

# “Generare Comunità”

Progetto di Fondazione Castello di Padernello, Associazione Comuni delle Terre Basse, Fondazione Cogeme Onlus, Cooperativa Cauto, Connessioni Impresa Sociale



*L'emergenza della pandemia ci ha fatto vivere un sentimento collettivo di solidarietà ed unità inedito, ha reso più coese le nostre vite. Il noi ha prevalso sull'io, forse siamo alla fine di un modello di mondo basato sulla competizione fra persone, aziende, stati.*

*Allora, con questo progetto possiamo lavorare per allargare questo sentire all'economia ed alla società per creare un'economia collaborativa basata sul senso di comunità e di socialità. Probabilmente vivremo una fase indispensabile di accorciamento delle filiere produttive attingendo sempre più da fonti pulite e rinnovabili perché abbiamo necessità di Comunità forti per affrontare gli effetti della pandemia.*

## Sommario

1. Premessa: il carattere emblematico del progetto “Generare Comunità”	4
2. Analisi di contesto	5
2.1 Invecchiamento della popolazione locale	6
2.2 Giovani, povertà educativa e lavoro	6
2.3 Degrado e abbandono del patrimonio immobiliare	8
2.4 Tessuto economico e produttivo	9
2.5 Patrimonio culturale	11
2.6 Infrastrutturazione turistica	11
2.7 Partire dalle criticità per trovare nuove strade: il caso di Padernello	13
2.8 Partire dalle criticità per trovare nuove strade: l’Associazione Comuni delle Terre Basse	14
3. Caratteristiche del progetto	15
4. Macro-area territorio	17
4.1 Obiettivo generale	17
4.2 Cambiamenti attesi	17
4.3 Costruzione della Comunità delle Terre Basse	17
4.3.1 Descrizione	17
4.3.2 Attività previste	18
4.4 Mappatura risorse potenziali del territorio	18
4.4.1 Descrizione	19
4.4.2 Azioni previste	19
4.5 La valorizzazione del territorio: le Terre Basse come destinazione turistica	20
4.5.1 Descrizione	20
4.5.2 Attività previste	22
4.6 Festival di comunità delle Terre Basse	24
4.6.1 Descrizione	24
4.6.2 Attività previste	25
4.7.1 Descrizione	26
4.7.2 Attività previste:	26
5. Macro-area “Hub di servizi”	28
5.1 Obiettivi generali	28
5.2 Cambiamenti attesi	28
5.3 Servizi per le imprese artigiane	29
5.3.1 Descrizione	29
5.3.2 Attività previste	30
5.4 Servizi di formazione e disseminazione	30

5.4.1 Descrizione	30
5.4.2 Attività previste	31
5.5 Academy dei Mestieri Tradizionali	32
5.5.1 Descrizione	32
5.5.2 Attività previste	33
6. Albergo diffuso (intervento spin-off, non compreso tra le azioni del progetto)	33
8. Comunicazione del progetto	35
9. Modello di governance e gestione	37
10. Sistema di monitoraggio e di valutazione	39
11. Cronoprogramma	40
Allegato 1 - Dossier fotografico	41

## 1. Premessa: il carattere emblematico del progetto “Generare Comunità”

Sulla valorizzazione delle aree rurali si sono cimentati e “sfiniti” programmi di sviluppo (Leader, Strategia SNAI, etc.) e un’infinità di operatori culturali, istituzioni ed “esperti”. Molti i casi di insuccesso, rare le esperienze di successo: a volte perché il progetto risultava eccessivamente calato dall’altro, in altri casi invece era proprio l’assenza di qualcuno che dettasse la direzione a condannare i processi all’inconcludenza; a volte per mancanza di risorse, molto più spesso per mancanza di idee. A questo si deve aggiungere un approccio alla valorizzazione del patrimonio culturale che solo di recente ha iniziato a prendere in considerazione l’importanza del coinvolgimento della comunità locale, attenzione che la recente emergenza sanitaria e le conseguenti restrizioni alla mobilità turistica e la diffusione dello smart working, hanno ulteriormente enfatizzato tra gli specialisti e gli organi di stampa. Infine, a condannare molte pur meritevoli iniziative di valorizzazione di territori rurali si sono messi approcci e metodi impostati sulla base di assunti teorici e modelli astratti che, all’atto pratico, hanno rivelato tutti i loro limiti: le comunità locali non esistono ma vanno pazientemente costruite; i beni culturali non sono pronti all’uso una volta restaurati, richiedono tempo per essere adeguatamente valorizzati e per diventare degli attrattori; la valorizzazione di un territorio non si persegue nei ristretti tempi di una legislatura o di un mandato, ma richiede tempi lunghi per poter dispiegare appieno le proprie potenzialità ed effetti; le tante contraddizioni di ogni territorio, le conflittualità tra attori locali, le sovrapposizioni di competenze e funzioni, non devono necessariamente essere “risolte”, ma vanno piuttosto “gestite”, limando i contrasti più forti e cercando le mediazioni più efficaci attraverso un costante e quotidiano lavoro di tessitura e di convergenza.

“Generare Comunità”, fin dal titolo, pone l’accento sul peso centrale riconosciuto alla comunità locale di un territorio, le Terre Basse, alla ricerca di un suo proprio percorso di crescita e di valorizzazione. Il carattere emblematico di questa iniziativa risiede nel fatto di rappresentare una piattaforma di convergenza tra *player* locali pubblici e privati che hanno deciso di investire in un programma di azioni, materiali e immateriali, di ampio respiro che punta a invertire in modo strutturale i fenomeni di declino socio-economico e a innescare forme di economia locale e di occupazione giovanile. In tale quadro, il recupero di immobili di valore storico, la creazione di una rete di piste ciclopedonali, la realizzazione di un festival, l’attivazione di un Hub di servizi, etc. rappresentano al medesimo tempo leve mirate di crescita del sistema di offerta del territorio e opportunità di professionalizzazione, di innovazione delle filiere tradizionali, di sviluppo di nuova imprenditoria.

Con “Generare Comunità”, la strategia di valorizzazione riconosce la centralità delle persone. Perché lo sviluppo lo fanno le persone e si fa sviluppo per le persone. Le persone non sono solo “accidenti territoriali” destinatari di politiche e progetti. Si fa sviluppo per e con le persone, perché il fine ultimo e principale dello sviluppo territoriale è far vivere meglio le persone dove vivono e lavorano, dove studiano e cercano lavoro, con le loro famiglie e con gli affetti più cari. Lo sviluppo, se non è condiviso con la comunità delle persone, reitera logiche top-down, anche sulla scala più ridotta delle gerarchie locali, non fa emergere i potenziali inespressi e non è mai sostenibile. Sostenibilità nel tempo, intesa come riproducibilità e durata dei risultati di miglioramento, e nell’ambiente, come relazione positiva con il territorio e non dissipativa di risorse ambientali e culturali e della salute delle popolazioni. La sostenibilità nel tempo deve anche essere all’altezza delle possibilità effettive del contesto, dei suoi attori e dei suoi cittadini e farsene carico responsabilmente, in un processo di cambiamento culturale, collettivo e individuale, mettendo consapevolmente più in alto l’asticella del salto di qualità e della sfida per la crescita e lo Sviluppo. Non c’è sviluppo che tenga se non si mette in moto questo cambiamento culturale. E la comunità deve esserne protagonista.

## 2. Analisi di contesto

L'area vasta in cui si colloca il progetto corrisponde alla parte occidentale della Bassa Bresciana, un territorio che è storicamente caratterizzato dalla vocazione agricola, attorno alla quale si è costruita nel tempo l'identità culturale e paesaggistica dell'area. Le spiccate caratteristiche rurali risultano accentuate dalla netta prevalenza di centri urbani di piccola e micro-dimensione. Seppur con una certa approssimazione, le autostrade A35, A4, e A21 ne delimitano l'estensione verso nord e verso est, il corso dell'Oglio verso sud e ovest. La popolazione in quest'area arriva a 90-100.000 unità (dati Istat 2019) mentre il tessuto produttivo conta su circa 9mila imprese, prevalentemente nei settori del commercio, del manifatturiero, delle costruzioni e dell'agricoltura, mentre il settore terziario, e in particolare, quello più direttamente correlato al turismo, non risulta ancora altrettanto strutturato, come si avrà modo di approfondire nei prossimi paragrafi.

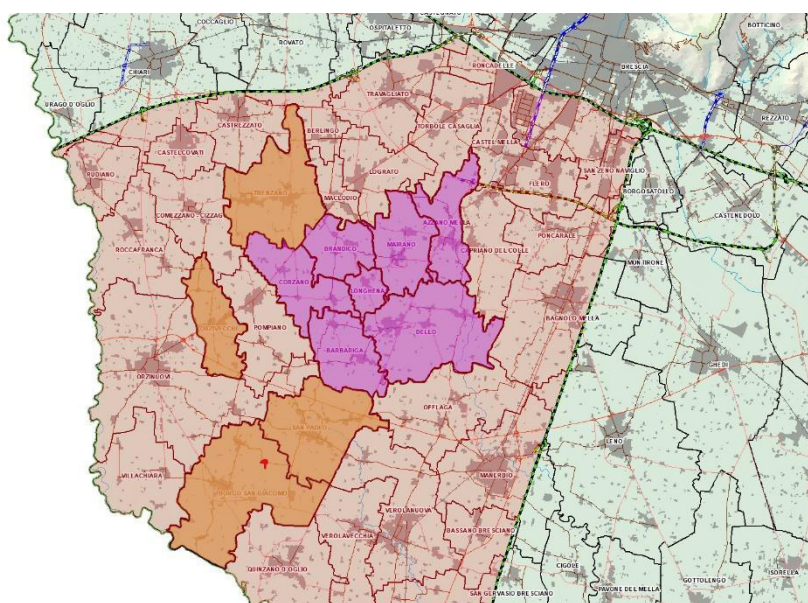


Figura 1 - L'area vasta di riferimento del progetto "Generare Comunità" e i Comuni direttamente coinvolti: in viola quelli che hanno già aderito alla Rete "Comuni delle Basse Terre", in arancione quelli che vi entreranno.

L'analisi approfondita del contesto di intervento del progetto, che viene descritta nei prossimi paragrafi, prende in considerazione solo alcune delle molteplici variabili che generalmente impattano sulla qualità della vita<sup>1</sup> e sulle condizioni socio-economiche dei territori. Si è ritenuto opportuno, quindi, concentrarsi su quegli elementi che meglio testimoniano la presenza di fenomeni di declino socio-economico nelle Terre Basse, fenomeni sui quali il progetto "Generare Comunità" intende intervenire.

<sup>1</sup> La misurazione statistica del livello di qualità della vita è stato oggetto, negli anni, di importanti sforzi su scala nazionale e internazionale, sforzi che hanno portato a diverse combinazioni di indicatori puntuali nel tentativo di avvicinarsi, almeno approssimativamente, a fornire un dato uniforme e comparabile tra i diversi territori. Accanto all'approccio quantitativo, inoltre, anche maggior visibilità hanno goduto sondaggi e ricerche qualitative volte a ricavare dalle impressioni, opinioni, idee degli intervistati un'indicazione chiara e – anche in questo caso – confrontabile sulla "percezione" della propria qualità della vita. A titolo di esempio, viene spesso citata l'indagine promossa da Eurobarometer nel 2017 da cui emerse come gli europei considerino la vicinanza con i beni culturali una condizione centrale per il proprio benessere, oppure, seppur con approcci metodologicamente meno affidabili, le annuali indagini del Sole24 che misura, riutilizzando i dati Istat, il livello di vita nelle principali città italiane.

## 2.1 Invecchiamento della popolazione locale

Il primo indicatore riguarda il profilo demografico della popolazione residente e, in particolare, l'incidenza degli anziani rispetto ai giovani. A tale tendenza, piuttosto comune in tutta Italia, vanno ricondotti infatti alcuni fenomeni che incidono direttamente sulla capacità di valorizzare le risorse locali, ad esempio il fatto di orientare i servizi ai cittadini più verso i bisogni degli anziani, la difficoltà a garantire il ricambio generazionale nelle imprese e nelle organizzazioni locali, la tendenza al "conservatorismo" e la resistenza all'innovazione nelle attività produttive e commerciali, la conseguente scarsa "appetibilità" del territorio per i giovani, vista la mancanza di opportunità di professionalizzazione e di lavoro.

La variazione degli indici di vecchiaia negli ultimi 10 anni non lascia dubbi su una delle principali criticità che ostacolano lo sviluppo del territorio. In tutti gli 11 Comuni coinvolti nel progetto "Generare Comunità" si è registrata una netta impennata dei valori, quasi del 50%: se nel 2010, infatti, per ogni 100 giovani c'erano mediamente 94 anziani, nel 2020 questi ultimi sono saliti a 139.

Comune	2010	2020	Var Perc
Azzano Mella	69	86	+ 25,7%
Barbariga	104	171	+ 64,4%
Borgo San Giacomo	103	126	+ 22,3%
Brandico	61	96	+ 57,4%
Corzano	94	117	+ 24,5%
Dello	88	122	+ 38,6%
Longhena	151	312	+ 106,6%
Mairano	78	92	+ 17,9%
Orzivecchi	115	170	+ 47,8%
San Paolo	89	127	+ 42,7%
Trenzano	82	115	+ 40,2%
Valore medio	94	139	+ 48,4%

## 2.2 Giovani, povertà educativa e lavoro

In termini di livelli medi di reddito, i dati indicano una situazione complessivamente "nella norma", con un reddito medio per famiglia tra i 18 e i 21.000 euro/anno, dato leggermente superiore ai valori medi nazionali e in linea con l'andamento regionale e provinciale.

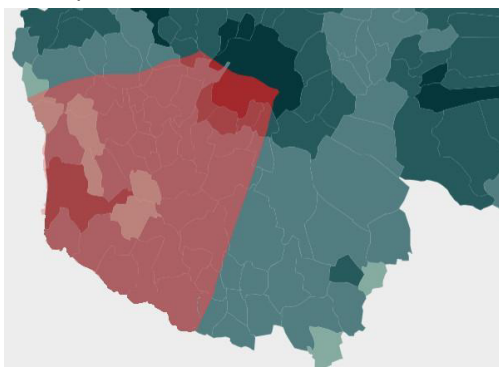


Figura 2 - Distribuzione delle fasce di reddito medio per Comune, fonte MEF. Le zone più scure indicano i valori maggiori (oltre i 22 mila euro/anno). Rispetto l'area del progetto, si registrano medi tra i 18 e i 22 mila euro/anno, con l'eccezione di Orzinuovi che supera tale soglia.

Il livello di reddito, tuttavia, non deve nascondere altri fenomeni di “sofferenza” sociale che colpiscono in modo particolare i giovani del territorio delle Terre Basse. Il tasso di disoccupazione dell’area si attesta sul valore medio del 17%, leggermente superiore al dato regionale (16,1%) anche se il territorio provinciale è risultato tra i più colpiti dalla recente emergenza sanitaria connessa alla diffusione del Covid-19 con conseguenze importanti sulle attività economiche e sui livelli di occupazione.

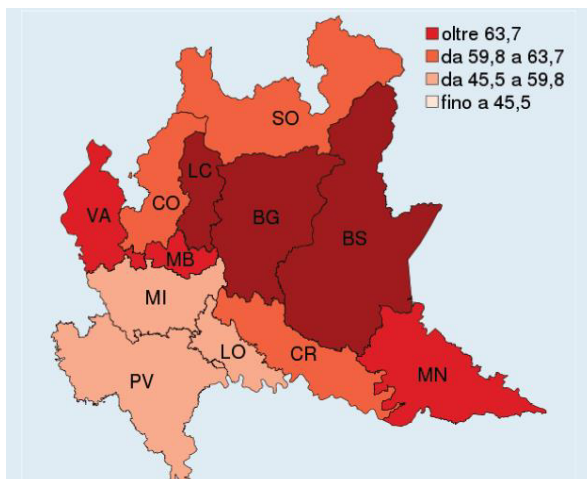


Figura 2 Mappa realizzata dalla Banca d'Italia da cui si vince il maggior impatto registrato dalle province di Brescia, Bergamo e Lecco in termini di sospensione delle unità lavorative

Non particolarmente positivo risulta il dato sul *drop-out* scolastico, ovvero il numero di giovani che lasciano gli studi prima del diploma e della laurea, che si attesta sul 17,9%, di quasi due punti percentuali superiore al dato provinciale (16,1%), con valori che variano in modo significativo tra i diversi Comuni, raggiungendo il picco del 26,7% a Trezano.

Comune	Percentuale di dispersione
Azzano Mella	13,8%
Barbariga	21,5%
Borgo San Giacomo	17,8%
Brandico	15,7%
Corzano	18,5%
Dello	14,8%
Longhena	12,8%
Mairano	16,7%
Orzivecchi	18,8%
San Paolo	19,8%
Trezano	26,8%
Dispersione media	17,9%

Il dato sulla dispersione scolastica rapportato a quello relativo al progressivo invecchiamento della popolazione mettono in luce una condizione neppure troppo latente di sofferenza sociale che ricade in modo particolare sui giovani, disincentivandoli a ricercare nel territorio opportunità di formazione, professionalizzazione e di lavoro ma spingendoli, invece, a spostarsi in altri contesti più promettenti, in primis i centri urbani maggiori. La carenza di risorse umane giovani e qualificate pronte a investire sul territorio favorisce, inevitabilmente, il progressivo degrado del sistema di risorse locali, in primis del patrimonio immobiliare.

### 2.3 Degrado e abbandono del patrimonio immobiliare

Il progressivo disuso degli immobili provoca il deterioramento precoce e il conseguente decadimento strutturale che difficilmente è possibile recuperare. Un indicatore dell'entità di questo fenomeno può essere trovato nelle condizioni di inutilizzo in cui versa il patrimonio di proprietà comunale. Nei soli 11 Comuni coinvolti in "Generare Comunità", ad esempio, sono presenti 311 unità immobiliari (di diversa natura: appartamenti, istituti scolastici, magazzini, laboratori, negozi, etc.) che risultano vuoti o utilizzati solo in via temporanea, per un totale quantificabile in 223.627 mq – ma tale cifra è molto parziale e potrebbe essere tranquillamente raddoppiata in quanto fa riferimento ad appena il 40% dei siti registrati nel database dell'Agenzia del Demanio<sup>2</sup>, non avendo gli altri immobili riportato il dato – di superfici che attualmente non presentano alcun valore d'uso per la collettività.

Comune	Unità immobiliari di proprietà comunale	Di cui non risultano locati
Azzano	21	13
Borgo San Giacomo	56	32
Brandico	38	14
Corzano	14	11
Dello	73	72
Orzivecchi	50	28
San Paolo	9	7
Trenzano	50	50
<b>Totale</b>	<b>311</b>	<b>227</b>

Se a questo dato si aggiungono i tanti immobili di proprietà privata, per nulla censiti ma, anzi, da riscoprire con opportune azioni di ricognizione territoriale e mappatura, ne emerge non solo la fotografia di una generale condizione di declino socio-economico ma anche una grande opportunità di sviluppo rappresentata dall'enorme disponibilità di spazi e luoghi in attesa di nuove funzioni e destinazioni che conferiscano loro un qualche valore d'uso economico, sociale e culturale. Il deterioramento, infatti, non riguarda solo i "muri", ma anche l'economia locale, le tradizioni, la cultura, i legami sociali. L'abbandono dei luoghi comporta l'abbandono delle tradizioni, delle tipicità locali, dei saperi artigiani e delle occasioni per mostrare e tramandare l'importante patrimonio culturale.

<sup>2</sup> Dati ricavati dal database dei beni immobili dichiarati dalle Amministrazioni Pubbliche al Dipartimento del Tesoro del Ministero dell'Economia e delle Finanze per l'anno 2017



## 2.4 Tessuto economico e produttivo

Secondo i dati della Camera di Commercio di Brescia, nell'area di intervento del progetto "Generare Comunità" sono attive 2.918 imprese con quasi 10.000 (9.109) addetti. Di queste, 830 sono imprese artigiane (35%) con 2.393 addetti.

Nel confronto con i dati provinciali sul tessuto economico e produttivo, emerge il forte carattere agricolo del territorio delle Terre Basse che occupa il 12,4% della forza lavoro (un valore 4 volte superiore a quello medio della Provincia) e l'incidenza del settore delle costruzioni (3 volte superiore). Allo stesso tempo, il tessuto commerciale e turistico rivelano la loro marginalità così come le attività di loisir (cultura, sport, intrattenimento).

	Agricoltura	Manifattura	Costruzioni	Commercio	Servizi di alloggio e ristorazione	Agenzie di viaggio, servizi alle imprese	Attività artistiche, sport e intrattenimento
Totale Provincia	3,4%	32,2%	10,5%	14,3%	9,4%	6,8%	1,1%
Terre Basse	12,4%	25,6%	34,1%	8,8%	2,9%	3,3%	0,6%

Il settore Agroalimentare nelle Terre Basse è molto sviluppato e la quasi totalità dei terreni è lavorata con metodo intensivo. Fatto salvo le valide ragioni che portano al mantenimento di questa tipologia di coltivazione, vi sono almeno due fattori che dovrebbero indurre ad un'attenta riflessione. La prima riguarda la difficoltà economica\mercato nel quale le imprese agricole sono sottoposte e con le quali si troveranno a fare i conti nei prossimi anni. La seconda riguarda il mutamento delle abitudini alimentari dei cittadini, sempre più attenti alla propria salute e di conseguenza a ciò che acquistano.

Dal punto di vista dei prodotti agro-alimentari, i margini di innovazione e di sviluppo sono già stati individuati attraverso un recente sondaggio promosso dall'Associazione Comuni delle Terre Basse su un campione di 300 persone (parte residenti nelle Terre Basse, parte che vive all'esterno), attraverso il quale si è cercato di ricostruire le potenzialità in termini di mercato dei 21 principali prodotti tipici del territorio, nel breve, nel medio e nel lungo periodo.

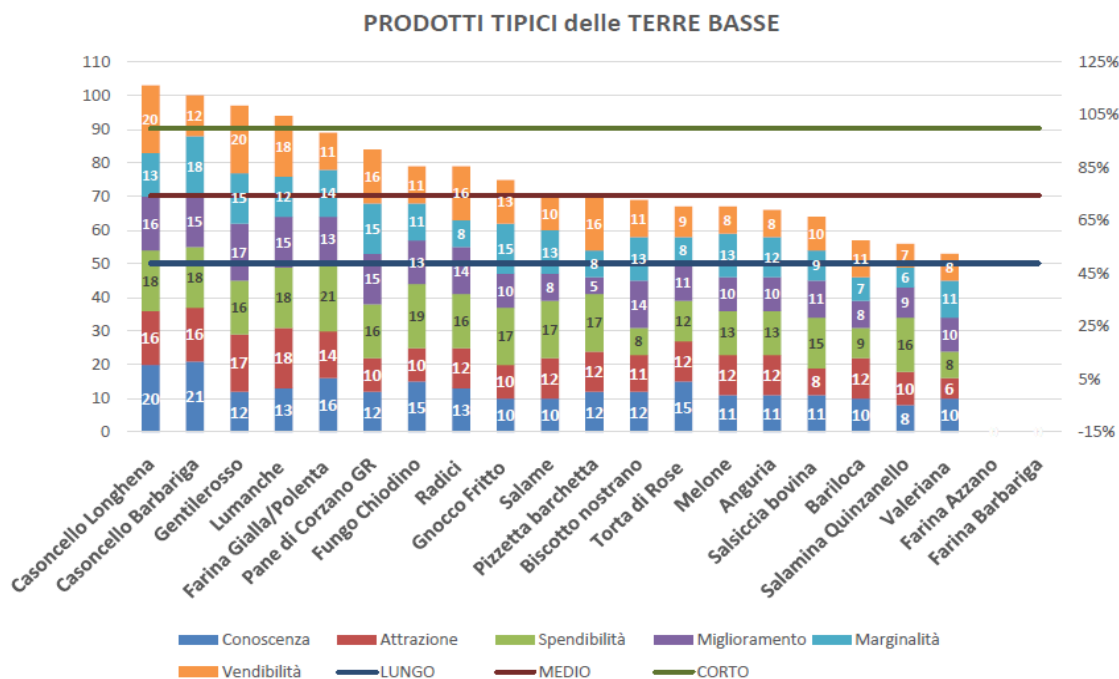


Figura 3 - Il grafico riporta i risultati del sondaggio realizzato da Neaterra per l'Associazione Terre Basse. I prodotti sono classificati anche in relazione ai tempi necessari per una loro piena valorizzazione sul mercato.

Come si evince dal grafico, sono pochi i prodotti tipici con un elevato livello di popolarità (a sinistra) mentre la maggior parte risulta ancora poco conosciuta ma con forti potenzialità in termini di vendibilità sul mercato.

La vocazione artigianale del territorio emerge chiaramente dall'analisi del tessuto manifatturiero locale, molto presente nelle Terre Basse e composto da imprese artigiane in una percentuale superiore alla media provinciale (+ 11%), come si evince dalla tabella successiva, mentre per gli altri principali settori i valori risultano piuttosto allineati<sup>3</sup>.

	Agricoltura	Manifattura	Costruzioni	Commercio
Provincia	2,8%	59,0%	72,0%	7,7%
Terre Basse	2,7%	68,4%	75,0%	8,1%

Il settore dell'artigianato inoltre comprende attività molto variegata, si spazia dalla falegnameria alla panificazione, alla sartoria, ecc. Nonostante il settore sia tradizionalmente legato a saperi e pratiche antiche esso risulta particolarmente predisposto all'innovazione (sia in termini di tecniche di lavorazione sia di materiali utilizzati). Il mondo dell'artigianato è infatti in continuo divenire e rappresenta un terreno fertile per l'innovatività e la creatività. Tutto ciò ben predispone il potenziale avvio di nuove start-up nel settore.

<sup>3</sup> Elaborazioni proprie, fonte Camera di Commercio di Brescia per l'anno 2019.

## 2.5 Patrimonio culturale

Le Terre Basse non si caratterizzano per la presenza di attrattori culturali e artistici forti, tali da svolgere una funzione di “bene faro” e di volano per il resto dell’offerta. Con l’eccezione del Castello di Padernello, che svolge anche una funzione di vero e proprio attrattore, il resto del patrimonio culturale e naturalistico delle Terre Basse svolge piuttosto un ruolo ancillare come opportunità di scoperta, di sorpresa e di arricchimento per il turista che già si trova nel territorio. Da questo punto di vista, le Terre Basse si caratterizzano per una trama diffusa di beni culturali fortemente legati alla storia del territorio: antichi borghi e cascine, musei, palazzi, castelli, la cui importanza risiede non tanto nel valore storico-artistico intrinseco dei singoli manufatti quanto dal loro “fondersi” armonico con il paesaggio culturale e la natura circostante.

Rientrano in questa tipologia siti quali Il Museo della Civiltà Contadina di Mairano, Museo Lirico "Rosina Storchio" di Dello, il “Borgo dei Creativi” di Meano, frazione di Corzano, il Ponte di San Vigilio realizzato dall’artista Giuliano Mauri a Padernello, le opere lasciate in chiese e palazzi storici di maestri come il Moretto, il Gambara, Palma il Vecchio, etc. tutte opportunità per una breve visita durante una gita in bicicletta oppure dopo aver mangiato in una trattoria o aver partecipato ad un mercato di prodotti tipici.

Tale circostanza rappresenta la base di partenza del progetto “Generare Comunità” nella misura si sgombra dal campo ogni tentazione di intraprendere la strada della valorizzazione del patrimonio culturale attraverso la sua decontestualizzazione e “musealizzazione” per metterlo piuttosto in contatto e al servizio di processi di sviluppo territoriale, di coesione sociale, di innovazione delle filiere, di creazione di posti di lavoro. Accanto al patrimonio culturale materiale, l’offerta del territorio si compone anche di eventi e manifestazioni diffuse un po’ in tutto il territorio, prevalentemente di dimensione locale. Fanno eccezione il Mercato della Terra che ha luogo dentro il Castello di Padernello, organizzato in collaborazione con Slow Food, il festival della Carta della Terra, promosso dalla Fondazione Cogeme Onlus, che si articola in un ciclo di incontri e seminari sul tema della sostenibilità ambientale e, più di recente, alcune interessanti iniziative di manifestazione diffusa realizzata dall’Associazione Comuni delle Terre Basse attraverso la quale vengono organizzati happening culturali, momenti di degustazione eno-gastronomica, esposizioni artigianali in località differenti del territorio. Non esiste, invece, un evento-manifestazione che rappresenti e valorizzi le Terre Basse nel loro complesso, un evento capace di fungere tanto da attrattore verso l’esterno quanto da elemento identitario e aggregatore per la popolazione locale.

## 2.6 Infrastrutturazione turistica

Un ulteriore elemento di debolezza dell’offerta culturale del territorio risiede nella sua limitata infrastrutturazione turistica. Secondo i dati forniti dalla Provincia di Brescia (2019) il Basso Bresciano rappresenta l’area con il minor numero di strutture ricettive (125).

Area	N° strutture ricettive
Lago di Garda	7.297
Valcamonica	1.081
Franciacorta	787
Lago d'Idro, Valsabbia e Val Trompia	499
Brescia e hinterland	409
Bassa Bresciana	127

Se si restringe l'analisi al solo territorio di intervento del progetto "Generare Comunità", il numero complessivo di strutture ricettive è di appena 37 tra alberghi, case vacanze, B&B e agriturismi con camere. Rispetto ai soli 11 Comuni aderenti, le strutture ricettive risultano appena 10, con solo 5 alberghi e 3 B&B, per un totale di 324 posti letto.

Comune	N° esercizi ricettivi alberghieri	N° esercizi ricettivi extra alberghieri	N° B&B	N° esercizi ricettivi Totale	Letti totale generale esercizi
Azzano Mella	1			1	46
Barbariga					
Borgo San Giacomo		1		1	5
Brandico					
Corzano		1		1	5
Dello	1		2	3	36
Longhena					
Mairano					
Orzivecchi	2			2	135
San Paolo	1			1	92
Trenzano			1	1	5
<b>Totale</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>324</b>

Che la carenza di strutture ricettive dipenda anche dalla mancante presenza di una domanda turistica sembra dimostrarlo indirettamente, il ristretto numero di alloggi privati registrati su piattaforme come Airbnb: 2 nei Comuni aderenti all'Associazione Terre Basse, 15 in tutto – con circa 37 posti letto – se si allarga l'analisi a tutto il territorio di riferimento, fino a Manerbio (verso Est) e fino quasi a Brescia (verso Nord).

Rispetto alla ristorazione e ad altre categorie di servizi rivolti al turismo, i dati della Camera di Commercio di Brescia (2019) confermano la presenza di un'offerta diffusa ma quantitativamente limitata, anche in termini di occupazione diretta, soprattutto se si considera che tali statistiche comprendono tutte le attività registrate indipendentemente dai loro standard prestazionali e dalla loro idoneità ad allinearsi alle aspettative e ai bisogni di visitatori e turisti.

Comuni	Servizi di alloggio e ristorazione		Agenzie di viaggio, servizi alle imprese	
	Sedi	Addetti	Sedi	Addetti
Azzano Mella	29	90	7	6
Barbariga	13	30	3	8
Borgo San Giacomo	31	170	6	8
Brandico	3	12	5	32
Corzano	12	29	2	2
Dello	19	82	11	15
Longhena	2	7	2	2
Mairano	11	26	5	5
Orzivecchi	14	36	4	15
San Paolo	25	110	9	7
Trenzano	21	41	10	35
<b>Totale</b>	<b>180</b>	<b>633</b>	<b>64</b>	<b>135</b>

Le debolezze dell'offerta culturale e dei servizi turistici fin qui descritte riflettono – ed in parte determinano – la posizione marginale della Pianura Bresciana come destinazione di visita e soggiorno. Il territorio, infatti, non ha mai acquisito nel corso del tempo un'identità definita, chiara, non è dotato dei servizi minimi, manca di una comunicazione efficace nel promuoverlo come “destinazione” e di un'immagine coordinata che metta in rilievo tutte le sue peculiarità. Attualmente, il territorio si presenta più che altro come un insieme di luoghi/eventi/prodotti più o meno valorizzati dagli enti/realità preposti alla gestione o alla produzione degli stessi; poco conosciuti (non solo dai turisti stranieri ma anche da quanti abitano in provincia); che non “interagiscono” tra loro a nessun livello (promozionale, della comunicazione, in relazione alla gestione dei flussi di visitatori, ecc.).

## 2.7 Partire dalle criticità per trovare nuove strade: il caso di Padernello

L'analisi di contesto non potrebbe concludersi senza citare l'esperienza compiuta a Padernello, per diverse ragioni. La prima, in quanto si tratta di uno dei principali attrattori culturali e centri di animazione del territorio di intervento del progetto. La seconda, per il suo valore emblematico di iniziativa partita dal basso che, nel corso degli anni, si è trovata ad affrontare tutte le criticità fin qui descritte individuando, di volta in volta, le strategie e le azioni più idonee per aggregare una comunità “di scopo” attorno al recupero e alla valorizzazione di un bene culturale come il Castello di Padernello. Infine, la scelta di includere una pur sintetica descrizione dell'esperienza di Padernello nella descrizione del contesto è dettata anche dalla considerazione del ruolo di leadership svolto all'interno di “Generare Comunità”, ruolo che non sarebbe comprensibile se prima non fosse dedicato uno specifico spazio a descrivere le caratteristiche dell'iniziativa e delle sue connessioni con il territorio.

Il carattere “emblematico” dell'intervento di Padernello risiede nella sua volontà e capacità di trasformare l'operazione di restauro, recupero e riutilizzo del Castello nel principale strumento di costruzione di una vera e propria “impresa di comunità”, che pone al centro e persegue in modo concreto la coesione sociale e il bene comune.

Dal 1965 in stato di abbandono il Castello subisce un lento degrado fino a quando, agli inizi degli anni novanta l'associazione Amici del Castello, unica realtà allora impegnata nella difesa del castello, avvia i primi restauri dell'edificio con l'intento di salvare il maniero e valorizzare il borgo di Padernello. A seguito di un importante crollo nel 2002 il Castello viene acquistato nel 2005 dal Comune di Borgo San Giacomo per il 51% e per il 49% dalla Società Castelli & Casali Srl in quote indivise. Entrambe le proprietà concedono in comodato d'uso gratuito ventennale l'immobile alla Fondazione di Partecipazione denominata Castello di Padernello, costituita il 15 dicembre 2005. Dal 2010 la Fondazione Castello di Padernello avvia il progressivo acquisto di quote di proprietà del Castello dai privati, oggi arrivato al 32% della proprietà.

Negli ultimi 15 anni, la Fondazione ha continuato ad occuparsi attivamente dell'edificio su un doppio binario parallelo: da una parte, recuperando un patrimonio architettonico con un restauro assolutamente conservativo e filologico, dall'altro riutilizzando il Castello come sistema culturale locale, attivando arte, cultura, enogastronomia ed economia territoriale.

La presenza della Fondazione permette oggi al Castello di essere aperto al pubblico per circa 220 giornate l'anno, offrendo un'ampia possibilità di iniziative e manifestazioni, che hanno richiamato, nel corso degli anni, decine di migliaia di visitatori: mostre artistiche, rappresentazioni teatrali (alcune auto-prodotte); convegni; rassegne cinematografiche; rassegne e performances artistiche (musica, danza, concerti e opere liriche). Sono stati inoltre realizzati 15 itinerari turistici per la Bassa Pianura, progettati e realizzati, unitamente ad un

corso di formazione per le guide<sup>4</sup>. Il Castello, inoltre, è sede dei Mercati della Terra di Slow Food ogni mese (è uno dei primissimi attivi in Lombardia), a sottolineare l'attenzione per le caratteristiche del territorio e delle sue vocazioni storiche anche nelle modalità scelte di valorizzazione del sito culturale; ben lontano dall'essere stato trasformato nel "museo di se stesso", il Castello di Padernello ha assunto negli anni un sempre più forte ruolo di riferimento per il territorio per la sua capacità di dialogare con le sue differenti anime, in primis l'agricoltura e l'artigianato, non a caso due delle componenti principali anche del progetto "Generare Comunità". Esempio di questo approccio è il progetto "VERSO IL BORGO": il recupero del patrimonio attraverso le professioni artigiane, iniziativa di durata quinquennale in collaborazione con l'Associazione Artigiani di Brescia e Provincia che si è posta l'obiettivo di aprire nella frazione di Padernello delle scuole-bottega artigiane capaci di coniugare tradizione e innovazione, nella convinzione che l'artigianato sia in grado di dare dignità alle cose e alle persone. Nel 2018, inoltre, sono stati organizzati alcuni appuntamenti aperti alle scuole e dedicati al mondo dell'artigianato. La positiva risposta degli Istituti Scolastici coinvolti, della Provincia di Brescia e della Camera di Commercio di Brescia ha convinto Fondazione Castello di Padernello a dar vita ad una progettualità strutturata a favore dei giovani, in modo tale che gli stessi possano diventare protagonisti del recupero del borgo, della riattivazione dell'economia locale e, di conseguenza, del benessere della comunità e della coesione sociale.

Con il Castello ormai pienamente a regime, la Fondazione si è trovata nella necessità di cercare nuovi spazi per rafforzare il suo sistema di offerta verso il territorio, con particolare riferimento a quei servizi e quelle attività non più ospitabili all'interno del sito, sia per mancanza di strutture adeguate, sia per ragioni di coerenza con la vocazione strettamente culturale del Castello medesimo. L'idea di ri-attivare la Cascina Bassa come hub di raccolta e di erogazione di tali servizi deve, quindi, essere collocata in questa prospettiva, ben consapevoli anche del valore "emblematico" di tale intervento per il territorio delle Terre Basse caratterizzato, come si è avuto modo di sottolineare, da un diffuso fenomeno di abbandono e degrado del patrimonio immobiliare locale.

## 2.8 Partire dalle criticità per trovare nuove strade: l'Associazione Comuni delle Terre Basse

Le difficoltà strutturali del territorio hanno spinto un nucleo di Amministrazioni Comunali a costituirsi in associazione, consapevoli dell'impossibilità di intervenire sulle dinamiche di sviluppo locale muovendo autonomamente e senza cercare sinergie strutturali con le altre municipalità. In particolare, alla base della scelta di "fare squadra" si ritrova la necessità di dare risposte concrete ai tanti e sempre nuovi bisogni della cittadinanza e far uscire dall'isolamento il territorio, individuando traiettorie strategiche lungimiranti di medio e lungo periodo capaci di valorizzare le potenzialità gastronomiche, paesaggistiche, culturali, storiche e artistiche che nelle Terre Basse<sup>5</sup>. In particolare, l'Associazione si sta attivando per promuovere modelli di sviluppo turistico basati sui principi dello *slow tourism* in ambito rurale, al fine di intercettare la crescente domanda di luoghi alternativi alla classica meta turistica (città d'arte, lago, mare), trend che è andato rafforzandosi in seguito all'emergenza sanitaria connessa alla diffusione del Covid-19.

Nell'analisi di contesto la presenza dell'Associazione Comuni delle Terre Basse riveste un'importanza centrale soprattutto come processo di raccordo tra amministrazioni diverse che è condizione abilitante per ogni possibile intervento di valorizzazione integrata. Ne è un esempio la possibilità, già individuata dall'Associazione e, conseguentemente, incorporata nel progetto "Generare Comunità", di intervenire sulla

---

<sup>4</sup> Bilancio sociale, 2018

<sup>5</sup> Relazione Finale per il Piano di Rilancio dell'Associazione Comuni delle Terre Basse, 2019

rete di piste ciclabili (cfr. § 4.5) e di avviare la costituzione di una *community* di funzionari tecnici dei Comuni a cui rivolgere una specifica offerta formativa (cfr. § 5.4).

Si tratta, con tutta evidenza, di un processo ancora in fase “embrionale” che richiede, ora più che mai, di essere sostenuto e rafforzato per evitare di perdere la spinta propulsiva e, negli anni, assumere un ruolo puramente formale. Da qui nasce l’esigenza di alimentarlo con progetti, attività, sfide ambiziose, di rafforzare l’interazione tra i Comuni attraverso la condivisione di esperienze sul campo, di motivare non solo i referenti istituzionali ma anche i quadri tecnici e i funzionari.

### 3. Caratteristiche del progetto

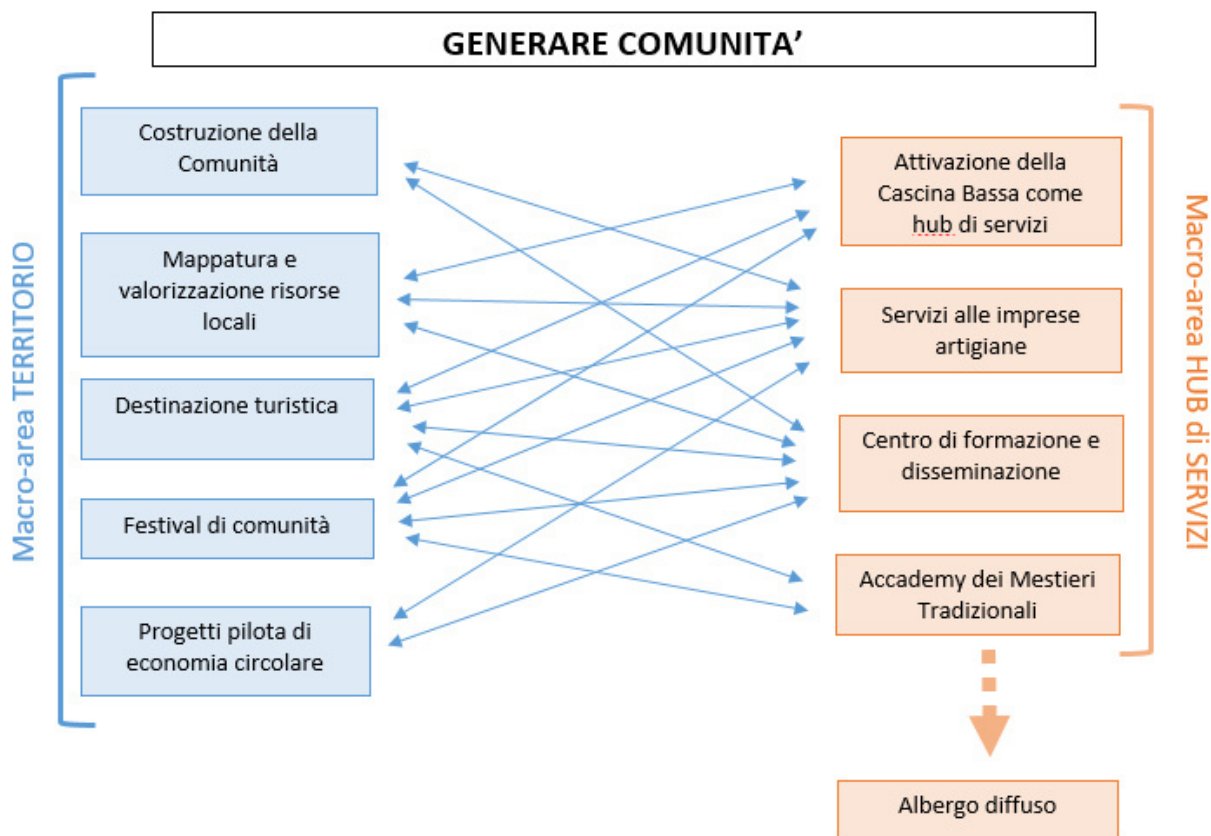
Come è ben noto, con sempre maggiore frequenza viene riconosciuto al cultural heritage (materiale e immateriale) un ruolo centrale nell’attivazione di progetti/processi di valorizzazione integrata in aree rurali e montane. Se in passato i beni culturali erano considerati prioritariamente come un fattore di attrazione turistica, negli ultimi anni sono state sviluppate visioni e strategie che hanno preso in considerazione – e cercato di sfruttare – anche le potenzialità del patrimonio culturale come opportunità di crescita e arricchimento per la società civile locale, come occasione di professionalizzazione per i giovani, come stimolo a nuove forme di imprenditorialità culturale e creativa. La complessità dei processi di valorizzazione del patrimonio culturale diffuso non si esaurisce, quindi, nei pur necessari interventi sull’hardware, ovvero attinenti al recupero strutturale, al restauro ed alla fruibilità fisica dei siti. E’ ormai diffusa, infatti, la consapevolezza che occorra anche intervenire a livello di software, in relazione alla costruzione di sistemi di offerta capaci di ingranarsi dentro le dinamiche territoriali, di intercettare tipologie diverse di pubblici attraverso strategie mirate di *audience development* e *engagement*, di generare ricadute dirette sul territorio sotto forma di occupazione, di crescita professionale degli operatori locali, di valore aggiunto per le produzioni locali, estendendo su altri ambiti, non solo quello turistico, le possibili ricadute generabili.

La concreta attivazione di iniziative di valorizzazione integrata non può basarsi su approcci impositivi calati dall’alto, pena il loro fallimento. Un ruolo rilevante della sostenibilità nel medio-lungo termine di tali processi, infatti, si gioca sulla capacità di coinvolgimento degli attori locali attraverso mirate strategie di engagement che supportino processi di partecipazione attiva da parte dei cittadini e di auto-percezione dell’identità distintiva del territorio di riferimento, non come meri spettatori passivi chiamati a dare il proprio consenso ad iniziative vissute come estranee e imposte. Spesso l’attenzione riposta sui turisti provenienti dall’esterno porta a dimenticare che il primo visitatore e sostenitore del patrimonio “culturale” locale dovrebbe essere proprio chi nel territorio ci vive e lavora. Solo a queste condizioni un progetto di sviluppo territoriale non rischia di esaurirsi in tempi relativamente brevi una volta conclusa l’iniziale spinta propulsiva, ma può contribuire in modo sostanziale alla crescita di una comunità locale coesa e al miglioramento complessivo delle condizioni socioeconomiche del territorio.

Nella sua architettura complessiva, e fin dalla sua denominazione, il progetto qui presentato si focalizza sulla “comunità” in quanto motore e carburante imprescindibile per rendere effettiva una strategia di sviluppo locale di medio-lungo respiro. “Generare comunità”, infatti, intende rispondere in modo puntuale e mirato a tutti i fattori di criticità descritti nell’analisi di contesto, evitando gli approcci calati dall’alto ma, anzi, sfruttando proprio quelle criticità per stimolare un sistema coerente di interventi da portare avanti insieme agli operatori e agli stakeholder locali. In tale prospettiva, esperienze di successo, come quelle portate avanti dalla Fondazione Castello di Padernello e dall’Associazione Comuni delle Terre Basse, rivestono un ruolo

particolarmente importante nella misura in cui “dimostrano” concretamente al resto del territorio, la reale “fattibilità” ed efficacia di approcci collaborativi.

L’articolazione del progetto prevede un set di linee di intervento tra loro strettamente congiunte. Per comodità espositiva, sono state organizzate in due “macro-aree” distinte: la prima focalizzata sul territorio e sulla sua “attivazione” attraverso specifiche progettualità di area vasta; la seconda macro-area, invece, si concentra sulla rifunzionalizzazione della Cascina Bassa di Padernello come hub di servizi per il territorio.



Le due macro-aree, così come le linee di intervento a cui fanno riferimento, sono tra loro necessariamente legate, anzi l’una rimanda inevitabilmente all’altra. Per le sue caratteristiche, infatti, il territorio delle Terre Basse richiede il supporto di un centro propulsore (l’“Hub”) per innescare e sostenere – soprattutto nelle iniziali fasi di diffusione e radicamento, ogni dinamica di sviluppo e di miglioramento dell’offerta locale. Dall’altra, per non rivelarsi una “cattedrale nel deserto”, un centro di servizi come quello prefigurato dall’Hub richiede che il territorio di riferimento, nelle sue componenti sociali, economiche e culturali, stia sviluppando progettualità di ampio respiro capaci di generare una domanda di servizi, di competenze, di supporto.

Per tale ragione, il progetto si basa sulla stretta interrelazione tra i due ambiti, riconoscendo loro pari dignità e importanza e curando, in modo particolare, le interconnessioni ed i rimandi tra le diverse linee di azione.



## 4. Macro-area territorio

### 4.1 Obiettivo generale

L'obiettivo generale di quest'area di intervento consiste nell'attivare gli stakeholder locali e nel coinvolgerli attivamente in progetti e iniziative ambiziose ma concrete e fattibili, capaci di guidare il territorio verso un salto di qualità in risposta a specifici fattori di degrado/criticità, di "scaldare" i portatori di interesse, di motivarli e spingerli a contribuire attivamente al miglioramento del proprio territorio anche in chiave futura, agendo come "comunità" attenta ai bisogni del presente e a quelli delle generazioni future. Ogni linea di azione è stata individuata dai partner del progetto "Generare Comunità" per la sua capacità di alzare l'asticella e di stabilire un netto cambio di passo rispetto al passato ed al presente.

### 4.2 Cambiamenti attesi

In linea generale, il principale cambiamento atteso è l'affermarsi di approcci e modalità di lavoro condivise tra gli operatori del territorio che si pongano in discontinuità con l'attuale prevalente tendenza al "localismo", alle iniziative di corto respiro, all'autoreferenzialità degli attori locali, tendenze che sono alla base della dispersione e frammentazione dell'offerta e che ostacolano la realizzazione di iniziative capaci di incidere strutturalmente sullo sviluppo dell'area vasta.

In concreto, le linee di intervento afferenti alla macro-area territorio intendono condurre all'attivazione di un'offerta turistica basata sulla rete di piste ciclo-pedonali e su sistemi di servizi diffusi, alla realizzazione di un grande evento culturale che coinvolga e identifichi tutte le Terre Basse.

### 4.3 Costruzione della Comunità delle Terre Basse

#### **Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"**

- ☐ Mappatura risorse potenziali (§ 4.4)
- ☐ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☐ Festival delle Terre Basse (§ 4.6)
- ☐ Innovazione delle filiere tradizionali (§ 4.7)
- ☐ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)

#### **Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali**

- ☐ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☐ Abbandono patrimonio immobiliare (§ 2.3)
- ☐ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☐ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 4.3.1 Descrizione

L'Associazione Comuni delle Terre Basse rappresenta la necessaria piattaforma di partenza per supportare il progetto "Generare Comunità" secondo una duplice direttiva: da una parte, perché mette a disposizione uno strumento per le Amministrazioni comunali per convergere in progettualità integrate, contrastare la dispersione di risorse e di interventi, conferire "massa critica" alle azioni di sviluppo, condizione altrimenti non perseguibile dalle singole realtà municipali. Accanto a questo, nell'incentivare la cooperazione e lo scambio tra i Comuni, l'Associazione offre già oggi una imprescindibile condizione abilitante per l'innescare di

progetti di sviluppo territoriale e di valorizzazione turistica su scala macro-locale, così come per la loro sostenibilità nel medio-lungo periodo: come ormai numerose esperienze di reti e sistemi territoriali hanno dimostrato su tutto il territorio nazionale, infatti, la propensione alla collaborazione inter-istituzionale tra le istituzioni pubbliche svolge, soprattutto nelle aree rurali e marginali, un ruolo centrale per garantire continuità nel tempo a progetti e iniziative, ben oltre la durata dei singoli finanziamenti.

Il passaggio fondamentale che con questa linea di intervento si intende realizzare riguarda quello da “alleanza” a vera e propria “Comunità” tra le amministrazioni locali e le altre risorse delle Terre Basse. La costruzione di una comunità parte dal mettere qualcosa in “comune” (il *munus*) di concreto e tangibile, andando oltre alla dimensione - per quanto importante - formale. Servizi integrati e coordinati per il cittadino ed il turista, il contributo attivo alle iniziative di progettazione partecipata, la formazione e l’aggiornamento dei funzionari, l’individuazione di strategie condivise di comunicazione, lo scambio-confronto su come risolvere specifiche criticità tecnico-amministrative in relazione alla messa in valore di immobili o all’attivazione di nuovi servizi da parte di privati, etc.

Si tratta di un lavoro continuo e costante, che non può limitarsi alle fasi iniziali di un progetto ma, al contrario, deve radicarsi fino a diventare un atteggiamento ed un *modus operandi* condiviso. Con il progetto “Generare Comunità” tale processo sarà attivato e alimentato per tutta la sua durata.

#### 4.3.2 Attività previste

Le attività previste sono:

- **allargamento dell’Associazione Terre Basse** ad altri Comuni, a partire da quelli che hanno già manifestato la loro intenzione a partecipare: Borgo San Giacomo, Orzivecchi, San Paolo e Trezano.
- **promozione congiunta** del progetto “Generare Comunità” e delle sue diverse linee di azione
- supporto all’attività di Mappatura (cfr. § 4.4) attraverso la fornitura di dati sul patrimonio pubblico dismesso
- **partecipazione attiva** alla costruzione di una destinazione turistica (cfr. § 4.5) attraverso sostegno tecnico-amministrativo ai progetti di “pacchetti” di scoperta del territorio e di percorsi ciclo-pedonali
- **contributo e “validazione” della Carta dei Valori delle Terre Basse** (cfr. § 4.5)
- **promozione di un programma di formazione continua** rivolto ai funzionari comunali sui temi dell’economia circolare e dei partenariati pubblico-privati (cfr. § 5.4)

#### 4.4 Mappatura risorse potenziali del territorio

##### Conessioni principali all’interno del progetto “Generare Comunità”

- ☑ Costruzione Comunità delle Terre Basse (§ 4.2)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Festival delle Terre Basse (§ 4.6)
- ☑ Innovazione delle filiere tradizionali (§ 4.7)
- ☑ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)

##### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Abbandono patrimonio immobiliare (§ 2.3)
- ☑ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 4.4.1 Descrizione

Il progetto intende procedere con una ricognizione e mappatura delle risorse potenziali del territorio, individuando al contempo gli elementi di criticità e i fattori di ostacolo che impediscono, oggi, la loro riattivazione e il loro ritorno ad un valore d'uso per la comunità locale. Per "risorse potenziali", infatti, si intendono qui quegli *asset* la cui valorizzazione non è solo auspicabile ma anche realisticamente perseguibile in tempi sufficientemente certi. La raccolta delle informazioni servirà da bacino a cui attingere per stimolare e alimentare le progettualità del territorio, in primis la costruzione dell'offerta turistica (cfr. § 4.5) e dell'evento di comunità (Cfr. § 4.6). L'azione di mappatura, tuttavia, acquista un valore particolare per il processo che intende attivare sul territorio: non un'attività "calata dall'alto" e svolta da un soggetto terzo con funzioni puramente tecniche e compilative, quanto un vero e proprio processo partecipato attraverso il quale il "capitale umano", le competenze e i saperi, gli spazi, le strutture e i terreni, i siti culturali e ambientali di particolare pregio e valore identitario, diventano occasione di scoperta, di conoscenza e di sperimentazione di idee e di iniziative da parte dei portatori di interesse locali e della cittadinanza.

L'azione ha come finalità quella di favorire la convergenza e il dialogo tra le realtà del territorio, costruire strategie e visioni condivise, focalizzare le risorse su progetti strategici utili a rafforzare la rete sociale attraverso modalità cooperative, basate sullo scambio reciproco di competenze, relazioni e beni ed empowerment della comunità stessa. S'intende individuare servizi congiunti che siano per la Comunità delle Terre Basse un reale valore aggiunto al welfare locale. La mappatura partecipata promuove il lavoro di rete e la conoscenza reciproca non rimanendo solo patrimonio dei partner. L'ottica, a sostegno della circolarità del progetto, è quella della condivisione del beneficio, lanciando sul territorio un nuovo approccio utile al generare comunità (§ 4.2), a promuovere la messa in campo di nuovi micro-servizi (§ 5.7) e a individuare elementi di innovazione delle filiere tradizionali (§ 5.7). L'esperienza maturata in questi 25 anni di attività sul territorio sia a livello sociale, imprenditivo e organizzativo permette di portare ai territori innovazione e, grazie alla rete dei partners, la realizzazione di nuove infrastrutture territoriali.

L'azione, di conseguenza, coinvolgerà interlocutori diversi (privato sociale, servizi pubblici, privato profit) adottando una strategia di intervento a più livelli, che da un lato conosca ed approfondisca il contesto, dall'altro avvii azioni concrete di ripensamento, redistribuzione delle risorse e co-costruzione di servizi dal basso. Sarà, quindi, occasione per aggregare diverse esperienze già attive sul territorio e, contemporaneamente, sollecitare l'attivazione di interlocutori abitualmente poco coinvolti nei processi che generano comunità, ma con un ruolo concreto nel rendere vivibili e sostenibili luoghi e città (ad esempio commercianti, artigiani, ecc).

#### 4.4.2 Azioni previste

Le azioni previste sono:

- **Mappatura e analisi condivisa** in sinergia con gli enti della rete di partenariato. Rilevazione delle risorse riferite principalmente al "capitale umano" e al territorio: enti terzo settore - associazioni - artigiani - attività commerciali - singole persone riconosciute come risorsa da parte della comunità - in modo da avere conoscenza di chi è presente nel territorio e delle modalità di coinvolgimento.
- **Ricognizione dei beni immobili dismessi**, attraverso l'Associazione Comuni delle Terre Basse, con produzione di una prima scheda di valutazione che identifichi vincoli e destinazioni d'uso previste/consentite.
- Un lavoro di conoscenza attraverso **incontri, interviste, momenti aggregativi di coinvolgimento dal basso utile e motivazionale**, necessario a sbloccare il potenziale dell'azione locale e che sia di stimolo alla fattiva partecipazione di più enti possibili. La ricerca riguarderà necessariamente anche l'individuazione di spazi, immobili, luoghi in condizioni di degrado, abbandono o sotto-utilizzo che,

per la loro posizione o per il loro valore storico-culturale e identitario – dovrebbero essere riqualificati e rifunzionalizzati. Per quest'ultimo punto, di grande importanza per le finalità del progetto "Generare Comunità", ci si avvarrà del supporto dei Comuni afferenti all'Associazione Comuni delle Terre Basse.

- **Attività di convergenza**, attraverso un'azione di facilitazione dei processi di collaborazione e messa a sistema delle risorse rilevate attraverso incontri e momenti di condivisione, ove necessario anche di formazione (Crf. § 5.4), per enti non profit, enti profit, enti pubblici del territorio su aspetti tecnici legati al progetto e ai principi dell'economia circolare come opportunità per un territorio (valorizzazione risorse, condivisione delle stesse, ottimizzazione rete volontari e attrezzature). I temi e le attività di dettaglio saranno rilevati direttamente nel confronto con gli enti e i soggetti incontrati a seconda dei bisogni emersi nella mappatura.

#### 4.5 La valorizzazione del territorio: le Terre Basse come destinazione turistica

##### Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"

- ☑ Costruzione Comunità delle Terre Basse (§ 4.2)
- ☑ Mappatura risorse potenziali (§ 4.4)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Festival delle Terre Basse (§ 4.6)
- ☑ Innovazione delle filiere tradizionali (§ 4.7)
- ☑ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)
- ☑ Albergo diffuso (§ 6)

##### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Abbandono patrimonio immobiliare (§ 2.3)
- ☑ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☑ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

##### 4.5.1 Descrizione

Come evidenziato nell'analisi di contesto, la debolezza dell'attuale posizionamento delle Terre Basse nella geografia delle destinazioni turistiche è riconducibile a diversi fattori di criticità che la presente linea di intervento si pone l'obiettivo di contrastare, contribuendo a costruire un'offerta integrata e qualitativamente elevata, incentrata sui valori della sostenibilità, della genuinità (dei prodotti, delle esperienze), dello *slow tourism*. Il coinvolgimento di partner capaci di presiedere con competenza ed efficacia alle diverse parti in cui si compone la linea di azione, rappresenta una condizione fondamentale per la sua reale fattibilità:

- **L'Associazione Comuni delle Terre Basse**, in quanto rete di Comuni, potrà presiedere e agevolare il necessario raccordo e coordinamento tra i territori differenti;
- la **Fondazione Cogeme Onlus** validerà gli interventi infrastrutturali sul territorio, con particolare riferimento alle piste ciclabili, dal punto di vista dell'impatto ambientale. Allo stesso tempo, fornirà un supporto scientificamente certificato alla costruzione di una Carta dei Valori che individui i principi ispiratori e le linee guida operative di riferimento per gli operatori privati che intenderanno investire nel sistema di offerta;

- La **Fondazione Castello di Padernello**, garantirà il coordinamento generale del processo oltre che rappresentare un importante punto di riferimento nella costruzione dell'offerta integrata potendo mettere in campo le esperienze già avviate nel Borgo di Padernello (progetto Verso il Borgo per la valorizzazione dell'artigianato, Mercato della Terra a marchio Slow Food, etc. cfr. § 2.6).

Il prodotto turistico da riposizionare sarà la pianura con la sua lentezza (le strade bianche), i suoi tesori nascosti, i suoi sapori, le sue tradizioni. Un riposizionamento, come si è già avuto modo di sottolineare, che è da considerarsi necessario ma che deve partire non da astratti principi ma da una precisa conoscenza di quanto il territorio già offre (cfr. l'azione di Mappatura, § 4.4), operando sul networking tra le realtà presenti e sull'integrazione dei diversi elementi. Ciò in modo tale che si sviluppino "proposte di offerte" in grado di intercettare un segmento di mercato preciso e nuovo, proposte che siano competitive e, allo stesso tempo, adeguate alle capacità ricettive del territorio (oggetto di specifico potenziamento, tramite l'intervento di albergo diffuso cfr. § 5.6).

Incorporare una strategia di sviluppo sostenibile nel turismo vuol dire abbracciare in un'ampia ma unica prospettiva obiettivi di crescita e rafforzamento del settore nonché di tutela e valorizzazione del patrimonio umano, artistico, ambientale, sociale e culturale. Il turismo è sostenibile quando tiene pienamente conto degli impatti economici, sociali, ambientali attuali e futuri e soddisfa i bisogni dei turisti, dell'ambiente e delle comunità locali. Secondo la definizione del WTO «Lo sviluppo turistico sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per le generazioni future. Si tratta di una forma di sviluppo che deve portare alla gestione integrata delle risorse, in modo che tutte le necessità (economiche, sociali ed estetiche) possano essere soddisfatte, mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e le condizioni di base per la vita». In altre parole, il turismo sostenibile deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi. I prodotti turistici dovranno quindi agire in armonia con l'ambiente, le comunità economiche e sociali e le culture locali. Questa visione allargata di sviluppo territoriale e turistico favorirà l'attivazione di un circolo virtuoso fra la qualificazione dei flussi turistici in direzione della sostenibilità, il recupero dell'ambiente e del paesaggio e l'attrazione di una nuova e più diversificata domanda turistica sensibile ai valori del paesaggio, della naturalità e della cultura, rappresentando così un'opportunità e non un limite in piena coerenza con i trend turistici in atto e le peculiarità dell'offerta regionale. La sostenibilità nel turismo è quindi una strategia di sviluppo, con una visione a lungo termine, che intende migliorare il benessere e la qualità di vita delle persone attraverso la valorizzazione del capitale umano, delle eccellenze e delle risorse culturali e naturali del territorio.

In tale prospettiva, si evidenzia l'importanza di costruire una **Carta dei Valori** che fissi i principi cardine e li renda, di conseguenza, chiari e comunicabili sia internamente – tra gli operatori coinvolti – sia esternamente verso i visitatori esterni ma anche verso i potenziali investitori.

Il target, quindi, sarà rappresentato da un visitatore/turista che ha il desiderio non solo di fruire, ma anche di partecipare (all'ideazione/programmazione della visita; alla quotidianità dei luoghi), conoscere e sperimentare le consuetudini, le tradizioni e le peculiarità dei luoghi. In generale si tratterà di visitatori provenienti da tutta la Regione Lombardia e dalle province delle Regioni limitrofe, interessati ad una fruizione giornaliera, alla "gita fuori porta". Per quanto riguarda l'età si pensa ad un'utenza adulta e alle famiglie con figli.

#### 4.5.2 Attività previste

Il progetto si articola in quattro linee di attività:

- Sviluppo e attivazione di una prima rete di percorsi interni tra i 7 Comuni delle Terre Basse e dei Comuni interessati ad aderire al progetto. Alcuni spunti di lavoro sono stati oggetto di ricognizioni e valutazioni di fattibilità da parte di Fondazione Castello di Padernello e dell'Associazione Comuni delle Terre Basse. Una prima ipotesi riguarda l'individuazione di un percorso che unisca i comuni delle Terre Basse che conservano beni culturali e testimonianze legate alla famiglia Martinengo (a partire dal Castello di Padernello); una seconda ipotesi, invece, si rivolge più al turismo religioso e riguarda l'attivazione di itinerari connotati da riferimenti storico-culturali alla presenza del movimento francescano, molto attivo e conosciuto nel territorio.
- Allo stesso tempo, l'individuazione di percorsi terrà conto anche della necessità di raccordare l'offerta delle Terre Basse con circuiti già esistenti e affermati, come le piste ciclabili allestite nel poco distante Parco naturale dell'Oglio o, seppur più distante, al percorso della via Francigena, tra i principali beneficiari della recente crescita di popolarità dei "cammini storici" dal punto di vista turistico.



Figura 4 La collocazione delle Terre Basse rispetto a percorsi ciclo-pedonali già "maturi", come la Via Francigena (verde) e la Via Romea.

- Individuazione e costruzione di "pacchetti" di offerta capaci di unire in un'unica offerta integrata beni e risorse di prossimità, incentivando forme di fruizione trasversale in cui la visita al bene culturale, l'incontro con l'artigiano, la degustazione di prodotti tipici, la sosta al ristorante, la passeggiata in bicicletta diventano tutti ingredienti della medesima esperienza di scoperta del territorio.
- Stimolo ed accompagnamento all'ideazione e strutturazione di micro-progetti di valorizzazione delle risorse dismesse che si trovano lungo i percorsi o in loro prossimità, secondo una logica di impresa economicamente auto-sostenibile. Elemento critico di successo per la *mise en tourism* di percorsi ciclopedonali, infatti, non è solo la qualità delle strade e del paesaggio ma la presenza di un sistema di offerta diffuso e diversificato, di qualità e coerente nella comunicazione dei valori fondanti del territorio. Proprio la possibilità di realizzare tutta quella vasta gamma di servizi e prodotti per il visitatore e il turismo rappresenta uno stimolo per l'impresa locale, un'opportunità di lavoro per i giovani del territorio, uno stimolo ad innovare e diversificare per le aziende più strutturate. In questa

prospettiva, l'attività di formazione e di sviluppo di competenze attivato dall'Hub di Padernello svolgerà un ruolo prezioso per la crescita del capitale cognitivo dei locali e la loro crescita professionale. Saranno organizzate delle *calls for projects* aperte ai giovani e agli operatori del territorio (ma anche a eventuali privati esterni, interessati a investire nel territorio). Le idee progettuali che raccolte saranno valutate dai partner non in una logica di selezione ma, almeno inizialmente, di affiancamento e accompagnamento attraverso i servizi erogati dall'Hub (cfr. § 5.4), attraverso seminari, workshop e corsi di formazione ad hoc. Nel caso di giovani, lo sviluppo dell'idea progettuale rappresenterà un'opportunità di crescita professionale indipendentemente dal risultato finale; nel caso di operatori economici, invece, la possibilità di accedere a servizi di supporto e formazione, così come la possibilità di accedere ad un rapporto agevolato con i Comuni, potrà rappresentare un *plus* di particolare importanza. In ogni caso, il periodo di accompagnamento sarà di durata massima di 6 mesi, in modo da concentrare gli sforzi e poter verificare in tempi certi sia l'interesse concreto dei candidati, sia la fattibilità e sostenibilità dell'idea progettuale presentata.

- Produzione di una Carta dei Valori che fissi i principi e i criteri per essere inclusi nel progetto turistico e che apporti un valore distintivo alla destinazione Terre Basse anche in chiave di comunicazione interna (verso la cittadinanza) ed esterna (verso turisti e investitori). Al fine di implementare un modello sostenibile di sviluppo locale dei territori, come quello delle Terre Basse, è opportuna che la definizione del "patto" da tradurre nella Carta dei valori possa trovare ispirazione in alcuni dei principi riportati nel documento della **Carta della Terra** sulla base del suo preambolo: "Dobbiamo unirici per promuovere una società globale sostenibile fondata sul rispetto per la natura, diritti umani universali, giustizia economica e una cultura della pace. A tal fine è imperativo che noi, popoli della Terra, dichiariamo le nostre responsabilità reciproche e nei confronti della comunità più grande della vita e delle generazioni future." e alla **Carta Europea per il Turismo Sostenibile** che, seppur dedicata alle Aree Protette, esprime valori e linee guida pienamente coerenti con il progetto "Generare Comunità" in relazione al ruolo centrale che le comunità locali devono svolgere per garantire la sostenibilità dei flussi turistici.
- Il lavoro svolto sul sistema di offerta e sui pubblici potenziali sarà accompagnato da un ragionamento specifico sulla comunicazione del sistema nel suo complesso, secondo un approccio attento ad armonizzare la nuova comunicazione con quella già esistente nei singoli siti, con l'obiettivo non di sostituire tout court i layout grafici oggi in uso ma, piuttosto, di aggiungersi/integrarsi ad essi per ricondurli quanto più possibile all'interno di un'offerta integrata anche sul piano comunicativo. Per identificare in modo coerente l'immagine coordinata e i messaggi da trasmettere ai diversi pubblici individuati si procederà con una prima fase di branding, finalizzata a definire il posizionamento del futuro sistema di offerta in un orizzonte di comunicazione strategica, evidenziando la sua offerta di valore e i suoi elementi distintivi. A partire da questo lavoro sul branding, si procederà allo sviluppo del naming (valutando quello attuale "Terre Basse" e eventuali alternative/variazioni) e dei diversi elementi che compongono l'identità verbale del progetto e delle attività di comunicazione.

## 4.6 Festival di comunità delle Terre Basse

### Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"

- ☑ Costruzione Comunità delle Terre Basse (§ 4.2)
- ☑ Mappatura risorse potenziali (§ 4.4)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)
- ☑ Accademy dei Mestieri Tradizionali (§ 5.5)
- ☑ Albergo diffuso (§ 6)

### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☑ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 4.6.1 Descrizione

La produzione di eventi temporanei può ricoprire un ruolo centrale nell'*engagement* attivo della popolazione residente, stimolando il senso di appartenenza, l'orgoglio per il proprio territorio. Non da ultimo, la realizzazione di una manifestazione capace di attrarre l'attenzione di visitatori e turisti produce positivi impatti diretti e indiretti di natura economica, offre una vetrina di visibilità alle produzioni locali, crea opportunità per i giovani che possono fare esperienze lavorative interessanti e accrescere il loro bagaglio di *skills* e contatti.

Attualmente l'Associazione Comuni delle Terre Basse organizza manifestazioni culturali, festival, mercati di diverso tipo, variamente diffusi sul territorio ma completamente slegati l'uno dall'altro. L'obiettivo di "Generare Comunità" è quello di ideare – attraverso il coinvolgimento diretto degli operatori locali – un evento/iniziativa che coinvolga tutte le Terre Basse, si identifichi con i principi e i valori sottesi al progetto (sostenibilità, economia circolare, fruizione lenta) ma, allo stesso tempo, sia capace di "bucare lo schermo" e di rafforzare il processo di posizionamento del territorio come destinazione turistica.

L'evento dovrà:

- prevedere eventi e manifestazioni concentrate nel tempo e diffuse in tutti i Comuni coinvolti, promuovendo al contempo forme di mobilità sostenibile (bus elettrici, bicicletta) per lo spostamento dei visitatori da un luogo all'altro;
- essere ispirata all'innovazione e al futuro, attraverso speciali combinazioni tra mestieri tradizionali, arte e creatività;
- essere auto-sostenibile dal punto di vista economico e finanziario, riuscendo a intercettare le risorse del territorio, sia in termini economici (sponsor, donazioni, etc.) sia tecnici (servizi offerti, prodotti, etc.);
- limitare l'impiego di personale volontario, per cercare invece soluzioni che permettano di retribuire i collaboratori – in primis i giovani del territorio come incentivo alla professionalizzazione.

Particolare attenzione sarà posta alla componente artistica sia come strumento di valorizzazione del territorio sia come opportunità di sensibilizzazione del pubblico sui temi ambientali, dell'economia circolare e della sostenibilità in genere. In tale prospettiva, la Fondazione Castello di Padernello ha già promosso negli anni passati progetti di performance di arte naturale che hanno portato alla realizzazione di installazioni artistiche sul territorio di Padernello. L'evento di comunità, quindi, cercherà di ampliare tale esperienza replicandola su tutti i Comuni coinvolti, così da arricchire l'offerta artistica delle Terre Basse.



Per le suddette caratteristiche e finalità, si è scelto di non predefinire il format della manifestazione ma di considerarlo l'output di un processo partecipato di progettazione. Anche la denominazione di "Festival delle Terre Basse" è da intendersi come puramente indicatrice di un "format" diffuso e distintivo per il territorio, Alcune *best practices* sono state, tuttavia, già individuate come esperienze a cui tendere:

- a. **Festival agro-musicale "Collisions"** a Barolo (CN): 5 giorni di concerti musicali che coinvolgono i big internazionali, il tutto organizzato e gestito nel piccolo comune di Barolo e nei territori circostanti.
- b. **"Corto e Fieno. Festival del Cinema Rurale"**, organizzato nei Comuni di Ameno, Omegna e Miasino (Novara)
- c. **Festival "Delt-Arte"** dedicata alla street artist (Provincia di Rovigo): sul Delta del Po, nell'autunno vengono organizzati diversi happening artistici durante i quali gli artisti valorizzano con i loro interventi spazi e luoghi marginali, producono opere site-specific e coinvolgono attivamente le scuole e le aziende del territorio.
- d. **"Pop-Eat. Nutriamo il Borgo"** (Lunigiana), programma di mostre artistiche combinate con degustazioni dei vini e dei piatti tipici del territorio, con concerti e con workshop per bambini.

#### 4.6.2 Attività previste

Le azioni previste sono le seguenti:

- Condivisione con gli operatori del territorio dei valori "fondanti" che l'evento dovrà comunicare, i tratti distintivi del territorio che dovranno emergere, le risorse che dovranno essere coinvolte;
- Attivazione di un ciclo di workshop per la definizione del format. Saranno utilizzati i dati raccolti nella fase di Mappatura (§ 4.4) così come sarà tenuta presente la necessità di valorizzare il lavoro in corso nella costruzione dell'offerta turistica (§ 4.5), di cui il festival dovrà rappresentare un coerente ed efficace fattore di rafforzamento e di promozione.
- Coinvolgimento di un'agenzia specializzata per la costruzione del piano di comunicazione che dovrà essere pienamente coerente e allineato con il lavoro complessivo di costruzione della destinazione turistica (§ 4.5)
- Realizzazione della prima edizione di un evento pilota, nel corso del primo anno di progetto, e valutazione dei risultati conseguiti in termini di apprezzamento del pubblico, livello di raggiungimento dei target attesi, ricadute economiche dirette (spesa del pubblico, retribuzione del lavoro svolto da persone del luogo). A seguire, saranno realizzate negli anni successivi le successive edizioni, a cadenza annuale o semestrale. Ad esclusione del primo evento, il Festival sarà completamente auto-finanziato da risorse locali e dalla vendita di servizi ai visitatori.

## 4.7 Innovazione delle filiere

### Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"

- ☑ Costruzione Comunità delle Terre Basse (§ 4.2)
- ☑ Mappatura risorse potenziali (§ 4.4)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Servizi per le imprese artigiane (§ 5.3)
- ☑ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)

### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☑ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 4.7.1 Descrizione

Fanno capo a questa linea una serie di importanti interventi finalizzati ad introdurre elementi di innovazione all'interno delle filiere tradizionali - agricoltura, artigianato, turismo - coerenti con i principi dell'economia circolare, dell'economia del riuso e della filiera corta, quindi con i principi fondanti il progetto "Generare Comunità". Lo scopo è fornire dei punti di riferimento tangibili e concreti, simbolo dell'azione congiunta. Per questo si vogliono **realizzare vari spazi di convergenza e che favoriscano l'attenzione e la diminuzione delle distanze in termini di filiera, di consumo e produzione responsabili**. Economia circolare per il reperimento risorse per la produzione/lavorazione/trasformazione-vendita e consumo di prodotti e beni. Ripensare attraverso l'azione ai diversi modelli di economia per la far conoscere, sperimentare e trarre benefici da un modello di economia di prossimità fondante anche relazioni di comunità.

Si tratta di azioni che richiedono la preventiva presenza di una Comunità delle Terre Basse (cfr. 4.2) per poter radicarsi nel territorio e dotarsi di quella "massa critica" necessaria a innescare processi virtuosi di sviluppo locale, in caso contrario esse si configurerebbero come interventi sporadici, meritori ma temporanei, incapaci di produrre effetti duraturi. In tale prospettiva, anche l'azione di mappatura (cfr. 4.3) acquista un ruolo centrale perchè permette l'individuazione degli spazi e dei soggetti da coinvolgere attivamente, mentre il turismo "di qualità" intercettato attraverso il miglioramento dell'offerta turistica (cfr. 4.4) diventa la domanda potenziale di servizi e prodotti generati dai modelli alternativi di produzione.

#### 4.7.2 Attività previste:

Le attività previste sono:

- **Supporto alla co-progettazione di servizi:** dopo l'aggancio e la preparazione al lavoro di rete sviluppata attraverso l'azione di mappatura (§ 4.4), verrà stimolata la co-costruzione di servizi e micro attività da realizzare nei mesi successivi in linea con le tematiche del progetto. Dalla mappatura partecipata, alla co-costruzione di micro servizi utili a sperimentare nuove forme di collaborazione, si costruisce con la rete ormai aggregata (anche se sempre aperta a nuovi ingressi) prototipi di attività e servizi realizzati CON le stesse associazioni, enti, singoli cittadini, azioni da innestare e innescare nella filiera dell'economia di prossimità, del turismo e della mobilità sostenibile, delle manutenzioni a supporto di e con protezione civile e organizzazioni della società civile. Le sotto-azioni saranno realizzate in modo parallelo proprio per riuscire, come in un ingranaggio meccanico, a mettere in moto fin da subito conoscenza, informazioni e primi micro servizi utili alla comunità. Piccoli

movimenti che diano senso di concretezza e raccolta di opportunità immediata, soprattutto per interlocutori non abituati a muoversi con modalità alternative a quelle già praticate abitualmente. Un accompagnamento che sia “dolce e gentile”, rispettoso ma nel contempo propositivo e aggregante.

- **Isola del Riuso** (marchio registrato): questa azione intende intervenire nell’area del recupero e riuso di beni e materiali (es: filiera del riuso delle botteghe artigiane-commercio,) per mettere a sistema la loro redistribuzione una volta riparati. L’azione prevede la preventiva individuazione di spazi idonei allo stoccaggio e alla riparazione dei materiali, principalmente attraverso l’azione di mappatura (§ 4.4), privilegiando immobili in abbandono e degrado diffusi nel territorio (§ 2.3). Si prevede l’allestimento di uno o più spazi di stoccaggio beni recuperati, gestito da volontari/risorse umane preventivamente formati (attraverso i servizi di formazione erogati dall’Hub, cfr. § 5.4) fino alla loro completa autonomia, eventualmente sotto forma di impresa sociale. Lo scopo è che i beni rimangano riutilizzati in loco e che gli eventuali rifiuti prodotti siano gestiti dalle aziende di igiene urbana del territorio. Le isole del riuso, quindi, si configureranno come luoghi fisici in cui saranno raccolti, ad opera e su iniziativa degli operatori del territorio coinvolti nel progetto (operatori turistici, della ricettività, della ristorazione, dell’agro-alimentare, etc.), quei rifiuti che potrebbero essere riutilizzati, evitando la loro distruzione per provare a dare loro una seconda/terza vita. Le Isole del Riuso svolgeranno un ruolo centrale nella costruzione di una comunità di pratiche del territorio basata sull’economia circolare e sulla sostenibilità ambientale, in quanto ad essa e al suo utilizzo farà riferimento la Carta dei Valori (ad esempio, un ristorante potrà portare nelle Isole del Riuso, il mobilio o gli elettrodomestici non più utilizzati, le organizzazioni no profit potranno prenderseli e adattarli per le loro attività, etc.).

**Approfondimento:** Si ritiene utile fornire, in merito a quest'ultima linea di intervento la breve descrizione di un progetto pilota che si intende avviare una volta partito il progetto “Generare Comunità”, esemplificativo sia dell’approccio, sia del modus operandi, sia delle modalità di coinvolgimento attivo dei player locali. Siamo nel campo dell’agricoltura di prossimità, ovvero mettere colture diverse nei terreni del nostro territorio delle Terre Basse, al fine di mantenere biodiversità e rotazione. All’interno della Cascina Bassa restaurata, nascerà un Agribirrificio (Cfr. § 5.3). Chi gestisce l’Agribirrificio seminerà e raccoglierà nei campi – inizialmente di Padernello e poi si confida anche in altri Comuni delle Terre Basse – orzo, grano, farro, luppolo. Sarà data priorità ai terreni di proprietà pubblica, senza escludere tuttavia eventuali disponibilità da parte di privati. La scelta delle colture è stata fatta sulla base della considerazione che richiedono meno acqua ed utilizzano meno diserbanti e concimi chimici. Il raccolto verrà utilizzato per produrre la birra. Lo scarto della produzione della birra, la trebbia di birra, verrà utilizzato per alimentare i maiali, che verranno allevati allo stato semibrado, all’interno del progetto di Slow Food “13 Lune”. Con questi animali, il norcino che sarà operativo all’interno della cascina, e promuoverà corsi di norcineria (Cfr. § 5.4), produrrà dei salumi molto particolari ed a filiera corta. Gli stessi salumi verranno venduti all’interno della Cascina Bassa, in un apposito negozio, a disposizione dei turisti e dei fruitori dei servizi. In questo modo sarà attivato un progetto di economia circolare, con filiera corta, che darà una forte sostenibilità al territorio delle Terre Basse in tutte le declinazioni: diversificazione delle colture, biodiversità, rotazione, meno consumo di acqua, filiera corta, meno inquinamento, attivazione di attività artigianali, prodotti di qualità, valorizzazione turistica.

## 5. Macro-area “Hub di servizi”

### 5.1 Obiettivi generali

Le linee di intervento attivate sul territorio e descritte nei paragrafi precedenti necessitano di competenze, strumenti e supporto scientifico e tecnico, così come di uno spazio di condivisione e di “incubazione” di idee e progetti. L’Hub di servizi previsto dal progetto all’interno di uno spazio oggi sotto-utilizzato e in parte dismesso come la Cascina Bassa nel Borgo di Padernello – caso esemplare in quanto rappresentativo dei tanti immobili sparsi nel territorio in attesa di una nuova destinazione d’uso che ridono loro un valore per la comunità (cfr. § 2.3), intende assolvere a tale ruolo di supporto e accompagnamento dei processi territoriali attivati dal “Generare Comunità” e, in prospettiva, alle progettualità emergenti, sostenendone il livello qualitativo e l’attenzione verso la dimensione della sostenibilità ambientale, dell’economia circolare, del riuso, dell’innovazione. La scelta di individuare già ora il soggetto che sarà chiamato a gestire l’Hub, ovvero l’impresa sociale “Connessioni”, deve essere considerato un ulteriore conferma della prospettiva di medio-lungo periodo in cui l’Hub si colloca.

Se l’attivazione di un centro di servizi rappresenta l’obiettivo generale di questa “macro-area” di intervento, più nello specifico è importante che proprio i servizi erogati dimostrino la loro efficacia così come la loro rispondenza ai bisogni degli operatori e delle comunità locali. Per tale ragione, la stretta connessione con le attività implementate nel territorio servirà a costruire un adeguato livello di allineamento, a calibrare i servizi rispetto alle richieste che emergeranno durante lo sviluppo delle attività relative all’offerta turistica (cfr. § 4.3) – per esempio nell’accompagnamento delle idee di valorizzazione delle risorse potenziali mappate (§ 4.2) – e nella realizzazione del Festival delle Terre Basse (§ 4.4).

### 5.2 Cambiamenti attesi

Il principale cambiamento atteso è la crescita dell’occupazione giovanile nel territorio attraverso la nascita di nuove imprese o l’ingrandimento/rinnovamento di quelle esistenti, soprattutto in relazione alle filiere tradizionali e dell’artigianato in genere.

Un secondo cambiamento atteso è la crescita del livello di competenze e di professionalizzazione degli operatori del territorio, condizione imprescindibile per sostenere e alimentare nel tempo il processo di sviluppo territoriale innescati con “Generare Comunità”.

Infine, ma non perché di minor importanza, rifunzionalizzare e valorizzare un immobile come la Cascina Bassa.

## 5.3 Servizi per le imprese artigiane

### Conessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"

- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)
- ☑ Accademy dei Mestieri Tradizionali (§ 5.5)
- ☑ Albergo diffuso (§ 5.6)

### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 5.3.1 Descrizione

Il progetto di intervento sulla Cascina Bassa prevede la creazione di appositi ambienti per ospitare le attività e i laboratori di aziende artigiane locali. L'idea di base è quella di garantire all'interno dell'Hub una "massa critica" di professionisti dell'artigianato che possano, con la loro presenza:

- contribuire alla complessiva animazione della Cascina;
- entrare in relazione con i giovani e i professionisti che fruiscono dei servizi di formazione e disseminazione (Cfr. Paragrafi 5.2 e 5.3) e dell'Academy dei Mestieri Tradizionali, offrendo loro luoghi di esperienza e di apprendistato
- far conoscere i propri prodotti agli ospiti dell'Albergo diffuso e ai visitatori in genere
- contribuire alla buona riuscita degli eventi di animazione sul territorio

La scelta di concentrarsi sulle attività artigiane non è casuale ma parte dalla constatazione della forte vocazione del territorio (cfr. § 2.4) in questo settore e dalle sue potenzialità nel "guidare" i giovani verso professioni allo stesso tempo radicate nella storia dei luoghi e aperte al futuro, all'innovazione e al dinamismo. In un'epoca in cui il rapporto tra uomo e oggetto è dato dal puro uso e consumo emerge la necessità di riscoprire nuovamente quel rapporto che il lavoro artigiano permette di instaurare con il tempo e con le cose. Ogni forma artigianale è una creazione unica nel suo genere, soprattutto è il risultato di abilità, cultura e passione. Comprendere e riscoprire l'arte dei manufatti vuol dire anche dare un nuovo e maggiore valore agli oggetti, considerandoli non più come soli strumenti di consumo ma come espressione di impegno e abilità.

Allo stesso tempo, la scelta di valorizzare le attività artigianali si basa anche sul pieno riconoscimento della loro valenza "educativa" ed emblematica di un atteggiamento verso i materiali e gli oggetti per molti versi agli antipodi rispetto al modello consumistico attuale, incentrato sull'"usa e getta". In tale prospettiva, l'artigiano come "homo faber" crea gli oggetti, conferisce loro un valore, trova loro una seconda o terza vita, ne scopre potenzialità e risorse che non vengono percepite da chi viene educato al loro esclusivo "consumo" e alla loro (spesso prematura) distruzione. Già' con il progetto "Verso il Borgo", la Fondazione Castello di Padernello e l'Associazione Artigiani di Brescia e Provincia hanno promosso iniziative di coinvolgimento dei giovani per avvicinarli ai mestieri artigiani e a questa dimensione del riuso che è alla base di ogni tipo di "economia circolare". Con il progetto "Generare Comunità" si intende ampliare tale azione a tutto il territorio partendo dalla costituzione di un centro propulsore, fortemente connotato, all'interno della Cascina Bassa.

La valorizzazione delle attività artigiane non si limiterà all'Hub in Cascina Bassa. Sarà, infatti, realizzata una specifica piattaforma on-line di vetrina virtuale per la promozione tanto degli artigiani quanto delle loro produzioni, in modo da agevolare l'incontro con la domanda potenziale. Attraverso l'Associazione Comuni delle Terre Basse, la Fondazione Castello di Padernello e l'Associazione Artigiani di Brescia e Provincia, la piattaforma – accessibile tanto da pc quanto da smartphone – verrà efficacemente promossa e comunicata tanto tra i diretti interessati (gli artigiani) quanto a visitatori e turisti. Per ogni artigiano verrà prodotta una scheda contenente il CV e un video tutorial che racconta le caratteristiche del suo lavoro, in modo da suscitare l'interesse degli utenti.

La piattaforma, inoltre, sarà costruita in modo da ospitare, successivamente, brevi moduli di formazione accessibili in remoto, previa iscrizione alla piattaforma, e rivolti agli artigiani, in alternativa ai percorsi in presenza presso l'Hub (nel caso in cui l'emergenza sanitaria si aggravasse di nuovi, sconsigliando la partecipazione fisica).

### 5.3.2 Attività previste

Le attività previste sono:

- Lavori di ristrutturazione, con la realizzazione di sei botteghe da circa 60 mq con servizi propri e una sala polifunzionale.
- Accordi con gli artigiani: sorgeranno, al piano terra della Cascina Bassa, spazi dedicati alle botteghe di artigiani locali; attualmente sono in corso trattative con un caseificio, una barberia, un laboratorio di lavorazione di paste fresche, una pelletteria, una norcineria, una sartoria ed una bottega di restauro.

### 5.4 Servizi di formazione e disseminazione

#### **Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"**

- ☑ Costruzione Comunità delle Terre Basse (§ 4.2)
- ☑ Mappatura risorse potenziali (§ 4.4)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Festival di comunità (§ 4.6)
- ☑ Servizi alle imprese artigiane (§ 5.4)
- ☑ Accademy dei Mestieri Tradizionali (§ 5.5)
- ☑ Albergo diffuso (§ 5.6)

#### **Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali**

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 5.4.1 Descrizione

Le progettualità sviluppate nel territorio attraverso "Generare Comunità" e, in prospettiva, attraverso le comunità locali di operatori, cittadini e aziende, richiedono necessariamente l'accesso ad una formazione qualificata e continua, preferibilmente in loco.

Nel caso del progetto "Generare Comunità" tale formazione si rivolge ai seguenti target:

- a. i funzionari comunali, spesso bisognosi di aggiornamento su temi rilevanti per la fattibilità degli interventi sul territorio: il rapporto con il privato, le economie del riuso, la valorizzazione turistica, etc. I corsi hanno anche l'obiettivo di creare una *community* tra i funzionari dei diversi comuni, facilitare lo scambio e la circolazione di informazioni, il loro coordinamento, etc.
- b. i professionisti del territorio, in primis coloro che esprimeranno l'intenzione di aderire e partecipare alla costruzione dell'offerta turistica, sui temi della sostenibilità, dell'economia circolare e del suo potenziale di mercato.
- c. La cittadinanza, interessata ad approfondire temi di grande attualità connessi all'ambiente, all'economia circolare, etc.
- d. Le organizzazioni culturali operanti sul territorio le quali, non di rado, necessitano di aggiornamenti o di momenti formativi sui temi del management di imprese sociali, dell'*audience development*, etc.

Le attività formative e di disseminazione potranno essere erogate secondo format e tempistiche differenti, in base al target e al contenuto. In linea generale, si prevedono:

- **Corsi di formazione professionale**
- **Corsi di aggiornamento** rivolti a funzionari tecnici del Comune
- Percorsi di **alternanza scuola lavoro** in collaborazione con i Centri di Formazione Professionale del territorio;
- **Seminari di formazione e di aggiornamento sul fare impresa**, con particolare attenzione all'imprenditoria sociale, rivolta alla cittadinanza, in particolare ai giovani che si riuscirà a coinvolgere nelle progettualità di territorio: la costruzione dell'offerta turistica (Cfr. § 4.5) e del Festival (Cfr. § 4.6). Tale attività si avvantaggerà di specifici accordi di collaborazione con
  - l'Associazione Artigiani di Brescia e Provincia (che garantirà 1 anno di consulenza gratuita a nuove imprese artigiane),
  - l'Università di Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, a supporto di progetti imprenditoriali legati all'agro-alimentare
  - la Cooperativa Cauto, partner del progetto, sul tema dell'imprenditoria sociale connessa alle filiere del riuso e dell'economia circolare.

#### 5.4.2 Attività previste

Le attività previste sono:

- allestimento di aule e spazio incontri all'interno della Cascina Bassa, dotate di wifi;
- costruzione di un programma di formazione e incontri di durata semestrale
- promozione e comunicazione del programma
- esecuzione del programma di formazione con valutazione dei livelli di gradimento e della percezione di utilità da parte dei partecipanti.

## 5.5 Academy dei Mestieri Tradizionali

### Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"

- ☐ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☐ Festival di comunità (§ 4.6)
- ☐ Centro di formazione e disseminazione (§ 5.4)
- ☐ Albergo diffuso (§ 5.6)

### Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali

- ☐ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☐ Carenze tessuto economico e produttivo (§ 2.4)
- ☐ Frammentazione offerta culturale (§ 2.5)
- ☐ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

#### 5.5.1 Descrizione

Questo servizio consiste nella creazione di un luogo all'interno della Cascina per lo svolgimento di attività di formazione professionale e di alta formazione residenziale per i **mestieri artigiani**, in sinergia con gli artigiani locali e in collaborazione con gli istituti di formazione professionale del territorio e con enti di alta formazione. Un luogo dove maestri artigiani, rinnovando la tradizione, trasmettano il valore del lavoro, le tecniche e i segreti dei mestieri tradizionali ai giovani, insegnando la professionalità di un vero lavoro e realizzando prodotti di alto valore qualitativo. I settori formativi selezionati abbracciano eccellenze riconosciute del territorio e non solo (cucina, norcineria, pelletteria, barberia) ma potranno, col tempo, ampliarsi, evolvere assecondando le necessità formative delle persone e i fabbisogni di competenze espressi dal mercato del lavoro.

I corsi di formazione si articoleranno in **Alta formazione e Masterclass residenziali**. I format della masterclass residenziale oltre ad offrire una formazione complessa e di altissima qualità, contribuiranno alla sostenibilità economica dell'albergo nei periodi di bassa stagione. L'alta formazione all'arte culinaria e gastronomica sarà cuore e motore dell'attività formativa, grazie agli accordi attualmente in corso con enti di formazione prestigiosi e riconosciuti a livello internazionale (come nel caso dell'Università di Pollenzo). E' stata già' ottenuta disponibilità da parte di 3 ristoranti di Padernello a mettere a disposizione le proprie cucine per accogliere le classi, così da rafforzare il legame con il territorio. Tali collaborazioni saranno estese, nel corso del progetto, ad altri ristoranti presenti nel territorio delle Terre Basse.

L'Academy si pone i seguenti obiettivi:

- incoraggiare una piena espressione delle capacità e dei talenti di ciascuno attraverso studio, conoscenza ed esperienza;
- prevenire le difficoltà della crescita e contrastare la dispersione scolastica (cfr. § 2.2) offrendo un contesto stimolante e creativo dove ciascuno si senta valorizzato e impari un mestiere.
- fornire una formazione di alta qualità con un approccio metodologico e didattico che doti gli studenti di una visione globale dei sistemi di produzione del cibo, sia passati che presenti, permettendo di apprezzare la ricchezza delle diversità culturali;
- favorire la formazione dei giovani attraverso l'acquisizione di competenze specialistiche con laboratori e tirocini che li avviino al lavoro, sfruttando la presenza nella Cascina di attività imprenditoriali e laboratori artigiani (cfr. § 5.3)



### 5.5.2 Attività previste

Le attività previste sono:

- lavori di ristrutturazione degli spazi dedicati alla formazione prevedono oltre ai laboratori artigianali, una sala polifunzionale rispondente a criteri di flessibilità e funzionalità;
- stesura di Accordi con Centri di Formazione Professionale e Enti di Alta Formazione che permetteranno la realizzazione di percorsi formativi di qualità in un contesto rurale e paesaggistico ad altissimo valore aggiunto;
- organizzazione ed erogazione dei corsi: inizialmente quattro corsi all'anno per circa 15 partecipanti per arrivare a regime con venti corsi all'anno.
- sviluppo di competenze per la (micro) imprenditorialità legata ai mestieri artigiani.

## 6. Albergo diffuso (intervento spin-off, non compreso tra le azioni del progetto)

### **Connessioni principali all'interno del progetto "Generare Comunità"**

- ☑ Mappatura delle risorse potenziali (§ 4.4)
- ☑ Costruzione destinazione turistica (§ 4.5)
- ☑ Festival di comunità (§ 4.6)
- ☑ Academy dei Mestieri Tradizionali (§ 5.5)

### **Contrasto ai seguenti fattori di criticità territoriali**

- ☑ Giovani, povertà educativa e lavoro (§ 2.2)
- ☑ Carenze offerta turistica (§ 2.6)

Gli interventi previsti dal progetto "Generare Comunità" consentiranno di mettere in sicurezza e predisporre gli ambienti che, successivamente e senza utilizzare le risorse del bando, saranno destinati all'Albergo diffuso. Per ragioni di completezza descrittiva e per coerenza con gli obiettivi di sviluppo perseguiti da "Generare Comunità", si è tuttavia ritenuto opportuno includere anche la descrizione di tale intervento, delle sue ragioni e dei risultati attesi.

La scelta di attivare nella Cascina Bassa un servizio di ricettività turistica è stato suggerito dalla necessità di intervenire in modo mirato sulla debolezza dell'attuale sistema di offerta del territorio (Cfr. § 2.6) e, allo stesso tempo, di costruire un canale di reddito funzionale all'auto-sostenibilità dell'Hub. Allo stesso tempo, la possibilità di disporre di un numero allargato di posti letto in un'ambientazione caratteristica e fornita di tutte le facilities di base, agevolerà la promozione delle Terre Basse come destinazione turistica agli occhi dei tour operator.

La possibilità di ospitare turisti nella Cascina Bassa significa facilitare il loro incontro con le produzioni locali, a partire dalle attività già presenti nel sito (cfr. § 5.2). La connotazione di tale servizio sarà fortemente coerente con i valori e gli obiettivi perseguiti dal progetto "Generare Comunità": dall'arredo delle camere ai servizi per gli ospiti, ogni elemento dell'albergo dovrà risultare perfettamente allineato e riflettere l'attenzione posta dal territorio sui temi dell'economia circolare e del riuso, sui temi della sostenibilità ambientale, sulla promozione e valorizzazione delle produzioni e delle eccellenze locali, etc.

L'avvio della struttura ricettiva, una volta individuate le risorse necessarie per coprire i costi di realizzazione, prevede le seguenti attività:

- Realizzazione di 10 camere con servizi propri, con una capacità ricettiva di 24 posti; una sala accoglienza / colazioni con annessa pasticceria. Due ascensori, adatti anche alle persone con disabilità, porteranno ai piani superiori.

- Individuazione delle sedi decentrate per la costruzione di una rete di residenze e camere (l'albergo diffuso), a partire dai dati acquisiti attraverso la Mappatura (cfr. § 4.2).
- Avvio della gestione
- Piano di comunicazione e marketing associato alla trasmissione e alla promozione dei valori identitari, sociali, etici e culturali - perseguiti mediante l'erogazione di servizi capaci di recare vantaggio alla collettività – ampliando il consenso sociale e stimolando il dibattito
- Attività di informazione verso la comunità sui risultati conseguiti (considerato lo scopo sociale di miglioramento del benessere della collettività)
- Collegamento con le piattaforme online di prenotazione turistica, con un'attenzione all'etica di base proposta (come, ad esempio, "FairBnB" piattaforma di prenotazione alloggi turistici che dona il 50% dei suoi ricavi a progetti di comunità come social housing, giardini comunitari, progetti di restauro, ecc.; offre un'alternativa alle attuali piattaforme di home sharing mettendo la comunità ospitante al centro, privilegiando le persone rispetto al profitto e offrendo la possibilità di esperienze di viaggio autentiche e sostenibili).

## 7. La sostenibilità economica nel medio-lungo periodo

La Fondazione Castello di Padernello ha fatto della "buona gestione" un caposaldo della sua attività di Ente no profit, credendo fortemente nella necessità che i progetti debbono essere sostenibili. Infatti gli attuali 14 bilanci annuali, sono stati tutti chiusi in attivo, con piccoli avanzi di gestione, che alimentano l'autofinanziamento e rafforzano il Fondo di Dotazione. Lavorare sui beni architettonici a stati funzionali è stato un elemento assolutamente positivo, dimostrando che da una parte si restaurava e dall'altra immediatamente si ri-utilizzava e contestualmente si trovavano fondi per mantenere in equilibrio la gestione. Inoltre, la Fondazione ha dimostrato che partendo da un contratto di comodato ventennale, è stata in grado di acquistare nel tempo quote di proprietà dell'immobile castello dove svolge l'attività. Questo metodo che ha funzionato perfettamente nel castello, vuole essere replicato positivamente nella Cascina Bassa di Padernello: quindi partire dal contratto di comodato ventennale e poi, a partire dal terzo anno, iniziare l'acquisto della cascina, grazie ai ricavi delle diversificate attività che verranno avviate al suo interno, oltre all'indiretto positivo aumento dei visitatori del castello, grazie alla creazione del "Borgo rurale ed artigiano" ed all'attivazione della Comunità delle Terre Basse, come volano di turismo territoriale, esperienziale ed emozionale. A fronte della spesa complessiva di progetto di € 1.308.000,00 per restaurare la cascina ed attivare da una parte le botteghe artigiane, le scuole bottega, l'alta formazione (Cfr. § 4) e dall'altra la Comunità delle Terre Basse come motore del territorio per far decollare un turismo rurale ed esperienziale (Cfr. § 5), - che comprendono in gran parte spese *una tantum* - si forniscono, nella tabella successiva, una previsione dei costi e dei ricavi dell'Hub che resteranno in carico una volta che il progetto sarà a regime.

Costi di gestione	Importo/anno (euro)
Personale strutturato di Fondazione e partner	65.000,00
Utenze	25.000,00
Docenti e professionisti per attività di formazione e Academy	50.000,00
Comunicazione e gestione piattaforma	10.000,00
Varie	7.500,00
<b>Totale</b>	<b>157.000,00</b>

Ricavi da gestione	Importo/anno (euro)
Affitto botteghe artigiane (6 botteghe x 500 euro mensili)	36.000,00
Eventi conviviali con i ristoranti del luogo	14.400,00
Eventi culturali (biglietti)	5.000,00
Corsi di Alta Formazione – Academy (2 al mese, per 10 mesi)	80.000,00
Incremento visite al Castello di Padernello (300 mensili)	23.100,00
Foresteria (300 persone/anno)	12.000,00
Totale	170.500,00

Tutte le stime sono state formulate sulla base dell'esperienza pregressa della Fondazione in attività analoghe (es. corsi Alta Formazione, eventi con i ristoranti, eventi culturali), sia attraverso una comparazione con le tariffe già applicate nel territorio (es. per la foresteria), il tutto adottando un approccio realistico ma prudentiale.

Si noti, infine, che gli introiti derivanti dalla Foresteria non incidono sulla sostenibilità complessiva dell'Hub: questo consente di programmare con la giusta attenzione l'apertura di questa struttura, senza accelerare la sua realizzazione per necessità di bilancio.

## 8. Comunicazione del progetto

La strategia complessiva di comunicazione del progetto si articola su 3 livelli principali:

Una **comunicazione interna**, che si rivolge ai cittadini, residenti, alle imprese del territorio, alle organizzazioni e istituzioni locali. Il suo obiettivo consiste nel trasferimento di informazioni tecnico-operative e organizzative ma anche, e non secondariamente, a costruire engagement e veicolare messaggi motivazionali. Questa linea di comunicazione sarà seguita e gestita da Fondazione Castello di Padernello.

Una **comunicazione "istituzionale"** che si rivolge a un pubblico esterno, mira a creare, rafforzare, modificare l'immagine turistica del territorio delle Terre Basse e a farne conoscere la realtà economica e produttiva, l'offerta turistica e culturale, etc. Questa linea di comunicazione sarà in capo all'Associazione Comuni delle Terre Basse, con il supporto della Fondazione castello di Padernello.

Infine, una **comunicazione esterna** con obiettivi di tipo commerciale e di marketing, al fine di promuovere e posizionare sul mercato tanto i servizi direttamente attivati dal progetto (albergo diffuso, corsi di formazione, Masterclass) quanto i prodotti e servizi realizzati dagli operatori del territorio coinvolti (a partire dagli artigiani ospitati nell'Hub oppure le imprese inserite nei percorsi ciclopedonali. Per quanto riguarda il primo caso, la comunicazione del sistema di offerta dell'Hub sarà in capo al soggetto chiamato a gestire la struttura, ovvero l'impresa sociale Conessioni, con il supporto degli altri partner e, in primis, della Fondazione Padernello così da garantire il massimo allineamento con la comunicazione interna (cfr. sopra). Rispetto alla seconda, invece, saranno predisposti una serie di strumenti di comunicazione e di vetrine on line finalizzate alla promozione dei servizi e dei prodotti, cui gli operatori privati potranno accedere autonomamente, senza alcun particolare "obbligo": dovrà essere l'efficacia del progetto e della comunicazione messa in campo, infatti, a convincerli circa l'opportunità di utilizzare tali strumenti e di promuoversi non come entità autonoma ma come parte integrante di un sistema-territorio.

Rispetto agli strumenti messi in campo attraverso il progetto “Generare Comunità”, questi saranno:

- Attivazione di un **ufficio stampa** dedicato, con il compito di raccogliere le informazioni sulle molteplici iniziative nei Comuni coinvolti e delle associazioni/organizzazioni locali – anche di iniziative esterne al progetto vero e proprio – integrandole e coordinandole tra loro, condizione fondamentale per far percepire le Terre Basse come un sistema di offerta chiaramente identificabile. In particolare, il servizio di ufficio stampa sarà affidato a l’Agenzia “Ella”, già coinvolta con successo nella valorizzazione del Castello di Padernello, che unisce la già consolidata conoscenza del territorio con un posizionamento consolidato a livello nazionale, aspetto quest’ultimo di grande importanza per la promozione delle Terre Basse. L’Agenzia svilupperà progetti di comunicazione ad hoc per intercettare l’attenzione di media, giornalisti e blogger che si occupano di turismo, gastronomia, cultura, per venire a scoprire il territorio, al fine di realizzare servizi giornalistici.
- Realizzazione di un **sito internet** delle Terre Basse, oggi molto statico e non funzionale alle necessità. Attraverso il sito, i turisti potranno reperire una serie di informazioni complete sul territorio e la sua offerta, procedere con prenotazioni, individuare itinerari e opportunità di scoperta. La gestione del sito sarà in capo a Fondazione Castello di Padernello in collaborazione con l’Associazione Comuni delle Terre Basse. Particolare attenzione sarà posta al posizionamento del sito nei principali motori di ricerca in modo da massimizzare i suoi effetti anche in termini di promozione territoriale.
- **Social media direct marketing**: sarà impostata una specifica strategia attraverso l’utilizzo combinato di differenti social e l’attivazione di una newsletter per comunicare con sistematicità le novità, le proposte di soggiorno, le manifestazioni, etc. sempre avendo cura di sottolineare – sia nell’impostazione grafica che in quella testuale – i valori e i principi fondanti del progetto e del territorio. Tale azione sarà seguita e gestita dalla Fondazione Castello di Padernello
- Partecipazione a Borse, Fiere e workshop di settore; la partecipazione a fiere e workshop di settore, ha una valenza sia per il mercato italiano che per quello estero, pur nell’attuale situazione di incertezza del settore turistico, allo scopo di creare e consolidare contatti di tipo commerciale, di rafforzare l’immagine turistica del territorio (brand reputation), di confrontarsi con gli altri operatori del mercato e di comprendere le tendenze nei vari segmenti, le modalità di presentazione dei prodotti, le possibilità di differenziazione.

## 9. Modello di governance e gestione

Il passaggio dal piano teorico a quello pratico passa anche – ed è fortemente influenzato – dalle scelte dei modelli gestionali e organizzativi adottati sia per il governo del progetto nel suo complesso, sia per l'implementazione di servizi di rete, sia a livello di singoli siti culturali. Un primo ambito di analisi, quindi, attiene al tema della **governance** complessiva del progetto integrato e fa riferimento, in termini operativi, alla necessità di disegnare le modalità di coordinamento, comunicazione e inter-relazione tra i diversi stakeholder istituzionali e privati attivi alle diverse scale territoriali e nelle differenti linee di attività. Solo un'architettura ben articolata che agevoli la circolazione di informazioni tra i diversi *player*, disciplini le modalità di relazione e definisca chiaramente compiti e responsabilità può, infatti, riuscire a governare strategie e progetti complessi di valorizzazione integrata su area vasta come nel caso di "Generare Comunità".

La dimensione di tale sfida rende spesso imprescindibile la presenza di un soggetto, preferibilmente locale, che si faccia carico di guidare il progetto e garantire il raccordo tra le sue diverse componenti almeno nelle fasi iniziali di start up e nel medio periodo, aiutando i partner e gli attori del territorio che saranno progressivamente coinvolti ad individuare e definire la metodologia di intervento, a programmare e pianificare gli interventi sul territorio, a costruire le condizioni più favorevoli per l'accesso a finanziamenti pubblici e capitali privati, a sviluppare un sistema coordinato di monitoraggio e valutazione dei risultati conseguiti.

In fase di avviamento, per garantire la governance complessiva del progetto e garantire, allo stesso tempo, adeguate condizioni di flessibilità e di intervento sul territorio, sarà costituita una cabina di regia ristretta con funzioni di coordinamento, supervisione e monitoraggio delle diverse linee di intervento.

In relazione alle specifiche linee di azione, la Cabina di Regia si relazionerà con il partner direttamente coinvolto, ad es. la Fondazione Cogeme Onlus per le attività connesse alla Carta dei Valori, oppure l'impresa Connessioni per la gestione dell'Hub dentro la Cascina Bassa.

Nel corso del primo anno di attività, l'attività di coinvolgimento di attori locali attraverso le azioni afferenti alla macro-area "Territorio (Cfr. § 4) così come la relazione privilegiata con i soggetti aderenti<sup>6</sup> consentirà di organizzare specifici Gruppi di lavoro, ciascuno dei quali dedicato alla risoluzione di eventuali criticità (es. come rafforzare la comunicazione delle Terre Basse in occasione del 2023, anno in cui Brescia e Bergamo saranno riconosciute come Capitali della Cultura) o allo sviluppo di particolari temi (es. la messa in rete dei beni culturali presenti sul territorio, il coordinamento delle loro aperture al pubblico, etc.).

Per gestire con maggiore efficacia tali tavoli, la Cabina di Regia iniziale potrà essere allargata ad altri soggetti, in primis gli altri partner del progetto.

Una volta a regime, non è intenzione dei partner costituire un vero e proprio "soggetto gestore" centrale ma, al contrario, l'obiettivo è quello di non imbrigliare i processi di sviluppo locale imponendo loro sovra-strutture che possono condizionarne l'efficacia e la freschezza. Una strada percorribile potrà essere quella di un protocollo di intesa tra le principali istituzioni del territorio che riconosceranno un ruolo di coordinamento ad un operatore privato no profit locale, stabilendo modalità di intervento, margini di operabilità e obiettivi da raggiungere. L'auspicio e l'obiettivo, naturalmente, è che una volta a regime il processo venga "preso in mano" dal territorio e che a organizzazione centralizzata venga richiesto solo di gestire interventi di sistema.

---

<sup>6</sup> Si vedano le dichiarazioni di interesse e adesione al progetto "Generare Comunità", in allegato alla richiesta di contributo

### Fase 1 – Avviamento

- Cabina di Regia ristretta: Fondazione Castello di Padernello + Associazione Comuni delle Terre Basse
- Rete dei partner (attivato su singole linee di azione): Fondazione Cogeme Onlus, Cooperativa Cauto, Connessioni - Impresa Sociale



### Fase 2 – Consolidamento

- Cabina di Regia allargata (vengono individuati nuovi soggetti, in primis tra i partner)
- Rete dei Partner (attivato su singole linee di azione)
- Gruppi “tematici” (attivati sulla base di singoli progetti o interventi)



### Fase 3 – Attività a Regime

Cabina di Coordinamento generale (Rete dei Comuni + soggetto locale no profit)

Per garantire un corretto funzionamento dei diversi organi e il loro reciproco relazionarsi, si prevede l'organizzazione di:

- a. incontro a inizio anno tra tutti i partner, per condividere il programma di lavoro annuale. L'incontro sarà convocato dalla Cabina di Regia.
- b. Incontri periodici tra i partner come momento di aggiornamento sullo stato di avanzamento, allineamento su obiettivi e tempi, risoluzione di problemi, valutazione delle richieste di adesione da parte di nuovi operatori e organizzazioni del territorio. Gli incontri saranno convocati dalla Cabina di Regia, anche su richiesta/sollecitazione da parte di uno o più partner.
- c. Incontro di fine anno (può coincidere con quello di inizio anno) per condividere il lavoro svolto e i risultati conseguiti attraverso le azioni del progetto. L'incontro viene convocato dalla Cabina di Regia.
- d. Gruppi tematici. La costituzione di un gruppo tematico potrà essere suggerita da un partner di progetto o da un soggetto aderente, ma la finale “validazione” della proposta è in capo alla rete di partner. Una volta validata, la Cabina di Regia con gli altri partner promuoverà una call aperta a tutti gli interessati al tema in oggetto. Gli incontri si terranno in località diverse del territorio, cercando quanto più possibile di mantenere un carattere “itinerante”. Ovviamente, la trattazione dei temi potrà richiedere lo svolgimento di più incontri. Ogni gruppo tematico riconoscerà un proprio referente che garantirà il collegamento con la Cabina di Regia. Non è previsto un numero massimo di incontri per ciascun gruppo.

## 11. Matrice indicatori di monitoraggio e di valutazione

Linea di azione	Parametro	Indicatore	Responsabile della raccolta dei dati	Strumento di misurazione	Valore obiettivo		
					Primo anno	Secondo anno	Terzo anno
Costruire la Comunità delle Terre Basse	Interesse espresso dai Comuni del territorio	Richieste di adesione	Associazione Terre Basse	Richiesta via mail (pec)	4	4	6
		Adesioni formalizzate	Associazione Terre Basse	Deliberazione Giunta	4	6	3
	Partecipazione attiva al progetto	Comuni che partecipano con propri funzionari agli incontri su Mappatura, Destinazione Turistica e Festival di Comunità	Associazione Terre Basse	Registro presenze	6	8	8
Mappatura delle risorse potenziali	Coinvolgimento della comunità locale	Partecipanti agli incontri	Coopertiva Cauto	Registro presenze	750		
	Mappatura immobili dismessi	Schede prodotte	Cooperativa Cauto	Schede prodotte	70		
Destinazione turistica	Rinnovo immagine coordinata	Produzione piano di comunicazione	Fondazione Padernello		1		
	Turismo	Aumento clienti ristoranti	Fondazione Padernello	Intervista diretta ai ristoratori	nessuna variazione	aumento del 5% rispetto al 2020	aumento del 15% rispetto al 2020
	Sviluppo economico	Aumento ristoranti e punti ristoro	Fondazione Padernello	Dati forniti dalla Camera di Commercio e dai Comuni	nessuna variazione	10 punti ristoro in piu' rispetto al 2020	30 punti ristoro in piu' rispetto al 2020
	Sviluppo economico	Aumento attività di servizio a visitatori e turisti	Fondazione Padernello	Dati forniti dalla Camera di Commercio e dai Comuni	nessuna variazione	5 attività in piu' rispetto al 2020	20 attività in piu' rispetto al 2020
	Occupazione nel settore turistico	Numero nuovi occupati i in attività connesse al turismo	Fondazione Padernello	Interviste dirette alle aziende	nessuna variazione	20 nuovi occupati rispetto al 2020	100 nuovi occupati rispetto al 2020
	Occupazione giovanile nel settore turistico	Numero nuovi occupati under 35 in attività connesse al turismo	Fondazione Padernello	Interviste dirette alle aziende	nessuna variazione	10 nuovi occupati rispetto al 2020	70 nuovi occupati rispetto al 2020
Festival di comunità	Partecipazione della comunità locale	Numero partecipanti tra i residenti nel territorio	Fondazione Padernello	Survey sul pubblico dell'evento	Percentuale di partecipazione da parte di locali (sul totale): 60%	Percentuale di partecipazione da parte di locali (sul totale): 50%	Percentuale di partecipazione da parte di locali (sul totale): 50%
	Attrazione turistica	Numero partecipanti alla prima esperienza nelle Terre Basse	Fondazione Padernello	Survey sul pubblico dell'evento	Percentuale di "nuovo" pubblico: 5%	Percentuale di "nuovo" pubblico: 15%	Percentuale di "nuovo" pubblico: 20%
Innovazione delle filiere tradizionali	Supporto alla co-progettazione di servizi	Numero filiere oggetto di intervento	Cooperativa Cauto	Piano di attività		4	6
	Supporto alla co-progettazione di servizi	Numero servizi attivati	Cooperativa Cauto	Piano di attività		1	3
	Isole del Riuso	Creazione Isole del Riuso	Cooperativa Cauto	Piano di attività		1	2
	Isole del Riuso	Kg di materiali portati alle Isole	Cooperativa Cauto	Software gestione		500 kg	2000 kg
Ristrutturazione Cascina Bassa	Conclusioni degli interventi	Collaudo positivo	Fondazione Padernello	Dichiarazioni di conformità e di collaudo	Conclusioni entro il 6° mese dall'avvio del progetto		
Servizi alle imprese artigiane	Partecipazione da parte di imprese artigiane	trasferimento nella Cascina di imprese artigiane	Connessioni	Spostamento sede legale/operativa nella Cascina da parte delle imprese	6	6	6
	Valorizzazione delle imprese artigiane	Realizzazione vetrina virtuale	Fondazione Padernello	Pubblicazione on line del portale	1		
	Valorizzazione delle imprese artigiane	Numero imprese che utilizzano la vetrina on line	Fondazione Padernello	Dati del portale	20	50	80
Centro di formazione e disseminazione	Attività di formazione	Numero eventi/anno	Connessioni	Programma annuale	15	20	20
	Attività di disseminazione	Numero eventi/anno	Connessioni	Programma annuale	10	30	30
	Partecipazione della comunità locale	Numero partecipanti/anno	Connessioni	Registro partecipanti	400	1000	1400
Academy dei Mestieri Tradizionali	Attività di formazione	Numero partecipanti/anno	Connessioni	Registro partecipanti	14	20	20





## Allegato 1 - Dossier fotografico



Figura 1 - Vista dall'alto, con il Castello (in basso a sinistra) e la prospiciente Cascina Bassa, sede dell'Hub

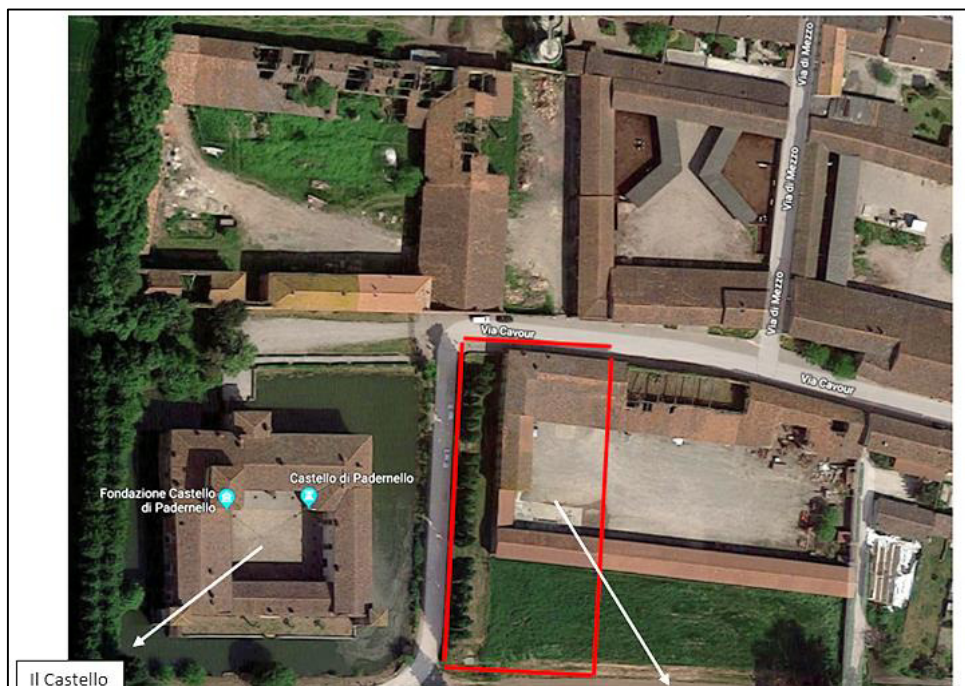


Figura 2 - Vista dall'alto, con l'indicazione della porzione di Cascina Bassa oggetto dell'intervento

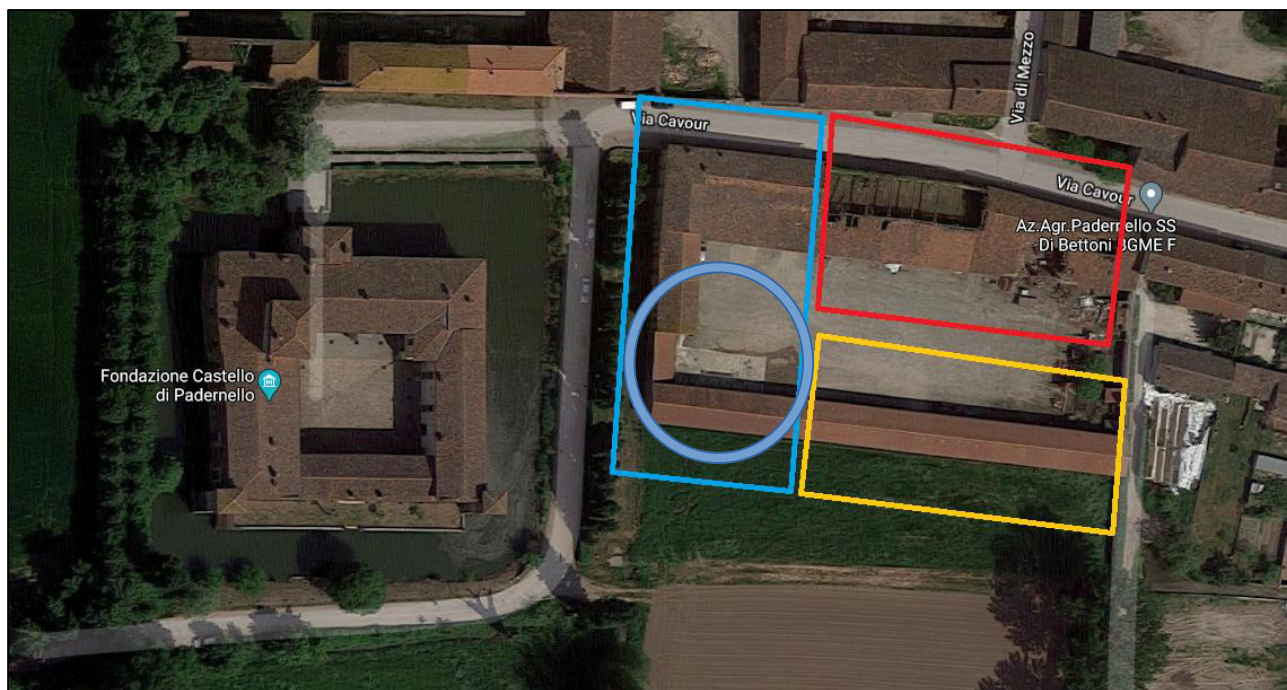


Figura 3 - Particolare delle aree di pertinenza della Cascina: in blu, l'area intervento del progetto, di proprietà di ISD. In rosso e in giallo le proprietà delle Aziende Falco Nero e Graal, entrambi aderenti al progetto. La porzione di immobile destinata alle attività artigianali e alle aule di formazione e dell'Academy, previste nell'Hub, è indicata nel cerchio.



Figura 4 e 5 - Prospetti porticati all'interno della Cascina bassa. Lo spazio del porticato sarà suddiviso in due piani. Qui saranno collocate le botteghe e scuole-bottega artigiane; al piano superiore sarà allestita un'aula attrezzata per l'Academy



Figura 6 - Particolare del prospetto della Cascina Bassa che evidenzia le condizioni di degrado delle coperture. In questa porzione di immobile troverà collocazione la Foresteria (intervento non compreso nel presente progetto)



Figura 5 - Altro particolare della Cascina, dove sarà ospitata la reception e la sala colazioni della Foresteria