

PROGETTO



INNOLABS

PROGRAMMA DI COOPERAZIONE
ITALIA-FRANCIA - MARITTIMO
(F E S R 2 0 0 7 - 2 0 1 3)

REGIONE LIGURIA



Settore Programmi Urbani Complessi
Dirigente: Arch. G. Gaggero

Valorizzazione dei sistemi territoriali interni della Val Fontanabuona
L'ANELLO DEL MONTE CAUCASO

FASCICOLO 03



GENOVARCHITETTURA

UNIGE | Facoltà di Architettura | Dipartimento DSA

Prof. Mosè Ricci, Prof. Franca Balletti, Prof. Antida Gazzola

Jacopo Avenoso, Roberta Prampolini, Daniela Rimondi, Emanuele Sommariva, Silvia Soppa





INDICE GENERALE

FASCICOLO_1

Introduzione alla ricerca

1. Premessa
2. Struttura del progetto. Motivazioni, metodi, fasi

FASCICOLO_2

Valfontanabuona: Storia, studi, ricerche, progetti

1. Inquadramento storico
2. Studi, ricerche, progetti per la Valfontanabuona
3. Fonti bibliografiche e sitologiche

FASCICOLO_3

Indagine sociologica per un processo inclusivo

- 1. Indagine diretta: tecnica, interlocutori e temi**
- 2. Punti di vista sulla valle**
- 3. Considerazioni e proposte**
- 4. Proposta operativa per la terza fase del progetto**

Allegati

FASCICOLO_4

Valorizzazione dei sistemi territoriali

1. Governance e sistemi territoriali
 2. La promozione del "turismo sportivo" per la valorizzazione territoriale
- Allegati

FASCICOLO_5

La rappresentazione del territorio

1. Conoscenza del Monte Caucaso
 2. Cartografia comunicativa
 3. Considerazioni e proposte
- Allegati

FASCICOLO_6

L'Anello del Monte Caucaso. Percorso di inclusione

1. Gli Atelier territoriali
 2. La mappa dei percorsi
 3. La mappa del percorso MTB verificata
 4. Proposte di azioni future
- Allegati

Indagine sociologica per un processo inclusivo

1. Indagine diretta: tecnica, interlocutori e temi

- Interviste
- Attori coinvolti
- Argomenti di interesse

2. Punti di vista sulla valle

- Circolo Amici della Bicicletta – Genova
- Associazione Alta Via dei Monti Liguri
- Comunità Montana della Val Fontanabuona
- Azienda agrituristica, manutenzione sentieristica, mountain bike

3. Considerazioni e proposte

4. Proposta operativa per la terza fase del progetto

- Obiettivi

Allegati

*Le prime fasi del lavoro per il progetto INNOLABS, che qui si intende documentare, hanno visto la messa in atto di alcune attività di ricerca ispirate ad un **approccio qualitativo**, che hanno permesso di cogliere alcuni aspetti salienti del territorio della Val Fontanabuona e dell'area del Monte Caucaso, utili alla definizione di alcuni elementi necessari alla strutturazione di una successiva fase operativa, mirata al coinvolgimento degli attori locali presenti sul territorio.*

*Le prime attività svolte sono state indirizzate allo **sviluppo di una ricerca secondaria sulle fonti esistenti**, avvalendosi di una approfondita ricognizione ad ampio raggio tra tutte le possibili fonti di informazione: internet ma anche guide turistiche e pubblicazioni, oltre che gli interessanti consigli di lettura provenienti da un esperto in storia e cultura della valle che, non potendo rendersi disponibile per un incontro, ha comunque offerto alcuni suggerimenti per via telefonica.*

*Allo stesso modo, gli **incontri con alcuni esperti**, denominati nelle pagine successive come "informatori" e con alcuni dei **testimoni privilegiati** scelti per le interviste, hanno contribuito alla raccolta di buona parte della documentazione relativa al territorio oggetto di studio.*

*In un secondo tempo, l'**attività di indagine diretta**, svolta attraverso l'utilizzo della tecnica dell'intervista semi-strutturata a testimoni privilegiati, ha permesso di cogliere quelle informazioni e rielaborare dei dati che fossero significativi, al fine di poter tracciare quelle che sembrano presentarsi come linee di sviluppo del progetto INNOLABS, attuabili secondo un approccio partecipativo, come si conviene ad un progetto di governance territoriale.*

1. Indagine diretta: tecnica, interlocutori e temi

Interviste

Le indagini proposte nell'ambito del progetto INNOLABS si sono basate da un lato su metodologie di analisi relative ad indicatori di qualità socio-territoriale e, dall'altro, sulla rilevazione dei dati del sapere esperto e delle percezioni sociali alla cui formazione concorrono le rappresentazioni mentali dei luoghi, i vissuti quotidiani e le esperienze emozionali, per acquisire conoscenze sulle caratteristiche sociali (interazioni, dissonanze, caratteristiche ed anomalie d'uso, bisogni espressi e latenti, potenzialità, attese, tendenze in atto) della collettività su cui andrà ad incidere il progetto. In particolare si è scelto di somministrare interviste semi-strutturate a testimoni privilegiati¹.

Seguendo uno schema classico per le interviste "non direttive", la griglia utilizzata nel colloquio, non ha compreso domande, bensì temi di discussione che sono stati affrontati con gli intervistati, lasciandoli liberi di rispondere a loro piacimento.

Tuttavia l'intervistatore ha avuto la possibilità di fare domande (sempre all'interno dei temi previsti), sia per aiutare l'intervistato ad orientarsi rispetto al tema, sia per avere dei chiarimenti sul suo pensiero, sia per stimolarlo a continuare (effetto probing)².

Il contenuto narrativo delle interviste è stato analizzato con una procedura di analisi del contenuto che ha messo in evidenza le espressioni legate agli aspetti delle trasformazioni territoriali e delle percezioni del contesto naturale e costruito.

Trattandosi di un approccio qualitativo, nel corso dell'esame dei dati raccolti, non sono state riferite frequenze, - cioè entità numeriche relative alla comparsa di opinioni, fenomeni o atteggiamenti - quanto piuttosto "addensamenti" di indicazioni fornite dagli intervistati, a conferma della rilevanza di un certo tema rispetto ad altri.

¹ Le interviste non direttive consentono, attraverso una gestione attenta e partecipata del momento dell'incontro tra intervistatore ed intervistato, di poter analizzare in modo esauriente una tematica ampia e rilevante per il soggetto contattato. Ogni singola intervista, infatti, è la rappresentazione di un mondo vitale, di una provincia di significati in cui si travasa la società tutta, alla quale intervistatori ed intervistati appartengono (A. Gazzola). Ogni colloquio permette di "entrare" nella teoria dell'individuo intervistato, tentando un recupero della totalità dell'esperienza soggettiva, senza scalficare la sfera dei mondi vitali. Montesperelli P. (1998), *L'intervista ermeneutica di "entrare" nella storia dell'individuo intervistato, tentando un recupero della totalità dell'esperienza soggettiva*, Franco Angeli, Milano.

² Op.cit.

Attori coinvolti

Le persone intervistate sono state scelte sulla base dell'appartenenza a una serie di categorie individuate in relazione agli obiettivi del progetto e per la possibilità che ogni intervistato rivestisse il ruolo di "testimone privilegiato", essendo, per status, attività o riconoscibilità, capace di esprimere, oltre alla propria opinione, anche quella di altre persone con cui avesse avuto regolari contatti.

In una fase preliminare al lavoro sul campo era stata individuata una lista di possibili interlocutori.

Almeno un rappresentante di:

- *Comunità Montana*
- *Una associazione del commercio*
- *Una associazione dell'agricoltura*
- *Una associazione dell'artigianato*
- *Una associazione della media e piccola impresa*
- *Una associazione albergatori (alberghi, B&B)*
- *Una associazione storico-culturale*
- *Una realtà museale della valle*
- *Una associazione sportiva*
- *Associazione Alta Via dei Monti Liguri*
- *Consorzio Ospitalità diffusa – valli Sturla, Aveto, Graveglia*
- *Gestori sito "Terre di Portofino (Sistema Turistico Locale)"*

A seguito di un confronto con la committenza, da questa lista sono stati individuati gli interlocutori effettivamente coinvolti nella ricerca in qualità di testimoni privilegiati: un rappresentante della Comunità Montana Val Fontanabuona, un rappresentante di un'associazione di cicloturismo, un rappresentante di un'associazione di escursionismo, una persona che racchiude in sé molteplici profili - gestore di un'azienda agrituristica, esperto di mountain bike, responsabile della manutenzione di alcuni sentieri della valle. Tuttavia alle informazioni rilevate durante le interviste si sono aggiunte ulteriori indicazioni ritenute interessanti ai fini dell'indagine, ottenute grazie all'incontro con alcuni "informatori".

Nello specifico si tratta di:

- il responsabile dell'ufficio Parchi (sic e biodiversità) - Regione Liguria
- i tecnici del comune di Moconesi, incontrati durante uno dei sopralluoghi sul Monte Caucaso
- il gestore del rifugio sulla cima del Monte Caucaso
- un esperto della storia della Val Fontanabuona e promotore culturale, contattato telefonicamente.

Argomenti di interesse

I temi sono stati organizzati in modo da essere utilizzati trasversalmente e da consentire di "leggere" in continuità il materiale narrativo delle interviste. L'intervista semi-strutturata che si è intesa proporre ai soggetti prescelti, quindi, è stata articolata secondo le seguenti aree tematiche:

- Percezione del territorio
- Caratteristiche territoriali determinanti per l'interesse del progetto in essere
- Promozione territoriale e relazioni tra gli attori locali
- Monte Caucaso: elemento chiave nelle politiche di valorizzazione della valle.

Gli strumenti utilizzati durante le interviste (protocolli di intervista semi-strutturata)³, pur nella conformità ai temi sopra menzionati, sono stati redatti con delle parziali e specifiche caratteristiche, declinate in relazione alla competenza dell'interlocutore di volta in volta intervistato.

Nello specifico i temi della “percezione del territorio” e del “Monte Caucaso quale elemento chiave per la valorizzazione della valle” e della “promozione territoriale e relazioni tra gli attori locali” sono stati proposti a tutti gli interlocutori senza variazioni, in quanto finalizzati a rilevare e costruire una visione d'insieme della Val Fontanabuona e a misurare validità e capacità di un progetto mirato alla promozione del Monte Caucaso a divenire il catalizzatore delle politiche territoriali sull'intera valle. Non da ultimo, per comprendere quali siano le dinamiche delle politiche di gestione e valorizzazione e i rapporti tra gli attori locali che possano avere ricadute significative ed efficaci sul territorio.

Il tema delle “caratteristiche territoriali determinanti per il progetto” in due casi specifici (associazioni sportive ed escursionistiche) è stato riferito a quegli elementi ritenuti maggiormente positivi e irrinunciabili per la scelta dei territori di possibile fruizione per le attività di escursionismo e cicloturismo. Agli interlocutori è stato inoltre chiesto di indicare alcune località che, in tal senso, possono essere individuate quali buoni esempi di successo ai fini di un turismo finalizzato ad attività escursionistiche e cicloturistiche. Nel caso di un rappresentante della Comunità Montana della Val Fontanabuona (attualmente in fase di interruzione delle attività) questo tema è stato contestualizzato in base alle specifiche competenze e attività pregresse dell'ente, in materia di promozione e sviluppo locale. Si è inoltre tentato di sondare quali possano essere le aspettative individuate da un interlocutore esperto, in riferimento ad un prossimo futuro senza la presenza della Comunità Montana. In un caso, a un testimone che racchiude in sé molteplici interessi (gestione di azienda agrituristica, attività di manutenzione sentieristica, attività ciclo-sportiva) e che, in quanto operatore economico, potrebbe trovare numerosi stimoli e vantaggi nella messa in atto di un valido progetto di promozione e valorizzazione della valle è stato chiesto di delineare la situazione in essere sotto il profilo delle politiche di promozione turistica.

³ Per i protocolli di intervista semi-strutturata utilizzati, vedere gli allegati.

2. Punti di vista sulla valle

Circolo Amici della Bicicletta - Genova

L'intervista somministrata al presidente del "Circolo Amici della Bicicletta" della sezione di Genova [circolo affiliato Legambiente e FIAB⁴], ha messo in evidenza alcuni elementi di interesse, per ciascuno dei temi affrontati:

- La percezione del territorio

La Val Fontanabuona è ritenuta una zona interessante dal punto di vista cicloturistico grazie alla presenza della ciclovia esistente anche se questa non può essere considerata come una vera e propria pista ciclabile di fondovalle perché presenta alcuni passaggi nei quali la pendenza del tracciato, per quanto possa apparire divertente, è molto impegnativa e non è destinata ad un pubblico indistinto;

- Caratteristiche territoriali determinanti per la scelta di una meta

Prima di concentrarsi sulle caratteristiche delle aree da frequentare occorre dare priorità al tipo di utente al quale ci si rivolge.

Può trattarsi di:

- famiglie - hanno bisogno di tracciati semplici, protetti e raggiungibili con l'auto
- cicloturisti - hanno bisogno di tracciati sulla strada e generalmente raggiungibili senza auto
- Mountain Bikers - scelgono percorsi che siano "divertenti" e che presentino anche qualche difficoltà tecnica, ma che siano protetti e sicuri, richiedono la possibilità di raggiungere i percorsi con i mezzi pubblici sfruttando l'intermodalità degli spostamenti. In generale si può ritenere che i fruitori scelgano delle aree nelle quali ci siano dei parchi o delle aree protette, dei bei paesaggi e una buona enogastronomia.

⁴ Federazione Italiana Amici della Bicicletta

Alcuni luoghi sono nominati quali buoni esempi: la ciclovia delle Dolomiti e il sentiero della Valtellina; un percorso di eccellenza è situato tra Trento e Bolzano; anche la Toscana, la Lombardia e il Veneto e alcune parti del Sud Italia.

Il sito internet www.albergabici.it è un utile riferimento nel quale sono individuate le caratteristiche dei locali destinati ad accogliere i cicloturisti.

- Promozione territoriale e relazioni tra gli attori sociali

La maggior parte della promozione è svolta attraverso i Tour Operator specializzati. Ai fini della promozione di un percorso necessitano comunque alcuni elementi: percorsi di “media facilità”, segnaletica in ordine, viabilità protetta, protezione di tutto il percorso.

La Val Fontanabuona è ritenuta come un luogo che si potrebbe certamente prestare ad uno sviluppo turistico di questo tipo, ma allo stato attuale presenta ancora troppa incertezza fra commercio e industria, da una parte, e desiderio di uno sviluppo sostenibile dall'altra.

- Monte Caucaso: elemento chiave nelle politiche di valorizzazione della valle

Si ritiene che il vicino Monte Ramaceto sia più bello del Monte Caucaso. Nonostante questo parere, si ritiene che il Monte Caucaso possa prestarsi allo sviluppo della Mountain Bike ma soltanto organizzando e implementando l'offerta di una mobilità intermodale.

Si pensa che l'area del Monte Caucaso e della Val Fontanabuona potrebbe avere una maggiore valorizzazione sviluppando una promozione che dia importanza agli aspetti etnografici, alle presenze storiche in valle (per es. quella della comunità Valdese), agli avvenimenti storici (grazie anche alla presenza di numerosi musei) piuttosto che basata sulle sole caratteristiche paesaggistico-ambientali.

NOTA

L'associazione degli Amici della Bicicletta è attualmente incaricata

dalla FIAB dell'individuazione e segnalazione di tutte le ciclovie liguri, in particolare hanno lavorato alla segnalazione della pista ciclabile della Val Fontanabuona. Un secondo lavoro che l'associazione sta svolgendo insieme alla Provincia di Genova riguarda un progetto di "Bed and Bike"; con la Regione Liguria sono invece in corso di sviluppo alcuni progetti legati alla MTB.

Associazione Alta Via dei Monti Liguri

Dall'intervista somministrata al presidente dell'associazione "Alta Via dei Monti Liguri" (AV), per ciascuno dei temi affrontati sono emersi alcuni spunti di riflessione ritenuti di particolare interesse:

▪ La percezione del territorio

La Val Fontanabuona è riconosciuta con esattezza come una valle parallela allacosta che presenta un insieme di vette di un certo rilievo. Per queste caratteristiche morfologiche è ritenuta un'area che presenta delle buone possibilità per il turismo escursionistico.

Insieme ai percorsi escursionistici, la valle offre la possibilità di alcuni percorsi diversamente intesi che invece della valenza ambientale si presentano come percorsi "storici". Si ritiene che questi percorsi storici dovrebbero essere valorizzati e messi in evidenza perché rappresentano una concreta possibilità di forte richiamo nella valle: "la storia va ad arricchire e aumenta il desiderio di andare, di vedere, di conoscere...".

▪ Caratteristiche territoriali determinanti per la scelta di una meta escursionistica

Non può essere evidenziata una specifica caratteristica che renda un territorio più ovunque anche in un territorio pianeggiante. Quello che fa la differenza è rappresentato dalla possibilità di creare un motivo per portare gli escursionisti in un territorio.

I motivi per fare escursionismo sono molto diversificati:

- camminare nella natura
- camminare nella natura e al contempo visitare delle emergenze architettoniche (dalla piccola chiesetta ai ruderi della torre

longobarda osaracena, per esempio); in Liguria c'è la possibilità di fare questo tipo di escursionismo.

Trovare un "motivo" significa aggiungere una motivazione in più rispetto alla semplice bellezza del paesaggio per creare la voglia di andare in un certo luogo perché si tratta di elementi che arricchiscono i momenti escursionistici dei percorsi, rispetto al passato dove fare escursionismo era soltanto un'attività sportiva fine a se stessa.

Tra i motivi dello sviluppo dell'attività escursionistica come attività turistica, occorre considerare il fatto che in un momento di crisi economica, quale quello attuale, l'escursionismo si configura come un'attività turistica a basso costo o comunque ad un costo più accessibile rispetto al turismo sulla costa; questa riflessione appare particolarmente calzante per la Liguria, anche se il boom dell'escursionismo si è osservato a livello europeo.

▪ Promozione territoriale e relazioni tra gli attori sociali

La scelta del territorio è prioritaria per poi svolgere un'attività promozionale per l'escursionismo. Un territorio viene scelto soltanto nel momento in cui è ritenuto promuovibile grazie alla presenza di qualche elemento che possa andare ad arricchire un percorso.

La promozione di un territorio può essere fatta secondo alcuni modi principali:

- attraverso la rete web (sito internet, pagine facebook, la prossima attivazione di un canale su you tube e l'idea di aprire un canale anche su Twitter per raggiungere gli utenti stranieri e gli statunitensi in particolare)
- organizzazione di mostre itineranti (al momento attività che è stata interrotta a causa della mancanza di fondi)
- organizzazione di concorsi fotografici
- attraverso i canali classici (le fiere in particolare, anche se spesso partecipare ad una fiera con un proprio stand diventa molto oneroso per l'associazione. In alcuni casi, vista la collaborazione con la Regione, l'associazione partecipa ad alcune fiere occupando

uno spazio dello stand della Regione).

Si ritiene di particolare importanza il contatto dei Tour Operator anche se per promuovere un territorio pongono delle richieste più difficili da soddisfare: “i Tour Operator vogliono dei pacchetti già confezionati ... e questo diventa più difficile perché bisogna coinvolgere tutta una serie di soggetti i cui interessi sono i più disparati e metterli d'accordo”.

Nel compiere un'attività di promozione l'associazione AV tenta di coinvolgere soprattutto le attività ricettive ma arrivando soltanto fino ad un certo punto, cioè si cerca di creare le condizioni perché si possano mettere in rete i diversi attori di un territorio, ma sono le differenti attività che devono inserirsi in una logica di rete, oppure è un compito di altri professionisti e non dell'associazione che non ha le capacità economiche per farlo. Si ricorda che la missione principale dell'associazione AV è quella di tenere pulito il sentiero dell'AV, tutte le attività ulteriori messe in atto rappresentano un “contorno”.

I maggiori frequentatori dell'AV sono gli stranieri anche se non mancano molti italiani. E se gli italiani si dimostrano degli escursionisti meno organizzati, al contrario gli stranieri sono dei turisti escursionisti molto organizzati ed esigenti “loro devono sapere dove dormiranno, quanto costerà, cosa gli daranno da mangiare...sono anche puntigliosi!”.

Anche per quanto riguarda la situazione dell'associazionismo relativo alle escursioni in montagna, stranieri e italiani presentano una differenza: in Italia si registra un declino delle associazioni che stanno invecchiando (per esempio il CAI), la maggior parte delle persone tesserate, lo sono soltanto per una convenienza economica ma il loro escursionismo è completamente slegato dall'associazione; gli stranieri invece (per esempio i tedeschi) anche se vengono autonomamente o con la famiglia sono tutti appartenenti ad un'associazione e nel loro paese l'essere associati è qualcosa che funziona ancora.

▪ Monte Caucaso: elemento chiave nelle politiche di valorizzazione della valle

Il Monte Caucaso può essere un'idea forte se invece di pensare

ad un unico percorso ad anello sul Monte si pensasse a creare vari percorsi tra i paesi cercando di evitare al massimo l'accesso con le macchine. Questo ovviamente corrisponde ad un potenziamento del servizio pubblico.

Questi percorsi non devono avere soltanto una valenza ambientale per il panorama ma devono avere altre caratteristiche di attrattività come precedentemente detto. Per esempio nella zona del Caucaso ci sono due "vie del sale" che si possono sfruttare e tante altre cose per esempio l'itinerario dei Feudi Fliscani, l'itinerario colombiano, i sette passi...quando si cerca di potenziare o creare un percorso occorre dargli una polivalenza di interessi quindi trovare un percorso che sia bello, che abbia una considerevole parte ambientale (bei fiori, belle fioriture) e altre cose che possono anche essere create artificialmente.

Un esempio in tal senso è rappresentato dalla zona denominata "mandorlai" sui colli Euganei a Padova dove oltre alla possibilità di ammirare il panorama, c'è la possibilità di degustare dei prodotti di una cantina ma soprattutto di vedere la fioritura dei mandorli che richiama moltissime persone ogni anno.

Occorre dare una "tipicità" ad un territorio, pensando a qualcosa che sia già presente oppure crearla. Questo significa creare un motivo di interesse particolare.

Per esempio in Val Fontanabuona c'è stata una lotta partigiana molto forte, questa è vita vissuta, è storia da valorizzare, è una cosa importante per la valle. Occorre dunque trovare dei "motivi" di attrazione agganciandosi a tutto quello che c'è.

Comunità Montana della Val Fontanabuona

Dall'incontro con l'ex presidente della Comunità Montana della Val Fontanabuona, per ciascuno dei temi proposti durante l'intervista, sono emersi alcuni elementi di riflessione ritenuti di particolare interesse:

- La percezione del territorio

La Val Fontanabuona è ritenuta un "bel posto" e riconosciuta come valle parallela al mare e aperta.

È vista come un luogo ricco di storia (per la presenza dei Fieschi, dei Doria...); è stata un luogo di transito commerciale, un punto di comunicazione, è sempre stata vista come la “via naturale del commercio” per questo motivo in valle si trovano ancora oggi moltissimi ponti rinascimentali (per esempio il solo comune di Neirone ne conta ben 15).

Oggi anche la Val Fontanabuona subisce gli effetti della crisi economica. Si ritiene che in questa valle oggi manchi una certa “enfasi” sugli aspetti ambientali perché questa valle è sempre stata collegata alla produzione dell’ardesia, ma oggi anche se è ancora molto pregiata, subisce la concorrenza del Brasile e della Cina. Questa valle non era valorizzata per gli aspetti ambientali ma per il suo artigianato, l’ardesia, i mobili (fabbriche e negozi).

▪ Competenze e attività pregresse della Comunità Montana per la promozione e lo sviluppo locale. Aspettative per il futuro una volta cessata l’attività dell’ente.

In questa valle occorre dare importanza al punto di vista “tipico”, perché ci sono prodotti agricoli di nicchia (come la patata quarantina e le castagne). Dare importanza al “prodotto tipico”, che può essere l’artigianato dell’ardesia o i damaschi di Lorsica.

Allo stesso tempo occorre dare importanza al punto di vista ambientale per esempio anche attraverso un progetto che sfrutti le energie alternative.

E poi occorre promuovere il turismo:

- escursionistico
- cicloturistico
- enogastronomico
- culturale (per esempio ci sono moltissime chiese che al loro interno hanno moltissime opere d’arte come si potrebbero trovare nei musei, ma nessuno lo sa...).

Soltanto con un lavoro in sinergia tra gli enti locali e la Provincia

si potrebbero organizzare dei percorsi turistici e culturali ai quali aggiungere anche l'offerta dei prodotti tipici.

La Comunità Montana è stata chiusa il 30 aprile 2011.

Gli altri enti che restano possono lavorare rigorosamente soltanto per quanto riguarda il piano Istituzionale (per esempio per quanto riguarda un vincolo idrogeologico che passa ai comuni oppure alla Provincia). Se si tratta di un compito istituzionale, in qualche modo sarà svolto da qualcuno. Ciò in cui la Comunità Montana non può essere sostituita è tutto ciò che riguarda la promozione turistica e culturale che la Comunità Montana faceva in modo automatico... "forse passando il tempo i comuni si organizzeranno..."

▪ Promozione territoriale e relazioni tra gli attori sociali

Si ritiene che sia necessaria una maggiore interazione tra i sistemi, una messa a fattor comune di tutti i sistemi esistenti per avere una visione d'insieme che non c'è.

Per esempio internet non appare sfruttato nel modo migliore questo viene giustificato spiegando che la crisi della Comunità Montana ha avuto inizio mentre internet stava riscuotendo un grande successo, per questo la Comunità Montana non ha dato valore a internet.

Internet è considerato come uno strumento necessario e fondamentale per far sì che ogni comune della valle possa avere dei punti di riferimento turistico/culturale da mettere a sistema.

▪ Monte Caucaso: elemento chiave nelle politiche di valorizzazione della valle

Il Monte Caucaso è ritenuto un elemento forte di per sé. È un riferimento ma occorrono delle vie d'accesso da tenere sempre pulite...e attorno al monte vi sono molte vie di accesso.

Occorre però anche creare un indotto attorno al "Caucaso". Per esempio il rifugio è stato fatto apposta affinché il Caucaso diventasse un punto di riferimento della valle ma occorre una visione di insieme.

Azienda agrituristica, manutenzione sentieristica⁵, mountain bike

L'incontro con il gestore di un'attività agrituristica presente in Val Fontanabuona è stato ricco di spunti di riflessione anche grazie al profilo di questo testimone che si presentava come esperto di mountain bike e responsabile della manutenzione di alcuni percorsi escursionistici della valle.

▪ La percezione del territorio

La Val Fontanabuona è una zona in cui si gode di un clima mite che permette di fare un'attività sportiva anche in inverno (bici e trekking).

Un elemento ritenuto positivo della valle è che ci sono ancora molti borghi che possono essere definiti "tipici" e si trovano molto vicino a centri maggiori come Lavagna o anche Genova.

L'aspetto negativo invece è che si riscontra una grandissima presenza di verde abbandonato che incide negativamente sul turismo "nel 90% del territorio ci vorrebbe una pulizia di tutto".

▪ Caratteristiche territoriali determinanti per l'interesse del progetto in essere

Si ritiene che attualmente la Val Fontanabuona viva ancora in maniera troppo legata all'industria mentre si dovrebbe puntare su altri elementi comunque presenti come per esempio l'agricoltura...

▪ Promozione territoriale e relazioni tra gli attori sociali

Tutte le informazioni che si trovano sulla valle sono ritenute un po' datate. Sia per quanto riguarda internet che per quanto riguarda il cartaceo. Si tratta in ogni caso di materiale che non è adatto "per esempio si parla di Ecomuseo ma è chiuso!".

Ci sono due cartine...ma in una ci sono troppi sentieri segnalati, ci sono anche quelli che non ci sono più...

▪ Monte Caucaso: elemento chiave nelle politiche di valorizzazione della valle

Il Caucaso è una cima che non è altissima, ma il sentiero per arrivarci

⁵ Il testimone afferma che, attualmente, ha ottenuto un contratto di quattro anni dal comune di Tribogna per un incarico di manutenzione dei sentieri ...oltre alla manutenzione sono stati organizzati degli « eventi » per attirare le persone come ad esempio delle gare in bicicletta...Oltre al comune di Tribogna il suo impegno è relativo anche a Uscio).

è pratico, è a livello di famiglia ma ci sono anche altri percorsi adatti a tutte le tipologie di persone che fanno movimento.

Da lassù si può godere di una vista bellissima...

L'elemento del rifugio spinge a pensare ad energie alternative: "c'era anche un progetto iniziale con il rifugio per mettere il fotovoltaico e l'eolico e sarebbe ottimo riuscire a promuoverlo".

In tal senso viene riferito un esempio: si dovrebbe copiare la zona di Diano Marina che ha fatto un Patto con la Regione Liguria e il Piemonte per creare una rete di pullman con una buona cartellonistica che fa da navetta verso i percorsi cicloturistici.

In questa valle il cicloturismo con pista ciclabile non esiste come in altre zone ed è un limite perché qui è solo per mountain bike e poi manca la segnaletica tranne in alcuni sentierini ma la tratta che unisce quelli maggiori non è segnalata... Il testimone sottolinea l'importanza della manutenzione dei percorsi esistenti sia ciclistici che escursionistici perché "se un territorio viene curato, gli eventi arrivano...ci si deve muovere ma occorre costanza".

Per quanto riguarda invece l'attività dell'azienda agrituristica (nata come azienda agricola e poi trasformata in B & B, fino ad assumere la forma di azienda agrituristica), il testimone sottolinea il fatto che può fornire soltanto accoglienza per dormire e può vendere i propri prodotti agricoli ma non può fare ristorazione. Il suoi clienti arrivano principalmente nei periodi di grandi eventi a Genova (per esempio con il salone nautico e per Euroflora), o altrimenti si tratta di clienti occasionali come per esempio i motociclisti.

La vendita dei prodotti agricoli avviene soltanto su ordinazione da parte di conoscenti, non risulta possibile entrare in un gruppo d'acquisto perché la richiesta giornaliera sarebbe troppo elevata e le sarebbe impossibile rispondere a tale richiesta quotidiana da sola.

3. Considerazioni e proposte

L'analisi del contenuto narrativo delle interviste ha evidenziato i differenti punti di vista degli interlocutori scelti come testimoni privilegiati perché portatori di uno specifico sapere esperto inerente gli aspetti delle trasformazioni territoriali e delle percezioni del contesto naturale e costruito della Val Fontanabuona.

Operando in tal modo è stato possibile riflettere su alcune indicazioni fornite a conferma dell'importanza di alcuni temi emersi in maniera più ricorrente rispetto ad altri, che permettono di articolare per punti alcune riflessioni e proposte per lo sviluppo della Val Fontanabuona e dell'area del Monte Caucaso.

- **“Bellezza della Valle”**: occorre che la Val Fontanabuona investa le proprie energie e capacità/possibilità per lo **sviluppo del turismo** grazie alla presenza di evidenti **risorse ambientali**, compiendo un lavoro di **valorizzazione delle emergenze già presenti** (per esempio gli itinerari già disponibili o - come suggerito da un esperto della Regione Liguria per quanto concerne il settore della Biodiversità e della gestione dei SIC - valorizzare i percorsi naturalistici stessi inserendo degli elementi caratterizzanti il luogo lungo gli itinerari quali mangiatoie per le differenti specie di uccelli che nidificano nella zona ed elementi di cartellonistica studiati ad hoc al fine di spiegare e divulgare ai fruitori dei sentieri le specificità dell'habitat che stanno attraversando, al fine di aumentare l'attrattività dell'itinerario stesso).

La Val Fontanabuona presenta attualmente una forte ambivalenza e indecisione tra il rimanere legata ad un'identità di area a sviluppo industriale e assumere una nuova identità di territorio votato al turismo grazie alle risorse ambientali.

- **“Storia e cultura”**: la Val Fontanabuona e i dintorni del monte Caucaso presentano numerose **emergenze di tipo culturale e storico** che occorre valorizzare e mettere in luce e in rete, in modo da interagire sinergicamente per lo **sviluppo di un turismo** che sia anche **storico-culturale** oltre che naturalistico (musei, opere d'arte nelle chiese, ponti rinascimentali, emergenze archeologiche).

In tal senso puntare su elementi di tipo **etnografico** rappresenta una linea di sviluppo che ha la forza di sostenere lo sviluppo turistico della valle.

- **“Energie alternative”**: appare auspicabile lo sviluppo della valle nel senso di un utilizzo sostenibile dell’energia attraverso la messa in atto di progetti mirati all’inserimento di modi alternativi di produrre energia a livello locale (pale eoliche, pannelli solari e/o fotovoltaici...).

Una promozione di questi territori come **“territori sostenibili”** (magari anche attraverso la creazione di un **logo della “valle sostenibile”**) significa contribuire alla formazione di una nuova immagine della Val Fontanabuona come area nella quale è possibile praticare un turismo sostenibile sostenuto basato su energie alternative ma anche la produzione di prodotti agricoli biologici (per esempio il rifugio del Monte Caucaso potrebbe essere dotato di pale eoliche di dimensioni tali da non impattare visivamente sull’ambiente...).

- **“Prodotti tipici”**: la valle può già vantare la presenza di numerosi prodotti tipici (anche i borghi possono essere valutati come “prodotto tipico”) che rendono realizzabile l’idea di strutturare dei “percorsi gastronomici” legandoli all’offerta ricettiva di alberghi, B&B, agriturismo e ristoranti già presenti.

La “tipicità” di un territorio appare come un elemento fondamentale per la sua promozione; per questo motivo pensare alla creazione di un “prodotto tipico” che diventi in qualche modo struttura e immagine della valle appare come un elemento di novità importante per lo sviluppo turistico dell’area.

Alla luce di queste riflessioni è possibile delineare alcune considerazioni e proposte:

- Il territorio è ricco di risorse e sembra esserne consapevole ma occorre trovare una nuova “figura” e/o dare una nuova “forma” che possa prendere il posto della Comunità Montana nella promozione del territorio in maniera sinergica (un consorzio di comuni?)
- la promozione del territorio è in ogni caso un’attività indispensabile da mettere in atto e proseguire con una certa costanza nel tempo

anche attraverso l'utilizzo di strumenti e forme di comunicazione non ancora completamente sfruttate nella valle (internet: possibilità di aprire un sito internet del rifugio del Monte Caucaso che potrebbe funzionare da punto di riferimento per tutta la valle?, possibilità di attivare realmente e connettere i siti internet dei singoli comuni attualmente sottoutilizzati?...).

- in tal senso delle efficaci attività di marketing sostenute dall'impegno degli attori locali appaiono indispensabili
- creare e implementare/sostenere una nuova immagine per la valle che rispecchi l'idea di sostenibilità al fine di abbandonare la vecchia identità di area dedicata all'industria e trasformarsi in area turistica (come le città che nel passaggio al post industriale cercano di darsi un nuovo volto per essere competitive e attrattive, allo stesso modo la Val Fontanabuona può dotarsi di una nuova immagine di "sostenibilità" del turismo per esempio...)
- il Monte Caucaso mostra effettivamente buone possibilità di divenire un catalizzatore per lo sviluppo della valle ma a patto che anche tutto il resto delle risorse presenti si sviluppi in sincronia con la valorizzazione degli itinerari escursionistici e ciclistici del Monte Caucaso. La cima del Caucaso può forse diventare un nuovo "simbolo" per la valle ma occorre che sia sostenuto da una rete di risorse e attività incentrate sullo sport della bicicletta, in primis mountain bike ma anche cicloturismo ed escursionismo.

4. Proposta operativa per la terza fase del progetto

Come già previsto nel primo documento di lavoro del progetto e come confermato dalle indagini sul territorio, la terza fase di lavoro non può che prevedere un processo di coinvolgimento degli attori locali al fine di definire, in maniera concertata e condivisa, esigenze, vincoli ed opportunità dell'intera Val Fontanabuona.

Come descritto attraverso le indagini dirette, si è potuto costruire un'immagine attenta ed articolata della valle, dei reali atteggiamenti degli interlocutori privilegiati coinvolti e delle loro aspettative nei confronti di nuove strategie di sviluppo e interventi progettuali.

Nella terza fase di progetto, attraverso la collaborazione e il lavoro diretto con amministratori locali, portatori di interesse economico, esperti del territorio e della cultura locale, si può prevedere di approfondire il lavoro di riflessione collettiva e di sedimentazione e interpretazione delle informazioni e degli spunti operativi, che troveranno la loro sintesi negli indirizzi delle politiche di governance che il progetto INNOLABS intende proporre.

In particolare può essere utile ideare un percorso che si concretizzi in incontri di lavoro dove tecnici ed attori locali collaborino al fine di creare e sviluppare scenari di sviluppo e valorizzazione per il territorio in particolare focalizzando l'interesse sulla proposta di un percorso di mountain bike sul Monte Caucaso. I diversi incontri potranno essere strutturati come "Atelier territoriali"⁷.

Nello strutturare una fase di coinvolgimento diretto è bene tenere presente che i programmi di interazione devono conservare un carattere indicativo, perché le variabili di percorso possono incidere significativamente sui metodi utilizzati e sui risultati ottenuti. Il percorso, di seguito proposto, dovrà essere attentamente progettato, tuttavia potrà essere parzialmente trasformato in corso d'opera, in aderenza alla mutevolezza dei contesti ed alla variabilità delle situazioni. La personalizzazione dei metodi e degli strumenti non è certo improvvisazione, quanto piuttosto, la ricerca di una maggiore aderenza ai contesti comunque su consolidati metodi importati da esperienze nazionali ed internazionali.

⁷ Il tipo di approccio metodologico proposto si colloca, secondo quanto scrive A. Mela, fra il metodo EASW e quello dei "tavoli di concertazione". Quest'ultimo metodo, in particolare, è caratterizzato da una forte impronta partecipativa, se organizzato con particolari accorgimenti.

Obiettivi

Con l'istituzione degli "Atelier territoriali" si intende costituire un ambito dove i diversi interlocutori invitati possano avere e dare informazioni sui temi del progetto; in questa ottica le attività potranno essere fortemente improntate alla collaborazione fra i membri del gruppo di lavoro, le varie figure professionali coinvolte e gli esperti.

Gli Atelier, per questa ragione, potranno acquisire anche un grande valore simbolico di partecipazione e condivisione, gli obiettivi perseguiti con il lavoro potranno essere:

- Produrre degli elaborati descrittivi delle potenzialità/attese del territorio
- Produrre delle proposte progettuali attuabili, ad esempio pensando alla sistematizzazione e alla promozione turistica dei percorsi di mountain bike e ciclo-escursionistici del Monte Caucaso
- Individuare quali sono i criteri generali che dovranno guidare le politiche di governance, le iniziative di valorizzazione turistica e di sviluppo territoriale
- Consentire e contribuire al riconoscimento di una sensibilità positiva verso il progetto INNOLABS e il suo approccio di lavoro, senza nascondere le molteplici difficoltà legate alla realizzabilità degli interventi previsti

L'attività dell'Atelier dovrà essere di tipo partecipativo e collaborativo impostata sulla capacità propositiva delle persone coinvolte, sulla condivisione di idee, saperi, competenze con l'obiettivo di produrre azioni operative e visioni progettuali.

Gli incontri, debolmente strutturati ma condotti da un rappresentante del gruppo di lavoro, dovranno prevedere discussioni capaci di produrre in modo organizzato ma non gerarchico, soluzioni creative, spostando il punto di vista della discussione dai problemi alle idee per risolverli.

Il percorso di lavoro può essere immaginato in uno o più momenti di incontro ed in particolare, seguendo esempi e buone pratiche

ampiamente sperimentate e descritte in letteratura si potrebbe seguire una metodologia che prevede degli incontri nei quali svolgere:

- discussioni tematiche fortemente contestualizzate in relazione alle diverse caratteristiche del territorio (operando secondo un approccio dialettico, proponendo e raccogliendo temi ed aspetti di discussione proposti dai partecipanti)
- osservazioni e riflessioni su esempi di buone pratiche (l'équipe di lavoro prevede e documenta una serie di progetti sui quali lavorare. Ad esempio: Lago di Tovel - Parco Naturale Adamello-Brenta, ciclovia delle Dolomiti, percorso MTB Pila - Valle d'Aosta, ed altri)
- attività guidate di vera e propria "lettura" e "integrazione", sul piano dei contenuti, di una cartografia dell'area preparata ad hoc dal gruppo di lavoro⁷.

In questo contesto, il metodo potrà essere utilizzato per la produzione di basi conoscitive e di proposte operative; attraverso una continua circolazione di informazione tra attori privilegiati e tecnici; gli esiti ultimi del processo saranno centrati sulla costituzione di uno, o più, scenari condivisi di sviluppo territoriale per creare e animare una rete di attori locali sostenitori di una visione precisa e concreta di valorizzazione della valle.

In ultimo, ma non per significato ed importanza, un esito perseguito dal lavoro del laboratorio potrebbe essere quello di generare un empowerment di tipo commerciale ed imprenditoriale attraverso cui promuovere e supportare in modo adeguato l'imprenditoria locale, elemento imprescindibile di un concreto e duraturo programma di valorizzazione di un sistema territoriale.

⁷ Si rimanda ad una fase di programmazione più dettagliata la descrizione delle tecniche di lavoro specifiche che si intende utilizzare.

Allegati

Protocollo di intervista a testimoni privilegiati Val Fontanabuona

Temi

1. Percezione del territorio
2. Caratteristiche per la promozione sportiva del territorio
3. Rapporti tra e con gli enti di promozione territoriale
4. Motivazione della scelta del Monte Caucaso come fulcro di interesse

Protocollo di intervista associazione escursionisti (Alta Via dei Monti Liguri)

Data intervista:

Luogo intervista:

Intervistatore:

Tema 1

- Ci potrebbe offrire una sua personale descrizione del territorio della Val Fontanabuona?

Tema 2

- In base alla Vostra esperienza come associazione potrebbe spiegarci quali sono state le caratteristiche dei territori che generalmente scegliete dipromuovere e che giudicate positivamente
- Fare qualche esempio

Tema 3

- Quali sono gli strumenti di promozione attraverso i quali Voi promuovete i territori e scegliete gli interlocutori con i quali stabilire dei rapporti

- Come giudicate le diverse attività di comunicazione e promozione territoriale

Tema 4

- Secondo il suo punto di osservazione, il Monte Caucaso potrebbe costituire un catalizzatore per la valorizzazione del territorio dell'alta Val Fontanabuona

Dati intervistato

Età:

Luogo di residenza:

Titolo di studio:

Occupazione lavorativa:

Protocollo di intervista a testimoni privilegiati Val Fontanabuona

Temi

1. Percezione del territorio
2. Caratteristiche per la promozione sportiva del territorio
3. Motivazione della scelta del Monte Caucaso come fulcro di interesse
4. Rapporti tra e con gli enti di promozione territoriale

Protocollo di intervista ex Comunità Montana

Data intervista:

Luogo intervista:

Intervistatore:

Tema 1

- Ci potrebbe offrire una sua personale descrizione del territorio della Val Fontanabuona?

Tema 2

- In base alla Vostra esperienza (nella Comunità Montana della Val Fontanabuona), potrebbe spiegarci quali sono state le strategie messe in atto per lo sviluppo e la valorizzazione del territorio

- Quale “situazione” lasciate con la chiusura della Comunità Montana?
- Quali le vostre aspettative per il futuro?

Tema 3

- costituire un catalizzatore per la valorizzazione del territorio dell'alta Val Fontanabuona

Tema 4

- es. portale della VF, portale Alta Via, portale Terre di Portofino, ecc), ritiene che una maggiore interazione tra questi riferimenti potrebbe essere utile al fine della valorizzazione della Valle e nello specifico dell'anello del Monte Caucaso
- Come giudica le diverse attività di comunicazione e promozione territoriale

Dati intervistato

Età:

Luogo di residenza:

Titolo di studio:

Occupazione lavorativa:

Protocollo di intervista a testimoni privilegiati Val Fontanabuona

Temi

1. Percezione del territorio
2. Caratteristiche per la promozione sportiva del territorio
3. Motivazione della scelta del Monte Caucaso come fulcro di interesse
4. Rapporti tra e con gli enti di promozione territoriale

Protocollo di intervista azienda agrituristica, manutenzione sentieristica ed esperto mountain bike

Data intervista:

Luogo intervista:

Intervistatore:

Tema 1

- Ci potrebbe offrire una sua personale descrizione del territorio della Val Fontanabuona?

Tema 2

- In base alla Sua esperienza potrebbe spiegarci quali sono state le strategie messe in atto per lo sviluppo e la valorizzazione del territorio
- Quali le sue aspettative per il futuro?

Tema 3

- Secondo il suo punto di osservazione, il Monte Caucaso potrebbe costituire un catalizzatore per la valorizzazione del territorio dell'alta Val Fontanabuona
- Per quale/li motivi

Tema 4

- Data l'ampia presenza di riferimenti alla Val Fontanabuona (per es. portaledella VF, portale Alta Via, portale Terre di Portofino, ecc), ritiene che una maggiore interazione tra questi riferimenti potrebbe essere utile al fine della valorizzazione della Valle e nello specifico dell'anello del Monte Caucaso
- Come giudica le diverse attività di comunicazione e promozione territoriale

Dati intervistato
Età:
Luogo di residenza:
Titolo di studio:
Occupazione lavorativa:

Protocollo di intervista a testimoni privilegiati Val Fontanabuona

Temi

1. Percezione del territorio
 2. Linee strategiche di valorizzazione territoriale
 3. Motivazione della scelta del Monte Caucaso come fulcro di interesse
 4. Rapporti tra e con gli enti di promozione territoriale
- Protocollo di intervista associazione cicloturistica (Club Amici della bicicletta)

Data intervista:
Luogo intervista:
Intervistatore:

Tema 1

- Ci potrebbe offrire una sua personale descrizione del territorio della Val Fontanabuona?

Tema 2

- In base alla Vostra esperienza come gruppo potrebbe spiegarci quali sono le caratteristiche dei territori che generalmente scegliete di frequentare e che giudicate positivamente
- fare qualche esempio

Tema 3

- Quali sono gli strumenti di promozione attraverso i quali Voi venite a conoscenza di questi territori?
- Come giudica le diverse attività di comunicazione e promozione territoriale che conosce

Tema 4

- Secondo il suo punto di osservazione, il Monte Caucaso potrebbe costituire un catalizzatore per la valorizzazione del territorio dell'alta Val Fontanabuona

Dati intervistato

Età:

Luogo di residenza:

Titolo di studio:

Occupazione lavorativa:

