l'uso di stencils o di flyers. Un modo per attirare l'attenzione verso la Mappa di Comunità, vero fulcro di raccolta pareri e proposte, progetti e iniziative. Il mercato a km0 come strumento per la divulgazione della conoscenza del progetto ecomuseale, in particolare focalizzandosi sulla Vending Machine e sui suoi prodotti. diffondere e reclutare partecipanti.

Marketing Territoriale

Un'integrazione della comunicazione già esistente. Utilizzare il mercato a km0 come un momento per la divulgazione degli step progettuali riferiti al territorio e alla sua conoscenza. Comunicare alla popolazione, prima l'attenzione rivolta alla mappatura dell'esistente, e poi le evidenze proposte come integrative degli elementi di rilievo, degni di nota, rivolti all'ambito del verde.



giugno



giugno



Comunicazione Virale



Timeline

Attivazione servizio "Vetrina del Verde"



Individuazione laboratori per la trasformazione dei cibi.

Analisi e ricerca ambito "Verde domestico" e dati relativi alla partecipazione / reclutamento.

Realizzazione definitiva interventi di Marketing Territoriale



Creazione di incontri fra attori reclutati e i rappresentanti delle eccellenze territoriali all'interno del Sistema del Verde.

Laboratori di Coltivazione e Produzione Cibi

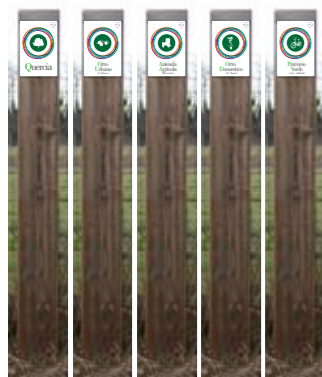
Educare all'utilizzo dei primi prodotti in vendita all'interno della Vending Machine. Incontri dove imparare ed apprendere tecniche derivate dalle tradizioni o da esperti.



Allestimento del Verde - info Base
Posizionamento dei pannelli informativi presso gli elementi verdi identificati come più significativi.

Comunicazione del territorio.

Partecipazione attiva e propositiva della popolazione.



luglio

agosto



Individuazione delle tipologie di laboratori creativi realizzabili tramite partecipazione.



Laboratori di Coltivazione e Produzione Cibi

Vengono utilizzati i kit per la trasformazione dei cibi e quelli per la coltivazione indoor: esemplificazioni supportate da attività pratiche volte al raggiungimento di ottimi risultati.

Diffusione dei prodotti.

Diffusione delle tecniche di trasformazione dei cibi e della coltivazione indoor.

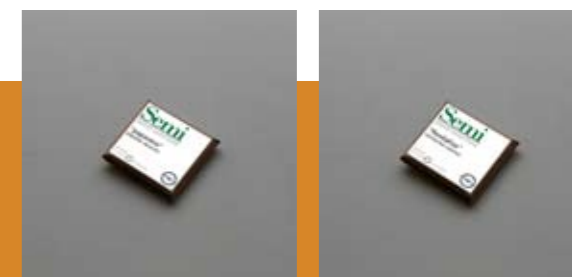
Informazione e comunicazione del processo di valorizzazione del verde presente.

settembre



Individuazione delle tipologie di laboratori creativi realizzabili tramite partecipazione.

Approfondimenti progettuali "Verde di Condominio" e "Verde Informativo"



ottobre



Timeline

Attivazione servizio "Vetrina del Verde"



incontri con le realtà territoriali per l'individuazione dei laboratori creativi.

Approfondimenti progettuali "Verde di Condominio" e "Verde Informativo".



incontri con le realtà territoriali per l'individuazione dei laboratori creativi.

Approfondimenti progettuali "Verde di Condominio" e "Verde Informativo".



Progettazione definitiva laboratori creativi.



Supervisione dei prodotti creati dai laboratori per la Vending Machine



230

231

Incontri di Progettazione Partecipata
Individuazione delle tipologie di laboratori creativo/produttivo/didattici da realizzare, analizzando affiancamenti e collaborazioni, adatte a scambi nozionistici generazionali e alla produzione di prodotti "inusuali" e nuovi.

Incontri di Progettazione Partecipata
Individuazione delle tipologie di laboratori creativo/produttivo/didattici da realizzare, analizzando affiancamenti e collaborazioni, adatte a scambi nozionistici generazionali e alla produzione di prodotti "inusuali" e nuovi.

Attivazione dei Laboratori Creativi
I primi due laboratori individuati:
Scuole/Associazioni: produzione materiale cartaceo informativo ed interattivo per famiglie.
Artigiani/Giovani: sviluppo di prodotti addatti all'agricoltura domestica.

Incontri di Progettazione Partecipata "Verde di Condominio" e "Verde Informativo"

Incontri di Progettazione Partecipata "Verde di Condominio" e "Verde Informativo"

Incontri di Progettazione Partecipata "Verde di Condominio" e "Verde Informativo"

Attivazione di nuove tipologie di verde.
Partecipazione attiva e propositiva della popolazione.

Attivazione di nuove tipologie di verde.
Partecipazione attiva e propositiva della popolazione.
Creazioni di prodotti "nuovi" derivati da laboratori partecipati in grado di creare un nuovo piccolo business, mettendo in mostra il territorio e i suoi abitanti.

novembre

dicembre

gennaio

febbraio



Timeline

Attivazione servizio "Vetrina del Verde"



Supervisione dei prodotti creati dai laboratori per la Vending Machine

Attuazione "Verde di Condominio" e "Verde Informativo"



Supervisione dei prodotti creati dai laboratori per la Vending Machine



Realizzazione delle prime prove di attuazione dei progetti: "Verde di Condominio" e "Verde informativo"

Piantumazione alberi da frutto e pannelli informativi nelle aree prestabilite (verde attrezzato, verde agricolo, sede Ecomuseo).
Realizzazione dei primi orti comuni di Condominio, sfruttando le aree verdi inutilizzate.

Attivazione di nuove tipologie di verde.

Partecipazione attiva e propositiva della popolazione.

Nuova consapevolezza, responsabilità e conoscenza del verde, sia in ambito allargato e diffuso, che in ambito condominiale e familiare.
Educazione verde diffusa.

marzo

aprile



Supervisione dei prodotti creati dai laboratori per la Vending Machine

Progettazione di nuovi temi per la promozione di prodotti all'interno della Vending Machine

Individuazione nuovi spazi per replicabilità del servizio di vendita



Progettazione di nuovi temi per la promozione di prodotti all'interno della Vending Machine

Individuazione nuovi spazi per replicabilità del servizio di vendita

Attivazione della Vending Machine

Il distributore automatico viene attivato. In vendita prodotti alimentari, kit per la coltivazione indoor, kit per la trasformazione dei cibi, mappe e ricette, semi di piante autoctone, materiale didattico e pubblicazioni, prodotti della creatività locale.

Vendita dei prodotti.

Informazione e comunicazione del processo di valorizzazione del verde presente.

Vending Machine Definitiva

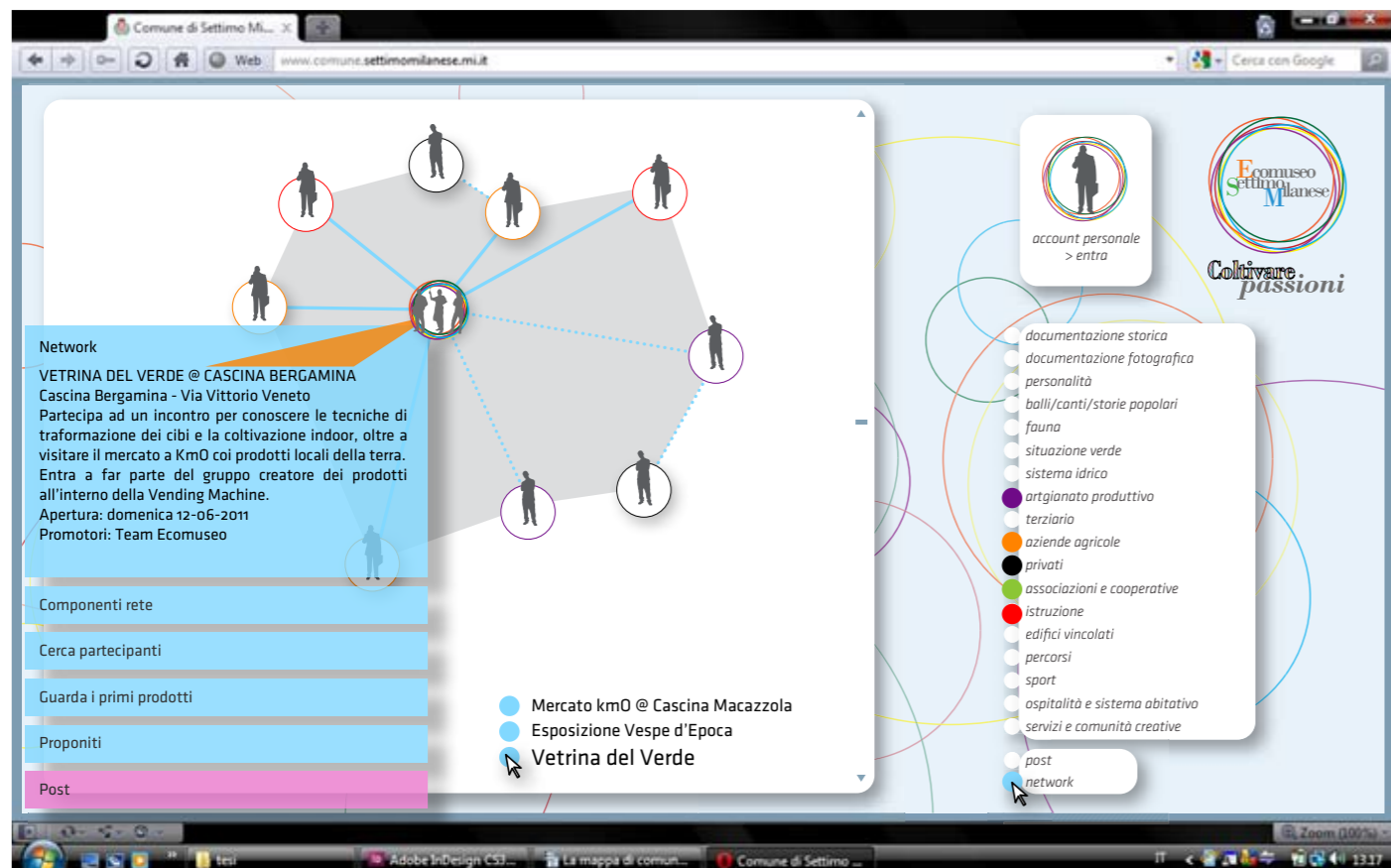


maggio

giugno

232

233



ProgettoPilota

Piattaforma web
Mapa di Comunità

Reclutare

L'azione di reclutamento di attori interessati alla partecipazione alla creazione di prodotti adatti alla vendita tramite Vending Machine, deve partire da subito, perchè fondamentale in un processo come questo.

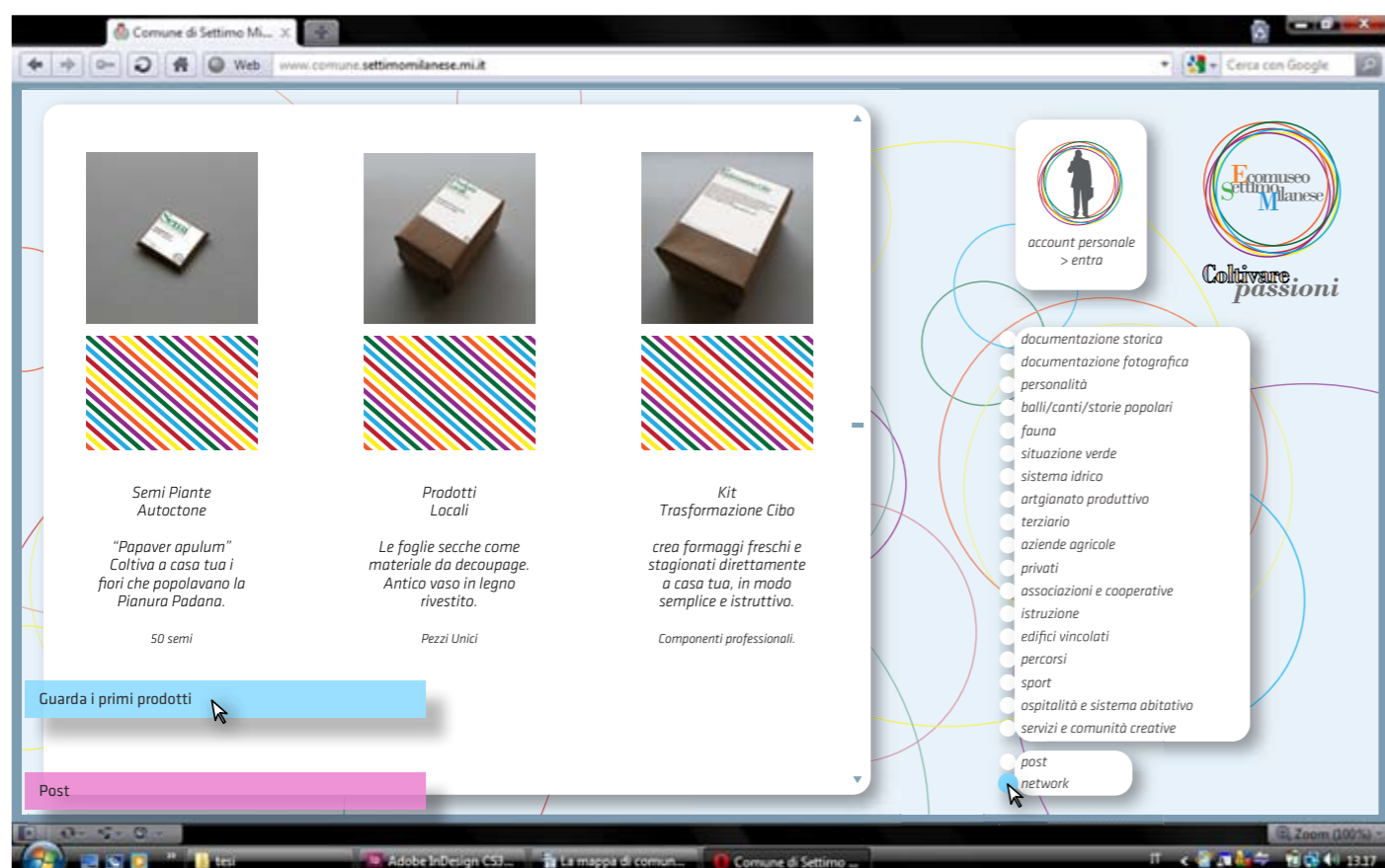
Infatti la Mappa di Comunità verrà da subito aggiornata dal Team Ecomuseale, che inserirà fra i network la Vetrina del Verde: un progetto a cui si richiede un'adesione virtuale, supportata da incontri di progettazione partecipata. Gli interessati possono entrare a far parte del network ed entrare quindi all'interno del sistema produttivo proposto.

Esporre

Una prima mappatura consentirà di disporre di un primo, simbolico, portafoglio prodotti. Prodotti che verranno messi in vendita tramite la Vending Machine e la Vetrina ecomuseale, e troveranno nel sito internet maggiore visibilità.

Un modo per dimostrare da subito, ad eventuali partecipanti, che il sistema consente entrate monetarie reali, determinate dai livelli di gradimento espressi dall'utenza, che faranno la fortuna o meno di un'idea rispetto ad altre.

Integrazione dell'offerta proposta dalla Vending Machine: la vetrina virtuale.



Mappa di Comunità

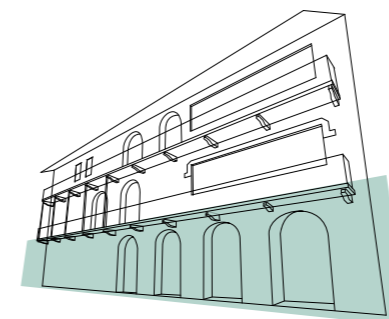
Vetrina Web

Vetrina Sede Ecomuseo

Esposizione e vendita
dei prodotti locali.

Vending Machine

Supporto a esposizione e vendita
dei prodotti locali.



ProgettoPilota

Prodotti e Laboratori
Supporto e integrazione sistema del verde

**I prodotti.
I laboratori.
Affiancamenti
e collaborazioni.**



**Produzione
personale/locale**



**Laboratorio
produttivo**



**Laboratorio
didattico**



I prodotti sono strettamente legati ai laboratori: fatta eccezione di tutta la produzione domestica, personale, dei singoli, che entrerà a far parte del progetto "Vetrina del Verde" tramite selezione da parte del team, tutti gli altri prodotti sono di derivazione collaborativa partecipata, frutto delle attività svolte all'interno dei laboratori. Lo scopo educativo balza subito al primo posto, essendo le scuole presenti nella metà dei

processi creativi. Vi è inoltre il fondamentale ruolo produttivo derivato da collaborazioni più affini alla progettualità e alla manualità realizzativa. Un sistema per favorire interazioni fra vari attori, unificati sotto lo scopo dello sviluppo sostenibile verde, supportato da un punto vendita utile sia da vetrina che per piccole entrate extra. Prodotti realizzati dalla popolazione per la polazione, in grado di attrarre diverse fasce sociali.



GIOVANI / ANZIANI

Laboratori in grado di sviluppare prodotti che uniscono la tradizione ed i know how degli anziani con la creatività dei giovani. Ripensare a prodotti della quotidianità, in ottica di sviluppo sostenibile. Coinvolgere tramite un piccolo business fasce di popolazione solitamente disinteressate alle attività locali.



GIOVANI / ASSOCIAZIONI

Laboratori maggiormente incentrati sul marketing territoriale e sulla divulgazione della conoscenza del patrimonio locale. Un patrimonio che si integra giorno per giorno con attività e iniziative, in un processo di integrazione tra le associazioni ed i giovani. Prodotti specchio di una collaborazione intergenerazionale.



SCUOLE / ANZIANI

Laboratori incentrati sulla conoscenza del territorio e sulla sua visita: integrazione di progetti di marketing territoriale legati ai luoghi della memoria. Il materiale prodotto verrà continuamente integrato agli elementi già presenti, valorizzandone gli aspetti educativi in un'ottica di tour conoscitivi delle trasformazioni in atto, in ottica turistica ed educativa.



SCUOLE/GIOVANI

Laboratori educativi capaci di generare prodotti adatti alla diffusione della conoscenza tra i più giovani, dedicati quindi alle famiglie. Prodotti interattivi dove l'utilizzatore interagisce divertendosi, prodotti dai bambini per i bambini. Integrare alcune ore scolastiche con laboratori di questo tipo, crea interdisciplinarietà e partecipazione attiva a progetti comuni.



GIOVANI / ARTIGIANI

Una progettazione partecipata, via via più intensa, in grado di generare un nuovo sistema di prodotti innovativi in grado di attirare diverse tipologie di clientela. Inizialmente incentrati sul concetto "verde", potranno aprirsi ad altri ambiti progettuali come il riuso, riciclo e tramandazione d'impresa.



ASSOCIAZIONI / ARTIGIANI

Laboratori maggiormente incentrati sul marketing territoriale e sulla divulgazione della conoscenza del patrimonio locale. Un patrimonio che si integra giorno per giorno con attività e iniziative, in un processo di integrazione tra le associazioni ed i giovani. Prodotti specchio di una collaborazione intergenerazionale.



SCUOLE / ARTIGIANI

Piccoli laboratori produttivi per sviluppare la manualità ed entrare sin da giovani a contatto con la realtà produttiva locale: antichi saperi e metodi di lavorazione verranno tramandati alle nuove generazioni, da un lato per creare interesse e partecipazione, dall'altro per mettere in vendita piccoli artefatti realizzati durante l'orario scolastico.



SCUOLE/ASSOCIAZIONI

Laboratori educativi capaci di generare partecipazione locale di nuove generazioni: come con gli anziani, le attività verranno concentrate nell'ambito di divulgazione culturale ed informativa. I prodotti generati potranno da un lato andare ad integrare il sistema di marketing territoriale, ma allo stesso tempo nuove pubblicazioni.



ProgettoPilota

Prodotti e Laboratori
I primi due ipotizzati per la realizzazione dei prodotti



Il laboratorio didattico "Conoscere"

I laboratori didattici, integrativi dell'orario scolastico, si presentano come una metodologia educativa incentrata sulla conoscenza del territorio e su una piccola produzione di materiale didattico e informativo. In questo caso si avvale della collaborazione di artigiani ed associazioni, che tramite gli alunni delle scuole, attuano la realizzazione di materiale cartaceo, dedicato alle famiglie, interattivo e divulgativo. Il processo prevede tappe prestabilite, adatte in un primo luogo ad implementare la conoscenza di Settimo Milanese nelle nuove generazioni, in secondo luogo a sviluppare abilità manuali rispetto a metodi lavorativi semplici, legati alla tradizione.

Il laboratorio produttivo "Coltivare indoor"

I laboratori produttivi si avvalgono dell'utilizzo degli ambienti presenti all'interno della sede ecomuseale. Incentrati sulla produzione di kit adatti alla coltivazione indoor, vedono la collaborazione di giovani e artigiani su una progettazione sostenibile, attenta ai know how e alla tradizione, alla produzione attuale e alle nuove tecniche realizzative. Il processo prevede tappe prestabilite, adatte in un primo momento a mappare materiali e abilità, conoscenze e disponibilità, per poi passare ad una fase di brainstorming in cui verrà definito il metodo progettuale, incentrandolo dove possibile sul riuso e sul riciclo, fino alla realizzazione vera e propria.

Scelta del tema

Tour conoscitivi

Raccolta dati

Rielaborazione dati

Produzione

Mappatura saperi

Mappatura materiali

Brainstorming

Progettazione

Produzione



Prodotti Locali

All'interno di questa gamma di prodotti rientrano differenti tipologie: dagli oggetti di design realizzati dai giovani, alle produzioni degli anziani, degli artigiani, dei laboratori.

La scelta degli elementi vendibili attraverso la vending machine sarà in ogni caso effettuata dal team di gestione, che effettuerà in un primo momento una mappatura dell'esistente, attraverso eventi ed iniziative dedicate, e in un secondo momento sarà in grado di proporre ai soggetti attivi laboratori tematici per lo sviluppo di nuovi prodotti.

Le creazioni presentate e vendute saranno inerenti all'ambito progettuale e troveranno le più disparate applicazioni: decoupage e coltura a led, re-design e riuso, oggetti d'arredo, giochi, caramelle. Tutto ciò che è possibile realizzare attraverso l'autoproduzione o i laboratori.

Un modo per trasformare una semplice passione, un hobby o un interesse, in un riscontro monetario: aprire un punto vendita dedicato a chiunque voglia cimentarsi nel mettersi in gioco e testare la propria abilità.

Prodotti a km0, realizzati dagli abitanti, in grado di attrarre tutte le fasce di popolazione, integrando e arricchendo l'offerta di volta in volta.

Un punto vendita che stimola i giovani a creare, gli anziani a mantenere viva una passione, le famiglie ad educare i propri figli attraverso l'attrattiva di un rientro monetario, utile ad arrotondare in un periodo di crisi come questo e a stimolare la partecipazione.

La produzione locale intesa quindi in modo allargato, nuovo, attento alle singole peculiarità ed abilità, sfumature che se sommate vanno a creare l'identità di un territorio nuovo, propositivo e innovativo.

Un territorio che è l'insieme dei singoli che lo compongono, e lo creano giorno per giorno, partecipando, proponendo, mettendosi alla prova.

Materiale Educativo

I prodotti realizzati per lo più dai laboratori didattici presso le scuole, sono in grado di divulgare una conoscenza consapevole del territorio dedicata alle fasce di popolazione più giovani.

Infatti, se da un lato attraverso i laboratori si svolge un'attività educativa diretta, anche gli utenti che acquistano i prodotti partecipano alla diffusione del sapere, soprattutto se ipotizziamo un'utenza di famiglie interessate ad un'integrazione dell'educazione standard offerta ai propri figli.

Il materiale si comporrà infatti delle proposte e delle analisi dei dati rilevati durante tuor conoscitivi e delle testimonianze ad abilità che artigiani, associazioni, anziani e giovani creativi, porteranno come plusvalore all'interno dei laboratori: piccoli artefatti capaci di informare coinvolgendo, di attrarre perchè utili e sinonimo di una partecipazione locale diffusa.

Differenziare la proposta consentirà, nel tempo, di toccare le innumerevoli sfaccettature che compongono il puzzle sociale, partendo dal verde per arrivare alla produzione industriale fra passato e presente, all'intrattenimento e al tempo libero.

Una descrizione territoriale che i bambini interpretano e fanno loro, attenta al loro punto di vista e alla loro formazione, adatta ad instaurare un rapporto duraturo e consapevole con il progetto ecomuseale.

Le scuole intese come antenne in grado di diffondere l'educazione tramite piccole produzioni capaci di integrare i pochi fondi disponibili, per la realizzazione di sempre nuove attività, mai sotto un'ottica lucrativa, interessata al continuo reinvestimento dei capitali.

Piccoli capitali in grado di catalizzare l'interesse, proponendo attività nuove e formative, dove ogni singolo attore partecipante, dalla maestra al bambino, può veder realizzato e messo in vendita su piccola scala la propria creazione.

ProgettoPilota

Prodotti Seconda Fase
Prodotti Locali e Materiale Educativo

Pubblicazioni

Dare maggiore visibilità alle pubblicazioni realizzate sul territorio risulta di fondamentale importanza: in questo senso una parte della vending machine è riservata ai libri e alle raccolte che parlano del territorio e che dialogano con la popolazione.

In questo senso è plausibile un continuo aggiornamento dell'offerta, sia identificata fra lo stato dell'arte, sia incentivata da nuove produzioni supportate da questo tipo di vendita.

Letture adatte agli appassionati come alle famiglie, letture che parlano della prossimità di aree che ci vedono ogni giorno partecipi, che si presentano sotto forme dettate da modificazioni storiche mai casuali, ma dovute a cambiamenti ricchi di significati e di storia.

Dare spazio a giovani scrittori emergenti o già affermati, che siano narratori o poeti, utilizzando la vending machine come mezzo divulgativo: uno strumento che può dare maggiore visibilità a una passione profonda e intima.

Percorsi

Visitare il territorio in modo attento e consapevole vuol dire poter fornire strumenti di lettura e di visita dello stesso. Indicizzarlo, decriverlo, categorizzare gli elementi presenti sotto un'ottica di tour e di visite adatte ad ogni tipo di fruitore.

Percorsi verdi adatti a spostamenti funzionali o sportivi evitando le arterie viarie e il cemento, percorsi storici adatti ad una visita completa e dettagliata dei beni storici, architettonici e rurali, percorsi ambientali, adatti a descrivere le attività produttive agricole e gli elementi naturali di rilievo, percorsi educativi, in grado di fornire informazioni dettagliate sulla produzione industriale tra passato e presente, su modi e tradizioni, sui detti e sulle storie popolari.

Un insieme di metodi di attraversamento territoriale legati all'ambito emozionale, frutto di un paesaggio che ha saputo adattarsi alla modernità, in accezione positiva e negativa, ma che ha saputo mantenere ben saldi principi come il mantenimento del verde o le strutture rurali tipiche.



ProgettoPilota

Approfondimenti progettuali
Marketing territoriale verde "Base"



Il Comune di Settimo Milanese dispone già di una comunicazione territoriale legata agli spazi verdi composta da pannelli in legno inseriti nel terreno, presenti soprattutto nelle aree di verde attrezzato, muniti di un piccolo cartello descrittivo in prossimità della parte superiore, utile ad identificare la realtà rappresentata attraverso una silhouette vettoriale colorata (Orti urbani, Apiario, Divieto di accesso cani, area riservata ai bambini).

Come abbiamo detto, il verde occupa però, più del 60% del territorio e non è assolutamente limitato al verde "organizzato" e creato, ma rappresenta una moltitudine di elementi o di sistemi degni di nota non valorizzati, come gli alberi secolari o i fontanili, spesso in grado di essere inseriti in percorsi alternativi alle normali arterie viarie.

Si tratta quindi di integrare il sistema comunicativo con i nuovi elementi degni di nota, emersi sia dalla

creazione della Mappa di Comunità, sia dalle riunioni di progettazione partecipata svolte con i detentori e i conoscitori del verde, sia attraverso l'utilizzo dei dati della ricerca svolta da Mantova Ambiente.

Utilizzare una comunicazione unificata per tutti i processi ecomuseali, dalle attività alle ricorrenze, fino alla comunicazione territoriale risulta fondamentale allo scopo di creare un'identità territoriale forte e sentita.

Un modo per rendere consapevoli tutte le fasce di popolazione, con scopo indicativo ed educativo: infatti anche i pannelli dedicati alla comunicazione verde "Base", cioè elementare e legata agli elementi di grande spicco, può contenere informazioni dettagliate e tecniche, ma allo stesso tempo curiosità legate allo stesso elemento, derivate dalla storia o dai racconti.

Un modo semplice per dare risalto al verde nella sua interezza, concedendogli visibilità ed onore.

Giovani



Artisti



Pensionati



Famiglie



Integrare l'esistente



ProgettoPilota

Approfondimenti progettuali Percorsi



Tour di visita: percorsi sin'ora poco frequentati, tramite l'utilizzo di pochi interventi non invasivi che rientrano all'interno del sistema di comunicazione territoriale, possono generare consapevolezza e nuova identità. Riconoscere e percorrere un percorso significa trovare, durante l'attraversamento, elementi che richiamino ad un sistema unificato e che consentano di orientarsi, o ancora di tematicizzare la visita.

La non invasività è d'obbligo in un ambiente per lo più naturale o agricolo: le cromie e le linee che identificano l'Ecomuseo, riportate negli esempi, dialogano con gli elementi già presenti, oppure si presentano come interventi minimi, quali piccoli paletti colorati lungo le strade rurali, utilizzate oggi quasi esclusivamente da trattori o rari ciclisti.

Portare nuove fasce di popolazione alla visita di quegli angoli che collegano la storia del paese con il presente,

evitando asfalto, traffico e smog.

Percorsi in grado di dettare nuovi flussi e nuove tipologie di attraversamento: lo scopo educativo o quello sportivo, quello ludico o quello conoscitivo concorrono nel valorizzare ogni tipologia di verde, arricchendolo ed unificandolo.

I percorsi vengono, nel punto di contatto tra edificato e agricolo, segnalati tramite il totem ligneo già presente come strumento comunale, ma personalizzato con l'immagine coordinata dell'Ecomuseo e arricchito di informazioni, come la lunghezza del percorso, utile agli sportivi, o gli elementi di rilievo presenti sul percorso, come fontanili, utili ad ipotetici tour d'ispezione territoriale per le scuole.

Lungo il percorso sarà sufficiente riportare la gamma cromatica ecomuseale su elementi esistenti o posizionandone nuovi.

Giovani



Pensionati



Famiglie



244



245





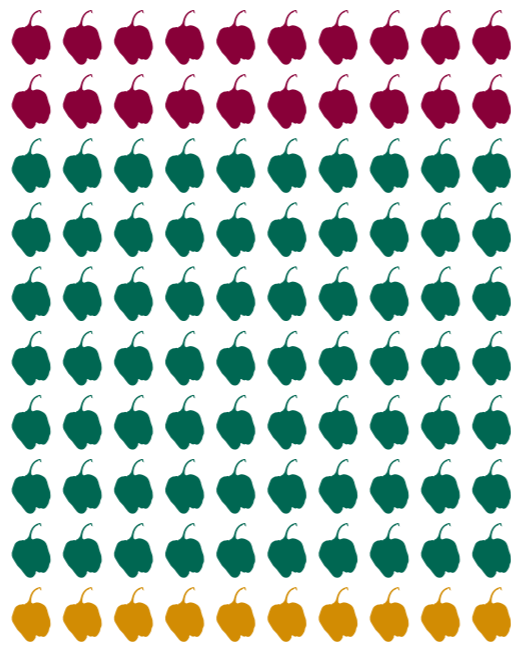
20 %
delle ore complessive
di lavoro



70 %
delle ore complessive
di lavoro



10 %
delle ore complessive
di lavoro



ProgettoPilota

Approfondimenti progettuali
Orti di condominio



Dal 2005 gli orti di condominio hanno visto un notevole incremento, e nell'ultimo periodo di crisi, dopo il 2008, si sono dimostrati fondamentali per alcuni nuclei famigliari.

Settimo Milanese presenta diversi grossi complessi di edilizia ad alta densità abitativa, che in tutti i casi presentano grandi superfici verdi negli spazi comuni, spesso sotto utilizzate o lasciate all'abbandono.

La caratteristica più interessante di questi complessi, costruiti negli anni 60 e 70, è la copertura erbosa dei box seminterrati: 50 cm di terra che ricopre la struttura in cemento armato, fungendo da tetto e allo stesso tempo da spazio ricreativo e di gioco.

L'incuria porta all'abbandono di questi fazzoletti verdi, spesso dovuta alla onerosa manutenzione a soli scopi ornamentali: un verde presente ed in grado di dare di più, sia sotto l'aspetto funzionale che sociale.

In molti casi, la riattivazione di questo verde è dovuta all'impegno di singole persone mosse da spirito creativo ed innovativo: se infatti intendiamo queste aree nello stesso modo degli orari domestici, possiamo facilmente progettare piccoli servizi collaborativi in grado di portare, a chi vi partecipa, ortaggi e passione per la terra.

Un condominio che si prende cura del suo verde e lo rende produttivo.

All'interno di un processo ecomuseale che fa della trasformazione la sua bandiera, passando attraverso il verde e l'alimentazione sotto un'ottica di partecipazione, un servizio di questo tipo allarga i campi di intervento e va ad aggiungere un tassello importante in un sistema del verde sempre più raffinato: consapevolezza, collaborazione, produzione.

Il condominio come realtà produttiva, capace di inserirsi in una rete già formata, ma in continua evoluzione, fra nuovi progetti, diffusione, sensibilizzazione e alimentazione a km0.

Il servizio

Il servizio pervede, naturalmente, una diffusione iniziale dello stesso, seguita da una fase di reclutamento ed identificazione degli attori interessati ad un progetto del genere: andranno ricercati partecipanti direttamente all'interno dei condomini, fra le categorie di popolazione più adatte.

Pensionati, giovani, casalinghe paiono i più adatti, ma in realtà il target è espandibile a tutti coloro con un pò di passione e un pò di tempo libero. La scelta degli ortaggi da piantumare sarà pianificata con coloro che si occupano di orticoltura da tempo, come gli anziani degli orti urbani o i proprietari delle aziende agricole.

Dopo questa fase iniziale, si fanno partire alcuni progetti pilota, per testare il livello partecipativo e di interesse: viene definito un responsabile e gli eventuali collaboratori.

L'orto richiede molto tempo e sacrificio: il tempo utilizzato per la sua manutenzione, quantificato in una tabella, definirà le percentuali di partecipazione dei singoli. Percentuali che andranno a definire la ripartizione degli ortaggi nel momento del raccolto.

Un sistema in grado di dare un piccolo plus alimentare ai coltivatori, e allo stesso tempo in grado di rendere produttivo un terreno altrimenti inutilizzato, supportato dalla presenza della Vending Machine.

Artisti



Pensionati



Famiglie



Carlo.
56 anni.
Pensionato.
Gestisce gli orti
di condominio di
Via di Vittorio.
Questo mese gli spettano
2,5 kg di peperoni
frutto del 50% del
tempo totale
impiegato dai
condomini
nell'orto.

Stagionalità e raccolto

I racconti popolari sono ricchi di vicende riguardanti le piante da frutto che un tempo popolavano largamente di territorio di Settimo Milanese: nell'ottica di una consapevolezza diffusa riguardo alle tradizioni e alle conoscenze, aree di piantumazione di alberi legati alla storia del paesaggio possono essere un supplemento da un lato educativo, dall'altro di produzione. Le aree 3x3 (piante), gestite da un esperto del settore, ortista o appassionato, possono dare allo stesso un raccolto sostanziale e allo stesso tempo garantire

una manutenzione dello spazio. Lo scopo educativo dell'area, integrato da un pannello informativo, consiste in tour e visite incentrate nel periodo del raccolto da parte delle scuole, volte ad una conoscenza pratica delle tecniche di raccolta e di trasformazione del cibo. Una didattica diffusa che, data la tipologia delle piantumazioni prescelte, si spalma su tutto il corso dell'anno e consente una presa di coscienza reale e diretta riguardo ad elementi che hanno caratterizzato il paesaggio nei decenni passati. Un verde che sa comunicarsi tramite la presenza e la diffusione, fra partecipazione e collaborazione.

ProgettoPilota

Approfondimenti progettuali
Percorsi stagionali didattici



Pyrus communis - Raccolta Settembre



Vitis vinifera - Raccolta Ottobre



Morus nigra e alba - Raccolta Giugno



Malus domestica - Raccolta Agosto



Diospyros kaki - Raccolta Novembre



Prunus persica - Raccolta Luglio



Ficus carica - Raccolta Luglio



Prunus avium - Raccolta Giugno



Marta.
53 anni.
Pensionata.
Gestisce l'area di piante da frutta all'interno del Bosco della Giretta.
Oggi è il giorno di raccolta.
Aspetta le scuole per insegnare loro come raccogliere le mele, e le ricette che è possibile realizzare con questo frutto.

Giovani

Artisti

Pensionati

Famiglie



Quali possono essere le conclusioni per un progetto di questo tipo?

Un ecomuseo, in primo luogo, deve essere inteso come un processo in continua evoluzione, attivo e multiforme, capace di continui rinnovamenti ed evoluzioni, frutto dei mutamenti che investono il territorio e della capacità dell'ecomuseo di percepirli. Naturalmente bisogna considerare l'ecomuseo come l'espressione del territorio, e quindi dei suoi abitanti, ponendo l'accento sulla partecipazione attiva: coinvolgere in ogni decisione, dare la possibilità di intervenire su ogni ambito della vita sociale. Questi sono i comportamenti che favoriscono lo sviluppo di un senso di identità forte e allargato, un sentimento dettato dal poter toccare con mano i frutti della propria partecipazione e del proprio attivismo.

E' ovvio salvaguardare beni che, in caso di perdita, come nel caso del verde o degli elementi architettonici, o ancora le tradizioni e i saperi, andrebbero ad intaccare la memoria storica del territorio; non risulta invece scontato poter parlare della connessione tra passato e futuro. Un discorso che spesso viene banalizzato, affermando che solo conoscendo a fondo ciò che ci ha portato fino a qui, possiamo comprendere ciò che ci aspetta.

La difficoltà sta nel percepire "il presente", il quale diventerà presto "il passato": il ciò che stiamo attraversando, che stiamo vivendo, questo è ciò che

realmente crea un ecomuseo giorno per giorno, e che allo stesso va a definirne l'identità.

E' sicuramente un territorio che sta cambiando, in continua trasformazione, ma non bisogna prenderne atto in modo passivo.

Bisogna incentivare la trasformazione, sviluppare il cambiamento, favorire progetti partecipati.

Ed è qui che il contatto con le nuove generazioni può trovare terreno per svilupparsi, portando anche la fascia più indifferente verso la vita sociale ad interessarsi al territorio che un giorno sarà nelle sue mani.

Il progetto vede infatti l'utilizzo di una piattaforma web impostata con elementi tipici del social network, ma allo stesso tempo la costituzione di laboratori pratici, dove poter realizzare, creare, mettere in mostra, le proprie abilità: connettere il mondo dell'artigianato, dell'educazione, dell'associazionismo, della creatività giovanile per la costituzione di una nuova identità condivisa. Una Vending Machine può essere il primo passo per definire l'antenna museale primaria, una sorta di punto di riferimento aggiuntivo rispetto alla sede ecomuseale e alla mappa di comunità.

Uno strumento che i diversi attori sociali sopracitati possono vedere come un modo per esporre e proporre le proprie creazioni, mantenendo il legame col territorio come fondamento progettuale.

La design community fa del territorio il soggetto progettuale, e crea per diffondere i concetti che lo stanno caratterizzando.

**L'ecomuseo è,
e continua ad essere.
Non sta mai fermo.**

Walk On The Wild Side

Bibliografia Sitografia

Bibliografia “Analisi e Ricerca”

Klersh - *A new type of museum: the Rhineland House, Mouseion* - 1936
G.H. Riviere - *Les musèe del folklore à l'étrangere et le futur* - 1936
G.H. Riviere - *L'ecomusée, un modèle évolutif* - 1992
M.L. Sturani - *Ambiente, paesaggio e territorio come oggetti di tutela e valorizzazione nei musei all'aria aperta e negli ecomusei: elementi di riflessione da una prospettiva geografica* - 2000
Alfred Marshall - *In The Principles of Economics* - 1958
Giovanni Pinna - *La Nuova Museologia, n°17-20* - 2007
Richards G - *Production and consumption of European cultural tourism* - 1997
H. de Varine - *L'ecomusée* - 1978
Maggi - *Gli ecomusei cosa sono e cosa possono diventare* - 2000
Maggi - *Ecomusei, musei del territorio, musei di identità* - 2002
Maggi - *Verso una nuova cittadinanza?* - 2005
Silvia Dell'Orso - *Musei e territorio. Una scommessa italiana* - 2009
Grasseni Cristina - *Ecomuseologie. Pratiche e interpretazioni del patrimonio locale* - 2010
Città di Parabiago - *Verso l'Ecomuseo del Paesaggio* - 2006
Centro di Documentazione Storica della Circoscrizione 5, Torino - *Tutta un'altra storia* - 2009
Città di Torino - *Il Territorio Storico* - 2008
Città di Torino - *Percorsi inconsueti tra storia e memoria* - 2010
Regione Lombardia - *Gli ecomusei della Lombardia: paesaggi, identità, ricordo* - 2007

Bibliografia “Temi”

A. Magnaghi - *Il progetto locale* - 2000
Giancarlo Paba - *Luoghi Comuni. La città come laboratorio di progetti collettivi* - 1998
Jurgen Habermas - *Teoria dell'agire comunicativo* - 1978
Marco Cremaschi - *Tracce di quartieri, il legame sociale nella città che cambia* - 2008
Maurizio Carta - *Governare l'evoluzione. Principi, metodi e progetti per una urbanistica in azione* - 2002
Elisa Bignante, Egidio Dansero - *Geografia e cooperazione allo sviluppo. Temi e prospettive per un approccio territoriale* - 2004
Alessandro Balducci, Valeria Fedeli - *I territori della città in trasformazione. Tattiche e percorsi di ricerca* - 2005
Giancarlo Paba - *Luoghi comuni. La città come laboratorio di progetti collettivi* - 1998
Giancarlo Paba - *Movimenti urbani. Pratiche di costruzione sociale della città* - 2001
Lai Franco - *La creatività sociale. Una prospettiva antropologica sull'innovazione* - 2001
S. Salvemini - *La città creativa. Una nuova geografia di Milano* - 2006
Manzini, Jégou - *Collaborative Services, social innovation and design for sustainability* -
Manzini, Jégou - *Quotidiano sostenibile* - 2003
Manzini - *Un localismo cosmopolita. Prospettive per uno sviluppo locale sostenibile ed ipotesi sul ruolo del design* - 2005
Thackara - *In to the bubble* - 2008
Anna Meroni - *Creative Communities, people inventing sustainable ways of living* - 2007
Maffei, Villari - *Risorse locali e comunità di progetto. Il designer come abilitatore di apprendimento per le azioni di sviluppo territoriale* - 2005

Bibliografia “Focus”

Matteo Mattarozzi - *Il gamba de legn, fermata cascine Olona*
Matteo Mattarozzi - *Al Settimo Miglio*
Matteo Mattarozzi - *La chiesetta di Cascine Olona*
Maria Rosa, Riccardo Poggi - *Settimo Ieri*
Josep M. Valles - *Urbi et Orti* - 2009

Dizionario Italiano - www.dizionario-italiano.it
Rete Ecomusei Italia - www.ecomusei.net
Osservatorio Ecomusei - www.osservatorioecomusei.net
International Council of Museums - www.icom-italia.org
Istituto di Ricerche Economiche e Sociali per il Piemonte - www.ires.piemonte.it
REL rete ecomusei lombardia - www.ecomuseilombardia.it
Tafter Journal - www.tafterjournal.it
Italia Nostra - www.italianostra.com
SDI - www.sistemadesignitalia.it
MINOM-ICOM International Movement for a New Museology - www.minom-icom.net
La Nuova Museologia - www.nuovamuseologia.org
Terraceleste - terraceleste.wordpress.com
TrameMetropolitane - www.tramemetropolitane.it
Archivio di Etnografie e Storia Sociale - www.aess.regione.lombardia.it
Ecomuseo Urbano Metropolitan Torino - www.comune.torino.it
Ecomuseo Urbano di Milano Niguarda - www.niguarda.com
Ecomuseo Est Ticino - www.a21estticino.org/sito/ecomuseoestticino.html
Ecomuseo del Paesaggio - www.comune.parabiago.mi.it
Mappa di Comunità - www.mappadicomunita.it
La Progettazione Partecipata - www.progettazionepartecipata.com
Agenda21 - www.agenda21.it
Luoghi e Paesaggi - www.luoghiapaesaggi.it
Avventura Urbana - www.avventuraurbana.it
Città Possibile - www.cittapossibile.org
Giardinaggio libero d'assalto - www.guerrillagardening.it
Street Art Museum - www.streetartmuseum.com
Marrai a Fura - www.marraiafura.com
Controprogetto - www.controprogetto.it
Dergano Officina Creativa - www.derganofficinacreativa.it
Biennale Nord Ovest Milano - www.binomi.it
Comune Settimo Milanese - www.comune.settimomilanese.mi.it
Pro Loco Settimo Milanese - www.prolocosettimomilanese.it
ArtigianoServizi - www.artigianoservizi.it
Settimagini - www.settimagini.blogspot.com
Comuni Virtuosi - www.comunivirtuosi.org
Associazione Risorgiva - www.larisorgiva.it
Palazzo Granaio - www.palazzogranaio.net
ITALTEL S.p.A - www.italtel.com
CR&S Motorcycles Cafè racers and Superbikes - www.crs-motorcycles.com
DDS - www.ddsport.it
Lombardy Seed Bank - www.reteitalianagermoplasma.it
Il latte crudo alla spina - www.milkmaps.com
Expo 2015 - www.expo2015.org
Orto Diffuso - www.ortodiffuso.noblogs.org
Distributori Automatici Intelligenti - www.daint.it