

portali [modulari] di comunità
per i beni comuni



1. patrimonio 'minore', borghi, periferie metropolitane

1.1. parchi ambientali e archeologici, musei

1.2. borghi

1.3. periferie metropolitane

1. patrimonio 'minore', borghi, periferie metropolitane

1.1. parchi ambientali e archeologici, musei

oltre il **96 %** del patrimonio culturale italiano è al di sotto della soglia di 'sostenibilità' di 100.000 visitatori. circa la metà di questi non arriva nemmeno a 10.000 visitatori paganti. [dati istat 2018]

1. patrimonio 'minore', borghi, periferie metropolitane

1.2. borghi

2/3 dei comuni italiani sono popolati da meno di 5.000 abitanti, per un totale di quasi **10 milioni** di cittadini italiani.

1. patrimonio 'minore', borghi, periferie metropolitane

1.3. borghi

In Italia circa il **60%** della popolazione vive nelle periferie. Nel centro storico abita solo il 10 per cento della popolazione urbana.

"Le periferie sono la città del futuro... il destino delle città sono le periferie. Nel centro storico abita solo il 10 per cento della popolazione urbana, il resto sta nei quartieri che sfumano verso la campagna. Qui si trova l'energia".

[Renzo Piano]

2. ambiente, storia, memoria tra 'cultura materiale' e innovazione

2.1. tradizioni, identità, prospettiva

2.2. quali storie?

2.3. infrastruttura digitale di rete,
5G, interazioni 'senza confini'

2. ambiente, storia, memoria tra 'cultura materiale' e innovazione

2.1. tradizioni, identità, prospettiva

Il potenziale straordinario di ambiente antropizzato, culture materiali e immateriali che abbiamo appena richiamato in cifre rappresenterà una leva potente di trasformazione degli equilibri – e degli squilibri – economici, sociali, civili del nostro Paese, quanto più saremo capaci di estrarre dalla miniera pressoché illimitata di paradisi naturali più e meno violati, di tradizioni, di identità civili sedimentate, **occasioni concrete di ri-generazione**, di costruzione paziente, sistematica, di nuovi orizzonti.

2. ambiente, storia, memoria tra 'cultura materiale' e innovazione

2.2. quali storie?

Ben oltre le retoriche di *storytelling* di maniera, i linguaggi stereotipi degli 'specialismi' autoreferenziali, si tratterà in altri termini di selezionare con rigore spunti narrativi capaci di risvegliare i caratteri identitari impressi nel dna delle micro-comunità interessate, parlando la lingua delle radici, dei 'miti' millenari che le attraversano, nella prospettiva dei percorsi originali da costruire insieme, oggi.

2. ambiente, storia, memoria tra 'cultura materiale' e innovazione

2.3. infrastruttura digitale di rete, 5G, interazioni 'senza confini'

Condizione e prerequisito di questa innovazione radicale del sistema culturale in Italia sarà, naturalmente, la capacità di aggiornare costantemente le piattaforme di gestione alle frontiere dell'*open innovation*, a partire da diffusione capillare della banda larga e del 5G, proseguendo con tutte le implementazioni progressive di certificazioni veicolate da *blockchain* [nft, bitcoin...], con innesti calibrati di manifattura 3D e IoT, web *progressive* app ...

3. "content is king": l'infrastruttura materiale *onsite*

3.1. i luoghi 'fisici' dell'offerta

3.2. i contenuti distintivi,
i prodotti, i servizi

3.3. l'integrazione di sistema

3. "content is king": l'infrastruttura materiale *onsite*

3.1. i luoghi 'fisici' dell'offerta

Non c'è tecnologia rivoluzionaria che possa inventare da sola soluzioni esaustive. La prima selezione da operare sarà l'individuazione di 'materie prime', territori, beni comuni idonei per la rivoluzione di prospettive da generare. Si tratti di parchi naturali, di borghi, di monumenti storici, ciascun sottoinsieme dovrà a sua volta portare in evidenza le peculiarità che lo rendono speciale nel panorama globale dell'offerta.

3. "content is king": l'infrastruttura materiale *onsite*

3.2. i contenuti distintivi, i prodotti, i servizi

In questi campi di gravitazione ben delimitati, occorrerà far emergere con chiarezza i prodotti, i servizi, le soluzioni concrete che possano motivare il viaggio, la scelta di condivisione, la partecipazione dei differenti *target* di pubblico potenziale da conquistare e fidelizzare.

3. "content is king": l'infrastruttura materiale *onsite*

3.3. l'integrazione di sistema

Con la consapevolezza che ogni proposta *site specific* risulterà tanto più convincente quanto più riuscirà a integrare con fluidità *focus* tematici, visite e laboratori didattici, pause enogastronomiche a km0, *workshop*, seminari, occasioni di formazione permanente...

4. l'esperienza prima del viaggio

- 4.1. raccontare 'peculiarità': storie [brevi]
speciali per pubblici curiosi
- 4.2. semplificare l'accesso alle informazioni
e ai servizi essenziali
- 4.3. in viaggio...

4. l'esperienza prima del viaggio

Su queste basi concrete, entrando nel vivo dell'infrastruttura digitale, ogni viaggio puntuale dovrà essere capace di innestare percorsi narrativi a misura della comunicazione *online*, anticipando 'virtualmente' le motivazione credibili del viaggio da programmare.

4. l'esperienza prima del viaggio

4.1. raccontare 'peculiarità': storie [brevi] speciali per pubblici curiosi

Una trama mobile, aggiornata con continuità, raccorderà le storie attraverso evocazioni testuali e iconografiche, filmati, animazioni, con l'obiettivo di catturare la curiosità e la partecipazione di pubblici ben delimitati in fase di progetto.

4. l'esperienza prima del viaggio

4.2. semplificare l'accesso alle informazioni e ai servizi essenziali

Alla base di tutto, occorrerà portare in evidenza con la massima chiarezza condizioni di accesso e di fruizione [prenotazioni, biglietti, servizi disponibili, opzioni facoltative 'aumentate'...].

4. l'esperienza prima del viaggio

4.3. in viaggio...

Agevolare, in altri termini, la pianificazione della visita, fornendo ogni opportuna informazione circostanziata utile al raggiungimento della meta, agli 'abbinamenti giudiziosi' ...

5. la visita 'prolungata' *onsite*

- 5.1. mettere in valore le trame territoriali e tematiche
- 5.2. supportare il prolungamento del viaggio

5. la visita 'prolungata'

5.1. mettere in valore le trame territoriali e tematiche

In materia di esperienza *onsite*, la sfida consisterà nel guadagnare sul campo, nel contatto diretto, la piena soddisfazione del singolo utente e dei gruppi omogenei intercettati. L'attenzione ai territori di prossimità, insieme alla evidenziazione dei temi portanti distintivi [ambienti antropizzati, manufatti storico-artistici e artigianali, tradizioni materiali e immateriali...], sarà la leva più efficace per moltiplicare attenzione.

5. la visita 'prolungata' *onsite*

5.2. supportare il prolungamento del viaggio

Più in generale, l'esperienza 'fisica' avrà l'obiettivo di motivare la voglia di trattenersi – prolungando tempi di permanenza e ricadute culturali e economiche conseguenti –, di approfondire oltre le superfici, di pianificare nuove immersioni nella materia viva 'complementare'.

6. l'esperienza dopo l'esperienza

6.1 fornire stimoli ad approfondire,
a tornare, a invitare nuovi ospiti

6.2. consolidare i legami durevoli

6. l'esperienza dopo l'esperienza

6.1. fornire stimoli ad approfondire, a tornare, a invitare nuovi ospiti

Quanto più l'esperienza reale 'fisica' abbia colto nel segno, più acquisterà consistenza la prospettiva di '*neverending tourism*': un corto circuito virtuoso tra esperienza programmata, vissuta in diretta e proseguita in seguito a distanza con tutti gli strumenti plurimediali messi a disposizione della comunità virtuale conquistata [*blog*, calendario degli eventi futuri programmati, newsletter mirate...].

6. l'esperienza dopo l'esperienza

6.2. consolidare i legami durevoli

L'indicatore più rilevante di gradimento sarà, evidentemente, l'incremento graduale dei visitatori reali e virtuali di ogni estrazione culturale e provenienza, mettendo in comunicazione esigenze reali ricorrenti e sistemi partecipativi funzionali alla crescita della 'reputazione' e dell'attrattività di ciascun singolo sito in vetrina.

7. nutrire le radici dell'avvenire

7.1. generare nuove comunità

7.2. ritorno alle origini, ripopolamento,
nuova 'immigrazione'

7. nutrire le radici dell'avvenire

7.1. generare nuove comunità

Molto più che a una improbabile moltiplicazione di 'destinazioni turistiche' da grandi numeri, in altri termini, ogni **portale di comunità** proverà a contribuire alla ri-generazione di beni comuni e comunità 'di destino', partendo dalle tracce ancora vive di identità sedimentate, per porre le premesse di nuove cellule di aggregazione produttiva e valoriale, di nuove economie di scala articolate, flessibili

7. nutrire le radici dell'avvenire

7.2. ritorno alle origini, ripopolamento, nuova 'immigrazione'

Alla crisi di saturazione di una globalizzazione sempre più bisognosa di correttivi *human centered*, il modello **pdC** proverà a rispondere incentivando l'innovazione finalizzata a ritorni alle origini ragionati, ripopolamento delle 'periferie', accoglienza solidale, vissuti come volano di sviluppo piuttosto che come 'oneri sociali'.

8. moltiplicare valori e valore [aggiunto]

8.1. sostenibilità e 'valori aggiunti'

8.1. *start up*, modelli di aggregazione,
stili di vita

8. moltiplicare valori e valore [aggiunto]

8.1. sostenibilità e 'valori aggiunti'

Avrebbe poco senso immaginare questa rivoluzione di prospettive attraverso puri trasferimenti di reddito a carico della Collettività. La sfida, al contrario, sarà costruire gradualmente percorsi di sostenibilità proiettati in direzione di un ecosistema propulsivo che trasformi alla radice la vocazione socio-economica del nostro Paese, generando a regime quella civiltà del 'tempo libero' e della qualità della vita che può rappresentare il nostro spazio distintivo nei nuovi equilibri del Pianeta.

8. moltiplicare valori e valore [aggiunto]

8.2. *start up*, modelli di aggregazione, stili di vita

Senza contrapposizioni manichee tra pubblico e privato, *profit* e *no-profit*, la vera sfida sarà investire su competenze adeguate e percorsi mirati di formazione, per dare vita a reti di impresa, cooperazione Istituzionale e imprenditoriale, ‘fabbriche della conoscenza’, nuove professioni, *start up* innovative, in grado di mettere in moto finalmente pratiche di convivenza solidale e ‘creativa’ adeguate alla complessità dei problemi da affrontare.

9. il portale di comunità: il prototipo padula

- 9.1. la 'fabbrica della Certosa':
ora et labora
- 9.2. il sistema Padula, il Parco
del Cilento e del Vallo di Diano
- 9.3. omnicanalità e vita quotidiana
- 9.4. destinazione e destino

9. il portale di comunità: il prototipo padula

9.1. la 'fabbrica della Certosa': ora et labora

Su queste premesse concettuali, **artem** ha dato vita a una divisione mirata di 'innovazione totale', la *start up* artem 4.5, con l'obiettivo strategico di mettere a fuoco un **prototipo modulare di portale di prossimità** attraverso il quale sperimentare criticità e potenziale dei percorsi di valorizzazione integrata in cantiere. Quale occasione migliore, per questa sfida cruciale, che la Certosa e il sistema civico culturale di Padula, emblemi di quei borghi e monumenti 'minori' pronti, oramai, a capovolgere la clessidra della Storia ? A Padula ha preso forma una delle prime **intese di valorizzazione** tra **Ministero della Cultura** e **Amministrazione cittadina**, accordo che ha generato a sua volta la **concessione dei servizi integrati di fruizione** al **Consorzio arte'm net**. A Padula ha dimora uno degli esempi più straordinari della civiltà monastica dell'Europa moderna, la Certosa di San Lorenzo, con l'intreccio sapiente di aree destinate alla spiritualità [celle dei monaci e del Priore, Chiese di clausura, Biblioteca, Refettorio...] e alle pratiche 'laiche' dell'operosità quotidiana [Spezieria, Stalle e fienili, foresterie...], insieme al patrimonio inestimabile di biodiversità del Parco monumentale e dei terreni agricoli fuori le mura.

9. il portale di comunità: il prototipo padula

9.2. il sistema Padula, il Parco del Cilento e del Vallo di Diano

A completare l'offerta, se non bastasse, un centro cittadino ancora integro, i Musei civici intitolati all'eroe moderno della legalità, Joe Petrosino, e all'epopea risorgimentale di Carlo Pisacane, la magia del Battistero di San Giovanni in Fonte, a pochi minuti di distanza, l'incantesimo naturale del Parco del Cilento e del Vallo di Diano, tra l'Appennino e il golfo di Policastro: un 'contenuto' raro su vasta scala, che aspetta solo di essere restituito ai dinamismi socio-economici delle sue stagioni migliori.

9. il portale di comunità: il prototipo padula

9.3. omnicanalità e vita quotidiana

Su questo immenso potenziale sta prendendo forma il primo prototipo modulare di **Portale di Comunità**, perché dimostri giorno dopo giorno le strade da percorrere, le correzioni necessarie da apportare, la contagiosità virale delle buone pratiche. Al primo posto, la trasformazione dell'esperienza materiale già avviata dal Consorzio nei locali emblematici della antica Spezieria attraverso l'innesto di ogni stimolo opportuno di *retail* 4.0: schermi e vetrine interattive, manifattura digitale a supporto delle migliori tradizioni agricole e artigianali, realtà virtuale e aumentata per accompagnare la visita e i laboratori didattici... Tutto modulato per essere fruibile in modalità digitale, prima e dopo l'esperienza di visita, o nel vivo dell'incontro con le mille sfaccettature del percorso reale, per essere metabolizzato, partecipato criticamente in ogni 'punto di contatto' virtuale o reale dell'offerta integrata 'omnicanale'.

9. il portale di comunità: il prototipo padula

9.4. destinazione e destino

Una infrastruttura modulare materiale e digitale, in conclusione, concepita 'su misura' per contribuire a:

- _rimodellare il senso di appartenenza, l'orgoglio, la consapevolezza della Comunità residente 'di prossimità allargata'
- _riscrivere con semplicità e efficacia i linguaggi della comunicazione del terzo millennio e le forme stesse della convivenza di prossimità [dalla sanità alla convivialità, alla formazione, alla 'manifattura leggera']
- _incentivare l'immigrazione di ritorno' delle migliori energie in cerca di occasioni plausibili e l'innesto di nuovi ospiti graditi
- _trasformare il turismo frettoloso, superficiale, in nuove osmosi di saperi e di passioni, in grado di riscrivere l'arte di vivere, in pace, nel ventre dell'Europa che prova a voltare pagina
- _capovolgere il declino lento, inesorabile, di 'patrimonio minore' e 'periferie', fino a porre le premesse, finalmente, di nuovi stili di vita e di modelli di sviluppo sostenibile.

arte7m
4.5

**editoria e soluzioni integrate
per la valorizzazione del patrimonio
artistico e ambientale**

www.artem4punto5.org

