

# Sens[EN]able

Servizio per un'esperienza sensoriale inclusiva.  
Un'applicazione sul territorio appenninico.



**Candidato: Yari Lorenzo Mezzetti**  
**Matricola n° 0000973963**

**Università di Bologna**  
**a.a. 2021/22**

**Relatore: Jacopo Gaspari**  
**Correlatore: Pierluigi Molteni**

**C.d.L.M. in Advanced Design**  
**Curriculum Servizi**



## INDICE

### CAPITOLO I - INTRODUZIONE GENERALE AL SERVIZIO

Premessa .....	p. 7
Il ritorno alle aree interne: una riflessione “territorialista” .....	9
Etimologia del borgo .....	12
I borghi in Italia: tra spopolamento e riscoperta .....	14

### CAPITOLO II - ANALISI E OBIETTIVI DI PROGETTO

Presupposti iniziali e obiettivi del servizio .....	21
1. Valorizzazione dell'area appenninica bolognese .....	24
L'importanza della prevenzione in contesti rurali .....	25
Il parco dell'Appennino Tosco-Emiliano .....	27
Il comune di Castiglione dei Pepoli .....	29
Il comune di San Benedetto val di Sambro .....	30
2. Tra radicamento e cosapevolezza dei luoghi .....	32
L'appennino come “osso” della nazione .....	33
L'eccellenza del settore nel legame con il territorio .....	36
L'eccellenza enogastronomica come vocazione turistica .....	37
3. La rete di comunità e la sensibilizzazione .....	38
verso le disabilità sensoriali	
Un quadro territoriale eterogeneo .....	39

### CAPITOLO III - CASI STUDIO E INTERVISTE

Premessa .....	44
Appennino Slow .....	45
Associazione Borghi Autentici d'Italia .....	56

### CAPITOLO IV - ELABORAZIONE DEL CONCEPT

Un diverso approccio al concetto di inclusione .....	61
Cecità completa e ipovisione .....	64
I sensi potenziati nei disabili visivi .....	68
L'esperienza sensoriale come strategia di inclusione .....	71
I cinque sensi .....	73
Possibili set di esperienze sensoriali in relazione ai territori .....	75
Stakeholder map .....	87
User Journey map .....	88
Value Proposition Canvas .....	89
Service Blueprint .....	90

### CAPITOLO V - LA PIATTAFORMA DEL SERVIZIO

Funzionamento della piattaforma .....	96
La visual identity del servizio .....	120

### CAPITOLO VI - NOZIONI CONCLUSIVE

Impatti e SDG's .....	123
Step futuri del servizio .....	128
Riflessioni conclusive .....	129
Bibliografia .....	130
Sitografia .....	131



I

## **INTRODUZIONE GENERALE AL SERVIZIO**

### **Premessa**

L'idea del servizio affonda le sue radici all'interno del corso "Laboratorio di Tecnologie C.I.", suddiviso nei due moduli "Servizi e prodotti per l'ambiente costruito" e "Tecnologie Sostenibili", che si è svolto nel primo semestre del secondo anno accademico 2021/22 del Corso di Laurea Magistrale in Advanced Design dei Servizi, presso l'Università di Bologna. Il tema proposto si concentra sulla valorizzazione e miglioramento della qualità e della sostenibilità dell'ambiente urbano costruito, lavorando non solo sulle tecnologie, ma anche sugli utenti includendo aspetti riguardanti comprensione, consapevolezza, accesso e comportamenti. Gli interventi sull'ambiente costruito sono volti a diverse finalità, tra le quali la rigenerazione degli spazi, la trasformazione sostenibile, la riconversione dell'esistente, il tutto per dare risposte alle esigenze complesse delle città contemporanee. Il campo d'azione del laboratorio è lo stesso del servizio qui sviluppato, e si concentra sulle aree interne presenti sul territorio italiano, in particolare le zone appenniniche del territorio tosco-emiliano e bolognese. Tali aree sono state poste sotto la lente d'ingrandimento e sono salite alla ribalta dopo l'ultima crisi pandemica, facendo scaturire una serie di riflessioni, quesiti e potenzialità che hanno necessità di essere spiegate e approfondite, e che conducono inevitabilmente ad un diverso modo di pensare, progettare, agire, e quindi complessivamente "abitare", i nostri territori. Nel contesto infatti di una pandemia che ha stravolto le vite di molte persone, comunità e famiglie, restringendo in breve tempo lo spazio teoricamente praticabile del mondo allo spazio obbligato della casa, sono state molte le 'archistar', in discontinuità con i loro progetti, a invitare repentinamente e con una certa leggerezza a lasciare la città per i piccoli borghi e le aree interne. [...] Quella che inizialmente tendeva a essere percepita come una crisi che accelerava l'importanza di riconsiderare una serie di dinamiche e di relazioni fra abitanti e territori, va producendo cambiamenti strutturali profondi, la cui direzione è soltanto in parte ipotizzabile. E proprio in tal senso il servizio sviluppato prova a dare una direzione innovativa e non convenzionale alla percezione di questi luoghi e dei suoi abitanti. Lo fa attraverso la generazione di percorsi di accessibilità sensoriale che siano inediti, e che presuppongono una rivisitazione totale del concetto di inclusività con un rovesciamento del punto di vista, vero e proprio



elemento fulcro del progetto. L'elemento sensoriale è anch'esso imprescindibile e strettamente connesso con la più intima natura umana, riflette necessità ancestrali e ci accompagna tutti i giorni, che ne siamo consapevoli o meno. Il bisogno di indagare e ricreare un ambiente antropico a misura d'uomo spinge sempre più studiosi e ricercatori a sviluppare un approccio "territorialista", rimettendo al centro i territori e la loro qualità biopolitica. Tutto ciò non è un atteggiamento passatista e nostalgico, ma una vera e propria prospettiva di futuro.

## **Il ritorno alle aree interne: una riflessione "territorialista"**

Come già citato nell'introduzione, la crisi pandemica ha posto in essere alcune considerazioni sulle aree rurali e poco popolate, avviando una serie di riflessioni sulle potenzialità di un diverso modo di pensare, progettare, agire, e quindi complessivamente "abitare" questi territori. Le metropoli e le megalopoli post-moderne stanno spingendo verso conseguenze estreme sia i processi di valorizzazione finanziaria e di depoliticizzazione dello spazio della città, che l'alienazione della vita urbana ed extraurbana dai suoi contesti ecoterritoriali, creando ambienti ideali per l'insorgere di emergenze non soltanto sanitarie, ma più in generale biopolitiche (Marzocca 2020). Rimettere al centro i territori e la loro qualità biopolitica non è un atteggiamento passatista e nostalgico, ma una prospettiva di futuro. L'approccio territorialista, rovesciando l'adesione acritica ai processi di urbanizzazione globale e sempre più estrema artificializzazione dei rapporti uomo-ambiente, assume il territorio come oggetto privilegiato di cura e riproduzione, in quanto bene comune degli abitanti dei luoghi. Il concetto di bioregione urbana (Magnaghi 2020) si concentra sull'esigenza di ricostruire i rapporti della città con la complessità biosferica ed antropica del suo contesto ecosistemico, quali presupposti di una nuova urbanità, alternativa all'incubo di un pianeta socialmente e ambientalmente invivibile governato dagli algoritmi. La pandemia ha al tempo stesso evidenziato resilienze sociali ed ecologiche che non erano così evidenti, e possibilità di progettare un diverso futuro: mai le fragilità dei sistemi territoriali prodotti dalla globalizzazione sono stati così evidenti, e la necessità di un cambiamento del modello insediativo così decisiva e urgente. Spingendoci ancor più in là nel tempo, il Coronavirus ha portato allo scoperto la fragilità di un modello di urbanizzazione planetaria che presenta - lo afferma Lidia Deandia - seppur con tecnologie e scale diverse, moltissime analogie con la crisi della città mondo-romana deflagrata in seguito alle pandemie, mostrandoci l'insostenibilità anche sul piano storico dei nostri modi di abitare la terra. Il passato torna allora nel nostro presente, al tempo del Covid, saldamente collegato col futuro. Perché è vero si può dire che le epidemie portano alla luce strutture nascoste, rivelando le priorità e i valori cogenti per le popolazioni. Così nel saggio di Pietro Clemente ritrovano spazio e valore, al tem-

po del Coronavirus, le comunità locali legate ai luoghi fisici, al volontariato operativo, alle solidarietà che si fanno associazione o rete, spesso sovrapponendosi però a quelle più futuribili dei social e di facebook. Con numerose 'cooperative di comunità', al servizio di un certo territorio che erogano servizi ad anziani e a persone fragili. Stanno "tra mondo virtuale e mondo delle relazioni legate ai territori", con fisionomie lontanissime dal mondo contadino del passato. Lungo questa deriva al confine tra esperienze tradizionali e nuovi saperi, centrati sul territorio, si collocano le pratiche sociali resilienti evidenziate proprio dal Covid: tendenze a economie neorurali che prendono piede ovunque - anche nelle grandi città come Milano - risvegliano modalità mutualistiche, di volontariato, di autogestione, di sostegno agli ultimi da parte dei penultimi. Ecco che dentro questi processi è la stessa polarità centro-periferia a venir meno nel ridisegno delle pratiche sui territori. In Lucania come nelle piccole realtà alpine ripopolate: Ostanta, piccolo Comune virtuoso delle Alpi piemontesi, che nella prima fase non ha avuto alcun contagio ma ha saputo tuttavia approfittare della pandemia per elaborare uno scenario di sviluppo locale con la costituzione di una cooperativa di comunità, con progetti rivolti alla socialità, al turismo, alla promozione del territorio, alla cultura, alla neo-agricoltura. Con un'idea di "resilienza" soprattutto che ha più a che fare col "dopo": il possibile costruirsi di desideri, immaginari, proiezioni al futuro di una "vita diversa". Le tante pratiche di "società solidale" emerse in questo periodo come legami positivi fondamentali per le diverse comunità e territori non hanno tuttavia valore soltanto per temperare la crisi in atto, ma ci indicano la possibilità di un diverso modello socio-economico al quale è possibile tendere per il nostro futuro. L'attivazione di reti capillari di prossimità, nota Riccardo Troisi, sta dimostrando non solo un'importante capacità di lettura dei bisogni, ma anche di operatività organizzativa e di intervento, con possibilità concrete di trasformazione dell'economia nei territori, dall'agricoltura ai servizi. I territori che definiamo marginali sono densi di pratiche ed esperienze di intreccio "antisolidità", tra sostenibilità ambientale ed inclusione sociale, da portare al centro in senso letterale - per città più abitabili che riscoprono la dimensione del quartiere - e metaforico, promuovendo l'innovazione dei fini sociali e di produzione di senso collettivo. La necessità di rimettere i territori al centro del progetto di sviluppo anche economico, cercando

il mix più adeguato anziché ottimizzando una specializzazione fortemente dipendente dalle reti lunghe, emerge in modo molto chiaro dall'esemplificazione che Alberto Di Gioia e Giuseppe Dematteis offrono dagli esiti di una ricerca che tratta degli effetti economici della pandemia nei territori montani con forte specializzazione nel turismo di massa. Anche i Comuni più dotati di servizi vari (quindi apparentemente multifunzionali) hanno evidenziato un effetto moltiplicatore sulle perdite esercitato dalle attività di servizio localmente indotte dal turismo, denunciando quindi la scarsa sostenibilità economica e sociale della mancata integrazione con filiere produttive diverse, che ha amplificato la fragilità economica (e, in prospettiva, anche occupazionale) dei sistemi locali. In generale il rafforzamento delle reti di breve distanza, lo sviluppo di una complessità multifunzionale su misura di ciascun territorio e la creazione di relazioni dirette tra produttori e consumatori, generano, oltre a una maggior sostenibilità economica, anche approcci sociali innovativi e l'appropriazione politica del territorio "in comune" per una transizione socio-ecologica. La crisi che stiamo vivendo può infatti essere utilmente interpretata, osserva Alessandro Balducci, come "l'ennesimo segnale in un processo storico che ha visto la continua ricerca di valorizzazione del capitalismo schiacciare il territorio e l'ambiente fino a produrre un dissesto di carattere ambientale e sociale". Il virus e il dispiegarsi dei suoi effetti, così come gli strumenti messi in atto per trattarli, hanno messo in luce forse mai come prima d'ora le gravi inadeguatezze dei meccanismi che ci sovrastano, la concentrazione dei poteri in pochi centri multinazionali e la conseguente burocratizzazione delle procedure, ma anche i limiti e le incertezze dei nostri saperi. In questa situazione - per la certezza che la svolta non può più venire dall'alto, per le posizioni e per le decisioni già assunte dall'establishment politico, economico e finanziario - i luoghi d'azione più fertili secondo Guido Viale sembrano collocarsi a livello dei singoli territori e delle comunità che li abitano, là dove è possibile che le iniziative dal basso abbiano efficacia e siano possibilmente replicabili. Dobbiamo saper riconoscere, attivare, moltiplicare le potenzialità, saperi e culture virtuose, già presenti nei luoghi.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "Dalla crisi pandemica il ritorno ai territori"; Anna Marson, Antonella Tarpino; Scienze del Territorio; 2020

## Etimologia del borgo

La parola “borgo” definisce oggi un centro abitato di media grandezza e importanza o, talvolta, una parte della città che si estende fuori della cerchia delle antiche mura. Il significato originario del nome pare sia quello di luogo fortificato: la parola deriverebbe dal greco πύργος (pýrgos, “torre”, “fortezza”), mentre i Romani l’avevano adottata, latinizzandola in bŭrgu, a designare la torre del sistema difensivo contro i barbari. Lo scrittore romano Vegezio utilizza infatti il termine burgus nel IV secolo per il suo manuale d’arte militare. Nella Germania e nella Francia Settentrionale, fu designato invece come burgus il massimo centro murato, cioè la città (si vedano i nomi di città composti con burg). In entrambi i casi la radice del termine ha origine dalla forma indoeuropea bhergh, che rimandava al concetto di “protezione”.<sup>1</sup>

Il termine borgo è spesso utilizzato per indicare un piccolo paesino isolato, anche se tale affermazione, secondo l’ingegnere urbanista Carlo Pagliai, non è in realtà corretta. Per borgo si deve intendere un tessuto insediativo ad alta densità antropica, con funzione mista residenziale-commerciale e con prevalente forma lineare, inizialmente sviluppatosi esternamente in prossimità delle mura medioevali. Infatti nella storia urbanistica italiana il borgo ha caratterizzato notevolmente lo sviluppo degli insediamenti antichi medioevali, aventi una dinamica di crescita urbana tipicamente compiuta con l’ampliamento delle mura stesse, andando ad inglobare le porzioni di territorio circostanti. Le città medioevali erano separate dal territorio esterno dalla barriera fisica delle mura. La cerchia muraria era interrotta dalle porte medioevali, che si edificavano in corrispondenza di tracciati stradali preesistenti, unico sistema di trasporto di merci e persone. Le città murate rappresentavano quindi il luogo della sicurezza, un vero e proprio agglomerato dove potevano vivere cittadini stanziali e dove la popolazione che viveva all’esterno poteva trovare rifugio in caso di guerre e pericoli. Le mura medioevali non costituivano solo una separazione fisica tra la città e l’area circostante, ma anche una separazione giuridica. I regolamenti e statuti medioevali delle città disponevano prescrizioni e “ordinamenti” differenziati tra chi operava all’interno o all’esterno delle mura, e il commercio era una del

<sup>1</sup> [www.treccani.it](http://www.treccani.it)

le principali materie ad essere severamente normata e tassata dalle istituzioni locali. L’accesso dei commercianti all’interno del castello e delle mura aveva quindi una precisa regolamentazione, spesso assai selettiva in termini di merci e tipologie e di tassazione. Ciò ebbe la conseguenza che una parte dei mercanti decidessero di svolgere l’attività all’esterno delle mura, disponendosi lungo le viabilità e soprattutto, in vicinanza delle porte di accesso delle mura. Col tempo le attività dei commercianti, avviate in forma più o meno “precaria”, si stabilizzavano e pertanto le strutture precarie dei mercanti si evolvevano in costruzioni in pianta stabile. Ed ecco quindi che i tendoni vengono sostituiti da edifici e abitazioni. Questa dinamica di crescita extraurbana prettamente lineare prese il nome di borgo. Centinaia di centri storici italiani sono caratterizzati da questo modello insediativo, che comportava l’insediamento di abitanti e attività fuori dalle mura medioevali della città, del paese o del castello.

Dall’altra parte la crescita abitativa rese necessaria in moltissimi casi l’espansione della città stessa, realizzando nuove cerchie murarie più esterne e inglobando questi borghi formatisi lungo le direttrici viarie. Un tipico esempio è la città di Firenze, la cui espansione medioevale e rinascimentale è avvenuta con diverse crescite urbane attuate con diversi nuovi anelli murari, arrivando ad inglobare gli ancora odierni Borgo La Croce, Borgo Ognissanti e Borgo San Frediano. Quindi non è corretto indicare o qualificare come borgo un piccolo centro abitato sparso e isolato, pure di modeste dimensioni, che forse potrà vantare una fondazione/formazione di castello o paese dotato di mura castellane, ma sprovvisto di questi tessuti che si sono edificati fuori delle mura. Per indicare quindi la singola piccola realtà di centro abitato isolato o sparso nel territorio agricolo, è preferibile e più appropriato utilizzare il termine “borgata”.<sup>1</sup>



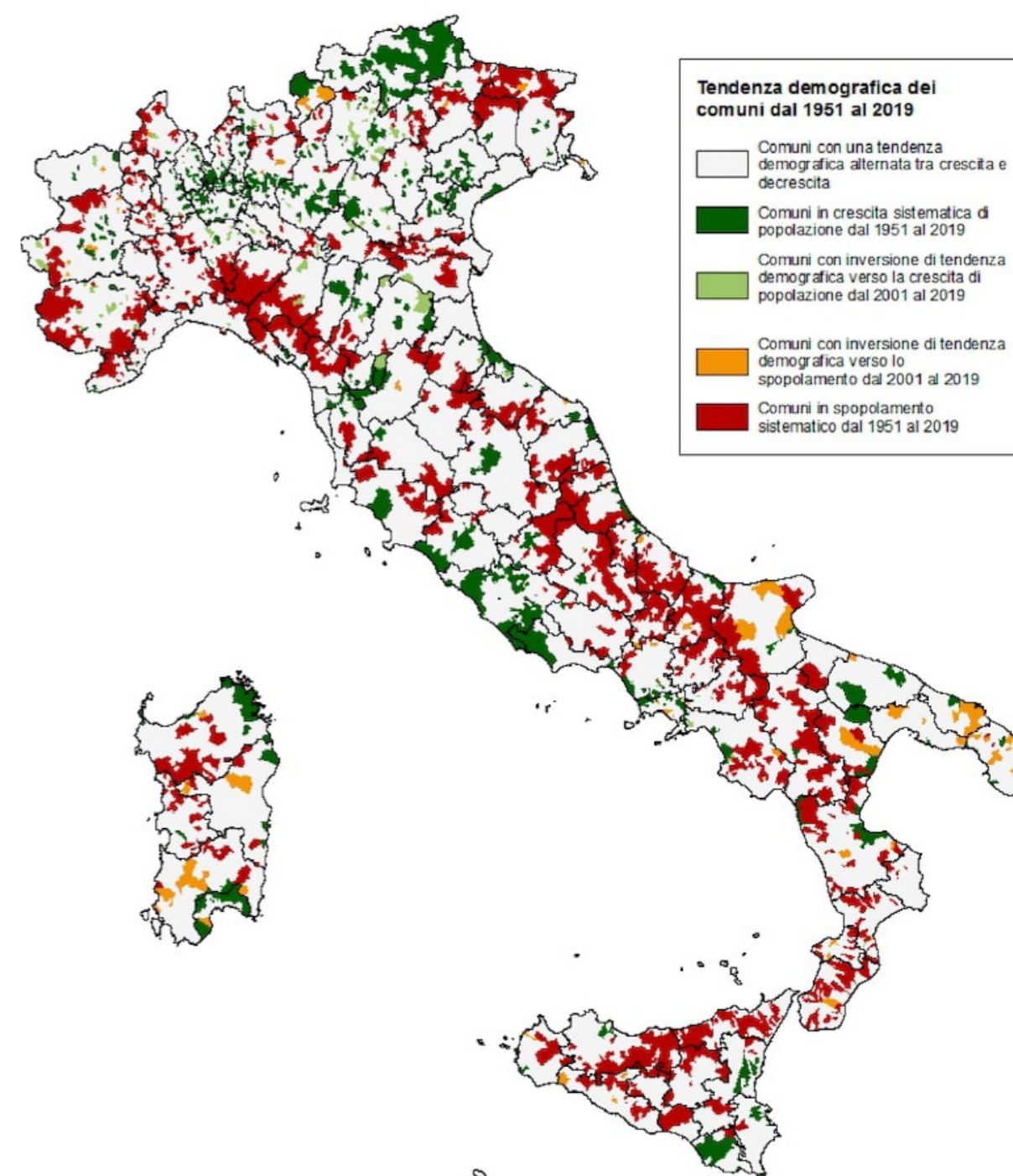
<sup>1</sup> “Non chiamateli borghi”, Carlo Pagliai, 2017; [www.studiotecnicopagliai.it](http://www.studiotecnicopagliai.it)

## I borghi in Italia: tra spopolamento e riscoperta

I borghi italiani sono tutelati, tra le varie associazioni, dall'Ance (Associazione Nazionale Comuni Italiani) che ha condotto una ricerca sull'esodo dai piccoli paesi, presentata in occasione della XVIII Assemblea annuale dei piccoli comuni, svolta a Viverone (Biella) il 13 luglio 2018. Il dossier informa che i borghi in Italia sono 5.544 (oltre duemila suddivisi tra Piemonte e Lombardia) e che nei piccoli comuni italiani abitano 9,9 milioni di persone, il 16,4% della popolazione nazionale. L'esodo dai centri minori verso le aree urbane accelera: in sei anni hanno perso oltre 74 mila abitanti, e ben 115 comuni registrano un tasso di spopolamento superiore al 60%. Si va dall'abruzzese Secinara, al piemontese Calstelmagno, a Bagnoli del Trigno in provincia di Isernia. Ci sono sia paesi dell'estremo nord - da Ligosollu a Savogna o Drenchia in Friuli Venezia Giulia - ai borghi dell'estrema propaggine dello Stivale: Castroreggio o Staiti in Calabria o Soddi, Patru in Sardegna o ancora Fondachelli e Castelvechio siculo in Sicilia. Tutti hanno perso più della metà delle persone, in meno di mezzo secolo. Un quadro su cui anche il capo dello Stato Sergio Mattarella ha più volte posto l'attenzione, denunciando come «lo Stato appaia in ritirata da questi territori».

Tutto questo nonostante gli indicatori statistici dicano che nei piccoli comuni si viva meglio. Infatti nei borghi ci si sente più protetti: solo il 5,1% della popolazione considera la sicurezza un problema contro il 15,9% di chi vive in aree urbane con oltre 50 mila abitanti. C'è più fiducia nei vicini di casa (78,2% contro il 66,1% delle città) e gli abitanti sono più propensi all'associazionismo (14% rispetto al 10%). Le case sono mediamente più voluminose e chi ci vive ha più spazio a disposizione (92 metri quadrati per abitante contro i 53 delle grandi città). Infine abitare costa meno: per acquistare un immobile servono in media 119 mila euro contro i 270 mila delle aree urbane. A differenza di quanto successo fino al 2011, il censimento non si svolge più ogni 10 anni ma con cadenza annuale coinvolgendo non più tutta la popolazione ma un campione significativo, e grazie a questo nuovo procedimento si hanno informazioni sempre aggiornate su tanti aspetti della nostra vita. Istat ha pubblicato i primi dati relativi al 2018 e 2019 sulla popolazione italiana, da cui si evince che essa cresce al nord e al centro e cala nel mezzogiorno; inoltre cresce nei

centri urbani e lungo le aree costiere e diminuisce nei paesi e nelle aree interne. Di seguito un'interessante mappa che mostra la tendenza demografica dei comuni italiani dal 1951 al 2019.



Come si può notare vi sono comuni in spopolamento costante dal 1951 al 2019 (in rosso nella mappa), e sono tutti in aree interne e montane di Alpi e Appennini, e vi sono Regioni quasi tutte rosse (Sicilia, Calabria, Basilicata, Abruzzo, Molise, Friuli Venezia Giulia). Ci sono poi pochi comuni in crescita costante dal 1951 al 2019 (in verde scuro) e sono sostanzialmente le città medie e grandi e relative aree periurbane, e alcune aree costiere. Le uniche rare eccezioni si trovano in alcuni comuni delle regioni più ricche: Trentino, Alto Adige, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna. I comuni non colorati, in bianco, hanno avuto una crescita alternata e non si può delineare un trend univoco.

Esiste quindi un'Italia minore per dimensioni, che lotta per non sparire. Un mondo poco noto, richiamato dalla protesta dei pastori sardi, che «diventa idealmente la protesta di tutta l'Italia rurale che non trova spazi nelle politiche né italiane né comunitarie. Un'Italia che sta sparendo, ma se sparisce quest'Italia - avverte il delegato Anci per i piccoli comuni, Massimo Castelli - sparisce il senso della nazione». E a salvare questo piccolo mondo antico «non sarà il reddito di cittadinanza», concordano più sindaci, ma «iniziative, per richiamare altri abitanti: mettendo a disposizione le case abbandonate o accordando incentivi fiscali, per aziende e nuovi residenti. Come la tassazione ridotta, introdotta nella legge di Bilancio 2019, per chi trasferisce la residenza dall'estero nei paesi del Mezzogiorno. E soprattutto servizi. La parola d'ordine è «trasformare i limiti, come l'isolamento, in opportunità per turisti e nuovi abitanti». «Siamo fiduciosi, perché abbiamo cominciato a vedere che alcune battaglie hanno portato a dei cambiamenti sulla visione della questione», riflette il delegato Anci per i piccoli comuni Massimo Castelli, primo cittadino di Cerignale, 123 anime nel piacentino. «Ma ad agosto siamo mille- sorride. La decrescita è iniziata, come un po' ovunque, dopo le guerre mondiali, quando gli agricoltori si sono ritrovati a fare gli operai nelle città e si davano anche contributi per vendere il bestiame», ricorda. Nel suo paese, le scuole sono state chiuse, la più vicina è a 23 km, mentre il primo ospedale ne dista 70. Qui l'ufficio postale è aperto solo due giorni a settimana. «Ma dopo una battaglia di Anci e dopo il cambio di management, Poste ha bloccato la chiusura degli uffici nei piccoli comuni e anzi sta investendo». In realtà, così come in quasi tutti i piccoli comuni, «il problema oltre all'isolamen-

to - elenca il sindaco - sono anche le terre abbandonate, per cui si perdono superfici in produzione da secoli e si perde il paesaggio. Per non parlare del rischio idrogeologico. Ma perché non è mai rimasto nulla sul territorio delle risorse primarie, che soprattutto dalla montagna derivano, a cominciare dall'acqua?», si chiede Castelli.

Un'altra sfida riguarda il superamento del gap digitale. E l'orizzonte della svolta dovrebbe essere 2021-22, quando Open Fiber, grazie a finanziamenti soprattutto comunitari, dovrebbe portare "l'internet ad alta velocità" nel 90% del Paese in modo capillare. «Questo permetterà di superare le distanze fisiche e, in tempi di smart working, consentire a chiunque di guardare la montagna dalla finestra ed allo stesso tempo interloquire con il resto del mondo», dichiara Massimo Castelli.

In Italia, esiste già in via sperimentale una strategia nazionale per le aree interne, rivolta a 1.000 piccoli comuni. Obiettivo da una parte rafforzare le infrastrutture per potenziare i servizi fondamentali, dalla scuola alla salute alla mobilità; dall'altra fare da leva per gli investimenti. E dalla fiscalità di vantaggio, agli incentivi per le attività economiche, ai programmi di sviluppo rurale, sono molte le misure, che potrebbero rientrare nel piano a tutela di queste aree. «Ma per gran parte dei punti toccati, sono mancati i decreti attuativi», lamenta Ermete Realacci, ambientalista e politico italiano. Così in attesa di un nuovo piano nazionale, sono sempre di più i comuni che avviano proprie iniziative, e le alternative per resistere ed invertire la tendenza demografica sono o «creare lavoro, o dare incentivi per venire», come quelli inseriti nella legge di Bilancio per i comuni del Mezzogiorno. Per Castel Del Giudice, in Molise, invece il punto di ripartenza è stata la riqualificazione, con un progetto di crowdfunding di un vecchio edificio scolastico, ormai inutilizzato per mancanza di bambini e trasformato in casa di riposo, che «ha dato lavoro a 22 dipendenti in modo stabile», spiega il sindaco, Lino Gentile. E poi la creazione di una cooperativa, per la coltivazione di mele biologiche in terreni abbandonati. È ora qui che ad esempio lavora uno dei giovani, trasferito da Torino nel paese di origine della madre. «Ho lasciato la città, dopo aver perso il lavoro nel mondo della finanza e sono stato richiamato anche dagli affetti, per una casa rimasta ormai vuota. Ora mi occupo di mele», sorride Omar, 30 anni. E poi proliferano in tutta l'Italia

dell'entroterra iniziative per attrarre turisti e potenziali nuovi abitanti, con ogni modo «Noi con l'arte e con l'iniziativa Terravecchia - artisti che dipingono i muri antichi del paese, ogni anno con un tema e vivono insieme agli abitanti che li ospitano - puntiamo a fare innamorare del nostro paese chi ad esempio può essere stanco della città. E allora facciamo conoscere la qualità dell'aria e della vita», racconta Giuseppe D'Amico, vicepresidente dell'associazione culturale Terravecchia a Frasso Telesino, 3mila anime nel Sannio, ai piedi del parco nazionale del Taburno. Ecco che allora i limiti, come quello della distanza dalle metropoli possono diventare pregi. «Siamo su fortino assediato, lavoriamo per le generazioni future, ma sono certo che un ritorno su questi territori sarà fondamentale per la nazione», conclude Massimo Castelli dell'Anci, che indica la necessità di «ripensare lo sviluppo del nostro territorio, anche considerando l'inquinamento di aree come la pianura padana».<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> “L'esodo svuota i piccoli borghi italiani, in sei anni sono spariti 75mila abitanti”, 2018; [www.anci.it](http://www.anci.it)





## II

### ANALISI E OBIETTIVI DI PROGETTO

#### Presupposti iniziali e obiettivi del servizio

Il servizio raccoglie le disponibilità e le opportunità offerte dalle caratteristiche intrinseche naturalistiche e socio-culturali dell'area interna dell'**Appennino Tosco-Emiliano**, focalizzando l'attenzione sui comuni di **Castiglione dei Pepoli** e **San Benedetto val di Sambro**, e relative frazioni. Entrambi i comuni fanno parte dell'Unione dei comuni dell'Appennino bolognese, una comunità di dieci comuni montani che hanno creato questo strumento per parlare un'unica lingua fra tanti territori, certamente simili, ma ognuno con le proprie specificità e peculiarità, uniti negli aspetti gestionali e amministrativi, capaci di rispettare le proprie tradizioni e le proprie origini culturali, un'unica squadra che ha come obiettivo comune la promozione della montagna locale.

La scelta di questi due comuni è da un lato strategica perché sono stati già opportunamente indagati nel corso "Laboratorio di Tecnologie C.I.", suddiviso nei due moduli "Servizi e prodotti per l'ambiente costruito" e "Tecnologie Sostenibili", come già descritto nell'introduzione. Dall'altro lato la scelta è giustificata dall'offerta di peculiari caratteristiche che li rendono unici e ricchi di opportunità per sviluppare un servizio orientato verso la ri-scoperta delle zone interne e la loro valorizzazione, con un cambio di visione sull'abitare questi luoghi e che li aiuti a svilupparsi attraverso una "rete di connessione" tra borghi montani, favorendo l'incremento di una coscienza di luogo che sia intrinseca e ben definita nella comunità locale e non solo. Lavorare sull'immaginario è uno dei sensi fondamentali di un'espressione oggi tanto diffusa di cui però spesso sfuggono i contorni; lavorare sull'immaginario significa esattamente **rigenerazione culturale**, dove la cultura non è un settore tra gli altri, ma è l'elemento generativo di quella **coscienza di luogo** che produce riconoscimento del luogo, riconoscimento di sé nel luogo e nelle tante comunità che lo abitano. Generando riconoscimento, in altre parole, l'immaginario riattiva quella coscienza di luogo indispensabile per produrre radicamento. L'immaginario è un defibrillatore necessario: rigenera orizzonti di senso, (individuali ma) non particolaristici, in connessione con i giacimenti di valore del luogo, ed è quindi la radice indispensabile per nuovi radicamenti ("nuovi" non

solo in quanto riferiti a nuovi abitanti, “nuovi” invece soprattutto rispetto a chi già vive nei paesi ma se ne sente distante). Le aree interne certamente muoiono per le infrastrutture carenti, per un mercato del lavoro contratto, per i servizi assenti, ma sotto tutto questo, la terra su cui tutto questo dovrebbe innestarsi è arida, secca: **la coscienza di luogo nei vari territori del margine è quasi del tutto spenta**. Si fa enorme fatica a ricostruirla e ad alimentarla. Si tratta di un black-out terribile, su cui ancora non c'è sufficiente attenzione. Senza una forte e salda coscienza di luogo potremmo anche portare in queste aree del Paese il lavoro, i servizi e le infrastrutture, ma non attecchiranno, non produrranno nulla, saranno magnifiche operazioni che aggiungeranno nulla a nulla, e a costi altissimi. Un borgo con il wi-fi e con maggiori e più efficienti servizi essenziali è certamente un borgo più vivibile ma non è per questo automaticamente un borgo più desiderato. Una buona infrastruttura senza anima continua a girare a vuoto.<sup>1</sup>

Considerando tali affermazioni e raccogliendo l'estesa e variegata opportunità offerte dai territori dell'appennino bolognese, il servizio ha preso una direzione precisa rispondendo a bisogni ed esigenze più o meno latenti.



<sup>1</sup> “La rigenerazione culturale che produce coscienza di luogo: una strategia locale e molecolare per ripensare le aree interne”; Fabrizio Ferreri; Orticalab; aprile 2022.



Gli **obiettivi del servizio Sens[EN]able** quindi sono:

- 1. Valorizzare l'area appenninica bolognese** (in particolare i comuni di Castiglione dei Pepoli e San Benedetto val di Sambro) per risolvere aree spesso oggetto di svalutazione e abbandono, e ri-scoprire l'ampia tradizione naturalistica, culturale, storica e sociale presente e sedimentata capillarmente nella zona.
- 2. Contrastare lo spopolamento dei borghi abitati presenti**, in particolare **aumentando la coscienza di luogo** di chi già vi abita, rinforzando il radicamento e la consapevolezza attraverso il tentativo di costruzione di un immaginario, e mantenere così un equilibrio demografico sul territorio (facilitando il ricambio generazionale nel momento in cui scomparirà la vecchia generazione).
- 3. Sensibilizzare la comunità e più in generale gli utenti del servizio nei confronti delle persone portatrici di disabilità sensoriali** (in particolare assenza della vista), aumentando il senso di inclusione e accessibilità di queste zone, favorendo il rafforzamento e l'accrescimento della comunità locale.



## 1. Valorizzazione dell'area appenninica bolognese

I monti, le piccole valli, le storiche vie di comunicazione, i tanti paesi, gli splendidi borghi di antica memoria come la Scola, e ancora gli importanti insediamenti etruschi di Marzabotto, con lo straordinario Museo e area archeologica Pompeo Aria, le chiese e i campanili, le ferriere, i mulini, i fienili del Campiario di Grizzana Morandi, la Rocchetta Mattei, il contrafforte pliocenico di Monzuno, il fascino di Montovolo, le grotte di Labante di Castel D'Aiano, la Linea Gotica da Monte Pero di Vergato fino a Castel D'Aiano e Gaggio Montano. Un immenso territorio verde, praticamente incontaminato, attraversato da centinaia di sentieri, il santuario di Bocca di Rio, la bellezza di parchi come quello storico di Monte Sole, o quello naturalistico dei laghi di Suviana e Brasimone nel comune di Camugnano, il sistema dei laghi con le relative offerte per il tempo libero, e ancora i fiumi di questo territorio vere e proprie riserve naturali per animali e piante rare e preziose, l'orrido di GEA, la valle dell'Aneva, la ricchezza di un'offerta gastronomica sempre di eccellenza, la chiesa romanica di Rocca di Roffeno e di Panico, i manufatti dei maestri comacini, la Chiesa di Alvar Aalto a Riola, le vetrate di Luigi Ontani nel Palazzo dei Capitani della Montagna a Vergato, la gentilezza e l'ospitalità delle comunità che vivono in questo territorio.

Questo e molto altro è la montagna bolognese, e per poter valorizzare questo territorio, per farlo conoscere e apprezzare, dieci Comuni (Marzabotto, Vergato, Grizzana Morandi, Gaggio Montano, Castiglione dei Pepoli, Castel di Casio, San Benedetto Val di Sambro, Monzuno, Castel D'Aiano e Camugnano) hanno deciso di dare vita all'**Unione dei comuni dell'Appennino bolognese**, un unico strumento amministrativo per parlare un'unica lingua fra tanti territori, simili, ma con le proprie specificità e peculiarità, uniti negli aspetti gestionali e amministrativi, capaci di rispettare le proprie tradizioni e le proprie origini culturali, un'unica squadra che ha come obiettivo comune, la promozione della propria montagna.

## L'importanza della prevenzione in contesti rurali

Dare e portare valore a questi territori montani dell'Appennino ha inoltre forti ripercussioni che spesso non si pensano o rimangono sotto traccia fino all'accadimento di avvenimenti catastrofici e improvvisi. Infatti questo ambiente riveste un'importanza fondamentale per l'equilibrio idrogeologico delle sottostanti aree di pianura dove ha luogo un intenso sviluppo urbano e industriale: per cui la sua conservazione fisica e il suo assetto culturale interessano non solo l'abitabilità e lo sviluppo della "zona omogenea" montana, bensì anche la fruibilità di tutto il territorio ad essa sotteso. L'ambiente naturale della montagna bolognese presenta all'attività e agli insediamenti umani "condizionamenti" di cui non si può non tenere conto, ma dispone anche di risorse naturali, spesso poco conosciute, che possono costituire validi fattori di riequilibrio ecologico e sociale e svolgere un'importante funzione di complementarità economico - produttiva con altri territori. Per questo la regione Emilia-Romagna pone grande attenzione alla cura e all'equilibrio di questi territori montani, con progetti ed iniziative prioritarie di sviluppo e prevenzione rurale.

Le aziende agricole delle zone collinari e montane svolgono una fondamentale funzione di presidio e di difesa del suolo che porta benefici anche ai territori di pianura, ma, allo stesso tempo, sono le prime a essere minacciate dai fenomeni di dissesto idrogeologico che possono danneggiare le strutture di servizio e limitare fortemente l'attività agricola. È per questo che nel Programma di sviluppo rurale (Psr) 2014-2020 sono state previste azioni di sostegno alle aziende agricole, sia per interventi di prevenzione dei fenomeni di dissesto, attraverso sistemazioni idraulico-agrarie e forestali strutturali, come drenaggi profondi e opere di consolidamento, sia per investimenti di ripristino delle strutture e del potenziale produttivo danneggiato da eventi calamitosi, quali appunto frane e dissesti.

È però evidente che queste azioni possono essere attuate solo se vi sono aziende agricole vitali, che continuano a presidiare e a operare su un territorio, quello collinare montano, nel quale l'attività agricola affronta maggiori vincoli, limitazioni e costi rispetto alla pianura. Questo può essere ottenuto solo se si garantiscono condizioni di redditività e di accesso ai servizi adeguati. Il Psr affronta questo tema come una priorità trasversale che ha come fine il riequilibrio territoriale e il contrasto allo spopolamento e all'abbandono dei terreni agricoli nelle zone rurali. La principale azione di difesa del suolo rimane infatti quella di mantenere le aziende agricole nel territorio collinare e montano, arrestando e se possibile invertendo il **fenomeno dell'abbandono dei terreni agricoli che è la prima causa dell'insorgere dei fenomeni di dissesto**.<sup>1</sup>



Dissesto idrogeologico in Appennino

<sup>1</sup> "Il dissesto in Appennino, l'importanza della prevenzione"; Assessorato Agricoltura, Caccia e Pesca, Regione Emilia-Romagna; Gennaio 2018.

## Il parco dell'Appennino Tosco-Emiliano

Da sempre formidabile cerniera di contatto tra il mondo Mediterraneo e quello europeo, il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano offre una grande varietà di luoghi storici, habitat naturali e paesaggistici. Lungo la grande dorsale appenninica che taglia in due la penisola italiana, sopra i 2.000 metri di altezza, svettano alcune tra le più alte cime di tutto l'Appennino settentrionale come il Monte Cusna, il Monte Prado e l'Alpe di Succiso, mentre più in basso, nella valle del fiume Secchia, il parco include anche la celebre Pietra di Bismantova. A testimonianza sono moltissimi i borghi, i monumenti e gli edifici architettonici (chiese, pievi, castelli, torri e musei) che raccontano la storia, la cultura e il folklore di questo territorio, senza poi non contare le vie storiche (come la via del Sale o la via Francigena) che ancora oggi vengono percorse. Un caleidoscopio di paesaggi e di emozioni che non tralascia neanche il gusto e la buona cucina e che affida a suoi innumerevoli prodotti tipici a marchio DOP e IGP e presidi Slow Food il senso della tradizione.

Il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano racchiude in sé la maggior parte degli elementi naturali che caratterizzano il crinale Appenninico settentrionale. Il suo territorio si presenta come un complesso mosaico di ambienti cui corrisponde una biodiversità straordinariamente ricca. Dalle cime si aprono grandi panorami su praterie di vetta, brughiere, boschi di faggio e conifere, valli profonde e impetuosi corsi d'acqua che si gettano in tranquilli laghetti montani e preziose torbiere. Tra la fauna spiccano l'aquila reale e il lupo, da anni stabile negli angoli più selvaggi, grandi mammiferi come il cervo, il cinghiale e il capriolo, e numerosissimi uccelli e anfibi di tipo alpino.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.emiliaromagnaturismo.it](http://www.emiliaromagnaturismo.it)





1. Veduta del parco dell'Appennino Tosco-Emiliano; 2. Fauna locale: Cervo adulto;  
 3. La strada romana Flaminia Militare, sulla Via degli Dèi; 4. Tipiche castagne locali;  
 5. Borgo Musolesi, gruppo di case in sasso nel comune di San Benedetto val di Sambro.

## Il comune di Castiglione dei Pepoli

Castiglione dei Pepoli (conosciuto anche come Castiglione de' Pepoli; Castiòn in dialetto bolognese montano alto) è un comune italiano di **5395 abitanti** della città metropolitana di Bologna in Emilia-Romagna. Noto dapprima come Castiglione dei Gatti, il nome fu cambiato nel 1863, in ricordo del passato feudale. Nel XII secolo, infatti, si trovava sotto la signoria feudale dei conti Alberti di Prato e Mangone, mentre nel 1340 le terre degli Alberti furono vendute ai Pepoli, da dove deriva l'attuale nome. La sua storia si articola in diversi avvenimenti collegati strettamente alla Toscana e all'Emilia-Romagna, vista la posizione di confine tra le due regioni. Il territorio comunale (65,8 km<sup>2</sup>) è prevalentemente ricoperto da boschi nella parte meridionale, mentre a settentrione del capoluogo la superficie boscosa è intervallata da aree coltivate e da prati. Dal 1960 è attiva l'Autostrada del Sole, che attraversa il territorio fra i caselli di Pian di Voglio e di Roncobilaccio, nel quale è situata una nota area di servizio. Dal 2015 è aperta la Variante autostradale di valico, che passa sotto il territorio del comune con la galleria di base, lunga più di otto chilometri. Il paese è quindi servito da due caselli autostradali: quello di Roncobilaccio, sulla A1, e quello più recente di Badia, sulla A1 var. Inoltre è presente anche un collegamento ferroviario, infatti vi è la stazione denominata "San Benedetto Val di Sambro-Castiglione dei Pepoli", si trova sulla linea Bologna-Firenze ed ha una buona frequenza di passeggeri, tuttavia dista 15km dal centro del paese.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.wikipedia.org/wiki/Castiglione\\_dei\\_Pepoli](http://www.wikipedia.org/wiki/Castiglione_dei_Pepoli)



## Il comune di San Benedetto val di Sambro

San Benedetto Val di Sambro (San Bandàtt in dialetto bolognese montano medio) è un comune italiano di **4185 abitanti** della città metropolitana di Bologna in Emilia-Romagna. Il suo territorio (66,71 km<sup>2</sup>) raffigura grosso modo un quadrilatero irregolare con orientamento nord/sud. Il lato meridionale corre lungo il crinale dell'Appennino tosco-romagnolo e funge da confine con la città metropolitana di Firenze. A ovest il fiume Setta lo divide dal comune di Castiglione dei Pepoli, a est il Savena da quello di Monghidoro. A settentrione, confina con i comuni di Monzuno e Grizzana. Il monte più elevato è monte Bastione (1190 m s.l.m.), seguito dal monte dei Cucchi (1140 m s.l.m.). Le valli del Savena e del Setta lo attraversano ai lati da sud a nord. Nel mezzo si trovano le valli del Sambruzzo e del Sambro, che dà il nome al Comune. Tra gli altri corsi d'acqua ricordiamo il Rio Voglio che dà il nome alla frazione di Pian del voglio. Degno di nota anche il lago di Castel dell'Alpi. La flora locale si caratterizza per l'elevata presenza di querce, mesofile e xerofile, boschi di castagno, di faggio e abete. La fauna è caratterizzata dalla presenza di molti animali selvatici, sia di piccola taglia, come le lepri e i fagiani, sia di taglie maggiori, come cinghiali e cervi. Di grande rilevanza la presenza di alcuni rapaci rari. Vi sono poche fonti sul territorio risalenti al periodo antecedente il basso medioevo. Tuttavia resta degna di menzione la scoperta dei tratti di una antica strada romana, la cosiddetta Flaminia Minore o militare, nei pressi dell'abitato di Pian di Balestra. Il comune presenta una forte vocazione turistica, soprattutto di stampo naturalistico. Oltre alla normale villeggiatura estiva infatti il territorio presenta numerosi percorsi per camminate, il più famoso dei quali è certamente la Via degli Dei, che transita da Madonna dei Fornelli e Pian di Balestra. La stazione che serve il comune sulla linea ferroviaria Bologna-Firenze (che dista 10 km dal centro del paese) è rimasta tristemente famosa per via di due attentati terroristici susseguiti nel giro di una decina di anni: il più conosciuto avvenne il 4 agosto 1974, quando una bomba esplose sul treno Italicus Roma-Monaco di Baviera, uccidendo 12 persone e ferendone 44; l'attentato fu rivendicato da una organizzazione terroristica neofascista.<sup>1</sup>



Mappa della Città metropolitana di Bologna.  
In blu l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese

<sup>1</sup> [www.wikipedia.org/wiki/San\\_Benedetto\\_Val\\_di\\_Sambro](http://www.wikipedia.org/wiki/San_Benedetto_Val_di_Sambro)

## 2. Tra radicamento e consapevolezza dei luoghi

La recente crisi pandemica ha chiaramente evidenziato come sia necessario ripensare e riapprocciarsi ad una serie di strategie e buone pratiche che fin'ora sono state accantonate o non sviluppate a sufficienza, sia per negligenza che per una gestione errata e distratta delle risorse.

Le strategie di sviluppo socio-economiche-culturali per il post Covid-19 dovranno essere sostenibili sotto tutti i punti di vista e, per attuarle, non potremo prescindere da un nuovo approccio etico che richiederà diverse competenze. Le aree di montagna sono da considerare zone economiche speciali e, come tali, vanno intese per porre un freno allo spopolamento con diverse azioni atte a sostenere la crescita di quelle realtà imprenditoriali che, anche quando sono di piccole dimensioni, danno un contributo importante, in termini di lavoro e indotto generato, per le aree limitrofe. Tutti noi saremo chiamati a mettere a disposizione la nostra identità storico-culturale e la creatività che da sempre ci caratterizza al fine di creare nuovi driver per l'impresa del turismo e per il settore culturale. La montagna, infatti, è da sempre uno dei migliori esempi di economia circolare, perché dotata di "capitale naturale" che rappresenta la più grande risorsa a nostra disposizione. Ecco perché è di vitale importanza rafforzare le relazioni montagna-pianura. Ma per fare tutto ciò occorre partire dai servizi alle comunità. È quindi necessario ripensare il ruolo del terzo settore, incentivare la cooperazione e la crescita di network tra gli attori sociali ed economici locali, nazionali ed europei. Dobbiamo rendere accessibili i servizi per i cittadini, e per le imprese, passando attraverso le nuove tecnologie, semplificando gli aspetti burocratici e rendendo disponibili i gateway direttamente sugli smartphone e device.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "Montagna e pianura per un rapporto paritario"; On. Alessandro Panza; Gente in Movimento; 12 maggio 2020.

## L'Appennino come "osso" della nazione

*Qui va a perdere tutto! [...] Va proprio tutto a perdere. [...] Se dura poi sempre così per i giovani va bene. Ma non dura. [...] Noi non lo vediamo più, ma cambierà. Qui tornerà tutto popolato come una volta.*

Nuto Revelli, Il mondo dei vinti, 1977

Ma bisogna specificare che la situazione ideologica e sociale e i relativi problemi di scarsa considerazione delle aree interne non sono sorti con l'avvenire della recente pandemia (che ha avuto altresì il merito di farli emergere con forza), ma risalgono addirittura al secolo XIX. **A partire infatti dall'unificazione dell'Italia una porzione estremamente consistente della superficie nazionale è stata progressivamente declinata in vari modi: come terra di nessuno e di niente e come terra di conquista, una tabula rasa morale e materiale; come baluardo dell'ordine idrogeologico, un "male necessario"; come luogo di emigrazione e di esodo, una "fabbrica di uomini"; come landa improduttiva, l'"osso" di un'agricoltura che aveva la propria "polpa" in pianura; come punto di partenza per elaborare un nuovo modello socio-economico, un "patrimonio delle arretratezze".** Conseguentemente, fino ai primi anni Duemila le politiche per le terre alte si sono misurate con i loro limiti - quali "socialità perduta, retaggio e insieme testimonianza di un tipo di economia arcaica, poco competitiva, in qualche modo contrapposta alla città" (Ferlaino, Rota 2013, 24-25) - piuttosto che con le loro potenzialità. Parallelamente alle attribuzioni di senso e di funzioni che il dibattito pubblico e scientifico ha conferito a tali zone, si è assistito a un allargamento dell'area percepita come problematica. Alla fine degli anni Sessanta apparve evidente che la questione territoriale non coincideva più con quella montana. La fase della ricostruzione all'indomani della Seconda Guerra Mondiale aveva marginalizzato ed estromesso dalla narrazione e dalle pratiche di modernizzazione

del paese e del relativo sviluppo economico non solo le aree montane, ma anche quelle collinari. In quegli anni iniziava a essere utilizzata la locuzione di area/e interna/e e si intraprese quel lento e difficile processo di analisi prima e di rilancio poi che ha riguardato e riguarda il 64% della nostra penisola. Tale processo nell'ultimo lustro sta cogliendo i primi frutti concreti. Oggi infatti, alcuni embrionali ma concreti segnali di ripresa fanno ben sperare sulla possibilità di ridisegnare la geografia degli equilibri e della coesione territoriale italiana. Ancora una volta, questi accenni di vitalità materiale seguono una ridefinizione teorica delle aree interne come patrimonio naturale e culturale del Paese e del loro potenziale ruolo all'interno delle dinamiche nazionali. Il rilancio e la riattivazione dei tre quinti della nazione passa, dunque, per la rottura della immagine stereotipata dei luoghi in rilievo come luoghi di arretratezza e si basa sulla valorizzazione della loro diversità di risorse e vocazioni, sul ripensamento della relazione tra tradizione e modernità e il superamento della loro dicotomia. "L'arretratezza, fino a qualche tempo fa commiserata e stigmatizzata, può oggi costituire una risorsa di modernità" ed è all'insegna dell'"autenticità" - legata a doppio filo proprio all'"arretratezza" - che sta avvenendo il rilancio di molti Comuni (Viazzo 2007, 18-20). Le aree interne rappresentano dei laboratori per innovativi indirizzi di politica economica e ambientale (Franceschetti e Argenta 2002; Schoeneich e de Jong 2008): sono luoghi di affermazione di un modello diverso di produzione agro-alimentare; di sperimentazione dell'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili e di sistemi di gestione virtuosa dei rifiuti; di attuazione di progetti di integrazione sociale.<sup>1</sup>

Un esempio concreto e recente di tale situazione è il terremoto che ha colpito paesi del Reatino il 24 agosto 2016. L'immagine della torre dell'orologio di Amatrice (tredicesimo secolo), che svetta ancora intatta su un cumulo di abitazioni in macerie, è un atto di accusa che i costruttori dei secoli passati lanciano contro la modernità di cartapesta dei contemporanei. E infatti il terremoto ha svelato e gettato luce su quelle estese aree del nostro territorio che per convenzione ormai chiamiamo "aree interne". E' la vasta Italia della dorsale appenninica e pre-appenninica, l'Italia delle montagne e soprattutto delle

<sup>1</sup> "Dalla montagna alle aree interne. La marginalizzazione territoriale nella storia d'Italia"; Roberta Biasillo; Storia e Futuro; 30 luglio 2018.

colline. Un'area che si va sempre più spopolando, disgregando tanto sotto il profilo sociale che territoriale, modificando in maniera drammatica la geografia nazionale. **Un immenso "osso" - per riprendere una vecchia e nota metafora di Manlio Rossi Doria - si va sempre più dilatando lungo la fascia centrale della Penisola, mentre la "polpa" - l'area più ricca di attività produttive, servizi, popolazione - si va restringendo progressivamente sui versanti costieri.** L'abbandono delle aree interne comporta infatti il progressivo decadimento di un immenso patrimonio edilizio, spesso frutto di una sedimentazione secolare, e non privo di beni monumentali di pregio. Ma con i paesi deperiscono anche le economie che li sostenevano. Per millenni la nostra agricoltura è stata prevalentemente collinare. Ora si lascia che terre fertili - fonte di sostentamento e ricchezza per infinite generazioni - siano abbandonate, invase dalla macchia, o oggetto di speculazione edilizia. E che dire dei boschi, habitat produttivi di prima grandezza, ecosistemi di rilevante utilità, oggi sempre più lontani da un orizzonte di governo consapevole? Come se la ricchezza dell'Italia si esaurisse nell'industria e nelle banche. Come se l'industria e perfino le banche non dipendessero alla fin fine anche dalla salute del territorio. Le attuali classi dirigenti ignorano infatti sovraneamente il delicato equilibrio ambientale su cui si è venuta evolvendo la geografia della Penisola. Questo equilibrio ha avuto il suo centro nell'area dell'"osso", là dove si formano le forze dinamiche dei processi erosivi che dal monte scendono a valle, verso le coste e il piano. Se le aree interne vengono abbandonate e nessun aggregato demografico presidia più il territorio, questo equilibrio si rompe e la "polpa" delle pianure e delle coste pagherà prezzi altissimi ad ogni alluvione stagionale. Anche le industrie ed i servizi verranno colpiti. Strano Paese il nostro. Ormai da anni demograficamente fermo, con una popolazione sempre più vecchia, investe soldi, istituzioni ed energia per segregare tanti disperati che approdano alle nostre coste come degli appestati. Infine si auspica che la ricostruzione dei paesi distrutti dal sisma non avvenga secondo una logica di puro risarcimento delle popolazioni colpite, ma costituisca l'avvio di un nuovo corso per fare dell'Italia interna il cuore di un rinnovato rapporto tra popolazioni e risorse.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "L'osso dell'Appennino la polpa delle pianure"; Piero Bevilacqua; Il Manifesto; 25 agosto 2016.

## L'eccellenza del settore nel legame con il territorio

Abbiamo quindi chiesto agli intervistati [*imprenditori enogastronomici che hanno avviato e conducono attività sul territorio, ndr*], come si caratterizzi a loro parere l'eccellenza nel settore enogastronomico, quali siano quindi gli elementi distintivi e peculiari. Abbiamo riscontrato un'idea comune basata principalmente sulla produzione e commercializzazione di prodotti a km 0, interamente connessi al territorio a 360 gradi, al di là del mero consumo. **L'eccellenza del territorio è, quindi, il territorio stesso.** Il prodotto locale permette infatti al consumatore di riscoprire e risalire alle radici dell'Appennino, alle sue tradizioni, alle lavorazioni artigianali, ai suoi sapori, odori e colori tipici. Un ulteriore elemento che caratterizza l'eccellenza enogastronomica, evidenziato tanto da Lucia Antonelli quanto da Franco ed Armando Santoli, riguarda il recupero di quella dimensione umana, semplice ma intima al contempo, tra chi vende e chi compra. Il cliente infatti è sempre più attratto da prodotti che siano coerenti con la cultura locale, con l'arredamento del negozio o del ristorante, e che siano "permeati di umanità", nel senso che sia possibile ricondurli a chi li ha prodotti e alla sua storia personale.

I soggetti intervistati ci hanno poi fornito alcuni esempi di eccellenza locale nel settore, qualche prodotto o produttore che, a loro avviso, si distingue dagli altri per le sue caratteristiche peculiari. I mirtilli, i lamponi, la castagna, l'ortica, il miele, ma anche formaggi ed i salumi sono sicuramente prodotti che identificano il territorio appenninico. Tra le imprese è stata ricordata l'azienda agricola "**Muratori Remo**", in località Creda a Castiglione dei Pepoli; si tratta di un'azienda a gestione familiare che da quarant'anni alleva galline le cui uova sono molto apprezzate dalle trattorie del territorio. Sempre a Castiglione è stata menzionata la "**C.a.s.p. Valle del Brasimone**" che attraverso il punto vendita, collocato nel mulino, offre prodotti del territorio. Sulle sponde del Lago di Suviana, a Camugnano, c'è poi il ristorante "La Spiaggetta" che propone una cucina casalinga con ricette locali tramandate da generazione in generazione. Al confine tra Emilia-Romagna e Toscana, infine, nella località Ponte della Venturina, è stato ricordato il ristorante biologico "Ca-ciosteria dei Due Ponti", che propone formaggi e salumi di altissima qualità.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "Per una rinascita delle aree interne, una ricerca nell'Appennino Bolognese"; pp 58-59; Gabriele Manella; FrancoAngeli Editore; 2017.

## L'eccellenza enogastronomica come vocazione turistica

Un ultimo tema su cui abbiamo deciso di focalizzare l'attenzione riguarda l'enogastronomia come possibile fattore di sviluppo turistico. In particolare, abbiamo chiesto se l'eccellenza dei prodotti possa diventare il motore di un turismo nuovo, non di massa ma di qualità.

Tutti i soggetti intervistati [*imprenditori enogastronomici che hanno avviato e conducono attività sul territorio, ndr*] sono fortemente convinti che questa sia la vocazione delle Valli del Reno e del Setta. Il loro lavoro, infatti, va proprio in questa direzione: dal curare ogni dettaglio al controllare direttamente la filiera produttiva, dal riscoprire antiche ricette e sapori tradizionali al diffondere la cultura del buon cibo e del buon vivere. **Ciò che tutti sottolineano è la necessità di una presa di coscienza, dalla comunità locale alle amministrazioni, del grande valore che l'Appennino custodisce silenziosamente: la natura, la grande biodiversità di flora e fauna che l'hanno reso patrimonio dell'Unesco, la genuinità dei prodotti.** Come ci è stato detto da Franco e Armando Santoli, «quando riesci a scoprire la parte più nascosta dell'Appennino non andresti più via».<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "Per una rinascita delle aree interne, una ricerca nell'Appennino Bolognese"; pp 59; Gabriele Manella; FrancoAngeli Editore; 2017.

### 3. La rete di comunità e la sensibilizzazione verso le disabilità sensoriali

Come è già stato enunciato nel paragrafo “Il ritorno alle aree interne, una riflessione ‘territorialista’” (pagina 9), la crisi pandemica ha risvegliato e riscoperto portandovi grande attenzione alcune pratiche sociali resilienti, vere e proprie tendenze neorurali che prendono piede ovunque – anche nelle grandi città come Milano – risvegliando modalità mutualistiche, di volontariato, di autogestione, di sostegno agli ultimi da parte dei penultimi. I cosiddetti territori marginali infatti sono densi di pratiche di “società solidale” e di attività innestate in reti capillari di prossimità, fondamentali per l’inclusione sociale e per rimettere al centro di progetti di sviluppo i territori stessi.

Questa realtà già presente accompagnata dalla necessità di implementare queste azioni sociali di “rete” ha fatto scaturire diverse iniziative e progetti a diversi livelli, tra questi l’Associazione Borghi Autentici d’Italia, una rete fra territori dove protagoniste sono le persone e le comunità, realtà che decidono di non arrendersi di fronte al declino e ai problemi ma che scelgono di mettere in gioco le proprie risorse per creare nuove opportunità di crescita. L’associazione è descritta più dettagliatamente nel capitolo dedicato ai casi studio.

Per rafforzare e accrescere il senso di comunità e ripensare un modo di “abitare” i territori interni si è pensato di utilizzare quello che già è presente sul territorio stesso, ovvero **prendere le sue caratteristiche intrinseche e renderle componenti base del progetto di servizio**. Partire da queste consente di essere sicuri di lavorare con elementi di assoluta qualità e unicità, trattandosi di prodotti tipici locali, eccellenze storiche e naturalistiche, comunità sociale locale, peculiarità presenti solo in loco.

### Un quadro territoriale eterogeneo

Un elemento centrale che siamo andati a toccare riguarda il rapporto delle aziende con il territorio, facendo riferimento da un lato alle altre imprese ed alle associazioni di categoria, dall’altro agli attori locali istituzionali. Dalle interviste è emerso un quadro piuttosto eterogeneo.

Vincenzo Severino, titolare del birrifico “Il Gaggiolino”, lamenta alcune difficoltà nel produrre sinergie. Le istituzioni hanno avuto inizialmente un certo distacco, per poi scorgere nella sua attività delle potenzialità per promuovere uno sviluppo del territorio. Il merito, a suo avviso, va rintracciato nell’attività stessa che è riuscita, poco a poco, a coinvolgere i produttori locali e la gente del posto. Al tempo stesso, l’intervistato non riferisce di rapporti con altri birrifici locali che, secondo lui, non riescono a fare “sistema”, né a condividere idee ed innovazioni.

Anche Luigi Ottonelli, produttore del vino IGT “Il Morastello”, racconta come l’azienda abbia dovuto “fare tutto da sola” per farsi riconoscere: partecipando alle fiere, contattando punti vendita e ristoranti della zona che tuttavia inizialmente si sono mostrati piuttosto cauti. Un momento importante è stato la partecipazione a “L’Appennino scende in città”, evento promosso dalla collaborazione tra il Tavolo del Turismo dell’Appennino Bolognese ed il Comune di Bologna. Alla fine di novembre, in Piazza Maggiore a Bologna, sono stati allestiti degli stand dedicati agli itinerari turistici ed ai prodotti tipici dell’Appennino, favorendo quindi un momento d’incontro tra montagna e città. Al contrario dei primi due intervistati, Aldo Zivieri riconosce un supporto delle istituzioni ai propri progetti. L’iniziativa “Chef...al Massimo” è il caso più lampante; il supporto è stato ed è importante nell’organizzare questa giornata dedicata alla buona tavola ed al piacere di stare insieme, richiamando ogni anno migliaia di persone tra volontari, partecipanti e chef.

Anche Lucia Antonelli, chef del ristorante “La Taverna del cacciatore”, dà un’immagine buona del rapporto con le istituzioni del territorio. Sostiene infatti che questo momento storico si caratterizza per una forte presa di consapevolezza del valore dell’Appennino da parte di operatori turistici ed economici, amministratori ed associazioni di categoria. L’amministrazione locale sta attuando alcune politiche strategiche, in un’ottica collaborativa con gli attori locali, al fine



di promuovere e valorizzare Castiglione dei Pepoli nelle sue bellezze naturali ma anche nelle sue attività commerciali.

Anche Franco e Armando Santoli, del ristorante “Il Bassotto”, concordano sull’importanza della collaborazione con il territorio, sottolineando però maggiormente il versante delle imprese. Il ristorante infatti si rivolge a più di 40 aziende agricole locali per la composizione dei menù, l’acquisto dei prodotti e la selezione delle materie prime: questa scelta deriva non solo dalla necessità di ottenere prodotti di qualità ma anche dalla convinzione che sia necessario “aiutarsi reciprocamente”, cooperare, per far sì che anche le realtà imprenditoriali minori possano crescere. Un esempio di tale collaborazione è proprio a Porretta Terme dove ogni sabato, in Piazza delle Tele, si svolge un mercato agricolo con prodotti tipici locali a km zero, dove i produttori vendono direttamente ai consumatori.

Al di là delle diverse esperienze, comunque, **tutti gli intervistati segnalano che è ancora difficile intraprendere un percorso comune per valorizzare il territorio e l’identità locale: tanto le imprese quanto le istituzioni, passando per gli abitanti stessi, faticano a potenziare un tessuto sociale che in Appennino esiste ma è ancora troppo frammentato.** Di tutto ciò gli imprenditori che abbiamo intervistato sono coscienti. A un primo impatto sembra che questa zona non sia molto fertile per le aziende, in particolare per quelle piccole: **il mancato supporto istituzionale, la difficoltà a fare sistema, l’accessibilità, sono alcuni dei problemi menzionati.** Nonostante ciò, appare chiaro che gli imprenditori che hanno deciso di restare e dare fiducia al territorio svolgono il loro lavoro con un attaccamento particolare alle proprie radici. **Hanno voglia di raccontare l’Appennino, chi lo abita e chi ci lavora, la storia e le tradizioni della montagna;** il loro desiderio è far sì che il turismo, nelle sue innumerevoli sfaccettature, diventi cultura da promuovere, diffondere e valorizzare. [...] L’Osservatorio Regionale per il Turismo dell’Emilia-Romagna, già in un rapporto del 2011, evidenzia come **i prodotti agroalimentari tipici concorrano non solo alla costruzione dell’identità di un territorio ma soprattutto ad attivare sinergie con altre risorse come l’arte, la cultura, l’ambiente o le produzioni artigianali.** I prodotti tipici e le eccellenze enogastronomiche si impregnano del valore aggiunto legato alle emozioni e all’esperienza del viaggio. Unitamente a quei valori simbolici, culturali, e storici

del luogo di produzione diventano quindi “portavoce” del territorio, veicolando l’immagine e la notorietà.

Proprio per questo, però, non si può dimenticare che non c’è prodotto, evento o locale senza un contesto intorno. Le esperienze di successo in Italia sono quelle che hanno saputo fare sistema, in particolare sviluppandolo attorno ad un marchio e ad un prodotto forte (vedi ad esempio il Chianti); l’esigenza si pone a maggior ragione nei territori come l’Appennino Bolognese, dove si trovano molte produzioni di qualità ma non ce n’è una così conosciuta da fare da traino con la sua attrattività. **Il traino, verrebbe da dire, si fa tutti insieme.**<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> “Per una rinascita delle aree interne, una ricerca nell’Appennino Bolognese”; pp 56-57 e 60; Gabriele Manella; FrancoAngeli Editore; 2017.



**III**

**CASI STUDIO  
E INTERVISTE**

## Premessa

Dopo aver condotto un'indagine su esperienze ispiranti, progetti analoghi e best practises in questo settore, è avvenuta una selezione che ha portato alla scelta in particolare di due casi studio, **Appennino Slow** (con il progetto "In Montagna siamo tutti uguali") e l'**Associazione Borghi Autentici d'Italia**. Sono stati selezionati tra i numerosi progetti esistenti attualmente perché si sono rivelati essere non più in fase progettuale ma pienamente funzionanti con discreto successo finora. Il primo coinvolge maggiormente il tema della disabilità sensoriale ha iniziato la sua attività proprio sul territorio preso in esame, ovvero l'Appennino bolognese, per poi espandersi sulle zone limitrofe come l'Appennino Toscano o Romagnolo. Il secondo caso studio è un progetto che si estende invece più a livello nazionale ed è più mirato verso il tema della valorizzazione e riscoperta dei borghi e sull'essenziale rilevanza che ha il costruire una rete solida di comunità. Da questi due esempi sono state ricavate essenziali informazioni e lesson learned che sono state di grande importanza nell'indirizzare lo sviluppo del servizio Sens[EN]able.

## Appennino Slow



Logo di Appennino Slow

Appennino Slow<sup>1</sup> si occupa di **turismo sostenibile** e di **turismo esperienziale**. Organizzano **viaggi a passo lento** (a piedi o in mountain bike ma anche con mezzi alternativi) in tutta Italia, e in particolare sull'**Appennino Tosco-Emiliano, tra Bologna, Modena e Firenze**, una terra ancora poco conosciuta ma con grandissime ricchezze umane, naturalistiche, culturali ed enogastronomiche. Si tratta di un'agenzia di incoming radicata sul territorio. Nella progettazione personalizzata di ogni percorso sono attenti alle tematiche che più ritengono importanti:

- la sostenibilità e l'attenzione al patrimonio storico, naturalistico e immateriale del nostro territorio
- l'autenticità di tradizioni e valori locali
- la centralità del rapporto tra viaggiatori e comunità locali
- l'attenzione alla "diversità"

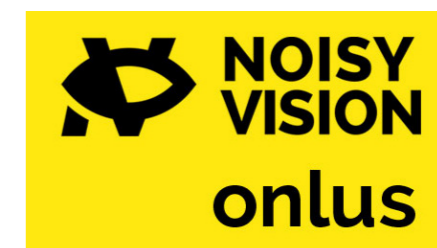
<sup>1</sup> [www.appenninoslow.it](http://www.appenninoslow.it)

I loro viaggi sono solo esperienze autentiche e per garantirlo collaborano con **partner locali selezionati** e che condividano i loro stessi valori:

- organizzazione del viaggio su misura del cliente con servizio di consulenza prima della partenza
- accoglienza all'arrivo dei clienti da parte del nostro team
- strutture ricettive tradizionali e accoglienti
- ristoratori che utilizzano solo prodotti a Km 0
- guide unicamente locali, disponibili e allenate al problem solving
- assistenza in loco garantita h24
- gruppi da 8 a 14 persone massimo



Logo del progetto  
"In Montagna siamo tutti uguali"



Logo di Noisy Vision Onlus

### Un sogno, un progetto, e poi la realtà

"In montagna siamo tutti uguali" è un progetto di turismo accessibile di Appennino Slow e NoisyVision Onlus e vuole offrire una **opportunità di escursioni e viaggi a piedi a persone con disabilità sensoriali**. Le proposte in programma sono rivolte a tutti, indipendentemente dalle disabilità visive o uditive, in un'ottica di inclusione totale e in cui saranno i normovedenti a scoprire nuovi modi di vedere e nuove prospettive di viaggio in natura.

Il progetto "In montagna siamo tutti uguali" è una proposta di **turismo accessibile** "chiavi in mano": 7 giorni a piedi lungo la Via degli Dei, da Piazza Maggiore (**Bologna**) a Piazza della Signoria (**Firenze**) passando attraverso l'Appennino Tosco Emiliano. È rivolto a **ipovedenti e non vedenti**, provenienti **da tutto il mondo**, che abbiano voglia di divertirsi e siano disposti a percorrere a piedi (con una condizione fisica adeguata) 130 km in otto giorni. Il gruppo sarà composto da un **minimo di 8 persone e da 1 guida professionista affiancata da accompagnatori** adeguatamente formati per garantire la massima sicurezza a tutti i partecipanti. Guida ed accompagnatori hanno partecipato ai **corsi propedeutici** per accompagnamento di persone con disabilità visive svoltisi nel 2017 sia in aula che da ambiente con docenti specializzati. "In montagna siamo tutti uguali" è stato premiato dal **MiBact** (Ministero dei Beni Culturali e Turismo) e da **Invitalia** come **progetto innovativo per la promozione delle aree montane**. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con **Noisy-Vision ONLUS**<sup>1</sup>, che da diversi anni opera nell'ambito delle disabilità sensoriali e che ha fornito preziose indicazioni e consulenza.

<sup>1</sup> [www.noisyvision.org](http://www.noisyvision.org)





#### La sfida del progetto “In montagna siamo tutti uguali”:

- In termini di “**Accessibilità**” in quanto si propongono viaggi fruibili ad ipovedenti (e non solo) tenendo conto delle loro specifiche esigenze. Le difficoltà dell’ambiente verranno superate grazie a persone formate, preparate e sensibilizzate al tema.
- In termini di “**Sostenibilità**” perché si parla di viaggi “lenti”, a basso impatto ambientale ma ad alto valore sociale, alla scoperta della forte e spiccata identità delle popolazioni locali ospitanti (gli accompagnatori saranno residenti e l’accoglienza sarà studiata per sviluppare un clima di convivialità).
- In termini di “**Collaborazione**”: fare rete tra Pubbliche Amministrazioni e operatori privati, associazioni del territorio e enti di rappresentanza e tutela di persone con disabilità visive.



#### Gli obiettivi del progetto “In montagna siamo tutti uguali”:

Il nostro obiettivo è quello di **promuovere un turismo accessibile**, studiando i bisogni del **target di riferimento**, individuarne le **esigenze** ed arrivare a sviluppare intorno a queste **esigenze** un vero e proprio “prodotto turistico” che renda l’Appennino Tosco-Emiliano una “**destinazione**” per **persone con disabilità visiva**. Vogliamo quindi creare un’**offerta completa** (trekking, guida, accompagnatore, servizi Trasporto bagagli, trasporto, pernottamento, pranzi al sacco, cene, visite guidate, laboratori sensoriali...) che possa soddisfare le richieste di chi ha voglia di partire per... un’avventura!

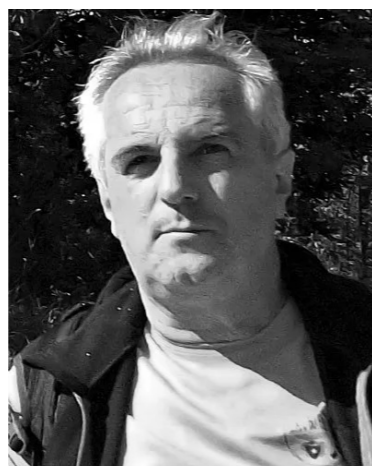
Intervista a **Stefano Lorenzi**,  
direttore di *Appennino Slow*.

**Racconti in breve com'è nato  
il progetto e i suoi principali propositi:**

«La nostra esperienza con i Viaggi Inclusivi inizia sei anni fa, quando in luglio la mia collega Francesca mi chiama avvertendomi che il giorno seguente scadeva un bando di Invitalia (società governativa per lo sviluppo di startup e innovazione, ndr), che dà un contributo ad un progetto che sia dedicato alla montagna e alla sua accessibilità e sostenibilità. Dopo un attimo di perplessità iniziamo a buttare giù qualche idea e dopo un'intensa nottata di lavoro partecipiamo al bando. Una settimana dopo scopriamo di risultare tra i vincitori. E il progetto finito è appunto un prodotto turistico, il cui scopo è creare una proposta turistica che sia accessibile ad un target insolito e particolare se pensato e accostato al trekking, ovvero non vedenti e ipovedenti. L'idea è stata creare pacchetti turistici "chiavi in mano" che permettono di vivere un'avventura lungo i 120 km della Via degli Dèi, rendendola un'impresa possibile e accessibile per tutte le persone con problematiche visive, facendole accedere ad una fetta di esperienza turistica fino a quel momento preclusa causa pregiudizi e impossibilità organizzative. È quindi un modo per dare la possibilità a persone con disabilità visive di vivere un'esperienza che altrimenti non avrebbero mai avuto modo di fare. E la nostra soddisfazione è proprio questa. Abbiamo poi allargato la nostra offerta, proponendo trekking inclusivi lungo la Via Francigena e ad altri territori, come per esempio comprendendo le Foreste Casentinesi e l'Appennino Toscano».

**Chi si occupa dei partecipanti che hanno disturbi visivi?**

«La prima cosa che abbiamo fatto è stata organizzare una formazione adeguata per le nostre guide, attraverso corsi specializzati con psicologi e persone esperte in materia. La formazione delle nostre guide non è stata così facile all'inizio. Ci siamo appoggiati all'associazione NoisyVision Onlus, fondata da due ragazzi con problemi visivi (*Dario Sorgato e Donato Di Pierro, ndr*)



e chi meglio di loro poteva darci una mano ed essere validissimi mentor per le nostre guide. Inoltre ci siamo rivolti a psicologi specializzati che ci hanno aiutato a capire quali potessero essere le esigenze di una persona con disturbi visivi, dapprima quelle fisiche ma soprattutto quelle comportamentali: ad esempio, è sconsigliato prendere e guidare un non vedente per il braccio, oppure dire avvertimenti come "occhio" o "ci vediamo". Però dalla nostra esperienza abbiamo notato che anche loro scherzano molto sulla loro condizione e anzi sono molto aperti, anche perché molti di loro convivono con questa condizione da molti anni e hanno ormai superato il trauma emotivo dell'handicap. Abbiamo altresì dovuto fare formazione per gli albergatori, ovvero quelle persone che poi ricevono il target durante il pernottamento all'interno dei viaggi inclusivi. Siamo supportati da un partner tecnico che è NoisyVision Onlus, già esperti e con alle spalle diversi progetti di questo genere, «ettendo in connessione persone con questa tipologia di disabilità con esperienze di questo tipo».

**Qual è il livello di partecipazione a questo tipo di eventi?**

«Nonostante siano veramente tante le persone che soffrono di disabilità sensoriali, in Europa si parla di 30 milioni di persone tra ipovedenti e non vedenti, con un bacino di utenza molto ampio, purtroppo la partecipazione ai viaggi inclusivi non può essere molto alta a causa di ragioni specifiche, e i gruppi sono di massimo una decina di persone. La prima questione è che non c'è abbastanza ricettività, per esempio lungo la Via degli Dèi è vero che ci sono numerose strutture ma sono poche quelle che hanno una capacità sufficiente ad ospitare l'intera comitiva. Conta che per legge un B&B può avere solo fino a massimo tre camere (in base alle leggi regionali). Quindi bisogna trovare alberghi che abbiano minimo sette o otto camere, e non sono tantissimi. La seconda questione che impedisce gruppi troppo numerosi è la gestione delle persone con disabilità sensoriali, non dal punto di vista del trekking, perché sono autonome, sanno camminare senza problemi e magari hanno già esperienza del trekking. La vera difficoltà per un non vedente è quando arriva in albergo: perché si trova ad avere una struttura che non è casa sua, e quindi è sconosciuta. Un non vedente all'interno della propria abitazione si muove come se ci vedesse, memorizza la posizione di tutti i mobili e oggetti e non ha difficoltà.



Perciò all'arrivo in albergo la guida deve spiegare ad ogni persona com'è fatta la camera, dove sono le cose, gli spazi, e farlo per un numero grande di non vedenti diventa scomodo e soprattutto ci vorrebbe troppo tempo che andrebbe tolto all'esperienza di viaggio in sé. Anche perché i tempi sono dilatati, per esempio se per fare 20 km una persona normodotata ci mette sei ore, una persona con disabilità visiva ce ne mette nove».

### ***Perché non avete organizzato l'esperienza di trekking su percorsi appositamente dedicati e progettati per chi ha disabilità?***

«Non ci sono mai piaciuti i cosiddetti percorsi dedicati, ovvero itinerari progettati solo per persone non vedenti provvisti di varie tabelle braille, e altri simili dispositivi. Certo funzionano bene, ma se facciamo fare percorsi facili con tutte le comodità la persona in questione si sentirà ancora di più con l'handicap. Invece se gli facciamo fare lo stesso percorso che fanno le persone normodotate, allora sarà un'esperienza unica e quando si arriva a fine giornata si avrà la soddisfazione di aver compiuto un itinerario con le sue difficoltà proprio come tutti gli altri, con un aumento considerevole della propria autostima. In questo modo vi è anche un grande stimolo, e se qualcosa non viene colto o ci sono dubbi, curiosità sull'ambiente circostante, sono le persone normodotate a rispondere e includere i non vedenti. Lo scambio è poi reciproco, perché queste persone hanno gli altri sensi molto sviluppati, se ci si imbatte in un campo fiorito è vero che non lo vedono, ma ne sentono l'odore e lo percepiscono almeno quanto lo percepisce una persona normodotata».

### ***Come vi rapportate con il territorio appenninico?***

«Noi ben sappiamo che l'Appennino e le aree interne in generale sono difficoltose e per loro stessa natura poco inclini all'accessibilità da parte di un certo target di persone con disabilità. La nostra idea infatti non è assolutamente quella di voler cambiare il territorio e renderlo forzatamente pianeggiante e comodo, perché così possono passare i disabili sensoriali. Non ci interessa togliere le radici e i sassi o tagliare i rami sporgenti. Se si vuole che una persona con una disabilità accresca la sua autostima, che si senta meno diverso e capisca che può fare quello che fanno gli altri, allora il percorso deve essere proprio

quello che fanno tutti, con le sue parti sconnesse e ostacoli vari presenti in un tradizionale percorso di trekking. In questo senso ecco un motivo per cui non abbiniamo attività in loco, ma potrebbero essere utili per destagionalizzare l'esperienza, che non è più solo legata ai mesi estivi ma si può proporre un'esperienza anche negli altri periodi dell'anno».

### ***Chi può partecipare all'esperienza?***

«L'esperienza del viaggio inclusivo è aperta a tutti, ovvero possono iscriversi anche persone che non hanno questo tipo di "problematica", quindi chiunque è libero di partecipare ben sapendo che camminerà al fianco di una persona con disturbi alla vista, e che possono essere loro di supporto durante il viaggio. E questo è un aspetto molto positivo perché si tratta della vera inclusione, mettere insieme persone con disturbi visivi e persone normodotate che vogliono fare un trekking tradizionale. Questo format permette di contaminare e portare un alto grado di inclusività nell'esperienza, ed è ben diverso dall'organizzare un viaggio solo con cinque o sei persone con disabilità sensoriale accompagnate dalle guide, che è più limitante».



## **Estratto della video-intervista alla psicologa Maria Carmen Caramalli**

*Questa video intervista è stata estratta dalla registrazione del webinar di presentazione del progetto "In Montagna siamo tutti uguali", pubblicato sul canale youtube di Appennino Slow in data 19 febbraio 2018. Di professione psicologa, si occupa nello specifico di sviluppo del potenziale umano, è stata di fondamentale importanza per lo sviluppo del progetto ideato da Appennino Slow e NoisyVision Onlus. Risponde ad una serie di domande inerenti al tema della disabilità sensoriale, apportando un prezioso e approfondito contributo.*

«Per comprendere cosa significa essere non vedenti o ipovedenti, come si può facilmente immaginare, non basta chiudere gli occhi: perché bisognerebbe dimenticare com'è fatto un bicchiere, come funziona un ascensore, e migliaia di altre immagini mentali a cui noi vedenti facciamo riferimento ogni giorno e che ci rendono facile la vita, ma che gli ipovedenti non hanno. È quindi molto importante rendersi conto che c'è molta diversità tra chi è nato senza l'uso della vista e chi invece l'ha persa in un secondo momento. Nel secondo caso si è molto probabilmente vissuto un trauma, ma queste persone hanno già dentro di sé una serie di elementi e immagini mentali che li avvicinano ai vedenti, e che quindi rendono la relazione più facile. Colui invece che è nato senza la vista si trova completamente senza punti di riferimento. Un non vedente non può leggere uno sguardo o interpretare un gesto, non gli servono le parole "qui" o "là" e non può scorgere né un cenno del capo né un sorriso, non può nemmeno vedere da che parte si apre una porta. Riconosce le scale solo dal basso verso l'alto e se deve scendere una rampa fa fatica a trovare il primo gradino. E poiché la loro disabilità non è evidente molte volte non viene presa in considerazione.

Chi è privo della vista ha spesso difficoltà durante una conversazione, perché non sa a chi si deve rivolgere. Se non conosce la ragione per cui attorno a lui si ride diventa ansioso. In poche parole la persona non vedente ha sempre bisogno di spiegazioni. **Per tutti questi motivi nei ciechi e negli ipovedenti tutti gli altri sensi si sviluppano molto di più, tra questi l'udito e il tatto. Infatti molti di loro riconoscono già dalla voce con chi stanno parlando.** [...] È importante

per chi accompagna le persone non vedenti e ipovedenti conoscere bene i bisogni e la disabilità stessa e favorire l'inclusione attraverso l'abbattimento delle barriere fisiche e relazionali. Vivere la disabilità il più possibile in prima persona mettendosi nell'ascolto empatico e non avere paura a chiedere. È necessario aiutare quando è richiesto e accompagnare empaticamente la visione del mondo "letto" da un'altra prospettiva.

## **Alla fine sono le persone normodotate che avranno molto da imparare attraverso una lettura diversa della realtà rispetto a quella già conosciuta.**

Come si raggiunge il risultato ottimale? Attraverso alcuni strumenti, il primo fra tutti è la parola, poi l'empatia e infine la voglia di esserci. Un normodotato al fianco di un disabile visivo dovrebbe pensare alla relazione come se fossero dei compagni di viaggio al pari livello, ma ognuno con le proprie competenze, **e lasciarsi stupire dal mondo nuovo che la persona vedente vedrà per la prima volta in maniera diversa.** Come è già stato detto è importante parlare ed essere presenti al bisogno della persona in maniera empatica. Per esempio dire con precisione dove si sistemano le cose, perché per loro è molto importante l'ordine, dire come sono disposti i cibi nel piatto o come sono orientate le persone vicine quando si è seduti a tavola. Oppure sottolineare i profumi che si sentono, l'aria che soffia sulla pelle, o quantomeno qualsiasi elemento che per un normodotato è quasi impercettibile consciamente. Infine quando si ha a che fare con un disabile visivo bisogna cercare di vivere l'esperienza nel modo più autentico possibile, affinché ci sia, al di là di quelle che possono essere le difficoltà, un valore aggiunto per entrambe le persone, ovvero l'affetto e il desiderio di esserci l'uno per l'altro, facendo diventare anche un breve incontro una relazione che arricchirà tutti e che sarà ricordata per lungo tempo." Dalle ricerche emerse si è evidenziato che il non vedente e l'ipovedente godono di autostima, non sono persone depresse né introversi e né ansiose, fatta esclusione per il senso di autoefficacia, ovvero il vero senso di disabilità è proprio il fatto del non accettarsi. Quindi è importante che si mettano alla prova, e riuscire in qualcosa di importante diminuirà la loro percezione di avere una disabilità. Per questo sono persone che generalmente vogliono superarsi, divertirsi, e vivere semplicemente un'avventura.



## Associazione Borghi Autentici d'Italia



Logo dell'Associazione

Borghi Autentici d'Italia è un'Associazione che riunisce piccoli e medi comuni, enti territoriali ed organismi misti di sviluppo locale, **attorno all'obiettivo di un modello di sviluppo locale sostenibile**, equo, rispettoso dei luoghi e delle persone e attento alla valorizzazione delle identità locali. L'obiettivo: riscoprire i borghi italiani quali luoghi da vivere, sostenere e preservare.

In Italia ci sono oltre 5800 Comuni con meno di 5000 abitanti. Sono realtà abitate da comunità vivaci, con profonde radici nel territorio. Nei prossimi anni la classe dirigente nazionale e regionale dovrà essere in grado di riformare la dimensione locale dell'economia e del welfare, e i Comuni potranno crescere più della media del PIL nazionale. Le comunità locali hanno numerosi vantaggi competitivi: patrimonio storico-culturale, paesaggio, prodotti tipici, coesione sociale e qualità della vita, creatività, capacità produttive, presidio del territorio e tutela delle risorse. I Borghi Autentici hanno perciò il dovere di accendere qualche torcia nel buio prolungato del tunnel in cui ci troviamo a viaggiare. Ogni volta con una proposta concreta.



Il borgo di Ormea (CN), tra i "Borghi Autentici d'Italia"



**La mission dell'Associazione è impegnarsi per un presente e un futuro di qualità, sostenibile e innovativo.** Si parte dalla constatazione che l'Italia è in crisi, situazione percepita dai suoi cittadini e dall'opinione pubblica internazionale. Nonostante questo dato evidente, sta crescendo il desiderio di cambiare, di impegnarsi in un futuro nuovo, sostenibile e di qualità. In questo impegno sarà fondamentale che l'integrazione europea abbia una spinta, riducendo la cultura economico-finanziaria e allargando quella sociale, migliorando la partecipazione dei cittadini. I territori e le aree interne italiane sono e vogliono essere sempre di più protagonisti della ripartenza e della crescita.



## "Luoghi della lentezza e del saper fare"



L'obiettivo dell'Associazione è riscoprire i borghi italiani quali luoghi da vivere, sostenere e preservare. Negli anni questo progetto si è trasformato in un'iniziativa sempre più articolata e competitiva, fino ad assumere la forma odierna di una rete di borghi italiani i cui protagonisti sono le comunità, gli amministratori e gli operatori economici, sociali e culturali dei luoghi. Si è andato così delineando uno strumento di aggregazione e sviluppo, ora a disposizione di tutte quelle realtà che non si lamentano del declino e dei problemi, e che sono consapevoli di avere risorse ed opportunità per individuare nuove strade per uno sviluppo futuro. L'Associazione Borghi Autentici considera la comunità locale quale elemento decisivo del proprio disegno di sviluppo. La comunità quale luogo, contesto umano e culturale, che è sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo e di una dimensione sociale dolce; una comunità che si apre all'esterno e diviene "Comunità Ospitale" protagonista della nuova Soft Economy.

Borghi Autentici sostiene e rappresenta una parte significativa di quell'Italia nascosta, che ogni giorno trova le sue motivazioni per avviare iniziative ed azioni progettuali di sviluppo strategico. E' un'Italia che punta sulla **riscoperta e riqualificazione della propria identità**; un'identità che si manifesta nelle pieghe originali della sua storia, nelle tradizioni dei luoghi, nella loro conformazione morfologica espressa nel paesaggio, nella cultura produttiva artigianale; ossia, in una frase, nel proprio modo di vivere. Borghi Autentici d'Italia, quindi, promuove un **percorso articolato di sviluppo in sede locale**, un approccio che considera i patrimoni esistenti quali punti di partenza per costruire strategie concrete e attuabili di miglioramento del contesto sociale, ambientale e produttivo locale, partendo dalle risorse e dalle opportunità presenti, allo scopo di elevare le condizioni di vita della popolazione e rendere attraente "lo stare", il vivere e il lavorare in quel luogo.

Da questa prospettiva l'Associazione avvia la sua riflessione su quanto si può e si deve fare per uscire dalla crisi con un atteggiamento propositivo, puntando sulla qualità della vita e sui percorsi di crescita sostenibili: **"L'Italia, tuttavia, ce la può fare. È semplicemente necessario che venga messa nelle condizioni di poter fare l'Italia: ovvero essere l'Italia delle capacità, della cultura, dell'ospitalità, dell'accoglienza, del rispetto delle diversità; quell'Italia che è così diffusa nelle comunità dei piccoli e medi Comuni"**.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.borghiautenticiditalia.it](http://www.borghiautenticiditalia.it)





## IV

### ELABORAZIONE DEL CONCEPT

#### Un diverso approccio al concetto di inclusione

Assumendo come prima istanza il concetto tradizionale di inclusione, è stato fatto un cambio di paradigma rovesciando la prospettiva di tale nucleo concettuale, provando a costruire una nuova base di partenza per rispondere agli obiettivi di progetto aggiungendo una componente innovativa che rispetti però sempre i canoni inclusivi del tema della disabilità sensoriale. Viene quindi analizzato il significato del termine "inclusione" nella sua accezione tradizionale. Di seguito la definizione estratta dal vocabolario Treccani:

*"Termine con cui si designano in senso generale orientamenti e strategie finalizzati a promuovere la coesistenza e la valorizzazione delle differenze attraverso una revisione critica delle categorie convenzionali che regolano l'accesso a diritti e opportunità, contrastando le discriminazioni e l'intolleranza prodotte da giudizi, pregiudizi, razzismi e stereotipi."*<sup>1</sup>

La parola inclusione quindi indica letteralmente l'atto di includere, cioè di inserire un elemento in un gruppo. **In ambito sociale, essere inclusi significa soprattutto sentirsi accolti: appartenere a un gruppo di persone, a una società, godere pienamente di tutti i diritti e le opportunità che questa appartenenza comporta.** L'inclusione, dunque, è radicalmente diversa sia dall'assimilazione sia dall'integrazione. Per essere inclusi nel gruppo non deve essere necessario adeguarsi, ovvero modificare le proprie caratteristiche personali per essere uguali agli altri. Per dirla con le parole del filosofo Jürgen Habermas: "Inclusione non significa accaparramento assimilatorio, né chiusura contro il diverso. Inclusione dell'altro significa piuttosto che i confini della comunità sono aperti a tutti: anche, e soprattutto, a coloro che sono reciprocamente estranei o che estranei vogliono rimanere".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.treccani.it](http://www.treccani.it)

<sup>2</sup> "L'inclusione dell'altro"; Jürgen Habermas; Feltrinelli; 2013.

L'inclusione è finalizzata alla produttiva convivenza delle differenze e delle diversità, frutto di processi di interscambio e di interrelazione con gli altri contesti formativi accoglienti (socio-culturali, relazionali, fisici, etc.), capaci di riconoscere i diritti di cittadinanza e la partecipazione scolastica e sociale di ogni persona.

Il **rovesciamento della prospettiva** assume il fatto che non è più la persona disabile che deve porsi e "arrivare" allo stesso livello di una persona normodotata, cercando di limitare, camuffare o nascondere la propria condizione, ma che invece può partecipare alla vita sociale ed essere considerata proprio per le sue peculiarità che nessun altro possiede. Ovvero trasformare un punto che può essere trattato come debolezza e rivalutarlo come punto di forza.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità, nel 2001, ha approvato un nuovo strumento, chiamato ICF (Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute). È stato ideato per offrire un modello di riferimento internazionale per la descrizione della salute e riguarda tutti. In particolare, ha consentito un cambio di prospettiva nel considerare la disabilità non più come una condizione di minorazione a sé stante, ma inserita nel contesto ambientale e sociale. Nella nuova prospettiva, chiamata bio-psico-sociale, l'accento viene spostato dalle minorazioni fisiche, mentali, intellettive o sensoriali di una persona alle "barriere" mentali, sociali e architettoniche che possono rendere quelle minorazioni effettivamente degli handicap, come ostacoli alla piena partecipazione e uguaglianza. La classificazione ICF sottolinea il fatto che **la disabilità è un'esperienza umana universale, che tutti possono vivere nel corso della loro esistenza.**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "International classification of functioning, disability and health: ICF Short version"; World Health Organization; 2001.

Sebbene questo passaggio concettuale sviluppato dall'OMS sia di fondamentale e riconosciuta importanza, il ragionamento che concerne il servizio si avvale di uno step ulteriore:

supera il cambio di prospettiva proposto dall'OMS che va ad agire sulle "barriere" mentali, sociali e architettoniche, e **si va a considerare la persona disabile** (nel nostro caso affetta da disabilità sensoriale) **insieme alle sue caratteristiche uniche e peculiari e le utilizza come punto di forza e base di sviluppo per sviluppare soluzioni di rinnovata inclusività. In questa nuova concezione la persona con disabilità sensoriale assume quindi un ruolo assolutamente primario, e in riferimento al servizio si erge al ruolo di guida e mentor per le persone normodotate.** Infatti chi è affetto da patologie sensoriali dispone di specifiche abilità e di una visione del mondo che nessun'altro possiede. Prendendo come esempio la disabilità visiva, tale soggetto ha uno sviluppo notevole di tutti gli altri sensi, in particolare dell'udito e del tatto. Questo "vantaggio" va sfruttato e indirizzato verso un'inclusione e sensibilizzazione nei confronti delle persone normovedenti, che di norma non hanno tali sensi così potenziati, perché si avvalgono della vista come senso di riferimento principale per ricevere informazioni dal mondo esterno.

**Il servizio si appoggia e si sviluppa quindi su questo "vantaggio" che solo le persone con disabilità sensoriale possiedono.**

Per semplificare il lavoro di sviluppo di tesi, tra tutte le patologie presenti che comportano disabilità sensoriali, **è stato ristretto il campo solo alle disabilità inerenti a disturbi della vista**, quindi sono state considerate solo le persone che presentano disabilità visive, che comunque racchiudono al loro interno molteplici sfaccettature come la cecità completa o l'ipovisione, due disabilità ben differenti.

## Cecità completa e ipovisione

In base alle definizioni dell'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità), si parla di **cecità** quando l'acuità visiva, corretta con le lenti, nell'occhio meno compromesso è inferiore a 1/20. L'acuità visiva è definita come la capacità dell'occhio di percepire e vedere bene i dettagli fini di un oggetto. Si misura attraverso la capacità di distinguere delle lettere progressivamente più piccole poste su una tavola ad una determinata distanza (tabella di Snellen). L'acuità considerata normale è di 10/10 o 20/20, secondo la scala che si utilizza. Per **ipovisione** si intende invece un'acuità visiva corretta nell'occhio meno compromesso compresa tra 3/10 e 1/20. In Italia il concetto legale di cecità è stato ridefinito dalla Legge n. 138 del 2001 che ha introdotto un'importante innovazione: prendere in esame, per la valutazione del danno, non solo l'acuità visiva ma anche la visione periferica valutata attraverso la misura del campo visivo, vale a dire dell'area percepita dall'occhio quando si fissa un punto. In base alla legge citata, si parla di cecità totale quando una persona soffre della totale mancanza della vista in entrambi gli occhi o ha soltanto la percezione dell'ombra e della luce o del movimento della mano in entrambi gli occhi o nell'occhio migliore (il residuo visivo in entrambi gli occhi, anche con l'eventuale correzione, è quindi non valutabile); oppure, se ha un'ampiezza del campo visivo inferiore al 3%. La cecità parziale è definita come la presenza in entrambi gli occhi di un residuo visivo, anche con la correzione delle lenti, non superiore a 1/20 o un campo visivo perimetrico non superiore al 10%.<sup>1</sup>

Di seguito un'analisi delle patologie che colpiscono la vista, in modo da avere una panoramica piuttosto dettagliata dei disturbi che affliggono le persone prese in considerazione per lo sviluppo del progetto. Nello specifico sono approfondite quattro patologie che rientrano nello spettro dell'**ipovisione**, una condizione che non implica la totale assenza della vista, ma è una sfumatura che si colloca tra la luce e il buio. Ci sono diverse cause che possono portare all'ipovisione, ci sono malattie che si possono contrarre nell'arco della vita e danneggiare la vista oppure ci sono tutta una serie di malattie genetiche rare che sono presenti, nella maggior parte dei casi, fin dalla nascita. Queste ultime

<sup>1</sup> [www.issalute.it](http://www.issalute.it)

comportano una graduale diminuzione della vista fino ad una compromissione della stessa che può essere molto variabile a seconda dei casi.

Le quattro patologie più comuni dell'ipovisione sono:

- **Retinite Pigmentosa:** è la più diffusa, si tratta di una patologia rara che appartiene a un gruppo di malattie ereditarie caratterizzate da una degenerazione progressiva della retina in entrambi gli occhi. Provoca la perdita graduale della visione notturna e del campo visivo periferico, ma agli ultimi stadi si può verificare anche una perdita della visione centrale con cecità totale. Molto spesso la retinite pigmentosa compare tra la pubertà e l'età matura, ma non sono rari gli esempi di bambini colpiti nella prima infanzia. La capacità visiva della persona colpita subisce una riduzione progressiva. L'unica informazione certa di cui gli scienziati dispongono è l'origine genetica della retinite pigmentosa, la quale viene trasmessa ereditariamente, di generazione in generazione, seguendo meccanismi ormai noti (i geni responsabili sarebbero almeno 64).<sup>1</sup>
- **Sindrome di Usher:** si verifica quando alla condizione di Retinite Pigmentosa si accompagna uno stato di ipoacusia, ovvero una perdita dell'udito e la conseguente incapacità di capire bene parole e suoni. La sindrome di Usher (USH) è una delle principali cause di sordomutismo negli esseri umani con esordio nell'infanzia e colpisce circa 400 mila persone in tutto il mondo, con una prevalenza stimata di 1/30.000. Sono stati definiti tre sottotipi clinici della sindrome (USH di tipo 1, di tipo 2 e di tipo 3), con 10 geni coinvolti identificati finora: sei geni sono associati a USH1 (la forma più grave), tre a USH2 e uno a USH3. Essi sono espressi nelle cellule ciliate sensoriali dell'orecchio interno e nelle cellule fotorecettoriali sensibili alla luce dell'occhio. In questa sindrome si ha una cecità prevalentemente periferica, con difficoltà a percepire con la vista ciò che si ha di fianco o nelle immediate vicinanze.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.iapb.it/retinite-pigmentosa](http://www.iapb.it/retinite-pigmentosa)

<sup>2</sup> [www.osservatorioterapieavanzate.it](http://www.osservatorioterapieavanzate.it)

- **Malattia di Stargard:** (o maculopatia di Stargard) è una delle più comuni cause di ipovisione in giovane età, si manifesta in genere prima dei vent'anni. La malattia è provocata da una mutazione di un gene (ABCA4), che comporta l'accumulo di materiale di scarto (simile alla lipofuscina) nella retina (in uno strato esterno chiamato epitelio pigmentato). Questo materiale è originato dalla degradazione di sostanze presenti nei coni e nei bastoncelli (fotorecettori retinici). I sintomi consistono soprattutto nella riduzione della visione centrale (spesso in forma grave) che può iniziare durante l'adolescenza o anche nell'infanzia, accompagnata da un disturbo nella percezione dei colori. Le probabilità che la malattia insorga sono indicativamente una persona su diecimila. Se entrambi i genitori sono portatori sani della patologia la probabilità che un figlio si ammali è del 25% (una probabilità su quattro).<sup>1</sup>
- **Glaucoma:** è una malattia oculare correlata generalmente a una pressione dell'occhio troppo elevata. Secondo l'OMS ne sono affette circa 55 milioni di persone nel mondo. Si tratta della seconda causa di cecità a livello planetario dopo la cataratta, ma è la prima a carattere irreversibile; in Italia si stima che colpisca circa un milione di persone ma la metà di esse non ne sarebbero a conoscenza perché non effettuano visite oculistiche periodiche complete. La disabilità visiva provocata dal glaucoma (compresa l'ipovisione) si può prevenire purché la malattia sia diagnosticata e curata tempestivamente. Generalmente questa patologia colpisce dopo i 40 anni. In condizioni normali all'interno dell'occhio è presente un liquido (umore acqueo) che viene continuamente prodotto e riassorbito. Pertanto, l'occhio si può paragonare a un piccolo serbatoio con un rubinetto e una via di deflusso sempre aperti. Se quest'ultimo è però ostruita si avrà un aumento di pressione all'interno del serbatoio ovvero una maggiore pressione intra-oculare. Se la pressione è troppo elevata a lungo andare il bulbo oculare si danneggia a livello della testa del nervo ottico (ossia la papilla ottica che si trova nella zona centrale della retina). Dato che si tratta di danni irreversibili, è fondamentale evitarli mediante un'opportuna terapia. Nelle varie forme di glaucoma, ad eccezione di quello acuto, la malattia insorge e si sviluppa senza che il paziente avverta sintomi particolari. Quando il soggetto

<sup>1</sup> [www.iapb.it/malattia-di-stargardt-maculopatia](http://www.iapb.it/malattia-di-stargardt-maculopatia)

si rende conto di non vedere bene nella parte periferica del proprio campo visivo, purtroppo i danni a carico delle fibre del nervo ottico sono già presenti. La visione centrale di solito è ben conservata, il visus può essere anche pari a 10/10, ma il paziente ha evidenti difficoltà nello svolgimento di azioni che sfruttano la parte periferica del campo visivo (come scendere le scale, guidare, attraversare la strada, ecc.). I sintomi che possono comunque presentarsi in caso di pressione alta all'occhio sono: dolore agli occhi, mal di testa, vista offuscata, lacrimazione, fotofobia, ecc.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.iapb.it/glaucoma](http://www.iapb.it/glaucoma)

## I sensi potenziati nei disabili visivi

Esiste una base neurologica delle migliori capacità uditive e tattili dei non vedenti: **lo attesta un nuovo studio pubblicato su Neuron l'11 ottobre 2010**. Il cieco più dotato della norma non è una leggenda, ma ha una solida base neurologica. Infatti il suo tatto e il suo udito sono più affinati del solito non solo perché non è distratto da stimoli visivi, bensì soprattutto perché la sua corteccia cerebrale visiva viene sfruttata per potenziare gli altri sensi. Questa versatilità dei non vedenti dalla nascita è stata dimostrata da uno studio internazionale (americano, belga e finlandese) pubblicato sulla prestigiosa rivista Neuron. Usando la risonanza magnetica funzionale per immagini (fMRI), che consente di monitorare l'attività cerebrale, i ricercatori hanno messo a confronto le performance di 12 vedenti e di 12 ciechi, impegnandoli in una serie di test uditivi e tattili. Ebbene, le aree deputate a diverse funzioni visive – come l'analisi dello spazio e del moto – si attivano anche nei ciechi, rivelando chiaramente che essi le sfruttano per elaborare gli stimoli sonori e tattili. In un test i volontari hanno indossato delle cuffie stereo mentre era in azione il macchinario per la risonanza: il loro compito era dire da quale punto spaziale provenissero i suoni. In un altro test, invece, sono stati fissati sulle mani piccoli dispositivi piezoelettrici capaci di produrre vibrazioni: i volontari dovevano dire quale dito fosse stato stimolato. La corteccia visiva non rischia di andare totalmente sprecata, pur essendo una delle parti più ampie e potenti del cervello, con circa – spiega il direttore della ricerca J. P. Rauschecker, docente di fisiologia e biofisica al Georgetown University Medical Center – “40 moduli specializzati”, mentre i centri cerebrali uditivi ne contano circa 20. “Il sistema visivo dei ciechi mantiene un'organizzazione funzionale stabilita anatomicamente dalla genetica, ma il cervello è sufficientemente plastico per sfruttare i moduli al fine di analizzare gli input provenienti dai diversi sensi”. “Abbiamo scoperto – prosegue Rauschecker – che la corteccia visiva dei ciechi veniva attivata in modo molto più intenso rispetto ai vedenti, in cui essa veniva in gran parte disattivata dai suoni e dal tocco. Inoltre, c'era una diretta correlazione tra l'attività cerebrale e la performance dei ciechi. Più precisi sono stati questi ultimi nel risolvere i compiti spaziali, con maggiore intensità si è attivato il

modulo spaziale nella loro corteccia cerebrale”. Pertanto – conclude il docente americano – **la plasticità del cervello “offre ai ciechi un'enorme risorsa”**.<sup>1</sup>

Olfatto, udito e tatto più sviluppati: nei ciechi la mancanza della vista è in genere compensata, almeno parzialmente, dall'acuirsi degli altri sensi. A renderlo possibile è la neuroplasticità, la naturale capacità del cervello di modificarsi in funzione delle esperienze. Ma cosa cambia nel cervello dei non vedenti? Una ricerca, guidata da neuroscienziati dell'Eye and Ear Infirmary di Boston, ha cercato di scoprirlo, utilizzando un approccio comprensivo per evidenziare modificazioni funzionali e strutturali nel cervello di soggetti affetti da cecità congenita. **Lo studio, pubblicato su PLOS One, mostra che i cambiamenti sono molto più estesi di quanto creduto, e riguardano non solo l'area della corteccia occipitale normalmente dedicata all'elaborazione delle immagini ma anche zone preposte a funzioni cognitive superiori, come la memoria e il linguaggio**. Lo studio ha coinvolto 6 uomini e 6 donne di età comprese tra i 23 e i 46 anni, non vedenti dalla nascita o che hanno perso la vista entro il terzo anno di vita, più altri 16 soggetti, 8 uomini e 8 donne normovedenti e di età comparabili, come gruppo di controllo. Informazioni sulla morfologia, la struttura e la funzionalità cerebrale dei soggetti sono state raccolte – per la prima volta in maniera così estensiva – grazie a tre tecniche complementari di risonanza magnetica per immagini (fMRI). I ricercatori hanno quindi scoperto che, nel cervello dei non vedenti, le aree della corteccia occipitale e temporale usualmente preposte all'elaborazione delle immagini e alla memoria visiva si riducono, rispettivamente, in volume e spessore. Contemporaneamente, la connettività della sostanza bianca aumenta, sia tra regioni dello stesso emisfero che tra i due emisferi, coinvolgendo in particolare aree dell'emisfero sinistro legate al linguaggio e alla memoria verbale. Questi cambiamenti nel cervello sembrano essere collegati allo sviluppo nei ciechi di abilità compensative. In altre regioni, invece, la connettività è ridotta, ad esempio tra la corteccia somatosensoriale, responsabile delle sensazioni tattili, e aree del lobo temporale legate alla navigazione spaziale e al riconoscimento facciale. Ma c'è ancora molto da scoprire. In realtà, il potenziamento delle abilità dei non vedenti non

<sup>1</sup> “Preserved Functional Specialization for Spatial Processing in the Middle Occipital Gyrus of the Early Blind”; Laurent A. Renier, Irina Anurova, Anne C. De Volder, Synnove Carlson, John VanMeter, and Josef P. Rauschecker; 11/10/2010; rivista scientifica Neuron.

è universale, ma dipende dall'attività. Studi ulteriori che includano l'analisi di prestazioni comportamentali potranno svelare di più su come le alterazioni strutturali e funzionali del cervello dei non vedenti si riflettono nell'acquisizione di nuove abilità. Comprendere come il cervello si modifichi in assenza di stimoli visivi, in particolare quali nuove connessioni vengano formate, potrebbe aiutare a disegnare terapie specifiche per potenziare le capacità di interazione con l'ambiente dei non vedenti.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> "Multimodal MR-imaging reveals large-scale structural and functional connectivity changes in profound early blindness"; Corinna M. Bauer, Gabriella V. Hirsch, Lauren Zajac, Bang-Bon Koo, Olivier Collignon, Lotfi B. Merabet; 22/3/2017; rivista scientifica Plos One.

## **L'esperienza sensoriale come strategia di inclusione**

Allo scopo di raggiungere e soddisfare gli obiettivi di tesi (illustrati a pagina 23) sono state introdotte nel servizio delle **esperienze sensoriali da svolgere sui territori scelti**, quindi nello specifico nelle zone dei comuni di Castiglione dei Pepoli e San Benedetto val di Sambro. Tali esperienze sono perciò strettamente connesse con il territorio e possono comprendere e approfondire vari aspetti, per esempio naturalistico, storico, culturale, enogastronomico, sociale, politico. Questa base di sviluppo soddisfa principalmente gli obiettivi 1 e 2, con tutte le declinazioni espresse e dettagliate nel capitolo II. L'obiettivo 3 e le sue declinazioni è esaudito sempre all'interno dello svolgimento delle esperienze sensoriali, ma prende forma nel coinvolgimento delle persone con disabilità sensoriale visiva, che nel concreto vanno ad affiancare le persone normovedenti (ovvero i fruitori del servizio) durante lo svolgimento delle esperienze.

Tutto ciò ha luogo nel concreto con **l'esclusione temporanea della vista nelle persone normovedenti**, attraverso l'uso di una semplice bendatura (per simulare la cecità completa) o l'utilizzo di particolari occhiali offuscanti (per simulare la condizione di ipovisione). A questo punto entra in gioco la persona con disabilità visiva che, affiancando il soggetto normovedente, lo "guida" proprio come farebbe un mentor nell'espletare la determinata esperienza sensoriale. La situazione è quindi capovolta, perché la persona normovedente è in una condizione di "bisogno" e aiuto, che riceve dalla persona con disturbi visivi, proprio perché quest'ultima convive presumibilmente da anni con questa condizione, ed è già esperta nel gestire gli altri sensi e nel "vedere" il mondo attraverso un'altra prospettiva che non è quella della vista. **Attraverso questa "sinergia" e legame che viene a crearsi tra i due soggetti, la persona normovedente fa un'esperienza prima di tutto di sensibilizzazione vivendo sulla propria pelle un "limite", che si può trasformare in risorsa perché tale condizione di assenza della vista permette di potenziare, esplorare, riscoprire tutti gli altri sensi che di norma spesso sono messi in secondo piano rispetto alla vista.**





Il servizio propone quindi un set di esperienze sensoriali alternative, dove ognuno dei quali va a potenziare un determinato senso, in un'ottica di riscoperta ed esplorazione sensoriale che possano aiutare un utente normodotato a percepire la realtà circostante in una prospettiva differente, come già scritto precedentemente attraverso l'esclusione del senso predominante, ovvero la vista.

## I cinque sensi

Quanti e quali sono i sensi dell'uomo?<sup>1</sup>

Per cinque sensi si intendono tutti gli organi che permettono alle persone di interagire con l'ambiente circostante. Tutti gli esseri viventi sono forniti di organi di senso, diversi per tipologia e potenziale di azione da specie a specie. Grazie agli organi di senso è possibile tradurre gli stimoli esterni in informazioni per il cervello. I messaggeri di queste informazioni sono i nervi, che fanno da ponte tra l'ambiente esterno e il cervello.

In particolar modo, si definiscono organi di senso:

- occhi (**vista**): l'organo deputato alla percezione degli stimoli visivi, come luce, forme e colori. L'uomo possiede una vista binoculare, nel senso che può vedere da entrambi gli occhi contemporaneamente riuscendo a percepire lo spazio e la tridimensionalità del mondo che lo circonda. La vista è il senso preposto alla percezione degli stimoli visivi. Permette di discriminare forme, rilievi, distanza e colori di ciò che viene osservato.
- orecchie (**udito**): senso responsabile della recezione dei suoni. Grazie alla conformazione dell'orecchio le onde sonore che vengono raccolte dal padiglione oculare sono trasmesse al cervello tramite un complesso sistema di muscoli, ossicini e nervi;
- bocca (**gusto**): l'organo che percepisce i sapori di ciò che si mangia e si beve attraverso i recettori sensoriali specializzati noti come calici, bottoni e papille gustative, presenti in lingua, palato, faringe e laringe. I sapori principali sono cinque, cioè amaro, dolce, salato, acido e umami (Umami significa saporito, in grado di stimolare la salivazione e l'appetito, buono per un motivo biologico e si potrebbe definire anche come un cibo ricco di gusto senza essere salato o grasso, per esempio hanno un sapore umami il Parmigiano Reggiano, tonno e sardine, funghi, cipolle, asparagi, broccoli, ecc); attraverso l'integrazione di tali gusti si ottengono sapori molto complessi;

<sup>1</sup> [www.pazienti.it/contenuti/anatomia/organi-di-senso](http://www.pazienti.it/contenuti/anatomia/organi-di-senso)

- naso (**olfatto**): percepisce gli odori grazie alle cellule note come chemiorecettori che reagiscono ai composti chimici odorosi delle sostanze, tale percezione avviene nella mucosa olfattiva. Questi neuroni altamente specializzati sono dotati di un ciuffo di ciglia e le loro basi si prolungano in fibre nervose che, attraversando l'osso etmoide (l'osso che forma il tetto delle fosse nasali) arrivano fino ai bulbi olfattivi; da qui partono altri neuroni che raggiungono il cervello innescando la percezione dell'odore;
- pelle (**tatto**): organo che permettere il riconoscimento delle peculiarità fisiche degli oggetti, non solo per forma, ma anche calore e tipologia di superficie, per esempio liscia e ruvida. I recettori responsabili del tatto sono i meccanorecettori, presenti sull'epidermide e sensibili a pressione e dolore. Il calore, invece, viene avvertito dai termorecettori.



### Possibili set di esperienze sensoriali in relazione ai territori

Per un'offerta migliore al fruitore del servizio sono stati ideati quattro set di esperienze, nel dettaglio uno per ogni senso ad esclusione della vista (perciò udito, tatto, gusto e olfatto). Ciascuno di essi è come se fosse un "raccoltore", ovvero contiene al suo interno tutte le esperienze che si possono compiere e che vanno a stimolare e potenziare quel determinato senso. Ogni esperienza sensoriale è strettamente connessa con il territorio e si porta con sé un aspetto della zona, che può riguardare vari ambiti (naturalistico, storico-culturale, enogastronomico, sociale, politico).

Va specificato che i set di esperienze non sono dei raccoglitori "chiusi", quindi non contengono un numero fisso di esperienze, ma l'utente può scegliere quali di esse scartare e quali invece tenere e quindi esperire una volta giunto sul territorio. Infine vi è sempre un continuo lavoro di ideazione e brainstorming per apportare sempre nuove esperienze, questo processo è svolto sia dalla comunità di cittadini stessi che possono "lanciare" su piatto idee ed ispirazioni, sia dalla community stessa che si creerà a partire dall'avvio del servizio. In breve i set esperienziali sono aperti e dinamici, sensibili al territorio e ai suoi bisogni e cambiamenti. Tutto ciò è analizzato concretamente nel prossimo capitolo con il supporto di illustrazioni grafiche dell'applicazione del progetto Sens[EN]able. Le attività sensoriali in base alla loro natura intrinseca si possono svolgere in entrambi i comuni oppure se sono legate a qualcosa di particolare (un'attrazione, un monumento, una strada, ecc) possono unicamente risiedere in uno dei due comuni. Per concludere è doveroso specificare che è impossibile isolare un determinato senso e utilizzare solo quello, quindi è ovvio che in tutti i casi vi è sempre un coinvolgimento, seppur secondario, di tutti i sensi (ad esclusione ovviamente della vista nel caso in cui si decida di fare l'esperienza di cecità completa).

Nelle pagine seguenti sono descritti i quattro set di esperienze sensoriali, ogni attività è ideata basandosi sulle risorse e opportunità offerte sul territorio, anche in base alla stagionalità in cui determinate esperienze si possono svolgere. Sono presentate sotto forma di concept.



## Il set di esperienze sensoriali dedicato all'udito



### *"Anche gli animali parlano"*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'udito attraverso l'ascolto delle specie animali presenti sul territorio di entrambi i comuni. Viene svolta in un ambiente naturalistico come può essere il bosco, nel dettaglio il bosco di faggi e abeti che si estende sulle pendici del Monte Gatta, denominato bosco dei Bagucci/Baragazza. Questa esperienza diffonde la conoscenza della fauna locale, ed è utilizzabile come punto di partenza per giochi di riconoscimento delle varie specie.



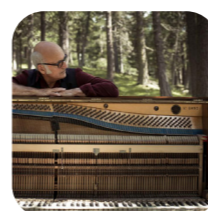
### *"I suoni della notte"*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'udito attraverso l'ascolto delle specie animali notturne (come i chiroterri o i grandi rapaci) presenti sul territorio di entrambi i comuni. Viene svolta in un ambiente naturalistico come può essere il bosco, nel dettaglio il bosco di faggi e abeti che si estende sulle pendici del Monte Gatta, denominato bosco dei Bagucci/Baragazza. Questa esperienza diffonde la conoscenza della fauna locale, ed è utilizzabile come punto di partenza per giochi di riconoscimento delle varie specie.



### *"Il soffio del vento"*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'udito attraverso l'ascolto del vento che scorre attraverso le pale eoliche dell'impianto situato sul Monte Galletto, nel comune di San Benedetto Val di Sambro. Entrato in funzione nel 1999, conta dieci turbine di media taglia, della potenzialità complessiva di 3,5 MW.<sup>1</sup> Rappresenta un'importante fonte di diversificazione dell'approvvigionamento energetico del territorio, compiendo un grande passo in avanti nello sviluppo della sostenibilità ambientale locale. I fruitori dell'esperienza sono immersi in questo fruscio costante, e si possono abbinare all'ascolto pratiche di yoga, meditazione, o esercizi corporei.



### *"Musica e natura"*

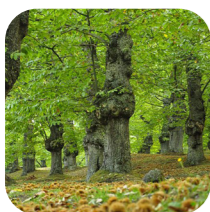
Questa attività ha lo scopo di potenziare l'udito attraverso l'ascolto di un concerto musicale in natura, per esempio nel bosco, o sulle rive di un lago, come il Lago di Suviana o di Brasi-mone. Il concerto può essere di musica classica o anche di un altro genere, purché sia in sintonia con l'ambiente circostante. Tale esperienza può essere l'occasione per coinvolgere artisti di vario calibro, oppure dare spazio ad artisti locali emergenti e non. L'esperienza si può legare al famoso baritono Leo Nucci, nato a Castiglione dei Pepoli nel 1942, autore di una grandiosa carriera che lo ha visto calcare i più grandi palcoscenici italiani e non. Nel 2013, all'età di 70 anni, ha affrontato il celebre Nabucco alla Scala, dando prova di una longevità vocale che ha pochi precedenti. Sebbene abbia annunciato ufficialmente il ritiro dalle scene nel 2019, di tanto in tanto si esibisce ancora oggi.

<sup>1</sup> [www.comune.sanbenedettovaldisambro.bo.it](http://www.comune.sanbenedettovaldisambro.bo.it)



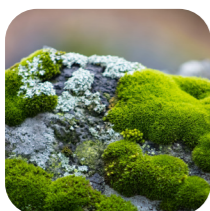


## Il set di esperienze sensoriali dedicato al tatto



### “Conosci gli alberi?”

Questa attività ha lo scopo di potenziare il tatto attraverso l'esplorazione tattile della flora presente sul territorio come faggi, castagni, querce (roverella, rovere, cerro), nel dettaglio si tratta di un “gioco” di riconoscimento delle varie specie, attraverso il tocco della corteccia (ruvida, liscia, pungente, ecc), delle dimensioni del tronco e dei rami. In diverse zone dell'Appennino le faggete si alternano a rimboschimenti di conifere con abete rosso, abete bianco, larice, varie specie di pini e, talvolta, abete americano. Pur contrastando con il paesaggio circostante, le fustaie più mature, con grandi esemplari ben distanziati tra loro, sono comunque di aspetto suggestivo. Lungo le rive dei corsi d'acqua ai faggi si affiancano gli ontani, accompagnati da varie specie di carici e equiseti; frequenti anche nocciolo e maggiociondolo alpino.



### “Muschi e licheni”

Questa attività ha lo scopo di potenziare il tatto attraverso l'esplorazione tattile della flora presente sul territorio, nel dettaglio muschi e licheni. A partire dai 900-1000 m si possono trovare massi arenacei sparsi a terra tappezzati da muschi e chiazze bianche e grigie di licheni crostosi; altri licheni, dalla caratteristica forma a coppa o trombetta (del genere Cladonia), occupano le ceppaie marcescenti; in autunno sulla lettiera di foglie compaiono i corpi fruttiferi di molti funghi.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.enteparchi.bo.it](http://www.enteparchi.bo.it)



### “Riconosci le foglie”

Questa attività ha lo scopo di potenziare il tatto attraverso l'esplorazione tattile della flora presente sul territorio, in particolare erbe e arbusti. In queste zone, nei castagneti ben curati, il sottobosco viene ripulito per facilitare la raccolta dei frutti, e nel prato sottostante a primavera fioriscono primula, erba trinità, polmonaria e, più avanti, orchidee come Dactylorhiza maculata e Dactylorhiza sambucina; in mancanza di cure colturali, o quando il castagneto è convertito in ceduo, compaiono arbusti e alberi dei boschi vicini e abbondano i cespi di felce aquilina, brugo e ginestra dei carbonai. Sui versanti ripidi, come quelli dei Monti della Riva, dove il sottile strato di suolo è spesso interrotto dagli affioramenti rocciosi, si sviluppa un bosco rado e discontinuo, dominato dal carpino nero, che in queste situazioni si comporta come specie pioniera. Nei punti più esposti cresce una rada prateria di graminacee dove è frequente la cannella argentea (*Achnatherum calamagrostis*), accompagnata da stellina purpurea (*Asperula purpurea*), camedrio e carlina bianca (i capolini di quest'ultima sono circondati da brattee bianche che si aprono con il bel tempo e si chiudono quando è molto umido).<sup>1</sup>



cannella argentea  
(*Achnatherum calamagrostis*)



stellina purpurea  
(*Asperula purpurea*)

<sup>1</sup> [www.enteparchi.bo.it](http://www.enteparchi.bo.it)



### *“Museo di guerra”*

Questa esperienza ha lo scopo di potenziare il tatto approfondendo un aspetto storico del territorio. Infatti si svolge al Museo di Guerra Sudafricano (Castiglione dei Pepoli). Questo Museo è dedicato alla Sesta Divisione Corazzata sudafricana che ha combattuto in Italia dallo sbarco, nell'aprile 1944, alla fine della Seconda Guerra mondiale, maggio 1945. Equipaggiamento, uniformi, oggetti personali molti dei quali donati dalle famiglie dei veterani americani, britannici, tedeschi, italiani e sudafricani, sono esposti nelle bacheche. Alcuni di questi oggetti sono stati dissotterrati dai campi di battaglia dove i sudafricani hanno combattuto, altri sono stati raccolti dai contadini dopo la guerra e ora donati al Museo. Toccare tali oggetti permette di riscoprire le vicende storiche della zona attraverso un punto di vista diverso e particolare.<sup>1</sup>



sale del Museo di Guerra Sudafricano

<sup>1</sup> [www.lineagotica.eu](http://www.lineagotica.eu)



### **Il set di esperienze sensoriali dedicato all'olfatto**



### *“C'era una volta il pane”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'olfatto, potente attivatore della memoria, attraverso una delle tradizioni più antiche della storia: il pane. Ripercorrere la metodologia della sua produzione secondo le antiche usanze, entrando in contatto con tutti gli ingredienti necessari, permette di svolgere un'esperienza unica e innovativa, perché permette anche di prendere coscienza del significato che ha questo alimento e la sua connessione con il territorio. L'attività può essere svolta presso la cooperativa “C.a.s.p. Valle del Brasimone”, con sede in Via Toscana 50 a Castiglione dei Pepoli. Nata nel 1969 la cooperativa vuole mantenere uno stretto legame con il territorio e favorire la sussistenza di attività agricole profittevoli mantenendo fede alla mission originaria. Dal 1984, al Molino di Castiglione la Cooperativa trasforma i cereali dei soci in farine alimentari e mangimi semplici per l'allevamento rurale e sviluppa anche un'attività di commercio al dettaglio nel punto vendita annesso. Le farine di grano tenero prodotte provengono solo da grani locali che vengono coltivati nel rispetto delle tecniche tradizionali e senza l'ausilio di antiparassitari e diserbanti. Una filiera corta e rispettosa dell'ambiente. Nel 2018 è stato installato un impianto di macinazione a pietra che permette di produrre farine da “grani antichi” sempre di coltivazione locale. Dagiugno2020l'ampliamentodell'areadistoccaggio dei cereali permette di accogliere cereali biologici e di avviare così la produzione di un'intera gamma di farine biologiche.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.caspbrasimone.it](http://www.caspbrasimone.it)





### *“Il tuo olio essenziale”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'olfatto attraverso la lavorazione delle piante officinali locali e la produzione di olii essenziali. L'esperienza si può svolgere presso l'Azienda agricola “La Bargazzina” con sede in Via Roda 1, Località Creda, Castiglione dei Pepoli. Questa azienda giovane e dinamica è stata fondata da una coppia di giovani imprenditori, e questa è la loro filosofia: “lavoriamo in Appennino, un territorio dove la natura predomina ancora sull'uomo e non viceversa. Questo ci permette di avere le giuste condizioni ed i giusti parametri per ottenere prodotti di elevata qualità che racchiudono in essi la purezza dell'aria, il tepore del sole ed il vento che caratterizza i nostri monti. Crediamo fortemente nel nostro territorio ed è per questo che abbiamo deciso di aprire l'azienda proprio qui. I nostri prodotti sono ottenuti quasi totalmente da lavorazioni manuali, nel pieno rispetto dei ritmi della natura che ci circonda. Rispettiamo la stagionalità delle piante: la natura è la nostra più grande maestra e nella nostra società moderna, fatta di ritmi incessanti e ticchetti di orologi, ci insegna a rallentare, rispettare i tempi e a portare pazienza. Puntiamo ad uno sviluppo ecosostenibile, non tentando di contrastare la Natura ma cercando di lavorare insieme a lei: per noi la sostenibilità è un'esigenza quotidiana”. Alla fine dell'attività i fruitori possono portare con sé il prodotto finito, e contribuire a far conoscere questa realtà e diffonderne il valore.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> [www.labargazzina.it](http://www.labargazzina.it)



### *“L'odore dell'inverno”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'olfatto attraverso la stagionalità del territorio, ovvero esperire dell'inverno e delle opportunità che offre in queste zone. L'inverno nel Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano è la stagione in cui è forse più evidente la collocazione del confine climatico euro mediterraneo sul crinale appenninico di questa area. Sul versante emiliano infatti, domina la neve che permane fino a basse quote per tutta la stagione, imbiancando vette, valli e borghi, mentre sul versante toscano è invece raro trovare i borghi ed i boschi innevati. La necessità di conservare la frutta, per i mesi invernali, ha raffinato nel tempo le tecniche conserviere anche in Appennino. La tradizione ci lascia molte ricette per fare confetture con la frutta coltivata nei fondi o con i frutti a raccolta spontanea, come le more, i mirtilli o il sambuco, e per fare creme, con marroni o nocciole. Queste conserve dolci possono essere usate come merende o per la preparazione di dolci, come le crostate.

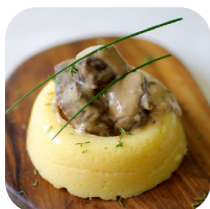


### *“L'odore della primavera”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare l'olfatto attraverso la stagionalità del territorio, ovvero esperire della primavera e delle opportunità che offre in queste zone. È la stagione in cui è possibile apprezzare splendide fioriture spontanee (tra cui la primula appenninica specie di particolare vistosità e bellezza, rarissima nell'Appennino) che trasformano sottoboschi, foraggiere e pascoli in naturali orti botanici naturali. Gli odori e i profumi della primavera si possono scoprire anche alla tradizionale Festa di Primavera, organizzata annualmente a Castiglione dei Pepoli, è un evento di nicchia, tanto atteso e di grande richiamo per l'intera vallata Tosco-Emiliana. Il centro storico si anima con una grande Area espositiva del Verde, Il Mercato Genuino con i suoi tanti prodotti a Km 0 ed il mercato italiano di qualità.



## Il set di esperienze sensoriali dedicato al gusto



### *“Degusta l’Appennino”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare il gusto esplorando e riscoprendo le caratteristiche enogastronomiche del territorio. L’esperienza si può svolgere presso la storica “Taverna Del Cacciatore” con sede in Via Cavaniccie 6 a Castiglione dei Pepoli, a gestione familiare. Da 26 anni se ne occupa Lucia Antonelli, cuoca autodidatta che prende però molto sul serio la professione e così, scelta la linea culinaria per il suo ristorante, decide di ispirarsi e di apprendere dalla collaborazione con Federazione Italiana Cuochi e perfeziona le proprie interpretazioni della cucina che le appartiene. Quella di Lucia è la storia di una famiglia numerosa, con la cucina come fulcro della quotidianità. È proprio in cucina che Lucia cresce, attorniata da un’atmosfera operosa, insieme alla nonna ed alla mamma apprende la sapienza genuina di trasformare gli ingredienti in piatti. Il ristorante Taverna Del Cacciatore si trova nel cuore dell’Appennino Tosco Emiliano, in una terra di confine tra due regioni. Il locale ha il sapore della trattoria fuori porta, mantenendo l’accuratezza di un ristorante di città; vi si trova un menu ispirato alla schietta cucina montanara declinata dalla cuoca Lucia nel rispetto della tradizione più sincera. Piatti di selvaggina, pasta fresca lavorata esclusivamente al mattarello, ingredienti dell’orto e soprattutto grande attenzione alla qualità. Al ristorante Taverna Del Cacciatore anche la cantina dei vini trova una selezione di etichette del territorio ed i vini che meglio possono accompagnare ed esaltare i piatti.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.ristorantetavernadelcacciatore.it](http://www.ristorantetavernadelcacciatore.it)



### *“Cena al buio”*

Questa attività ha lo scopo di potenziare in modo deciso il gusto, ma coinvolge in maniera significativa anche il senso dell’olfatto. Si tratta di vivere una vera e propria cena (o pranzo) a base di prodotti tipici locali. Si può svolgere nella già citata “Taverna Del Cacciatore” a Castiglione dei Pepoli o in un altro agriturismo/ristorante del territorio. Il fruitore bendato, affiancato dalla guida/mentor con disabilità visiva, vive l’esperienza di mangiare alimenti tipici assaporando a tutto tondo i cibi senza l’uso della vista.



### *“Sfida le sfogline”*

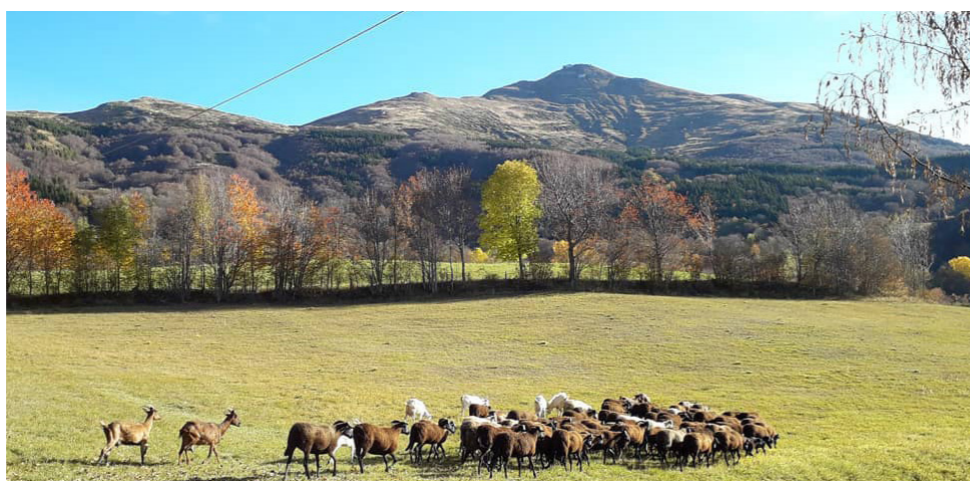
Questa attività ha lo scopo di potenziare il gusto attraverso una vera e propria sfida. Coinvolge in modo deciso anche il senso del tatto, e consiste in una prova pratica di produzione di prodotti locali, in particolare la pasta fresca, di cui le “sfogline” sono maestre. La sfoglina è storicamente vista come una donna di mezza età che utilizzando il mattarello e la spianatoia “tira la sfoglia” rigorosamente a mano per creare la base per le tagliatelle, tortellini ed altre paste all’uovo ripiene e non. È l’evoluzione della figura della Azdora (“zhdoura” dal dialetto bolognese). Nell’immaginario collettivo l’Azdora era una vera colonna portante della famiglia, normalmente raffigurata col grembiule, le mani infarinate e il fazzoletto in testa per raccogliere i capelli. Perciò “sfidare” quest’antica arte è motivo di stimolo e ispirazione, e perché no anche di divertimento per chi fruisce dell’esperienza. Potrebbero crearsi anche statistiche e “squadre” all’interno della community del servizio, con scambi di saperi e “trucchi” di questa tradizione così radicata e simbolica. Per collocare la sfida si possono coinvolgere ristoranti, trattorie e agriturismi del luogo, oppure sagre e fiere, che solitamente vedono la nutrita presenza di sfogline locali.





### “Produci il tuo formaggio”

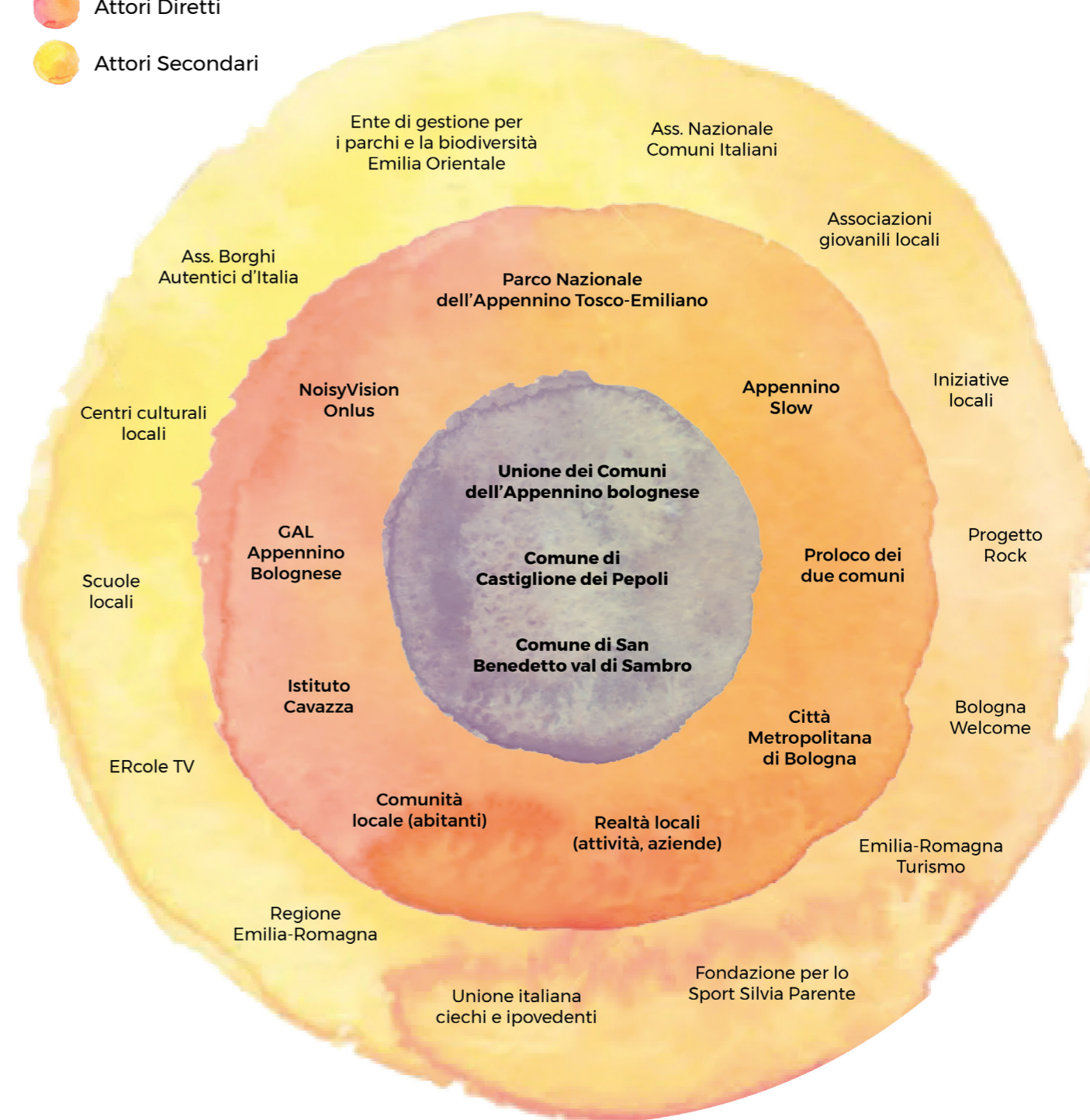
Questa attività ha lo scopo di potenziare in modo deciso il gusto, ma coinvolge in maniera significativa anche il senso del tatto. L’esperienza si svolge presso l’azienda agricola “Società Agricola Appennino” fondata da Federica Da Campo, una giovane imprenditrice che ha abbandonato il suo lavoro per aprire sul territorio di Castiglione dei Pepoli un allevamento di capre, e produrre così latte, formaggi, yogurt totalmente genuini, prodotti con materie prime locali. Il fruitore quindi ha la possibilità di vivere un’esperienza completamente immersa in quest’attività di produzione, scoprendo le procedure di lavorazione, le caratteristiche dell’animale stesso, la materia prima locale. A fine esperienza può portare con sé una parte del prodotto finito, e la restante parte lasciarla all’azienda per metterla in vendita.



il pascolo di Federica Da Campo


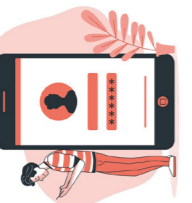


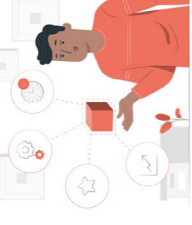
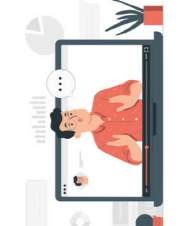








### Stakeholder map

-  Attori Primari
-  Attori Diretti
-  Attori Secondari

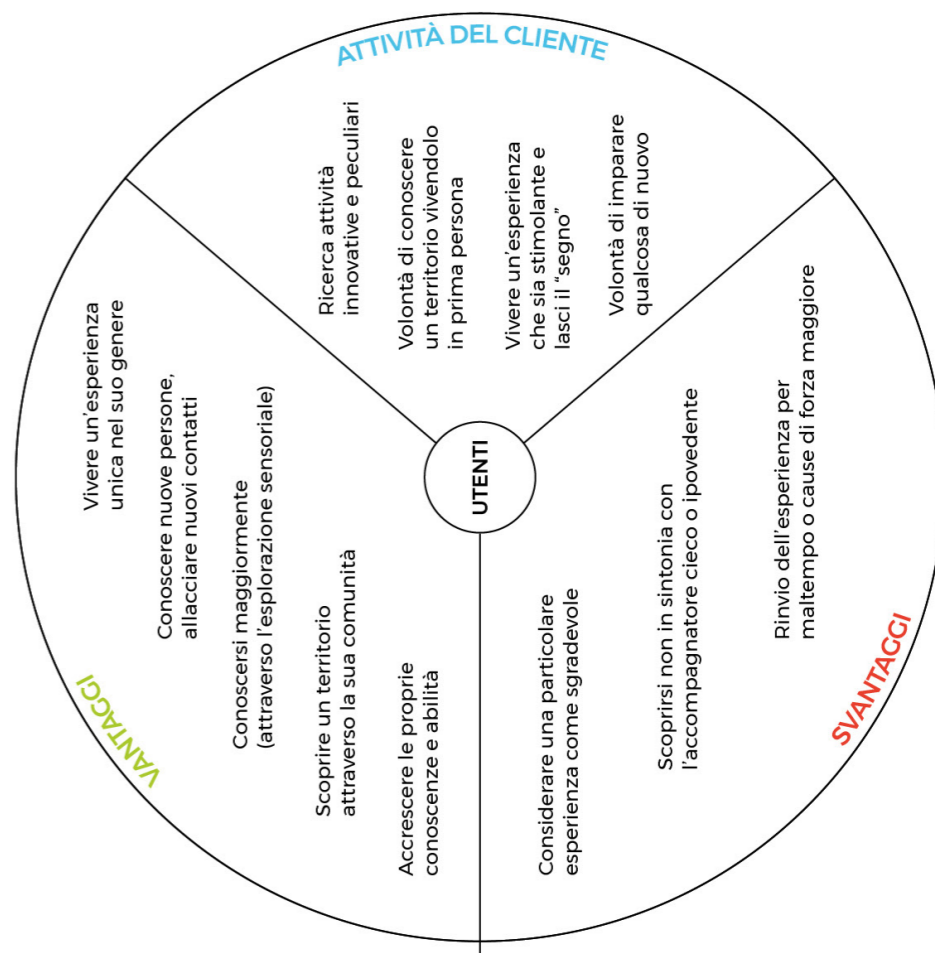
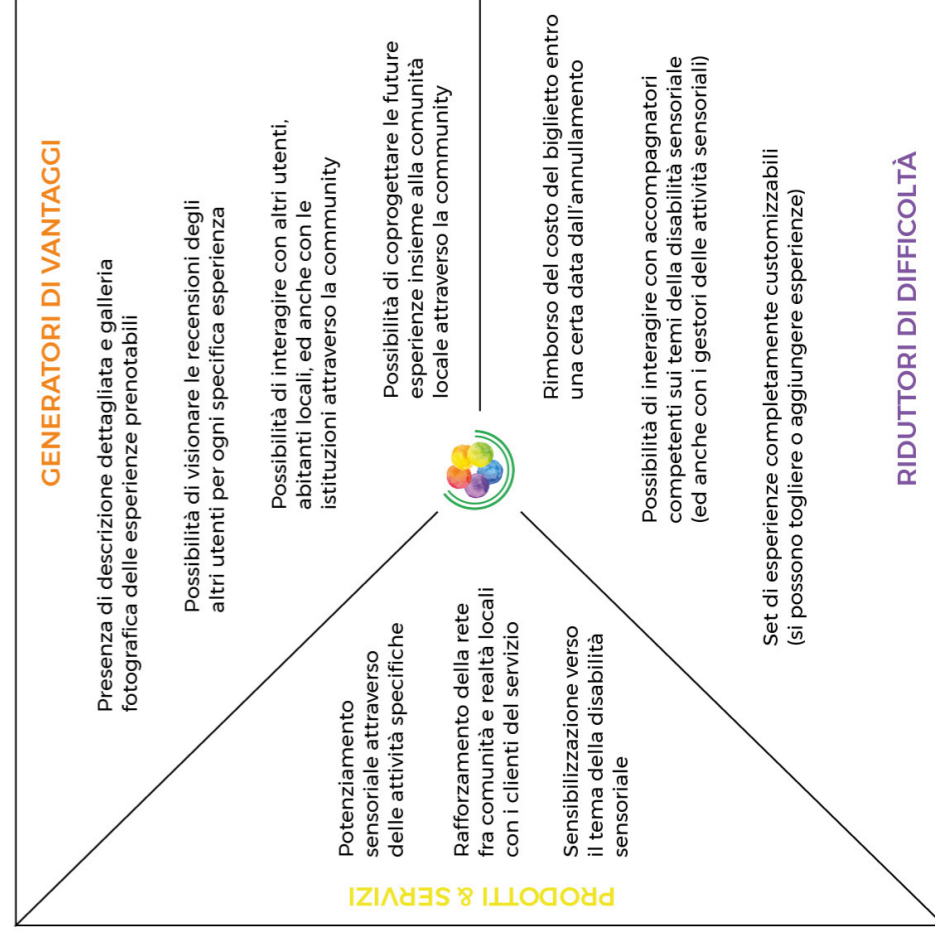




## User journey map

Fasi del servizio	Scoperta del servizio	Scelta del servizio/Registrazione	Fase di prenotazione	Fase di esperienza del potenziamento sensoriale	Fine delle esperienze	Post esperienza
<p>Illustrazioni delle fasi del servizio</p>						
<p>Descrizione delle azioni dell'utente per ogni fase del servizio</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Il fruitore si imbatte nel servizio attraverso un post sponsorizzato sui social network, dal quale legge alcune informazioni;</li> <li>Dopo qualche settimana ascolta un breve servizio riguardante il progetto del telegiornale cittadino di Bologna;</li> <li>Interessato decide di cercare più informazioni sul sito web del servizio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sul sito web di SensE(n)table l'utente scopre informazioni dettagliate, che confermano il suo interesse verso i temi sviluppati dal progetto (in particolare l'opportunità di scoprire un territorio vivendolo in un modo del tutto innovativo;</li> <li>Decide di scaricare l'applicazione del servizio;</li> <li>Si iscrive inserendo i propri dati personali, attivando un nuovo profilo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Prima di iniziare a prenotare l'utente vuole saperne di più sui territori che andrà ad esplorare; perciò attraverso l'app viene reindirizzato sul sito web dell'Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese, dove perde un po' di tempo per trovare le informazioni che cerca;</li> <li>Attraverso l'applicazione l'utente inizia a prenotare il suo primo set di esperienze completando il "test" a scelta multipla;</li> <li>Il "test" propone al fruitore un set di potenziamento olfattivo. Egli inizialmente è poco convinto, ma rifacendolo il risultato non cambia. Quindi accetta, sceglie una data utile e infine paga, confermando la sua prenotazione.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>L'utente si reca sul territorio, dove farà l'esperienza di potenziamento olfattivo attraverso una serie di attività sensoriali. La prima di esse è intitolata "C'era una volta il pane", e si svolge presso la cooperativa C.a.s.p. Valle del Brasimone, con sede in Via Toscana 50 a Castiglione dei Pepoli. Qui è collocato un mulino a pietra per macinare le farine ai grani antichi;</li> <li>L'utente arriva sul posto insieme ad altri due fruitori, e conosce la persona ipovedente che li affiancherà nel corso dell'esperienza, conosce anche una guida accompagnatrice opportunamente formata, grazie al progetto attivato da Appennino Slow. Inoltre ha la possibilità di interagire con uno dei soci della cooperativa, che compie un excursus storico e risponde alle eventuali domande;</li> <li>Ha inizio l'attività, i fruitori indossano occhiali oscurati e poco dopo passano, affiancati dai consigli della persona ipovedente, arrivano al prodotto finito, ovvero il pane, ottenuto tramite un processo di lavorazione unico e tradizionale. Rinviano il gestore della cooperativa e insieme alla persona ipovedente e la sua guida si recano nel luogo della seconda attività, intitolata "Il tuo olio essenziale", presso l'Azienda agricola "La Bargazzina", con sede in Via Roda 1, Località Crea, sempre a Castiglione dei Pepoli.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>A fine giornata il fruitore è soddisfatto e sente di aver davvero conosciuto a fondo alcuni aspetti di questo territorio che altrimenti non avrebbe mai potuto percepire;</li> <li>Scambia i propri contatti con gli altri due utenti, che hanno vissuto le stesse esperienze, e con la persona ipovedente e la sua guida. Si ripromettono di cercarsi nella community del servizio e rimanere aggiornati su possibili sviluppi di nuove idee;</li> <li>La giornata appena vissuta è stata ricca di ispirazioni e l'utente ora si sente come se un pezzettino di quel territorio così peculiare gli fosse rimasto dentro. Ritorna a casa con una pagnotta di pane, prodotta con le sue stesse mani attraverso un processo tipico del luogo, e certamente la farà assaggiare ai propri familiari.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Qualche giorno dopo attraverso l'app l'utente lascia una recensione positiva sulle attività che ha svolto;</li> <li>L'utente entra attraverso l'app (ma anche i canali social o il sito web) nella community del servizio. Qui ritrova i due fruitori che ha conosciuto, e con una semplice chat scambia due chiacchiere. In particolare confrontandosi su alcune idee che gli sono venute figurando una possibile nuova esperienza olfattiva. Il tempo dirà se sono solo scambi di opinioni oppure si svilupperà davvero una nuova esperienza;</li> <li>Infine suggerisce ad amici e colleghi il servizio, promuovendo anche i prodotti del territorio invitando a visitare i borghi. Intanto lui ha già acquistato un intero set di oli essenziali artigianali e fatto scorta di pane biologico.</li> </ol>
<p>Principali touchpoints del servizio</p>	<p>Social network Tv Sito web</p>	<p>App Sito web</p>	<p>App Sito web</p>	<p>FZF</p>	<p>FZF</p>	<p>Social network App Sito web FZF</p>
<p>Stato d'animo del cliente in ogni fase del servizio</p>	  					

## Value proposition canvas





Service Blueprint

Fasi del servizio	Scoperta del servizio	Scelta del servizio/Registrazione	Fase di prenotazione
Descrizione delle fasi del servizio	In questa fase l'utente viene a conoscenza del servizio, ha il primo contatto e può interessarsi o meno.	L'utente è incuriosito dal servizio, desidera avere più informazioni. Si informa più approfonditamente e realizza di essere interessato, e vuole usufruirne.	Dopo essersi registrato, l'utente procede a prenotare l'esperienza offerta dal servizio, attraverso le modalità previste dallo stesso.
Descrizione delle azioni dell'utente per ogni fase del servizio	<ol style="list-style-type: none"> <li>Il fruitore si imbatte nel servizio attraverso un post sponsorizzato sui social media, dai quali legge alcune informazioni;</li> <li>Dopo qualche settimana ascolta un breve servizio riguardante il progetto sul telegiornale cittadino di Bologna;</li> <li>Interessato decide di cercare più informazioni sul sito web del servizio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sul sito web di Sens[EN]able l'utente scopre informazioni dettagliate, che confermano il suo interesse verso i temi sviluppati dal progetto (in particolare l'opportunità di scoprire un territorio vivendolo in un modo del tutto innovativo;</li> <li>Decide di scaricare l'applicazione del servizio;</li> <li>Si iscrive inserendo i propri dati personali, attivando un nuovo profilo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Prima di iniziare a prenotare l'utente vuole saperne di più sui territori che andrà ad esplorare, perciò attraverso l'app viene reindirizzato sul sito web dell'Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese, dove perde un po' di tempo per trovare le informazioni che cerca;</li> <li>Attraverso l'applicazione l'utente inizia a prenotare il suo primo set di esperienze compiendo il "test" a scelta multipla;</li> <li>Il "test" propone al fruitore un set di potenziamento olfattivo. Egli inizialmente è poco convinto, ma rifacendolo il risultato non cambia. Quindi accetta, sceglie una data utile e infine paga, confermando la sua prenotazione.</li> </ol>
Frontstage	<ol style="list-style-type: none"> <li>Viene trasmessa sul telegiornale locale un breve servizio sul progetto, dove un assessore comunale è intervistato ed espone i vantaggi che il servizio offre al territorio;</li> <li>Sono registrati e caricati sui social media dei video promozionali, con protagonisti alcuni gestori di attività della zona.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>L'attività di frontstage è rappresentata dalla piattaforma stessa e dal sito web del servizio, quest'ultimo in particolare raccoglie informazioni dettagliate sul progetto e le sue finalità.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>L'attività di frontstage è rappresentata dalla piattaforma stessa, in particolare dalle opportunità che offre, per esempio quella di poter scoprire in anticipo i territori di applicazione (cliccando su un pulsante nella Home) attraverso l'appoggio di siti esterni, come quelli istituzionali dei due comuni.</li> </ol>
Applicazione		●	●
Mail			
Sito web	●	●	●
Tv	●		
Incontri con la comunità			●
Incontri con altri fruitori			●
Social media	●		
Prodotti tipici locali			●
Backstage	<ol style="list-style-type: none"> <li>Si stabiliscono i contatti con la stampa locale per promuovere e diffondere il servizio;</li> <li>Sono realizzate le riprese video delle interviste con alcuni gestori di attività della zona volontari, poi montate e postprodotte da un videomaker esterno.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>L'azienda informatica che sviluppa l'applicativo revisiona periodicamente l'app, e rende disponibili di conseguenza degli aggiornamenti. Tiene monitorato inoltre il sito web e il sistema della newsletter, correggendo eventuali bug e apportando migliorie su richiesta del team di Sens[EN]able.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Vengono rinnovate periodicamente le domande che compongono il "test" che guida l'utente verso una scelta mirata di set esperienziali. Periodicamente sono analizzate le esperienze sensoriali presenti, e dopo opportune verifiche vengono mantenute, migliorate, eliminate o sostituite.</li> </ol>

Fase di esperienza del potenziamento sensoriale	Fine delle esperienze	Post esperienza
Questa è la fase centrale del servizio, dove l'utente intraprende concretamente il valore offerto dal progetto, vivendo in prima persona il servizio.	Nella fase finale dell'esperienza l'utente "esce" dal cuore del servizio e si avvia verso le conclusioni, è già in grado di maturare un primo feedback dell'attività svolta.	In quest'ultima fase il cliente restituisce il proprio feedback e può dimostrarsi soddisfatto o meno.
<ol style="list-style-type: none"> <li>L'utente si reca sul territorio, dove farà l'esperienza di potenziamento olfattivo attraverso una serie di attività sensoriali. La prima di esse è intitolata "C'era una volta il pane" e si svolge presso la cooperativa "C.a.s.p. Valle del Brasimone", con sede in Via Toscana 50 a Castiglione dei Pepoli. Qui è collocato un mulino a pietra per macinare le farine ai grani antichi;</li> <li>L'utente arriva sul posto insieme ad altri due fruitori, e conosce la persona ipovedente che li affiancherà nel corso dell'esperienza, conosce anche una guida accompagnatrice opportunamente formata, grazie al progetto attivato da Appennino Slow. Inoltre ha la possibilità di interagire con uno dei soci della cooperativa, che compie un excursus storico e risponde alle eventuali domande;</li> <li>Ha inizio l'attività, i fruitori indossano occhiali oscurati e passo dopo passo, affiancati dai consigli della persona ipovedente, arrivano al prodotto finito, ovvero il pane, ottenuto tramite un processo di lavorazione unico e tradizionale. Ringraziano il gestore della cooperativa e insieme alla persona ipovedente e la sua guida si recano nel luogo della seconda attività, intitolata "Il tuo olio essenziale", presso l'Azienda agricola "La Bargazzina" con sede in Via Roda 1, Località Creda, sempre a Castiglione dei Pepoli.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>A fine giornata il fruitore è soddisfatto e sente di aver davvero conosciuto a fondo alcuni aspetti di questo territorio che altrimenti non avrebbe mai potuto percepire;</li> <li>Scambia i propri contatti con gli altri due utenti, che hanno vissuto le stesse esperienze, e con la persona ipovedente e la sua guida. Si ripromettono di cercarsi nella community del servizio e rimanere aggiornati su possibili sviluppi di nuove idee;</li> <li>La giornata appena vissuta è stata ricca di ispirazioni e l'utente ora si sente come se un pezzettino di quel territorio così peculiare gli fosse rimasto dentro. Ritorna a casa con una pagnotta di pane, prodotta con le sue stesse mani attraverso un processo tipico del luogo, e certamente la farà assaggiare ai propri familiari.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Qualche giorno dopo attraverso l'app l'utente lascia una recensione positiva sulle attività che ha svolto;</li> <li>L'utente entra attraverso l'app (ma anche i canali social o il sito web) nella community del servizio. Qui ritrova i due fruitori che ha conosciuto, e con una semplice chat scambia due chiacchiere, in particolare confrontandosi su alcune idee che gli sono venute riguardo una possibile nuova esperienza olfattiva. Il tempo dirà se sono solo scambi di opinioni oppure si svilupperà davvero una nuova esperienza;</li> <li>Infine suggerisce ad amici e colleghi il servizio, promuovendo anche i prodotti del territorio invitando a visitare i borghi. Intanto lui ha già acquistato un intero set di oli essenziali artigianali e fatto scorta di pane biologico.</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Sul territorio si trovano gestori, imprenditori e/o dipendenti locali che accolgono al loro arrivo, presso il luogo dell'attività, i clienti del servizio e gli ospiti con disabilità visiva (insieme ai relativi accompagnatori). I gestori guidano a livello logistico e tecnico l'esperienza, affiancando il/i cliente/i e la/le persona/e con disabilità per tutto il tempo dell'attività. Danno spiegazioni esaurienti su quello che fanno, sulla scelta di vivere e lavorare su questo territorio, tramandando saperi e conoscenze sulle tradizioni locali, inoltre rimangono disponibili per tutte le domande e curiosità dei presenti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I gestori delle attività concludono l'esperienza sensoriale accomiatandosi con l'utente/i e con l'ospite/i con disabilità visiva. Possono regalare alcuni prodotti tipici locali come ricordo dell'attività, o alcuni souvenir connessi al territorio prodotti appositamente. Si creano legami e ci si scambia dei contatti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Viene inoltrato per mail un sondaggio ai fruitori del servizio, dove tra le domande di feedback di rito, vi è uno spazio per poter scrivere un'eventuale proposta personale di attività sensoriale da svolgere in un prossimo futuro. Infine se l'utente dà il consenso, viene inserito nella newsletter del servizio.</li> </ol>
		●
		●
	●	
	●	●
	●	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Prima del lancio del servizio il team Sens[EN]able compie un notevole lavoro di ricerca e comunicazione, "reclutando" tutte le attività locali che sono interessate al servizio (che siano agriturismi, aziende agricole, artigiani, settore ristorazione, laboratori, ecc a qualsiasi livello di sviluppo, l'importante che abbiano una peculiarità e siano connessi al luogo). Dopo aver stabilito una rete di partenza di relazioni, aiutano i gestori ad organizzare e preparare le esperienze qualche tempo prima dell'arrivo dei clienti e degli ospiti con disabilità. Il team Sens[EN]able ha esponenti presenti sul territorio, che possono essere presenti durante le esperienze e sono pronti ad intervenire in caso di necessità.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Il gestore dell'attività, dopo la partenza di cliente/i e ospite/i, sistema l'occorrente, pulisce e si rifornisce di eventuali materie prime. Vede nella propria agenda i prossimi appuntamenti sensoriali e si prepara di conseguenza. Il team Sens[EN]able chiede un feedback e se l'attività è stata svolta nel modo in cui è stata progettata.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Il sistema informatico registra la mail del cliente nella newsletter, e periodicamente invia una mail contenente news e promozioni. Il team Sens[EN]able raccoglie le proposte di attività e le condivide con i gestori locali e le istituzioni. Con quest'ultimo condivide periodicamente anche l'andamento del progetto, e si organizza di tanto in tanto una riunione di confronto sulle future strategie di valorizzazione del territorio.</li> </ol>



Per concludere questo capitolo ecco un estratto dalla puntata di “**Generazione Bellezza**”, incentrata sull’Appennino bolognese e sul borgo di Castiglione dei Pepoli. È stata condotta da Emilio Casalini e andata in onda su Rai 3 il 9 gennaio 2020. Sebbene il servizio Sens[EN]able non sia stato concettualmente sviluppato dal turismo esperienziale, esso è presente trasversalmente, e l’estratto con poche parole coglie nel segno l’aspetto dell’importanza del valore che un certo territorio trasmette a chi vi si reca:

“Turismo esperienziale non significa come molti credono veder fare delle cose, ma farle in prima persona, per portare a casa con sé l’emozione legata a quel momento. Venire in luoghi come questi e provare per esempio a prendere con le proprie mani il latte che diventerà formaggio, significa ricollegare il cervello all’origine reale delle cose. Significa entrare nella futura dimensione del turismo, passare da quello esperienziale a quello emozionale”.

vista panoramica dell’Appennino bolognese  
nei pressi di Castiglione dei Pepoli







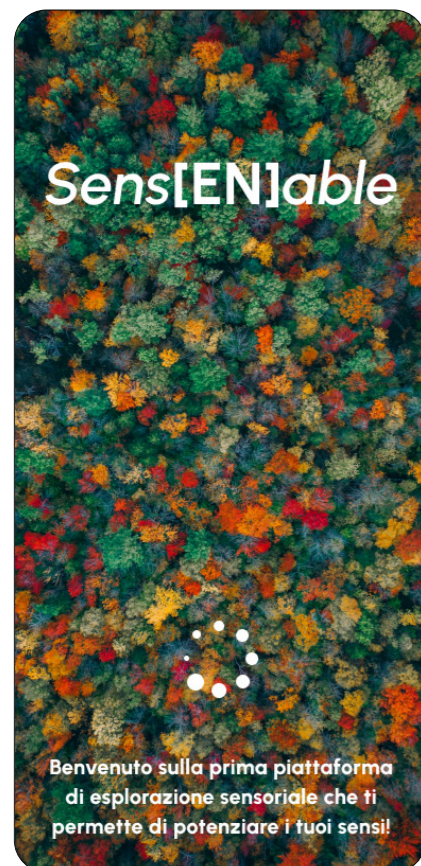
**V**

**LA PIATTAFORMA  
DEL SERVIZIO**

## Funzionamento della piattaforma

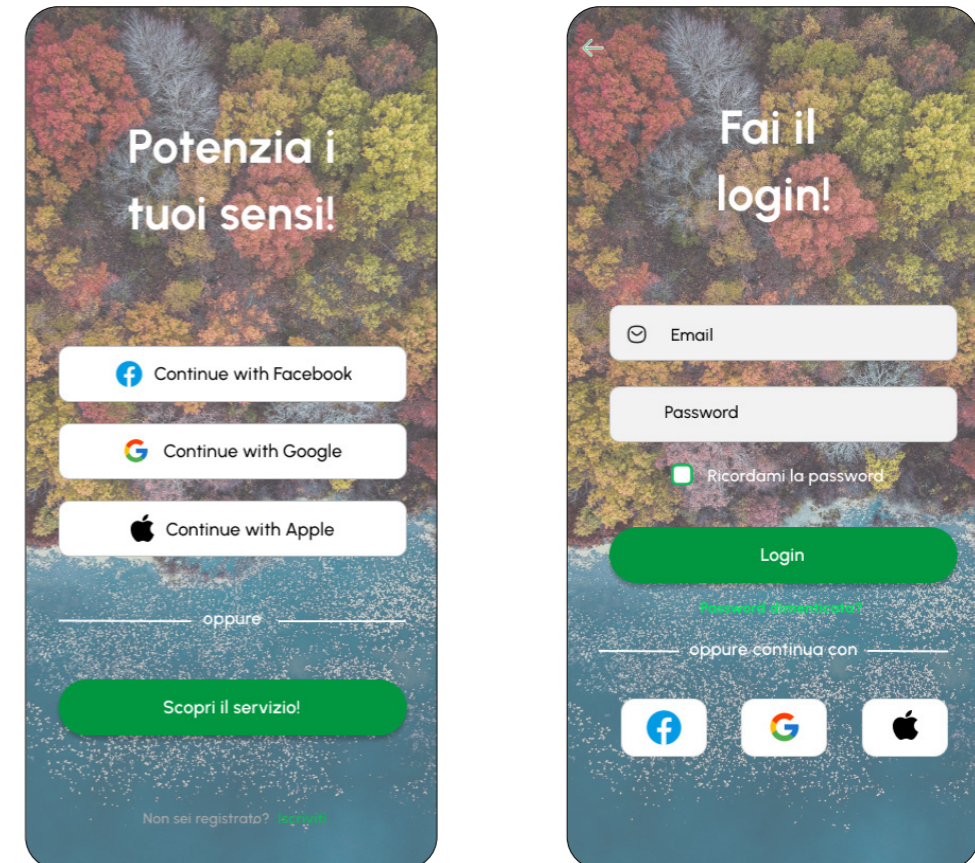
Per permettere il funzionamento di tutto quanto spiegato finora, è stata ideata una piattaforma digitale, mezzo attraverso il quale il servizio Sens[EN]able viene concretizzato. È stata scelta questa soluzione perché è la più pratica ed efficace per raggiungere il maggior numero di utenti e fruitori, inoltre, come verrà approfondito in seguito, funge anche da importante touchpoint per la community che si vuole creare (sia sul territorio che non) grazie al progetto. Viene quindi illustrato il prototipo dell'applicativo, le schermate che lo compongono e il relativo funzionamento che vi è dietro. In questo capitolo viene anche descritto il business model canvas del servizio in tutte le sue parti. La piattaforma è stata prototipata attraverso il tool online Figma, di seguito il link al prototipo : <https://www.figma.com/proto/AZe1Kx9KPnM6rJEmh-FIN0k/Untitled?node-id=16%3A625&starting-point-node-id=16%3A625>.

### Schermata di avvio dell'applicazione



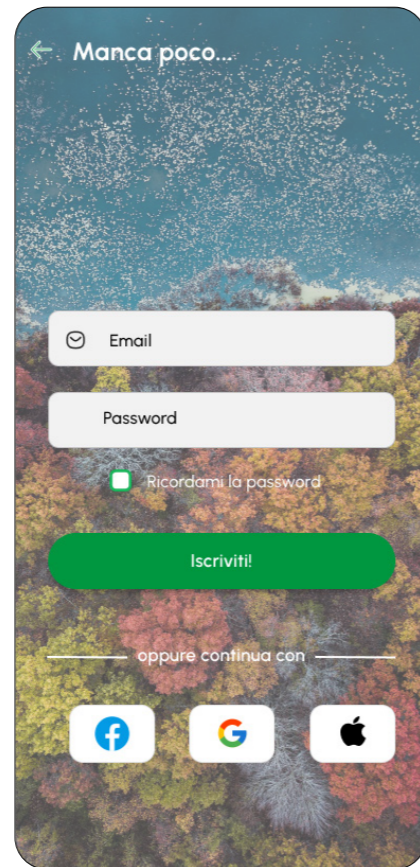
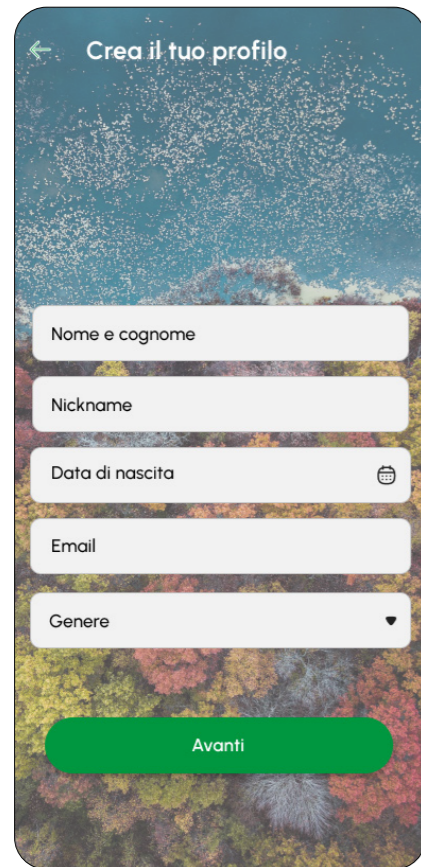
All'avvio dell'applicazione vi è una schermata di caricamento, con il titolo del servizio e una breve descrizione di benvenuto. Lo sfondo, costituito da una foresta colorata vista dall'alto, comunica fin da subito il dinamismo e l'eterogeneità degli obiettivi e dei territori considerati.

### Fase preliminare di registrazione e login

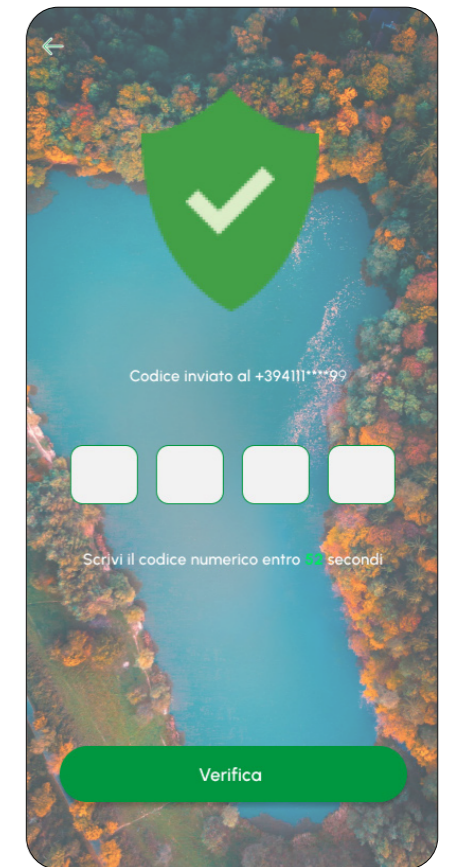
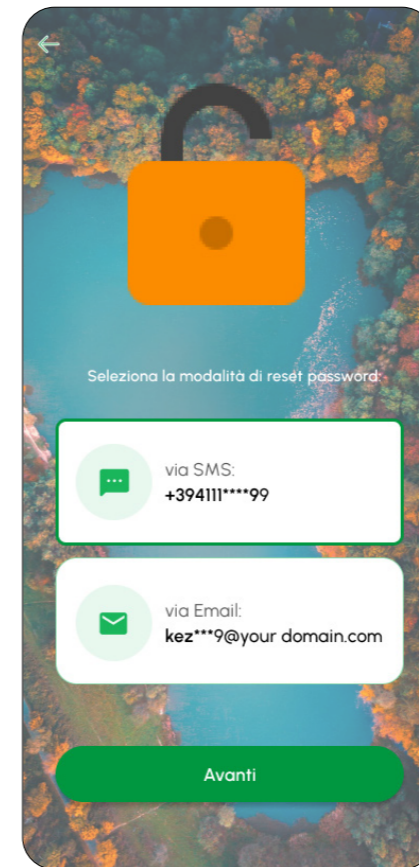


Al termine del caricamento si apre la schermata di sinistra, che invita l'utente a scoprire il servizio. A destra è illustrata la schermata di login, che avviene attraverso l'inserimento di una mail e una password se si è già registrati, oppure è possibile accedere direttamente attraverso un profilo social come Facebook, Google o l'account Apple.

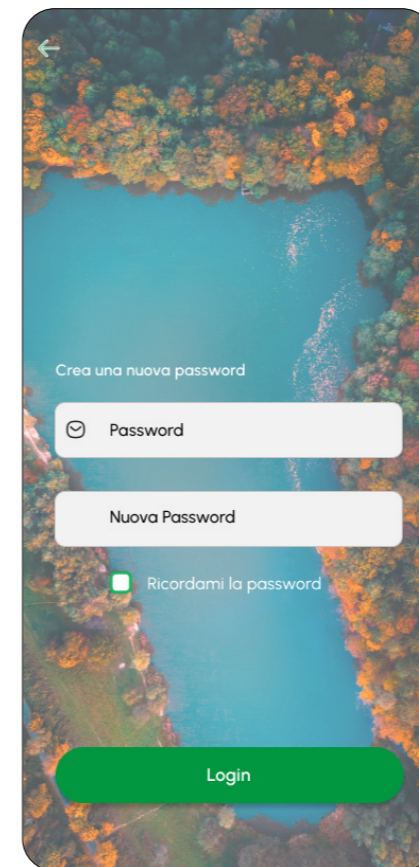




Se è la prima volta che si utilizza l'applicativo è necessario registrarsi, inserendo i propri dati personali. Quando l'iscrizione è completa si disporrà di un proprio profilo privato.



Nel caso in cui l'utente si dimenticasse la password di accesso, è possibile recuperarla attraverso un codice di recupero inviato tramite mail o sms. Così si potrà reimpostare una nuova password di accesso e accedere nuovamente al proprio profilo.



## Schermata Home



Dopo aver effettuato il login, l'utente viene indirizzato verso la pagina principale dell'applicazione. Qui può vedere le proprie esperienze prenotate, se non ha ancora effettuato una prenotazione i rettangoli centrali appaiono grigi. Nella parte sottostante può trovare maggiori informazioni sui territori, infatti la scritta **"Scopri i territori"** è un collegamento che rimanda alle pagine web dei due comuni. Sempre in basso vi è la sezione **"FAQ"** con la risposta alle domande frequenti.

Nell'estremità inferiore della piattaforma si trova il menù rapido di navigazione, con le quattro sezioni principali utili per la fruizione del servizio. A partire da sinistra esse sono:

- **Home**, questo pulsante riconduce alla schermata principale;
- **Community**, cliccando qui si apre la pagina della community Sens[EN]able, dove poter trovare recensioni, chattare con altri utenti iscritti, partecipare e coprogettare le nuove esperienze, ecc;
- **Prenota**, in questa sezione è possibile prenotare il prossimo set di esperienze, tutte da vivere sul territorio appenninico.
- **Profilo**, qui è possibile modificare le informazioni personali e le impostazioni generali dell'applicazione.

## Sezione "Prenota"



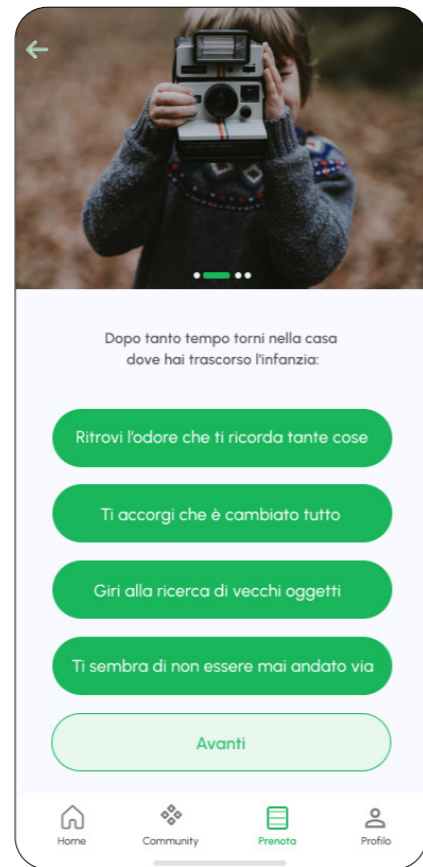
Dopo aver cliccato sul pulsante **"Prenota"** l'utente è indirizzato nell'iter di prenotazione di un determinato set di esperienze. Nella schermata a sinistra si può notare l'immagine del borgo di Qualto, il centro abitato più antico all'interno del comune di San Benedetto val di Sambro, risalente all'inizio del XIII secolo.

Per evitare che la scelta del set di esperienze diventi un banale scorrimento di catalogo, o una noiosa lista in cui scegliere quale senso potenziare, è stato ideato un semplice ma efficace **"test"** composto da quattro domande a scelta multipla, per far sì che la scelta dell'utente sia **"guidata"** e condotta in una specifica direzione. Quest'ultima è variabile e dipende dalle risposte che l'utente restituisce. Le quattro domande sembrano non essere troppo inerenti al tema, **ma sono state appositamente formulate per far ricadere l'utente all'interno di uno dei quattro set di esperienze di potenziamento sensoriale possibili** (udito, tatto, olfatto e gusto).

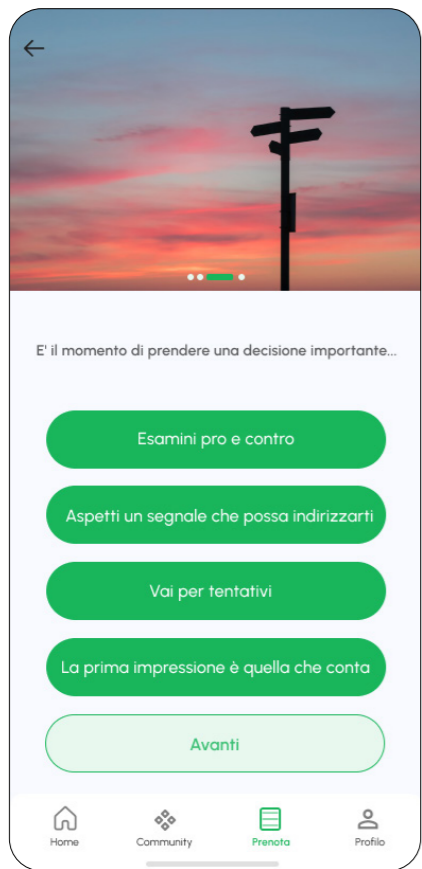




1.



2.

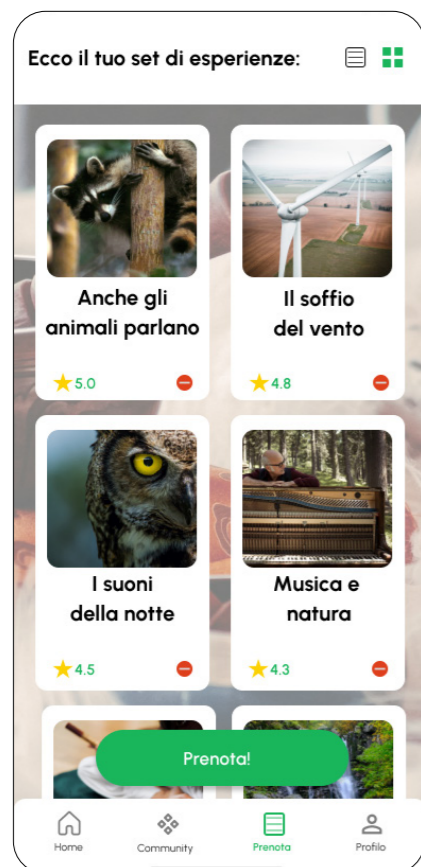


3.



4.





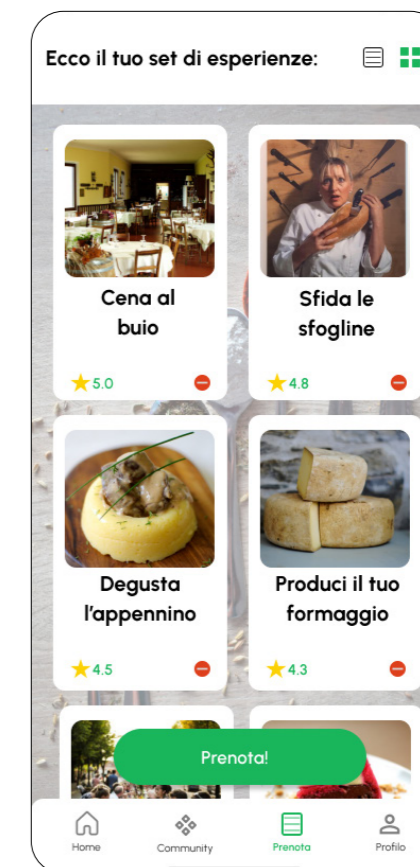
il set di esperienze relative al potenziamento dell'udito



il set di esperienze relative al potenziamento del tatto



il set di esperienze relative al potenziamento dell'olfatto



il set di esperienze relative al potenziamento del gusto

In base alle risposte pervenute, l'applicativo calcola l'affinità con ciascun senso e propone all'utente quello che in quell'istante potrebbe essere più incline al proprio desiderio. Dopodiché il fruitore è invitato a scoprire quali esperienze nello specifico potrà sperimentare sul territorio appenninico.

Questa fase rende chiaro il **valore offerto proposto dal servizio**, ovvero una serie di esperienze da vivere in prima persona, che portano con sé la tradizione dell'Appennino bolognese, antichi saperi del luogo, conoscenze legate a processi produttivi specifici, tutto ciò non è vissuto attraverso una fruizione tradizionale, ma con una prospettiva totalmente innovativa e tutta da scoprire per la maggior parte del segmento di clientela, che hanno la possibilità di "potenziare" i propri sensi oltre alla vista, cosa che non capita spesso di fare. Infatti a questo valore si aggiunge la sensibilizzazione nei confronti delle persone con disabilità sensoriale, e l'opportunità di conoscere nuove persone, sia abitanti del territorio che fruitori esterni provenienti da tutta la nazione e anche oltre.

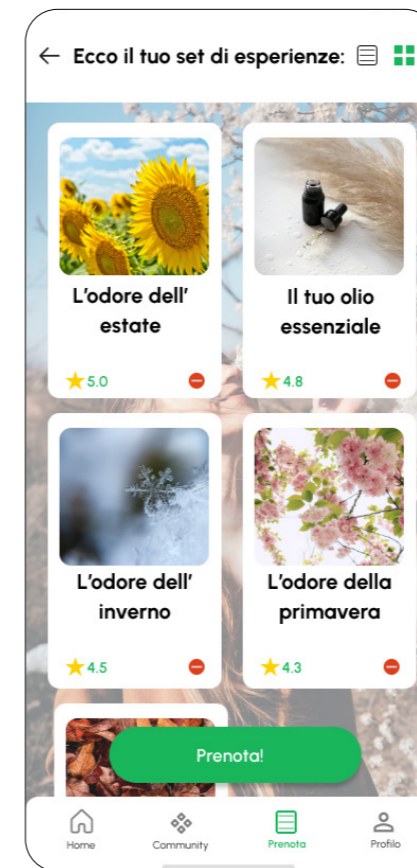




la pagine di dettaglio dell'esperienza  
"C'era una volta il pane"

Cliccando su ogni esperienza si ha la possibilità di approfondire l'attività stessa, scorrere le immagini di dettaglio nell'apposita galleria, leggere la descrizione, consultare la mappa del luogo e le recensioni di chi ha già svolto l'esperienza, e infine le possibili combinazioni con gli altri sensi.

I canali attraverso i quali la proposta di valore è diffusa e raggiunge i clienti sono l'applicazione stessa, i canali social del servizio, ma anche i canali digitali dell'Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese e dei due comuni specifici, la promozione delle pro loco ed enti turistici locali, la comunità del territorio, e gli istituti e associazioni di sensibilizzazione alle disabilità sensoriali.



Nella schermata di sinistra è illustrato come sia possibile per il fruitore togliere dal set di esperienze tutte quelle che non gradisce e che quindi non vorrebbe svolgere. È quindi dimostrato come il set non sia un "raccoltore" chiuso ed ermetico, ma sia dinamico e permeabile alle preferenze del singolo utente. Il numero minimo di esperienze che si possono svolgere è uno, anche se sarebbe consigliato, già che ci si reca sul posto, esperire un numero ragionevole di attività e portarsi via con sé un buon bagaglio di conoscenze e competenze acquisite dall'esperienza. Nella schermata di destra è invece illustrato come sia possibile aggiungere esperienze di un altro senso al proprio set. Si possono aggiungere al massimo tre attività di potenziamento, al massimo una per ogni senso aggiuntivo. Ad esempio, se dopo il test mi viene proposto il set di potenziamento dell'udito, ho la possibilità di aggiungere un'esperienza relativa all'olfatto, una relativa al tatto, e infine una relativa al gusto.

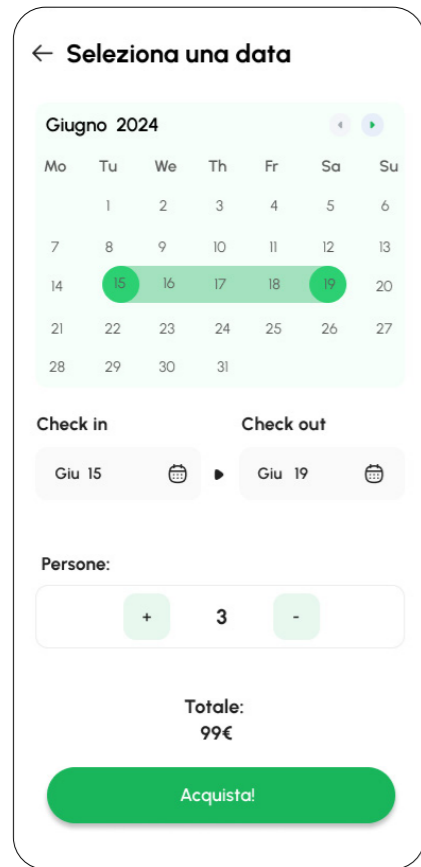
Le risorse chiave del servizio si distinguono in quattro sezioni:

- **Risorse umane**, comprendono innanzitutto le persone con disabilità visiva, ovvero le guide/mentor che affiancano e accompagnano l'utente normovedente nello svolgimento delle esperienze di potenziamento sensoriale. In secondo luogo gli accompagnatori delle persone disabili, possono essere sia guide esperte e formate, sia personale di associazioni o enti riguardanti le disabilità visive (un esempio sono l'associazione onlus NoisyVision o l'Istituto Cavazza di Bologna), oltre che un eventuale autista per gli spostamenti nei luoghi delle esperienze sul territorio. Infine tutti gli abitanti del luogo, ovvero la comunità locale, che ospitano le esperienze e permettono il loro svolgimento, oltre che essere dispensatori del sapere e custodi delle tradizioni;
- **Fisiche**, ovvero la strumentazione necessaria allo svolgimento del servizio. Qui sono compresi gli occhiali e le bende per oscurare temporaneamente la vista agli utenti normovedenti; il mezzo per gli spostamenti in loco, ed infine tutto il materiale e l'occorrente essenziale per poter svolgere le attività, che dovrebbe essere già presente sul luogo di svolgimento, proprio perché parte integrante del territorio;
- **Intelletuali**, comprende la licenza sul format del progetto e sulla piattaforma, ma riguarda anche tutto il sapere individuale e collettivo che è presente sul territorio preso in considerazione;
- **Finanziarie**, qui sono compresi i finanziamenti, sia provenienti da enti pubblici che privati, e la vendita stessa dei set di esperienze sensoriali del servizio, oltre che i pagamenti vari delle risorse coinvolte.

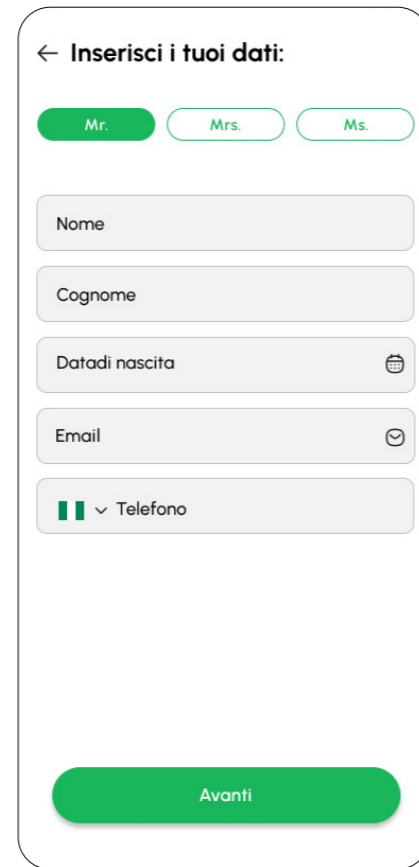
Le attività chiave del servizio si distinguono in tre sezioni:

- **Produttive**, perciò rendere più efficaci le componenti del servizio, affinando il metodo di ingaggio, di prenotazione dei set esperienziali, di coinvolgimento della comunità, ed infine rafforzare il dialogo con la comunità locale che ospita e fa svolgere nel concreto le esperienze, aumentando la loro visibilità e produttività. Infine la messa a disposizione di un mezzo (auto o pulmino) che all'occorrenza può accompagnare i fruitori, il mentor ed i relativi accompagnatori sul territorio stesso per raggiungere i luoghi delle esperienze;
- **Problem solving**, comprende l'attività di ricerca di nuove realtà sul territorio che possano fungere da luogo ideale per possibili nuove esperienze, inoltre comprende lo studio di sempre nuovi metodi e processi comunicativi e progettuali per espandere il target e rendere il progetto scalabile in territori differenti, sia in Italia che all'estero;
- **Manutenzione o sviluppo**, ovvero mantenere aggiornato l'applicativo e i canali social del progetto, sviluppare nuovi metodi di radicamento nella comunità e valorizzazione del territorio, come connettersi sempre di più anche coinvolgendo le istituzioni locali.

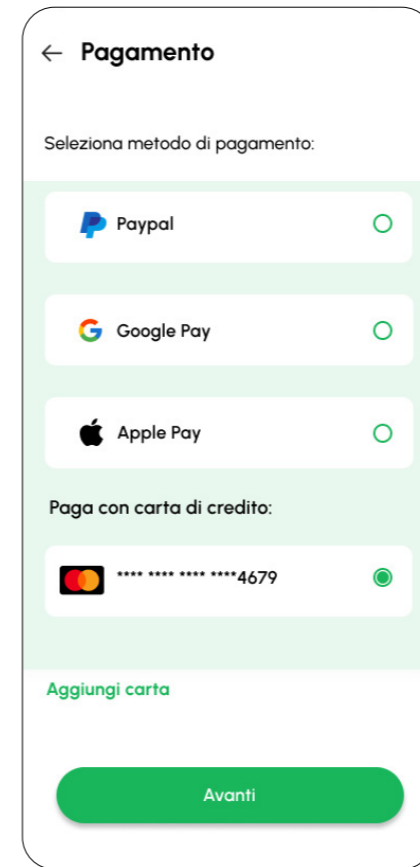
Dopo aver scelto e allestito il proprio set di esperienze sensoriali, l'utente procede con l'effettiva prenotazione, scegliendo tra le date disponibili quella che preferisce, e con il pagamento del servizio. Nelle due pagine seguenti sono illustrate queste fasi, fino ad arrivare alla fase conclusiva e alla visione del proprio "biglietto" che conferma l'avvenuto pagamento e prenotazione.



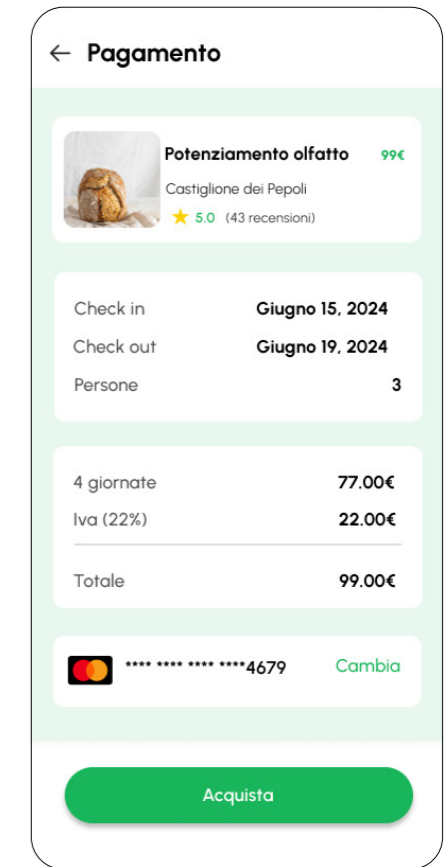
1.



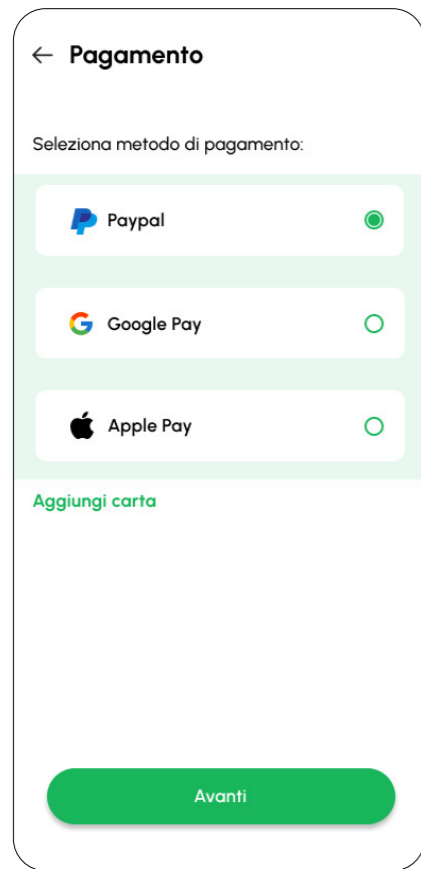
2.



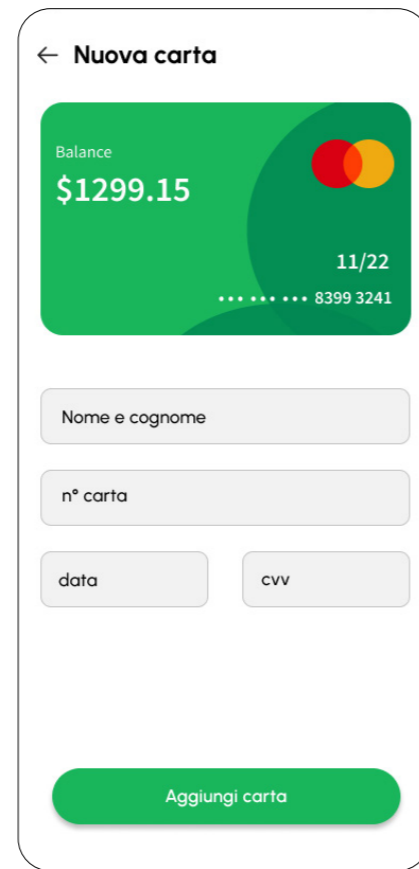
5.



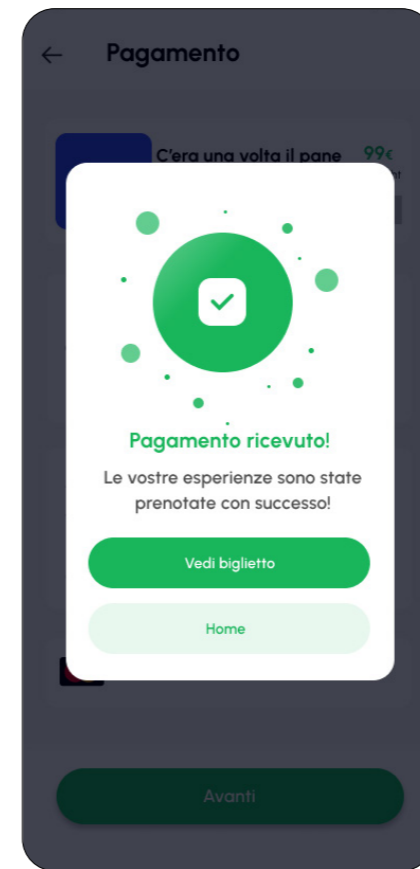
6.



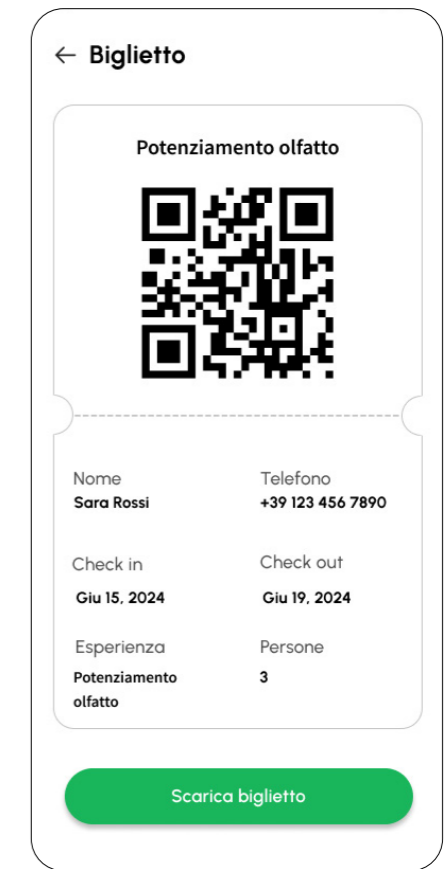
3.



4.



7.

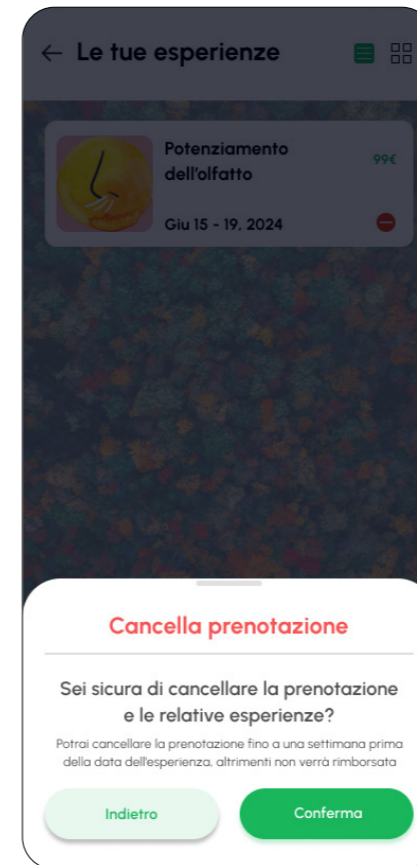
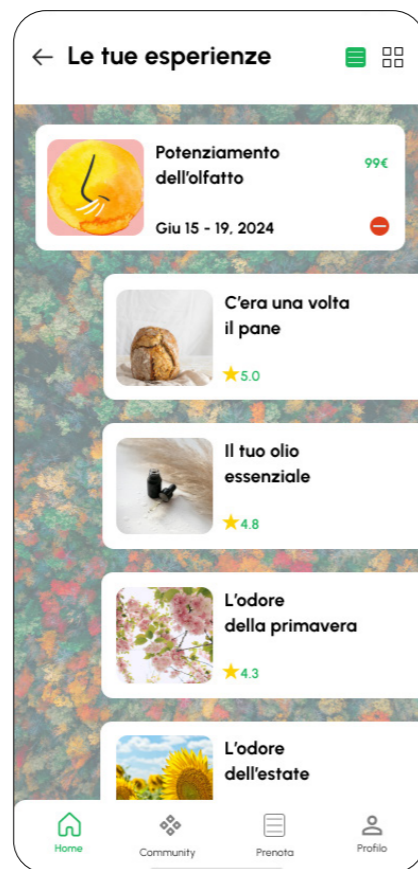
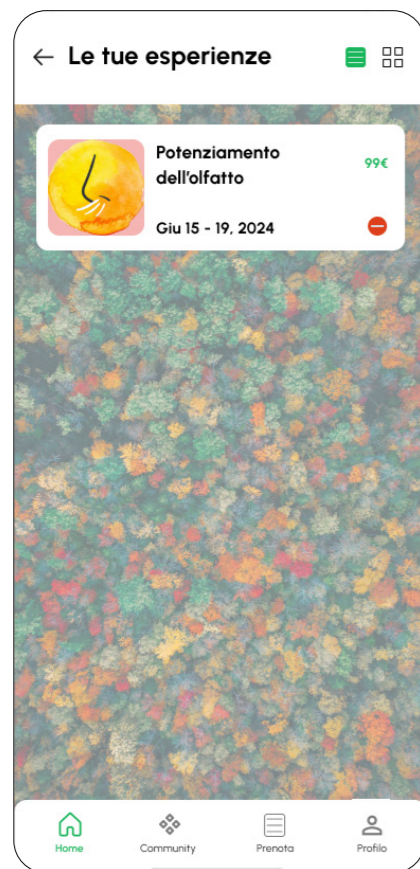


8.

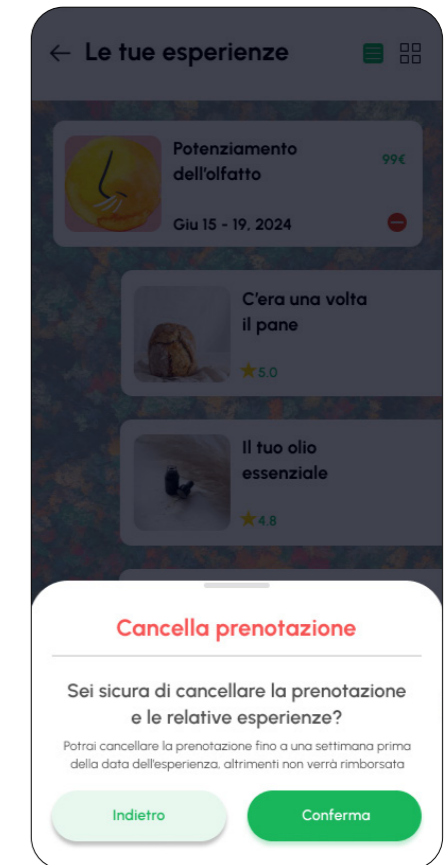




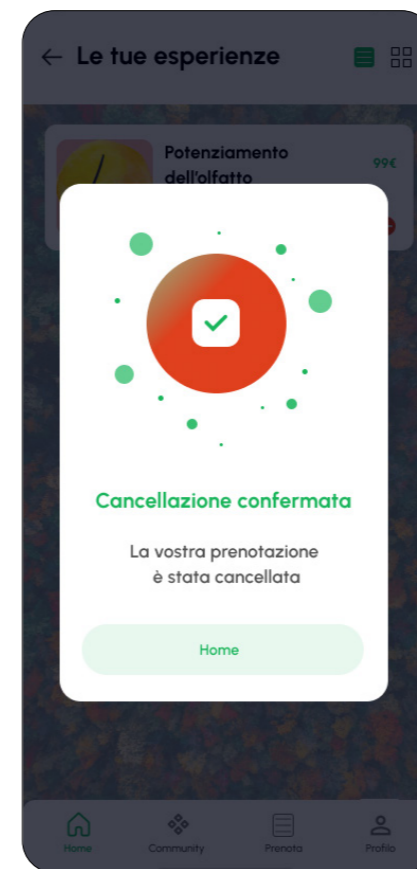
Dopo aver concluso con successo la prenotazione ed il pagamento del set esperienziale, l'utente è reindirizzato nuovamente alla schermata "Home", dove, come si può notare dall'immagine a sinistra, al posto del rettangolo grigio è comparso il set appena acquistato. Cliccandovi sopra si apre il dettaglio, con l'elenco di tutte le esperienze contenute; se si clicca ancora sulle singole esperienze si apre la pagina di descrizione apposita. Nella pagina seguente è illustrato come sia possibile, anche in questa fase, cancellare la prenotazione. Per farlo basta cliccare sul simbolino rosso collocato in basso a destra all'interno della casella del set prenotato.



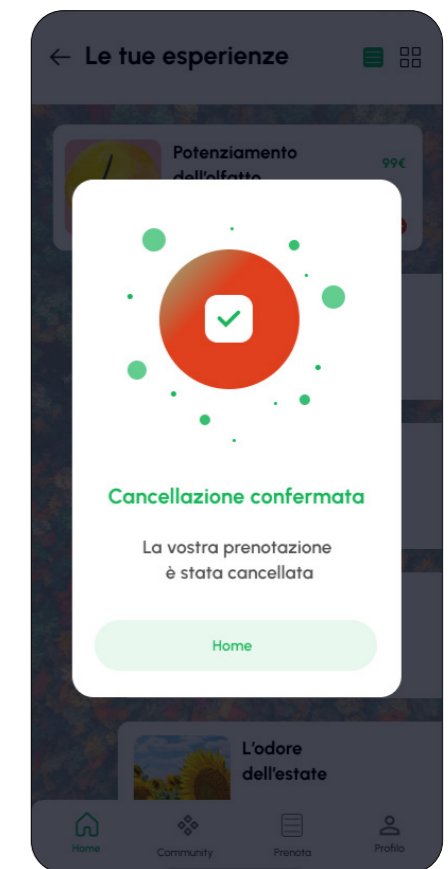
1a.



2b.

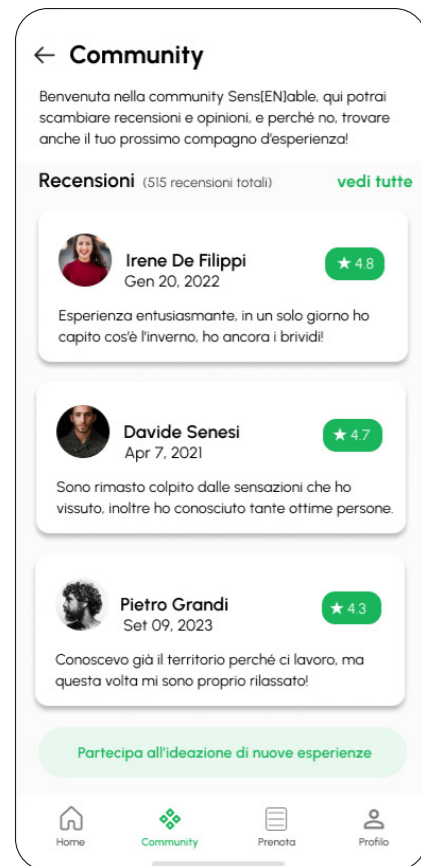


2a.



2b.

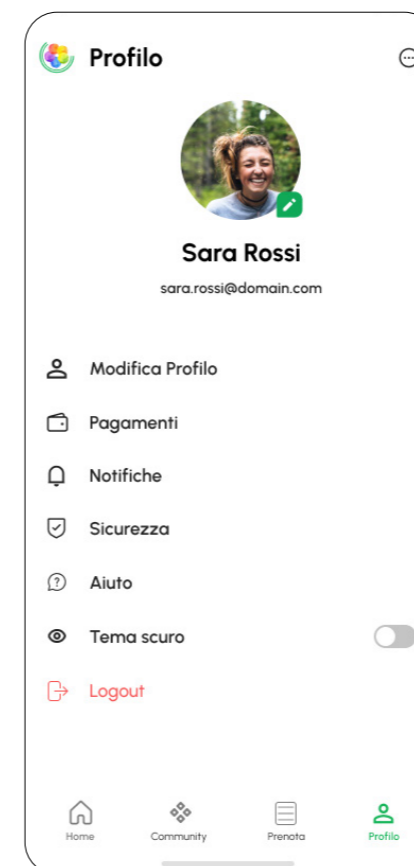
## Sezione “Community”



Dal menù rapido posizionato nella parte inferiore dell'applicativo, è possibile accedere all'area community del servizio. Qui si possono trovare tutte le recensioni degli utenti che hanno utilizzato Sens[EN]able, entrare in contatto con loro aprendo una nuova chat, inoltre è possibile partecipare all'ideazione di nuove esperienze, in un processo di totale co-progettazione con esperti e abitanti locali, portando la propria creatività e il proprio contributo. **Entrare nella community Sens[EN]able significa connettersi molto più facilmente con la comunità del luogo**, favorendo il suo accrescimento e il suo radicamento. Questa azione di creare una community risponde appieno a tutti e tre gli obiettivi di servizio, in particolare aumentando la coscienza di luogo di chi già vi abita, rinforzando la consapevolezza attraverso il tentativo di costruzione di un immaginario che sia di forte attrazione per risorse esterne e futuri cittadini.

Il servizio instaura con la propria clientela un tipo di relazione diretto e trasparente. I set di potenziamento sensoriale sono customizzabili, e le esperienze prenotabili sono descritte minuziosamente. **La relazione con la clientela è quindi garantita e affidata alla community**, spazio dove si concede libertà al fruitore, che ha oneri e onori di usufruire di questa dimensione, che una volta consolidata a livello digitale potrebbe sfociare anche in un ritrovo fisico direttamente nei territori appenninici. La community può essere anche utilizzata dalle istituzioni locali per ricevere feedback e consensi su progetti in corso e futuri, o anche dalle stesse realtà imprenditoriali del luogo per promuovere la propria attività e contribuire così a valorizzare l'intero tessuto socio-economico del territorio.

## Sezione “Profilo”

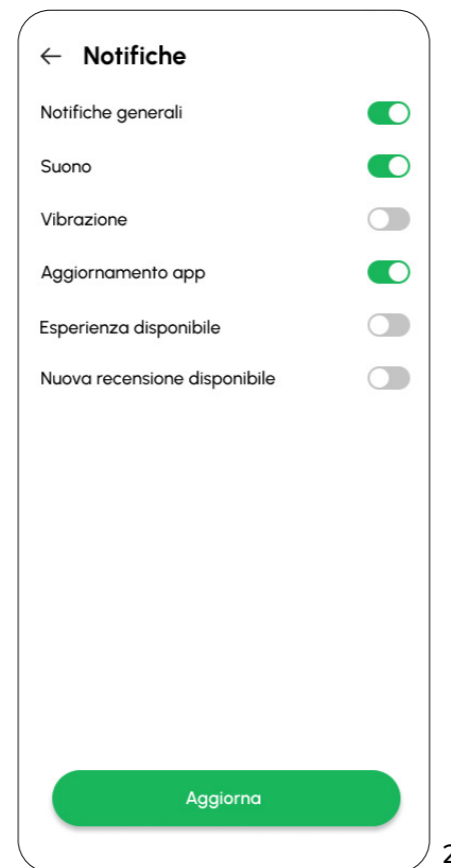


L'ultima sezione presente sull'applicativo è quella del profilo personale dell'utente. Nella pagina seguente sono illustrate le schermate di modifica delle informazioni del profilo (1), le impostazioni generali sulle notifiche (2), le impostazioni sulla sicurezza e autenticazione (3), infine la schermata di logout dall'applicativo (4).

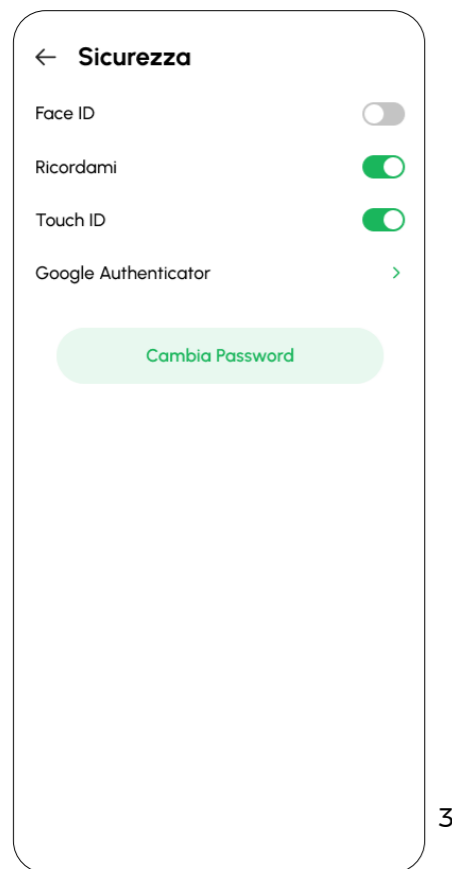
**Il servizio si rivolge ad un segmento di clientela piuttosto ampio**, essendo aperto a tutti coloro che vogliono mettersi in gioco vivendo **un'esperienza che è insieme un potenziamento sensoriale, una scoperta del territorio appenninico bolognese e una sensibilizzazione verso il tema della disabilità sensoriale visiva**. Nello specifico sono favorite le persone curiose, aperte alla connessione e alla scoperta di qualcosa di nuovo, che sappiano apprezzare l'immenso valore contenuto in un territorio vasto ma ancora per certi versi burbero ed esigente, soprattutto per chi vi abita. Tutti coloro che sapranno ricevere e accogliere dentro di sé questi luoghi saranno i benvenuti, perché riceveranno più di quello che si possa immaginare, arricchendosi ogni volta sempre di più.



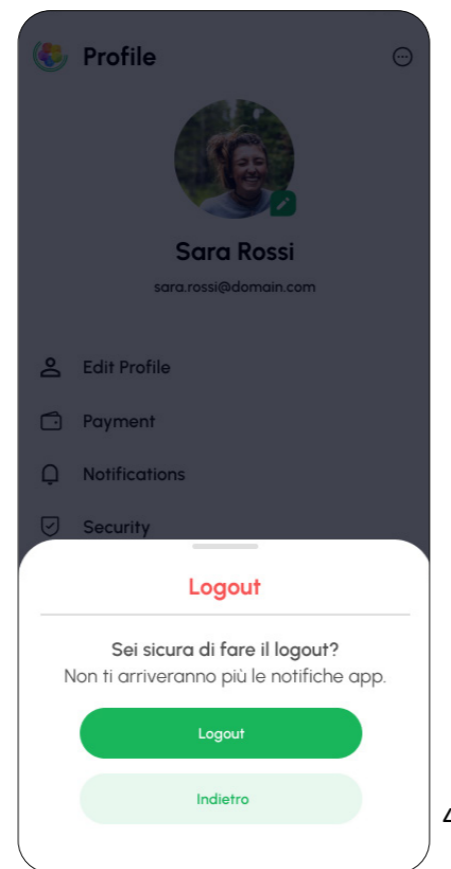
1.



2.



3.



4.

I partner chiave con cui il servizio interagisce, non essendo una struttura chiusa e autosufficiente, sono una rete strategica attraverso la quale il progetto riesce a creare valore e offerta per il proprio cliente. In sintesi i partner con cui il servizio collabora sono:

- **I comuni di Castiglione dei Pepoli e San Benedetto val di Sambro**, nel dettaglio le loro amministrazioni e gli enti connessi come le proloco locali, che compiono un'azione di collegamento diretto con il territorio fornendo contatti, conoscenze, possibili collaborazioni e sviluppi;
- **Le realtà presenti sul territorio**, nelle figure dei loro imprenditori e gestori, che riguardano settori variegati come l'enogastronomia, l'artigianato, l'agricoltura, l'allevamento, la cultura. Loro sono il vero motore del servizio perché consentono l'attuazione delle esperienze di potenziamento sensoriale, contribuendo quindi alla diffusione delle tradizioni locali, degli antichi saperi, di metodi e processi unici e irripetibili in altre zone, di eccellenze e peculiarità del luogo. In breve mantengono viva l'identità del territorio e la raccontano attraverso il servizio;
- **Associazioni ed istituti di promozione della sensibilizzazione verso le disabilità sensoriali**, in particolare quelle visive. Essi ricoprono una grande importanza, perché hanno il compito di connettere il servizio con il target di disabili visivi interessato a partecipare al progetto, assumendo un ruolo di primaria importanza e divenendo delle vere e proprie guide di persone normodotate, oltre che vivere loro stessi un'esperienza assolutamente unica e innovativa anche per loro, scoprendo il grande valore del territorio appenninico;
- **La comunità locale**, che comprende certamente le già citate realtà locali, ma con il termine "comunità" si vogliono coinvolgere anche le scuole, i centri giovanili, le associazioni socio-culturali, enogastronomiche, di promozione turistica, gli anziani del paese (custodi d'eccellenza dei saperi e tradizioni del luogo), gli abitanti del territorio in generale; poiché anche loro possono sia partecipare direttamente alle esperienze ritrovando e riscoprendo la propria zona attraverso una prospettiva inedita, sia contribuire allo sviluppo del servizio tramite una coprogettazione con la community Sens[EN]able finalizzata all'ideazione di nuove attività sensoriali e al miglioramento di quelle esistenti.



**La struttura dei costi** del servizio Sens[EN]able si compone di costi iniziali, tra i quali vi sono sicuramente i costi di sviluppo della piattaforma e dei canali digitali (sito web), e i costi per la campagna di comunicazione al lancio iniziale del progetto. Vi sono poi i costi fissi, ovvero per la manutenzione e l'aggiornamento degli applicativi e canali social, ed il pagamento alle realtà locali per il tempo e le risorse utilizzate nello svolgimento delle attività sensoriali. Infine i costi di produzione dell'eventuale merchandising e gadget brandizzati del servizio, e il costo di un possibile autista con noleggio mezzo che accompagna i fruitori all'interno del territorio nei diversi luoghi di attuazione delle attività sensoriali.

**Il flusso dei ricavi** deriva principalmente dalla vendita dei set composti da esperienze di potenziamento sensoriale, vendute attraverso l'applicativo o il sito web del servizio. Il costo di ogni set varia in base al numero e alla tipologia di esperienze contenute, infatti vi sono esperienze più costose (perché richiedono più materia prima o maggior tempo di erogazione, come per esempio il processo di produzione del pane, la degustazione delle eccellenze appenniniche o la produzione di oli essenziali). Una piccola parte di ricavi proviene anche dall'eventuale vendita di merchandising e gadget brandizzati del servizio, o da donazioni private. Dopodiché vi sono tutti quei ricavi che possono provenire da finanziamenti e bandi, sia regionali che europei. Per esempio attualmente il PNRR (piano nazionale di ripresa e resilienza, un documento che il governo italiano ha predisposto per illustrare alla commissione europea come il nostro paese intende investire i fondi che arriveranno nell'ambito del programma Next generation Eu) eroga all'Appennino bolognese circa 90 milioni di euro. "Una cifra inedita, enorme, che ieri ha portato istituzioni e imprese a ritrovarsi alla Rocchetta Mattei per fare il punto sul futuro, perché, per dirla con il sindaco metropolitano Matteo Lepore, «mettere a terra questi fondi sarà difficilissimo, serve un'unica direzione generale e Bologna farà da capofila: perché l'Appennino possa vincere dobbiamo puntare sulla qualità». Per avere un termine di paragone, spiega Alessandro Delpiano, direttore dell'area pianificazione territoriale della Città metropolitana, «nella programmazione precedente erano arrivati solo quattro milioni». Insomma non si può sbagliare. Ecco perché serve anche una nuova struttura

tecnica, alla quale potranno appoggiarsi gli uffici dei singoli comuni di montagna. Si chiameranno 'officine di rigenerazione metropolitana'. «Non abbiamo mai visto così tanti investimenti - dice il governatore Stefano Bonaccini - E dobbiamo usarli perché diventino opportunità strategiche e durature». «A breve faremo un piano dello sviluppo dell'Appennino», annuncia Maurizio Fabbri, che oltre ad essere il sindaco di Castiglione dei Pepoli, è anche Presidente dell'Unione dei Comuni dell'Appennino. Nella frazione di Campolo-La Scola l'obiettivo è battere lo spopolamento e portare gli attuali 57 residenti a 220. «A Campolo - spiega il sindaco di Grizzana Morandi Franco Rubini - acquisteremo degli appartamenti, realizzeremo un albergo e apriremo una scuola per scalpellini. Mentre a La Scola dovremmo fare un parcheggio».<sup>1</sup>

Un altro bando è promosso dal Gal Appennino Bolognese, società titolare dei fondi leader per la rigenerazione delle aree rurali svantaggiate, con il finanziamento di progetti di riqualificazione delle piccole imprese artigiane, commerciali, turistiche e di servizio della montagna e della collina. La spesa ammissibile per ogni progetto va da 10.000 euro a 50.000, ed il contributo previsto a favore dei richiedenti che risulteranno in posizione utile di graduatoria è pari al 60% della spesa ammissibile per i titolari con meno di 41 anni e per le attività localizzate nei territori classificati come 'zona svantaggiata'. Il termine per richiedere un finanziamento è entro il 31 ottobre 2022. «Questo nuovo bando - sottolinea il Presidente del Gal Tiberio Rabboni - il terzo consecutivo riservato alle imprese extra-agricole di montagna, dispone di un budget di 860.000 euro. I bandi precedenti hanno finanziato con circa 2 milioni di risorse pubbliche 74 progetti di altrettante piccole imprese».<sup>2</sup>

<sup>1</sup> "Il patto della Rocchetta, 90 milioni e tante idee per rilanciare l'Appennino", Caterina Giusberti; La Repubblica, 19 maggio 2022.

<sup>2</sup> [www.ascom.bo.it](http://www.ascom.bo.it)

## La visual identity del servizio

L'illustrazione sottostante rappresenta il logo del servizio Sens[EN]able.



Il logo è composto da cinque tondi centrali raggruppati simmetricamente in un cerchio, ognuno con un colore differente, e rappresentano i cinque sensi. Le due linee esterne curve abbracciano simbolicamente l'udito, la vista, il tatto, l'olfatto e il gusto, ovvero i cinque sensi centrali. Esse simboleggiano i due territori scelti (i comuni di Castiglione dei Pepoli e San Benedetto val di Sambro) e sono di colore verde perché richiamano il colore dei boschi e le peculiari caratteristiche naturali presenti in quest'area. Sotto vi sono i simboli dei cinque sensi, ognuno con il suo specifico colore, essi sono utilizzati nel linguaggio di comunicazione della piattaforma e sono il segno distintivo del brand del progetto.





## VI

### NOZIONI CONCLUSIVE

#### Impatti e SDG's

Si stima che il servizio possa produrre alcuni impatti, prevalentemente orientati verso il territorio appenninico preso in considerazione ma anche oltre:

##### Impatti ambientali

- *Breve termine (1-2 anni):* presa di maggiore consapevolezza da parte della comunità locale del patrimonio naturalistico presente nella zona, sia dal punto di vista della flora che della fauna. Il progetto origina interesse negli enti già esistenti di protezione e tutela del territorio, che sono ancora di più stimolati a perseguire i propri obiettivi;
- *Medio termine (3-5 anni):* avvio di progetti di sensibilizzazione e tutela del patrimonio naturalistico, l'attenzione sul tema arriva sui tavoli delle istituzioni (sia comunali che regionali). Si originano comportamenti più sensibili da parte di turisti esterni e dalla comunità locale;
- *Lungo termine (>5 anni):* sviluppo e implementazione di progetti di tutela del patrimonio naturalistico, aumento della biodiversità locale, maggior connessione e convivenza sensibile tra la comunità del luogo, ma anche fruitori esterni come turisti o lavoratori pendolari, e l'ambiente stesso.

##### Impatti economici

- *Breve termine (1-2 anni):* inizia a rafforzarsi l'identità del luogo, ciò comporta un aumento di visibilità di prodotti tipici, eccellenze locali, afflusso turistico, inoltre inizia a formarsi una rete solida tra gli imprenditori locali;
- *Medio termine (3-5 anni):* aumenta la richiesta delle eccellenze locali, sia enogastronomiche che artigianali o di interesse socio-culturale. Ciò comporta un aumento delle vendite e quindi di ricavi da parte delle realtà presenti che iniziano a investire sulla propria attività;
- *Lungo termine (>5 anni):* il maggior afflusso di persone, la rete dinamica di realtà presenti, e la ricchezza messa in luce del territorio attirano investitori esterni, che hanno la volontà di aprire attività nella zona. Le istituzioni iniziano a raccogliere quindi i frutti dei propri progetti di sviluppo dell'economia locale.



## Impatti socio-culturali

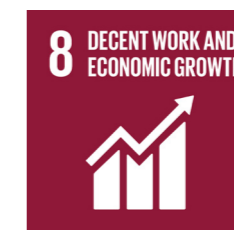
- *Breve termine (1-2 anni)*: rafforzamento dell'immaginario e dell'identità locale del territorio, la comunità presente acquisisce una maggiore consapevolezza del proprio comune, riscoprendo aspetti magari dimenticati o itinerari e peculiarità addirittura fino a questo momento sconosciuti.
- *Medio termine (3-5 anni)*: le realtà del territorio, gli abitanti locali e i fruitori esterni (turisti in primis) divengono una rete solida che comunica e promuove il territorio. Le istituzioni iniziano a prendere in considerazione tale rete come strumento di coprogettazione e feedback delle proprie scelte. Si raggiunge una soglia critica di sensibilizzazione verso il tema delle disabilità sensoriali che origina interesse da parte di studiosi ed esperti in materia;
- *Lungo termine (>5 anni)*: la ricchezza del luogo, l'identità forte, la comunità solida, la sinergia con le istituzioni, tutto ciò induce un discreto numero di giovani famiglie, alcuni imprenditori ed anche alcune persone con disabilità sensoriale a trasferirsi sul territorio, aumentando così la popolazione locale, che abbassa anche la propria età media, divenendo un caso studio di best practice riconosciuto anche oltre i confini nazionali.

## Impatti di salute e benessere

- *Breve termine (1-2 anni)*: la comunità locale inizia a riconoscere e ad accettare la condizione della disabilità sensoriale, aprendosi al tema e iniziando ad ospitare questo target nelle proprie iniziative, sagre o feste paesane.
- *Medio termine (3-5 anni)*: la comunità di disabili sensoriali riconosce il territorio come luogo di benessere e aperto verso la propria condizione, inoltre associazioni e istituzioni di categoria sviluppano l'interesse di questi luoghi;
- *Lungo termine (>5 anni)*: l'area appenninica bolognese diviene riconosciuta come inclusiva e accogliente, diventando simbolo ed esempio di sensibilizzazione in tutta la nazione. Il benessere psico-fisico delle persone con disabilità sensoriali qui è di priorità massima e parte integrante degli obiettivi da tutelare.

## SDG's

Di seguito sono illustrati gli **obiettivi specifici tratti dall'Agenda 2030** che il progetto Sens[EN]able si propone di rispettare. L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità. Sottoscritta il 25 settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, e approvata dall'Assemblea Generale dell'ONU, l'Agenda è costituita da 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile - Sustainable Development Goals, SDGs - inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto costituito da 169 target o traguardi, ad essi associati, da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030. Questo programma non risolve tutti i problemi ma rappresenta una buona base comune da cui partire per costruire un mondo diverso e dare a tutti la possibilità di vivere in un mondo sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale, economico.<sup>1</sup>



### Lavoro dignitoso e crescita economica

- **8.3** - Promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari.
- **8.9** - Entro il 2030, elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.

<sup>1</sup> [www.agenziacoessione.gov.it](http://www.agenziacoessione.gov.it)



### Ridurre le disuguaglianze

- **10.2** - Entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro.



### Città e comunità sostenibili

- **11.3** - Entro il 2030, aumentare l'urbanizzazione inclusiva e sostenibile e la capacità di pianificazione e gestione partecipata e integrata dell'insediamento umano in tutti i paesi.
- **11.4** - Rafforzare gli impegni per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo.
- **11.7** - Entro il 2030, fornire l'accesso universale a spazi verdi pubblici sicuri, inclusivi e accessibili, in particolare per le donne e i bambini, gli anziani e le persone con disabilità.
- **11.a** - Sostenere rapporti economici, sociali e ambientali positivi tra le zone urbane, periurbane e rurali, rafforzando la pianificazione dello sviluppo nazionale e regionale.



### Consumo e produzioni responsabili

- **12.8** - Entro il 2030, fare in modo che le persone abbiano in tutto il mondo le informazioni rilevanti e la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile e stili di vita.



### Vita sulla Terra

- **15.4** - Entro il 2030, garantire la conservazione degli ecosistemi montani, compresa la loro biodiversità, al fine di migliorare la loro capacità di fornire prestazioni che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile.
- **15.5** - Adottare misure urgenti e significative per ridurre il degrado degli habitat naturali, arrestare la perdita di biodiversità e, entro il 2020, proteggere e prevenire l'estinzione delle specie minacciate.
- **15.a** - Mobilitare ed aumentare sensibilmente le risorse finanziarie da tutte le fonti per conservare e utilizzare in modo durevole biodiversità ed ecosistemi.

## Step futuri del servizio

Il servizio Sens[EN]able presenta alcuni ragionevoli margini di sviluppo e ampliamento. Uno di questi riguarda sicuramente il **tema della disabilità sensoriale**. In questo progetto sono state affrontate le patologie relative ai disturbi visivi, quali la cecità completa e l'ipovisione con le sue declinazioni. Ma sarebbe possibile sviluppare il servizio basandolo anche su altre tipologie di privazione sensoriale, per esempio la condizione di sordità o di sordomutismo, oppure coinvolgendo le rare patologie che colpiscono il senso dell'olfatto come l'anosmia (ovvero la perdita totale o parziale appunto dell'olfatto, condizione più comune di quello che si pensi, basti immedersimarsi in una persona affetta da un banale raffreddore o dagli insoliti sintomi post-covid 19). Proprio gli effetti a posteriori del coronavirus, oggetto di grande attenzione nella recente pandemia, hanno sottolineato come l'assenza di gusto sia un'altra privazione sensoriale non così rara come si potrebbe immaginare. Il servizio quindi si potrebbe espandere comprendendo la privazione sensoriale per ogni senso, ed il meccanismo di funzionamento rimarrebbe sempre efficace: vi è la presenza di una persona con una determinata patologia e/o disabilità sensoriale che affianca e "guida" una persona normodotata (che non ha in quel momento particolari deficit) alla scoperta e riscoperta della realtà attraverso una prospettiva totalmente inedita e innovativa, avanzando parallelamente un intento di sensibilizzazione nei confronti di quel particolare deficit sensoriale. Un altro margine di sviluppo del progetto riguarda invece l'area di applicazione. Il territorio dell'Appennino bolognese è stato scelto per via delle sue peculiari caratteristiche e opportunità che offre, ma può non essere l'unica zona a soddisfare tali requisiti, infatti come è già stato enunciato all'interno della tesi il territorio italiano è costellato da aree interne che posseggono le medesime condizioni. Perciò il servizio **Sens[EN]able diviene oggetto di forte scalabilità**: infatti il progetto è stato ideato per divenire replicabile in qualsiasi altra area interna della nazione (e anche oltre), avendo tra i suoi obiettivi la valorizzazione di borghi e territori in via di spopolamento o bisognosi di rilancio economico, socio-culturale e identitario.

## Riflessioni conclusive

Il tema di tesi sviluppato e approfondito all'interno del progetto Sens[EN]able coinvolge numerosi sottotemi e aree d'implicazione, chiamando in causa una varietà di attori, comunità, e prospettive che certamente permetterebbero lo sviluppo di altri progetti validi e indipendenti oltre a questo. L'intento è stato quello di sviluppare un progetto che esuli dal celebrare e idealizzare i borghi e le aree interne come un luogo fiabesco e romantico, ma che invece consideri queste zone come luoghi dove ci sono persone con la loro vita reale, che abitano ogni giorno il territorio e che lavorano con e grazie ad esso. Il progetto quindi coinvolge in modo concreto e senza inutili retoriche le peculiarità e le specificità del territorio, ponendole in connessione tra loro, e le fa dialogare sia con la comunità interna già presente sia con una comunità esterna più o meno allargata di persone potenzialmente interessate agli aspetti della zona, facendo rete tutti insieme senza che qualcuno prevarichi su qualcun'altro. Il servizio Sens[EN]able utilizza la caratteristica intrinseca di questi borghi di essere già di per sé delle piccole comunità, e va a ricercare e rafforzare quel senso di prossimità oggi molto ambito anche nelle città e nelle metropoli, realizzandolo in un ambiente ad alto livello naturalistico. In conclusione i borghi e le aree interne presenti su tutto il territorio nazionale sono luoghi complessi, che vivono grazie ad un ecosistema articolato di attori, comunità e attività, e nella grande attenzione posta in tempi recenti in queste zone il servizio vuole proporre un contributo concreto e studiato minuziosamente per portare un'attenzione e ripensare ad un valore spesso ancora potenziale che merita il migliore dei supporti, alla pari delle aree cittadine più urbanizzate.



## Bibliografia

Mazzotti, V.; Fedriga, P., Sarno, G., Staffilani, F. (a cura di) (Gennaio/Febrero 2018), *Il dissesto in Appennino, l'importanza della prevenzione*. Supplemento ad "Agricoltura" n. 1/2. Nuova Cantelli Editore. Regione Emilia-Romagna.

Panza, A. (Maggio 2020), *Montagna e pianura per un rapporto paritario*. Gente in Movimento. DGConsulting s.c.

Manella, G. (2017), *Per una rinascita delle aree interne, una ricerca nell'Appennino Bolognese*. FrancoAngeli, Milano. pp 56-60.

Habermas, J. (2013), *L'inclusione dell'altro*. Feltrinelli, Milano. p 10.

Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS). (2007), *Classificazione internazionale del funzionamento, della disabilità e della salute. Versione per bambini e adolescenti*. Edizioni Centro Studi Erickson S.p.A, Trento.

Laurent A. Renier, Irina Anurova, Anne G. De Volder, Synnove Carlson, John VanMeter, and Josef P. Rauschecker (2010), *Preserved Functional Specialization for Spatial Processing in the Middle Occipital Cortex of the Early Blind*. Neuron. 6 Ottobre, pp 138-148.

Corinna M. Bauer, Gabriella V. Hirsch, Lauren Zajac, Bang-Bon Koo, Olivier Colignon, Lotfi B. Merabet (2017), *Multimodal MR-imaging reveals large-scale structural and functional connectivity changes in profound early blindness*. Plos One. 22 Marzo

Giusberti, C. (2022), *Il patto della Rocchetta, 90 milioni e tante idee per rilanciare l'Appennino*. La Repubblica, 19 maggio.

## Sitografia

Tarpino, A., & Marson, A. (2020), *Dalla crisi pandemica il ritorno ai territori*. Scienze Del Territorio. <https://doi.org/10.13128/sdt-12369>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/borgo>

Pagliai, C. (2017), *Non chiamateli borghi*. <https://www.studiotecnicopagliai.it/non-chiamateli-borghi/>

Falconio, E. (2018), *L'esodo svuota i piccoli borghi italiani, in sei anni sono spariti 75mila abitanti*. <https://www.anci.it/ricerca-anci-lesodo-svuota-i-borghi-italiani-in-sei-anni-spariti-75-mila-abitanti/>

Ferreri, F., *La rigenerazione culturale che produce coscienza di luogo: una strategia locale e molecolare per ripensare le aree interne*. Orticalab, aprile 2022. <https://www.orticalab.it/Tra-la-retorica-del-borgo-e-la-contro>

<https://emiliaromagnaturismo.it/it/natura-outdoor/parchi-naturali/parco-nazionale-appennino-tosco-emiliano>

[https://www.wikipedia.org/wiki/Castiglione\\_dei\\_Pepoli](https://www.wikipedia.org/wiki/Castiglione_dei_Pepoli)

[https://www.wikipedia.org/wiki/San\\_Benedetto\\_Val\\_di\\_Sambro](https://www.wikipedia.org/wiki/San_Benedetto_Val_di_Sambro)

Biasillo, R. (giugno 2018), *Dalla montagna alle aree interne. La marginalizzazione territoriale nella storia d'Italia*. Storia e Futuro n°47. <http://storiaefuturo.eu/dalla-montagna-alle-aree-interne-la-marginalizzazione-territoriale-nella-storia-ditalia/>

Bevilacqua, P. (2016), *L'osso dell'Appennino la polpa delle pianure*. Il Manifesto, 25 agosto. <https://ilmanifesto.it/losso-dellappennino-la-polpa-delle-pianure>

<https://www.appenninoslow.it/viaggi-inclusivi>

<https://www.noisyvision.org/it/>

<https://www.borghiautenticiditalia.it/>

<https://www.treccani.it/vocabolario/inclusione>

<https://www.issalute.it/index.php/la-salute-dalla-a-alla-z-menu/i/ipovisione-e-cecita#:~:text=In%20base%20alle%20definizioni%20dell,dettagli%20fini%20di%20un%20oggetto>

<https://iapb.it/retinite-pigmentosa/>

<https://www.osservatorioterapieavanzate.it/terapie-avanzate/terapia-genica/la-sindrome-di-usher-nel-mirino-delle-terapie-avanzate#:~:text=La%20sindrome%20di%20Usher%20%C3%A8,nel%20tempo%2C%20portando%20alla%20cecit%C3%A0>

<https://iapb.it/malattia-di-stargardt-maculopatia/>

<https://iapb.it/glaucoma/>

<https://www.pazienti.it/contenuti/anatomia/organi-di-senso>

Parchi, Sentieri e Montagne - Monte Galletto, breve storia dell'impianto.

<https://www.comune.sanbenedettovaldisambro.bo.it/main/main.asp?-doc=15145>

<https://enteparchi.bo.it/parco-del-corno-alle-scale/area-protetta/flora-e-vegetazione/>

[http://www.lineagotica.eu/News.aspx?id=394#:~:text=Castiglione%20dei%20Pepoli%20\(BO\)&text=Questo%20Museo%20%C3%A8%20dedicato%20alla,-Seconda%20Guerra%20mondiale%2C%20maggio%201945](http://www.lineagotica.eu/News.aspx?id=394#:~:text=Castiglione%20dei%20Pepoli%20(BO)&text=Questo%20Museo%20%C3%A8%20dedicato%20alla,-Seconda%20Guerra%20mondiale%2C%20maggio%201945)

<https://caspbrasimone.it/>

<https://www.labargazzina.it/>

<https://ristorantetavernadelcacciatore.it/>

<https://ascom.bo.it/2022/05/12/fondi-alle-imprese-della-montagna/>

<https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/ageda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>

## Videografia

“Webinar Definitivo”, min 42:33. Pubblicato da Appennino Slow. Febbraio 19, 2018. [https://www.youtube.com/watch?v=Tb\\_Wy4RuLfk&t=3467s](https://www.youtube.com/watch?v=Tb_Wy4RuLfk&t=3467s)

“Generazione Bellezza”, Rai 3. Condotto da Emilio Casalini. Gennaio 9, 2020.

