



BACK. PACK

SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

*La gioia più grande non sta nell'arrivare in cima,
ma nello scoprire quante vette ci sono ancora da scalare.*



Ringraziamenti

Grazie. E' una parola che in montagna si impara a dire non per caso e che assume un significato ancora più grande quando, insieme al tuo compagno di cordata, sei riuscito a superare i passi duri e faticosi che ti hanno fatto guadagnare la cima, insieme a lui.

E allora voglio dire grazie a tutti coloro che, in questi ultimi due anni, si sono legati alla mia stessa corda e che, nei modi più diversi, hanno permesso che arrivassi a poggiare il mio piede su questa cima che, seppur piccola, rappresenta la chiusura di un percorso.

Grazie papà: per avermi dato il coraggio di vivere ogni giorno con la certezza di essere proiettata verso il futuro, che non smetterò mai di costruire come tu mi hai insegnato.

Grazie mamma: mi sei vicina sempre, rumorosamente o silenziosamente, senza mai perdere la tua forza e la tua bontà infinite.

Anna: in fondo so che mi difendi sempre e mi sai ascoltare, e di questo te ne sarò sempre grata!

Chiara: con la tua "truppa" al seguito mi hai sempre portato un sorriso anche nei momenti più grigi!

Grazie Pieter: sei tu il mio compagno di cordata, in montagna e nella vita. Mi ami e mi segui nei miei sogni come nessun'altro sarebbe in grado di fare mai. Non c'è bisogno di parole per descrivere quello che ti voglio dire. Ma, come succede in montagna, basta uno sguardo e so che tu hai già capito tutto. Ti amo.

Giuseppe e Anna: mi siete sempre accanto nel cuore e questo lo sento dentro di me. Siete persone speciali.

Donato e Ale, quante risate...! In montagna ci siamo conosciuti e su quella stessa montagna con voi è nata questa tesi, e ve ne sono grata come non potete immaginare.

Anna "La rifugista": sei il gestore più disponibile ed intraprendente che abbia mai incontrato e senza di te questa tesi sarebbe solo un mucchio di parole.

Beatrice: la ringrazio per la pazienza che ha avuto con una studentessa che progetta meglio le arrampicate piuttosto che i servizi. A proposito, devo venire a San Vito Lo Capo a provare il

calcare pungente della Sicilia!

Ed infine il mio grazie va a lei: alla mia Montagna. Il luogo dove il mio cuore e la mia mente meglio trovano la loro dimensione ideale. Rocce, ghiaccio, neve, cime, creste, pareti, cielo... tutto in montagna per me è poesia, sicurezza e paura allo stesso tempo, che mi fanno sentire tanto piccola ed eppure degna di vivere questa magnificenza. Niente altro può farmi ritrovare quella pace che esplode dentro di me quando sono immersa fra i monti a scalare o semplicemente ad ammirare. In questi anni, Montagna, sei stata energia infinita per ritrovare il coraggio di andare avanti ogni volta, anche nelle difficoltà. E so che lo sarai per tutta la mia vita.

*Grazie,
Eli*

INDICE

/ Ringraziamenti	3
/ Indice	5

PARTE I: INTRODUZIONE AL DESIGN DEI SERVIZI IN AMBITO DEL TURISMO

01 // Il design dei servizi	13
1.1 Service experience	13
1.2 Le origini del service design	15
1.3 I "prodotti" del service design	17
02 // Il turismo	19
2.1 Che cos'è il turismo: un'industria che crea e vende esperienze	19
2.2 Management dell'esperienza del turismo	21
03 // Service design e turismo	23
3.1 Perché il turismo ha bisogno del design dei servizi?	23
3.2 Fattori di successo del design dei servizi in ambito turistico	26

PARTE II: DEFINIZIONE DEL TEMA ED ANALISI SUL CAMPO

04 // Design e connettività	31
4.1 I principi generali riguardanti la connettività	31
4.2 Connettere per un cambiamento sociale	31
05 // Valorizzazione territoriale attraverso il service design	33
5.1 Territorio: connettere e collaborare per la sostenibilità	33
5.2 Design e territorio	33
5.3 Turismo sostenibile: una modalità di progetto per valorizzare il territorio	38
06 // Focus di progetto: il turismo sostenibile in montagna	41
6.1 Sfide e prospettive nel campo del turismo sostenibile in montagna	41
6.2 Il rifugio alpino: una risorsa turistica a tutti gli effetti	41
6.3 Cenni storici sui rifugi	42

6.4	Evoluzioni e tendenze del rifugio alpino	43
6.5	Gestione sostenibile dei rifugi alpini	45
6.5.1	V.E.T.T.A caso studio di turismo sostenibile in montagna	45
07 //	Field research: struttura tipica di un rifugio	49
7.1	Il rifugio secondo il Club Alpino Italiano	49
7.2	Le categorie dei rifugi secondo il regolamento del CAI	49
7.3	Il regolamento: norme CAI	51
7.4	Gestione e custodia di un rifugio	52
7.5	Apertura ed attività culturali	53
7.6	Assorifugi Lombardia: l'associazione dei rifugi nella nostra regione	53
7.6.1	Le iniziative di Assorifugi	54
08 //	Il rifugio Grassi: un caso concreto	57
8.1	La Grassi dal 1920 ad oggi	58
8.2	Facilities alla Grassi	59
8.3	Mezzi di rifornimento e smaltimento al rifugio Grassi	60
8.4	I fornitori del rifugio Grassi	61
8.5	Sistema di smaltimento rifiuti al rifugio Grassi	62
09 //	Analisi territoriale: il rifugio Grassi e le Orobie	65
9.1	Il turismo montano nel territorio orobico	65
9.2	La posizione geografica del Rifugio Grassi	67
9.3	Il Pizzo dei Tre Signori	68
9.4	Le Alpi Orobie e l'alta via 101	70
9.5	La Val Biandino ed il suo alpeggio	71
9.6	Il lago di Sasso	73
9.7	Flora e fauna intorno al Pizzo	75
9.8	Vie di accesso al rifugio Grassi	76
10 //	Osservazione degli utenti	79
10.1	Il rifugista: custode dei monti	79
10.1.1	Mansioni ed attività del rifugista	81
10.1.2	Il gestore del rifugio Grassi: Anna Bortoletto	82
10.1.2.1	Anna: una giornata tipo alla Grassi	83
10.1.2.2	Anna: le attività a valle	84
10.1.2.3	I collaboratori di Anna	85

10.2	Gli utenti del rifugio: non solo escursionisti	86
10.2.1	Clienti stagionali: estate e alta stagione	86
10.2.2	Clienti stagionali: inverno e bassa stagione	87
10.2.3	Target di riferimento: scopi diversi uguale utenti diversi	88
11 //	Analisi delle offerte del rifugio Grassi	93
11.1	Grassi: offerte base	93
11.2	Grassi: offerte extra	94
11.2.1	Offerte extra alla Grassi - casi studio	95
12 //	Contesto di riferimento mondiale	97
12.1	I Club Alpini nel mondo: alcuni esempi	97
12.2	Attività e servizi offerti: casi studio	98
13 //	Considerazioni personali: opportunità di progetto	103
13.1	Gestire un rifugio: come intervenire in un'attività così complessa?	103
13.2	Rifornimento e smaltimento: settori in attesa di innovazione	107

PARTE III: IL PROGETTO BACK PACK

14 //	Back Pack: costruzione del brief	111
14.1	Come è nato Back Pack	111
14.2	Obiettivi di Back Pack	112
14.3	Fasce di utenza: una nicchia nella realtà degli escursionisti	113
14.4	Modello Back Pack	114
14.5	Principi a supporto di B.P: Cooperare, Responsabilizzare, Valorizzare	116
15 //	Concept del servizio	119
15.1	What if... We Back Pack?	119
15.2	I sondaggi sul campo	119
15.3	Back Pack: un sistema di servizi costruito attorno al rifugio	128
15.4	Mappa delle offerte	129
15.4.1	Offerte primarie	129
15.4.1.1	B.P Rifornimento: approvvigionamento on demand	130
15.4.1.2	B.P Smaltimento: un ciclo continuo	132
15.4.1.3	B.P Live : feedback diretto in tempo reale	134

15.4.2	Offerte secondarie	136
15.4.2.1	Crediti sostenibilità: la formula di ricompensa	137
15.4.2.2	Back Packed: racconti da condividere	139
15.4.2.3	Community di supporto ai rifugi	139
15.4.2.4	Network di collegamento rifugi/escursionisti/fornitori	140
16 //	La fase di startup	141
16.1	I providers del servizio: il CAI e le Comunità Montane	141
16.2	I beneficiari del servizio: la rete di rifugi aderenti	142
16.3	Gli attori del Sistema Back Pack	143
17 //	Systems map	145
17.1	Back Pack Rifornimento	145
17.2	Back Pack Smaltimento	147
17.3	Back Pack Live - un sistema nel sistema	149
18 //	Touchpoints	151
18.1	La Piattaforma online: motore di Back Pack	151
18.1.1	Home page: www.backpack.it/home	154
18.1.2	Servizi: B.P Rifornimento - B.P Smaltimento - B.P Live	155
18.1.3	Rifugi: www.backpack.it/rifugi	169
18.1.4	Fornitori: www.backpack.it/fornitori	172
18.1.5	Crediti Sostenibilità: www.backpack.it/crediti-sostenibilità	175
18.1.6	Pagine personali: escursionisti - rifugi - fornitori	179
18.1.7	Iscrizione nuovo utente	184
18.1.8	Back Packed: www.packpack.it/backpacked/report-gallery	186
18.2	L'App smartphone: Back Pack dove e quando vuoi	187
18.2.1	App Back Pack: icona, accesso, pagina principale	188
18.2.2	App Back Pack: B.P Rifornimento - accesso escursionista	189
18.2.2	App Back Pack: B.P Smaltimento - accesso escursionista	192
18.2.3	App Back Pack: B.P Live - accesso Back Packer	195
18.2.4	App Back Pack: B.P Live - accesso rifugista	197
18.2.4	App Back Pack: B.P Live - accesso fornitore	199
18.3	Le ricevute automatiche: riconoscimento e tracciabilità dei pacchi	201
18.4	I coupon sconto: acquisto e attivazione	210
18.5	Packaging ed etichette: segni distintivi dei pacchi Back Pack	212

19//	Advertising e comunicazione	220
19.1	Gli stickers per i rifugi e per i punti di rifornimento e smaltimento: un riconoscimento a prima vista	220
19.2	Adesivi promozionali: per i Back Packers, da attaccare dove vuoi!	222
19.3	I volantini informativi presso i rifugi	224
19.4	Le T-shirt brandizzate	227
20 //	User Journeys	230
20.1	Back Pack Rifornimento : user journey map	230
20.2	Back Pack Smaltimento: user journey map	236
21 //	Prototyping al rifugio Grassi	242
21.1	Back Pack Rifornimento: rifugio Grassi experience	243
21.2	Back Pack Smaltimento: rifugio Grassi experience	260
22 //	Conclusioni	271
	/ Bibliografia	273
	/ Linkografia	276
	/ Indice delle immagini	277
	/ Indice delle mappe	279

// PARTE I

INTRODUZIONE AL DESIGN DEI SERVIZI IN AMBITO DEL TURISMO

1. Il design dei servizi
2. Il turismo
3. Service design e turismo



01. materiale di ricerca progettuale

1 // DESIGN DEI SERVIZI

Il campo del design è cambiato completamente rispetto al passato. In precedenza, il designer era un professionista che operava esclusivamente in aree specialistiche (progettazione grafica, design di prodotto, di moda e arredo). Nel corso degli ultimi decenni tutto è cambiato.

Il campo di applicazione da "Centred Design" si è spostato a "Progettazione User Centred". In quanto tale la progettazione di un servizio va oltre la creazione di manufatti e non è più limitata ai soli prodotti tangibili, ma si concentra sull'implementazione di servizi complessi e interattivi e sulla progettazione degli ecosistemi.

Questi sviluppi hanno condotto alla nascita del "service design", un approccio multidisciplinare e sistematico, in grado di far fronte alla complessità dei servizi da visualizzare, ponendo l'utente al centro del processo.

1.1 Service experience

In passato, l'esperienza di servizio è stata definita come esperienza unica, in un determinato momento, in una posizione specifica, nel contesto di uno specifico evento.

Più di recente, l'esperienza del servizio è stata vista sia come esperienza individuale che sociale. Ad esempio, un weekend di famiglia in un resort è allo stesso stempo un'esperienza individuale e sociale che permette alla famiglia stessa di consolidare il proprio legame. Inoltre, fare esperienza di un servizio permette il verificarsi di una serie di eventi che influenzano la soddisfazione del cliente e che, in generale, modificano le nostre attitudini di consumo ed il nostro comportamento nei riguardi del prodotto stesso.

Di qui, l'esperienza di servizio non può essere considerata come un processo statico, ma piuttosto come un processo dinamico che può evolversi in diverse fasi di esperienza di consumo (ad esempio, dal pre-acquisto al post-acquisto).

Ciò è stato descritto come il "processo di visione" dell'esperienza di servizio, suggerendo l'idea che i servizi si sviluppano attraverso vari stadi successivi, i quali implicano una trasformazione ed un cambiamento nel comportamento degli utenti attraverso il susseguirsi delle diverse fasi di esperienza.

Il lato emozionale della service experience

La service experience è spesso legata a risultati come la qualità del servizio, il valore percepito e la soddisfazione, nota anche come "outcome-based service experience".

Secondo questo punto di vista, le esperienze di servizio sono associate alle preferenze e alle valutazioni dei clienti, secondo i loro stati d'animo e le loro emozioni.

Il consumatore solitamente si trova davanti a due componenti di qualità: tecniche e funzionali.

Le componenti tecniche si riferiscono a ciò che il cliente riceve effettivamente dal servizio, mentre le componenti funzionali sono quelle relative alla modalità in cui viene prestato il servizio.

Pertanto, la gestione del servizio è un'esperienza che riguarda principalmente problemi di qualità e produttività. Troppo spesso le aziende si concentrano sulla "qualità tecnica", ma non riescono a comprendere e a gestire la vera natura della soddisfazione del cliente. La soddisfazione del cliente è infatti in gran parte basata su reazioni soggettive e personali, come ad esempio sui sentimenti riscontrati dai consumatori al momento della consegna del servizio. Pertanto, la comprensione delle emozioni resta un'importante parte dell'esperienza di servizio.

Forse più di ogni altro settore dei servizi, il turismo è in grado di suscitare forti reazioni emotive ed esperienziali nei consumatori. In realtà, il turismo può suscitare esperienze straordinarie e l'ambiente in cui viene prestato il servizio può scatenare reazioni emotive e soggettive fondamentali.

Pertanto, ignorare il lato emotivo della service experience può portare a una comprensione inesatta delle percezioni dei clienti e della loro soddisfazione.

Service experience: un fatto complesso

Le molteplici sfaccettature dell'esperienza di servizio e dell'ambiente in cui i servizi si attuano, impone agli amministratori dei servizi di sviluppare strategie di gestione a partire dal punto di vista della clientela.

La sfida consiste nel tradurre il servizio in un'esperienza, oltre ad essere in grado di specificare l'ambiente più consono ad influenzare positivamente i clienti. Per esempio, l'esperienza del servizio è fortemente influenzata dalle interazioni con l'ambiente fisico e con il personale in prima linea (ad esempio l'atteggiamento nei confronti del cliente, l'empatia e l'attenzione). Pertanto il personale in particolare richiede un'adeguata formazione e responsabilità di lavoro al fine di offrire l'esperienza di servizio promessa ai clienti.

Allo stesso modo anche l'impostazione fisica del servizio in fase di progettazione risulta essere cruciale. Sempre più spesso, le aziende effettuano cambiamenti radicali nella forn-

tura dei servizi. Vengono prese molte decisioni manageriali rispetto al modo in cui avvengono le interazioni tra assistenza clienti e fornitori di servizi e rispetto a quanto tale impatto andrà ad influenzare la soddisfazione finale del cliente.

Inoltre, concentrandosi sul servizio dal punto di vista del cliente, le organizzazioni possono capire come le esperienze di servizio siano costruite e ricordate, incoraggiando i clienti a partecipare attivamente alla progettazione del servizio stesso.

Questo è forse il motivo per cui la service experience è descritta come il nucleo di tutte le offerte di servizi e può essere agevolata in fase di progettazione. L'esperienza di servizio rimane un concetto chiave della Logica del Service Design (*S-D logic*), che vede la service experience come base di tutte le attività.

S-D logic: Service Design logic

Un aspetto importante della S-D logic è la co-creazione di esperienze di servizio. Secondo questa logica, dal punto di vista del fornitore, la co-creazione può essere guidata dall'innovazione che consente ad un'azienda di rimanere competitiva. In passato, i service providers adottavano un orientamento rivolto ai servizi per rimanere competitivi.

Negli ultimi anni, questo concetto di orientamento al servizio si è evoluto al fianco della S-D logic, la quale suggerisce un impiego di processi di collaborazione con clienti, partner e dipendenti dei servizi. È la visione olistica di organizzazioni e di individui (ad esempio dipendenti, clienti e altri partners commerciali) in cui la collaborazione crea sinergia; l'orientamento ai servizi richiede invece più che altro un approccio alla progettazione e alla gestione del servizio. La logica S-D offre l'integrazione di punti di vista diversi per gestire il servizio e le esperienze di prodotto.

1.2 Le origini del service design

Ovvero come i designers hanno iniziato ad interessarsi alla progettazione di servizi e come altri settori hanno influenzato i designers nella progettazione dei servizi.

Gli albori del design

Il design come professione è senza dubbio un risultato dell'era industriale. Con l'aumento della capacità di produzione i produttori stessi hanno sentito il bisogno di differenziarsi tra loro.

Coloro che hanno avuto la responsabilità di cimentarsi in questi primi precetti di differenziazione sono stati i primi progettisti. Questi primi designers si focalizzarono sull'uso dei manufatti progettati, e su come questi prodotti venivano poi utilizzati. L'ergonomia è

stato un fattore di influenza precoce e determinante, che ha continuato ad evolversi nel corso del XX secolo, focalizzando sempre più l'attenzione sugli esseri umani che andavano a utilizzare i prodotti finiti.

I progettisti cominciarono dunque a parlare di utenti, ponendoli al centro del loro progetto. Il tipo di manufatti che ne derivò divenne il centro focale del design e, con l'introduzione del computer e della tecnologie digitali, emerse un'area di progetto completamente nuova: *l'interaction design*.

L'interaction design si concentra sulla progettazione di interfacce tra la tecnologia ed i suoi utenti, ed è stato ispirato dallo sviluppo sempre maggiore dell' *user-centered design*, sia nella progettazione del prodotto industriale che in altri settori progettuali.

L'emergere del service design

La progettazione di servizi emerse nell'intersezione tra *interaction design* e *product design*, prendendo la propria ispirazione dalla caratteristica *user-centered* che accomuna questi due rami della progettazione.

I primi progettisti di servizi provenivano da discipline differenti ed erano guidati dalla visione comune che il design avrebbe potuto contribuire ad aumentare ulteriormente il valore dei prodotti applicandovi servizi.

Con la maturazione della progettazione di servizi, si è dovuta affrontare l'inevitabile domanda di che cosa sia un servizio. L'ispirazione di tale pensiero proviene da due settori strettamente collegati: ovvero gestione dei servizi e marketing dei servizi.

In questi ambiti i servizi sono visti come *non-prodotti*, definiti in base alle loro caratteristiche intrinseche, che li differenziano dai prodotti stessi.

I servizi sono dunque la base di tutte le transazioni economiche. Secondo la S-D logic, si sostiene che la gente compri i prodotti e i servizi per raggiungere determinati risultati offerti dai manufatti. Il valore offerto da un artefatto è dunque ciò che attrae i clienti. Questo valore è sempre offerto in un sistema di azioni, interazioni e manufatti. Ogni servizio è dunque un sistema come questo, ed i prodotti sono solo una delle componenti del servizio stesso.

Il considerare i servizi come sistemi è un fatto centrale nel *service design*, che vede i *punti di contatto* - i *touchpoints* - come parti del servizio con cui il cliente interagisce, sia che si tratti di azioni, interazioni o prodotti.

1.3 I “prodotti” del service design

Che tipo di output ci si potrebbe aspettare da un service designer?

La lista di ciò che ci si può aspettare da un processo di progettazione di servizi può richiedere molto tempo, ed è sicuramente strettamente legata ad ogni caso specifico. Esistono comunque due tematiche principali che si ripresentano puntualmente nella progettazione dei servizi:

- * l'offerta di servizi che sia in competizione sulla qualità piuttosto che sul prezzo
- * una consistente distribuzione di servizi attraverso diversi canali (ad esempio, faccia a faccia, online e self-service).

In qualità di designers di servizi, i progettisti mirano a mantenere una visione olistica del servizio, per dare la possibilità ai loro clienti di fare un'esperienza del servizio che sia coerente in tutti i suoi diversi canali di comunicazione, siano essi faccia a faccia, digitali o anche self-service .

Avere una visione olistica porterà ad un focus sul miglioramento dell'esperienza attraverso i diversi canali, mirando a fare in modo che il cliente faccia un'esperienza positiva.

Le radici user-centred che caratterizzano il design dei servizi creano un forte attaccamento alla partecipazione degli utenti nelle fasi di progettazione. E' infatti fondamentale che i progettisti arrivino a capire tutte le sfaccettature del servizio in modo da poter scegliere le soluzioni migliori.

Per avere successo il servizio deve soddisfare i propri utenti.

Fornendo dunque un design migliorato del servizio, appositamente progettato per sostenere l'utente, non importerà più il modo in cui si sceglierà di interagire con il sistema. Un progetto basato sul service design sarà dunque capace di competere, essendo in grado di offrire grandi esperienze di qualità piuttosto che prodotti.

2 // IL TURISMO

Il turismo viene spesso considerato come il primo settore economico mondiale, con una crescita che si aggira attorno al 4% annuo.

Secondo il World Travel Tourism Council (<http://www.wttc.org>), il settore del turismo continua a crescere nonostante la crisi economica mondiale che affligge anche questo settore da quattro anni a questa parte.

Di seguito sono riportati alcuni indicatori statistici (WTTC 2012) che evidenziano la continua crescita del turismo.

* Il contributo diretto del turismo al PIL mondiale nel 2012 è stato di 2 trillioni di US\$ e l'industria turistica ha generato 98 milioni di posti di lavoro

* Nel 2011 il contributo del turismo ha rappresentato il 9% del PIL mondiale, il 5% degli investimenti e il 5% delle esportazioni.

* Le previsioni per il 2012, seppur più basse di quelle anticipate un anno fa, sono ancora positive e si aggirano attorno al 2,8% in termini di contributo del settore turistico al PIL mondiale.

* Le previsioni a lungo termine sono ancora più positive, con una previsione di crescita annuale che si valterebbe circa del 4,2% per oltre dieci anni, fino al 2022.

2.1 Che cos'è il turismo: un'industria che crea e vende esperienze

“Il turismo può essere definito come i processi, le attività e gli esiti derivanti dalle relazioni e le interazioni tra i turisti, i fornitori, i governi, le comunità di accoglienza e gli ambienti circostanti che sono coinvolti nell'attrarre e accogliere dei visitatori”

(Goeldner & Ritchie, 2006: 5)

Di conseguenza, il turismo abbraccia numerosi attori che sono tutti coinvolti nella fornitura di servizi connessi al turismo. Il turista è alla ricerca di esperienze psicologiche, sociali e fisiche mentre i paesi ospitanti sono quelli in grado di fornire le suddette esperienze, sotto forma di combinazioni o pacchetti.

Come parte del sistema turistico, si possono individuare le risorse naturali e l'ambiente, così come le attività di governo ed i settori operativi. I settori operativi costituiscono ciò che spesso viene considerato "motore del turismo".

In primo luogo il settore dei trasporti è fondamentale per il turismo. I servizi di trasporto sono ovviamente essenziali per fare in modo che i viaggiatori arrivino a destinazione in maniera efficace, ma sono anche fondamentali per permettere ai turisti di spostarsi all'interno delle destinazioni stesse, contribuendo ad una dispersione degli impatti, siano essi positivi o negativi.

In secondo luogo troviamo il settore alberghiero, comprendente vari tipi di soluzioni, quali hotel, villaggi, condomini, campeggi, ecc, così come le opportunità per i viaggiatori di soggiornare in bed and breakfast, case coloniche, ostelli, rifugi ed altre sistemazioni private.

Anche i servizi alimentari costituiscono un ampio settore operativo del turismo, proponendo scelte molto diverse per i turisti, dai ristoranti gastronomici alle caffetterie, dai fast food alle bancarelle di cibo ambulanti così come catering che forniscono i pasti ai gruppi. Il settore attrazione è composto da una grande varietà di piccole imprese, musei, parchi a tema, attrazioni naturali, culturali o storiche, nonché locali di intrattenimento e spettacolo.

Le attrazioni: sono in genere i motivi per cui i turisti visitano una destinazione.

Ad esempio i negozi di vendita al dettaglio costituiscono una parte integrante dell'esperienza dei visitatori e spesso possono anche diventare la ragione principale del viaggio. Spesso sono gli eventi tipici di un territorio che attirano i viaggiatori, per via delle loro caratteristiche uniche e speciali. Può essere un concerto, una competizione sportiva (le Olimpiadi, una maratona, o una finale di campionato), uno spettacolo (ITB a Berlino o Il Film Festival di Cannes) o un convegno, un evento culturale (Mardi Gras a New Orleans o l'Oktoberfest a Monaco di Baviera).

Infine, un altro importante settore di servizi legati all'ambito del turismo è quelli delle agenzie di viaggio e tour operator.

Insieme, tutti i suddetti servizi contribuiscono a creare le esperienze per il visitatore. La progettazione di servizi non può dunque che contribuire a migliorare ogni singolo fornitore di

esperienze, ma anche, e forse ancor di più, può aiutare ciascuno dei settori sopra elencati a fornire una sempre più perfetta *esperienza turistica*.

Certo non esistono ancora esperienze olistiche, anche se i recenti progressi nel campo delle tecnologie mobili hanno contribuito alla progettazione di nuovi servizi che aiutano a creare questo tipo di viaggio.

2.2 Management dell'esperienza del turismo

Il management dell'esperienza del turismo può essere facilitato identificando:

- le esperienze di punta del turismo
- il supporto all'esperienza del consumatore
- esperienze di routine quotidiana

Riconoscere l'intercambiabilità e la differenziazione delle esperienze di punta e di quelle di consumo permette una migliore comprensione dell'esperienza turistica stessa.

Misurare l'esperienza del turismo

Sempre più spesso i consumatori sono alla ricerca di una combinazione di ricordi affettivi e sensazioni nella loro esperienza turistica, al fine di creare una visione olistica a lungo termine: è una filosofia questa, che sta alla base dell'economia dell'esperienza.

Nel turismo, in particolare, tutto ciò attraverso il quale gli utenti passano può essere considerata come un'esperienza, sia che si tratti di un comportamento o di una percezione, di un'esperienza cognitiva o emozionale.

Le difficoltà associate con la misurazione dell'esperienza turistica hanno impedito lo sviluppo di modi efficaci e processi per gestire questa esperienza. I turisti sono generalmente (re)legati all'esperienza di visitare, vedere, imparare, divertirsi e vivere in un modo diverso rispetto a quello abituale.

Allo stesso modo però, dare ai turisti la possibilità di impegnarsi attivamente per la creazione delle proprie esperienze misurando il loro livello di coinvolgimento anziché subirle passivamente, è un altro aspetto importante.

Alcuni ricercatori suggeriscono la misurazione della dimensione esperienziale di educazione, intrattenimento, estetica e di evasione. Tale misura deve includere anche i servizi di supporto. Queste dimensioni esperienziali influenzano la soddisfazione del turista e la conseguente ripetizione della visita per fare esperienze ogni volta differenti: ciò permette di capire come possono essere gestiti i servizi e le esperienze da essi derivate, assumendo

un'importanza fondamentale per i fornitori di servizi.

Design dell'esperienza turistica

Se l'esperienza del turismo è la più difficile da definire e misurare, come è possibile facilitare la gestione?

Esistono alcune prove su come progettare una buona esperienza di turismo.

Ad esempio, un buon service design rende i clienti più affezionati, e le esperienze significative, se piacevoli ed efficienti, permettono di raggiungere più facilmente l'“esperienza di punta”.

I vari principi di progettazione dei servizi proposti comprendono:

- la segmentazione dei componenti piacevoli del servizio in blocchi identificabili
- provare a combinare le situazioni piacevoli in un singolo blocco in modo da poterlo facilmente elenare.

I clienti sono meno propensi a lamentarsi della qualità del servizio quando hanno il controllo su una parte di esso, come suggerito dalla S-D logic.

Le esperienze di servizio dovrebbero quindi essere progettate in modo tale da impegnare tutti i cinque sensi. Il design di esperienze di servizio costituisce un nuovo settore di ricerca e rimane ancora inesplorato nell'industria del turismo.

3 // SERVICE DESIGN E TURISMO

I ricercatori identificano gli imprenditori turistici come uno dei maggiori volani per l'innovazione e la creazione di memorabili esperienze turistiche.

3.1 Perché il turismo ha bisogno del design dei servizi?

“Gli imprenditori turistici sono persone che, attraverso una combinazione di percezione, di creatività e di confluenza fortuita di eventi, sanno costantemente individuare le opportunità e creare organizzazioni che possano farle fruttare”

(Russel e Faulkner, 2004: 557)

L'idea di un processo interattivo di innovazione secondo il design di servizi è tutt'altro che nuovo per gli imprenditori del turismo. Questi imprenditori sono stati i pionieri dello sviluppo di servizi turistici e già da tempo applicano i principi di base del design dei servizi nel lavoro di tutti i giorni.

Ecco alcuni esempi:

- * Interviste contestuali con i clienti
- * Responsabilizzazione del personale per sviluppare nuove idee e soluzioni.
- * Valutazione costante e ripensamento dei processi rispetto alla prospettiva del cliente.
- * Adattamento delle le migliori soluzioni ispirandosi a realtà esterne al proprio settore.

Tuttavia, i processi di innovazione sono spesso intuitivi e non costruiti sulla base di un processo di progettazione strategica, in quanto l'industria del turismo è dominata da piccole e medie imprese (PMI). Il 94% delle imprese turistiche europee ha meno di sei dipendenti. Tale settore così frammentato coinvolge sia sfide che opportunità, poichè le PMI devono fare i conti con budget limitati per lo sviluppo del prodotto e per la pubblicità.

D'altro canto le PMI sono caratterizzate da una struttura organizzativa che ben si adatta alla generazione di soluzioni innovative.

Il marketing si sposta dalla pubblicità alle esperienze autentiche

Ricordi di esperienze turistiche sorprendenti generano spesso il passa parola, il quale oggi possiede una portata sempre maggiore grazie ai social media e alle recensioni sul web. In particolare quest'ultimo ha un impatto notevole sul settore turistico.

I prodotti del turismo sottolineano un unico processo di acquisto, in quanto la maggior parte dei clienti decide e paga con lungo anticipo, investendo non soltanto denaro ma anche il tempo prezioso delle proprie vacanze. In questo delicato processo decisionale, la fiducia nei confronti dei brand turistici e dei loro prodotti assume un'importanza fondamentale.

Le aziende del turismo tentano di convincere i loro clienti di un certo livello di qualità del servizio attraverso marchi forti e di qualità. I turisti di oggi sviluppano la loro fiducia avvalendosi delle opinioni di altri clienti che li hanno preceduti.

Un recente studio sui turisti tedeschi dimostra che essi ripongono significativamente più fiducia nelle opinioni di altri clienti rispetto a qualsiasi azione di marketing e pubblicità. Il 95% considera le recensioni online degli utenti come molto affidabili e il 65% non prenoterebbe più un viaggio senza prima controllare meticolosamente le recensioni su diversi siti web (IUBH, 2011).

Attraverso questo apparente aumento della trasparenza dell'offerta turistica, le strategie di marketing devono passare dalla classica pubblicità alle esperienze autentiche. E' l'esperienza del singolo ospite che fa di un prodotto un successo turistico.

Destinazioni come ecosistemi di servizi complessi

I prodotti turistici sono costituiti da fasci di vari servizi. Una vacanza di piacere comporta un vasto numero di matrici di diversi servizi, che sono spesso forniti da aziende diverse: il viaggio verso la destinazione, i trasporti locali, l'alloggio, la gastronomia ed il tempo libero, per citarne solo alcuni.

I turisti, tuttavia, valutano la loro esperienza soprattutto all'interno della destinazione, il che rende i prodotti turistici particolarmente adatti alla progettazione. Anche se il compito è quello di progettare un servizio unico per un fruitore, un complesso ecosistema di servizi deve essere preso in considerazione. Si tratta non solo di quelle parti del servizio a portata di mano, ma anche dell'intero complesso di esperienze dei clienti all'interno di una determinata destinazione.

Come destinazione intendiamo un'area geografica che il visitatore sceglie come meta di viaggio. Essa comprende tutti i servizi necessari per un soggiorno, compreso l'alloggio, la ristorazione, l'intrattenimento, ed altre attività di effettiva concorrenza nel settore turistico (Bieger, 2005).

Anche se esistono destinazioni gestite a livello centrale e di proprietà di una società, come i parchi a tema e i resort, la maggior parte delle destinazioni turistiche sono costituite da un sistema frammentario di società e attori. Tuttavia, in ultima analisi, è il turista stesso che definisce una destinazione, e la dimensione percepita di una destinazione aumenta con la distanza di viaggio per i turisti.

L'esclusivo processo di decisione d'acquisto dei turisti prevede che la scelta di una destinazione coinvolga varie alternative concorrenti tra loro: il turista può fare la sua scelta tra la città, il sole e la spiaggia o le destinazioni di montagna in ogni stagione dell'anno, il che rende difficile se non addirittura impossibile, per le destinazioni stesse, di conoscere i loro diretti concorrenti.

Un'autentica identità di destinazione attraverso tutte le sue parti porta alla formazione di un'immagine consistente della meta stessa nella mente dei turisti. Questa chiara immagine è fondamentale per una decisione che porta al profondo processo di acquisto dei turisti, ma che d'altra parte richiede un elevato livello di cooperazione tra gli operatori della destinazione.

Il concetto di *personalità di destinazione* - paragonabile ad una descrizione di una meta come una persona - implica che le parti interessate trovino un punto di vista comune e capiscano la loro immagine dal punto di vista del consumatore. In seguito al processo di acquisto, il turista è portato a compiere una serie di scelte all'interno della stessa destinazione, il che richiede alle realtà concorrenti di differenziarsi all'interno di una stessa meta. Questa è una delle più grandi opportunità future per la progettazione di servizi nel settore del turismo.

Il Service Design fornisce processi e metodi per la creazione di strutture organizzative e la comprensione della cultura locale, al fine di consegnare al cliente esperienze speciali all'interno di un complesso ecosistema di organizzazioni pubbliche e private, quali sono le destinazioni turistiche. Approcci progettuali di ricerca, come la ricerca etnografica e la narrazione, costituiscono preziosi strumenti per la gestione delle destinazioni.

3.2 Fattori di successo del design dei servizi in ambito turistico

Ci sono alcuni fattori che rendono vincenti i progetti di design dei servizi nel settore dei viaggi e del turismo. Il seguente elenco comprende alcuni dei fattori di successo per la progettazione di servizi nel settore del turismo.

- Mettere il cliente al centro di tutte le riflessioni, lavorando su di un'interfaccia user-centred, quale chiave fondamentale insita nella mentalità del design dei servizi.
- Considerare tutto come un servizio - anche se è solo una tazza di caffè. Una mentalità servizio-dominante è fondamentale per tutte le parti coinvolte in un progetto di design di servizi. Un servizio deve essere inteso come una sequenza di interazioni umane che coinvolgono gli ospiti, i dipendenti, ma anche le interfacce digitali e tangibili dei prodotti, nonché le infrastrutture fisiche. Questo approccio consente di progettare sistemi di servizi che creano esperienze significative per i clienti.
- Intensificare la cooperazione e la comprensione reciproca delle parti interessate. I partecipanti ad un processo di progettazione di servizi devono condividere la visione di lavorare ad un'esperienza turistica senza soluzione di continuità per i loro clienti. Poiché si tratta di servizi diversi provenienti da varie parti interessate, la fiducia reciproca è fondamentale.
- Lavorare in team multidisciplinari. La composizione di un gruppo di progetto per un tale processo co-creativo è importante per ottenere risultati significativi. I gruppi di lavoro devono includere persone eterogenee con background di conoscenza diversi - di natura sia teorica sia pratica.
- Essere consapevoli del processo iterativo e co-creativo. La progettazione di servizi si basa su un processo interattivo per lo più costituito da varie sessioni co-creative. Questo processo segue una sequenza di divergenti e convergenti intuizioni ed idee. Inoltre, deve essere sufficientemente flessibile per integrare nuove scoperte attraverso il processo stesso. Ogni sessione di per sé, ha bisogno di essere ri-progettata consapevolmente, assicurando uno spazio sicuro per i partecipanti che consenta un vero e proprio co-spazio di lavoro creativo.

- Non abbandonare mai il concept. Concordare prima l'esito di un progetto di design di servizi e studiare poi il modo di comunicarne i risultati. Un progetto non dovrebbe fermarsi ad una grande idea, ma dovrebbe includere il processo di come ad essa si arrivi e alla sua attuazione nella vita reale. Assicurare quindi l'impegno di tutti i soggetti coinvolti nel il processo di attuazione per sviluppare un sistema di cambiamento gestibile e sopportabile.

(Service Design and Tourism - Case studies of applied research projects on mobile ethnography for tourism destinations, Marc Stickdorn & Birgit Frischhut Eds 2012)

// PARTE II

DEFINIZIONE DEL TEMA ED ANALISI SUL CAMPO

4. Design e connettività
5. Valorizzazione territoriale attraverso il service design
6. Focus di progetto: il turismo sostenibile in montagna
7. Field research: struttura tipica di un rifugio
8. Il rifugio Grassi: un caso concreto
9. Analisi territoriale: il rifugio Grassi e le Orobie
10. Osservazione degli utenti
11. Analisi delle offerte del rifugio Grassi
12. Contesto di riferimento mondiale
13. Considerazioni personali: opportunità di progetto

03. connettere: come una corda che passa nelle protezioni lungo una parete



4 // DESIGN E CONNETTIVITÀ

4.1 I principi generali riguardanti la connettività:

* *Accesso*: qualunque cosa, ovunque per condividere, fabbricare, distribuire; è possibile avere accesso alla conoscenza, alle caratteristiche, alle risorse, ai servizi, ma soprattutto alle persone. Esse possono infatti condividere idee e dare origine ad una massa critica per fare in modo che le cose avvengano.

* *Interdipendenza*: fra i partecipanti che si supportano a vicenda in reciproco scambio, al fine di ottenere un beneficio reale per tutti. Questo significa ritornare a concetti che sembravano ormai sorpassati, come ad esempio il baratto o l'aggregazione in comunità. Il benessere reale della società è da ricercare nelle stesse connessioni che ne permettono l'esistenza.

* *Adattabilità*: di sistemi dinamici e flessibili (reti) privi di una forma specifica e di una gerarchia. Le strutture possono dunque essere riorganizzate e re-immaginate a seconda della situazione ed i membri componenti possono essere attivati differientemente per creare nuove soluzioni.

* *Resistenza*: di reti ben stabilite e ben connesse che diventano strutture capaci di rimodellare le proprie caratteristiche a seconda della situazione.

4.2 *Connettere per un cambiamento sociale.*

“La connettività è la capacità di un sistema di collegare e comunicare, al fine di ottenere un prezioso scambio di risorse ed informazioni.”

(Service Design and Connectivity @ Making Together BarCamp – Milano Design Week 2012)

Grazie all'evoluzione delle tecnologie sociali avvenuta negli ultimi anni, questa capacità è cresciuta in maniera esponenziale, originando profondi cambiamenti in campo sociale, economico e culturale. Possiamo parlare di un cambiamento strutturale che necessita di essere approfondito dai designers (inseriti tra le altre figure professionali), in quando ciò apre nuovi percorsi di innovazione, influenzando i modi in cui i diversi individui divengono cittadini, attraverso l'infinita lotta sociale.

Connettere per generare un cambiamento sociale è una delle maggiori sfide della modernità, sin da quando la forza del “noi” ha iniziato a generare grandi aspettative: movimenti open source, piattaforme crowdsourcing, gruppi di acquisto solidale, sono soltanto alcune delle tante possibilità ancora da scoprire.

I designers devono dunque espandere i loro interessi al fine di comprendere metodi, strumenti e tecniche per progettare relazioni di scambio e favorire la nascita di piattaforme che permettano a persone con interessi comuni di incontrarsi e connettersi, sia che il fine sia quello di condividere un'automobile o quello di mappare il genoma umano.

5 // VALORIZZAZIONE TERRITORIALE ATTRAVERSO IL SERVICE DESIGN

5.1 Territorio: connettere e collaborare per la sostenibilità.

I territori sono i luoghi dove le qualità, la cultura ed i beni materiali sono integrati e radicati, ed è per questa ragione che i territori stessi sono oggetto di grande interesse per il design di strategie che promuovano lo sviluppo locale. Ciò si basa sulla promozione di cambiamenti sostenibili per luoghi e persone, in qualità di processi che facilitino la creazione di reti tra istituzioni pubbliche e private, tra persone e/o comunità che puntino al cambiamento economico, sociale, culturale e ambientale.

Ecco i principi che spiegano la relazione tra il design ed il territorio:

- *conoscenza*: i territori costituiscono un mezzo per la conoscenza. Essi possono infatti moltiplicare il valore del sapere locale, connettendo reti locali e globali al fine di diffondere l'innovazione tra imprese, attori e comunità.

- *connessione*: l'ambiente entro il quale viviamo la nostra quotidianità è costituito da una struttura a rete, in quanto è fatto di relazioni ed interazioni che hanno luogo in tempo reale, anche a fronte anche di grandi distanze. Questa è la natura stessa di un sistema territoriale. Di conseguenza ciò è osservabile non soltanto come evidenza fisica/geografica, ma anche come caratteristica che assume un ruolo centrale per lo sviluppo socio-economico sostenibile. (Villari, 2012)

5.2 Design e territorio

Che cosa significa, per un designer, progettare per un territorio?

Comprendere quale sia la relazione tra design e sistema territoriale significa affrontare questioni che riguardano modelli organizzativi sia della sfera sociale sia delle forme di produzione industriale, focalizzando l'attenzione su alcuni temi che connettono gli aspetti progettuali del design a quelli dello sviluppo e valorizzazione territoriale.

Il territorio, inteso come luogo integrato di competenze, conoscenze, cultura, beni materiali, ambientali è oggetto di interesse per i modelli e le strategie cosiddette 'di sviluppo', concetto che chiaramente va declinato nelle sue forme economiche e sociali.

Se a "sviluppo" affianchiamo "sostenibilità", le modalità per favorire la crescita di un siste-

ma territoriale appaiono più chiare: l'agire progettualmente su un territorio può seguire atteggiamenti che valorizzino le risorse di un'area attraverso meccanismi virtuosi in grado di generarne ulteriori.

Come è possibile dunque innescare tali meccanismi attraverso forme progettuali?

L'idea di promuovere cambiamenti sostenibili per i luoghi e le persone che in essi vi abitano è alla base del concetto di "sviluppo locale".

Si tratta di un processo inserito in una prospettiva temporale di lungo termine in grado di favorire la costruzione di reti tra attori pubblici e privati, tra cittadini e società civile al fine di promuovere un benessere economico, sociale, culturale e ambientale. Su queste premesse, evidenziamo ora alcuni concetti più ampi che riteniamo di grande interesse per delineare la natura dell'azione di design per un territorio.

- *La rete*: lo spazio con il quale ci confrontiamo quotidianamente è uno spazio reticolare. È lo spazio dell'interazione, in cui le relazioni avvengono anche in tempo reale attraverso distanze enormi. Quotidianamente agiamo in una forma nuova di spazio sociale caratterizzato dallo scambio e dal continuo movimento di informazioni, beni e persone. Tutto su livelli di elementi materiali "connessi" con altri intangibili, di nodi fisici e non. È questo un modello in grado di gestire la complessità contemporanea: non è possibile, pensando a una rete, individuare un punto al di sopra degli altri che possa coordinarli. Sembra dunque scomparire l'idea dei rapporti gerarchici, verticali, sostituiti da relazioni orizzontali dove l'azione è soprattutto una co-operazione, uno scambio reciproco tra un nodo e l'altro.

Il sociologo Bauman ci ricorda gli aspetti liquidi del nostro vivere nella società attuale, e in effetti se pensiamo che un fluido possa collegare due parti, è proprio questa la relazione che dà significato a questa forma di spazio. Anche i sistemi territoriali sembrano dunque configurarsi come uno spazio, non solo osservabile dal punto di vista fisico, discreto e di natura materiale, ma come insieme di luoghi che hanno anch'essi centralità nella loro dimensione relazionale e sociale.

- *L'immateriale*: sembra configurarsi una morfologia dinamica della società il cui modello descrive uno spazio che si comprime perché costruito in tempo reale dalla relazione di attori sociali in esso distribuiti e un tempo che si contrae da tempo biologico a tempo reale. Rispetto all'individuo, il singolo è parte di una comunità non per forza identificata con un contesto fisico. L'identità del singolo è una costruzione sociale, negoziata all'interno della comunità stessa. Dunque i modelli relazionali e sociali non possono che essere

di tipo flessibile, contrari a quelli statici e rigidi della condizione precedente a quella della società attuale. Sono questi modelli reticolari, poco gerarchici. Sono strutture soggette al mutamento, all'interno delle quali le azioni si determinano di volta in volta e difficilmente secondo un'organizzazione prefissata.

- *La conoscenza*: i territori possono considerarsi come veicoli e medium di conoscenza. L'economista Rullani, basandosi sul paradigma della knowledge economy, considera il territorio come "moltiplicatore cognitivo" esaltando il patrimonio del sapere radicato in uno specifico contesto territoriale (sapere contestuale) e lo scambio di conoscenze sia formale che informale mirato alla propagazione delle innovazioni tra imprese, attori sociali, comunità.

L'importanza della conoscenza come motore d'innovazione a livello locale è anche sottolineata da Florida che descrive i territori come collettori e bacini di informazione che forniscono le infrastrutture per facilitare i flussi di idee e dunque i processi creativi. È pertanto un territorio in continuo apprendimento (modello delle learning regions) in cui il capitale sociale diviene fattore fondamentale per lo sviluppo anche economico.

Le azioni progettuali capaci di innescare processi di valorizzazione sostenibile delle risorse locali sono attività che dunque mirano a connettere saperi e luoghi, diffondere conoscenza, favorire la co-operazione.

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 come 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. Le premesse perché si possa concretizzare un cambiamento si basano su situazioni che hanno una forte componente relazionale e sociale. Il progetto nasce e si sviluppa in contesti in cui la co-operazione e la collaborazione è una parte fondamentale, proprio per il sistema complesso di interessi e di realtà che compongono e identificano un sistema territoriale.

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

Se consideriamo la pratica del design nella sua connotazione prevalente, e dunque nella relazione con il sistema industriale, l'azione rivolta ai contesti locali appare certamente meno formalizzata e strutturata, anche se ormai da anni la comunità della ricerca e della professione conferisce a questo campo di attività un grande interesse di sperimentazione e pratica progettuale.

Il design, all'esterno della comunità scientifica e professionale, è spesso associato prevalentemente a competenze che riguardano la dimensione estetico-formale legata a elementi fisici e funzionali di un artefatto, caratterizzati anche da una forte valenza comunicativa o meglio semiotica, o nel caso del design strategico o del design management a quelle competenze progettuali, che agiscono in sinergia con il sistema decisionale aziendale al fine di incrementare la qualità dei prodotti dei servizi di un'impresa, valutandone

la percezione anche da parte dei clienti (Borja de Mozota, 2008).

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.

È dunque vero che per dialogare con le competenze coinvolte all'interno dei processi di valorizzazione territoriale, 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.

Pertanto, riteniamo che il design possa 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 (del contesto territoriale, delle attività umane, degli utenti...), 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 su 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 dal nostro punto di vista promuova una forma comunitaria di progetto in grado di agire contemporaneamente ed in modo integrato su livelli strategici, organizzativi e progettuali.

(Villari, 2012)

5.3 Turismo sostenibile: una modalità di progetto per valorizzare il territorio

Definita come lo sviluppo che incontra i bisogni delle generazioni attuali, senza compromettere le aspettative di quelle future, la *sostenibilità* implica la conservazione delle risorse per le generazioni future ed un equo sviluppo economico/sociale.

La crescente importanza del turismo sostenibile quale tematica di interesse internazionale, è stata sottolineata attraverso recenti rielaborazioni delle linee guida internazionali per lo sviluppo del turismo sostenibile.

A tale proposito è stata stilata la Carta Europea per il Turismo Sostenibile (CETS), la quale costituisce uno strumento metodologico ed una certificazione che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'elemento centrale della Carta è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune ed un piano d'azione per lo sviluppo turistico, sulla base di un'analisi approfondita della situazione.

Le intenzioni sottolineate nella Carta Europea per il Turismo Sostenibile sono:

- aumentare la consapevolezza ed il supporto delle aree protette come parte fondamentale del nostro patrimonio e della nostra eredità, che dovrebbe venire conservato e goduto sia dalle presenti generazioni che da quelle future.
- migliorare lo sviluppo sostenibile e la gestione del turismo in aree protette, tenendo conto delle necessità dell'ambiente, dei residenti locali, del loro lavoro e dei visitatori.

La Carta Europea per il Turismo Sostenibile riflette il desiderio delle autorità che gestiscono le aree protette, degli investitori locali, e dei rappresentanti del business turistico di supportare ed incoraggiare quel turismo che è in accordo con i principi dello sviluppo sostenibile. Essa vincola i firmatari ad implementare una strategia locale per il turismo sostenibile definita come: "qualsiasi forma di sviluppo del turismo, gestione od attività che assicuri la protezione e la conservazione a lungo termine di risorse naturali, culturali e sociali, e che, allo stesso tempo, contribuisca in modo positivo e sostenibile allo sviluppo economico e al benessere degli individui che vivono e lavorano entro le aree protette."

Al fine di mettere in pratica questa forma di turismo, è necessario pendere una visione globale del turismo odierno all'interno delle aree protette, in modo tale da impegnarsi in un processo di consultazione più ampia, rafforzando le interazioni positive tra il turismo e gli altri settori economici presenti nella stessa area.

Lo scopo di questo turismo è quello di rispondere alle aspettative dei visitatori: dando un significato più profondo al viaggiare, creando spazi di tempo per esplorare, incontrare persone ed arricchirsi attraverso l'esperienza, dando agli altri qualcosa di noi stessi.

(Testo ufficiale della Carta pubblicata da Fédération des Parcs naturels régionaux de France, 1999; revisionata ed aggiornata da EUROPARC Federation 2007, 2010.)



6 // FOCUS DI PROGETTO: IL TURISMO SOSTENIBILE IN MONTAGNA

6.1 Sfide e prospettive nel campo del turismo sostenibile in montagna

Il turismo di montagna è un fattore chiave dello sviluppo rurale nelle Alpi. Ciò è fondamentale in tutte le zone montane. Molte aree, soprattutto quelle di carattere rurale e montano, probabilmente non avrebbero mai raggiunto uno sviluppo economico e quindi un miglioramento della qualità della vita senza lo sviluppo turistico. Dal punto di vista delle risorse naturali, tuttavia, il turismo è sempre stata una questione molto controversa.

Al giorno d'oggi, gli attori del settore devono affrontare la sfida del turismo sostenibile e prendere in considerazione, sia le risorse naturali del sito, che i bisogni della popolazione locale, come ad esempio la conservazione dell'identità locale. Ciò si manifesterà in sfide future, sia in termini di aspettative prevalenti sul mercato e di sviluppi demografici con cambiamenti di tendenza, che nelle nuove richieste per la gestione delle imprese e delle destinazioni.

6.2 Il rifugio alpino: una risorsa turistica a tutti gli effetti

I rifugi rappresentano un punto di riferimento imprescindibile per tutti coloro che frequentano la montagna, siano essi alpinisti o famiglie, in cerca di serenità nella natura.

Ogni rifugio ha una sua storia: alcuni sono vere e proprie opere di ingegneria, e sono stati edificati in luoghi difficili con materiali sofisticati; altri sono semplici costruzioni, essenziali, povere. Alcuni possono ospitare centinaia di persone, altri pochissime. Alcuni sono custoditi, altri non hanno alcun gestore. Il rifugio, in ogni caso, rappresenta sempre una casa, un posto sicuro, un luogo protetto. Senza di esso andare in montagna sarebbe molto più faticoso, rischioso e impegnativo.

Il "sistema rifugi" si integra con la Rete Sentieristica Regionale, dando vita ad un'infrastruttura integrata capace di rappresentare un vero e proprio prodotto turistico molto significativo.

6.3 Cenni storici sui rifugi

“Rifugio” è una parola ormai entrata nel vocabolario di alpinisti ed escursionisti, e quando si usufruisce di queste strutture raramente ci si sofferma a pensare a quello che poteva essere il significato originario di queste costruzioni, e a quello che può essere il loro significato attuale.

Le radici più profonde della parola “rifugio” affondano, infatti, in un contesto culturale ben diverso da quello attuale: quello economico, degli scambi commerciali e delle spedizioni militari, e pure quello religioso, di pellegrinaggio ai grandi Santuari, che già in epoca medievale fece sorgere sui più importanti Passi i primi “hospitia” ad opera dei monaci, come quelli del Sempione, del Gottardo e del Gran San Bernardo.

All’epoca si trattava quindi di creare dei punti d’appoggio nei luoghi di più difficile transito per alleviare le fatiche del viandante e solo verso la fine del XVIII secolo la montagna comincia ad essere vista sotto un’altra prospettiva: non più come luogo ostile popolato da creature mostruose da attraversare per necessità il più velocemente possibile, bensì come il terreno di gioco di una nuova disciplina sportiva chiamata alpinismo, consistente essenzialmente nello scalare le montagne fine a se stesso senza fini commerciali, religiosi, militari o altro.

Solo in tempi relativamente recenti (metà del XIX sec.) nasce quindi la moderna idea di rifugio quale punto d’appoggio per rendere più agevoli le ascensioni in montagna agli alpinisti.

Se difatti l’origine del Rifugio in montagna è fatta generalmente risalire al 1785 con la Capanna Vincent costruita sul versante meridionale del Monte Rosa quale punto di appoggio per lo sfruttamento delle adiacenti miniere d’oro, seguita nel 1851 da un ricovero al Colle Indren adibito ad osservazioni scientifiche, il primo rifugio concepito in “chiave moderna”, ovvero per fini alpinistici o escursionistici è il ricovero dell’Alpetto al Monviso, sito in valle Po (Cn).

Nei decenni successivi alla realizzazione del ricovero dell’Alpetto, il CAI, con uomini di grande capacità ed entusiasmo, provvede alla costruzione di nuovi rifugi in grado di facilitare ascensioni, traversate, e superamento di colli elevati. È infatti nel 14 luglio 1889 che l’Assemblea dei delegati del CAI approva il progetto di costruire una capanna a oltre 4500

metri di quota per - così come riportato nei documenti dell'epoca - "consentire ad alpinisti e scienziati maggior agio ai loro intenti in un ricovero elevatissimo": era la Capanna Regina Margherita, il rifugio più alto d'Europa.

Nel 1922 compare infine, sulle Alpi Occidentali, il bivacco fisso, un tipo di rifugio dalle caratteristiche specifiche. Esso viene ubicato nelle zone più alte dalle quali si possono iniziare ascensioni impegnative. I primi bivacchi erano costruiti in pietra e legno. Successivamente alle pietre sono state preferite pareti semi-prefabbricate, in metallo rivestite in legno o materiali pressati, assemblate sul posto, oppure trasportati già completi con l'elicottero.

6.4 Evoluzioni e tendenze del rifugio alpino

Oggi, grazie alle possibilità offerte dallo sviluppo tecnologico e dalle mutate esigenze dei fruitori della montagna, i rifugi alpini, specialmente quelli di facile accesso, tendono sempre più a diventare dei veri e propri alberghetti di montagna dotati dei mezzi di comunicazione più avanzati.

Inoltre sempre più il rifugio viene visto e utilizzato non più unicamente come punto d'appoggio per impegnative ascensioni o come semplice punto d'arrivo di escursioni giornaliere ma anche come un irrinunciabile presidio in quota al servizio della rete sentieristica regionale e della fruibilità escursionistica:



05. Inaugurazione di un rifugio - 1904

itinerari escursionistici e trekking di più giorni in grado di suscitare interesse al di là dei confini regionali sarebbero infatti, senza i rifugi alpini, percorsi solamente da un'élite di escursionisti e quindi non potrebbero diventare vero atout turistico per le vallate alpine.

Il rifugio viene oggi concepito, seguendo un filone didattico-ambientale, anche come una finestra sull'ecosistema alpino nonché come punto di osservazione e di ricerca privilegiata sull'ambiente, riappropriandosi così, paradossalmente, della sua antica funzione "pre-alpinistica" di osservatorio scientifico che già aveva nel periodo illuministico e romantico. Tale ruolo viene però rivisitato in chiave moderna, non più, quindi, come laboratorio d'alta quota per pochi scienziati bensì come luogo privilegiato della divulgazione/educazione scientifica e ambientale, nonché come esempio, grazie a innovativi sistemi di approvvigionamento energetico e di smaltimento dei rifiuti, di gestione ambientale virtuosa. Aperto alle iniziative didattiche delle scuole, il rifugio diventa quindi il luogo ideale per trasmettere agli adulti di domani una sempre più irrinunciabile sensibilità ambientale.

Anche se i tempi "eroici" in cui i rifornimenti al rifugio venivano effettuati a dorso di mulo appartengono alla storia, nei rifugi di più difficile accesso o nei periodi di bassa frequentazione è però ancora oggi possibile rivivere le atmosfere degli albori dell'epopea alpinistica.



6.5 Gestione sostenibile dei rifugi alpini

Da alcuni anni enti ed istituzioni operanti per la tutela e la valorizzazione dell'ambiente promuovono l'applicazione di Sistemi di Gestione Ambientale e portano avanti la ricerca nell'ambito dello sviluppo sostenibile, non solo per quel che riguarda le attività produttive, ma anche nel settore turistico.

L'impatto ambientale derivante dalla realizzazione e dalla gestione delle strutture ricettive, dal soggiorno dei turisti e dalla gestione della mobilità è, oggi più che in passato, al centro dell'attenzione di tutti.

Non è solo il caso dell'impatto ambientale dei grandi complessi turistici, ma anche quello dato dalla concentrazione dei flussi escursionistici su determinati itinerari che attraversano aree particolarmente sensibili e dalla gestione della ricettività in alta quota, che in assenza di una razionale gestione può compromettere il mantenimento di un già delicato equilibrio ambientale.

Una gestione razionale del rifugio alpino sotto il profilo dell'approvvigionamento energetico, dell'uso della risorsa acqua e dello smaltimento dei rifiuti può diventare un concreto esempio di gestione virtuosa e rispettosa dell'ambiente e qualificare un prodotto turistico rivolto agli escursionisti più sensibili, permettendo di coniugare business con qualità ambientale, anche attraverso il conseguimento di miglioramenti nell'efficienza.

Sulla base delle positive esperienze di miglioramento della gestione ambientalmente sostenibile di alcuni rifugi della Valle d'Aosta, è stata avviata una collaborazione tra l'Istituzione Regionale ed il Dipartimento di Scienze Merceologiche dell'Università di Torino per dare avvio ad un'azione tesa a migliorare il livello qualitativo dell'accoglienza delle strutture ricettive d'alta quota.

Tale azione sarà prioritariamente attuata nell'ambito del progetto di cooperazione territoriale transfrontaliera *"V.E.T.T.A, Valorizzazione delle Esperienze e dei prodotti Turistici Transfrontalieri delle medie e Alte quote"*, che sarà realizzato nei prossimi tre anni da partner italiani e svizzeri.

6.5.1 V.E.T.T.A caso studio di turismo sostenibile in montagna

La frequentazione della montagna era costituita in passato da appassionati ed esperti in cerca di percorsi e scalate impegnative che utilizzavano come punti di partenza i rifugi

alpini, soprattutto frequentati nel solo periodo estivo. Oggi si è ampliata la quota di frequentatori che riconoscono nel rifugio o nella piccola struttura ricettiva di montagna il punto di arrivo della loro giornata estiva o invernale dedicata alla conoscenza dei luoghi, degli elementi naturali, storici e tipici del contesto territoriale.

Questa seconda tipologia di fruitori richiede un sistema di offerta più articolato che non si esaurisce con la struttura ricettiva e con il paesaggio montano. Diventa infatti importante l'intero itinerario che porta dal fondovalle alla struttura ricettiva e, insieme ad esso, tutte le risorse e le attrattive che si trovano lungo il percorso. Acquistano interesse anche gli itinerari posti alle medie quote che consentono, dal punto di vista turistico, una maggiore fruibilità in termini temporali.

Il progetto, inserendosi in un più ampio contesto di valorizzazione e gestione delle risorse ambientali, umane e paesaggistiche già presenti sul territorio dell'arco alpino italo-svizzero, territorio caratterizzato da una notevole contiguità ambientale, storico-culturale e turistico-sportiva, si propone di migliorare, promuovere e stimolare il sistema dell'offerta turistica alle medie e alte quote, orientandola, laddove possibile alle nuove utenze.

Metodologie ed obiettivi del progetto

Partendo da una valutazione sul potenziale turistico locale collegato all'offerta ricettiva dei rifugi in media ed alta quota, da un'analisi della domanda e dell'offerta di servizi turistici connessi al settore dell'escursionismo, s'intende costituire, attraverso lo sviluppo ed il monitoraggio di progettualità pilota collegate ad alcuni temi di rilevanza strategica per l'escursionismo, una solida base per la valorizzazione condivisa dell'offerta turistica rivolta agli escursionisti, anche al fine di individuare linee strategiche di intervento comuni da adottare da parte delle istituzioni e degli enti competenti in materia di sviluppo ed organizzazione turistica.

L'impostazione progettuale tesa a privilegiare la transfrontalierità delle azioni previste si traduce nella capacità di fare sistema per strutturare reti caratterizzate da elevata integrabilità: reti sentieristiche adeguate, reti di rifugi e di strutture ricettive al passo con la domanda turistica e reti telematiche in grado di dinamizzare e promuovere l'offerta turistica.

Fine ultimo del progetto è sostenere l'economia locale attraverso il miglioramento dell'offerta turistica, la stagionalizzazione della frequentazione della montagna ed il conse-

guente mantenimento dei livelli occupazionali, contrastando in tal modo la tendenza all'esodo tutt'ora in atto nelle aree rimaste ai margini dei grandi flussi turistici.

La qualità portata in vetta

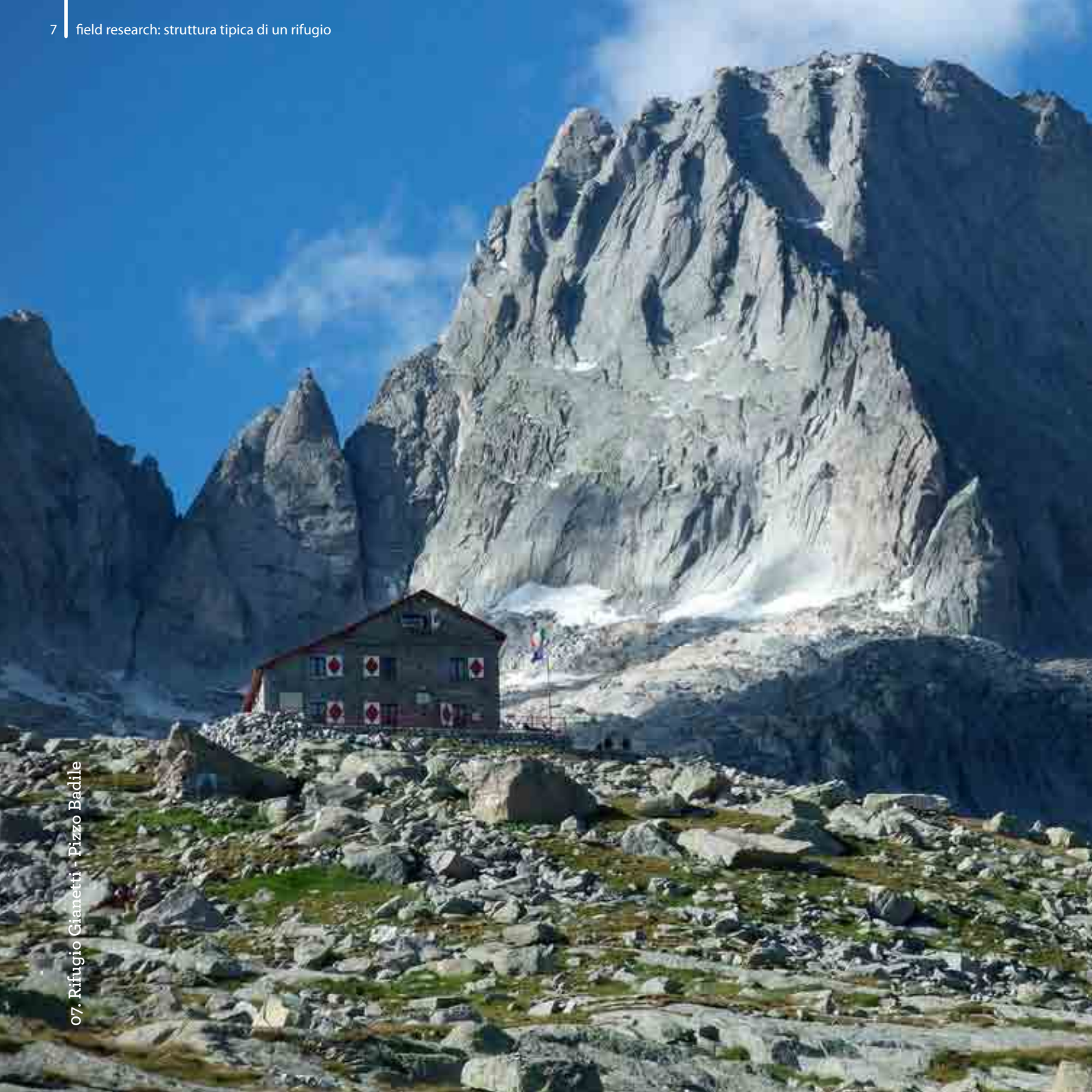
Un progetto incentrato sulla qualità: in montagna, ancor più che in altri ambienti, la ricerca della qualità assume una connotazione multidisciplinare essendo legata allo sviluppo di aspetti tra loro complementari e armonicamente legati tra loro quali:

- lo sviluppo organico e coordinato di una rete sentieristica, fondamenta dell'escursionismo e alla base della creazione di itinerari escursionistici di ogni genere, difficoltà e lunghezza
- la creazione di una rete di rifugi e di strutture ricettive a vocazione simile e al passo con i tempi che, tra il modello ormai consunto di accoglienza "alla spartana" e un comfort più comune a un hotel a livello del mare, siano alla ricerca di un nuovo concetto di qualità disegnata sull'attività escursionistica, in grado di coniugare aspetti legati all'accoglienza alberghiera a una gestione "ecosostenibile" della strutture ricettive in quota. L'idea di una qualità al servizio dell'escursionista non può inoltre prescindere dall'impiego di dotazioni tecnologiche, quali la banda larga, in grado di rendere le comunicazioni in montagna più semplici e immediate, sia a beneficio dei turisti che dei gestori, oltre che nella direzione di una maggior sicurezza in montagna.

Ma la vera qualità passa anche attraverso la garanzia della stabilità e della "perennizzazione" dei modelli turistico-economici, attuati nel corso dei tre anni della durata istituzionale del progetto. Per tale ragione l'affidabilità e l'esperienza degli attori coinvolti gioca un ruolo fondamentale: è prevista infatti la sostenibilità del partenariato anche nella fase post-progetto, in quanto tra gli obiettivi è attesa la definizione di linee di intervento strategico a supporto dell'ambito escursionistico, derivanti dagli esiti dei progetti pilota che vanno a comporre il Progetto VETTA.

E' però, in ultima analisi, il tessuto economico-sociale composto da coloro che vivono ed operano in montagna, costituito da gestori di rifugi, guide alpine e naturalistiche, accompagnatori, produttori locali, tour operator, ecc. che si vuole valorizzare e consolidare, tramite la promozione di modelli economici "sostenibili" incentrati sulla valorizzazione delle risorse locali.

Obiettivo del progetto è che tali modelli vengano sempre più adottati e reiterati nel tempo non solo perché virtuosi e facenti parte di un bagaglio progettuale, bensì in quanto veramente vantaggiosi per chi li applica.



07. Rifugio Gianetti - Pizzo Badile

7 // FIELD RESEARCH: STRUTTURA TIPICA DI UN RIFUGIO

7.1 Il rifugio secondo il Club Alpino Italiano

A sostegno del movimento alpinistico ed escursionistico, della tutela dell'ambiente montano, ed anche per facilitare l'azione del Soccorso Alpino, il CAI (Club Alpino Italiano) provvede a costruire, adeguare e mantenere in efficienza nel rispetto ecologico le strutture ricettive idonee ad offrire ospitalità o riparo in zone isolate di montagna ad alpinisti ed escursionisti. Tali opere, indipendentemente dalla Sezione di appartenenza, costituiscono patrimonio idealmente comune di tutti i Soci CAI, i quali contribuiscono al loro mantenimento attraverso il pagamento della quota sociale.

Regolamento generale rifugi 2012

I Rifugi sono strutture ricettive sorte per rispondere alle esigenze di carattere alpinistico ed escursionistico gestite o custodite ed aperte al pubblico con le modalità stabilite dalla sezione CAI, convenientemente predisposte ed organizzate per dare ospitalità e possibilità di sosta, ristoro, pernottamento e servizi connessi ed attrezzate per il primo intervento di soccorso. Dotate di locali separati ad uso Gestore/Custode e di un locale invernale con accesso indipendente per il pernottamento durante i periodi di chiusura.

7.2 Le categorie dei rifugi secondo il regolamento del CAI

In relazione alla posizione topografica, finalità alpinistiche-escursionistiche, particolari condizioni d'ambiente - anche stagionali - quota, difficoltà di accesso e conseguenti fattori economici di gestione, la Commissione centrale rifugi ed opere alpine conferisce alle strutture ricettive tre distinte categorie.

- * Rifugi escursionistici (categorie A - B)
- * Rifugi alpinistici (categorie C - D - E)
- * Punti d'appoggio (Bivacchi fissi - Capanne sociali)



* RIFUGI ESCURSIONISTICI

Sono strutture ricettive idonee ad offrire ospitalità e ristoro, gestite e poste a quota non inferiore ai 700 metri di altitudine, in luoghi accessibili anche con strade aperte al traffico di servizio o impianti di trasporto pubblico.

- *Categoria A*: quelli raggiungibili con strada rotabile aperta al traffico ordinario o comunque ubicati in prossimità di questa.

- *Categoria B*: quelli raggiungibili con mezzo meccanico di risalita in servizio pubblico, escluse le sciovie, o comunque ubicati in prossimità dello stesso.



* RIFUGI ALPINISTICI

Sono strutture ricettive idonee ad offrire ospitalità e ristoro, gestite e poste a quota non inferiore ai 1000 metri di altitudine, in luoghi accessibili anche con strade aperte al traffico di servizio o impianti di trasporto pubblico.

- *Categoria C, D, E*: rispettivamente, in relazione alla situazione locale con particolare riferimento alla quota, alla durata e alla difficoltà di accesso, nonché all'incidenza del sistema normalmente adottato per i rifornimenti.



* PUNTI D'APPOGGIO

- *Bivacchi fissi*: costruzioni di modeste dimensioni con capienza normalmente non superiore ai 12 posti, generalmente ubicati nelle zone più elevate delle catene montuose, a quota non inferiore ai 2000 metri di altezza. Frequentate per alpinismo classico, quali basi prossime agli attacchi delle vie di salita o lungo percorsi alpinistici di quota. Sono strutture incustodite e aperte in permanenza, attrezzate con quanto essenziale per il pernottamento o il riparo di fortuna degli alpinisti.



- *Capanne sociali*: ricavata da immobile esistente, purché agibile, con interventi di ristrutturazione. Disponibilità in via esclusiva da parte di una Sezione in qualità di proprietaria oppure a titolo di possesso o comunque con diritto d'uso. È dotata di attrezzatura semplice, conforme ai requisiti igienico-sanitari di base ed è tutelata l'esigenza della prevenzione incendi. È generalmente chiusa con le chiavi reperibili presso la Sezione d'appartenenza.

*Legge Regionale 16 luglio 2007, n.15
Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo
(BURL n. 29, 2° suppl. ord. del 19 luglio 2007)*

7.3 Il regolamento: norme CAI

* AMPLIAMENTO DELLE STRUTTURE:

È riservata assoluta priorità agli interventi sulle strutture esistenti volti all'adeguamento alle esigenze della sicurezza, alle norme igienico-sanitarie, alla sostituzione delle fonti energetiche inquinanti, allo smaltimento dei rifiuti solidi e/o liquidi, reflui o quant'altro indicato da normative locali e alla realizzazione di necessari locali invernali. Non si può procedere all'ampliamento delle strutture ricettive, alla costruzione di nuove strutture se non nei casi in cui possa essere dimostrata la necessità, nonché la compatibilità con gli obiettivi del Club Alpino Italiano.



* CUSTODIA

Tutti i rifugi si intendono normalmente custoditi durante i previsti periodi stagionali di apertura; negli altri periodi restano agibili e sempre aperti locali invernali, convenientemente dotati per il pernottamento e il ricovero di emergenza. Per i rifugi che dovessero diventare incustoditi o inagibili, le Sezioni competenti devono darne tempestiva notizia, diffusa a fondo valle ed anche tramite le pubblicazioni sociali ed altri mezzi ritenuti idonei. Le sezioni devono altresì comunicare ogni variazione alle Autorità Locali e alla Commissione Rifugi Regionale di riferimento. I bivacchi ed i punti di appoggio in genere, si intendono sempre aperti ed atti a permettere, a chi vi trova riparo, il pernottamento di fortuna.



* SOCCORSO

Le Sezioni devono dotare i loro rifugi di una cassetta di "Pronto soccorso e medicazione" costantemente aggiornata, nonché di una barella di soccorso e, in caso di apertura invernale, di pale e sonde da valanga. I rifugi debbono disporre, ove possibile, di una piazzola idonea all'atterraggio di elicotteri in azione di soccorso.



* PROPAGANDA

Le iniziative di propaganda / promozione a favore dei rifugi debbono essere improntate a carattere di massima serietà, di spirito alpinistico. In caso di pubblicità, sito internet, ecc. a cura del Gestore, quest'ultimo è tenuto ad indicare sempre la sezione del CAI proprietaria.



7.4 Gestione e custodia di un rifugio

Una volta ottenuta l'autorizzazione amministrativa per l'apertura con relativa destinazione ad uso rifugio, la Sezione proprietaria od usuaria provvede al suo funzionamento direttamente, oppure mediante affidamento convenzionato in gestione o custodia. Nel caso di validità annuale, le Sezioni dovranno provvedere tempestivamente alla vidimazione di conferma. Le Sezioni avranno cura di accertare preventivamente che le persone prescelte siano in possesso dei requisiti previsti dalle leggi e normative, anche locali, vigenti. L'affidamento in gestione dei rifugi è regolato da apposito contratto, sottoscritto dal Presidente in rappresentanza della Sezione e dal Gestore a titolo strettamente personale.

* **GESTORE:** è la persona scelta dalla sezione proprietaria del rifugio per la conduzione di attività di tipo aziendale (turistico/alberghiera) da svolgersi nell'ambito della struttura, mediante specifico contratto

* **CUSTODE:** è la persona incaricata dalla sezione proprietaria del rifugio alla custodia, alla cura e alla sorveglianza della struttura, di norma nei rifugi custoditi non vengono somministrati pasti ma solo pernottamento.

OBBLIGHI DEL GESTORE

- manutenzione ordinaria dell'immobile e delle attrezzature affidate in uso
- costante revisione dei mezzi antincendio in dotazione
- mantenimento delle buone condizioni igienico-sanitarie del complesso, nonché della pulizia degli spazi adiacenti
- trasporto a valle di tutti i rifiuti avvalendosi, di norma, degli stessi mezzi utilizzati per il rifornimento
- costante monitoraggio delle tratte prefissate dai sentieri di accesso al rifugio
- applicazione dei prezzi fissati dalla commissione centrale rifugi
- impegno ad osservare e a far osservare il Regolamento generale rifugi CAI
- osservanza delle particolari normative in materia emanate dalle autorità nazionali e locali competenti
- invito a compilare la scheda contenente l'indicazione della meta all'atto della partenza a coloro che pernottano presso il rifugio.

7.5 Apertura ed attività culturali

In relazione all'andamento stagionale ed alla situazione del luogo, in accordo con il Gestore, la Sezione fissa il periodo di apertura stagionale del rifugio e provvede a darne notizia, quale dimostrazione della sua apertura.

Il Gestore ha l'obbligo di esporre dall'alba al tramonto la bandiera nazionale ed europea. Dal tramonto all'alba, o in caso di scarsa visibilità avrà cura di tenere accesa all'esterno una apposita luce o segnale acustico.



Le riunioni nei rifugi devono essere autorizzate dalle Sezioni CAI di appartenenza: potranno essere consentite soltanto riunioni, convegni, ecc. di carattere alpinistico-sociale, ambientale, culturale e didattico garantendo comunque la normale attività del rifugio. È permesso esporre soltanto quadri, sculture, fotografie, disegni, pubblicazioni di interesse alpinistico, ambientale e culturale, previa autorizzazione della sezione.



7.6 Assorifugi Lombardia: associazione dei rifugi nella nostra regione

Assorifugi Lombardia, è l'Associazione Gestori Rifugi Alpini ed Escursionistici della Lombardia costituitasi nel 1999. Le finalità sono la promozione e qualificazione tecnico-professionale dei gestori, la tutela del patrimonio umano, storico, culturale ed ambientale del Rifugio con la sua rilevante funzione collettiva. Oltre 12 mila posti letto offerti dai rifugi alpini, l'organizzazione di iniziative dirette ad incoraggiare e sviluppare l'escursionismo, la permanenza in quota e la conoscenza della montagna in tutti i suoi aspetti, completano scopi ed intenti.

OBIETTIVI DI ASSO RIFUGI

- curare il riconoscimento, la tutela e lo sviluppo della figura professionale del Gestore di rifugio, favorendo iniziative per il suo aggiornamento e la sua formazione
- analizzare le problematiche inerenti la categoria ricercandone le possibili soluzioni
- tutelare il patrimonio umano, storico, culturale e ambientale del rifugio e la sua rilevanza al servizio della collettività
- divulgare e diffondere una corretta educazione in difesa dell'ambiente alpino

7.6.1 Le iniziative di Assorifugi

"Gira Rifugi e Alpeggi"

L'ambiente che normalmente precede o circonda i rifugi, è il frutto del faticoso lavoro degli alpeggiatori e luogo privilegiato, per trovare prodotti tipici di elevato pregio qualitativo e dal forte spessore culturale. A tale proposito, aderendo all'iniziativa Gira Rifugi, gli escursionisti attraverso l'affascinante mondo degli alpeggi avranno un'opportunità in più per salire ai rifugi gustando paesaggio e formaggio.

L'iniziativa è nata nel 2007 e prevede il possesso da parte dei partecipanti della Tessera Girarifugi e Alpeggi. Coloro che partecipano, recandosi in una delle strutture elencate sia sulla tessera che nella cartina apposita, potrà richiedere un timbro di fedeltà a comprova del suo passaggio. La tessera è nominativa e deve essere compilata prima di apporre i timbri. Per i rifugi e gli alpeggi i timbri sono contrassegnati da 1,2 o 3 cassette corrispondenti ai punti assegnati, in relazione ai tempi di marcia necessari per raggiungere le strutture. Collezionando 25 punti, dei quali almeno tre provenienti da visite agli alpeggi, il possessore della tessera avrà diritto ad uno dei seguenti premi a scelta:

- maglietta sponsor dell'iniziativa (consegnando la tessera presso i negozi di Sport Specialist)
- attestato di partecipazione
- pernottamento in un rifugio tra quelli partecipanti alla iniziativa
- un buono per il ritiro di prodotti d'alpe (circa 1/2 kg), da effettuare presso un alpeggio di "Foreste di Lombardia" a scelta
- libro sulla natura (inviando la tessera ad Assorifugi)

"In montagna con i piedi e con la testa"

Progetto nato da un programma culturale ideato dall'Assessore alla Protezione Civile della Provincia di Brescia, il cui slogan è stato "esportato" a livello nazionale. Oggi, a testimonianza della validità della proposte realizzate, si sono aggiunte le Province di Bergamo, Lecco, Milano, Sondrio e Como. Con questa iniziativa si vuole promuovere una cultura più attenta e responsabile dell'andare in montagna, organizzando eventi ed iniziative editoriali per sensibilizzare i turisti ad un comportamento "consapevole" nel vivere l'ambiente montano.

"Scatta in montagna"

Il concorso "Scatta in montagna" è nato nel 2010. E' finalizzato alla valorizzazione dell'am-

biente montano di Lombardia e ha come obiettivo la sensibilizzazione sulla sicurezza in montagna, il rispetto dell'ambiente naturale e il suo corretto utilizzo. Attraverso il concorso Assorifugi vuole promuovere una maggiore attenzione all'ambiente montano nei suoi molteplici aspetti, a coloro che vi abitano e lavorano, ed offrire un'occasione di confronto a tutti coloro che parteciperanno all'iniziativa.

"Le tovagliette sottopiatto"

Questa è una delle attività di diffusione commerciale che sono state organizzate a livello provinciale, a seconda della sensibilità e delle necessità. L'iniziativa prevede la distribuzione ai rifugi locali di particolari tovagliette sottopiatto, che riportano stampate cartine della zona, con percorsi segnati e rifugi. La Provincia di Brescia, ad esempio, contribuisce alla stampa di tovagliette sottopiatto che vengono distribuite a tutti i rifugi della Provincia. In un progetto più ampio di illustrazione trekking, anche la Provincia di Lecco ha concorso per la stampa delle tovagliette con la cartina e le foto dei rifugi della Provincia di Lecco. Tramite l'iniziativa delle tovagliette i clienti delle strutture in quota percepiscono il collegamento fra i vari rifugi, e allo stesso tempo i gestori ne comprendono l'importanza sia come accessorio igienico sia come veicolo commerciale.



08. Materiale informativo Assorifugi

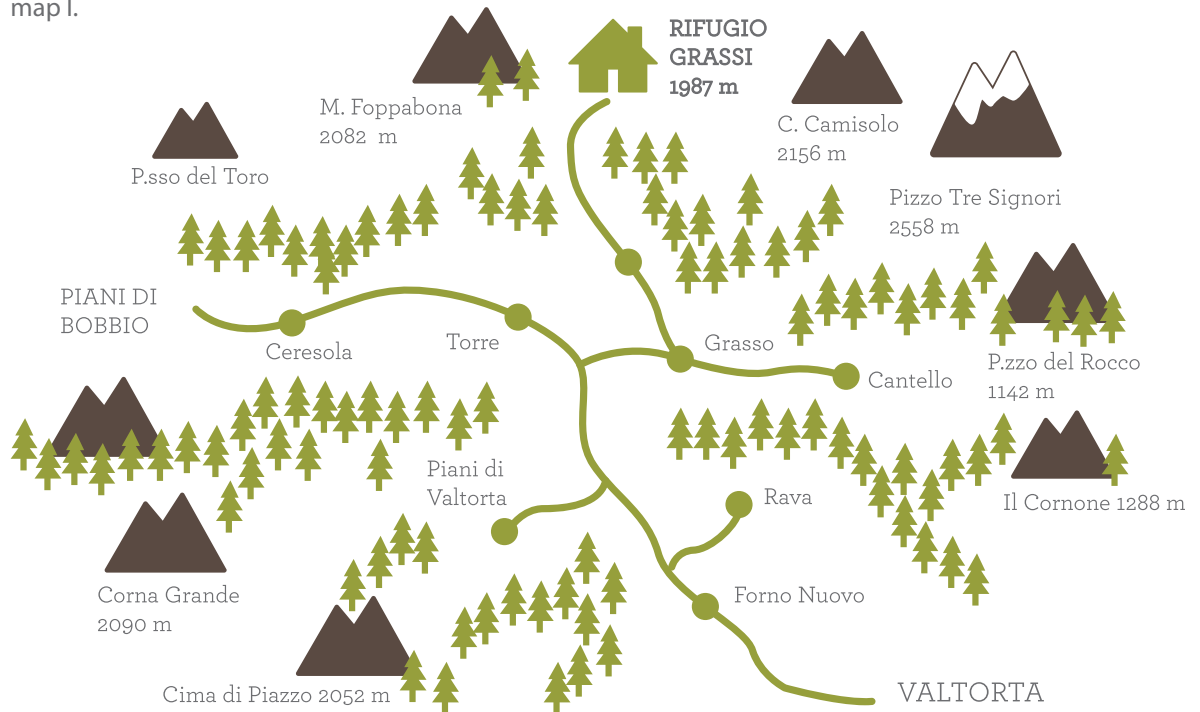


8 // IL RIFUGIO ALBERTO GRASSI: UN CASO CONCRETO

Collocato presso la Bocchetta di Camisolo, al cospetto del Pizzo dei Tre Signori, a quota 1987 m slm, il Rifugio Grassi domina il vallone dell'ampio pascolo del Camisolo, al confine fra le Orobie lecchesi, bergamasche e valtelinesi.

Di proprietà della Società Escursionisti Lecchesi (SEL) e gestita dal 2006 da Anna Bortolotto la capanna Grassi fa apertura continuata da metà giugno a metà settembre, oltre a tutti i week-end dell'anno.

map I.



La Grassi è uno dei pochi rifugi Lecchesi che è rimasto ancora un vero e proprio rifugio: per via della sua collocazione geografica non è infatti raggiunto da strade carrozzabili, dunque i rifornimenti avvengono solo a spalla o in elicottero.

8.1 La Grassi dal 1920 ad oggi

La Grassi venne inaugurata dai soci della SEL il 31 luglio 1921 per onorare i suoi caduti nella prima guerra mondiale. Come molti altri rifugi della zona, venne distrutta da un rastrellamento tedesco il 19 ottobre 1944 durante la seconda guerra mondiale, ma nel 1946 venne subito ricostruita e ristrutturata in anni recenti.

Un tempo era conosciuto per le attività estrattive. Già nel medioevo, nei pressi del rifugio, veniva svolta un'intensa attività estrattiva di minerale di piombo e di argento, come testimoniano i resti delle discariche minerarie. Per anni il materiale ferroso estratto nella zona circostante il rifugio venne impiegato per produrre chiodi nelle numerose fucine presenti nella valle Brembana. Di quella dura attività rimangono oggi, a testimonianza, solo le discariche delle miniere e gli sbocchi delle vecchie gallerie.



10. Rifugio Grassi - 1921 ca.

Intrubio - Autunno alla Binocci di Camisole (m. 2040 s. m.)

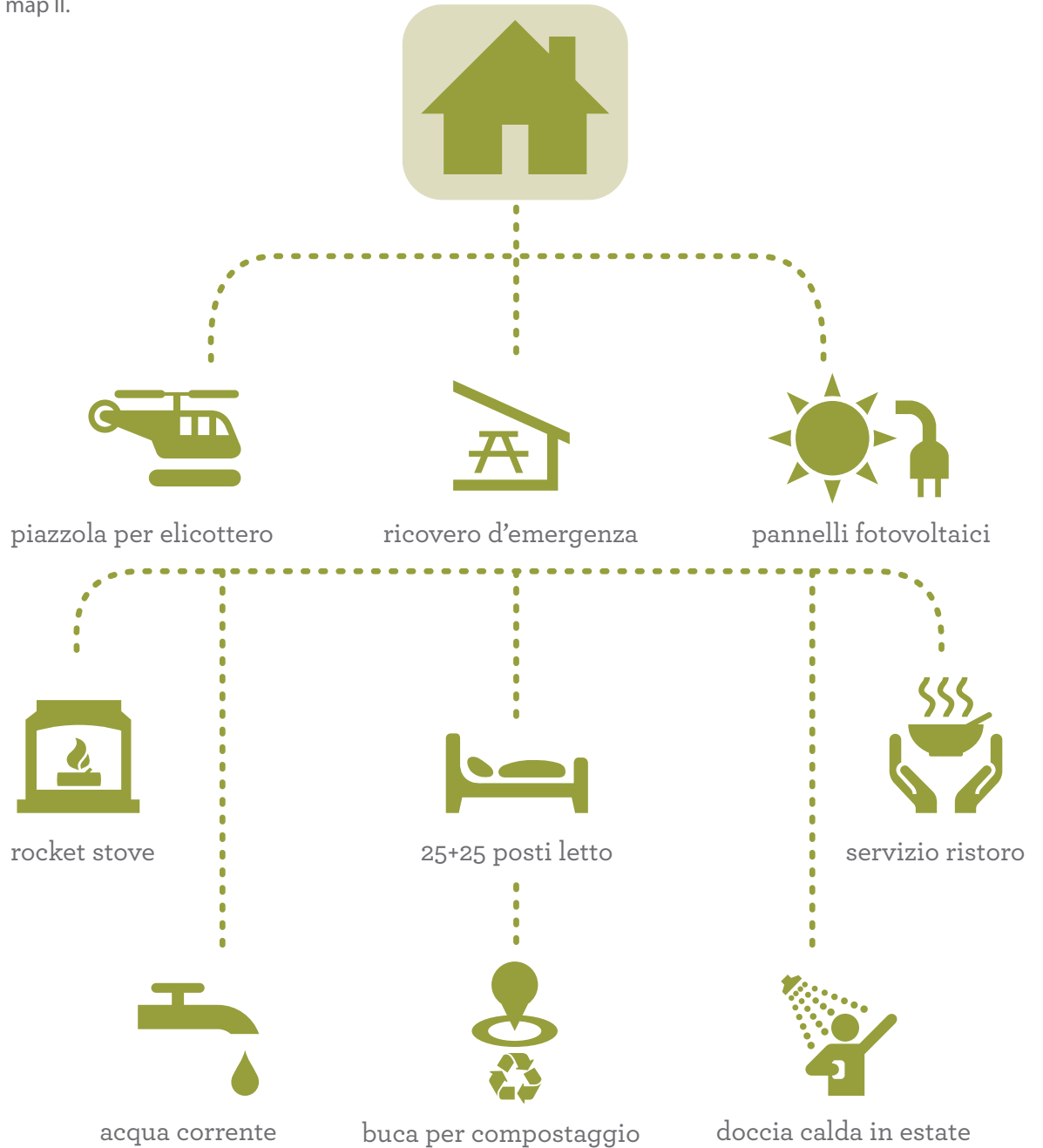


11. Rifugio Grassi 2012

La struttura odierna è costituita dall'ingresso, due sale da pranzo, cucina e locale asciugatura posti al piano terra, e da quattro camerette più una camerata comune, al piano superiore. Il rifugio è dotato di acqua corrente tutto l'anno, di un bagno interno e di un piccolo impianto fotovoltaico che consente di illuminare tutte le camere e le due sale da pranzo. Il riscaldamento degli ambienti avviene grazie ad una particolare stufa di concezione innovativa, "The Rocket Stove". Durante l'estate il rifugio offre agli ospiti un servizio di doccia calda e un bagno aggiuntivo esterno. Le camere sono semplici e confortevoli: le quattro camerette sono dotate di piumini per l'inverno, la camerata comune invece è provvista di coperte di lana. Il rifugio è dotato di piazzola per atterraggio elicottero.

8.2 Facilities alla Grassi

map II.



8.3 Mezzi di rifornimento e smaltimento al rifugio Grassi

“Il rifornimento delle provviste necessarie al rifugio e lo smaltimento dei rifiuti prodotti dallo stesso, avvengono solitamente tramite l’uso del medesimo sistema”

Regolmento CAI

map III.



IN ELICOTTERO
2/anno ca



A SPALLA
ogni settimana



MOTOCARRIOLA
in estate

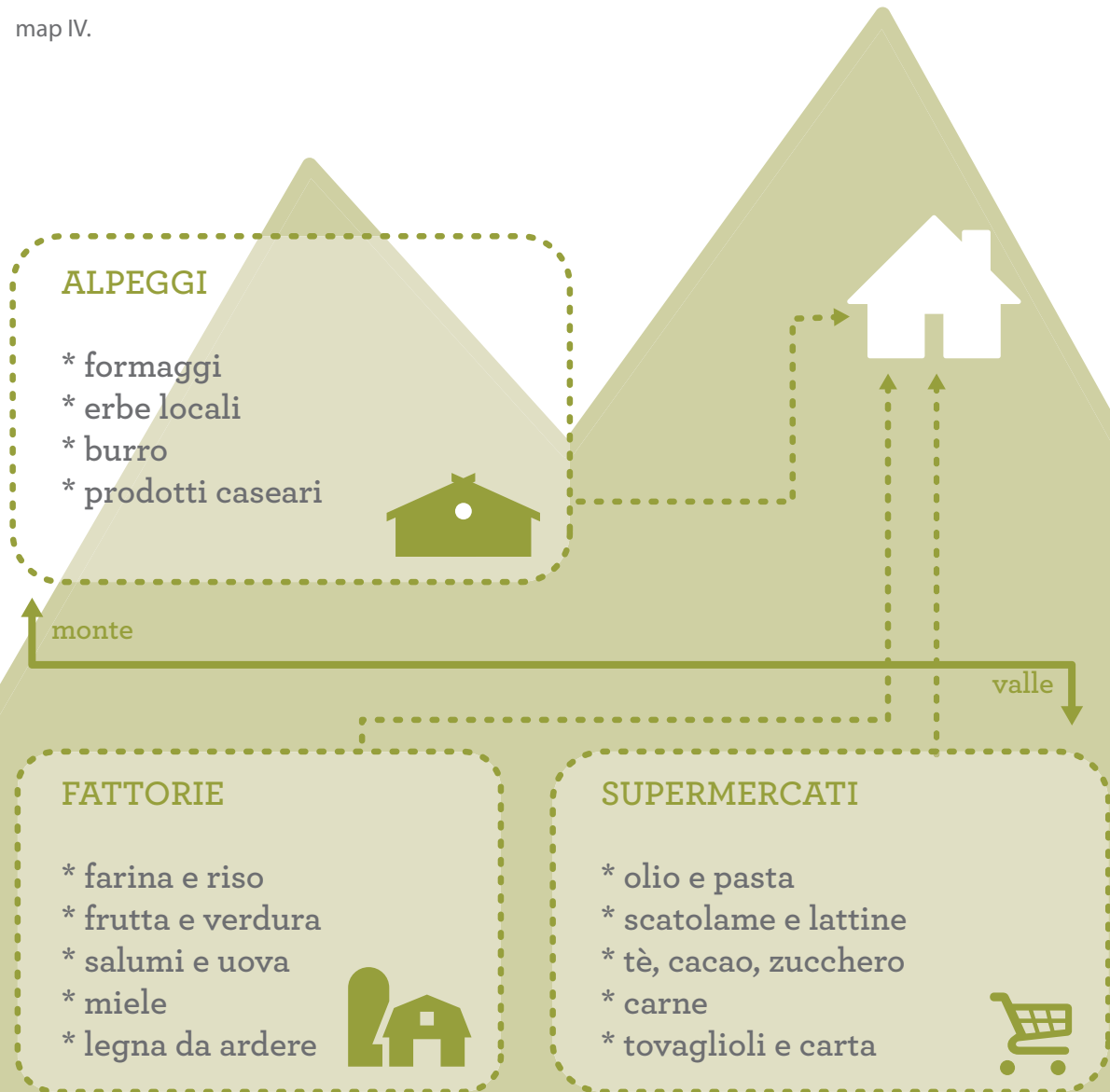


TELEFERICA
in estate

8.4 I fornitori del rifugio Grassi

Il rifugio privilegia l'acquisto dei rifornimenti presso produttori locali, in particolare alpeggi, fattorie e agriturismi della zona.

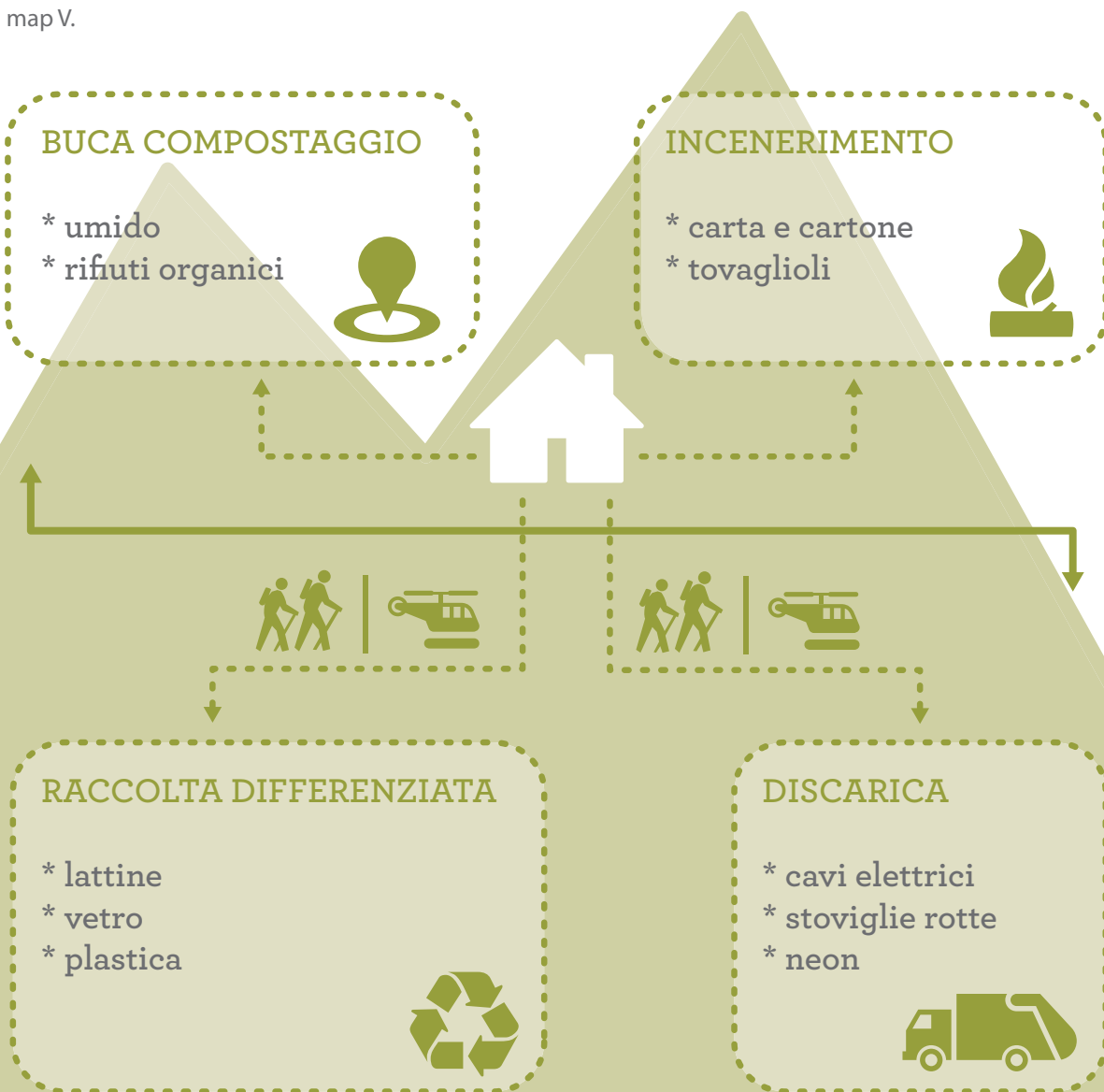
map IV.



8.5 Sistema di smaltimento rifiuti al rifugio Grassi

Il rifugio provvede allo smaltimento delle diverse tipologie di rifiuti prodotti, differenziandone la raccolta. In seguito, parte dello smaltimento avviene presso il rifugio, parte a valle.

map V.





12. Lungo il sentiero 101 nei pressi della Grassi



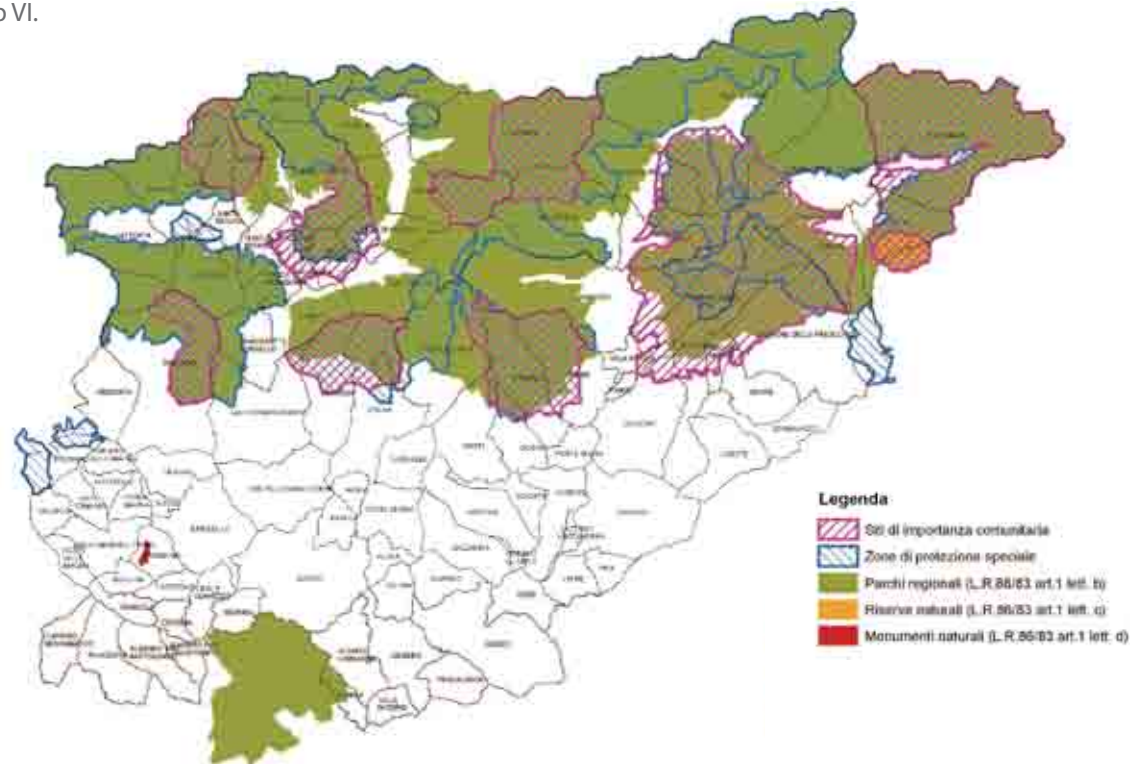
13. Il Pizzo dei Tre Signori in veste autunnale

9 // ANALISI TERRITORIALE: LA GRASSI E LE OROBIE

9.1 Il turismo montano nel territorio Orobico

La montagna, con particolare riferimento al Parco regionale delle Orobie bergamasche, alle numerose aree protette "Natura 2000" e ai molteplici percorsi trekking e itinerari sciistici, rappresenta indubbiamente il punto di forza del Sistema Turistico delle Orobie.

map VI.



Le Orobie bergamasche offrono aree naturalistiche di notevole pregio che possono costituire un forte fattore di attrazione per il visitatore. Alcune di queste valenze sono localizzate in zone specifiche, per lo più in alta valle, ma non mancano aree di rilevanza naturalistica sparse in altre zone del territorio.

Da segnalare è innanzitutto l'esistenza di due parchi regionali: il Parco dei Colli di Bergamo che, con un'estensione di 4050 ettari presenta aree eterogenee, molteplici paesaggi e bel-

lezze naturali sia in ambito collinare che montano; il Parco delle Orobie Bergamasche, che comprende parte del territorio di 44 comuni di competenza delle Comunità Montana di Valle Brembana, Valle di Scalve e Valle Seriana. E' quindi questa una realtà che coinvolge pienamente l'area della nostra analisi.

È possibile dividere il territorio del Parco delle Orobie in due zone: a nord si erge la catena delle Alpi Orobiche con cime di interesse escursionistico e alpinistico che raggiungono le massime altitudini nel pizzo Coca, pizzo Redorta e nella punta di Scais (attorno ai 3000 metri). A sud ci sono le Prealpi Orobie con i gruppi montuosi dell'Araralta, dell'Arera, della Presolana e dei Campelli .

L'ambiente del Parco offre numerose opportunità per diversi tipi di turismo; non solo alpinismo e sentieri impegnativi, ma anche semplici e comode passeggiate che permettono di godere delle ricche varietà di vegetazione: il visitatore può percorrere dei sentieri predisposti appositamente per ammirare ed entrare in contatto con la flora alpina come il "sentiero dei fiori" sul monte Arera dove sono osservabili alcune specie di vegetazione uniche al mondo.

Oltre a ciò nel sistema delle Orobie Bergamasche è presente una Riserva Naturale. Questa Riserva, di competenza del Comune di Azzone in Val di Scalve, è stata istituita per l'interesse dei boschi che la costituiscono e soprattutto per i popolamenti di formica Ruffa. Nella riserva sono presenti gli alpeggi, testimonianza della civiltà contadina e pastorale e dimostrazione di una cultura che ormai sta scomparendo.

Le aree naturalistiche protette sono quindi importanti perché esprimono la volontà di conservare le specificità di un territorio e sono sintomo di una crescente sensibilità in direzione della preservazione del patrimonio ambientale nell'ottica di un *turismo responsabile e sostenibile* malgrado le valli abbiano conosciuto negli ultimi anni un notevole sviluppo di complessi residenziali turistici.

Nella zona delle Alpi e Prealpi Orobie, in provincia di Bergamo, è radicata una cultura alpina molto solida che si traduce in servizi per i frequentatori della montagna, per questo ricca di rifugi; quasi tutti facilmente accessibili dagli itinerari trekking, altri raggiungibili anche in automobile. Qui gli escursionisti possono trovare ristoro e pernottare, il che facilita e incoraggia la frequentazione dei luoghi.

Sul territorio è attivo il CAI che, contraddistinto da un grande apporto volontaristico, garantisce la fruizione di un ampio ventaglio di servizi. Ciò consente di effettuare interventi a favore della montagna e dei suoi frequentatori come la buona gestione e manutenzione dei numerosi rifugi e bivacchi d'alta quota, il tracciamento, la realizzazione e la segnaletica dei sentieri. Il CAI organizza altresì iniziative alpinistiche, escursionistiche, speleologiche ed eventi collaterali come concerti in alta quota piuttosto che competizioni sportive.

Ragion per cui il territorio è in grado di soddisfare le richieste sia del villeggiante che del turista desideroso di fare una passeggiata tra le valli ma anche dell'escursionista sportivo indubbiamente più esperto ed esigente.

9.2 La posizione geografica del Rifugio Grassi

map VII.



9.3 Il Pizzo dei Tre Signori

Il Pizzo dei Tre Signori (“Piz di tri Ségnùr”) è, con i suoi 2554 metri, la vetta più elevata della Val Gerola. Quando pensiamo a questa cima oggi ci viene in mente soprattutto l’ampiezza del panorama che essa ci apre. Ma l’importanza di questa vetta, nel passato, era legata soprattutto al suo corpo poderoso, nel quale vennero scavate miniere di ferro, conosciute e sfruttate sin dall’epoca romana. Di qui veniva il ferro con cui si fabbricavano le armi nelle famose fabbriche di Milano. Di qui il ferro che occorreva all’esercito spagnolo durante la dominazione della Spagna.

* *Geologia*

Il pizzo è costituito da conglomerati poligenetici, fra i quali prevale il cosiddetto “Verri-cano lombardo”, un insieme di ciottoli porfirici, porfiritici e tufacei. Molto del fascino di questa montagna è legato anche al suo nome, che gli conferisce un’aria nobile, ieratica.

* *Le origini del nome*

Il nome “Pizzo dei tre Signori” deriva da quando, nel 1512, la Valtellina passa sotto il dominio delle Tre Leghe, e da allora sulla cima del pizzo convergono i confini dei domini della Serenissima Repubblica Veneta (versante orobico bergamasco), del ducato di Milano (montagne del lecchese) e, appunto, delle Tre Leghe. Ecco l’origine dei Tre Signori che danno il nome al pizzo.

* *La vetta*

Dai 2554 metri della croce di vetta si ammira uno spettacolare panorama. Ad ovest spicca il monte Legnone, ma lo sguardo raggiunge anche, a sud-ovest il Resegone, i Campelli, le Grigne. Sul fondo, ad ovest e nord-ovest, la cerchia delle Alpi con i gruppi del Rosa e dell’Oberland Bernese. A nord, a destra della Costiera dei Cech, alle cui spalle si vedono le cime della Valle dei Ratti, splendida è la visione del gruppo del Masino-Disgrazia, che si propone nella sua integrale bellezza. Ad est, invece, spiccano, nella sezione mediana della catena orobica, il Corno Stella, il pizzo del Diavolo di Tenda, i pizzi di Scais, Redorta e Coca; sul fondo, ad est, il massiccio dell’Ortles-Cevedale e dell’Adamello. In basso si vedono la Valtellina, la Val Troggia, la Val Brembana, le alture del Comasco, del Varesotto e della Brianza con tratti dei laghi di Corno e di Lugano. Infine, oltre la nebbiosa pianura padana, si scorgono i profili dell’Appennino. Se la giornata è limpida e se abbiamo uno sguardo d’aquila, scorgeremo il luccichìo della Madonnina del Duomo di Milano.

Il Pizzo dei Tre Signori fa parte del gruppo delle Alpi Orobie: sorge quasi isolato all'estremità nord occidentale della provincia di Bergamo e costituisce il punto di incontro di tre provincie lombarde: Bergamo, Lecco e Sondrio.

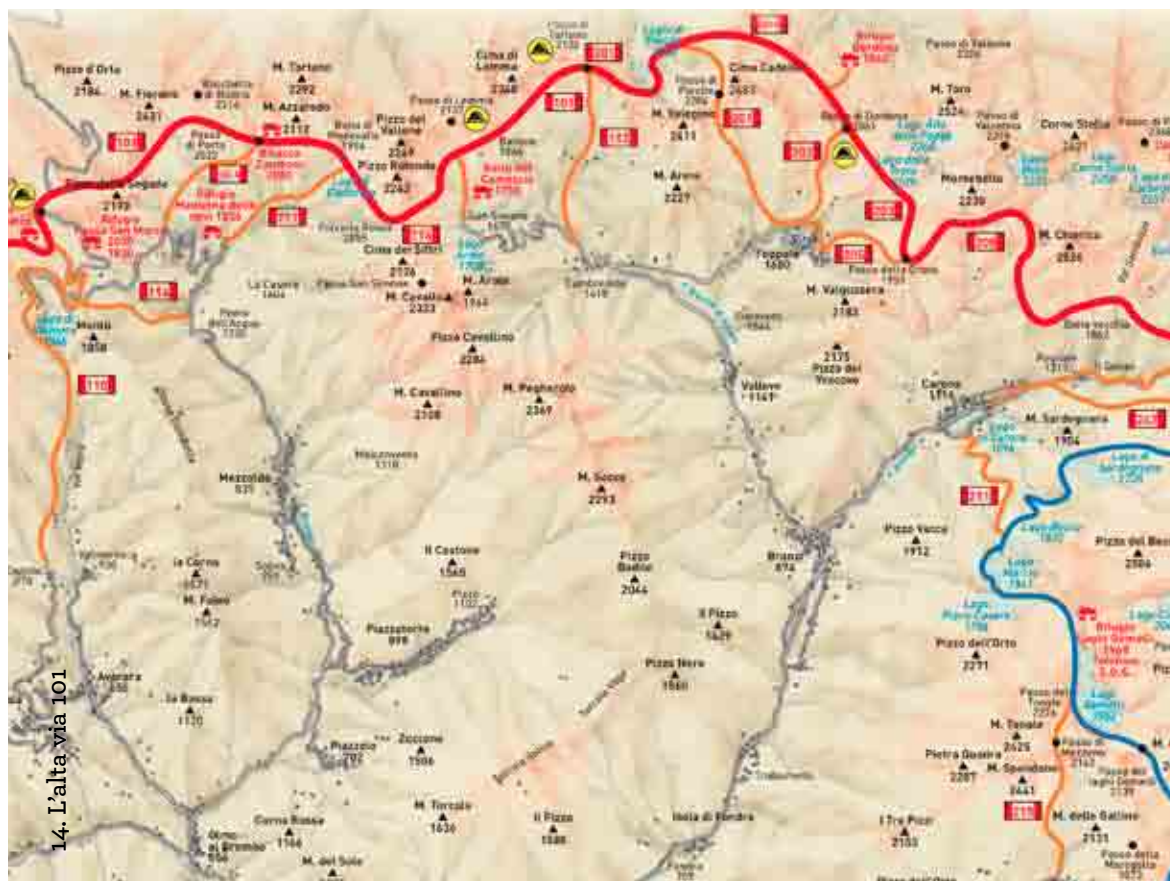
map VIII.



9.4 Le Alpi Orobie e l'alta via 101

Il Sentiero delle Orobie è un sentiero montano, o alta via, che collega diversi rifugi e bivacchi delle Prealpi Orobiche, in provincia di Bergamo. Il sentiero ha uno sviluppo complessivo di oltre 160 km e si divide in due parti principali: la prima parte (Occidentale) inizia dalla valle dello Stabina e si congiunge al tratto orientale presso il Rifugio Fratelli Calvi. La seconda parte (Orientale), invece, parte dall'ambiente calcareo della Val Canale, si congiunge all'alta Valle Brembana, percorre l'alta Valle Seriana, attraversa la Valle di Scalve, e si conclude nello spettacolare ambiente dolomitico della Conca della Presolana, luogo privilegiato da molti arrampicatori.

Il percorso permette di immergersi nel cuore e nelle zone più selvagge delle Orobie, offrendo scorci suggestivi ed innumerevoli occasioni per ammirare la flora e la fauna (marmotte, camosci, l'aquila e numerosi branchi di stambecchi).



14. L'alta via 101

9.5 La Val Biandino ed il suo alpeggio

La Val Biandino è formata da rocce di natura silicea e dunque impermeabili: per questo motivo la valle è così ricca di acqua, e dunque verdeggiante ed adatta all'allevamento del bestiame.

La Valle occupa la parte superiore del corso del torrente Troggia e si presenta come un'ampia conca dalla tipica forma a U delle valli di origine glaciale, dove le rocce sono state arrotondate dal passaggio del ghiacciaio.

L'uomo ha ridotto le zone boscive per lasciare posto ai pascoli. Gli alberi della zona sono stati utilizzati come combustibile per i forni e come armature per le mimmiere locali.

In Val Biandino (Introbio) l'allevamento del bestiame, soprattutto di bovini da latte, ha sempre avuto un'importanza fondamentale. In funzione di questa attività l'uomo ha organizzato il territorio e il proprio tempo.

- *I tempi*

Gli allevatori seguono ancora oggi il bestiame lungo le transumanze stagionali, in funzione dei momenti di crescita dell'erba; gli alpeggi vengono "caricati" portando il bestiame sui pascoli da giugno a settembre, in modo tale da sfruttare questa abbondante risorsa alimentare per le mucche.

- *Il bestiame*

Vacche - di razza bruna alpina, che da meno latte di altre per quantità, ma di qualità più elevata. E' inoltre una razza molto rustica, adatta a stare all'aperto e a camminare per lunghi tratti.

Capre - della rustica e pregiata razza orobica. Il latte di capre, aggiunto in piccola quantità a quello di mucca, viene usato per produrre il famoso formaggio DOC Bitto.

- *I formaggi*

Sono il prodotto più importante degli alpeggi: la produzione limitata in quantità è compensata da un'elevata qualità e genuinità. Vi sono molti tipi di formaggio, diversi per tecniche di lavorazione e stagionatura: primo fra tutti il formaggio Bitto DOC: prodotto con latte di vacca intero non pastorizzato e lavorato sul posto; stagionato al meno tre mesi prima di essere consumato, oltre ai classici ricotta, semigrasso, taleggio, burro d'alpe.



15. Ia. val Biandino

* *La Via del Bitto*

è una traversata che assomma in sé tanti elementi di interesse, innanzitutto storico, ma poi naturalistico, panoramico ed escursionistico. Pochi ne conoscono l'esistenza, eppure si tratta di un itinerario millenario, che risale all'epoca pre-romana, e che ha rivestito, fino all'età moderna, una funzione assolutamente strategica nelle comunicazioni fra il mondo latino e quello retico-germanico. La via del formaggio Bitto, infatti, è stata per molti secoli la via di comunicazione più diretta e breve fra la Valtellina ed il basso Lario, il che vuol dire, poi, con Milano.

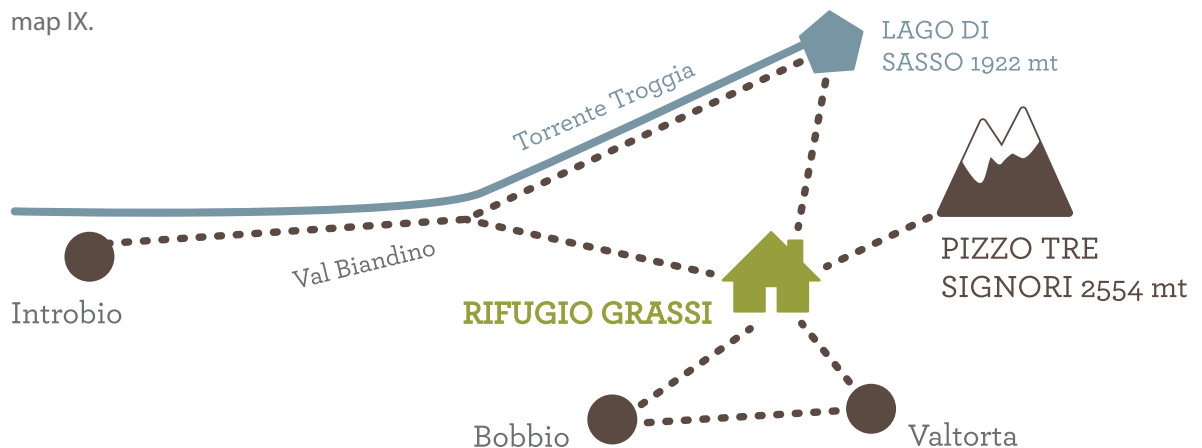
La Via parte da Introbio, nel cuore della Valsassina e si sviluppa per 11,5 km da Introbio alla bocchetta di Trona (al confine fra le province di Bergamo e Sondrio), con un dislivello in salita di circa 1500 metri, e per 20 km dalla bocchetta di Trona a Morbegno, con un dislivello in discesa di circa 1900 metri effettivi. In totale, 31,5 km circa, che, aggiunti ai 16 da Lecco ad Introbio, portano la distanza fra Lecco e Morbegno a 47,5 km.

9.6 Il lago di Sasso

Il lago di Sasso, ai piedi del pizzo dei Tre Signori in alta val Biandino, sul versante orobico bergamasco, è uno dei più bei laghetti della catena orobica.

L'origine di questo lago si deve ad una grande frana, scesa dal versante di sinistra (per chi sale) dell'alta val Biandino, che avrebbe creato uno sbarramento all'imbocco della piana ai piedi del Pizzo dei Tre Signori, sul versante orobico bergamasco. Data la natura impermeabile delle rocce di questa zona, tale sbarramento avrebbe permesso al torrente Troggia di formare il piccolo ed incantevole specchio d'acqua.

map IX.



16. Lo stambecco: il re delle Orobie



9.7 Flora e fauna intorno al Pizzo



stella alpina



botton d'oro



aquilegia



camoscio



capriolo



marmotta



ghiro



gheppio



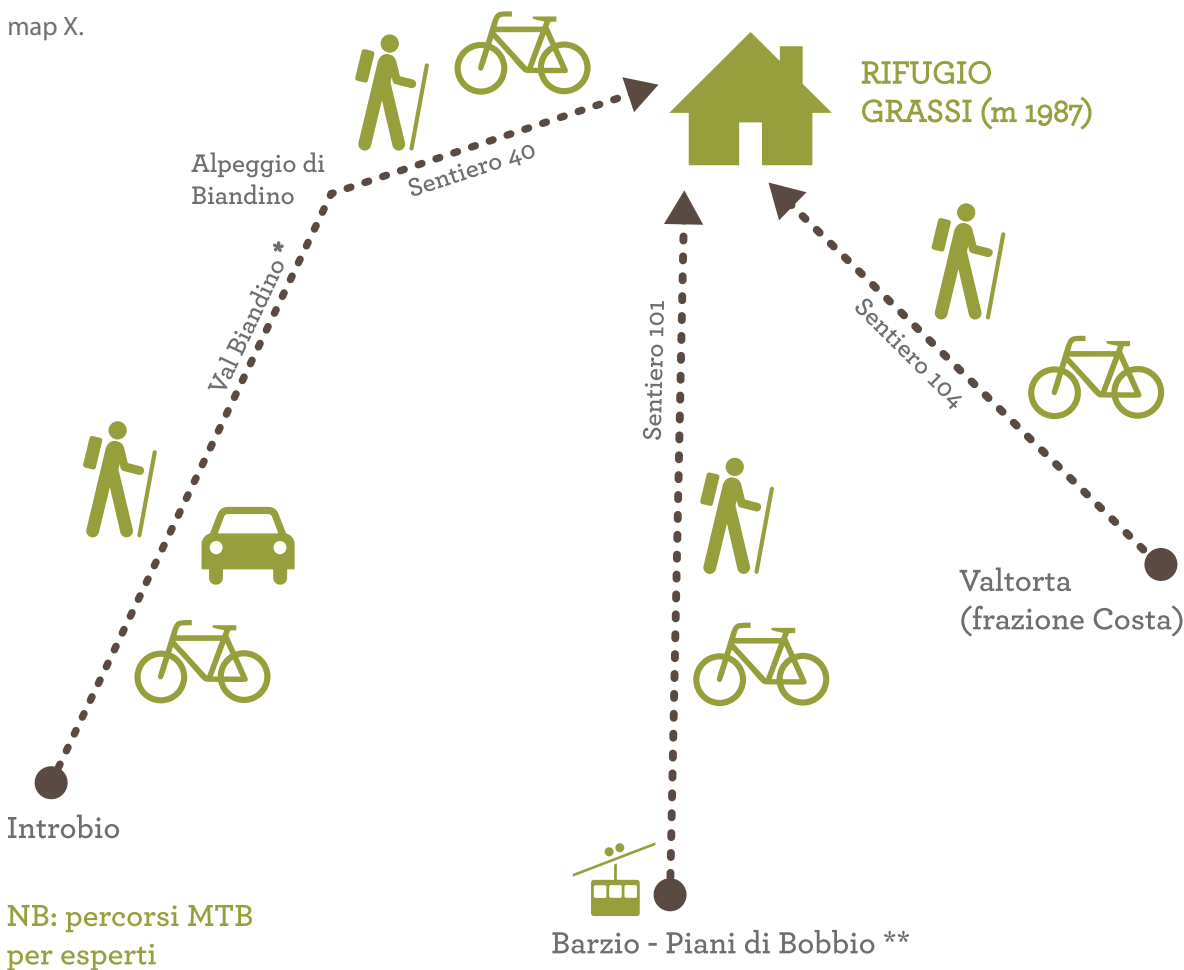
aquila

9.8 Vie di accesso al rifugio Grassi

Diverse sono le vie d'accesso al Rifugio Grassi. Le più belle ed agevoli sono le seguenti:

- * Da Introbio, per la strada della Val Biandino e poi per il sentiero n° 40 - in 3 h e 30 min
- * Dai Piani di Bobbio (Barzio) per il sentiero n° 101 - in 2 h
- * Da Valtorta (frazione Costa) per il sentiero n° 104 - in 2 h e 30 min

map X.



* La strada della Val Biandino è percorribile in jeep sino all'alpeggio di Biandino, con servizio organizzato.

** I Piani di Bobbio sono raggiungibili da Barzio tramite funivia



17. Indicazioni per la Grassi lungo il sentiero n. 40



18. Anna in cucina

10 // OSSERVAZIONE DEGLI UTENTI

10.1 Il rifugista: custode dei monti

il ruolo del rifugio e, naturalmente, del rifugista sta subendo negli ultimi tempi profonde modifiche. Dal riparo (alpino) all'ospitalità in quota, buona cucina compresa, corre circa un secolo.

Con l'eccezione di storici ospizi lungo i principali valichi, si può dire che i rifugi siano nati con l'alpinismo o, meglio, con la crescita del Club Alpino Italiano. I benemeriti pionieri di quei tempi si posero subito il problema di assicurare un riparo (e il termine rifugio ne rispecchia in pieno la funzione) agli alpinisti, dove riposare in vista di una ascensione o sorpresi in quota dal maltempo.

L'alpinismo di allora non aveva fondi (sicuramente molto meno di oggi), per cui tra i primi rifugi troviamo baracche di minatori o vecchie malghe adattate alle meglio. Nei diari di questi pionieri troviamo accenni a difficili notti su tavolati o sulla paglia, senza una stufa o fornello sul quale poter scaldare le vivande.

I rifugi confortevoli arriveranno dopo, quando i monti incominceranno ad essere frequentati da un numero crescente di alpinisti e da società escursionistiche. Il riparo finirà col trasformarsi in un ambiente dotato di comodità e di "lussi" quasi cittadini, senza però perdere il fascino di una struttura che consente di vivere in ambiente spesso selvaggio.

Negli ultimi decenni sono avvenuti grandi cambiamenti anche per i rifugi. Alcuni, sul tracciato di strade percorse da un numero crescente di auto, si sono trasformati in ristoranti, altri situati su passi sempre più frequentati da flussi turistici di rifugio hanno solo il nome, perché sono una specie di bazar con souvenir e ninnoli d'ogni genere.

Ma il *rifugio* rimasto fedele al suo nome è quello che non solo si raggiunge con una qualche fatica, ma dove il ruolo di chi lo gestisce continua ad essere fondamentale. Non vogliamo fare un inutile elogio del bel tempo che fu, né rievocare figure mitiche di rifugisti, certo è che il rifugista è colui che "fa" il rifugio, che fa sentire veramente speciale questo luogo tra o sotto le cime.

Sicuramente rifugio e rifugista hanno dovuto (e devono) adeguarsi ai tempi. Ma come il rifugio non è un albergo, così il rifugista non è un albergatore o un oste. Né tali devono essere considerati.

Il rifugista è prima di tutto una persona (non possiamo più dire un "uomo" perché ci sono

efficientissime rifugiste) che ama la montagna e che proprio per questo ha scelto il non facile compito di condurre un rifugio.

In secondo luogo il suo ruolo continua ad essere di primaria importanza nei confronti della montagna stessa e di chi la frequenta. Anzi, è l'indispensabile tramite tra l'alpinista e l'escursionista e l'ambiente alpino. In più garantisce un presidio al monte e per chi lo frequenta, svolgendo al tempo stesso una funzione di controllo e di assistenza continuativi per un ampio periodo dell'anno.

...Con un pizzico d'invidia: dopotutto il rifugista è quello che, rispetto a tutti noi, vive più vicino alle stelle.



19. Notte stellata nella valle dell'Adamè by A. Pettinari

10.1.1 Mansioni ed attività del rifugista

Il Rifugista è dunque una persona scelta dalla sezione proprietaria del rifugio per la conduzione di attività di tipo aziendale (turistico/alberghiera) da svolgersi nell'ambito della struttura, mediante specifico contratto.

Ma il rifugista è anche (e soprattutto)...

map XI.



10.1.2 Il gestore del Rifugio Grassi: Anna Bortoletto

Anna ha poco più di trent'anni ed è originaria di Cadoneghe (Padova).

Amante della montagna sin da bambina è una buona rocciatrice e una brava sci alpinista. Ha sempre sognato di fare la rifugista e, dopo essersi laureata in filosofia, insieme con il fratello Peter ha intrapreso giovanissima la carriera di rifugista.

Prima della Grassi, dove è presente dal 2006, ha gestito per quattro anni il Rifugio Bianchet del Cai Belluno, tra i monti della Schiara nell'Agordino.

Al rifugio Grassi, Anna si è inserita in un solco caratterizzato dalle figure di storici "capanat" uomini, cominciando dal leggendario «Pianel», fino ad arrivare a Mauro Buzzoni.

E così alla Grassi Anna ha dato subito la sua impronta femminile, colorando con una punta di rosa il Pizzo dei Tre Signori.

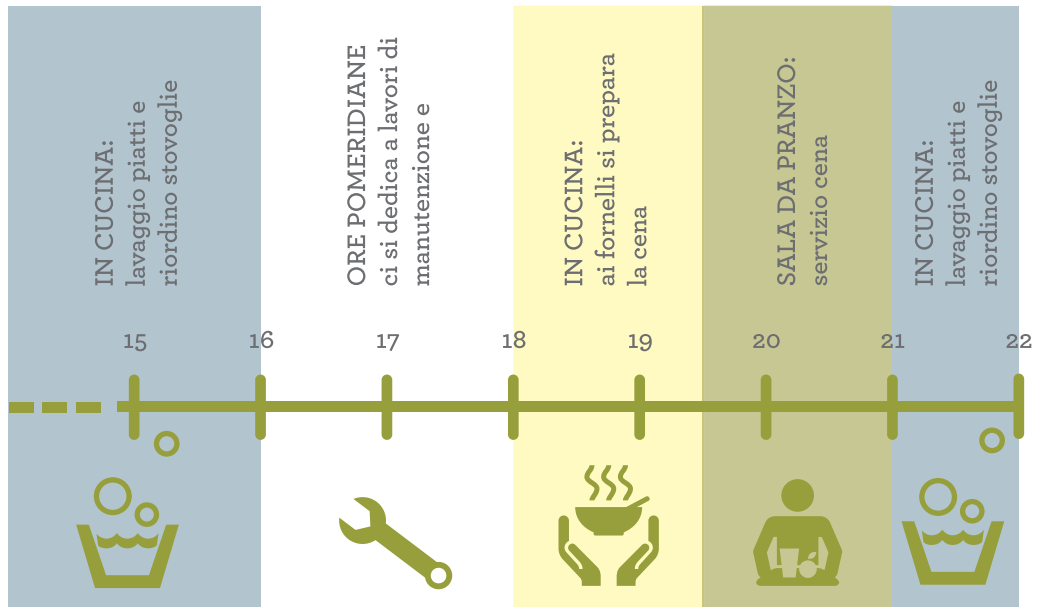
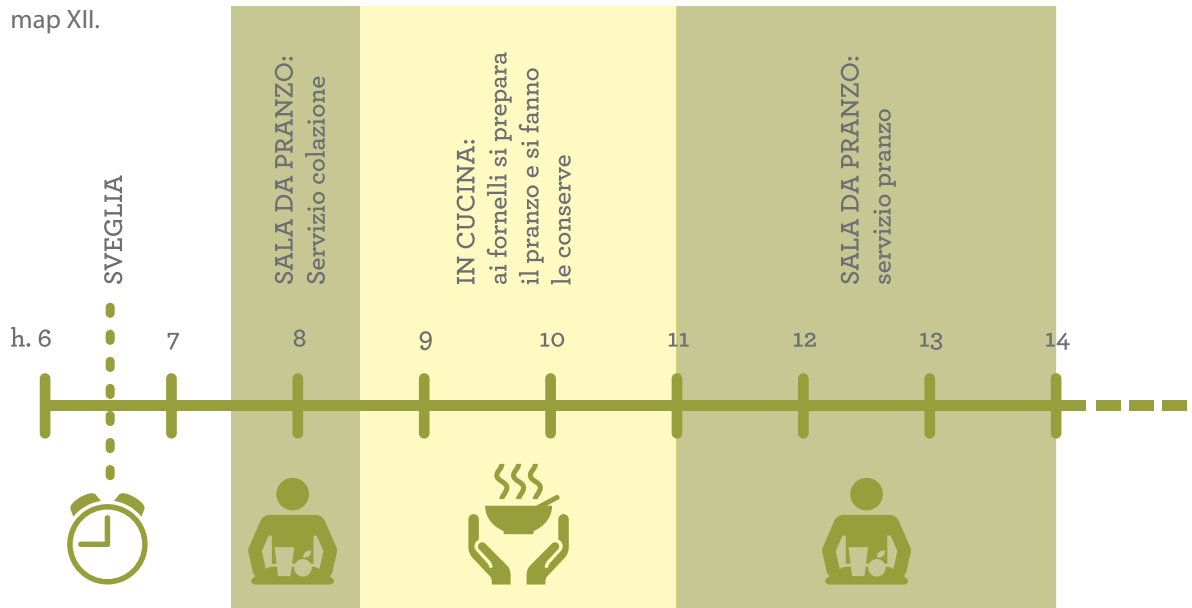
Anna è un'ottima cuoca e non perde l'occasione per deliziare gli ospiti della Grassi con le sue specialità:

- *Pane fatto in casa con farine biologiche e cotto nella stufa a legna*
- *Zuppe di verdure fresche*
- *Canederli al burro d'alpe (tipici delle zone d'origine di Anna)*
- *Pasta con radicchio rosso di Treviso, panna e noci.*
- *Lasagne di verdure*
- *Pasta con erbette e taleggio di capra*
- *Polenta taragna con grano saraceno*
- *Spezzatino alle erbe di montagna*
- *Strudel di mele*
- *Torta di grano saraceno con mele e cioccolato*
- *Crostate di ricotta fresca e mirtilli*
- *Crostate con marmellata fatta in casa*
- *Grappe ed infusi aromatizzati alle erbe di montagna*



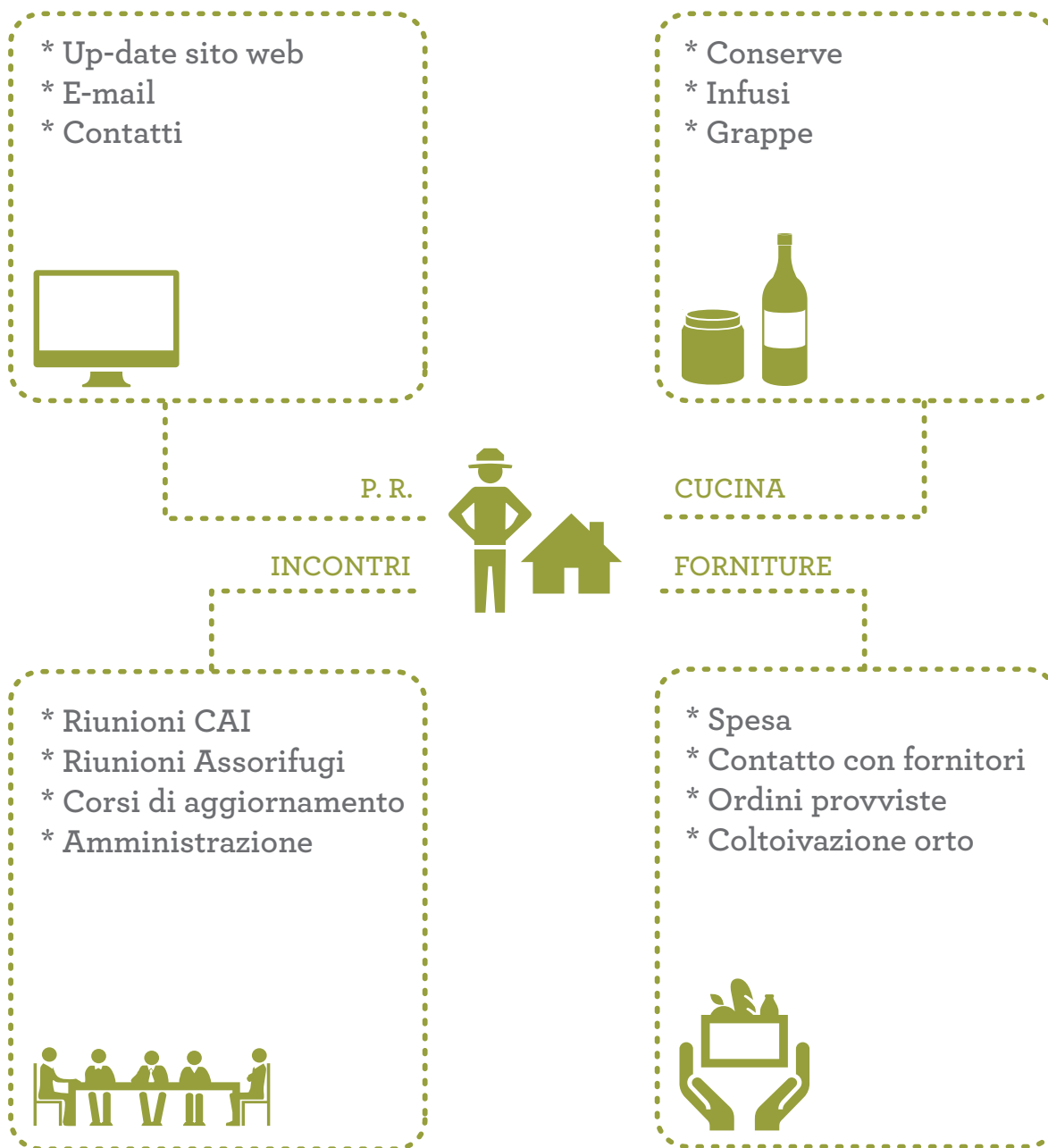
10.1.2.1 Anna: una giornata tipo alla Grassi

map XII.



10.1.2.2 Anna: le attività a valle

map XIII.



10.1.2.3 I collaboratori di Anna

Anna si avvale dell'aiuto prezioso di alcuni collaboratori: parenti e dipendenti che contribuiscono al funzionamento del rifugio nelle diverse stagioni, per periodi più meno lunghi.

map XIV.

ESTATE

/ I genitori di
Anna



Amos /
compagno di Anna



+ 2/3 aiutanti
stagionali



AUTUNNO
INVERNO
PRIMAVERA

Amos /
compagno di Anna



+ 1 aiutante
stagionale



... + Elsa e Ivo/
bimbi di Anna e Amos

10.2 Gli utenti del rifugio: non solo escursionisti

10.2.1 Clienti stagionali: estate e alta stagione

map XV.



90% italiani

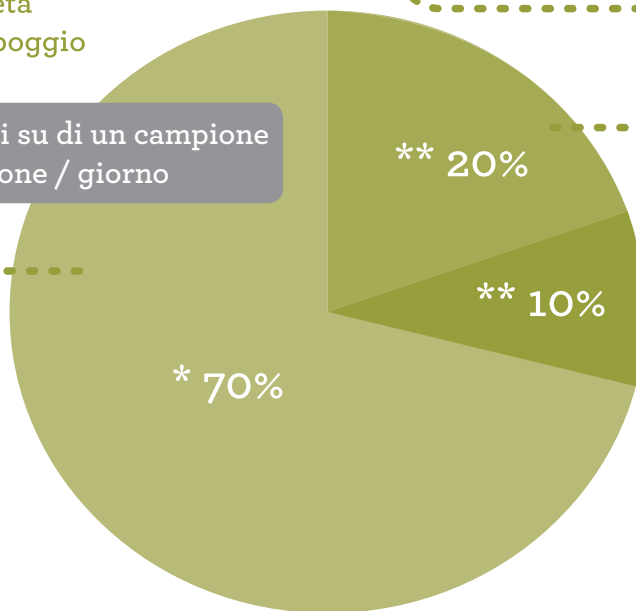


10% stranieri

* Rifugio = meta

** Rifugio= appoggio

Dati basati su di un campione di 90 persone / giorno



ESCURSIONISTI ESPERTI



- * Percorsi d'alta quota
- * Cima Pizzo tre Signori
- * Giro dei laghi
- * Alta via 101

ESCURSIONISTI OCCASIONALI E FAMIGLIE

* Salita al rifugio per stare a contatto con la natura e gustare la buona cucina



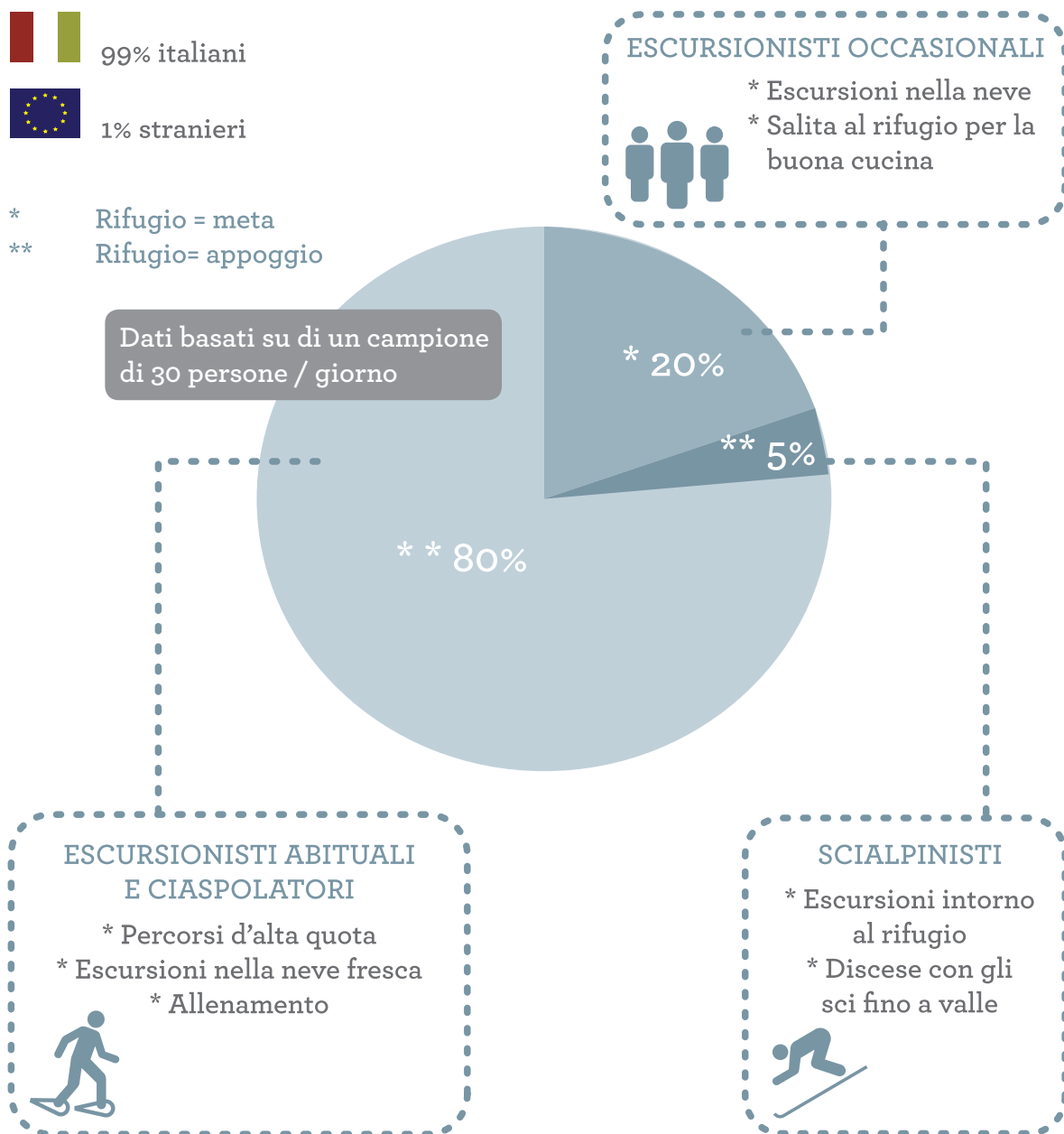
MOUNTAIN BIKERS

* Percorsi in mountainbike da Introbio - Bobbio Valtorta



10.2.2 Clienti stagionali: inverno e bassa stagione

map XVI.



10.2.3 Target di riferimento: scopi diversi uguale utenti diversi

* FAMIGLIA CON BAMBINI

Frequentano il rifugio perchè cercano il contatto con la natura ed amano stare all'aria aperta. Il rifugio rappresenta per loro una meta sicura ed accogliente dove potersi riposare al termine delle loro passeggiate.

- STAGIONE estate
- PERNOTTAMENTO occasionale
- CONSUMAZIONE merenda o pasto



“Amiamo la montagna, i suoi colori ed i suoi profumi.

Ai nostri bambini piace scoprire la natura con i suoi insetti, fiori ed animali.

Al rifugio ci attende sempre una gustosa fetta di torta per fare rifornimento di energia!”

Milena, 36 - Cristian, 40
Luca, 5 - Michele, 3

* ESCURSIONISTI OCCASIONALI - "DELLA DOMENICA"

Si recano al rifugio per allontanarsi dalla vita frenetica della città e per gustare la buona cucina di Anna ed i suoi piatti genuini. La salita al rifugio per loro è abbastanza impegnativa e dunque il rifugio rappresenta un luogo dove potersi fermare e riposare.

- STAGIONE: preferibilmente estate, occasionalmente in altre stagioni
- PERNOTTAMENTO: spesso
- CONSUMAZIONE: merenda, pasto e colazione



“Ci piace l’ambiente montano perchè dimentichiamo lo stress cittadino. Al rifugio amiamo assaggiare la cucina tipica e gustare i sapori locali. Salire richiede un po’ di fatica ma il paesaggio e la cucina di Anna sono un’ottima ricompensa!”

Massimiliano, 37 - Giulia, 35
...ed il fedele Paco

* ESCURIONISTI ABITUALI

Salire fino al rifugio è un'occasione per mantenersi in forma e per stare all'aria aperta godendo del contatto con la natura. Il rifugio rappresenta un punto d'appoggio, una fonte di informazioni aggiornate sulle condizioni dei sentieri ed un luogo di incontro.

- STAGIONE: tutte le stagioni
- PERNOTTAMENTO: sempre
- CONSUMAZIONE: pasto, colazione



“Facciamo regolarmente escursioni e traversate in montagna. Per noi il rifugio è soprattutto un luogo di incontro ed una tappa fissa lungo il nostro percorso. Presso il rifugio troviamo sempre ristoro ed accoglienza, oltre che un riparo sicuro in caso di maltempo”

Ennio 64 - Paolo 65
...e Larica

* MOUNTAIN BIKERS

Si reca al rifugio con la sua "lei": la mountain bike ovviamente! La salita è un'ottima occasione per mettere alla prova il proprio allenamento su di un percorso impegnativo ed immerso nella natura. Il rifugio è una meta ed un punto di ristoro, oppure un luogo dove fare pit-stop pronti per ripartire per la prossima tappa.

- STAGIONE: estate
- PERNOTTAMENTO: solo in caso di percorsi di più giorni
- CONSUMAZIONE: merenda, pasto e colazione in caso di pernottamento



“La salita al rifugio rappresenta per me una sfida, il percorso è molto tecnico, sia in salita che in discesa ed alcuni tratti si affrontano a spinta. Metto alla prova il mio fisico e chiedo il massimo alla mia prestazione sportiva...Meno male che ci sono le merende si Anna e la sua calorosa accoglienza!”

Matteo - 28

24. Rifugio Grassi: la sala da pranzo



11 // ANALISI DELLE OFFERTE DEL RIFUGIO GRASSI

11.1 Grassi: offerte base

** Accesso ai servizi*

Gli utenti del rifugio Grassi accedono ai servizi di base senza l'obbligo di prenotazione. Il rifugista comunica tramite il sito web ed apposito cartello a fondo valle i periodi di apertura del rifugio. Nei periodi di maggior affluenza (estate e week end) è preferibile prenotare il pernottamento e/o il pasto tramite telefono o mail.

map XVII.



11.2 Grassi: offerte extra

* Accesso ai servizi

Per partecipare alle attività organizzate dal rifugio Grassi è obbligatoria la prenotazione da parte dei partecipanti, tramite mail o telefono. Il costo della partecipazione alle iniziative è compreso nel prezzo della mezza pensione al rifugio (€ 38 adulti, € 28 ragazzi)

map XVIII.



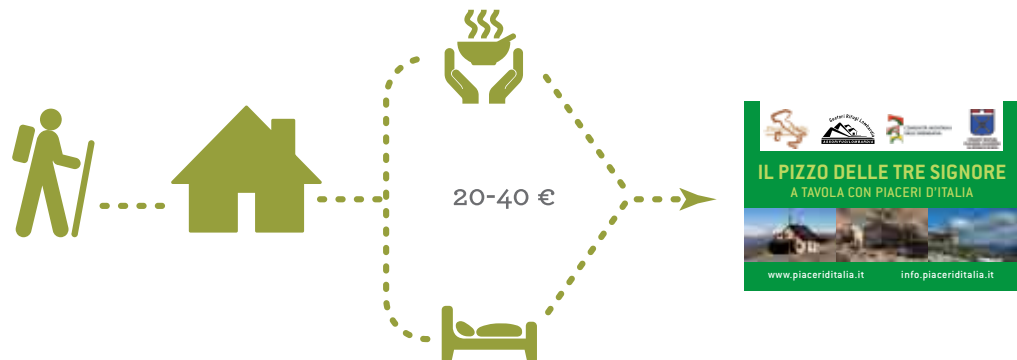
11.2.1 Offerte extra alla Grassi - casi studio

- *“Il Pizzo delle tre Signore”*

Il Pizzo delle tre Signore è un’iniziativa organizzata nell’estate del 2011 dalle tre “signore” che hanno in gestione i tre rifugi posti attorno al Pizzo: Anna Bortoletto (Rifugio Grassi), Serena Sironi (Rifugio Falc), Elisa Rodeghiero (Rifugio Benigni).

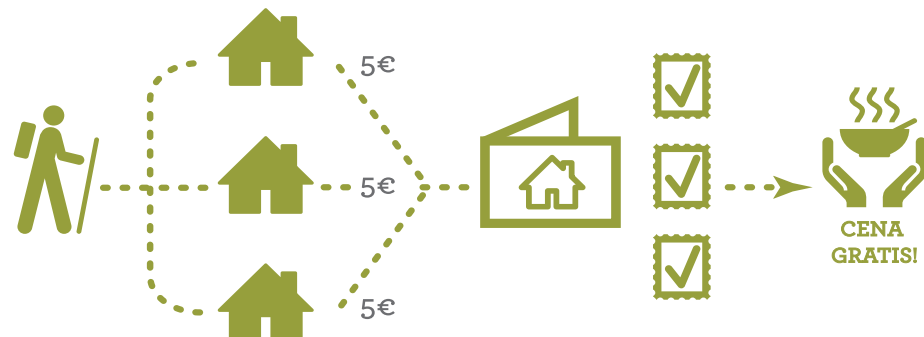
Fase1 /

Il progetto prevede la distriuzione di una tessera personale a tutti coloro che pernottino o consumino un pasto presso uno dei tre rifugi sopra citati.



Fase2 /

Con una consumazione minima di 5 € presso i tre rifugi, hanno diritto ad un timbro. Raccolti timbri dei tre rifugi si ha diritto ad un pranzo gratuito in uno dei tre rifugi a scelta.



- ***“La buona cucina sale in vetta”***

Attività promossa da Mangiar Tipico e dalla rivista Orobie. Una rete composta da 20 rifugi Cai e Assorifugi, dove poter gustare i piatti genuini delle antiche tradizioni rurali bergamasche, a contatto con la natura e l'ambiente montano. Ogni rifugio propone una serata gastronomica tipica con piatti locali al prezzo speciale di 25 €.

L'offerta base/

Ogni sabato, dal 16 giugno all'8 settembre 2012. L'iniziativa prevede l'accoglienza presso il rifugio, con consumazione di cena tipica, dall'antipasto al dolce. La serata prosegue con una proiezione cinematografica all'aperto (in caso di mal tempo all'interno del rifugio), in collaborazione con l'associazione culturale Laboratorio80.



Extra/

Per coloro che desiderassero proseguire la permanenza al rifugio è possibile prenotare il pernottamento e la colazione della mattina successiva (per un costo totale di 40 €)



12 // CONTESTO DI RIFERIMENTO MONDIALE

12.1 I Club Alpini nel mondo: alcuni esempi



12.2 Attività e servizi offerti - casi studio

* *Appalachian Mountain Club*

- Dove/

Nella regione degli Appalachi negli Stati Uniti, la quale copre un'area di ben dodici stati. Il club offre un'ampia scelta di attività, tutte coordinate e dirette da appositi volontari.

- Cosa/

L'Appalachian Mountain Club (USA) promuove la protezione, il rispetto e la salvaguardia di montagne, foreste, acque e sentieri della regione degli Appalachi.

Tra le attività vengono promosse:

- * programmi ricreativi
- * iniziative a scopo ecologico
- * campagne di informazione a scopo ambientale



"Encourage people to experience, learn about, appreciate the natural world"

- Family adventure
- Summer deals
- 50+ getaways
- Young adults getaways
- Maine's 100 mile wilderness
- Hut-to-hut adventure

www.outdoors.com

* *Alpine Club of Canada*

- Dove/

Una rete di trenta rifugi alpini, distribiti lungo il territorio Canadese, nelle aree montane più belle della zona. Le strutture offrono ospitalità e servizi per gli alpinisti e gli escursionisti.

- Cosa/

I soci del club hanno la possibilità di vivere fantastiche avventure tra le montagne ed i paesaggi mozzafiato del Canada e di tutto il mondo.

Inoltre:

- * libri e riviste legati alla cultura di montagna
- * supporto e promozione di attività a sfondo ambientale
- * gare di arrampicata
- * finanziamenti a supporto di progetti alpinistici



Activities:

- *BEES is a non-profit collaborative initiative formed to facilitate research, find solutions, and share information about energy, potable water, grey water, and blackwater at alpine and subalpine backcountry facilities. The technologies that BEES develops are functional, economical and environmentally appropriate and have application in mountain regions around the world.*
- *Leave No Trace is an national and international program designed to assist outdoor enthusiasts with their decisions about how to reduce their impacts when they hike, camp, picnic, snowshoe, run, bike, ride horses, ski or climb. The program strives to educate all those who enjoy the outdoors about the nature of their recreational impacts as well as techniques to prevent and minimize such impacts. Leave No Trace is best understood as an educational and ethical program, not as a set of rules and regulations.*

www.alpineclubofcanada.ca

* ***Minnesota State parks and trails***

• Dove/

Negli Stati Uniti, tra le bellezze selvagge del Minnesota. Una rete di parchi e sentieri per scoprire una natura ancora incontaminata.

• Cosa/

Il programma I Can è costituito da una serie di workshops dedicati a tutte le famiglie in cerca di avventura, pronte a vivere un'estate ricca di emozioni, alla portata di tutti, anche dei principianti!

I bambini potranno provare per la prima volta a pescare, arrampicare, navigare in canoa, tirare con l'arco e montare una tenda per il campeggio.

L'organizzazione:

* Un gruppo di trainer esperti segue gli utenti durante le attività

* Tutta l'attrezzatura viene fornita dallo staff

* Adventure wallet-friendly: molti workshop gratuiti

* No limiti di età: molti workshop sono rivolti a grandi e piccini



Le attività offerte:

- *I Can Camp - la tua prima esperienza in campeggio*
- *I Can Climb - la tua prima arrampicata su roccia*
- *I Can Fish - la tua prima volta a pescare*
- *I Can Paddle - il tuo primo percorso in canoa*
- *Archery in the Parks - il tuo primo tiro con l'arco*

www.dnr.state.mn.us

* *10th Mountain Hut Assotiation Colorado*

- Dove/

10th Mountain gstisce un sistema di trenta rifugi alpini distribuiti nelle Montagna Rocciose del Colorado e connessi da una rete di 350 miglia di suggestivi percorsi.

- Cosa/

I rifugi gestiti da 10th Mountain Hut Assotiation sono equipaggiati di stufe, illuminazione fotovoltaica, utensili per cucinare e stoviglie.

Innumerevoli possibilità per la pratica di:

- * scialpinismo
- * moutainbike
- * escursionismo



Hut-related workshops, events and courses:

- *Avalanche courses*
- *Wilderness first aid courses*
- *Benedict 100 ski tour*
- *Hut to hut ski tour*
- *Backcountry exploration*
- *Summer internship*

www.huts.org



26. Fase di ricerca

13 // CONSIDERAZIONI PERSONALI: OPPORTUNITÀ DI PROGETTO

13.1 Gestire un rifugio: come intervenire in un'attività così complessa?

Come abbiamo visto un rifugio alpino corrisponde ad una qualsiasi impresa turistica. Per poterlo gestire occorre essere iscritti al Registro Esercenti del Commercio (REC), avere la licenza del Comune in cui il rifugio è ubicato, nonché l'autorizzazione della ASL per poter somministrare bevande e alimenti.

Pertanto occorre fare una serie di domande, frequentare un'apposito corso, sottoporsi ad un esame. Ci vuole tempo e ci sono dei costi da sostenere.

Per le pratiche amministrative occorre servirsi di un commercialista; ci sono infatti dei libri contabili da tenere, si deve pagare l'IVA e ci sono ogni anno delle imposte da pagare.

Vi è inoltre un affitto da corrispondere alla sezione del CAI proprietaria (sempre che si tratti di un rifugio del CAI).

Un'esercizio commerciale come un altro, dunque.

Questo però non è tutto, perchè un rifugio di montagna ha un problema primario, che è quello del trasporto degli alimenti e del materiale necessario per farlo funzionare.

Non parliamo dei rifugi che sorgono in prossimità delle strade o delle funivie, ma di quelli "classici" che richiedono alcune ore di cammino per essere raggiunti.

Qualcuno pensa che i gestori salgano in rifugio ad inizio stagione con un elicottero per poi tornare a valle solo dopo tre mesi con lo stesso mezzo: si stupiscono quando scoprono che il gestore, invece, sale e scende a valle al meno una volta alla settimana a piedi e portando carichi non indifferenti di provviste e rifuti.

Gli approvvigionamenti sono un problema per i rifugi lontani delle strade; di fatto aumentano i costi. Un problema questo difficilmente comprensibile per l'escursionista che si aspetta che una lattina di birra costi meno di quanto non costi alla stazione Centarle di Milano. Di fatto è così; l'abitudine degli escursionisti di portarsi da casa ciò che serve loro per il pranzo è assodata, anzi oggi, con l'aria di crisi e gli aumenti dei prezzi, è in ulteriore aumento. Dunque i prezzi devono essere più bassi possibile, ma certamente non lo sono mai abbastanza.

Dobbiamo tenere presente che le entrate del rifugio sono solo quelle derivanti da alimenti e bevande, e quelle dell'utilizzo del posto letto per chi si ferma a dormire. Le entrate

più consistenti sono queste ultime; nella gran parte dei casi chi si ferma la sera consuma la cena e la colazione e, con la cosiddetta mezza pensione (al prezzo di circa 40 - 45 euro), il rifugista riesce, se il numero di persone è elevato, a raggranellare una discreta cifra.

Le entrate così accumulate devono servire prima di tutto a far fronte alle uscite, che sono molte e sono varie: prima di tutto l'affitto del CAI e successivamente il costo dei trasporti via elicottero, che rappresentano una spesa notevole a inizio e fine stagione.

Ci sono poi tutte le uscite per l'acquisto degli alimenti e delle bevande, poi quelle per il riscaldamento, e non meno innumerevoli spese generali che vanno dal costo del carburante e della manutenzione di un eventuale fuoristrada, a tutti gli utensili necessari per la cucina e per la manutenzione generale del rifugio.

L'apporto dei volontari amici del rifugista che lo aiutano nelle fasi di trasporto merce da valle a monte è essenziale.

Senza i volontari molti dei rifugi ora in attività non potrebbero che chiudere quasi subito.

A tale proposito è interessante l'esperienza di Fulvio Aurora, il quale è stato estore per ben vent'anni del rifugio Brioschi (posto sulla cima della Grigna Meridionale a quota 2410 metri).

Nel suo libro "Vent'anni in Grigna" ricorda il prezioso aiuto di alcuni volontari, pronti a trasportare carichi e a cimentarsi nei lavori manuali più disparati al fine di collaborare all'efficienza del rifugio brioschi.

" (...) mi sembra di poter dire, alla fine del mio mandato, che al giorno d'oggi questo sistema di aiuto reciproco esclusivamente tra amici non regge più. Occorre dunque trovarne un altro e non è cosa facile."

Al fine di progettare un'alternativa valida al sistema adottato fino ad oggi è necessario mantenere i rapporti e le relazioni con gli enti locali (vedi le Comunità Montane), con il CAI e con la Regione, creando contributi e finanziamenti per alcune attività di supporto.

Un'altra strada deve essere progettata discutendo non solo con gli organi istituzionali, ma aprendo in prima battuta il dialogo con i gestori, gli alpinisti, le guide e gli escursionisti: in altri termini con tutti coloro che sono coinvolti in prima persona nella vita di un rifugio.

Sono queste dunque le strade da percorrere ed analizzare nel tentativo di individuare forme innovative di gestione, che siano legate al nostro tempo e alla situazione di passaggio

ed instabilità economica in cui ci troviamo.

Il rifugio deve essere, innanzitutto, legato al territorio e la sua gestione richiede necessariamente di essere radicati nell'ambiente.

Il rifugio deve essere del territorio, ma non esclusivamente del comune di appartenenza, che potrebbe essere tanto piccolo da non sopportarne l'onere, piuttosto dell'intera Comunità Montana: questa la visione innovativa di Fulvio Aurora.

"(...) il rifugio dovrebbe restare di proprietà dei CAI, lasciato però in comodato d'uso alla Comunità Montana, con l'impegno di tenerlo in funzione e di sostenerlo economicamente per tutto ciò che è necessario. La Comunità potrebbe dunque avere più facilmente finanziamenti dalla Regione o dalla Provincia e soprattutto sarebbe più vicina e responsabilizzata alla realtà del rifugio stesso. (...) "

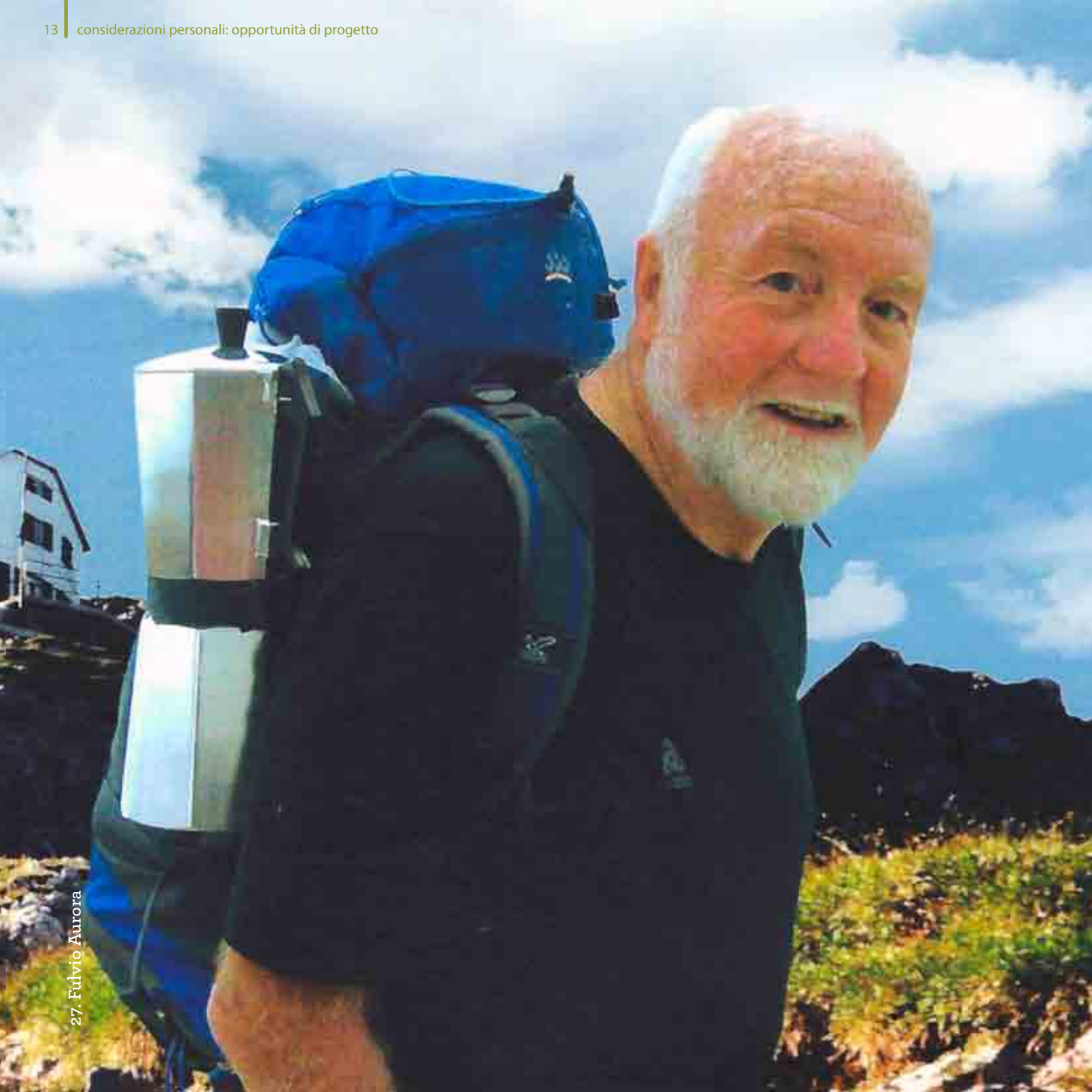
E' questa una riflessione che si potrebbe estendere a tutti i rifugi collocati lontano da strade e funivie e resi dunque più vulnerabili dalla loro stessa posizione geografica.

Vi è un altro aspetto che valorizza il ruolo della Comunità Montana in ambito di gestione dei rifugi: ovvero la possibilità di avvalersi di volontari e di utilizzare al meglio i servizi e le imprese che il territorio offre.

Spesso infatti i volontari che "danno una mano" al rifugista sono autoctoni della valle o di zone limitrofe, in quanto vi è totale assenza di un sistema che renda accessibile a tutti la possibilità di collaborare.

"(...) Sottolineo la necessità di creare una condizione favorevole al volontariato, perché non si può pensare di avere tutto, in termini di finanziamento, dalla Comunità Montana. I volontari trovano un certo gusto nel frequentare il rifugio, consolidano le amicizie, formano delle cordate per fare escursioni in alta quota; presso il rifugio addirittura si ritrovano per organizzare trekking e spedizioni extra-europee. I volontari aiutano e danno consigli, trovano anche delle soluzioni a problemi che per essere risolti richiederebbero investimenti notevoli. Sarebbe forse necessario darsi un'organizzazione, sia per non lasciare niente al caso, sia per dare maggiore soddisfazione a coloro che collaborano. Un tempo avevo pensato di proporre la costituzione di un'associazione a tale scopo: in una situazione in cui la Comunità Montana ha nelle sue mani i rifugi del CAI un'associazione ad hoc a supporto di quanti cooperano alla funzione del rifugio sarebbe indispensabile oltre che auspicabile."

(Fulvio Aurora 2010)



13.2 Rifornimento e smaltimento: settori in attesa di innovazione

Dall'approfondita ricerca etnografica che ho condotto è emerso che, a livello nazionale come a livello mondiale, non è ancora stata progattata una vera e propria alternativa ai classici sistemi di rifornimento e smaltimento in quota.

Come "classici" intendiamo quei sistemi "tipici" di trasporto utilizzati fino ad ora, che prevedono l'utilizzo dell'elicottero per le forniture più ingombranti ed un grande impegno da parte del rifugista stesso, il quale provvede a portare a spalla tutto il resto necessario, anche quotidianamente.

Il rifugista si avvale già certamente della collaborazione di alcuni amici o clienti fissi del rifugio, senza però potersi appoggiare ad un sistema di servizi organizzato, che gli permetta di godere appieno di una modalità di rifornimento efficiente.

D'altro canto esiste certamente l'esigenza, da parte di quanti frequentano l'ambiente alpino, di poter usufruire di un servizio efficiente presso le strutture di ospitalità in quota, le quali stanno diventando sempre più delle piccole realtà alberghiere, dove non solo viene offerto un letto ed un piatto caldo, ma dove esistono dei veri e propri menù, con tanto di ingredienti freschi e biologici che non sono certamente da considerare a "basso costo" o a lunga conservazione.

Questo panorama di esigenze ed offerte sempre più ampio ed articolato ha fatto sì che volgessi l'attenzione del mio progetto alla creazione di un sistema che supportasse ed organizzasse le attività di rifornimento e smaltimento presso i rifugi, andando ad agire in maniera sinergica con quelle "micro-organizzazioni" che di per sé già esistono naturalmente e che vedono il rifugista ricorrere all'aiuto dei clienti del rifugio.

Rifornimento e smaltimento: da buona alpinista ed utilizzatrice dei servizi di ricettività in quota, sono stati proprio questi i temi scottanti che hanno destato il mio interesse. Nelle zone più impervie, ormai, ci viene offerto tutto (o quasi) ma non dobbiamo dimenticare che, quanto di "comodo" troviamo in montagna, è a nostra disposizione grazie a qualcuno che lo ha trasportato appositamente.

// PARTE III

IL PROGETTO BACK PACK

14. Back Pack: costruzione del brief
15. Concept del servizio
16. La fase di startup
17. System map
18. Touchpoints
19. Advertising e comunicazione
20. User journeys
21. Prototyping al rifugio Grassi
22. Conclusioni



28. Rifugio Grassi - inverno 2011

14 // BACK PACK: COSTRUZIONE DEL BRIEF

14.1 Come è nato Back Pack

Back Pack è nato un giorno di inverno, mangiando gustosi salumi attorno al tavolo del Rifugio Grassi: ottimo il salame contadino...ma purtroppo senza pane d'accompagnamento!!

Vi spiego meglio:

Faceva freddo quel 19 febbraio del 2012: la neve copriva ogni cosa, accumulata in bizzarre forme modellate dal vento. Ed ecco quattro amici giungere al rifugio dopo una lunga camminata:

"è ora di pranzo e non vediamo l'ora di rifocillarci con un buon panino caldo!"

Ma una sorpresa inaspettata ci attende: questa domenica Anna ha finito le scorte di pane e non è potuta scendere a valle a fare rifornimento per non lasciare incustodito il rifugio.

"ragazzi mi dispiace ma dovrete accontentarvi dei salumi senza accompagnamento"

E così i quattro amici si accomodano ed osservano i loro zaini:

"avremmo avuto spazio sufficiente per portare ognuno al meno 1 Kg di pane o qualsiasi altra vivanda!"

Anna avrebbe voluto avvisare a valle per farsi portare le provviste necessarie...ma non sempre tra gli amici ed i clienti fissi ce n'è qualcuno a disposizione:

"Se esistesse un sistema che mi permettesse di comunicare le mie necessità a quanti hanno in programma di salire al rifugio, allora potrei avvalermi della collaborazione dei miei clienti per rendere il servizio del rifugio più efficiente!"

...E così è nato Back Pack //

14.2 Obiettivi di Back Pack

Back Pack nasce con l'intento di creare una comunità di supporto all'attività dei rifugi in quota.

Dalla ricerca sul campo è infatti emerso che il rifugista si trova spesso in difficoltà nel dover gestire in completa autonomia le fasi di rifornimento provviste e smaltimento rifiuti, in particolare presso quelle strutture che sono collocate al di fuori delle strade poderali e che non sono dunque raggiungibili con gli automezzi o con le funivie / teleferiche.

Gli escursionisti che decidono di diventare parte di questa community di supporto sono dunque legati da un comune interesse, ovvero quello di rendere più agevole ed efficiente il servizio dei quali loro stessi usufruiscono: la funzionalità del rifugio alpino.

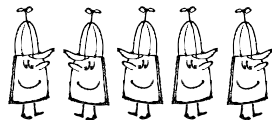
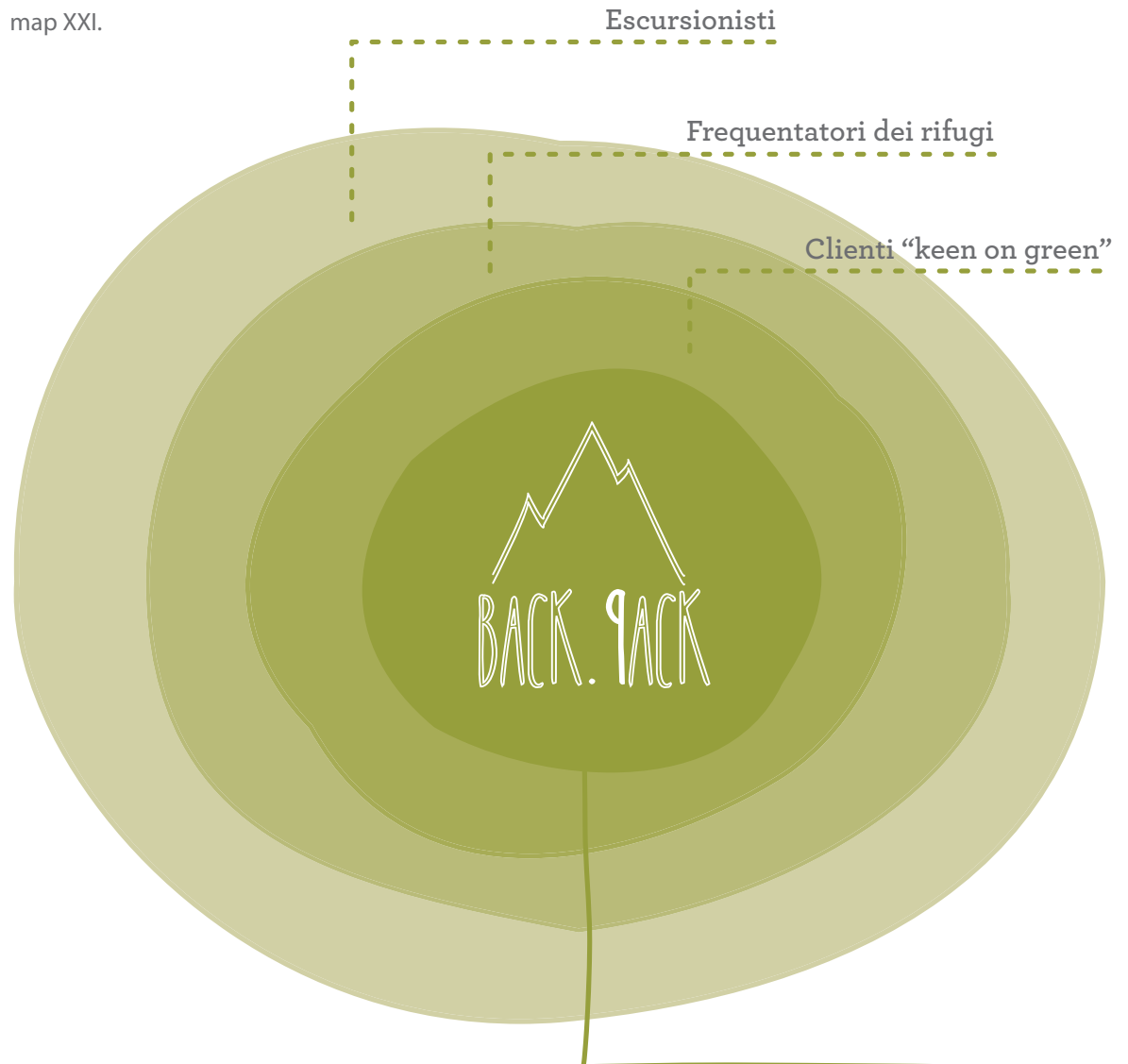
Si crea dunque un interesse comune tra gli utenti i quali, aderendo al servizio, contribuiscono all'efficienza delle strutture e, allo stesso tempo, danno un valore aggiunto al loro "andar per monti".

Il salire non è più solo un piacere personale o una gratificazione per il corpo e lo spirito, ma diventa un gesto utile, finalizzato anche ad un secondo scopo che nobilita l'atto stesso di andare in montagna: l'escursionista diventa un anello della catena che lega l'alpe alla valle e da ciò ne trae merito.



14.3 Fasce di utenza: una nicchia nella realtà degli escursionisti

map XXI.



Back Pack Community:
una nicchia di escursionisti a sostegno del rifugio,
nelle sue attività primarie di rifornimento e smaltimento.

Il servizio Back Pack si rivolge a tutti i frequentatori dei rifugi: a tutti coloro che fanno uso dei servizi offerti dalle strutture in quota.

E' certo che la fascia di utenza del servizio sarà costituita da quanti hanno più a cuore l'attività del rifugio stesso e che desiderano mettersi in gioco in prima persona nel collaborare alla funzionalità della strutture ricettive in quota.

"Escursionisti keen on green": così ho definito la nicchia entro la quale si collocano gli utilizzatori di Back Pack.

Entusiasti, appassionati, fanatici, desiderosi: degli estremisti del verde!

Sono queste le caratteristiche di coloro che vedono nel rifugio non solo un servizio dovuto, ma soprattutto uno spunto per cooperare a rendere la montagna più ospitale, un ambiente non solo dove trovare ristoro ma anche e soprattutto un luogo dove rendersi utili e dove poter mettere al servizio degli altri le proprie possibilità.

Ecco la *community dei Back Packers*: dei semplici escursionisti nei panni di aiutanti riconosciuti a livello nazionale e facenti parte di un sistema organizzato da valle a monte.

14.4 Modello Back Pack

Back Pac si basa su di un modello a strati: ogni strato va a supporto di quello soprastante e ne permette l'effettiva funzionalità.

Vediamo in dettaglio la struttura dei vari livelli e come essi sono organizzati all'interno del modello.

Alla base del modello si collocano i providers del servizio stesso, ovvero il Club Alpino Italiano (CAI) e le Comunità Montane locali, proprie di ogni zona in cui il servizio viene messo in atto. Questi enti, in qualità di promotori del servizio, sono coloro che rendono accessibile Back Pack e ne gestiscono il corretto funzionamento in tutte le sue parti.

Direttamente dai providers sopra citati deriva la comunità di escursionisti che rende effettivamente esistente Back Pack stesso: è in fatti grazie a questa supporting community che il servizio si attua e viene messo in atto a 360°. Gli escursionisti costituiscono dunque la rete di connessione tra valle e monte e sono fondamentali perchè il servizio possa funzionare.

map XXII.

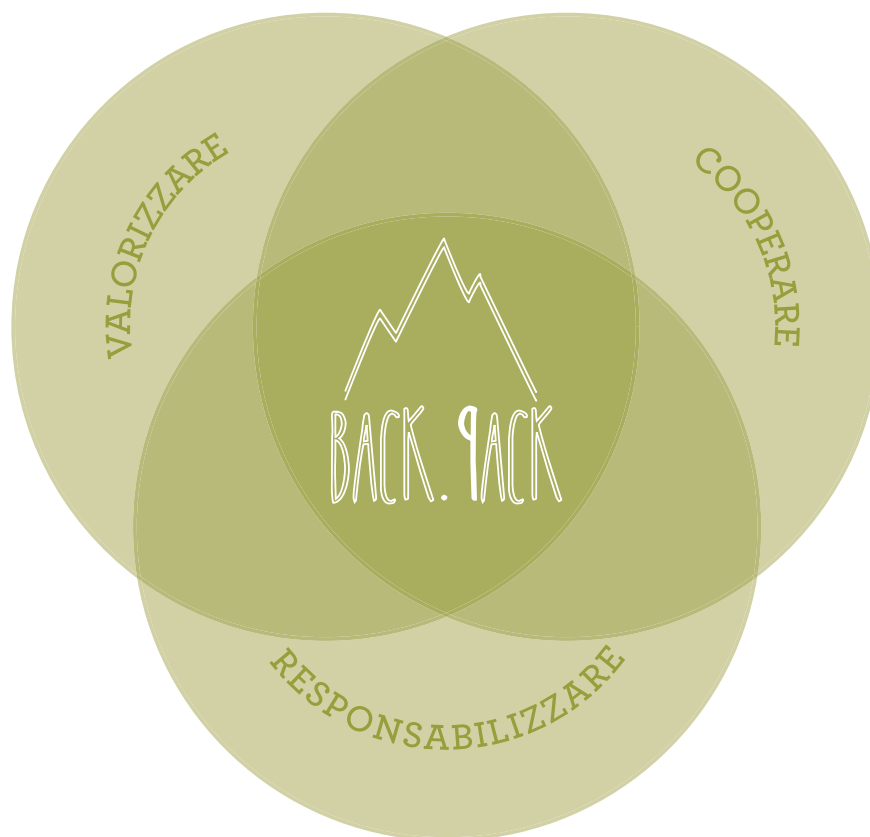


Al centro del modello troviamo il servizio stesso: la piattaforma Back Pack, con le sue offerte primarie di rifornimento e smaltimento, che supportano la rete di rifugi aderenti e connettono la strutture di ricettività in quota con le realtà di valle, ovvero i service providers e la community di supporto.

Nello strato più alto del sistema si trovano i beneficiari ultimi di Back Pack, ovvero la rete di rifugi aderenti, che godono dei servizi di rifornimento e smaltimento che il modello vuole promuovere e rendere sempre più efficienti.

Grazie al modello Back Pack il *monte* si connette in maniera diretta con la *valle*, attraverso un sistema di livelli stratificati che generano una continuità fra le realtà costituenti il servizio.

14.5 Principi a supporto di B.P: Cooperare, Responsabilizzare, Valorizzare



map XXIII.

- *Valorizzare*

Ovvero dare un significato maggiore alla collaborazione dei volontari nelle attività del rifugio, aprendo la possibilità di cooperare a tutti coloro che lo desiderano, e non soltanto ad un *élite di amici del rifugista*.

Valorizzare dunque tramite l'organizzazione e la creazione di un sistema, entro il quale gli utenti si possano identificare e riconoscere come parte fondamentale per la funzionalità del sistema stesso.

Con Back Pack si vuole dunque sistematizzare un'attività di aiuto ai rifugi che di per sé già esiste, ma che non è mai stata progettata in maniera organica e non ha dunque avuto, fin ora, la possibilità di diventare un servizio realmente riconoscibile come tale.

- *Cooperare*

Permettere a tutti i frequentatori della montagna di partecipare attivamente allo svolgimento della attività di base del rifugio, divenendo in questo modo collaboratori riconosciuti non solo dal rifugista, ma anche da tutti coloro che utilizzano i servizi del rifugio.

Con back Back si vuole dare una risposta collaborativa alla domanda di aiuto sempre più crescente che emerge dalla realtà dei rifugi.

Cooperando alle fasi di rifornimento e smaltimento i volontari di Back Pack si sentono parte di una community organizzata e ben strutturata, a cui sono riservati meriti e a cui i rifugi devono molto, sia in termini di riconoscenza che in termini di effettiva operatività.

- *Responsabilizzare*

Tramite la diffusione del servizio Back Pack lungo tutta la rete nazionale dei rifugi si punta ad un'ulteriore specifico obiettivo: rendere consapevoli quanti utilizzano i servizi dei rifugi di quanto possa essere importante, se non indispensabile, la cooperazione di coloro che vivono la realtà montana al fine di permettere una buona efficienza dei rifugi stessi.

Se il rifugista si trovasse completamente solo a dover gestire il complesso sistema a lui affidato, molto probabilmente non riuscirebbe a sopperire alla domanda degli utenti in maniera sufficientemente efficace e si vedrebbe costretto dunque a ridurre l'offerta, con una conseguente perdita anche da parte della clientela del rifugio.



LET'S BACK PACK!

15 // CONCEPT DEL SERVIZIO

15.1 What if... We Back Pack?

Back Pack nasce con lo scopo di creare una community di escursionisti che sia a diretto supporto della attività di rifornimento e smaltimento del rifugio e che possa rispondere in maniera efficace alle necessità del rifugista, soprattutto nelle situazioni di “emergenza”, quando cioè il gestore del rifugio è impossibilitato a sopperire autonomamente alle esigenze di rifornimento provviste e smaltimento rifiuti da e per il rifugio.

Ciò è possibile grazie all’implementazione di un piattaforma on line, la piattaforma Back Pack appunto, la quale costituisce la struttura fondamentale del servizio. Tale piattaforma è di libero accesso per tutti gli utenti che desiderano partecipare a Back Pack ed include la rete di rifugi aderenti, i fornitori selezionati e gli escursionisti che decidono di diventare membri della community dei Back Packers.

15.2 I sondaggi sul campo

- ***Rifugisti***

Ho condotto una serie di sondaggi concentrando la mia attenzione sui rifugi della Lombardia e chiedendo ai gestori di indicare le loro modalità di rifornimento e smaltimento ed i mezzi/aiuti sui quali fanno maggiore affidamento.

E’emerso che molti gestori si trovano in difficoltà nelle fasi di trasporto della merce da valle a monte e vice versa, in quanto spesso devono far fronte ad un numero considerevole di viaggi che dipende da parecchie emergenze o esaurimento improvviso di alcuni generi di provviste (soprattutto alimenti freschi quali pane, carne e verdure).

Per quanto riguarda lo smaltimento dei rifiuti è emerso che i rifugisti solitamente si avvalgono della raccolta differenziata di plastica, vetro e alluminio, preferendo invece eliminare i rifiuti umidi direttamente nella zona limitrofa al rifugio, servendosi di una buca per il compostaggio. I rifiuti riciclabili, dunque, si accumulano in grande quantità presso il rifugio e vengono poi portati a valle poco per volta dal rifugista stesso durante la stagione.

La maggior parte dei rifugisti ha dichiarato di non riuscire a far fronte autonomamente agli innumerevoli viaggi da valle a monte che deve sostenere per far fronte alle necessità del rifugio, spesso dunque è alla ricerca di qualche collaboratore volontario che possa darli una mano in questo senso.

In cambio dell’aiuto ricevuto il rifugista offre una consumazione presso il rifugio, ripagando in questo modo gli amici che gli permettono di mantenere efficiente la sua attività.



Caro Rifugista,

di seguito trovi alcune semplici ma utili domande relative alla gestione della struttura da te custodita. Sono sicura che, fra le tue mille faccende, troverai 10 minuti di tempo da dedicare a questo breve questionario. Se le risposte prevedono una o più opzioni segnale tutte, mi raccomandando!

Ti ringrazio per la collaborazione,

Elisabetta

Nome del rifugio:

Località:

Gestore:

Sezione CAI di appartenenza:
(se gestito privatamente o da altra associazione indicarne il nome)

Indica i periodi di apertura

continuata dal-al:

week-end:

1. Com'è raggiungibile il Rifugio da te gestito?

- sentiero / mulattiera
- funivia
- automobile / jeep

2. La struttura è provvista di piazzola per l'atterraggio dell'elicottero?

- sì
- no

3. **Approvvigionamento cibo e vivande deperibili**

Con che mezzo?

- | | | | |
|-----------------|---|--|---|
| - in elicottero | <input type="radio"/> solo ad inizio stagione | <input type="radio"/> 2/3 volte a stagione | <input type="radio"/> più di 3 volte/stagione |
| - a spalla | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - in automobile | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - in funivia | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - mulo/i | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |

Quale elicottero si occupa di portare i rifornimenti di cibi e bevande deperibili?

- lo stesso del soccorso alpino
- elicottero di compagnia privata convenzionata con il rifugio
- approvvigionamento tramite elicottero non previsto per cibi e vivande deperibili

Chi si occupa dell'approvvigionamento a spalla di cibi e vivande deperibili?

- il rifugista regolarmente occasionalmente
- volontari regolarmente occasionalmente
- approvvigionamento a spalla non previsto per cibi e vivande deperibili





Come si provvede all'approvvigionamento in caso di mal tempo e durante la stagione invernale?

- come nella stagione estiva
- solo a spalla
- altro (specificare) ...

4. Approvvigionamento beni non deperibili (cibi in scatola, lattine, farina, stoviglie di plastica, carta igienica, combustibile per la stufa, bombola del gas ecc)

Con che mezzo?

- | | | | |
|-----------------|---|--|---|
| - in elicottero | <input type="radio"/> solo ad inizio stagione | <input type="radio"/> 2/3 volte a stagione | <input type="radio"/> più di 3 volte/stagione |
| - a spalla | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - in automobile | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - in funivia | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |
| - mulo/i | <input type="radio"/> settimanalmente | <input type="radio"/> più di una volta a settimana | <input type="radio"/> al bisogno |

Come si provvede all'approvvigionamento in caso di mal tempo e nel periodo invernale?

- come nella stagione estiva
- solo a spalla
- altro (specificare) ...

Chi si occupa dell'approvvigionamento a spalla per i beni non deperibili?

- | | | |
|--|------------------------------------|---------------------------------------|
| - il rifugista | <input type="radio"/> regolarmente | <input type="radio"/> occasionalmente |
| - volontari | <input type="radio"/> regolarmente | <input type="radio"/> occasionalmente |
| - approvvigionamento a spalla non previsto per i beni non deperibili | | |

5. Presso chi ti rifornisci di tutto ciò che viene consumato al Rifugio?

- supermercati a valle

se si che cosa?

- produttori locali (alpeggi, contadini)

se si che cosa?

6. Come ti metti in contatto con i tuoi fornitori?

- telefono
- mail / mezzi informatici
- a voce

7. Chi si occupa di ritirare i prodotti presso i fornitori e di preparare il carico per il Rifugio?

- | | | |
|----------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| - il rifugista | <input type="radio"/> regolarmente | <input type="radio"/> occasionalmente |
| - volontari | <input type="radio"/> regolarmente | <input type="radio"/> occasionalmente |
| - i fornitori stessi | <input type="radio"/> regolarmente | <input type="radio"/> occasionalmente |

8. Smaltimento rifiuti

Raccolta differenziata?

- sì
- no

Se sì che cosa viene differenziato?

- carta
- vetro e lattine
- umido
- altro (specificare) ...





Con che mezzo avviene lo smaltimento?

- in elicottero solo a fine stagione 2/3 volte a stagione più di 3 volte/stagione
- a spalla settimanalmente più di una volta a settimana al bisogno
- in automobile settimanalmente più di una volta a settimana al bisogno
- in funivia settimanalmente più di una volta a settimana al bisogno
- mulo/i settimanalmente più di una volta a settimana al bisogno
- i rifiuti vengono bruciati nei pressi del rifugio
- il Rifugio è provvisto di buca per il compostaggio

Come si provvede allo smaltimento rifiuti in caso di mal tempo e nel periodo invernale?

- come nella stagione estiva
- solo a spalla
- altro (specificare) ...

Il servizio presso il Rifugio avviene utilizzando stoviglie usa e getta?

- sì sempre solo per alcune portate no

Se vengono utilizzate stoviglie usa e getta come avviene il loro smaltimento?

- rifiuti generici raccolta differenziata

9. Ci sono escursionisti che salgono al Rifugio regolarmente (tutte le settimane/ tutti i mesi)?

- sì
- no

10. Ti è mai capitato di rimanere "a secco" di un certo rifornimento?

- sì
- no

se sì che cosa

Come hai sopperito alla mancanza?

11. Di quale genere/i di rifornimento hai bisogno più spesso?

12. Saresti favorevole ad offrire un piatto tipico o un buono sconto in cambio di un aiuto per il rifornimento/ smaltimento rifiuti dato da parte degli escursionisti e alpinisti che giungono presso il Rifugio?

- sì
- no

Cosa preferiresti offrire?

- piatto tipico sconto pernottamento sconto consumazione

13. Sai dirmi più o meno quanto ti costano le seguenti portate? (considerando le materie prime utilizzate, il loro trasporto al Rifugio ed il consumo energetico per la cucina)

- piatto di polenta e formaggi 1-3€ 4-6€ 7-10€
- tagliere di salumi e formaggi 1-3€ 4-6€ 7-10€
- piatto tipico 1-3€ 4-6€ 7-10€
- fetta di torta e tè caldo 1-3€ 4-6€ 7-10€



Alcuni dei rifugi coinvolti nel sondaggio hanno detto:

Alex Torricini - Rif. Brioschi



Il rifugio si trova a 2410 m. Per questo il rifornimento è molto impegnativo. Usiamo spesso l'elicottero ma è molto costoso e non adatto a carichi troppo ridotti.

Serena Sironi - Rif Griera



Mi capita spesso di rimanere senza carne o verdura e allora mi sveglio prestissimo per andare a valle a fare rifornimento di ciò che manca. A volte mi aiuta qualche amico.

Nicola Bontempi - Rif. Stoppani



Il rifornimento e lo smaltimento avvengono quasi sempre a spalla. Me ne occupo sempre in prima persona e a volte chiedo una mano ad amici, anche se non sempre sono disponibili.

Anna Bortoletto - Rif Grassi



Quando mi manca qualcosa cucino piatti alternativi, ma sarebbe utile poter avere sempre un contatto diretto con coloro che salgono dalla valle, per poter usufruire del loro aiuto.

- ***Escursionisti e alpinisti, clienti dei rifugi***

Tramite un altro sondaggio mi sono documentata sul parere degli utenti dei rifugi, sottoponendo un questionario ad alcuni soci CAI e ad altri escursionisti che frequentano regolarmente le strutture ricettive in montagna.

Sono emerse due grandi categorie di utenti:

* *gli alpinisti*: ovvero coloro che utilizzano il rifugio quasi esclusivamente come punto di appoggio per ascese impegnative e che quindi solitamente pernottano e fanno uso del servizio di mezza pensione con cena e colazione incluse.

Solitamente questi utenti portano con sé uno zaino già abbastanza pesante, contenete l'attrezzatura necessaria alle ascese alpinistiche.

Nel sondaggio hanno dichiarato di non avere mai molto spazio libero nel loro zaino, ma hanno anche espresso il loro vivo interesse nel poter aiutare l'efficienza dei rifugi, dei quali comprendono l'importanza e allo stesso tempo le difficoltà oggettive che rientrano nella gestione di una struttura di questo tipo.

E' inoltre da considerare il fatto che, tali soggetti, sono solitamente abituati a portare carichi abbastanza pesanti sulle spalle e a camminare per lungo tempo: molti hanno quindi espresso la loro disponibilità a partecipare alle fasi di rifornimento e smaltimento, in cambio di agevolazioni e sconti sulle tariffe di mezza pensione e consumazione.

* *gli escursionisti*: tutte quelle persone che amano andare in montagna anche solo per una semplice camminata ed una sana dose di aria buona; sono coloro che spesso si recano al rifugio perchè amano ritrovare i soliti amici, consumando un buon piatto genuino godendo del riparo e dell'accoglienza che il rifugio riserva loro.

Da parte di questa tipologia di utenti è emersa una grande disponibilità di dedicare una parte del proprio zaino, più o meno ampia a seconda della situazioni e delle possibilità di ciascuno, al trasporto di merce per il rifugio, sia che questa fosse costituita da viveri e provviste oppure rifiuti differenziati da riportare a valle.

Come per la categoria precedente anche questi soggetti si sono dimostrati assai interessati alla possibilità di partecipare in prima persona alle attività di rifornimento e smaltimento del rifugio, attratti, oltre che per buona volontà, dalla possibilità di poter usufruire di agevolazioni e sconti presso le strutture ricettive in quota.



Caro Escursionista, caro Alpinista,

di seguito trovi alcune semplici ma utili domande relative alla frequentazione dei rifugi in quota. Ti sarei grata se riuscissi a trovare 10 minuti del tuo tempo per completare il questionario. Se le tue risposte prevedono una o più opzioni segnala tutte, mi raccomando!

Ti ringrazio per la collaborazione,
Elisabetta

1. Frequenti le strutture di accoglienza in quota?
 - rifugi
 - bivacchi
2. La tua salita al rifugio è finalizzata a
 - punto d'appoggio per altre escursioni/ascensioni
 - contatto con la natura e ristoro presso il rifugio
3. Di quali servizi messi a disposizione dal rifugio usufruisci maggiormente?
 - ristoro e consumo di piatti tipici
 - pernottamento in quota
 - altro (specificare) ...
 - solitamente non entro nei rifugi
4. Che rapporto hai con il rifugista?
 - lo conosco personalmente
 - gli chiedo consiglio su escursioni/ascensioni della zona
5. Chi è per te il rifugista e cosa rappresenta presso il rifugio?
-
6. Ti sei mai chiesto come avvenga l'approvvigionamento e lo smaltimento dei rifiuti presso il rifugio e quale impatto ha a livello ambientale?
 - sì
 - no
 - solo dove la zona è particolarmente impervia
7. Ti è mai capitato di giungere ad un rifugio e notare la mancanza di "beni di prima necessità"? (esempio certi cibi o riscaldamento?)
 - sì spesso
 - qualche volta
 - mai
8. Ti sei mai domandato come avviene lo smaltimento dei rifiuti prodotti dai rifugi situati in quota?
 - sì
 - no
 - no, ma mi piacerebbe che gli escursionisti venissero sensibilizzati a questa tematica
9. Solitamente come organizzi il tuo carico nello zaino?
 - sempre stra-pieno, è già fin troppo pesante
 - mi piace viaggiare leggero, ma potrei portare di più
 - ho sempre dello spazio extra per le "emergenze"
10. Saresti disposto a partecipare alle fasi di approvvigionamento viveri e smaltimento rifiuti dei rifugi?
 - sì
 - gratuitamente
 - in cambio di sconti/omaggi presso il rifugio
 - no





In che modo saresti disposto ad aiutare?

- con una parte del mio zaino appositamente dedicata, a seconda del peso e dello spazio disponibile
- con tutto lo zaino
- portando a valle i rifiuti del mio pasto consumato presso il rifugio

Quando?

- in occasione di salite al rifugio per altri fini (escursioni / ascese personali)
- appositamente per collaborare al rifornimento / smaltimento
- solo al week-end
- anche in settimana
- come impegno volontario secondo date prefissate

Saresti disposto, prima di salire al rifugio, a programmare un *pit-stop* per ritirare un pacco di provviste per il rifugio?

- sì
- no
- solo se il *pit-stop* si trova nella zona limitrofa all'attacco del sentiero

Cosa ti piacerebbe ricevere in cambio dell'aiuto dato?

- la degustazione di un piatto tipico presso il rifugio
- un buono sconto utilizzabile presso il rifugio per consumazioni per pernottamento

11. Programmi la tua meta con un certo anticipo?

- sì
- no
- se sì specifica più o meno quanto tempo prima: 1 giorno 2-3 giorni 4 o più

12. Solitamente con chi ti rechi ai rifugi?

- da solo
- con amici / compagni di cordata
- con la famiglia

13. Hai bambini?

- sì no

Se sì allora prosegui con le seguenti domande:

14. Porti i tuoi bambini in montagna?

- sì no

15. Vi fermate presso i rifugi? (non necessariamente per il pernottamento)

- sì solo in caso di mal tempo no

16. Credi che sia importante dare la possibilità ai più piccoli di imparare come funziona l'attività di un rifugio?

- sì no

perchè:

17. Aderiresti con i tuoi bambini ad attività di percorso guidato verso il rifugio per far capire loro come avviene il rifornimento in quota e quanta fatica/lavoro richiede?

- sì no solo se l'attività proposta è gratuita

18. Consumi cibo presso il rifugio con i tuoi bambini?

- sì pasto / piatto tipico
- sì merenda
- no, solitamente porto i panini

Se porti il tuo pranzo al sacco come smaltisci i rifiuti prodotti?

- li riporto a valle nel mio zaino
- li butto presso i bidoni della spazzatura del rifugio



Alcuni dei soggetti intervistati hanno detto:



Kata - alpinista, socia CAI

In montagna mi piace viaggiare leggera, portando solo l'attrezzatura indispensabile. Ma se ho dello spazio extra lo dedicherei volentieri al trasporto di merce per il rifugio.



Andrea - alpinista, socio CAI

In montagna vado per scalare, il rifugio è un punto dove riposare e ristorarsi. Ma per avere uno sconto sarei ben felice di collaborare trasportando della merce di rifornimento.



Alessandro - escursionista

Nel mio zaino ho spesso dello spazio vuoto e so quanta fatica è richiesta al rifugista per condurre la sua attività. Sarei felice di poter dare una mano portando ciò di cui c'è bisogno.



Donato - escursionista

Mi fermo regolarmente presso i rifugi. Credo sia importante sensibilizzare coloro che vanno in montagna, dando la possibilità di collaborare all'efficienza del rifugio.

15.3 Back Pack: un sistema di servizi costruito attorno al rifugio

Osservando da vicino le attività e la vita del rifugista nel contesto entro il quale egli svolge la sua attività, abbiamo notato quanto siano onerose ed impegnative le attività di rifornimento provviste e smaltimento rifiuti da e per il rifugio.

Quando un utente giunge presso la struttura ricettiva in quota si trova davanti ad una serie di servizi ed offerte che, in un ambiente di per sè poco collegato e difficilmente servito quale è quello alpino, non si possono in alcun modo considerare scontate.

Ciò di cui il rifugista dispone è spesso frutto di costosi trasporti in elicottero e, ancor più di frequente, di continui rifornimenti a spalla provenienti da valle, che richiedono un impegno di tempo ed energie non indifferenti.

In risposta a tali problematiche si imposta dunque lo scheletro di Back Pack, il quale si dipana in maniera centrifuga da monte a valle, inglobando il flusso degli escursionisti quale community di supporto al rifugio a alle attività primarie ad esso correlate.

Il sistema di servizi che costituisce Back Pack si sviluppa appositamente in maniera ramificata attorno al rifugio e attraverso l'ambiente ad esso circostante, in modo tale da poter abbracciare da valle a monte le esigenze primarie che il sistema rifugio-montagna pone in primo piano.

Il servizio si basa su di una piattaforma on line, la quale permette agli escursionisti di rimanere costantemente aggiornati sulle esigenze dei rifugi e di rispondere in prima persona alle necessità delle strutture ricettive in quota.

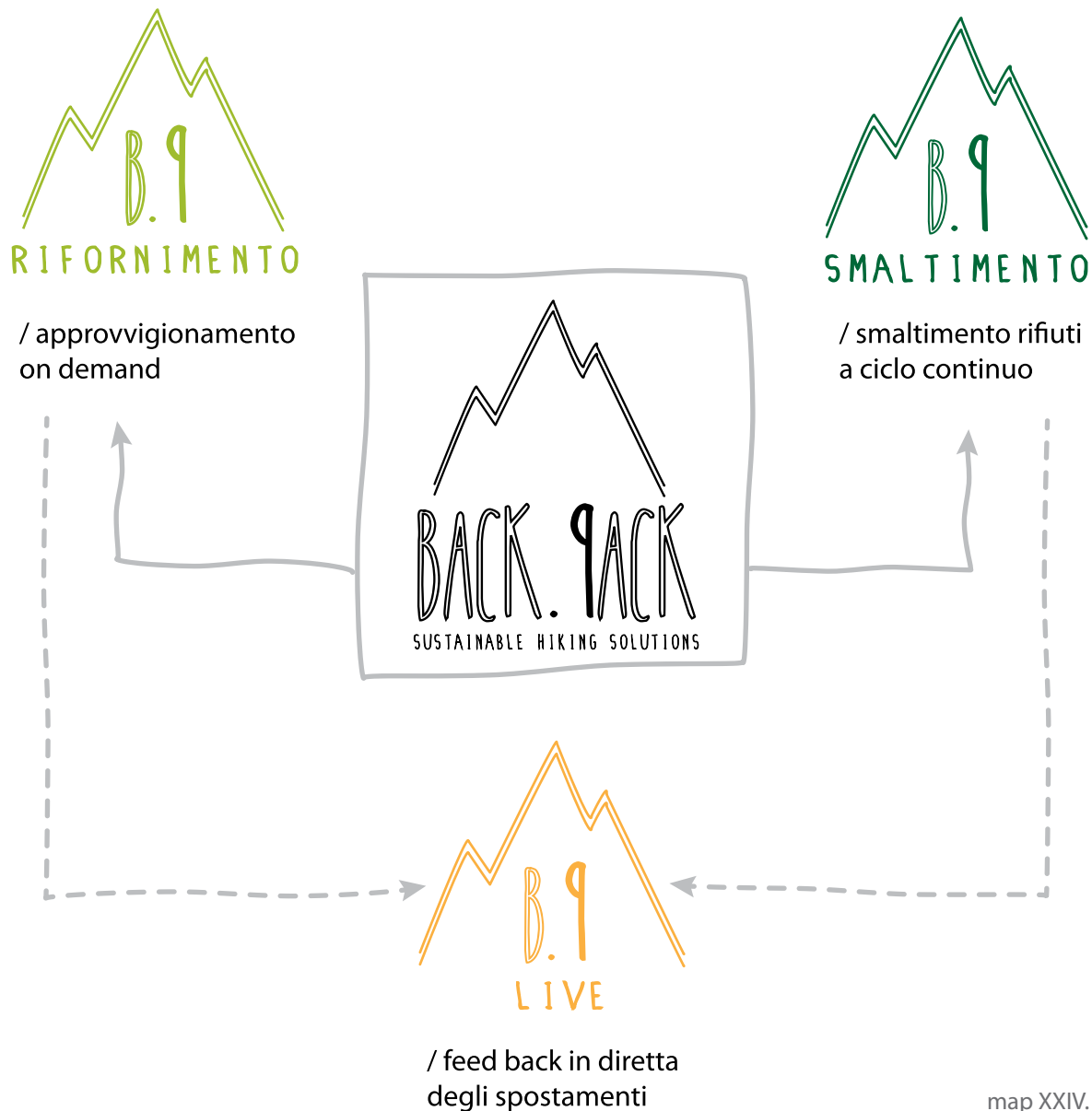
Le attività su cui il servizio con la sua piattaforma va ad agire sono il rifornimento provviste ed il conseguente smaltimento dei rifiuti differenziati prodotti presso i rifugio.

Le due aree d'azione principali di Back Pack, sono dunque radicate all'ambiente alpino e alle necessità da esso imposte nei confronti della gestione dei rifugi stessi.

In questo modo, da monte a valle, il flusso della piattaforma Back Pack lega gli attori in un sistema integrato e di facile accesso, che consente a escursionisti abituali e non di contribuire in prima persona alla funzionalità del sistema montagna-rifugio, dando il proprio, seppur piccolo ma fondamentale contributo.

15.4 Mappa delle offerte

15.4.1 Offerte primarie



15.4.1.1 B.P | Rifornimento: approvvigionamento *on demand*

E' questa probabilmente l'offerta principale che Back Pack possa dare ai suoi utenti ed il motivo per cui Back Pack stesso è nato.

Grazie a Back Pack rifornimento i rifugisti possono finalmente avere un canale di contatto diretto con la valle e con i propri fornitori, pubblicando in un'apposita sezione della Piattaforma on line i loro annunci di emergenze rifornimento, indicando il fornitore e la data sino alla quale sarà possibile aderire all'annuncio.

In questo modo gli escursionisti aderenti a Back Pack, *i Back Packers*, possono visionare in tempo reale i bisogni dei rifugi e decidere di rispondere all'emergenza in prima persona, prenotando il ritiro del pacco merce presso il fornitore indicato nell'annuncio dal rifugista.

La rete di fornitori aderenti al sistema viene appositamente selezionata dai rifugisti stessi, includendo unicamente quelle realtà che si trovano in zone limitrofe all'attacco del sentiero per il rifugio e che dunque non richiedono particolari deviazioni di percorso per gli escursionisti che dovranno ritrare il pacco.

Gli utenti in questo caso fungono da *ponte*: così il flusso di escursionisti che si recano al rifugio supporta il servizio, creando una community di Back Packers che è in stretto contatto sia con il rifugista a monte che con i fornitori a valle.

In cambio del supporto dato al rifugio i Back Packers collezionano dei crediti sostenibilità su di un'apposita Carta Virtuale, la quale permette loro di raccogliere un numero sempre maggiore di punti da poter spendere presso i rifugi aderenti, ricevendo sconti ed agevolazioni sul tariffario.



15.4.1.2 B.P | Smaltimento: un ciclo continuo

Questo servizio nasce con l'intento di dare a tutti coloro che frequentano il rifugio la possibilità di lasciare una "traccia pulita" dietro di sé, o meglio: di cancellare parte della propria traccia. Back Pack Smaltimento infatti mira a creare un ciclo continuo di rifiuti riciclabili che vengono portati a valle in apposite confezioni dagli escursionisti aderenti all'iniziativa.

La tipologia di rifiuti che rientrano in questo servizio riguarda esclusivamente la raccolta differenziata di rifiuti riciclabili, quali alluminio, vetro e plastica.

Si è deciso di concentrare l'attenzione su questa tipologia di rifiuti principalmente perchè sono quelli che si accumulano in maggior quantità presso il rifugio ed in secondo luogo perchè sono rifiuti "puliti", ovvero che solitamente vengono lavati prima di essere smaltiti. Grazie a questa peculiarità e all'imballo che è stato appositamente progettato, l'escursionista trasporterà un pacco "igienico", che non andrà a compromettere la pulizia del suo zaino.

Grazie a Back Pack smaltimento si mira a ridurre il volume di rifiuti riciclabili accumulati presso i rifugi, minimizzando i costosi trasporti in elicottero e gli innumerevoli viaggi del rifugista. Egli ha la possibilità di pubblicare nell'apposita sezione sulla piattaforma Back Pack la tipologia e la quantità di rifiuti presenti presso il rifugio, in modo tale che gli escursionisti possano visionare gli annunci e decidere di collaborare allo smaltimento prenotando il ritiro di una certa quantità di rifiuti presso il rifugio.

Il pacco, appositamente imballato, è già pronto per essere smaltito con facilità dall'escursionista presso i contenitori della raccolta differenziata situati a valle.





15.4.1.3 B.P | Live: feedback diretto in tempo reale

Back Pack Live costituisce un micro servizio a supporto dei servizi principali di Rifornimento e Smaltimento. Esso infatti si struttura come una sezione apposita della Piattaforma Back Pack, dedicata al monitoraggio in tempo reale degli spostamenti dei pacchi in viaggio, siano essi merce di approvvigionamento o rifiuti da smaltire.

Nel caso in cui si tratti di un Rifornimento, Back Pack Live permette ai fornitori di pubblicare sulla piattaforma l'avvenuto ritiro del pacco, aprendo in questo modo la "storia del viaggio" del pacco stesso.

Da questo momento in poi l'escursionista, se possessore di smartphone, potrà pubblicare in tempo reale le foto del suo percorso verso il rifugio, utilizzando l'apposita App Back Pack Live. Grazie a questi passaggi il rifugista potrà controllare direttamente dalla Piattaforma il viaggio del suo pacco, rimanendo costantemente aggiornato sulla sua posizione. Una volta ricevuto il pacco spetterà dunque al rifugista la segnalazione sulla piattaforma dell'avvenuta ricezione, con la conseguente chiusura della "storia del viaggio".

Nel caso in cui invece si tratti del trasporto di un pacco rifiuti, Back Pack Live permette all'escursionista di chiudere la storia del viaggio, segnalando sulla piattaforma l'avvenuto smaltimento presso il punto di raccolta differenziata a valle, in modo tale che il rifugista possa verificare l'effettivo riciclo dei rifiuti.

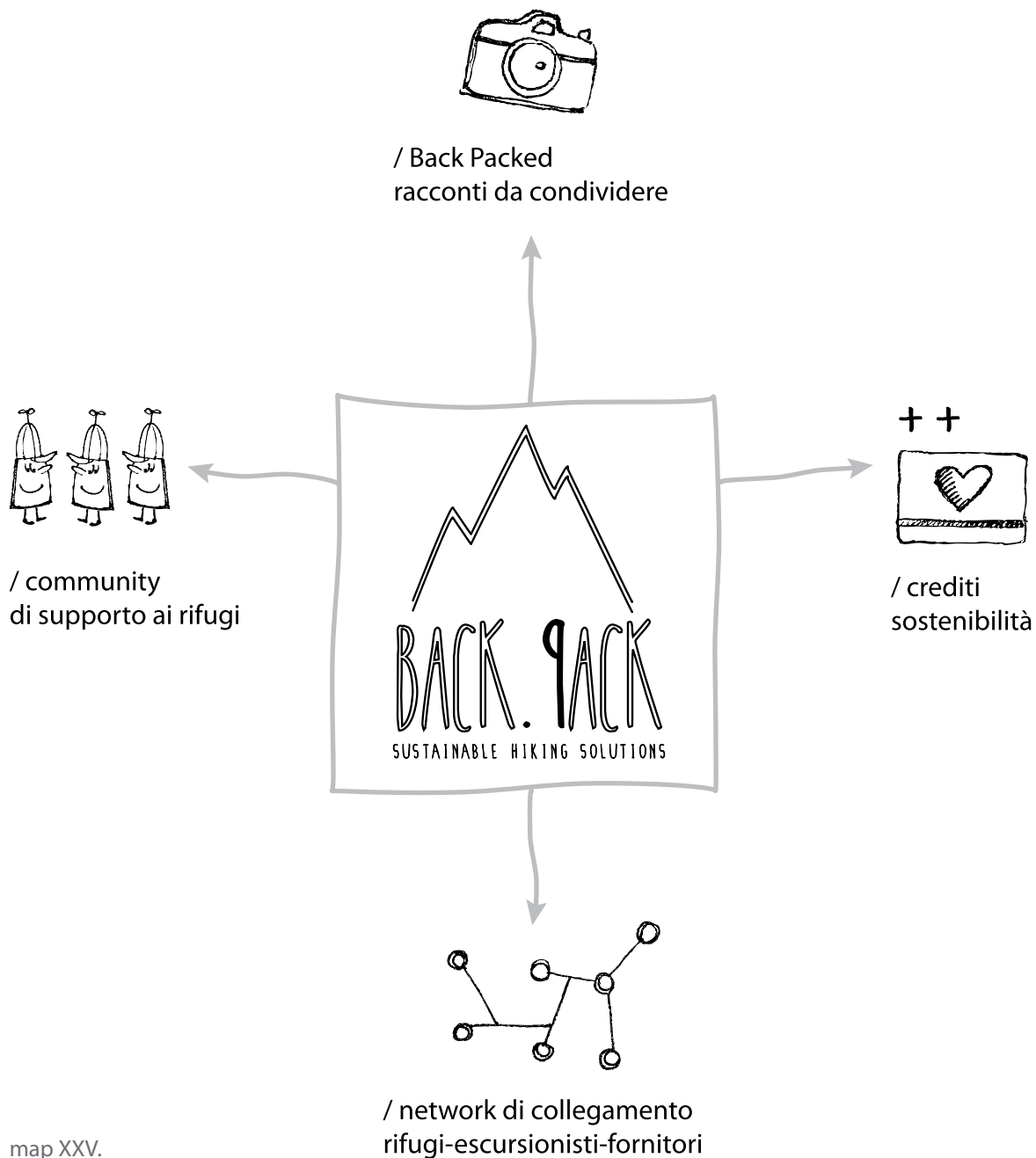
Anche in questo caso, servendosi dell'apposita App, l'escursionista dotato di smartphone potrà pubblicare in tempo reale le fotografie del suo percorso dal rifugio a valle, documentando così il viaggio del pacco.

Una volta che le storie di viaggio si concludono, con l'arrivo a valle o a monte dei pacchi, vengono automaticamente salvate nella sezione Back Packed della Piattaforma, costituendo un ricco database di immagini e resoconti che gli utenti possono condividere e consultare.





15.4.2 Offerte secondarie



map XXV.

15.4.2.1 Crediti sostenibilità: la formula di ricompensa

In cambio dei pacchi trasportati gli escursionisti che partecipano a Back Pack ricevono dei Crediti Sostenibilità, i quali vengono caricati direttamente dal rifugista sulla Carta Virtuale che ogni Pack Packers possiede sulla piattaforma, all'interno del proprio account.

Si è deciso di avvalersi di questa formula di ricompensa in quanto è risulata essere la più idonea a gratificare e ripagare gli escursionisti essendo allo stesso tempo la meno dispendiosa per i rifugisti stessi, sia in termini di denaro che in termini di tempo/energie.

Il Back Packer, tramite la sua Carta Virtuale, può dunque accumulare punti ed accedere ad una serie di vantaggi a lui riservati sotto forma di sconti ed agevolazioni presso i rifugi aderenti alla rete Back Pack.

Il punteggio corrispondente ad ogni pacco trasportato viene calcolato in base al peso del pacco stesso, seguendo seguente rapporto:

$$1 \text{ Kg} = 2 \text{ Crediti}$$

L'escursionista, una volta accumulati i punti sufficienti, potrà spenderli acquistando un coupon di sconto direttamente sulla piattaforma, il quale potrà essere consumato presso una fra le strutture aderenti alla rete.

Nella pagina seguente è riportata una tabella che descrive i premi corrispondenti alle fasce di punteggio, a partire dai prodotti di base (come ad esempio una bibita in lattina), sino ad arrivare ai servizi completi (come la mezza pensione gratuita presso il rifugio).

I premi sono divisi per fasce di punteggio crescenti, a partire dal valore minimo di 2 punti sino ad un massimo di 50 punti. Sono state progettate 5 fasce di premi, ognuna delle quali si differenzia per un valore crescente di 10 punti.



Ogni coupon di sconto è contraddistinto da un codice che verrà attivato dal rifugista al momento della consegna del coupon stesso. In seguito a questa operazione il coupon verrà registrato dalla Piattaforma come "speso" e non sarà più dunque riutilizzabile (in questo modo si evita il possibile uso ripetuto da parte degli escursionisti di uno stesso coupon presso rifugi diversi).

Inoltre con 25 punti sarà possibile acquistare la T-shirt brandizzata Back Pack, in vendita presso tutti i rifugi aderenti al servizio.

Gli escursionisti possono spendere i loro Crediti Sostenibilità selezionando una delle promozioni indicate nell'elenco.

L'acquisto di una delle agevolazioni genera un coupon identificato da un codice che viene attivato al momento della sua consegna presso il rifugio.

I coupon sono unici e non riutilizzabili presso strutture diverse.

PUNTI	PROMOZIONE DISPONIBILE		
0-10	* 2 punti	* bibita in lattina o tè caldo	
	* 5 punti	* fetta di torta + tazza di tè	
10-20	* 10 punti	* tagliere salumi e formaggi	
	* 15 punti	* primo piatto caldo	
	* 20 punti	* sc. 10€ su pranzo/cena	
30-40	* 30 punti	* sc. 50% su pernottamento	
	* 40 punti	* pranzo o cena in omaggio	
50	* 50 punti	* 1/2 pensione in omaggio	

15.4.2.2 Back Packed: racconti da condividere

Quando un pacco giunge a destinazione, sia questa la valle o il monte, esso ha compiuto un viaggio del quale l'escursionista, con il suo percorso, è stato protagonista.

Come è stato precedentemente illustrato, tramite Back Pack Live, gli utenti del servizio, overro rifugisti, escursionisti e fornitori, hanno la preziosa possibilità di seguire in tempo reale gli spostamenti dei pacchi, rimandando costantemente aggiornati sulla loro posizione.

Una volta che tale viaggio si è concluso, grazie alle fotografie pubblicate dagli escursionisti sulla Piattaforma durante il trasporto, si è naturalmente generata una storia più o meno dettagliata degli spostamenti della merce lungo un percorso.

Si crea così una sorta di *diario di viaggio*, che viene archiviato e salvato sulla Piattaforma nell'apposita sezione Back Packed, una parte del sito accessibile a tutti, iscritti al servizio e non, che permette di visualizzare e condividere immagini e momenti di montagna...ma anche e soprattutto di amicizia, stupore, natura e bellezza.

Gli utenti possono dare un titolo ad ogni fotografia e lasciare commenti relativi alle immagini postate da altri escursionisti, conoscendo luoghi nuovi, storie e persone.

Back Packed permette la creazione di un database dei trasporti conclusi, una preziosa raccolta di esperienze vissute dai Back Packers, che hanno la possibilità di lasciare traccia visibile del loro utilizzo del servizio.

15.4.2.3 Community di supporto ai rifugi

Con Back Pack si viene a creare una comunità di escursionisti volenterosi ed impegnati che svolgono un'attività fondamentale per mantenere l'efficienza delle strutture ricettive in quota.

Possiamo dunque considerare un'offerta intrinseca del servizio questa stessa community di *aiutanti in prima linea*, senza dei quali Back Pack non potrebbe esistere.

I rifugi non traggono che vantaggi dalla presenza viva di questa comunità di supporto

concreto, la quale finalmente permette al rifugista di potersi avvalere di una serie di collaboratori sì sempre diversi, ma sicuramente numericamente maggiori e dunque più facilitati a soddisfare le necessità del rifugio.

La community inoltre è un modo per creare nuovi legami tra utenti escursionisti apparentemente lontani tra loro, che invece, grazie alla piattaforma prime ed al servizio poi, possono incontrarsi e conoscersi istaurando nuovi rapporti e nuovi legami.

Anche i fornitori, dal loro punto di vista, rientrano a far parte della community di supporto ai rifugi, legandosi ad un network integrato che li rende più forti ed efficaci nella distribuzione della merce e dei loro prodotti.

15.4.2.4 Network di collegamento rifugi/escursionisti/fornitori

Un'ultima ma non meno importante offerta che Back Pack propone ai suoi utenti è la possibilità fondamentale di entrare a far parte di un network integrato fra valle e monte, che connette quanti decidono di aderire al servizio.

I rifugisti, scegliendo Back Pack, si trovano in una condizione privilegiata in quanto potranno finalmente appoggiarsi ad una rete di supporto e di collegamento diretto con la valle e, di conseguenza con i fornitori.

Tramite Back Pack i rifugi possono comunicare in modo semplice ed efficace le loro necessità ed emergenza, avvalendosi dell'aiuto degli escursionisti, ovvero coloro che fungono da ponte tra rifugisti e fornitori.

Questi ultimi, appositamente selezionati dai rifugisti come facenti parte del network Back Pack, trovano nel servizio una modalità sicura per far pervenire in montagna i loro prodotti, sempre freschi e genuini che verranno certamente apprezzati da coloro che li consumeranno presso il rifugio.

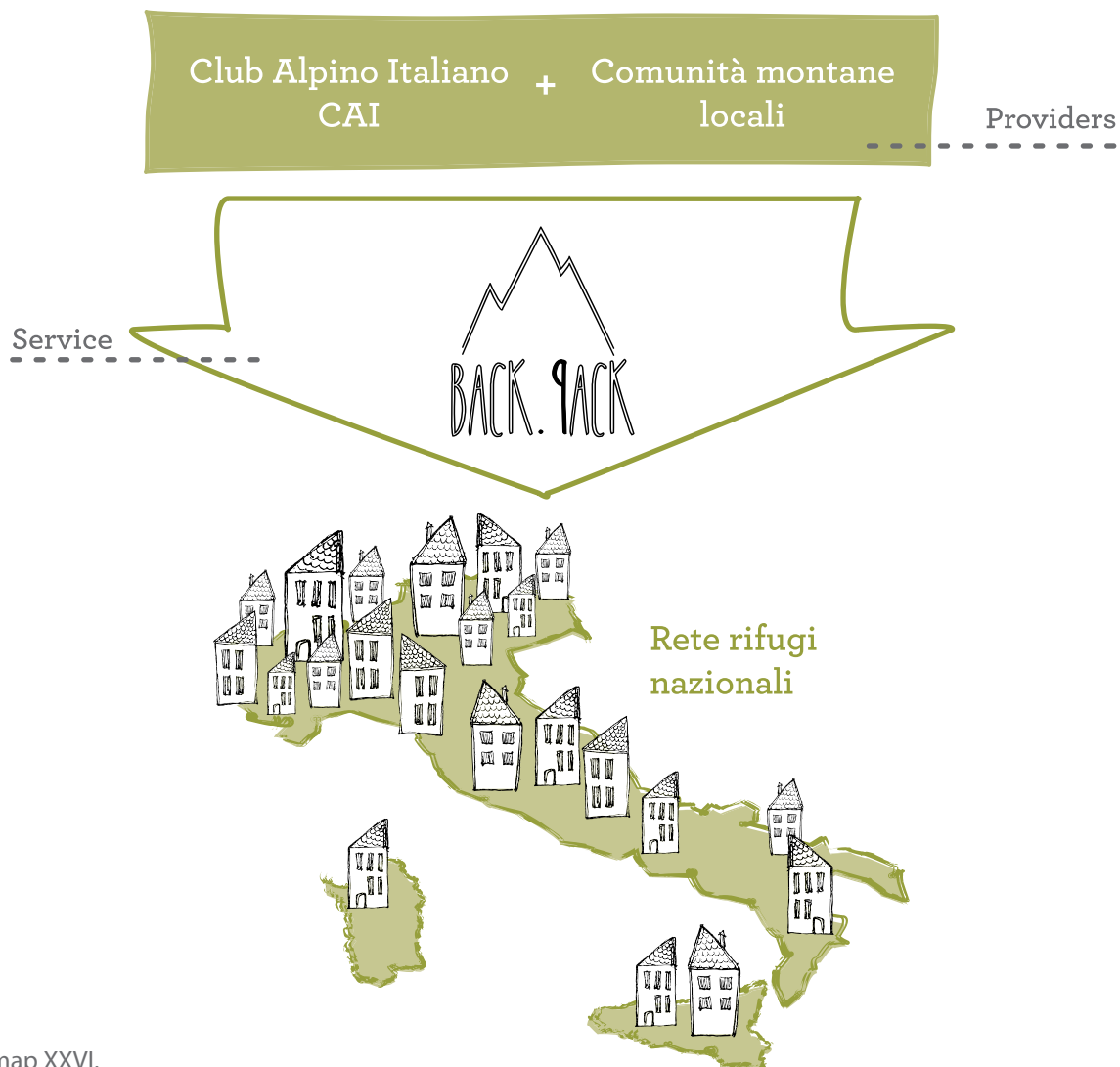
In ultimo, gli escursionisti, iscrivendosi a Back Pack entrano nella rete in qualità di Back Packers, ovvero di veri e propri mezzi di collegamento del servizio.

Trasportando la merce, infatti, i Back Packers assumono il ruolo di "parte fluida" della rete, ossia coloro che non sono dei punti fermi, ma che rappresentano il motore del network stesso, muovendosi all'interno di esso e rendendolo efficace.

16 // LA FASE DI STARTUP

16.1 I providers del servizio: il CAI e le Comunità Montane

Il CAI e le Comunità montane sono stati scelti in qualità di providers di Back Pack in quanto rappresentano quelle realtà che meglio incarnano l'environment naturale che permette l'esistenza e lo sviluppo dei rifugi stessi.



map XXVI.

16.2 I beneficiari del servizio: la rete di rifugi aderenti

Back Pack dà la possibilità ai rifugi aderenti di godere di una serie di vantaggi non indifferenti:

- usufruire un canale di contatto diretto con i fornitori
- la possibilità di entrare a far parte di un network fidelizzato, il cui fine è quello di semplificare e rendere più agevole la gestione delle strutture ricettive in quota
- appoggiarsi ad una rete ampia di escursionisti, che hanno in comune il desiderio di mettere a disposizione una parte del loro zaino per le esigenze del rifugio
- farsi conoscere come realtà attiva anche in altre regioni d'Italia diverse dalla propria, pubblicizzando la struttura sulla Piattaforma Back Pack grazie alla pagina personale.



16.3 Gli attori del Sistema Back Pack



/ Rifugisti:
in qualità di gestori dei rifugi facenti parte della rete Back Pack, sono i primi beneficiari del servizio e curatori delle richieste di rifornimento e smaltimento. Hanno inoltre il compito di gestire i Crediti Sostenibilità.

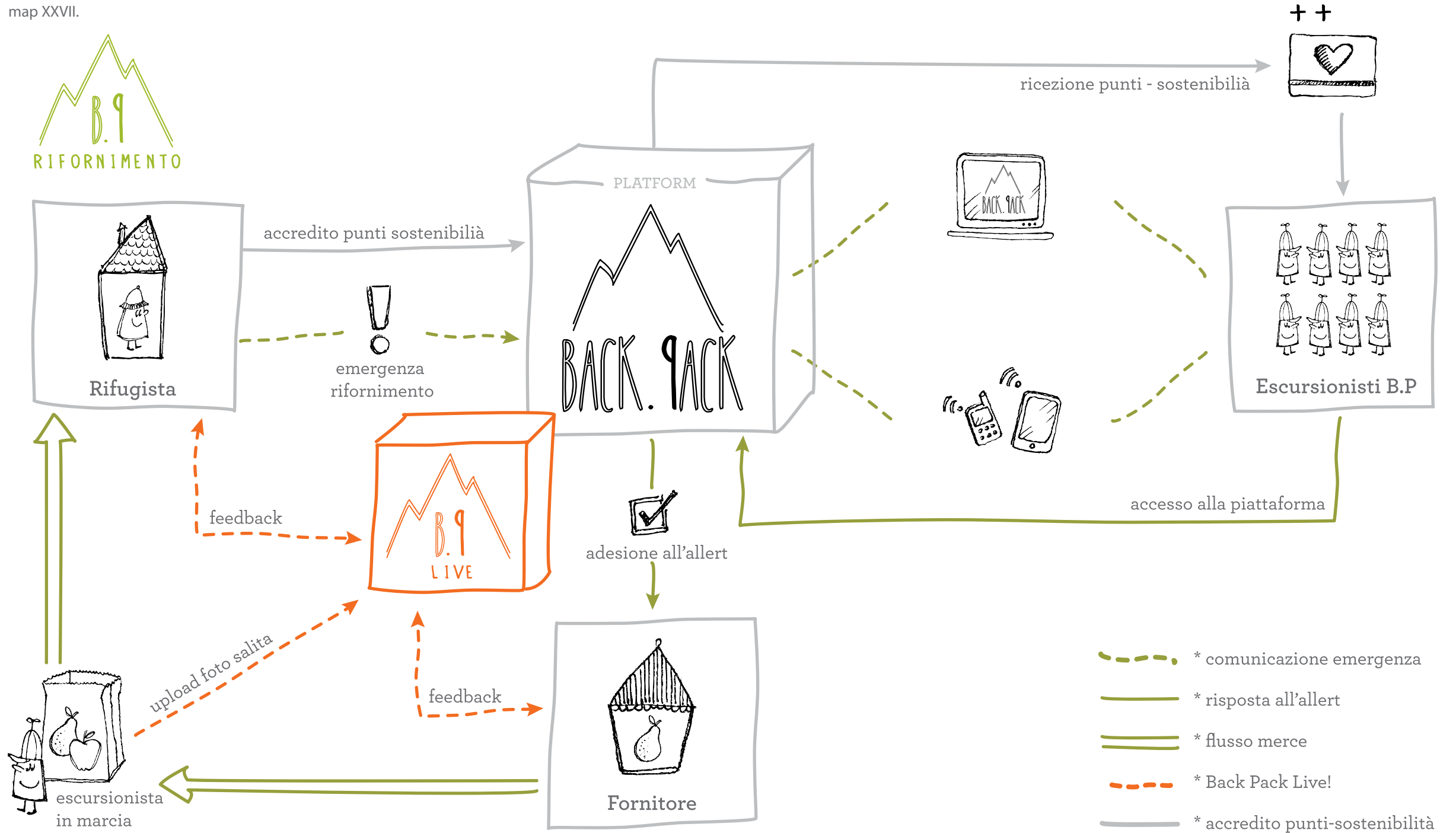


/ Fornitori:
direttamente connessi e selezionati dai rifugisti tramite Back Pack - Rifornimento, essi costituiscono il punto fisico di partenza della merce da valle a monte.



/ Escursionisti:
sono gli attori principali di Back Pack, il motore del servizio stesso. Aderendo alla Piattaforma Back Pack, diventano parte integrante di una community vera e propria, che gode di una serie di vantaggi.

map XXVII.

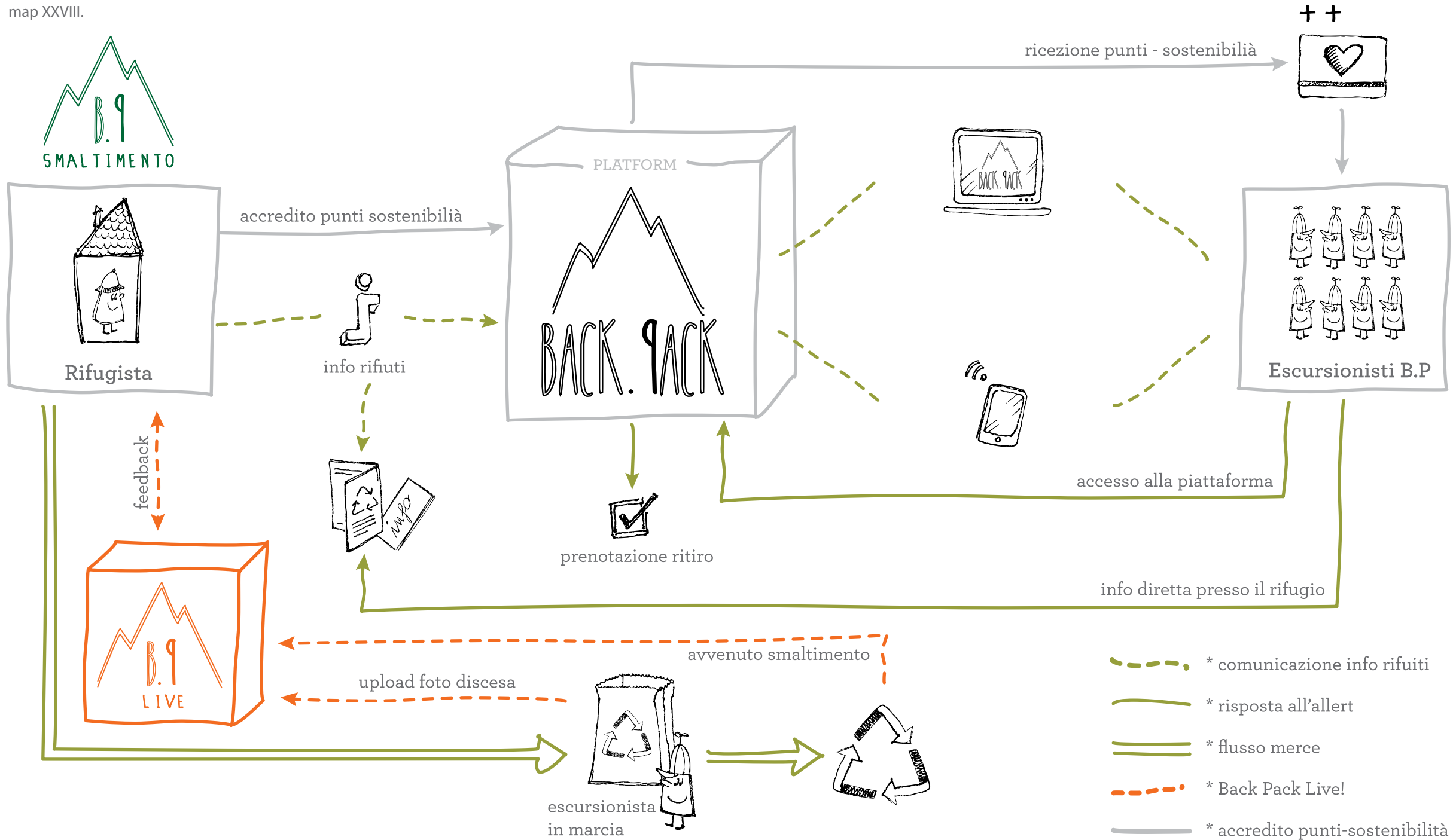


17 // SYSTEM MAP

17.1 Back Pack Rifornimento

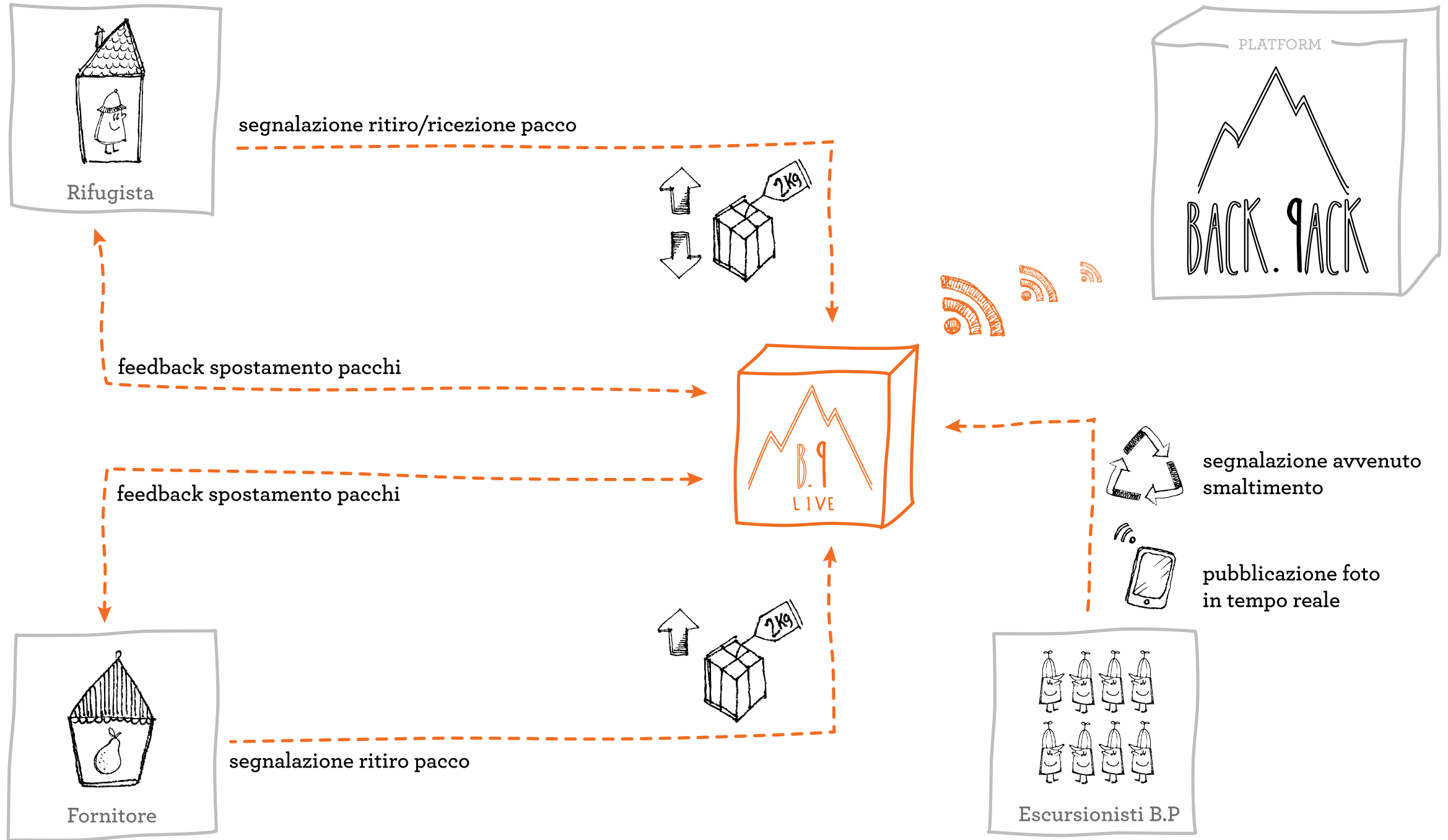


map XXVIII.





map XXIX.



17.3 Back Pack Live - un sistema nel sistema



18 // TOUCHPOINTS

18.1 La Piattaforma online: motore di Back Pack

Il punto di accesso al servizio è costituito dalla Piattaforma on line: un sito web che permette agli utenti di Back Pack, siano essi rifugisti, escursionisti o fornitori, di utilizzare il servizio stesso.

La Piattaforma Beck Pack contiene al suo interno tutte le specifiche del servizio e ne permette l'attuarsi in modo semplice e veloce.

- *Gli alert attivi*

È sulla Piattaforma che i rifugisti notificano le loro necessità di Rifornimento e Smaltimento, sotto forma di *alert*, compilando un apposito formato di pubblicazione.

Gli alert vengono inseriti nelle apposite sezioni dedicate a Rifornimento e Smaltimento e sono dunque visualizzabili da tutti coloro che accedono al sito.

Per quanto riguarda gli *Alert Rifornimento* la scheda indica la tipologia della merce richiesta, la quantità necessaria ed il fornitore presso il quale ritirare il pacco. È anche indicata la data di scadenza dell'alert, ovvero la data ultima entro la quale gli escursionisti possono aderire alla domanda.

Relativamente agli *Alert Smaltimento* i rifugisti indicano la tipologia di rifiuti da smaltire (plastica o alluminio) e la quantità presente presso il rifugio. La data di scadenza di questo tipo di notifiche è ovviamente molto più lunga rispetto a quella del rifornimento provviste, in quanto i rifiuti possono permanere presso il rifugio per un periodo di tempo maggiore.

- *La risposta dei Back Packers*

Tramite pochi semplici passaggi i Back Packers iscritti alla community possono rispondere on line agli alert attivi, prenotando il ritiro di un pacco merce (sia provviste che rifiuti) e scegliendo liberamente data e quantità, da un minimo di 0,5 Kg ad un massimo di 5 Kg.

Nel caso in cui venisse selezionata una quantità di merce inferiore a quella pubblicata nell'alert, esso rimane attivo in attesa che un altro escursionista soddisfi il trasposto della quantità di merce rimasta.

- *Back Pack Live!*

E' tramite la Piattaforma che i rifugisti ed i fornitori possono seguire gli spostamenti dei pacchi da valle a monte e vice versa.

Nell'apposita sezione Live infatti è possibile ricercare il pacco tramite il suo codice e vederne gli spostamenti aggiornati in tempo reale.

Fornitori: indicano su Back Pack Live che il pacco è stato ritirato, e ne seguono gli spostamenti grazie alle foto pubblicate in tempo reale dagli escursionisti lungo il percorso.

Rifugisti: tramite Back Pack Live segnalano la ricezione dei pacchi provviste e la partenza dei pacchi rifiuti. Possono inoltre seguire gli spostamenti dei pacchi grazie alle foto pubblicate dai Back Packers in viaggio.

Escursionisti: grazie alla App Back Pack Live hanno la possibilità di pubblicare sulla Piattaforma le foto scattate lungo i loro percorsi e di condividerle con gli altri utenti. Inoltre, nel caso del trasporto di un Pacco Rifiuti, ne pubblicano l'avvenuto smaltimento tramite l'apposita sezione su Back Pack Live.

- *Le schede pubbliche di rifugi e fornitori*

I rifugi ed i fornitori aderenti alla rete Back Pack, possiedono una pagina con i dettagli della propria attività che è visibile sotto forma di profilo pubblico a tutti coloro che accedono al sito.

Tale profilo contiene alcune preziose informazioni come l'ubicazione della struttura, il nominativo del referente ed i contatti mail e telefonici.

Nel caso di cui si tratti di una *Scheda Rifugio* è possibile accedere a informazioni riguardo alla posizione geografica della struttura, alle vie d'accesso ed al gestore.

Per quanto riguarda le *Schede Fornitori*, esse contengono la tipologia della merce fornita, il nome della società ed il responsabile che è in contatto con i rifugi clienti.

Visualizzando i profili dei rifugi o dei fornitori è possibile accedere agli alert attivi per le strutture selezionate.

- *I crediti sostenibilità*

Sulla Piattaforma esiste una sezione apposita dedicata ai Crediti Sostenibilità, dove sono contenute tutte le promozioni attive con i relativi punteggi corrispondenti.

Da questa sezione è possibile visualizzare i dettagli delle offerte e selezionare il coupon che si desidera, procedendo dunque al suo acquisto.

- *Le pagine personali*

Sulla piattaforma ogni soggetto iscritto alla community possiede una pagina personale, nella quale sono contenuti dati specifici che l'utente può modificare ed aggiornare.

Rifugsta: effettuando il log-in accede alla pagina del proprio rifugio dove può aggiornare i propri dati e aggiungere nuove aziende alla lista dei fornitori dei quali si avvale. Da questa sezione può inoltre pubblicare gli alert Rifornimenti e Smaltimento.

Fornitori: nella pagina personale ogni fornitore indica i prodotti di sua competenza ed aggirona l'elenco dei rifugi che si servono della sua merce. Può inoltre visionare gli alert attivi sul suo punto vendita.

Escursionisti: ogni Back Packer iscritto al servizio possiede una pagina privata contenente i dati personali. In questa stessa scheda è conservata la Carta Virtuale dei Crediti Sostenibilità, dove vengono accumulati i punti guadagnati con ogni trasporto. Da questa sezione è possibile accedere alla lista delle promozioni disponibili e si possono spendere i propri Crediti acquistando i Coupon di sconto.

Una volta che il coupon è stato acquistato i Crediti Sostenibilità vengono automaticamente detratti dalla Carta Virtuale dell'escursionista

- *Iscrizione nuovi utenti*

Tramite la piattaforma Back Pack gli escursionisti accedono al servizio diventando membri della community dei Back Packers. Nella sezione apposita i nuovi utenti possono effettuare l'iscrizione al sistema, inserendo i dati personali e compilando l'apposito format. In questo modo si diventa Back Packers e si può dunque iscriversi agli alert ed accumulare crediti sostenibilità sulla propria Carta Virtuale.

- *Back Packed*

E' la sezione della Piattaforma dedicata al database dei trasporti conclusi, sia di Rifornimento che di Smaltimento. In questa parte del sito è possibile sfogliare gli album fotografici relativi ad ogni viaggio compiuto dagli escursionisti, lasciando commenti e condividendo le immagini con altri Back Packers.

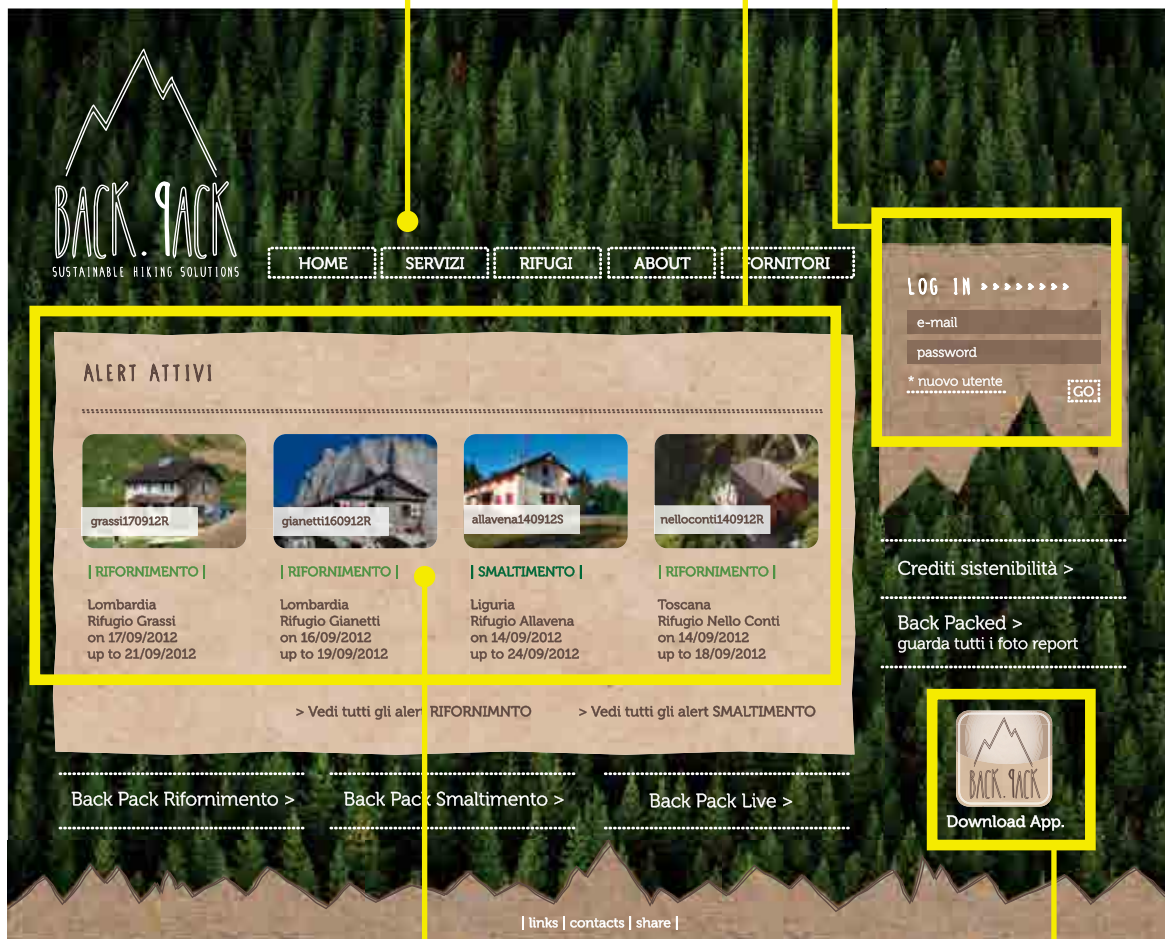
Vediamo ora in dettaglio le varie pagine e sezioni della piattaforma.

18.1.1 Home page: www.backpack.it/home

accesso alle sezioni principali

in primo piano gli alert più recenti pubblicati

finestra log in e iscrizione nuovo utente

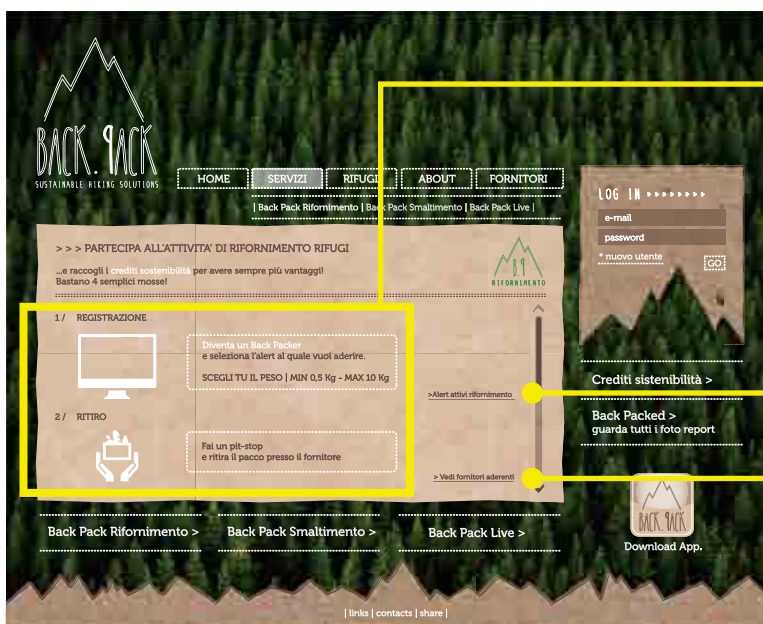


per visualizzare i dettagli dell'alert è sufficiente un clic

collegamento al download della App Back Pack

18.1.2 Servizi: B.P Rifornamento - B.P Smaltimento - B.P Live!

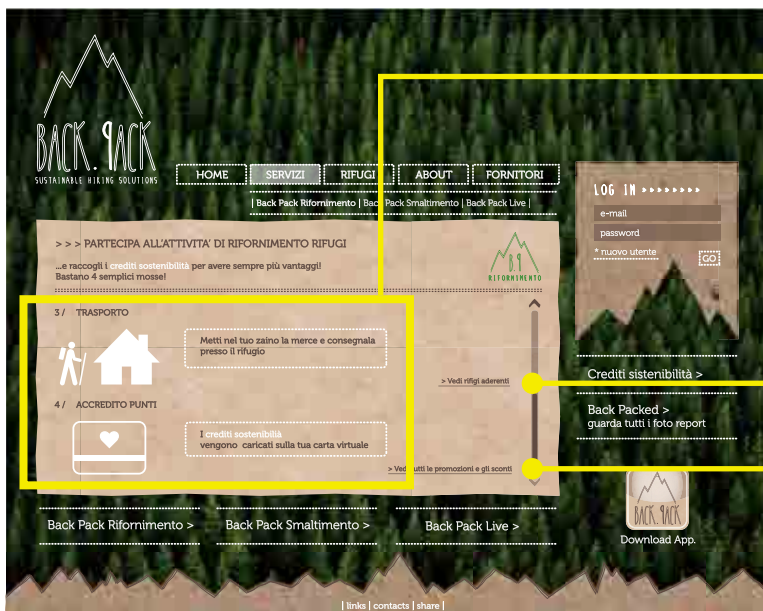
- **Back Pack Rifornamento:** www.backpack.it/servizi/rifornamento



How to: step 1 e 2

link all'elenco
alert attivi Rifornamento

link all'elenco fornitori



How to: step 3 e 4

link all'elenco
dei rifugi aderenti

link alla sezione sconti

www.backpack.it/servizi/rifornimento/alert-attivi

BACKPACK SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

Back Pack Rifornimento | Back Pack Smailtimento | Back Pack Live |

>>> ALLERT ATTIVI RIFORMIMENTO

Rifugio	Regione - Località	Codice alert
Grassi	Lombardia Valsassina	grassi170912R
Gianetti	Lombardia Val Porcellizzo	gianetti160912R
Giaccoletti	Piemonte Valle Po	giaccoletti150912R
Crête Séche	Valle d'Aosta Valepeltine	creteseche140912R
Nello Conti	Toscana Alpi Apuane	nelloconti140912R
Derza	Trentino Circo di Stavel	derza130912R
Rivetti	Piemonte Tre Vescovi	rivetti130912R

CERCA ALERT

regione
località
rifugio

> Vedi alert smaltimento

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smailtimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

elenco alert Rifornimento
in ordine di pubblicazione

fare clic per visualizzare
la scheda alert

filtro di ricerca alert

www.backpack.it/servizi/rifornimento/scheda-alert-grassi170912R

BACKPACK SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

Back Pack Rifornimento | Back Pack Smailtimento | Back Pack Live |

ALERT ATTIVO RIFORMIMENTO | grassi170912R |

Data pubblicazione: 17/09/2012

RIFUGIO: Grassi
LOCALITÀ: Lombardia - Valsassina [scheda](#)

OGGETTO: Mele - kg 5
ALLERT CODE: grassi170912R
DATA SCADENZA: 21/09/2012

FORNITORE: Agriturismo La Baita
Località Pianca e Motta
Val Blandino - 23819 Primaluna (LC) [scheda](#)

LOG IN & RISPONDI A QUESTO ALERT

< Torna all'elenco alert rifornimento

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smailtimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

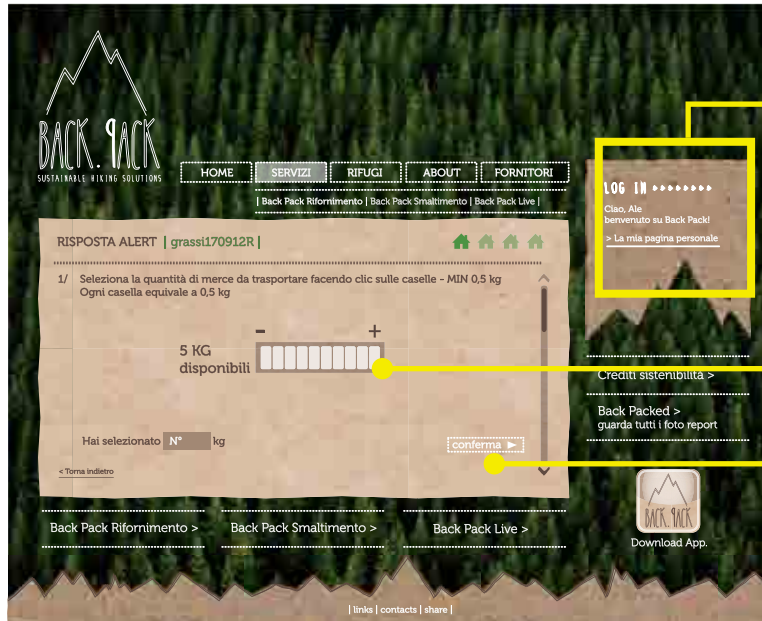
codice alert

descrizione alert

fare clic per aprire scheda
rifugio o scheda fornitore

fare clic per iscriversi
a questo alert

www.backpack.it/servizi/rifornimento/iscrizione-alert-grassi170912R/step1

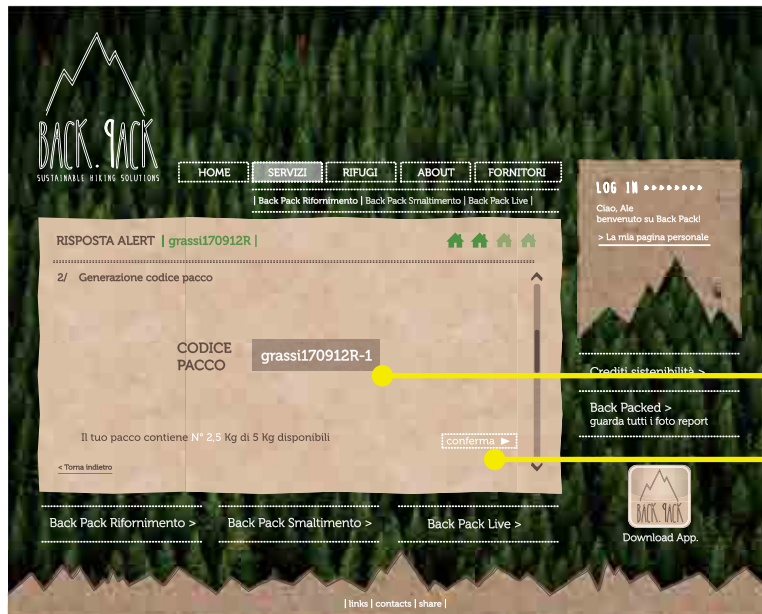


accesso effettuato
dall'escursionista

step 1:
seleziona la quantità merce

passa al prossimo step

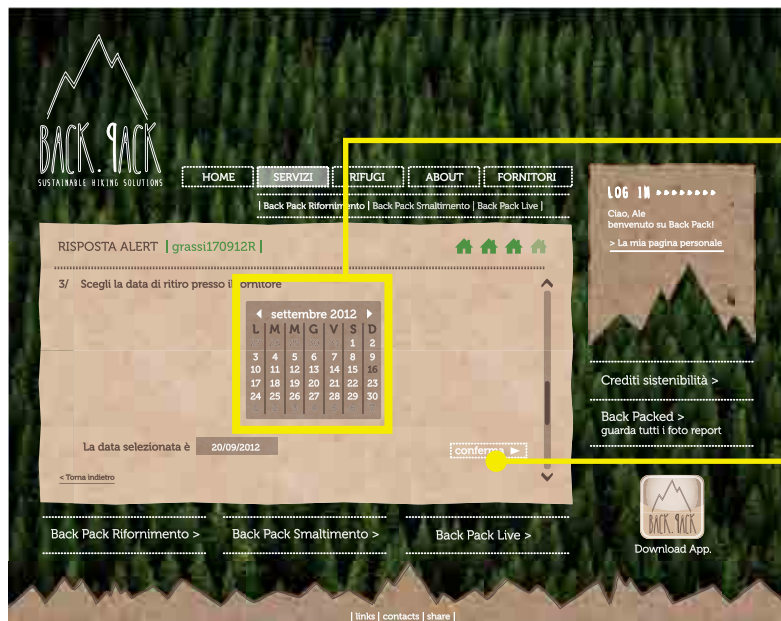
www.backpack.it/servizi/rifornimento/iscrizione-alert-grassi170912R/step2



step 2:
viene generato il
codice del pacco

passa al prossimo step

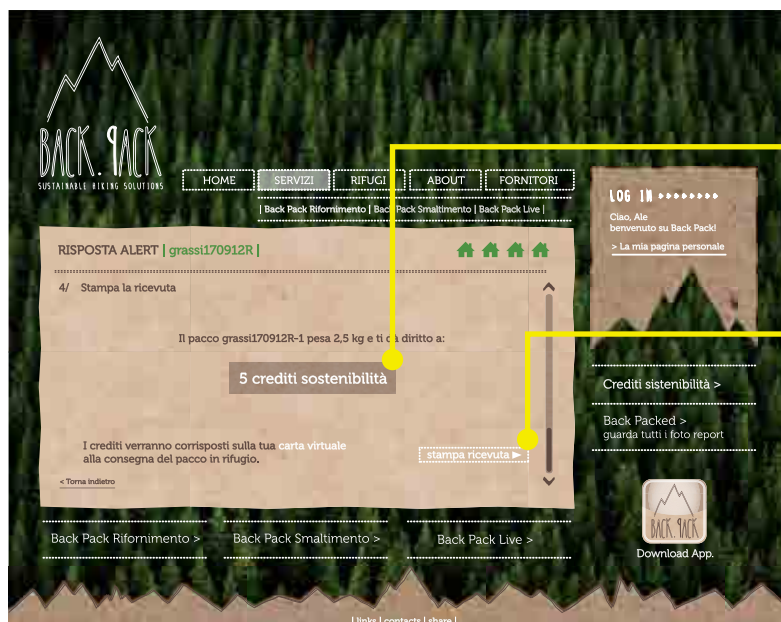
www.backpack.it/servizi/rifornimento/iscrizione-alert-grassi170912R/step3



step 3:
seleziona la data di
ritiro presso fornitore

passa al prossimo step

www.backpack.it/servizi/rifornimento/iscrizione-alert-grassi170912R/step4

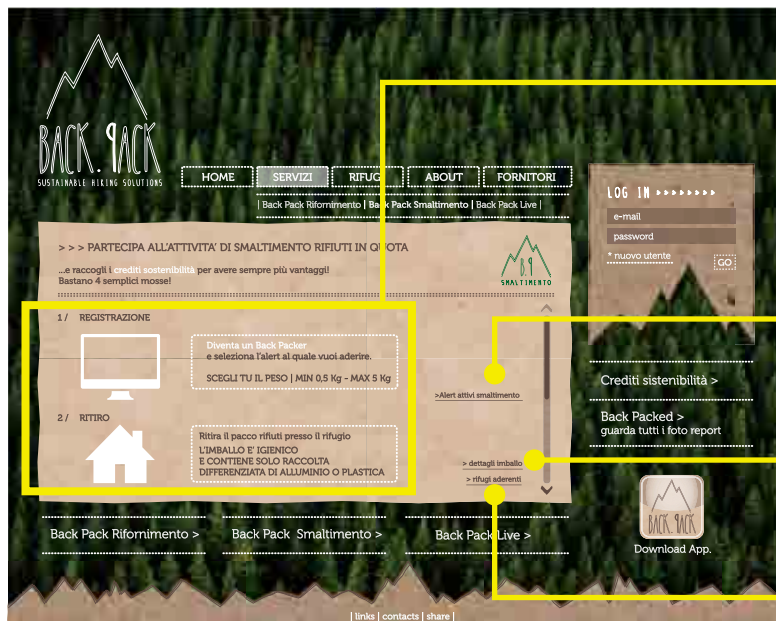


valore Crediti Sostenibilità
associati al tuo pacco

confirma iscrizione

NB: una mail di conferma
viene inviata all'indirizzo
mail dell'utente.
Rifugista e fornitore rice-
vono entrambi una notifi-
ca di avvenuta iscrizione.

- **Back Pack Smaltimento:** www.backpack.it/servizi/smaltimento

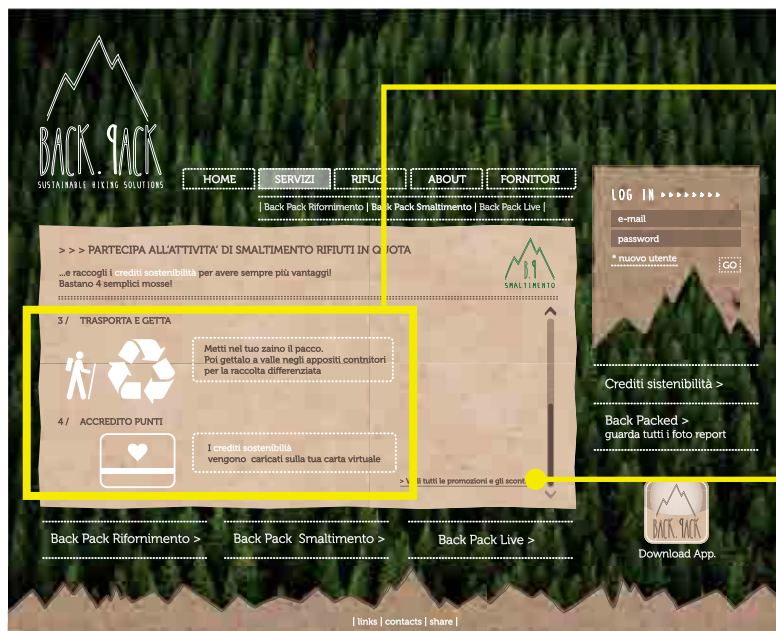


How to: step 1 e 2

link all'elenco
alert attivi Smaltimento

visualizza i dettagli
dell'imballo rifiuti

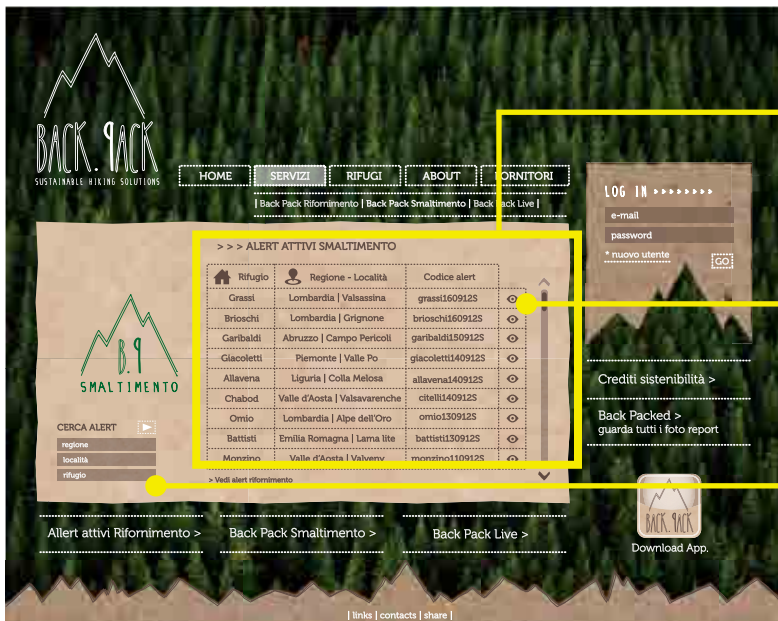
link all'elenco rifugi



How to: step 3 e 4

link alla sezione sconti

www.backpack.it/servizi/smaltimento/alert-attivi

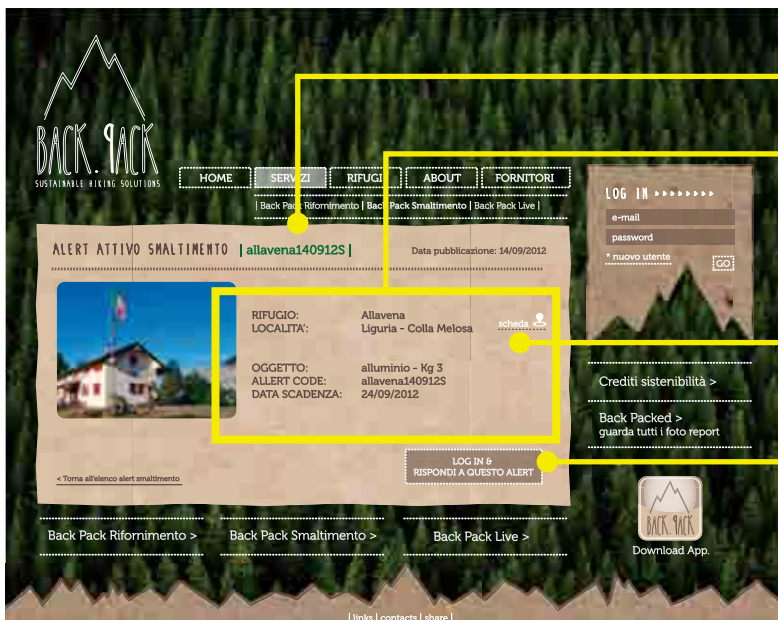


elenco alert Rifornimento
in ordine di pubblicazione

fare clic per viusalizzare
la scheda alert

filtro di ricerca alert

www.backpack.it/servizi/smaltimento/scheda-alert-allavena140912S



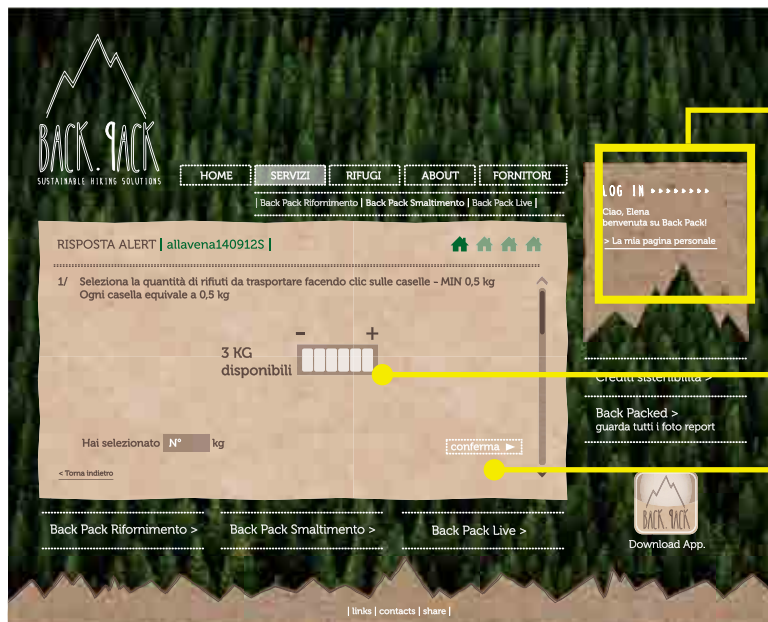
codice alert

descrizione alert

fare clic per aprire
la scheda rifugio

fare clic per iscriversi
a questo alert

www.backpack.it/servizi/smaltimento/iscrizione-alert-allavena140912S/step1

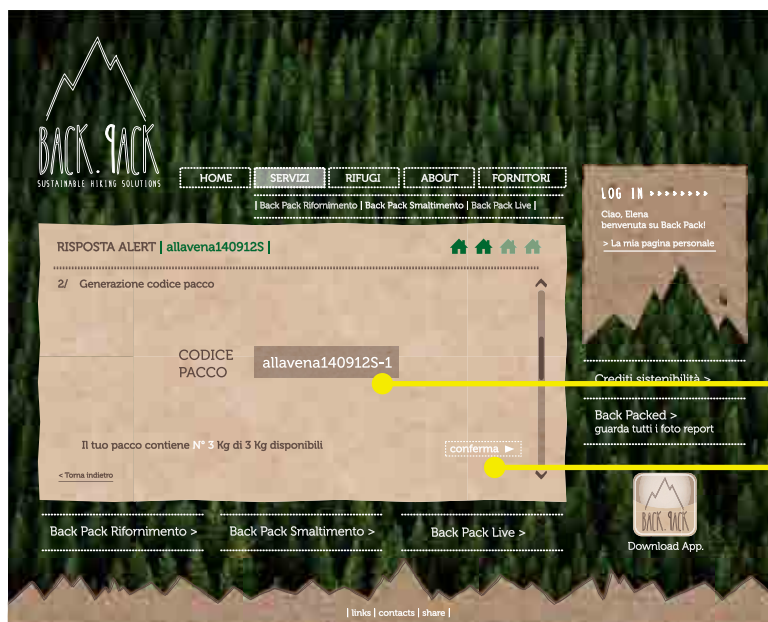


accesso effettuato
dall'escursionista

step 1:
seleziona la quantità rifiuti

passa al prossimo step

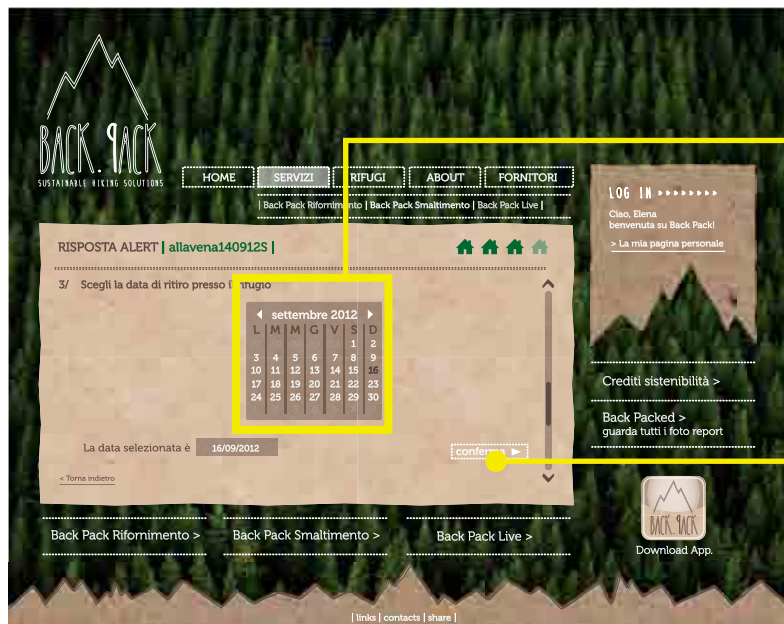
www.backpack.it/servizi/smaltimento/iscrizione-alert-allavena140912S/step2



step 2:
viene generato il
codice del pacco

passa al prossimo step

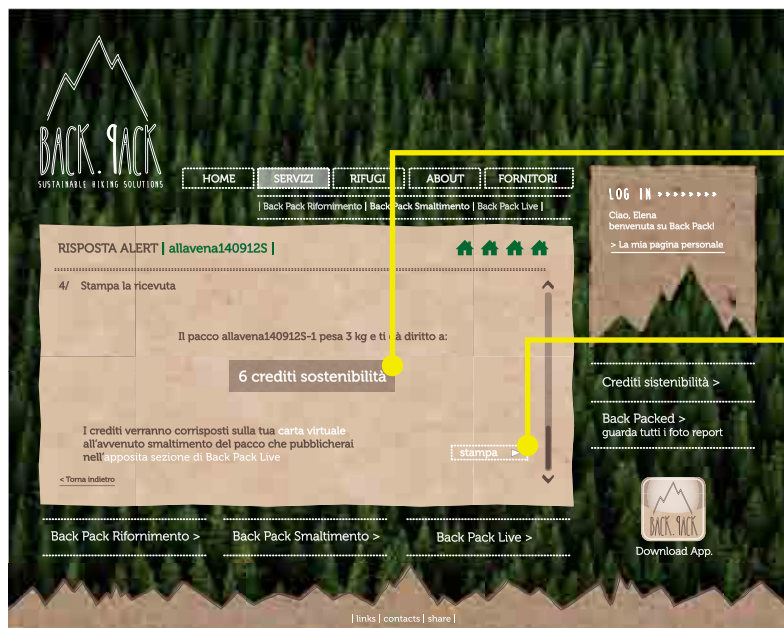
www.backpack.it/servizi/smaltimento/iscrizione-alert-allavena140912S/step3



step 3:
seleziona la data di
ritiro presso fornitore

passa al prossimo step

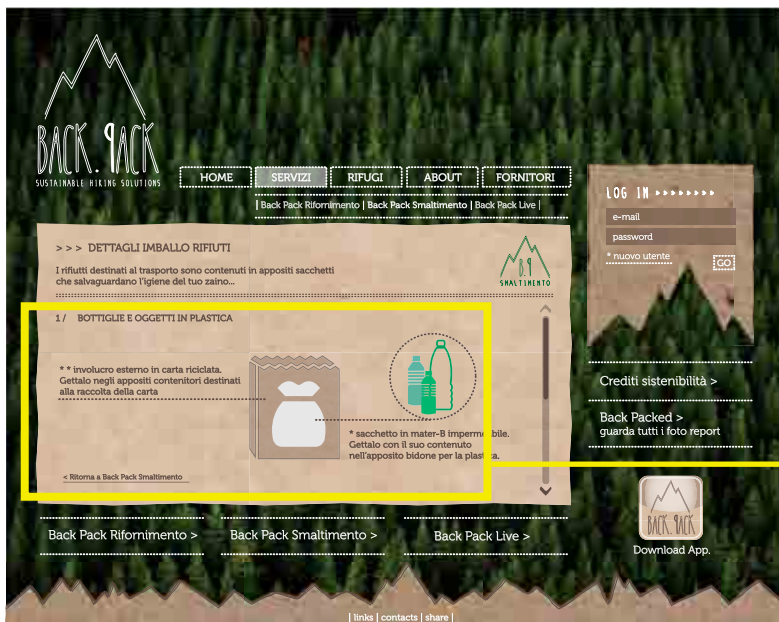
www.backpack.it/servizi/smaltimento/iscrizione-alert-allavena140912S/step4



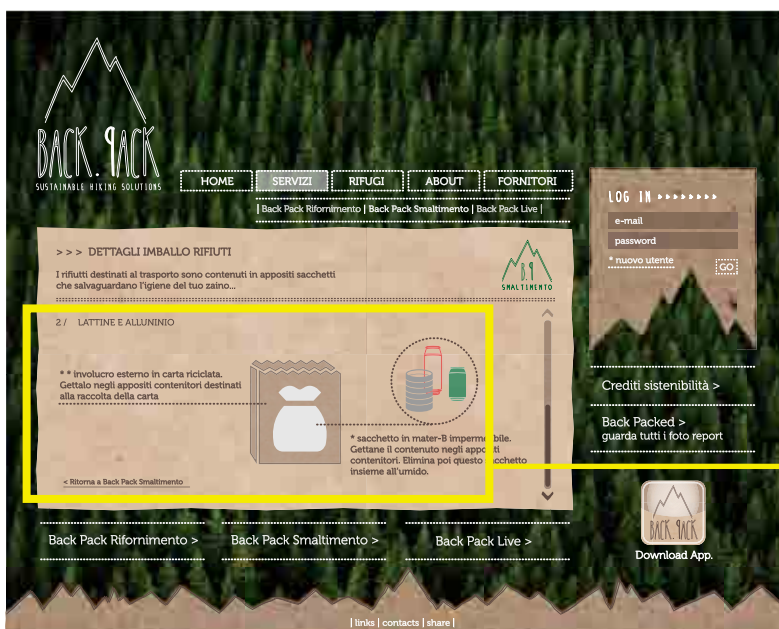
valore Crediti Sostenibilità
associati al tuo pacco

confirma iscrizione

NB: una mail di conferma
viene inviata all'indirizzo
mail dell'utente.
il rifugista riceve una noti-
fica di avvenuta iscrizione.

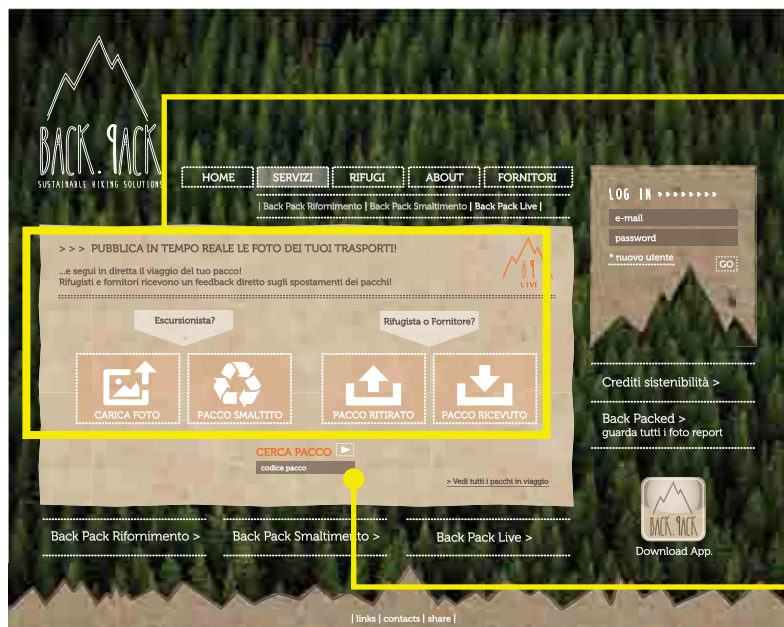


descrizione imballo
rifiuti di plastica



descrizione imballo
rifiuti di plastica

- **Back Pack Live! www.backpack.it/servizi/live**

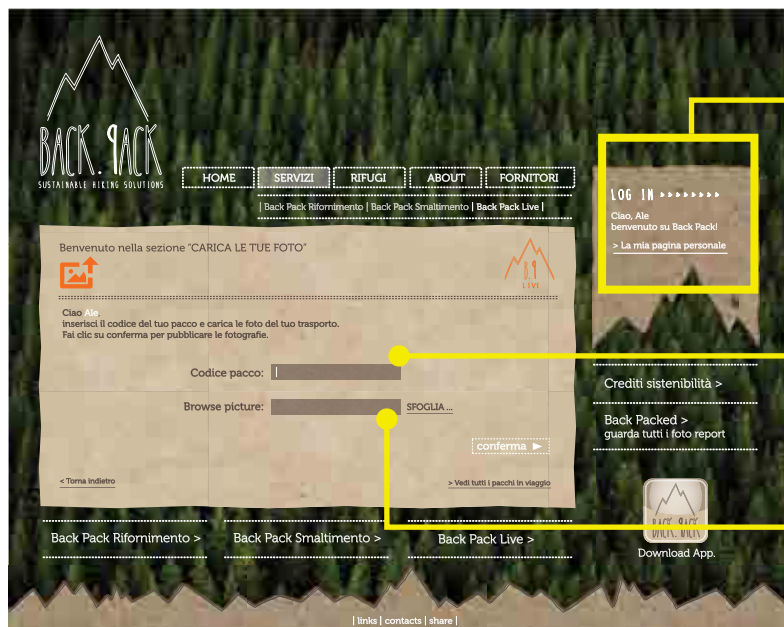


azioni effettuabili dagli utenti:

- > caricamento foto in tempo reale
- > segnalazione pacco smaltito
- > segnalazione pacco ritirato
- > segnalazione pacco ricevuto

ricerca pacco in viaggio tramite codice pacco

www.backpack.it/servizi/live/caricamento-foto



accesso effettuato dall'escursionista

indica il codice del tuo pacco

scegli la foto da pubblicare e conferma

www.backpack.it/servizi/live/pacco-smaltito

BACKPACK
SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME | SERVIZI | RIFUGI | ABOUT | FORNITORI
| Back Pack Rifornamento | Back Pack Smaltimento | Back Pack Live |

Benvenuto nella sezione "PACCO SMALTITO"

Ciao Elena
Inserisci il codice del tuo pacco rifiuto.
Fai clic su conferma per pubblicare l'avvenuto smaltimento.

Codice pacco:

Smaltito presso il comune di: CERCA ...

conferma ▶

< Torna indietro > > Vedi tutti i pacchi in viaggio

Back Pack Rifornamento > | Back Pack Smaltimento > | Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

LOG IN *****
Ciao, Elena
benvenuta su Back Pack
> La mia pagina personale

Crediti sostenibilità >

Back Packed >
guarda tutti i foto report

accesso effettuato
dall'escursionista

indica il codice del
pacco smaltito

seleziona il comune di
smaltimento

www.backpack.it/servizi/live/pacco-ritirato

BACKPACK
SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME | SERVIZI | RIFUGI | ABOUT | FORNITORI
| Back Pack Rifornamento | Back Pack Smaltimento | Back Pack Live |

Benvenuto nella sezione "PACCO RITIRATO"

Ciao Agriturismo La Baita
Inserisci il codice del pacco che è stato ritirato presso il tuo punto vendita / rifugio.
Fai clic su conferma per pubblicare l'avvenuto ritiro.

Codice pacco:

Contenuto:

conferma ▶

< Torna indietro > > Vedi tutti i pacchi in viaggio

Back Pack Rifornamento > | Back Pack Smaltimento > | Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

LOG IN *****
Ciao, Agriturismo La Baita,
benvenuto su Back Pack
> La mia pagina personale

Crediti sostenibilità >

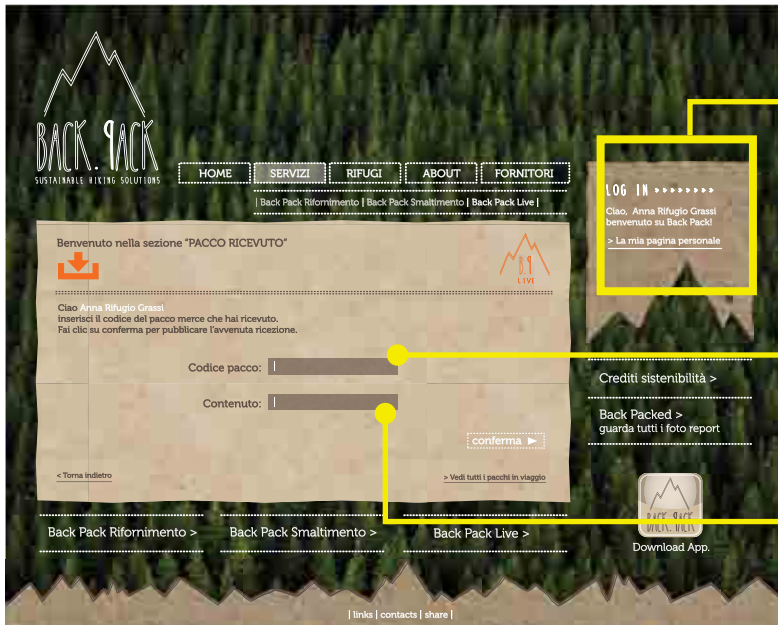
Back Packed >
guarda tutti i foto report

accesso effettuato
dal fornitore

indica il codice del
pacco ritirato

indica il contenuto del
pacco e conferma

www.backpack.it/servizi/pacco-ricevuto

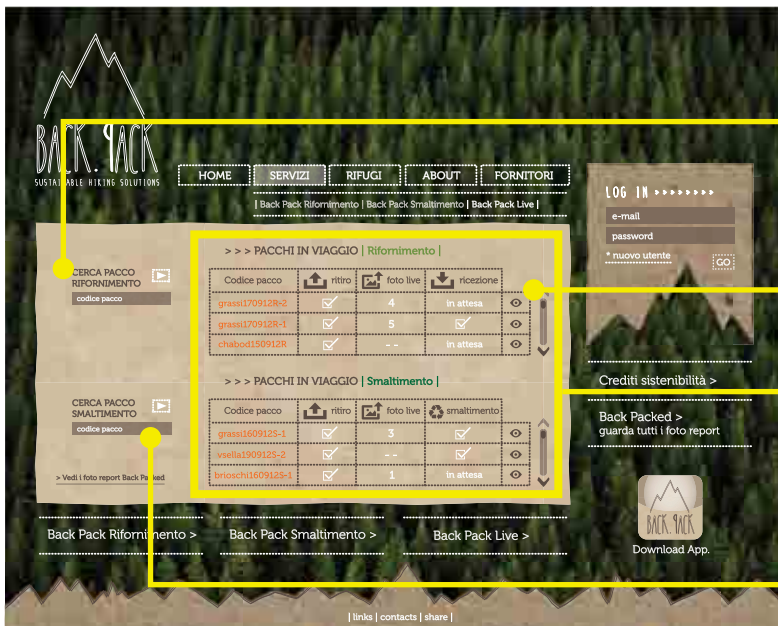


accesso effettuato
dal rifugista

indica il codice del
pacco ricevuto

indica il contenuto del
pacco e conferma

www.backpack.it/servizi/live/pacchi-in-viaggio



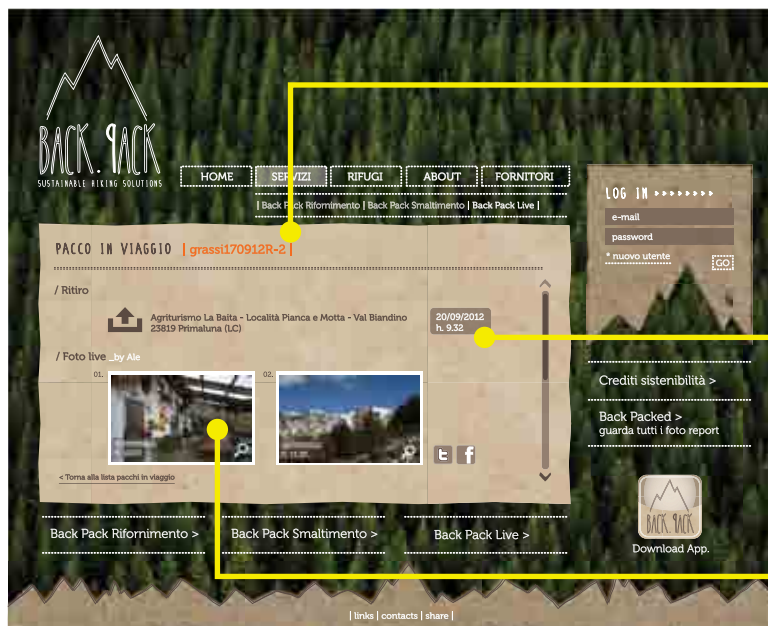
ricerca pacco tramite
codice (rifornimento)

fai clic per visualizzare
i dettagli del viaggio

elenco pacchi in viaggio
rifornimento/smaltimento

ricerca pacco tramite
codice (smaltimento)

www.backpack.it/servizi/live/grassi170912R-2

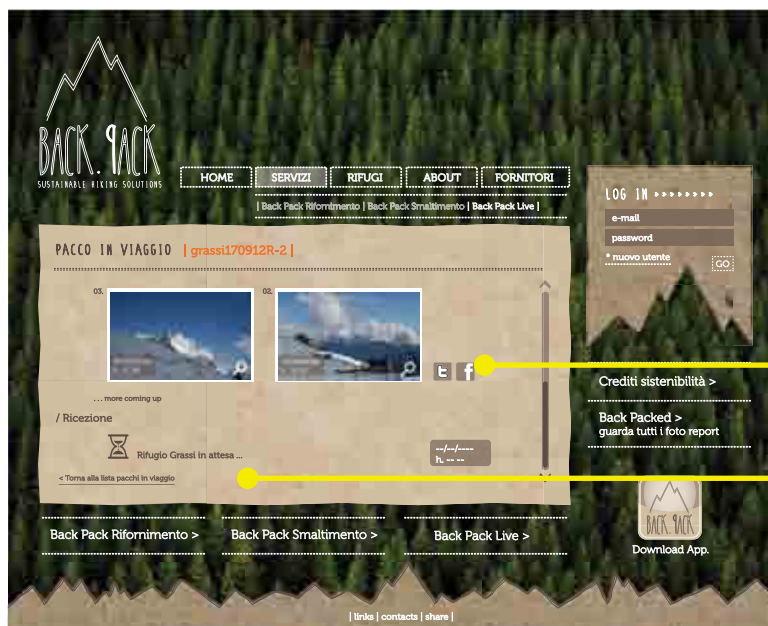


codice pacco in viaggio

ritiro avvenuto
presso il fornitore

fotografie live pubblicate
dall'escursionista

www.backpack.it/servizi/live/grassi170912R-2



condividi le fotografie

rifugio in attesa
di ricezione pacco

18.1.3 Rifugi: www.backpack.it/rifugi

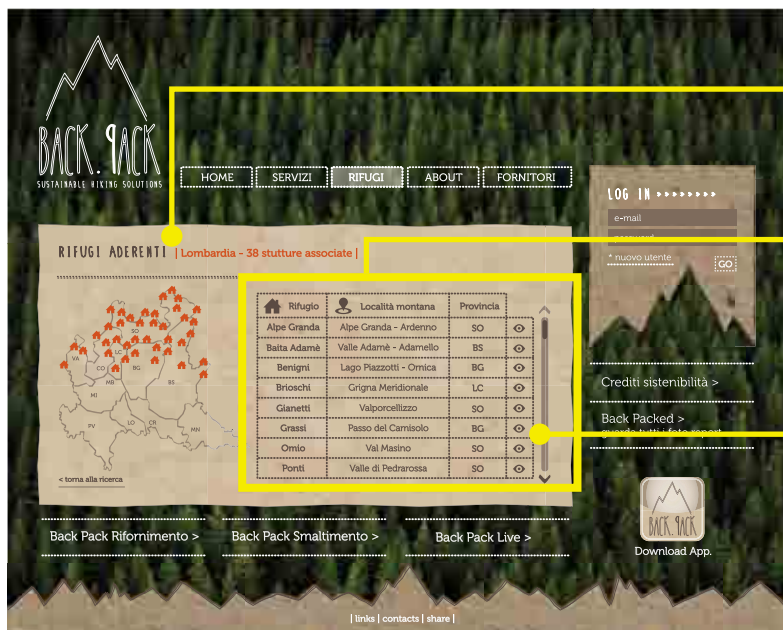


mappa dell'italia con densità rifugi

ricerca rapida di un rifugio associato

fai clic per visualizzare in dettaglio le regioni

www.backpack.it/rifugi/lombardia

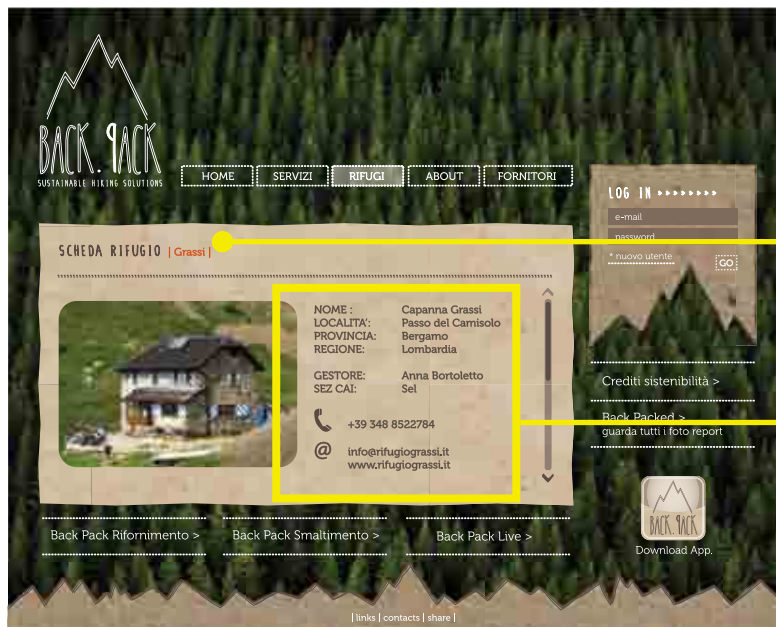


regione selezionata

elenco rifugi associati nella regione selezionata

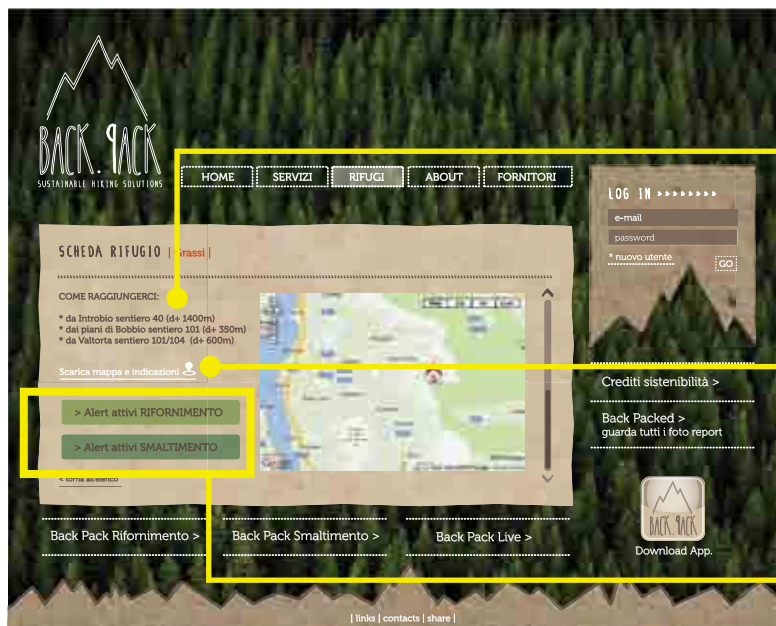
fai clic per visualizzare la scheda del rifugio

www.backpack.it/rifugi/lombardia/rifugio-grassi



nome rifugio

dettagli struttura
e contatti



indicazioni per
raggiungere il rifugio

scarica la mappa

fai clic per vedere gli alert
attivi su questo rifugio

www.backpack.it/rifugi/lombardia/rifugio-grassi/alert-attivi

elenco alert attivi
su questo rifugio

BACKPACK
SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

LOG IN >>>>>>>

e-mail
password
* nuovo utente GO

ALERT ATTIVI | Grassi |

>>> ALERT ATTIVI RIFORMIMENTO

Codice Alert	Data pubblicazione	X Data scadenza
grassi70912R	17/09/2012	21/09/2012
grassi180912R	18/09/2012	22/09/2012

RIFORMIMENTO

Crediti sostenibilità >

Back Packed >
manda tutti i tuoi report

>>> ALERT ATTIVI SMALTIMENTO

Codice Alert	Data pubblicazione	X Data scadenza
grassi160912S	16/09/2012	20/09/2012

SMALTIMENTO

< torna al rifugio

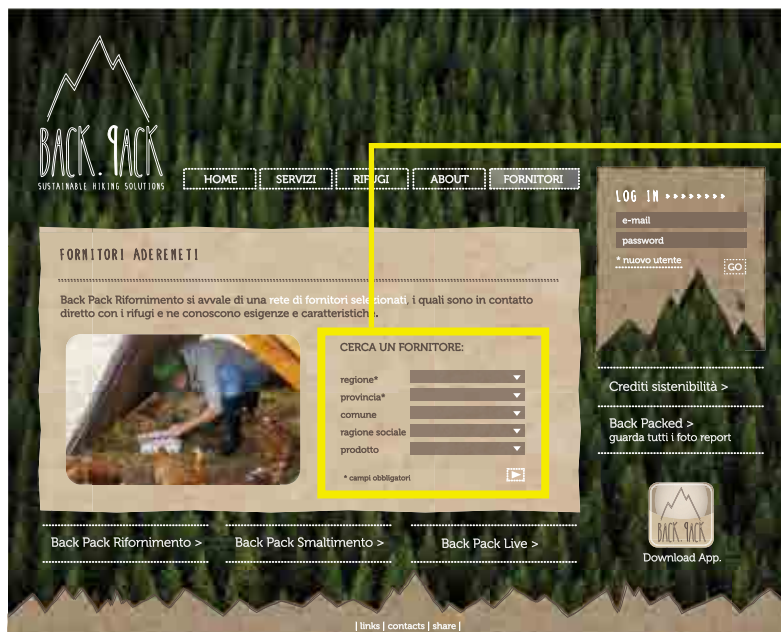
Back Pack Riformimento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

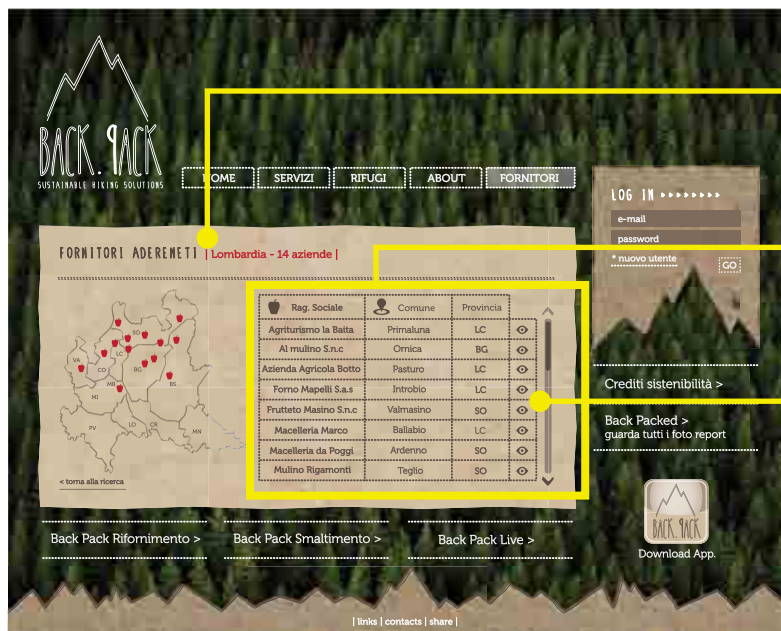
fai clic per visualizzare
il dettaglio dell>alert

18.1.4 Fornitori: www.backpack.it/fornitori



ricerca rapida di un
fornitore associato

www.backpack.it/fornitori/lombardia



regione selezionata

elenco fornitori associati
nella regione selezionata

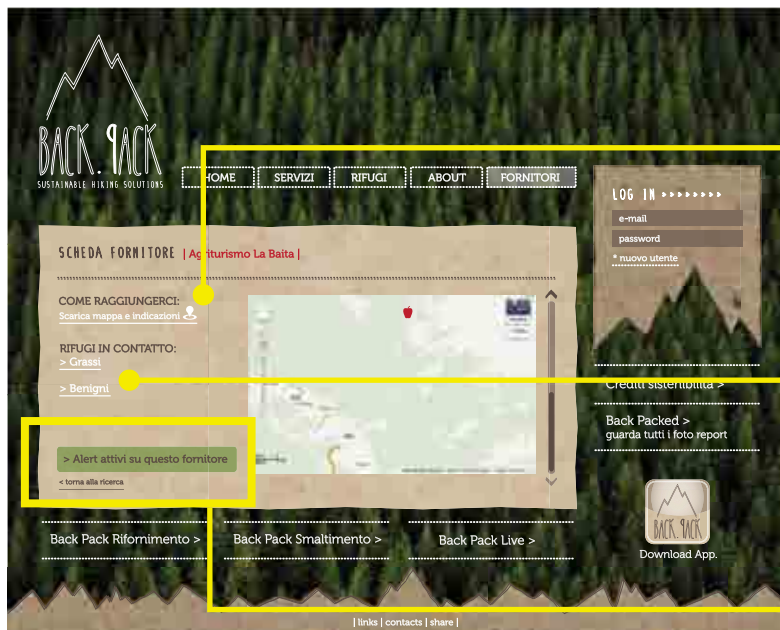
fai clic per visualizzare
la scheda del fornitore

www.backpack.it/rifugi/lombardia/agriturismo-la-baita



nome fornitore

dettagli struttura
e contatti



scarica le indicazioni per
raggiungere il fornitore

rifugi serviti da questo
fornitore

fai clic per vedere gli alert
attivi su questo fornitore

www.backpack.it/fornitori/lombardia/agriturismo-la-baita/alert-attivi

BACKPACK
SUSTAINABLE BIKEING SOLOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

LOG IN *****
e-mail
password
* nuovo utente GO

ALERT ATTIVI | Agriturismo La Baita |

>>> ALERT ATTIVI RIFORMIMENTO

Codice Alert	Data pubblicazione	X Data scadenza	
grassi170912R	17/09/2012	21/09/2012	🔍
benigni160912R	16/09/2012	20/09/2012	🔍
--	--	--	/
--	--	--	/
--	--	--	/
--	--	--	/

RIFORMIMENTO

Crediti sistemati >

Back Packed >
guarda tutti i foto report

Download App.

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

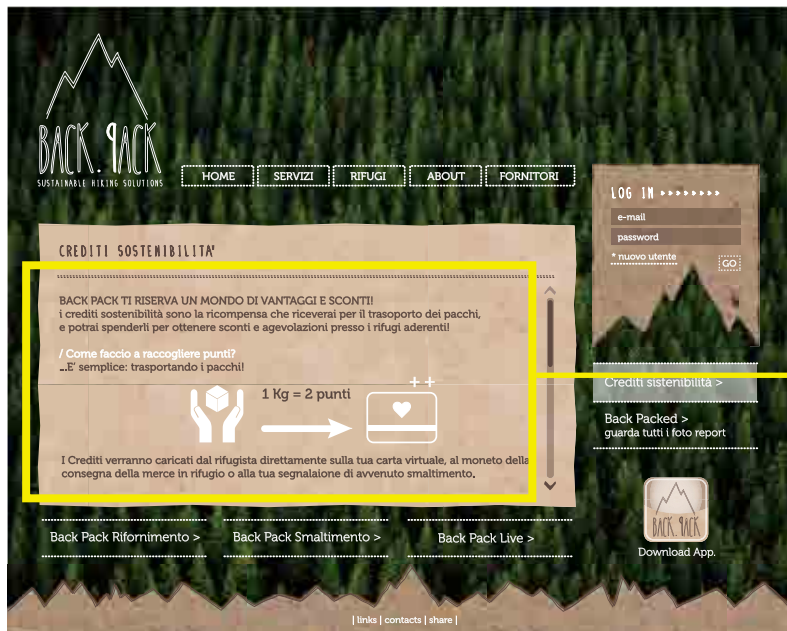
links | contacts | share |

elenco alert attivi
su questo fornitore

fai clic per visualizzare
il dettaglio dell'alert

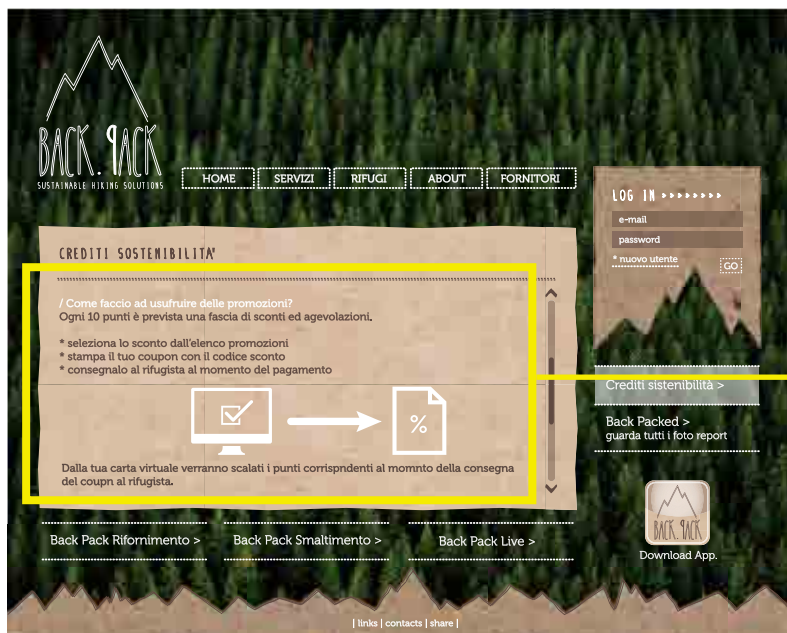
18.1.5 Crediti Sostenibilità:

www.backpack.it/crediti-sostenibilita



Come funziona: step 1

> come raccogliere i punti



Come funziona: step 2

> come accedere alle promozioni

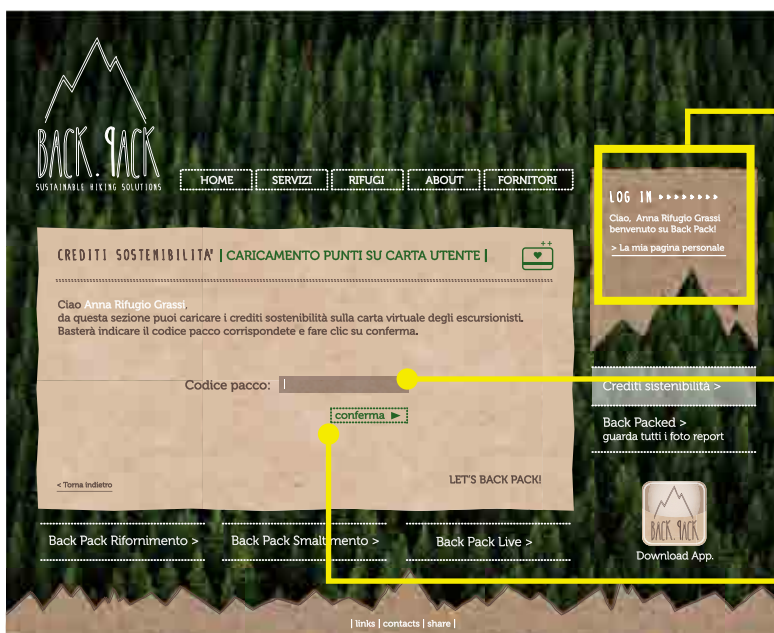


escursionisti:
> accesso alle promozioni

rifugisti:

> caricamento punti
> attivazione coupon

www.backpack.it/crediti-sostenibilita'/caricamento-punti



accesso effettuato
dal rifugista

indica il codice del
pacco ricevuto

conferma per caricare
i punti

www.backpack.it/crediti-sostenibilit /sconti-e-promozioni

BACKPACK SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

LOG IN >>>>>>>>>>

e-mail
password
* nuovo utente

CREDITI SOSTENIBILITA' | SCONTI E PROMOZIONI |

PUNTI	PROMOZIONE DISPONIBILE
0-10	* 2 punti * bibita in lattina o t� caldo * 5 punti * fetta di torta + tazza di t�
10-20	* 10 punti * tagliere salumi e formaggi * 15 punti * primo piatto caldo * 20 punti * sc. 10€ su pranzo/cena
30-40	* 30 punti * sc. 50% su pernottame * 40 punti * pranzo o cena in omaggio
50	* 50 punti * 1/2 pensione in omaggio

...e inoltre:
con 25 punti potrai ritirare la T-shirt Back Pack presso i rifugi!

LET'S BACK PACK!

Back Pack Rifornamento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

links | contacts | share |

elenco sconti disponibili

fasce di punteggio

descrizione offerta

fai clic per acquistare il coupon/la maglietta

www.backpack.it/crediti-sostenibilit /acquisto-coupon

BACKPACK SUSTAINABLE HIKING SOLUTIONS

HOME SERVIZI RIFUGI ABOUT FORNITORI

LOG IN >>>>>>>>>>

Ciao, Ale
benvenuto su Back Pack!
> La mia pagina personale

CREDITI SOSTENIBILITA' | ACQUISTO COUPON | %

Ciao Ale,
hai selezionato il seguente coupon:

* PRIMO PIATTO CALDO *

che corrisponde a N  15 crediti sostenibilit , che verranno automaticamente scalati dalla tua carta virtuale.

Fai clic su conferma per ricevere il coupon via e-mail.
Stampa il coupon e consegnalo al rifugista per usufruire della promozione.

< Torna all'elenco promozioni

conferma

Back Pack Rifornamento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

links | contacts | share |

accesso effettuato dall'escursionista

descrizione del coupon

conferma e acquista

> il codice del tuo coupon ti sar  inviato via mail

18.1.6 Pagine personali: escursionisti - rifugi - fornitori

- escursionista: www.backpack.it/pagina-personale/escursionista/ale

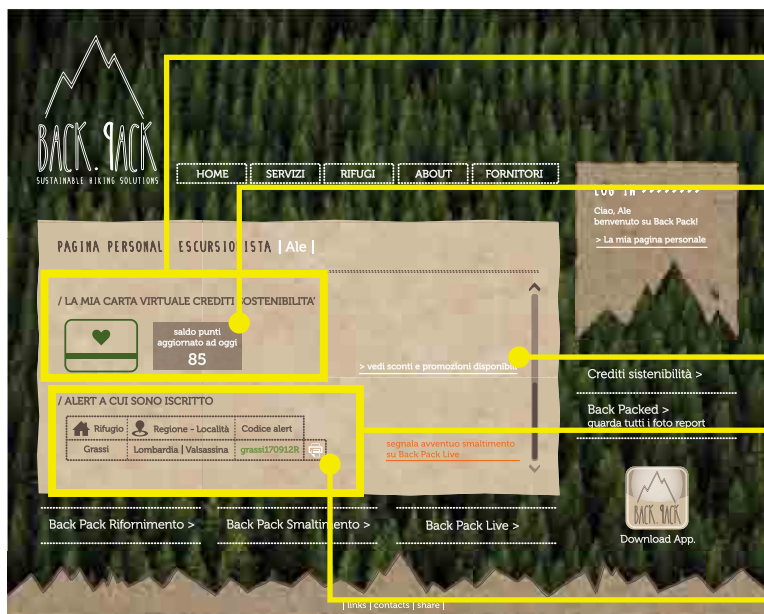


accesso effettuato dall'escursionista

dati personali

i rifugi preferiti

immagine del profilo



la mia carta virtuale

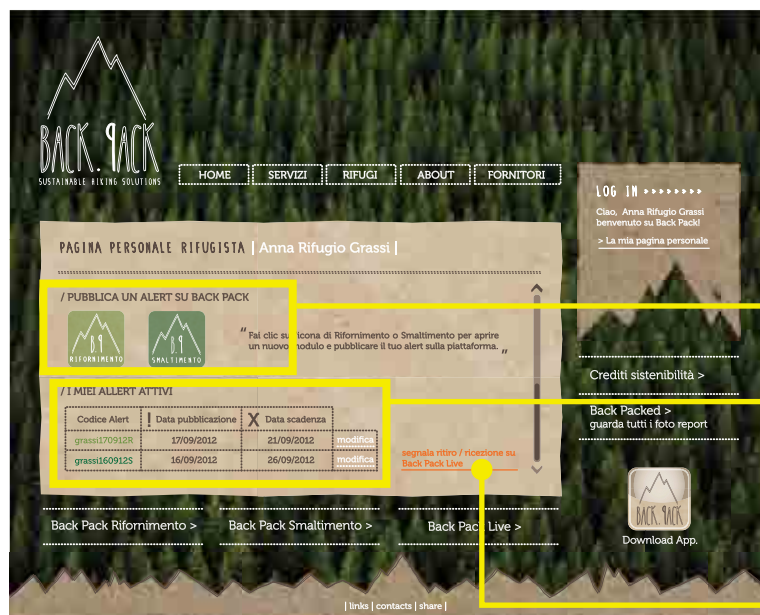
il mio saldo
crediti sostenibilità

accedi alla sezione offerte

alert in agenda

stampa ricevuta alert

- rifugista: www.backpack.it/pagina-personale/rifugio/grassi



www.backpack.it/pagina-personale/rifugio/grassi/pubblica-alert/rifornimento

PUBBLICA UN NUOVO ALERT | Rifornimento

1/ INDICA L'OGGETTO DEL RIFORNIMENTO

Merce

Quantità Kg

Data scadenza Alert

2/ INDICA IL FORNITORE

Rag. sociale

Indirizzo n°

CAP Città Prov.

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smartmento > Back Pack Live >

[links](#) | [contacts](#) | [share](#) |

nuovo alert rifornimento

compila il modulo di pubblicazione alert

indica la data di scadenza

indica il fornitore e il suo indirizzo

RIEPILOGO

CODICE ALERT **grassi170912R**

OGGETTO: Mele

QUANTITÀ: 5 kg

FORNITORE: Agriturismo La Baita
Località Pianca e Moita
Val Biandino 23819 - Primaluna (LC)

DATA PUBBLICAZIONE: 17/09/2012

DATA SCADENZA: 21/09/2012

< Torna indietro

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smartmento > Back Pack Live >

[links](#) | [contacts](#) | [share](#) |

riepilogo alert rifornimento

codice alert

conferma e pubblica

- fornitore: www.backpack.it/pagina-personale/fornitore/agriturismo-la-baita

nome utente

accesso effettuato dal fornitore

PAGINA PERSONALE FORNITORE | Agriturismo La Baita |

LOG IN *****
Ciao, Agriturismo La Baita, benvenuto su Back Pack!
> La mia pagina personale

RAZIONE SOCIALE: Agriturismo La Baita
INDIRIZZO: Località Pianca e Motta
Val Blandino 23819
Primaluna (LC)

NICK NAME: Agriturismo La Baita [modifica dati](#)

REFERENTE: sig.ra Marzia
E-MAIL: info@agriturismolabaita.com

PRODOTTI: uova, caseari, pollame [aggiorna profilo pubblica](#)

Back Pack Rifornamento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

dati personali

immagine del profilo

refugi con cui sono in contatto

gli alert attivi sulla mia struttura

PAGINA PERSONALE FORNITORE | Agriturismo La Baita |

LOG IN *****
Ciao, Agriturismo La Baita, benvenuto su Back Pack!
> La mia pagina personale

/ I RIFUGI CON CUI SONO IN CONTATTO

> Capanna Grassi (Passo del Camisolo - BG);
> Benignini (Lago Piazzotti - BG)

modifica / aggiungi

/ GLI ALERT ATTIVI SUL MIO PUNTO VENDITA

Codice Alert	Data pubblicazione	X Data scadenza	
grassi170912R	17/09/2012	21/09/2012	segnala un ritiro su Back Pack Live
benignini160912R	16/09/2012	20/09/2012	segnala un ritiro su Back Pack Live

Back Pack Rifornamento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

fai clic per dettagli alert

segnala pacco ritirato su B.P Live

18.1.7 Iscrizione nuovo utente: www.packpack.it/registrazione-backpackers

REGISTRAZIONE NUOVO UTENTE

Benvenuto nella community di Back Pack!
Da questa sezione potrai registrarti e diventare anche tu un Back Packer: in pochi secondi!

1/ Alcuni dati:

Nome* | | Cognome* | |

Data di nascita 99 ▼ mm ▼ anno ▼ Nazionalità ▼

Indirizzo* via/piazza n* CAP ▼ Città ▼ Prov. ▼

E-mail* | | Cellulare* | |

Back Pack Rifornimento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

1/ inserimento dati
anagrafici utente

conferma e passa
al prossimo step

REGISTRAZIONE NUOVO UTENTE

2/ Segni particolari:

Aree montane che frequenti maggiormente regione ▼ gruppo alpino ▼

Sei socio Cal?* sì no Se sì, specifica la sezione di appartenenza ▼

Come sei venuto a conoscenza di Back Pack?* arruci web presso rifugio
specifica ▼

Sono interessato maggiormente all'attività di: rifornimento smaltimento

Voglio ricevere news e alert Back Pack via e-mail

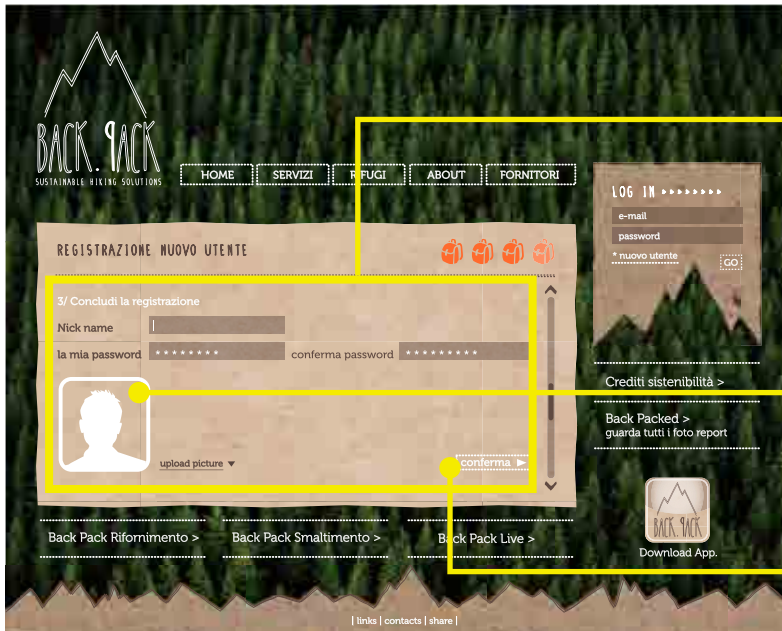
Back Pack Rifornimento > Back Pack Smaltimento > Back Pack Live >

Download App.

| links | contacts | share |

2/ inserimento dati
specifici Back Packer

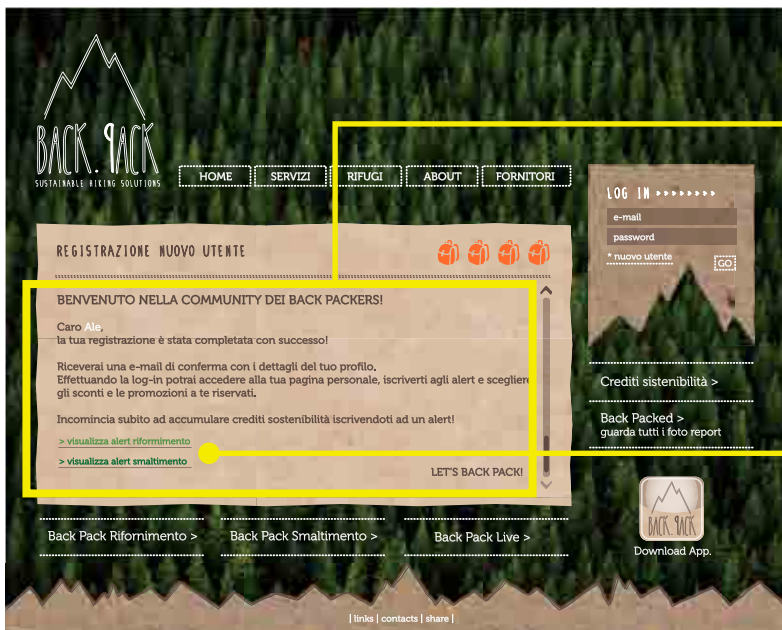
conferma e passa
al prossimo step



3/ nome utente
e password

fai clic per inserire
una fotografia

conferma e concludi
la registrazione

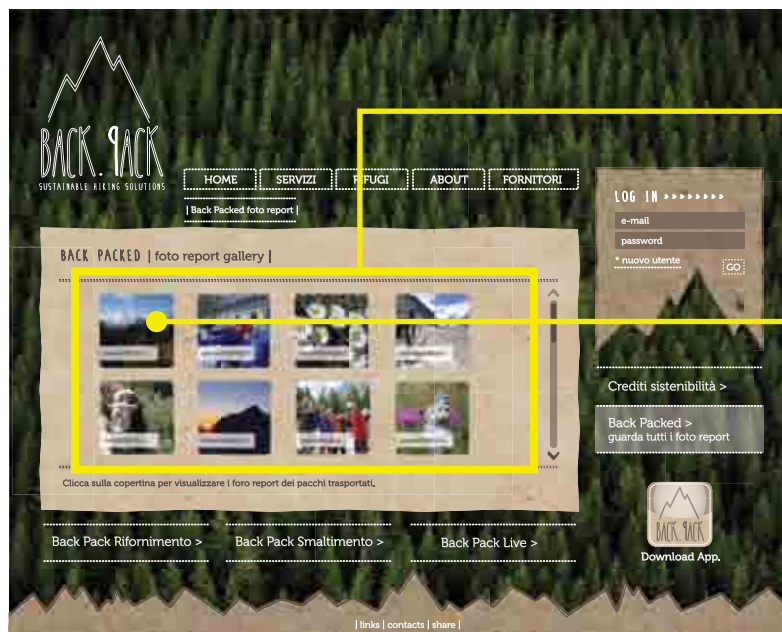


4/ registrazione
effettuata con successo!

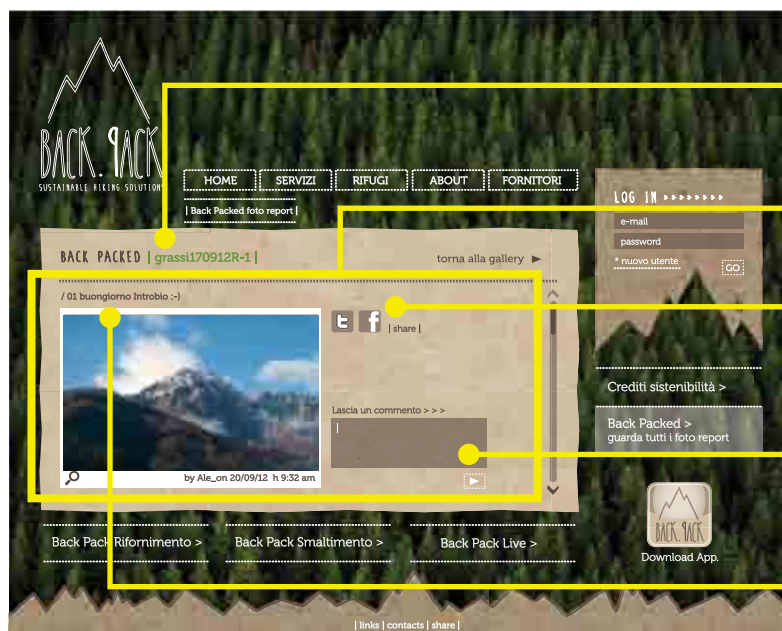
visualizza gli alert attivi

18.1.8 Back Packed:

www.packpack.it/backpacked/report-gallery

galleria viaggi
conclusifai clic per visualizzare
il report fotografico

www.backpack.it/backpacked/grassi170912R-1



codice pacco trasportato

dettagli
report fotografico

condividi le immagini

posta un commento

titolo immagine

18.2 L'App smartphone: Back Pack dove e quando vuoi

Un'ulteriore touchpoint di fondamentale supporto al servizio è l'App per smartphone che gli utenti possono direttamente scaricare gratis dalla piattaforma on-line.

L'App è costruita in maniera chiara e semplice e può essere utilizzata facilmente dagli escursionisti, dai rifugisti e dai fornitori.

Grazie alla sua interfaccia easy access e user friendly, l'applicazione permette di compiere in modo facile e veloce alcune delle operazioni chiave che sono presenti sulla piattaforma.

Gli *escursionisti*, in primo luogo, utilizzano l'App per pubblicare su Back Pack Live in tempo reale le fotografie scattate durante i loro trasporti.

Inoltre possono iscriversi e consultare gli alert direttamente utilizzando il loro smartphone, ovunque essi si trovino.

L'App, sfruttando il GPS integrato nei dispositivi mobili, è programmata in modo tale da mostrare in primo piano gli alert geograficamente più convenienti rispetto alla posizione dell'utente.

Tramite l'app, infine, gli escursionisti possono direttamente pubblicare l'avvenuto smaltimento di un pacco rifiuti, che verrà pubblicato automaticamente su Back Pack Live.

I *rifugisti* utilizzano l'App principalmente per seguire in diretta gli spostamenti dei pacchi, tramite Back Pack Live. In questo modo, senza dover accedere al computer, possono tenere sotto controllo il viaggio della merce.

Inoltre essi possono utilizzare il loro smartphone per pubblicare su Back pack Live l'avvenuta ricezione di un pacco merce, o l'avvenuto ritiro di un pacco rifiuti.

I fornitori, allo stesso modo, utilizzano l'App per pubblicare su Back Pack Live la partenza di un pacco merce. Dopodiché potranno seguire in tempo reale gli spostamenti del pacco sino al suo arrivo in rifugio.

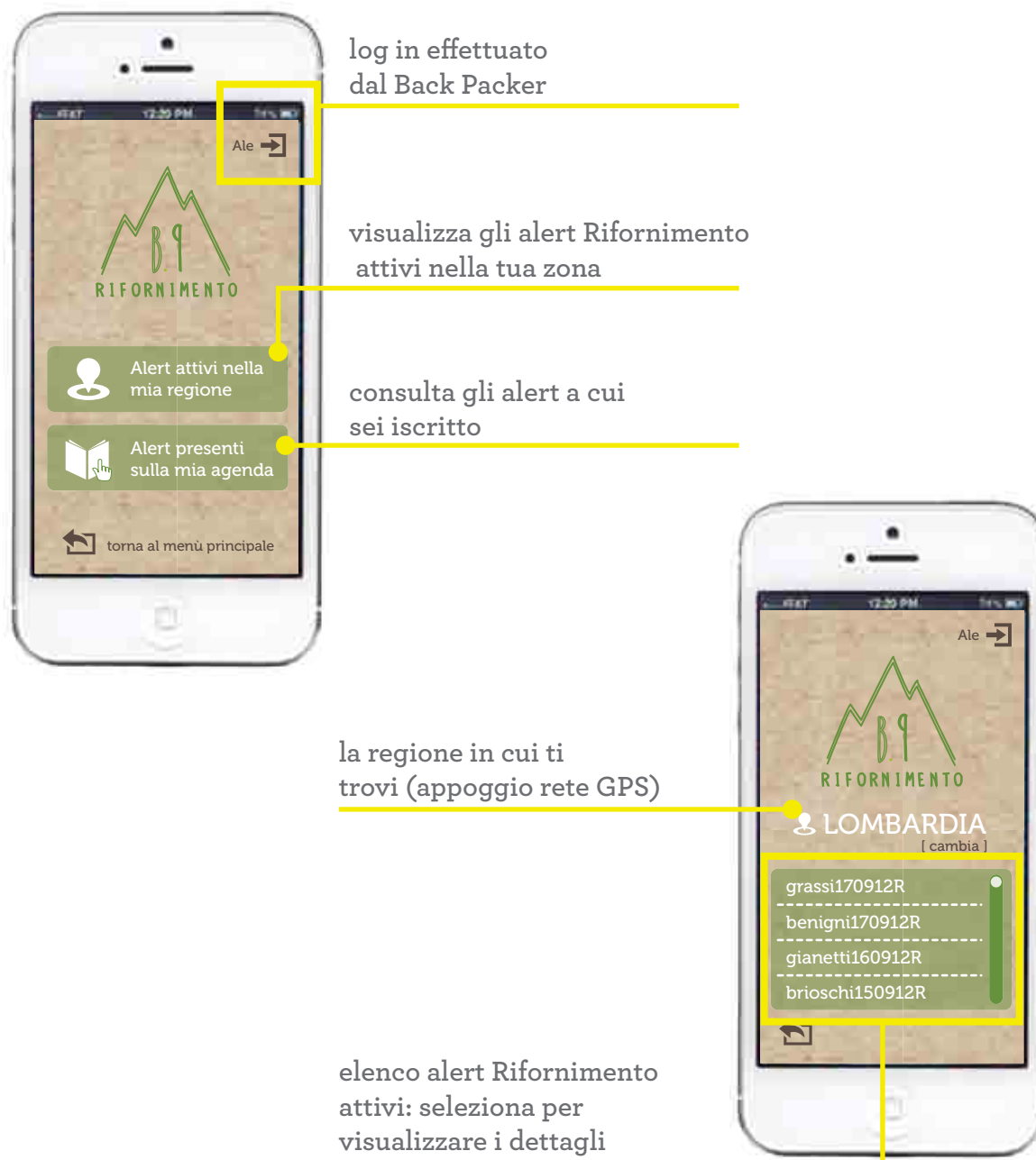
L'App, dunque, oltre che fornire un supporto pratico e di facile utilizzo per il servizio, è appositamente studiata per permettere agli utenti di dare e ricevere un feedback diretto riguardo agli spostamenti dei pacchi.

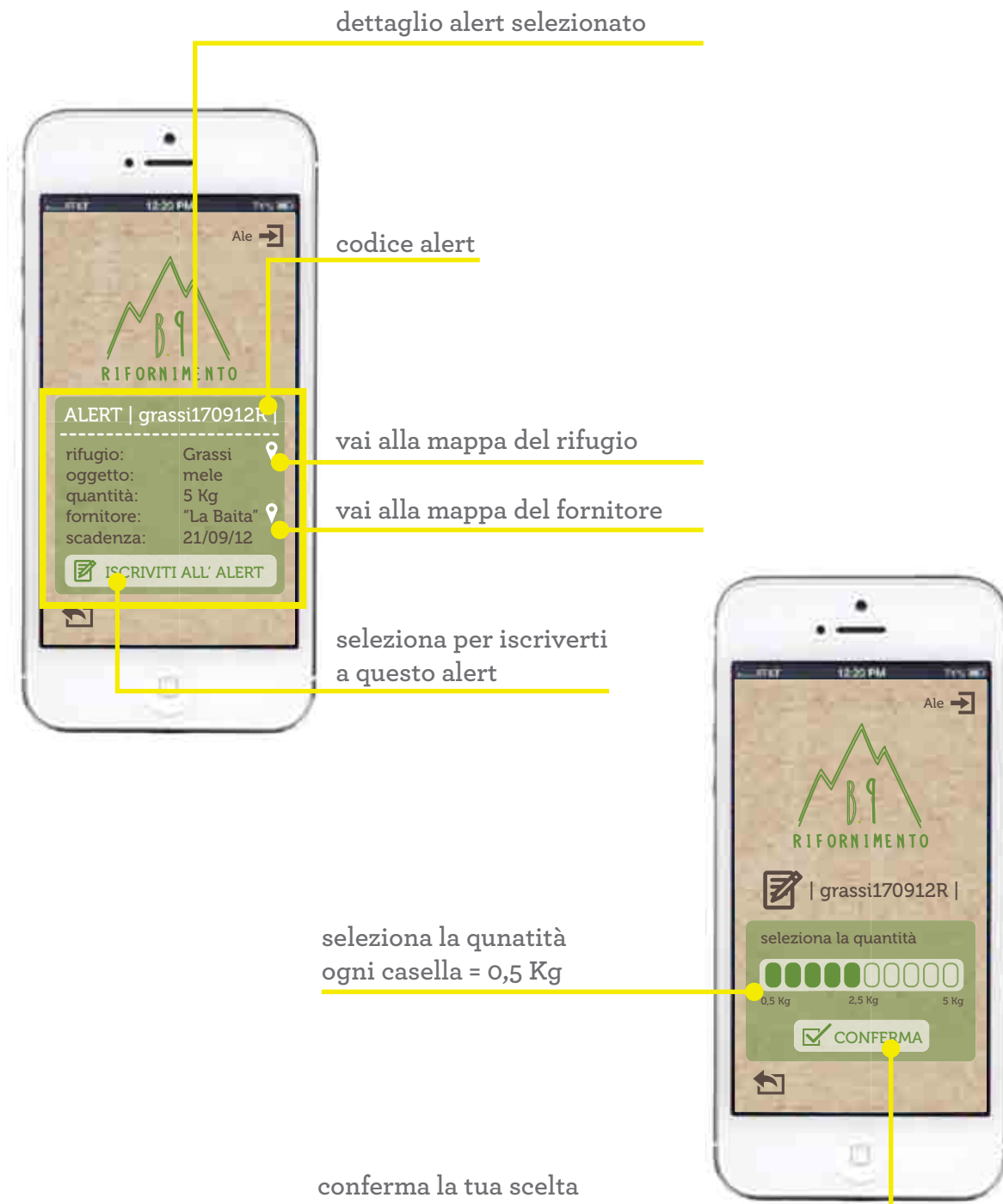
/ Back Pack App: download gratuito su www.backpack.it

18.2.1 App Back Pack: icona, accesso, pagina principale.



18.2.2 App Back Pack: B.P Rifornamento - accesso escursionista





seleziona la data di ritiro
pacco presso il fornitore



conferma la tua scelta
e chiudi l'iscrizione

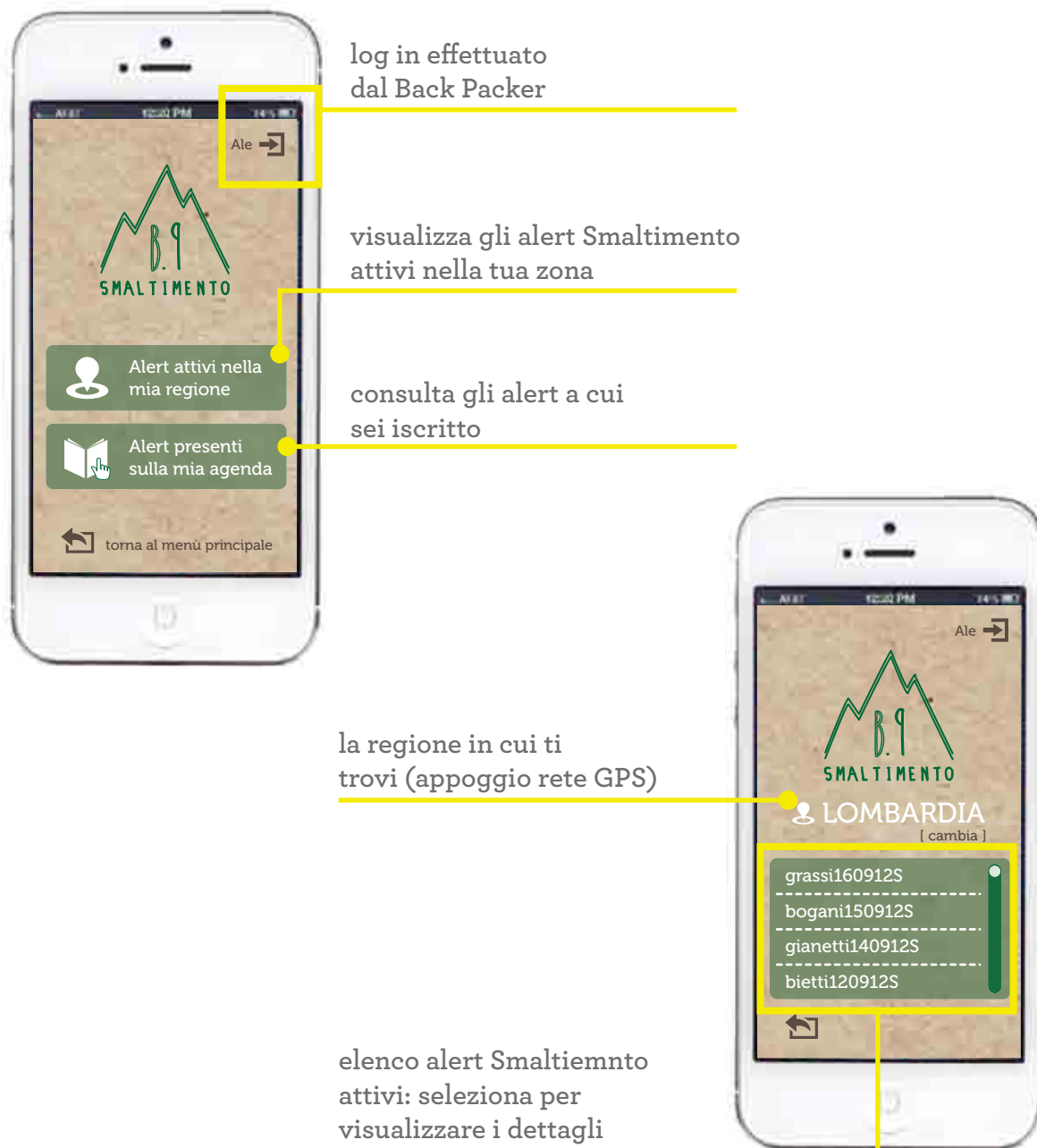
codice associato
al tuo pacco

salva la prenotazione
nella tua agenda personale

riepilogo iscrizione
alert



18.2.2 App Back Pack: B.P Smaltimento - accesso escursionista





seleziona la data di ritiro
pacco presso il rifugio



conferma la tua scelta
e chiudi l'iscrizione

codice associato
al tuo pacco



salva la prenotazione
nella tua agenda personale

riepilogo iscrizione
alert

18.2.3 App Back Pack: B.P Live - accesso Back Packer



scatta direttamente una foto usando il tuo dispositivo





indica il codice del pacco che stai trasportando



seleziona la foto dalla tua galleria immagini

inserisci il titolo per la tua immagine

upload!



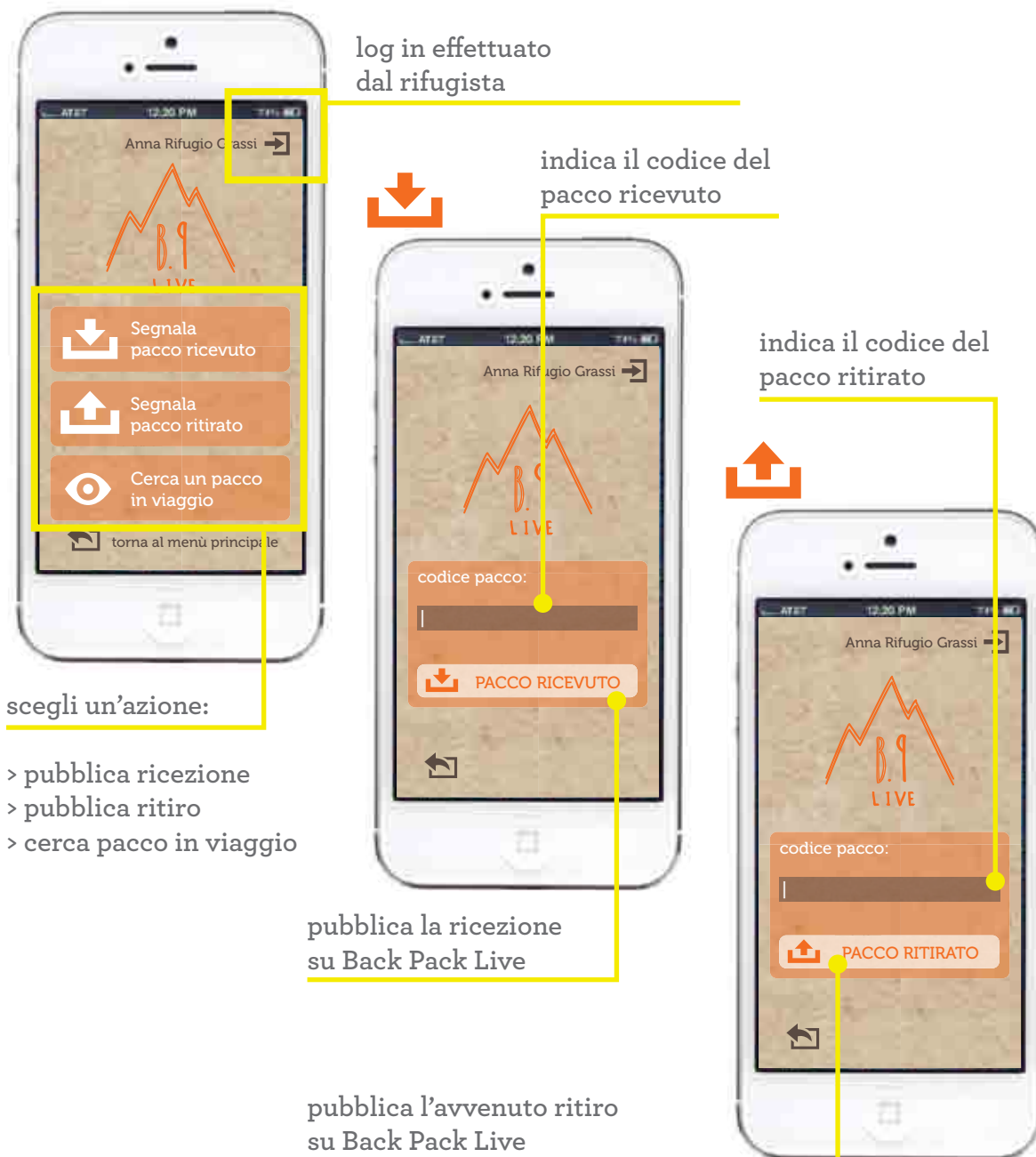
inserisci il codice del pacco smaltito

indica la tipologia di raccolta differenziata

indica il comune dove il pacco è stato smaltito

conferma l'avvenuto smaltimento

18.2.4 App Back Pack: B.P Live - accesso rifugista





18.2.4 App Back Pack: B.P Live - accesso fornitore



log in effettuato dal fornitore

segnala l'avvenuto ritiro di un pacco su Back Pack Live

cerca un pacco in viaggio su Back Pack Live



indica il codice del pacco

conferma il ritiro del pacco



indica il codice del pacco che vuoi cercare



confirma e cerca su Back Pack Live



codice pacco

ritiro avvenuto presso il fornitore

fotografie caricate dall'escursionista

pacco ricevuto dal rifugista



dettagli spostamenti pacco

18.3 Le ricevute automatiche: riconoscimento e tracciabilità dei pacchi.

Il sistema di prenotazione ritiro e trasporto pacchi Back Pack è gestito e controllato tramite una serie di ricevute automatiche che vengono generate dal sistema quando gli utenti effettuano le operazioni on-line. Queste ricevute vengono inviate alla casella di posta elettronica degli utenti e devono essere mostrate al momento del ritiro e della consegna dei pacchi.

Grazie alle ricevute gli utenti riconoscono i pacchi, che sono contrassegnati da uno specifico codice riportato sulla ricevuta stessa.

Il codice del pacco viene automaticamente generato dal sistema seguendo la semplice regola riportata di seguito:

- *Codice pacco Rifornimento:*



- *Codice pacco Smaltimento:*



Vediamo ora in dettaglio le diverse ricevute generate dal sistema.

STAMPA!



> inviata al Back Packer al momento della conferma di iscrizione all'alert.

B.P | RIFORNIMENTO
Ricevuta di iscrizione alert

Nome utente: Alessandro Rigamonti
Alert di riferimento: grassi301012R

CODICE PACCO

grassi301012R-1

> > > **Dettagli pacco**

Quantità: 2,5 Kg
Contenuto: limoni

> > > **Dettagli tecnici**

Data ritiro: 02/11/2012
Luogo ritiro: Agriturismo La Baita
Località Pianca e Motta
Val Biandino - 23819 Primaluna (LC)

> > > **Crediti Sostenibilità**

Il trasporto di questo pacco ti dà diritto a **N° 5** crediti sostenibilità.

Conserva questa ricevuta :

* mostrala al fornitore al momento del ritiro del pacco.

* presso il rifugio consegnala al rifugista per ottenere l'accredito dei punti sostenibilità.

Grazie per aver utilizzato Back Pack.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |

RICORDA



> inviata al rifugista al momento della risposta all>alert

B.P | RIFORMIMENTO
Notifica di iscrizione alert

Cara Anna Rifugio Grassi,

il tuo alert n. **grassi301012R** è stato preso in carico dal Back Packer **Alessandro Rigamonti**.

CODICE PACCO

grassi301012R-1

> > > **Dettagli pacco**

Quantità: 2,5 Kg (su 5 Kg totali)
Contenuto: limoni

> > > **Dettagli tecnici**

Data ricezione merce: 02/11/2012
Luogo ritiro: Agriturismo La Baita
Località Pianca e Motta
Val Biandino - 23819 Primaluna (LC)

> > > **Crediti Sostenibilità**

Il trasporto di questo pacco dà diritto al Back Packer a **N° 5** crediti sostenibilità che caricherai sulla sua carta virtuale al momento della consegna del pacco.

Conserva questa ricevuta:

- * tramite il codice pacco potrai controllare i suoi spostamenti in tempo reale collegandoti al sito nella sezione Back Pack Live
- * tramite il codice identifica il pacco al suo arrivo e accredita il punteggio corrispondente sulla carta virtuale del Back Packer.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |

RICORDA



> inviata al fornitore al momento della risposta all'alert

B.P | RIFORNIMENTO
Notifica di iscrizione alert

Caro Agriturismo La Baita,

L'allert n. **grassi301012R** è stato preso in carico dal Back Packer **Alessandro Rigamonti**.

CODICE PACCO

grassi301012R-1

> > > **Dettagli pacco**

Quantità: 2,5 Kg (su 5 Kg totali)
Contenuto: limoni

> > > **Dettagli tecnici**

Data ritiro merce: 02/11/2012
Luogo ritiro: Agriturismo La Baita
Località Pianca e Motta
Val Biandino - 23819 Primaluna (LC)

Conserva questa ricevuta:

* tramite il codice pacco identifica il Back Packer per la consegna della merce il giorno indicato

* tramite il codice pacco segnala il suo ritiro collegandoti al sito nella sezione Back Pack Live e controlla i suoi spostamenti in tempo reale.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornamento | B.P Smaltimento | B.P Live |

STAMPA!



> inviata al Back Packers
al momento della confer-
ma di iscrizione all' alert

B.P | SMALTIMENTO
Ricevuta di iscrizione alert

Nome utente: Elena Rossi
Alert di riferimento: allavea140912S

CODICE PACCO

allavea140912S-1

> > > **Dettagli pacco**

Quantità: 3 Kg
Contenuto: lattine alluminio

> > > **Dettagli tecnici**

Data ritiro: 16/09/2012
Luogo ritiro: Rifugio Allavena - Colla Melosa - Liguria

> > > **Crediti Sostenibilità**

Il trasporto di questo pacco ti dà diritto a **N° 6** crediti sostenibilità.

Conserva questa ricevuta e consegnala al rifugista al momento del ritiro del pacco.
Grazie per aver utilizzato Back Pack.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |

RICORDA



> inviata al rifugista al momento della risposta all'alert

B.P | SMALTIMENTO
Notifica di iscrizione alert

Caro Gianni Rifugio Allavena

il tuo alert n. **allavena140912S** è stato preso in carico dal Back Packer **Elena Rossi**.

CODICE PACCO

allavena140912S-1

> > > **Dettagli pacco**

Quantità: 3 Kg (su 3 Kg totali)
Contenuto: alluminio

> > > **Dettagli tecnici**

Data ritiro rifiuti: 16/09/2012
Luogo ritiro: Rifugio Allavena - Colla Melosa - Liguria

> > > **Crediti Sostenibilità**

Il trasporto di questo pacco dà diritto al Back Packer a **N° 5** crediti sostenibilità che caricherai sulla sua carta virtuale al momento dell'avvenuto smaltimento pubblicato su Back Pack Live.

Conserva questa ricevuta:

* tramite il codice pacco segnala il suo ritiro collegandoti al sito nella sezione Back Pack Live e controlla i suoi spostamenti in tempo reale

* riceverai una notifica di avvenuto smaltimento di questo pacco e quindi accrediterai i punti corrispondenti sulla carta virtuale del Back Packer.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P. Rifornimento | B.P. Smaltimento | B.P. Live |



> inviata al rifugista in seguito all'avvenuto smaltimento a valle dei rifiuti

B.P | SMALTIMENTO

Notifica avventuo smaltimento

Caro Gianni Rifugio Allavena

Il pacco **allavena140912S-1** è stato smaltito dal Back Packer **Elena Rossi**.

> > > Dettagli pacco

Quantità: 3 Kg
Contenuto: alluminio

> > > Dettagli tecnici

Luogo smaltimento: Comune di Pigna (IM)
Data smaltimento: 16/09/2012 ore 17:32

> > > Crediti Sostenibilità

Lo smaltimento di questo pacco corrisponde a n. 6 crediti sostenibilità

Accredita i punti corrispondenti sulla carta virtuale del Back Packer Elena Rossi accedendo sul sito Back Pack nell'apposita sezione Crediti Sostenibilità/accredito punti.

LET'S BACK PACK!

STAMPA!



> disponibile presso i rifugi per effettuare un ritiro rifiuti senza previa prenotazione on-line

B.P | SMALTIMENTO
Ricevuta ritiro rifiuti

Rifugio: _____

Nome utente: _____

CODICE PACCO

> > > Dettagli pacco

Quantità: _____ Kg

Contenuto: alluminio plastica

> > > Dettagli tecnici

Data ritiro: _____

Luogo ritiro: _____

> > > Crediti Sostenibilità

Il trasporto di questo pacco corrisponde a N° _____ crediti sostenibilità.

Visita il sito Back Pack e segui in tempo reale gli spostamenti del pacco su Back Pack Live:

@ Rifugista: Segnala on line il ritiro del pacco

@ Escursionista: Segnala on line l'avvenuto smaltimento per ricevere l'accredito punti

Grazie per aver utilizzato Back Pack.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |

RICORDA



> inviata al Back Packers
in seguito all'avvenuto
accredito punti

B.P | CREDITI SOSTENIBILITA'
Ricevuta accredito punti

Caro Alessandro Rigamonti

Il trasporto del pacco **grassi301012R-1** ti ha dato diritto a:

CREDITI SOSTENIBILITA'

5

> > > Dettagli punteggio

I crediti sopra indicati sono stati già caricati sulla tua carta virtuale e sono già spendibili.

> > > Saldo punti

Ultimo aggiornamento: 02/11/2012
Saldo: 85

Visita il sito Back Pack nell'apposita sezione Crediti Sostenibilità e scopri tutte le promozioni e gli sconti a te riservati!

Grazie per aver utilizzato Back Pack.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |

18.4 I coupon sconto: acquisto e attivazione

I coupon relativi alle offerte riservate ai Back Packers, come abbiamo visto, vengono acquistati direttamente on-line sulla Piattaforma, usufruendo del saldo punti della propria Carta Virtuale.

Al momento dell'acquisto, dal saldo punti, viene detratto un numero di crediti equivalenti al valore dell'offerta selezionata.

La promozione, sotto forma di Coupon, viene inviata alla casella e-mail dell'escursionista, il quale provvederà a stampare la ricevuta e a consegnarla presso il rifugio al momento della consumazione dell'offerta stessa.

Ogni Coupon è contraddistinto da un codice numerico automaticamente generato dal sistema al momento dell'acquisto on-line.

Quando il Coupon viene consegnato al rifugista, egli provvederà ad attivarlo inserendo nell'apposita sezione della Piattaforma il codice presente sulla ricevuta.

Grazie a questa operazione il codice del Coupon viene registrato come *attivato* dal sistema, rendendolo quindi non più riutilizzabile presso altri rifugi.

Di seguito è riportato un Coupon esempio, relativo all'acquisto di un piatto caldo del valore di 15 Crediti Sostenibilità.

STAMPA!



> inviato al Back Packers
in seguito all'acquisto on-
line del Coupon

23 556 280



| COUPON SCONTO |

Caro Ale,

la presentazione di questo coupon ti dà diritto a:

* PRIMO PIATTO CALDO *

>>> Dettagli coupon

Crediti sostenibilità corrispondenti:
Spendibile presso:

N. 15
tutti i rifugi aderenti a Back Pack

>>> Dettagli riservati al rifugista

Codice associato al questo coupon:

23 556 280

Collegati al sito www.backpack.it/crediti-sostenibilita/attivazione-coupon
inserisci nell'apposita sezione il codice coupon* sopra indicato per confermare l'utilizzo del
coupon da parte dell'utente.

*In questo modo il coupon verrà attivato e non sarà dunque riutilizzabile.

LET'S BACK PACK!

www.backpack.it | info@backpack.it | B.P. Rifornimento | B.P. Smaltimento | B.P. Live |

18.5 Packaging ed etichette: segni distintivi dei pacchi Back Pack

Al fine di rendere il servizio realmente riconoscibile e personalizzato sono state progettate delle apposite confezioni destinate a contenere la merce trasportata dai Back Packers.

Ogni pacco è inoltre contraddistinto da un'etichetta che riporta, oltre al codice pacco, i dettagli del contenuto ed i crediti sostenibilità associati al pacco stesso.

- *Rifornimento*

Packaging: ai fornitori vengono consegnati degli appositi sacchetti di carta per alimenti, dove andrà confezionata la quantità di merce riportata sulla notifica di avvenuta risposta all'alert.

Questi sacchetti possono contenere gli alimenti sfusi o impacchettati in un ulteriore involucro protettivo (come nel caso di carne fresca, uova, ecc...).

I sacchetti sono contraddistinti dal logo del servizio.

Labels: le etichette destinate ai pacchi rifornimento, sono consegnate bianche al fornitore, il quale provvederà a compilarle in tutte le loro parti, fornendo i dettagli della merce contenuta nel pacco, il peso, il codice del pacco, il fornitore di provenienza, il rifugio di destinazione ed i Crediti Sostenibilità associati al trasporto.

Il costo della merce contenuta nel pacco viene indicato anch'esso sull'etichetta, dove è specificato che il pagamento sarà a carico del rifugista.

Si è optato per questa soluzione che non coinvolge l'escursionista nelle operazioni di pagamento, in quanto molto spesso i rifugisti hanno delle convenzioni con i fornitori, per cui è più immediato lasciare che siano i rifugisti stessi a provvedere al pagamento della merce, in un secondo momento.

Inoltre sull'etichetta è presente un'apposito spazio dove andrà indicato il nome del back Packer incaricato del trasporto. In questo modo l'escursionista è vero protagonista del rifornimento.



B.P.
RIFORNIMENTO

COSA _____
 PESO _____ KG
 CODICE PACCO _____
 PROVENIENZA _____
 DESTINAZIONE _____
 DATA RITIRO _____

€ _____ PAGAMENTO A CARICO DEL RIFUGISTA

inserire i dettagli del pacco

GRAZIE _____

IL TRASPORTO DI QUESTO PACCO TI DA' DIRITTO A
 N. ♥ _____

CHE VERRANNO CORRISPOSTI DIRETTAMENTE SULLA
 TUA CARTA VIRTUALE AL TUO ARRIVO IN RIFUGIO

LET'S BACK PACK

riportare il nome dell'escursionista

- *Smaltimento*

Packaging: per quanto riguarda le confezioni destinate a contenere i rifiuti è stata progettata una soluzione che potesse salvaguardare prima di tutto l'igiene dello zaino degli escursionisti e che, inoltre, potesse essere facilmente gestibile dall'utente in fase di smaltimento.

A tale scopo è stata studiata una soluzione a doppio involucro: un primo sacchetto in mater-bi è destinato al contenuto diretto di plastica o lattine, e poi viene inserito in una busta di carta riciclabile che isola ulteriormente il contenuto rispetto alla zaino dell'escursionista.

In questo modo il rifugista, al quale sono stati forniti entrambe le tipologie di sacchetti, prepara i rifiuti differenziati che sono pronti per il trasporto e per lo smaltimento.

Una volta giunto a valle, il contenuto del pacco rifiuti deve essere gettato nella raccolta differenziata di competenza, indicata anche sull'etichetta che contraddistingue il pacco.

Il sacchetto di carta che contiene l'involucro interno dovrà essere gettato negli appositi contenitori per il riciclo.

L'involucro in mater-bi, una volta svuotato del suo contenuto, potrà invece essere buttato insieme ai rifiuti umidi.

Labels: le etichette che contraddistinguono i pacchi Smaltimento sono consegnate bianche al rifugista il quale è tenuto a compilarle in ogni loro parte al momento della consegna del pacco rifiuti all'escursionista.

L'etichetta, oltre a specificare la tipologia di rifiuti ed il codice pacco, indica la raccolta differenziata di destinazione, il peso del contenuto, il rifugio di provenienza ed i Crediti sostenibilità associati al pacco stesso.

Il rifugista, inoltre, è tenuto ad indicare sulla label il nome dell'escursionista che trasporterà a valle il pacco.



34. Packaging per B.P | Smaltimento

SMALTIMENTO

COSA _____

PESO _____ KG

CODICE PACCO _____

PROVENIENZA _____

RACCOLTA DIFFERENZIATA
DI DESTINAZIONE _____

inserire i dettagli del pacco

GRAZIE _____

IL TRASPORTO DI QUESTO PACCO TI DA' DIRITTO A

N. _____

CHE VERRANNO CORRISPOSTI DIRETTAMENTE SULLA
TUA CARTA VIRTUALE A SMALTIMENTO AVVENUTO

LET'S BACK PACK

riportare il nome dell'escursionista



35. Anna chiude il pacco rifiuti



19 // ADVERTISING E COMUNICAZIONE

19.1 **Gli stickers per i rifugi e per i punti di rifornimento e smaltimento: un riconoscimento a prima vista**

Per dare una maggiore visibilità ai rifugi ed ai fornitori facenti parte della rete Back Pack è prevista la distribuzione di adesivi da porta e da vetro che verranno applicati all'ingresso delle strutture associate.

Gli adesivi riportano il logo del servizio e lo slogan:

Back Pack - sustainable hiking solutions

Insieme a questi stickers, ad ogni rifugio verranno forniti anche alcuni adesivi più piccoli, che pubblicizzano i servizi di Rifornimento e Smaltimento, che potranno essere applicati a discrezione del rifugista per indicare specificatamente l'adesione ai servizi suddetti.

Per quanto riguarda i punti di rifornimento, oltre all'adesivo con il logo del servizio sarà sempre presente lo sticker specifico di B.P Rifornimento.

In questo modo, gli escursionisti, potranno sempre riconoscere a prima vista un rifugio facente parte della rete Back Pack, anch nel caso in cui essi si trovino in una zona differente a quella di abitudinaria frequentazione.

Grazie agli adesivi posti all'ingresso o vicino al bancone, anche la rete di fornitori è ben identificata e si contraddistingue: sin dalla soglia, l'escursionista che deve ritirare un pacco, capisce di trovarsi nel posto giusto.

37. Adesivi sulla porta della Grassi



19.2 Adesivi promozionali: per i Back Packers, da attaccare dove vuoi!

In qualità di ulteriore materiale promozionale sono stati progettati degli adesivi multi-uso, da poter attaccare dove si preferisce.

Coloratissimi e resistenti all'acqua e alle intemperie, gli adesivi Back Pack si possono attaccare su tutte le superfici dure e costituiscono un divertente gadget promozionale che ha la funzione di diffondere il logo del servizio tra i frequentatori della montagna.

Gli adesivi-gadget sono stati realizzati in tre fogge differenti:

- verde mela per B.P Rifornimento
- verde bottiglia per B.P Smaltimento
- arancio fuoco per B.P Live!

Le tre cime del logo Back Pack diventano così un profilo noto tra gli alpinisti e gli escursionisti, anche tra coloro che non partecipano direttamente al servizio.



Nella pagina seguente sono riportate alcune applicazioni degli adesivi che sono già state adottate in fase di prototipazione:

B.P | Rifornimento > sul parabrezza posteriore dell'automobile

B.P | Smaltimento > sul bidone di raccolta della plastica

B.P | Live! > su di un casco da arrampicata

B.P | Rifornimento



38.

B.P | Smaltimento



39.

B.P | Live



40.

19.3 I volantini informativi presso i rifugi

Back Pack si avvale anche della classica comunicazione tramite volantini, che sono stati stampati e distribuiti presso i rifugi ed i fornitori aderenti alla rete.

In questo modo gli escursionisti ed i frequentatori dei rifugi, sia abituali che occasionali, possono venire a conoscenza del servizio in modo pratico e veloce.

Esistono due tipologie di volantini, uno dedicato a Back Pack Rifornimento e l'altro relativo a Back Pack Smaltimento.

Entrambi i volantini contengono una breve descrizione del servizio ed uno schema riassuntivo del sistema e di come esso è organizzato.

/ Si rimanda al sito www.backpack.it per maggiori informazioni.



41. Consultazione dei volantini presso la Grassi

• Volantino B.P. / Rifornamento

www.backpack.it
B.P. Rifornamento | B.P. Smaltimento | B.P. Live



/ IL SERVIZIO
Anche a te piace la montagna pulita? Con Back Pack Smaltimento puoi partecipare all'attività di smaltimento rifiuti presso i rifugi. È semplice: porta a valle un pacco appostamente preparato in modo da poterlo smaltire con il tuo quantitativo di rifiuti. Chiedi il pacco direttamente al rifugiista o vai sul sito www.backpack.it

/ LA COMUNITÀ

- Rifugi: una rete che conta più di 100 strutture aderenti in tutta Italia
- Back Packers: appassionati delle attività outdoor a basso impatto, desiderosi di ridurre la quantità di rifiuti presso i rifugi, per minimizzare l'uso del territorio e salvaguardare l'ambiente. Tu, basta connetterti al sito www.backpack.it
- Il Cai e le Comunità Montane: partner e promotori del servizio.

/ I CREDITI SOSTENIBILITÀ

Tanti vantaggi riservati a tutti i Back Packers: sconti e promozioni presso i rifugi aderenti e tanto altro. Ad ogni Kg trasportato corrispondono 2 crediti sostenibilità. Più trasporti più accumuli punti! Scopri tutti i vantaggi su www.backpack.it/crediti-sostenibilita

HOW TO...



BACK PACK SMALTIMENTO | istruzioni per l'uso | www.backpack.it/servizi/smaltimento

1/ Iscriviti alla community e diventa un Back Packer. Da casa o in rifugio, connettendoti al sito www.backpack.it



2/ Visualizza agli alert e prenota un ritiro rifiuti presso il rifugio. Scegli tu la data e la quantità da trasportare.



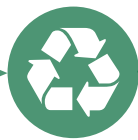
3/ Recati presso il rifugio e ritira il pacco rifiuti. Il pacco è confezionato in modo da salvaguardare l'igiene del tuo zaino.



4/ Trasporta il pacco lungo il tuo tragitto verso valle potrai pubblicare in tempo reale le tue foto su Back Pack Live usando l'apposita app.



5/ Smaltisci i rifiuti gettandoli con la raccolta differenziata. Segnala l'avvenuto smaltimento su Back Pack Live



6/ Raccogli punti i crediti sostenibilità verranno caricati sulla tua carta virtuale una volta avvenuto lo smaltimento.



• Volantino B.P | Smaltimento

www.backpack.it
| B.P Rifornimento | B.P Smaltimento | B.P Live |



/ IL SERVIZIO
Vuoi vendere più efficiente il servizio dei rifugi? Con Back Pack Rifornimento puoi partecipare all'attività di approvvigionamento. Puoi rispondere alle richieste di ritiro merce presso i fornitori e portando la merce al rifugio. Decidi tu la quantità da trasportare!

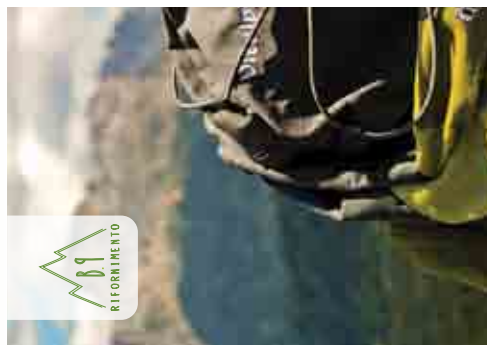
/ LA COMMUNITY

- Rifugi: una rete che conta più di 100 strutture aderenti in tutta Italia
- Fornitori: selezionati appositamente dai rifugisti
- Backpackers: appassionati delle attività di trekking e escursionismo che, basandosi sulla loro esperienza e competenza, ottimizzano il tempo l'uso dell'elicottero. Iscriviti anche tu su www.backpack.it/registrati
- Il Cai e le Comunità Montane: partner e promotori del servizio.

/ I CREDITI SOSTENIBILITÀ

Tanti vantaggi riservati a tutti i Back Packers: oltre ai punti di adesione, per ogni pacco trasportato, altro. Ad ogni Kg trasportato corrispondono 2 punti che verranno caricati sulla tua carta virtuale. Più trasporti più accumuli punti! Scopri tutti i vantaggi su www.backpack.it/crediti_sostenibilita

HOW TO... 



BACK PACK RIFORMIMENTO | istruzioni per l'uso | www.backpack.it/servizi/rifornimento

1/ Iscriviti alla community e diventa un Back Packer. Da casa o in rifugio, connettendoti al sito www.backpack.it



2/ Visualizza agli alert e prenota il ritiro merce presso i fornitori. Scegli tu la data e la quantità da trasportare.



3/ Ritira il pacco il giorno stabilito, mostrando al fornitore la ricevuta di adesione alert.



4/ Trasporta il pacco lungo il tragitto verso il rifugio potrai pubblicare in tempo reale le tue foto su Back Pack Live usando l'apposita app.



5/ Consegna la merce presso il rifugio e mostra al rifugista la tua ricevuta di trasporto merce.



6/ Raccogli punti i crediti sostenibilità verranno caricati sulla tua carta virtuale al momento della consegna del pacco.

19.4 Le T-shirt brandizzate

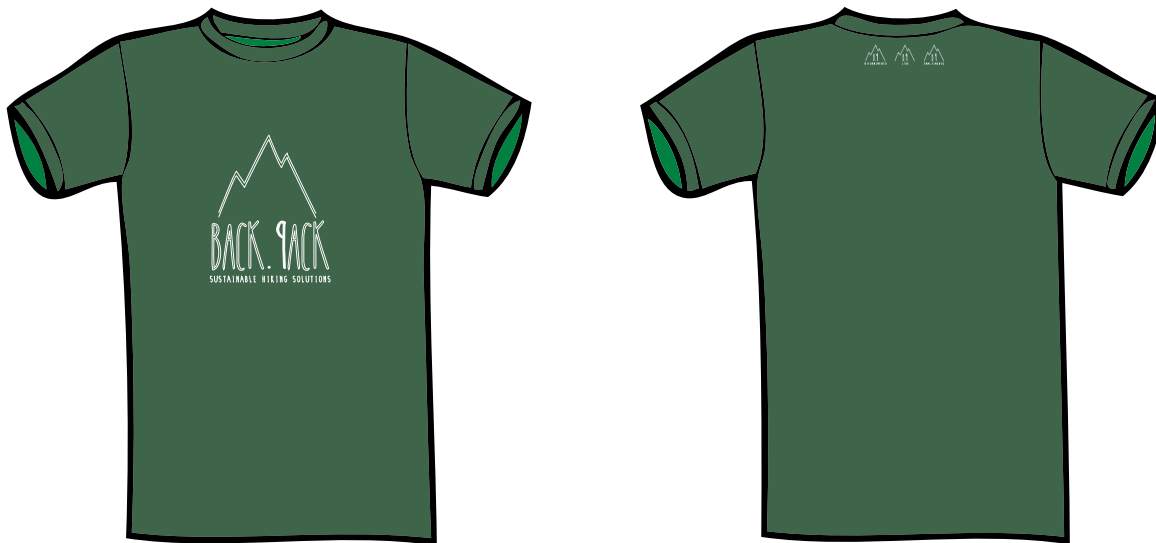
Un'ulteriore operazione di comunicazione è stata progettata realizzando della magliette a mezze maniche decorate con la stampa del logo di Back Pack.

Queste T-shirt, oltre a voler rappresentare un modo divertente per diffondere il servizio tra gli escursionisti, costituiscono un vero e proprio veicolo commerciale. Esse infatti possono essere acquistate dai Back Packers usufruendo dei propri Crediti Sostenibilità.

Con un valore di 25 punti, le T-shirts sono disponibili presso tutti i rifugi aderenti alla rete Back Pack e sono state realizzate nelle seguenti taglie: XS, S, M, L, XL - sia modello uomo che modello donna.

E' stata scelta appositamente la maglietta, in quanto è un indumento fondamentale nell'abbigliamento tipico dell'escursionista, il quale ne tiene sempre una di ricambio nel proprio zaino.

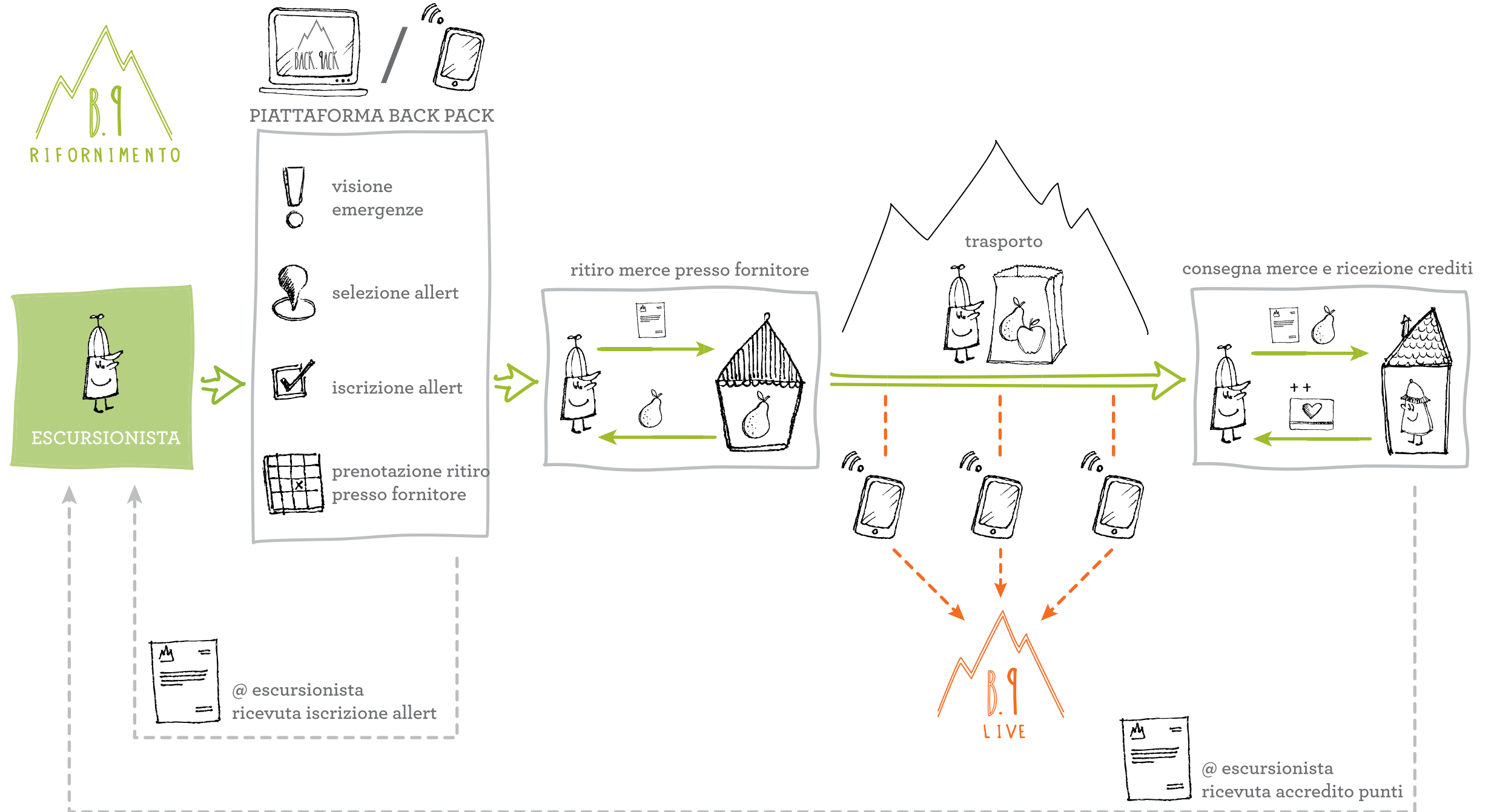
La maglietta diventa dunque, non più soltanto un capo di abbigliamento pratico e utile, ma anche un segno di riconoscimento e di appartenenza alla community dei Back Packers.





42. T-shirt brandizzata

map XXX.



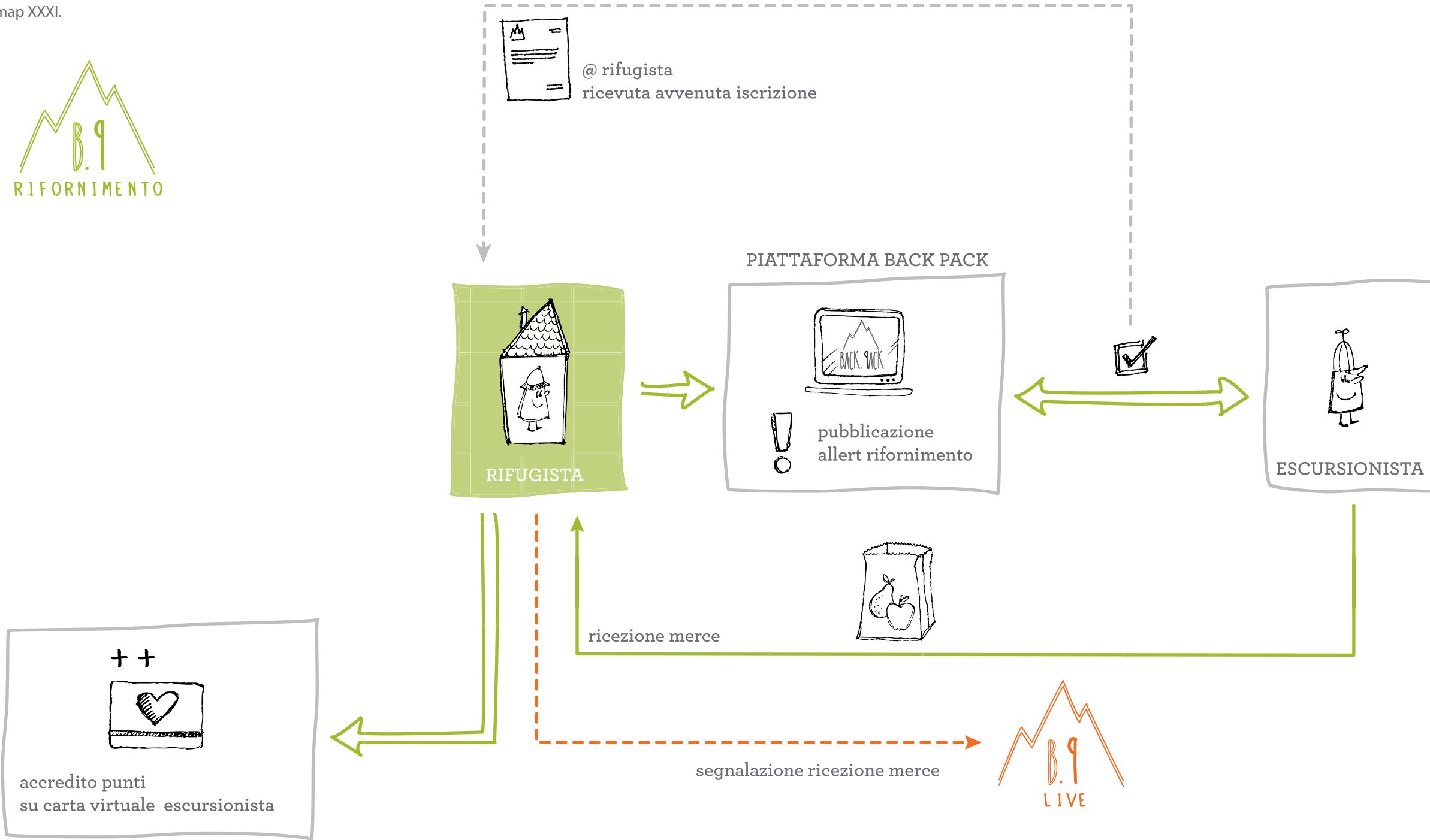
20 // USER JOURNEYS

20.1 Back Pack Rifornimento : user journey map



***B.P | Rifornimento USER 1: ESCURSIONISTA**

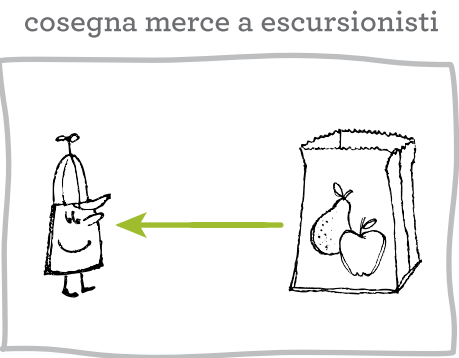
map XXXI.





* B.P | Rifornimento USER 2: RIFUGISTA

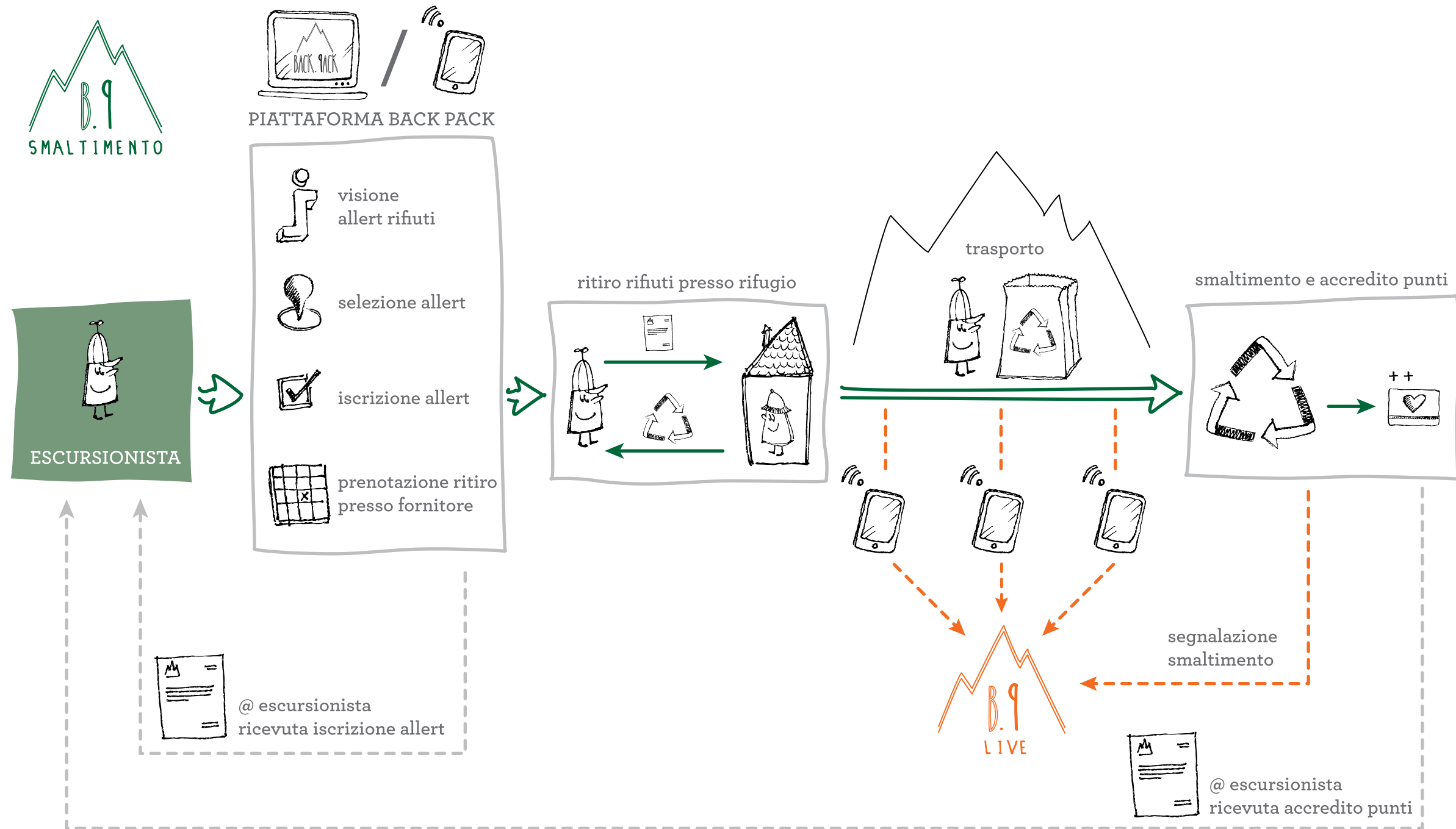
map XXXII.





* B.P | Rifornimento USER 3: FORNITORE

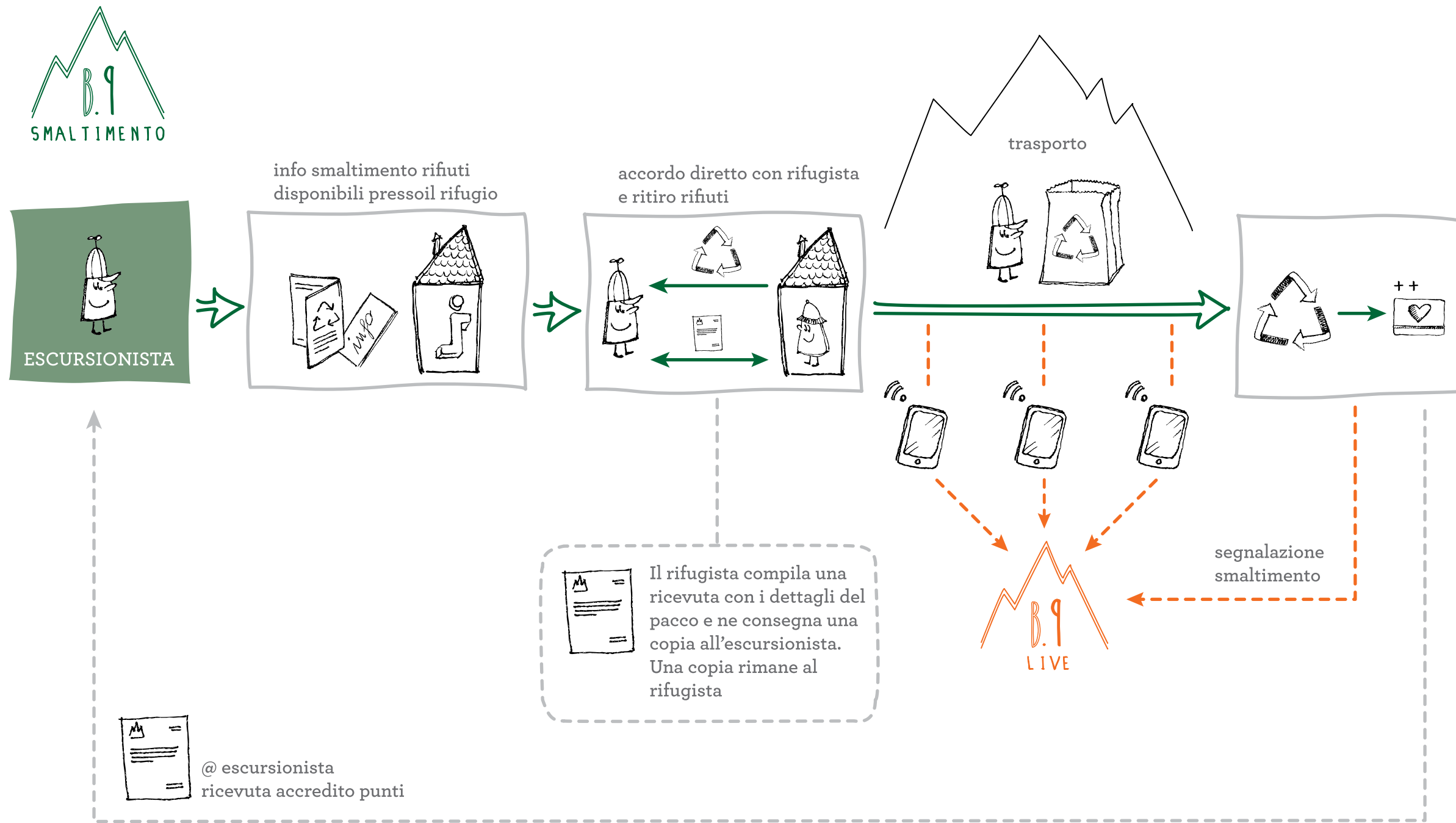
map XXXIII.





* B.P | Smaltimento USER 1: ESCURSIONISTA (a) - prenotazine on line

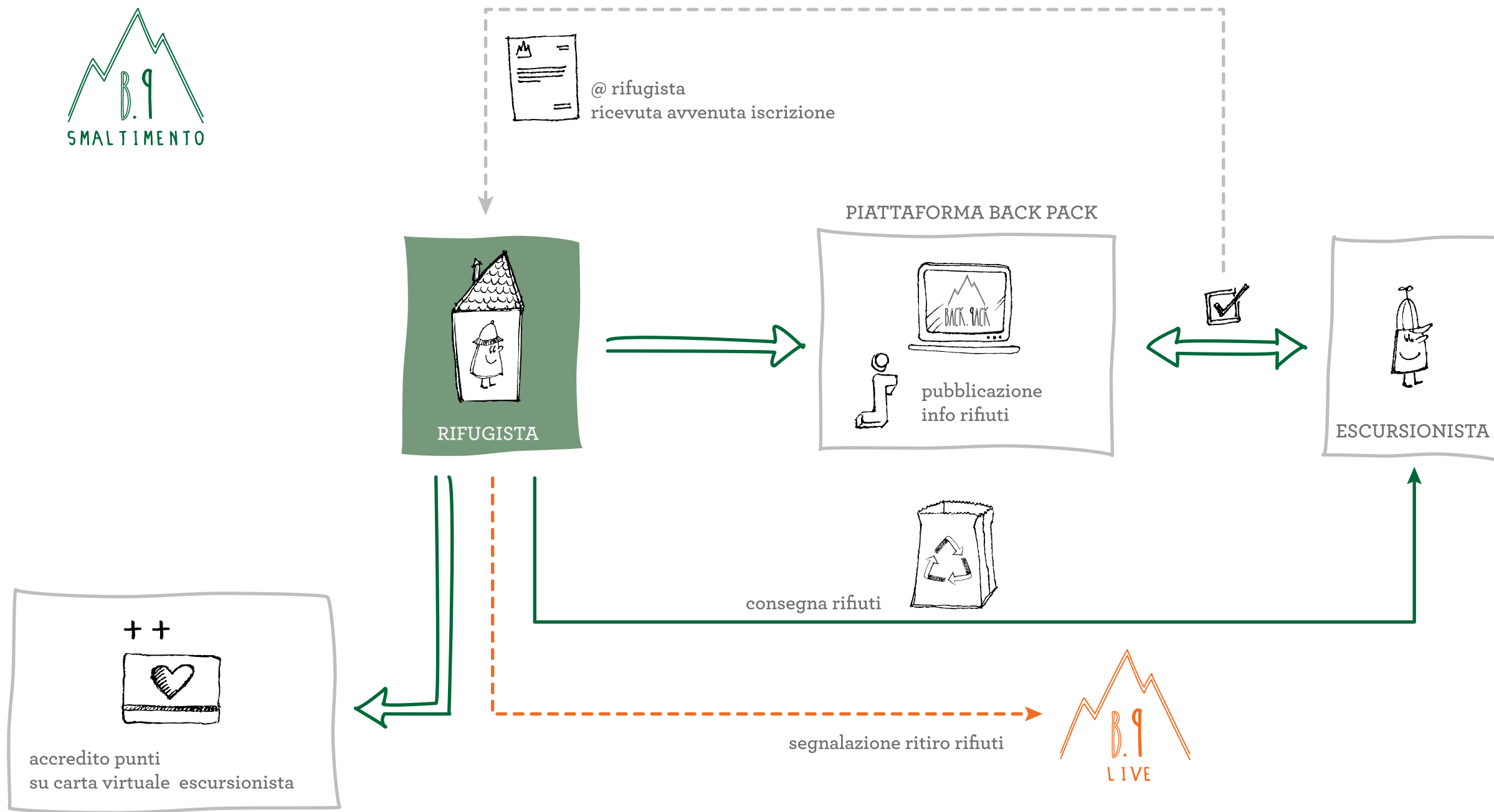
map XXXIV.





* B.P | Smaltimento USER 2: ESCURSIONISTA (b) - direttamente in rifugio

map XXXV.





* B.P | Smaltimento USER 3: RIFUGISTA



35. L'attacco del sentiero n.40

21 // PROTOTYPING AL RIFUGIO GRASSI

La fase di prototyping del servizio Back Pack è stata svolta in collaborazione con il rifugio Grassi al Pizzo del Tre Signori.

Sono state prototipate le due fasi principali del servizio: Back Pack Rifornimento e Back Pack Smaltimento.

Inoltre è stata realizzata una simulazione di utilizzo del sistema di feedback Back Pack Live, sia in fase di rifornimento che in fase di smaltimento.

Per giungere al rifugio è stato percorso l'itinerario classico della val Biandino, seguendo il sentiero n.40 che da Introbio porta prima all'alpeggio di Biandino e poi al Passo Camisolo, dove è situata la Grassi.

Per quanto riguarda Back Pack Rifornimento, l'attività di prototipazione è stata supportata, oltre che dalla rifugista Anna Bortoletto, anche dalla signora Marzia dell'Agriturismo La Baita, in qualità di fornitore aderente alla rete Back Pack.

La Baita, con la sua produzione di carne e verdura biologica, è uno dei principali fornitori del rifugio Grassi e Anna si avvale spesso del loro appoggio per ritirare i pacchi di rifornimento per il rifugio. L'agriturismo è situato lungo la strada per la val Biandino e costituisce un punto di passaggio per coloro che si recano alla Grassi salendo da Introbio.

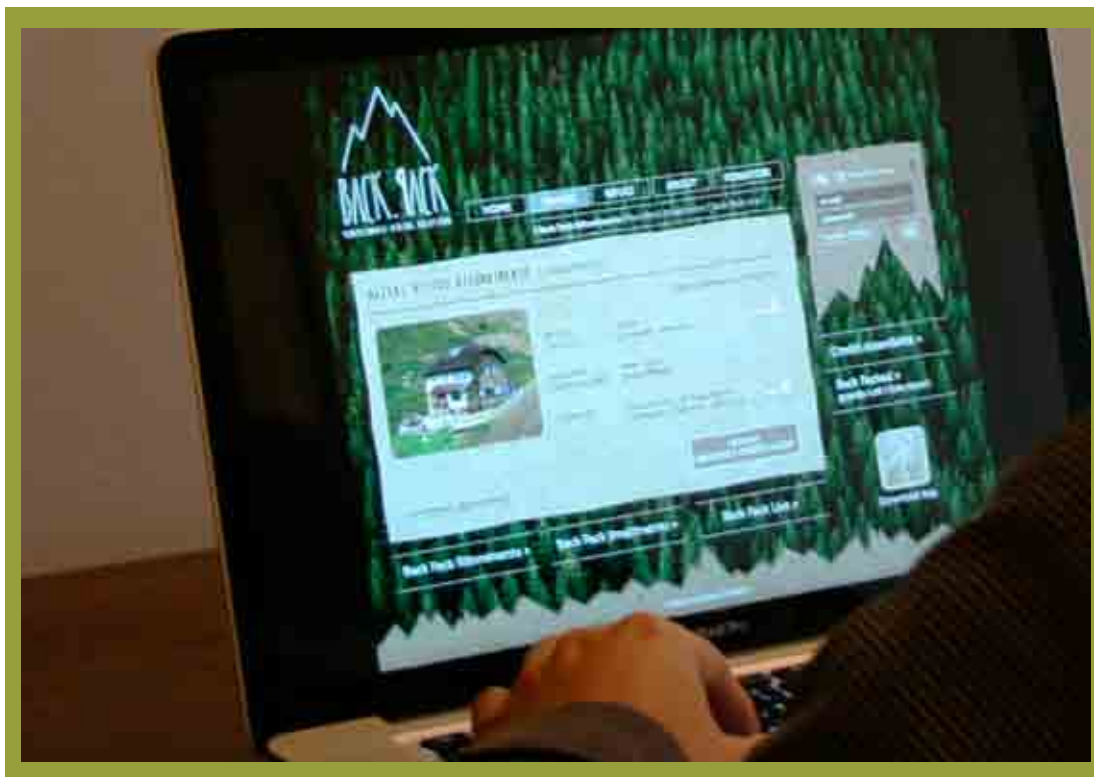
Back Pack Smaltimento è stato invece simulato trasportando a valle un carico di rifiuti destinato alla raccolta differenziata di plastica che è stato smaltito presso il comune di Introbio.

Entrambe le prototipazioni hanno dato esito positivo ed hanno riscosso interesse ed entusiasmo nei partecipanti, evidenziando un reale interesse nei confronti del servizio sia da parte dei rifugi che degli escursionisti e fornitori.

Di seguito sono presentati gli storyboard di Back Pack Rifornimento e Back Pack Smaltimento, risultati dalle esperienze degli utenti sul campo.

21.1 Back Pack Rifornimento: rifugio Grassi experience

01/ La selezione alert



31/10/2012 h. 16:30

- > Pieter visiona gli alert Rifornimento attivi sulla Piattaforma Back Pack
- > Seleziona l'alert al quale vuole rispondere

02/ La conferma di iscrizione



31/10/2012 h. 16:35

- > Pieter conferma l'iscrizione all>alert selezionato
- > La ricevuta di iscrizione alert viene inviata automaticamente all'escursionista, al rifugista e al fornitore

03/ Il giorno del rifornimento...



02/11/2012 h. 9:00

> Pieter arriva a Introbio, pronto per ritirare il pacco presso il fornitore e a salire al rifugio Grassi

04/ Dal fornitore: Agriturismo La Baita



02/11/2012 h. 9:35

> Pieter si reca presso il fornitore per il ritiro del pacco rifornimento

05/ La presentazione della ricevuta



02/11/2012 h. 9:37

> Pieter consegna a Marzia la ricevuta per il ritiro del suo pacco

06/ La preparazione del pacco



02/11/2012 h. 9:39

> Marzia prepara il pacco rifornimento, con l'apposita etichetta di contrassegno

07/ Il ritiro del pacco



02/11/2012 h. 9:42



- > Marzia consegna a Pieter il pacco
- > Marzia segnala on line su Back Pack Live che il pacco è stato ritirato

08/ La partenza per il rifugio Grassi



02/11/2012 h. 9:50

> Pieter si avvia lungo il sentiero n.40, verso il rifugio Grassi

09/ Il percorso verso la Grassi...Live!



02/11/2012 h. 10:12



- > Pieter scatta la sua prima fotografia e la pubblica su Back Pack in tempo reale
- > Anna e Marzia in questo modo possono controllare gli spostamenti del pacco

10/ ...



02/11/2012 h. 10:55

> La seconda fotografia viene pubblicata in tempo reale su Back Pack Live

11/ L'arrivo al rifugio



02/11/2012 h. 12:10

> Pieter giunge al rifugio Grassi, dove c'è Anna ad attenderlo

12/ L'incontro con il rifugista



02/11/2012 h. 12:15

> Pieter è arrivato al rifugio Grassi ed incontra la rifugista

13/ La consegna del pacco



02/11/2012 h. 12:20

> Pieter consegna la merce ad Anna

15/ La presentazione della ricevuta



02/11/2012 h. 12:22



- > Pieter consegna ad Anna la ricevuta dell'alert
- > Anna segnala la ricezione del pacco su Back Pack Live, così che Marzia viene informata del trasporto andato a buon fine

16/ Il caricamento punti



02/11/2012 h. 12:25

> Anna accede alla Piattaforma on-line e carica i Crediti Sostenibilità corrispondenti al pacco sulla Carta Virtuale di Pieter

17/ I punti sono stati caricati!



02/11/2012 h. 12:30

> L'accredito punti viene aggiornato automaticamente sulla Carta Virtuale di Pieter

21.2 Back Pack Smaltimento: rifugio Grassi experience

01/ Le informazioni presso il rifugio



02/11/2012 h. 14:30

> Pieter presso il rifugio Grassi consulta il materiale informativo relativo al servizio Back Pack Smaltimento

02/ La compilazione del modulo di ritiro rifiuti



02/11/2012 h. 14:40

- > Pieter decide di ritirare un pacco rifiuti
- > Anna compila l'apposita scheda Smaltimento in duplice copia: è la ricevuta che riporta il codice del pacco, il suo contenuto ed i Crediti Sostenibilità ad esso associati

03/ Preparazione del pacco



02/11/2012 h. 14:45

> Anna prepara il pacco smaltimento

04/ Il ritiro del pacco



02/11/2012 h. 14:48

- > Pieter ritira il pacco smaltimento e lo ripone nel suo zaino
- > Anna si connette alla Piattaforma e segnala il pacco rifiuti che è stato ritirato.

05/ La partenza verso valle



02/11/2012 h. 15:00

> Pieter saluta Anna e riparte alla volta di Introbio, dove provvederà a gettare i rifiuti nella raccolta differenziata di competenza segnalata sulla ricevuta

06/ Il percorso verso Introbio...Live!



02/11/2012 h. 15:40



- > Pieter scatta una fotografia e la pubblica su Back Pack in tempo reale
- > Anna dal rifugio può seguire il viaggio del pacco verso valle

07/ ...



02/11/2012 h. 16:02

> Un'altra fotografia viene pubblicata in tempo reale su Back Pack Live

08/ Lo smaltimento del pacco



02/11/2012 h. 16:45

- > Pieter è arrivato ad Introbio e getta il pacco nel bidone contrassegnato dal logo Back Pack Smaltimento.
- > Pieter segnala su Back Pack Live l'avvenuto smaltimento, in questo modo Anna sa che il trasporto è andato a buon fine

09/ Il caricamento punti



02/11/2012 h. 16:50

- > Anna accede alla Piattaforma on-line e carica i Crediti Sostenibilità corrispondenti al pacco sulla Carta Virtuale di Pieter
- > Pieter riceve automaticamente una e-mail che conferma l'effettivo accredito.



22 // CONCLUSIONI

La progettazione del servizio Back Pack è stata innanzi tutto un'immersione totale nella vita del Rifugio.

Mi ha permesso di conoscere ancora più da vicino quella realtà di ospitalità così vera e così genuina che ho l'occasione di sperimentare da "cliente" ogni volta che vado in montagna. E già questo sarebbe sufficiente a giustificare il perchè di questo progetto.

Eppure sento di dover aggiungere alcune preziose osservazioni.

Collaborare fianco a fianco dei rifugisti mi ha fatto sperimentare le loro difficoltà, le loro fatiche, ma anche e soprattutto le loro soddisfazioni e la loro forza di volontà e caparbietà infinite.

Cercare di rendere anche soltanto un briciolo più semplice l'organizzazione di un Rifugio è stata per me una sfida, ma forse ancor di più un onore, al quale ho dedicato questi ultimi mesi di impegno universitario.

Back Pack non vuole e non può essere una soluzione definitiva al problema dei rifornimenti provviste e dello smaltimento rifiuti in montagna, ma si prefigge di creare un esempio, una "linea" da seguire: come una via d'arrampicata in stile alpino, dove la roccia stessa con le sue fessure, diedri e camini, costituisce la naturale strada verso la cima.

La naturale strada verso la cima: Back Pack è nato come naturale risposta alle situazioni di emergenza, andando a sistematizzare ed organizzare una serie di azioni e processi che già di per sè avvengono tra il rifugista ed alcuni fra i suoi clienti ad amici più fidati.

Non si può dire che il servizio sia di fatto concluso: il concept di Back Pack ha richiesto tanto impegno per nascere e ne richiederà altrettanto per poter crescere e migliorare grazie all'impegno di tutti quei rifugisti, ma soprattutto alpinisti ed escursionisti che vorranno cimentarsi nel servizio, rendendolo attivo e agile in tutte le sue fasi.

Se un giorno Back Pack potrà radicarsi nel sistema-montagna allora i rifugi e coloro che li vivono avranno un punto di riferimento in più tra le cime: una rete di persone con un unico motto, LET'S BACK PACK!



// BIBLIOGRAFIA

* libri e pubblicazioni

ABRAS, C., MALONEY-KRICHMAR, D. & PREECE, J. (2004). User-Centred Design. In Bainbridge, W. Encyclopedia of Human-Computer Interaction. Thousand Oaks: Sage Publications.

AURORA F. 20 Anni in Grigna, storie e ricordi di un rifugista, Bellavite Editore, Missaglia 2010

AA.VV. Service Design and Tourism - Case studies of applied research projects on mobile ethnography for tourism destinations, Marc Stickdorn & Birgit Frischhut Eds 2012

BAUMAN, Z. Modernità liquida, Laterza, Bari 2006. BORJA DE MOZOTA, B. Design Management, Franco Angeli, Milano 2008.

CARBONE, L.P. (1998). Total customer experience drives value. Management Review, 87(7), 62.

CHASE, R. B. (2004). It's time to get to first principles in service design. Managing Service Quality, 14 (2/3), 126–128.

COHEN, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. Social Research, 90(1), 164–189.

COHEN, E. (1979). A phenomenology of tourist types. Sociology, 13, 179–201. Driver, B.L., Brown, P.J., Stankey, G.H., & Gregoire, T.G. (1987).

ELLIOT, R. & JANKEL-ELLIOT, N. (2003). Using ethnography in strategic consumer research. Qualitative Marketing Research, 6(4), 215–223.

FLORIDA, R. L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni, Mondadori, Milano 2003.

GOELDNER, C., & RITCHIE, J.R.B. (2006). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Hoboken, NJ: Wiley.

GROVE, S.J., & FISK, R.P. (1992). The service experience as theater. Advances in Consumer Research, 19, 455–461.

HELKKULA, A. (2011). Characterizing the concept of service experience. Journal of Service Management, 22(3), 367–389.

HOLLOWAY, C., & TAYLOR, N. (2006). The Business of Tourism, Harlow, England: Pearson Education.

MANZINI, E. JEGOU, F. (a cura di) Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana, Edizioni Ambiente, Milano 2003.

- MAGNAGHI, A. Il progetto locale, Bollati Boringhieri, Torino 2000.
- MEYER, C., & SCHWAGER, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, February, 1–12.
- OTTO, J.E. & RITCHIE, J.B.R. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165–174.
- PRENTICE, R.C., WITT, S.F., & HAMER, C. (1998). Tourism as experience: The case of heritage parks. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 1–24.
- PRICE, L.L., ARNOULD, E.J., & TIERNEY, P. (1995). Going to extremes: managing service encounters and assessing provider performance. *Journal of Marketing*, 59(2), 83–97.
- RULLANI, E. *Economia della Conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci Editore, Roma 2004.
- SHOSTACK, G.L. (1982). How to design a service. *European Journal of Marketing*, 16(1), 49–63.
- STICKDORN, M. (2012). *Tourism and Service Design Thinking*. *Touchpoint – The Journal of Service Design*, 4(1), 58–61.
- STICKDORN, M., & SCHNEIDER, J. (2012). Service Design als innovativer Ansatz für kundenzentriertes Change Management. *Zeitschrift für Organisations- Entwicklung*, 2/2012, 38–44.
- STICKDORN, M. & SCHNEIDER, J. (2010). *This is Service Design Thinking*. Amsterdam: BIS Publishers.
- STICKDORN, M., & ZEHRER, A. (2010). Mobile ethnography: How service design aids the tourism industry to cope with the behavioral change of social media. *Touchpoint – The Journal of Service Design*, 2(1), 82–85.
- VILLARI, B. MAFFEI, S. “Comunità di progetto e territorio: un approccio per il design”, in FAGNONI, R. GAMBARO, P. VANNICOLA, C. *Medesign_ Forme del Mediterraneo*, catalogo della mostra, Alinea Editrice, Firenze 2004. (núm. pp. 320 saggio pp. 88-94).
- VILLARI, Design e territorio. Quando l’oggetto progettuale del design è il capitale territoriale
- VILLARI, Design per il territorio. Un approccio community centred. Franco Angeli editore, 2012
- ZEHRER, A. (2009). Service experience and service design: concepts and application in tourism SMEs. *Managing Service Quality*, 19(3), 332–349.
- ZOMERDIJK, L., & VOSS, C.A. (2010). Service design for experience centric services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67–82.

* statuti e regolamenti

Regolamento Generale Rifugi del Club Alpino Italiano, approvato dal CC 26 novembre 2011

Inquadramento generale Sistema Turistico Orobie bergamasche. Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, Dicembre 2009

Official text of the Tourism Charter first published by the Fédération des Parcs naturels régionaux de France, 1999; revised and updated by the EUROPARC Federation 2007, 2010.

* riviste

Orobie- Edizioni Oros, mensile giugno 2007 - "editoriale" pag 3

Montagne360 - La rivista del CAI mensile ottobre 2012 - "Tra la pinura e la vetta" pag 9

Montagne360 - La rivista del CAI, mensile settembre 2012 - "Architettura di montagna" pag 38

// LINKOGRAFIA

www.alpineclubofcanada.ca
www.cai.it
www.caigrigne.it
www.caimilano.eu
www.caimonza.it
www.caisem.org
www.caivallebrembana.it
www.designhub.it
www.diska.it
www.dnr.state.mn.us
www.eurac.it
www.falc.net
www.flickr.com
www.huts.org
www.ims.bz
www.leavenotracecommunity.blogspot.it
www.lnt.org
www.mangiartipico.it
www.orobie.it
www.outdoors.org
www.regionepiemonte.it/retesentieristica
www.rifugi.lombardia.it
www.rifugioantonietta.it
www.rifugiobogani.com
www.rifugiobrioschi.com
www.rifugiograssi.it
www.rifugiomarchett.it
www.rifugioporta.it
www.rifugiosoldanella.it
www.rifugiosoppani.it
www.rifugiovarrone.com
www.sentierodelleorobie.it
www.servicedesigntourism.com
www.teleunica.tv
www.vallebrembana.org
www.vallibergamasche.info
www.valsassinacultura.it
www.waltellina.com
www.wikipedia.org
www.wttc.org
www.youtube.it

// INDICE DELLE IMMAGINI

N° IMMAGINE	FONTE	PAG.
00.	archivio personale	2
01.	flickr.com	12
02.	flickr.com	18
03.	flickr.com	30
04.	flickr.com	40
05.	regionepiemonte.it	43
06.	archivio personale	44
07.	archivio personale	48
08.	archivio personale	55
09.	archivio personale	56
10.	waltellina.com	58
11.	archivio personale	58
12.	archivio personale	63
13.	archivio personale	64
14.	orobie.it	70
15.	flickr.com	72
16.	flickr.com	74
17.	archivio personale	77
18.	archivio personale	78
19.	pettinariphotography.blogspot.com	80
20.	archivio personale	88
21.	archivio personale	89
22.	archivio personale	90
23.	archivio personale	91
24.	archivio personale	92
25.	orobie.it	96
26.	archivio personale	102
27.	20 anni in Grigna	106
28.	archivio personale	110
29.	archivio personale	118
30.	archivio personale	131
31.	archivio personale	133
32.	archivio personale	135
33.	archivio personale	213
34.	archivio personale	214
35.	archivio personale	218
36.	archivio personale	219
37.	archivio personale	221
38.	archivio personale	223

N° IMMAGINE	FONTE	PAG.
39.	archivio personale	223
40.	archivio personale	223
41.	archivio personale	224
42.	archivio personale	228
43.	archivio personale	270
44.	archivio personale	273

// INDICE DELLE MAPPE

MAPPA	OGGETTO	PAG.
I.	posizione geografica rifugio Grassi	57
II.	facilities al rifugio Grassi	59
III.	mezzi rifornimento/smaltimento rifugio Grassi	60
IV.	fornitori rifugio Grassi	61
V.	sistemi smaltimento rifugio Grassi	62
VI.	territorio orobico	65
VII.	rifugi attorno al Pizzo Tre Signori	67
VIII.	Regione Lombardia	69
IX.	lago di Sasso	73
X.	vie d'accesso rifugio Grassi	76
XI.	funzioni del rifugista	81
XII.	giornata tipo di Anna al rifugio Grassi	83
XIII.	attività di Anna a valle	84
XIV.	i collaboratori di anna	85
XV.	clientela estiva al rifugio Grassi	86
XVI.	clientela invernale al rifugio Grassi	87
XVII.	offerte base rifugio Grassi	93
XVIII.	offerte extra rifugio Grassi	94
XIX.	club alpini nel mondo	97
XX.	obiettivi Back Pack	112
XXI.	utenza Back Pack	113
XXII.	modello Back Pack	115
XXIII.	principi a supporto di Back Pack	116
XXIV.	offerte primarie Back Pack	129
XXV.	offerte secondarie Back Pack	136
XXVI.	providers di Back Pack	141
XXVII.	system map Back Pack Rifornimento	145
XXVIII.	system map Back Pack Smaltimento	147
XXIX.	system map Back Pack Live	149
XXX.	user journey escursionista - B.P Rifornimento	230
XXXI.	user lourney rifugista - B.P Rifornimento	232
XXXII.	user journey fornitore - B.P Rifornimento	234
XXXIII.	user journey escursionista (a) - B.P Smaltimento	236
XXXIV.	user journey escursionista (b) - B.P Smaltimento	238
XXXV.	user journey rifugista - B.P Smaltimento	240

