

abstract

Collection in Motion *Sistema di postcollezioni OLTREPÒ MANTOVANO*

Il progetto **Collection in Motion** intende sviluppare, tramite tecnologie digitali e sistemi/strumenti interattivi, le potenzialità delle risorse Culturali e Materiali dell'Oltrepò Mantovano.

Il sistema è costituito da un **centro di documentazione (CeD)** che, inizialmente, organizza e sistematizza le collezioni esistenti attraverso un formato di catalogo digitale unico, per poi disseminarle sul territorio tramite due strumenti: il **museo itinerante e le lanche** (luoghi attivatori).

Il **CeD ri-progetta 7 collezioni: architetture perdute, linguaggi artistici, florovivaismo, enogastronomia, rituali sacri, architetture '900, arti e mestieri** che vengono fruite dal turista culturale consultando i campionari di cultura, cataloghi da asporto che il turista stesso compone all'interno del Museo Itinerante, con l'aiuto di un atlante che restituisce il quadro di insieme delle collezioni tradizionali.

In questa fase il Museo Itinerante attraccherà in corrispondenza di una determinata lanca, in prossimità della quale, si organizza un evento generatore di post-collezione. L'evento prende spunto dalle tematiche delle collezioni tradizionali (es. la collezione florovivaismo genera eventi di land art prodotti con essenze autoctone) e crea collezioni nuove il cui valore risiede nella contemporaneità.

Il sistema degli eventi si sviluppa nell'arco di un anno consentendo alla barca di sintonizzarsi con la ciclicità del Po (piena e secca). Luoghi di accoglienza sempre diversi (le sette lanche, in corrispondenza delle isole) permettono al fruitore di accedere al sistema attraverso la barca che funge da se-

Progetto Collection in motion

progetto di:

*Alberto Berselli, Annalisa Feola,
Elena Enrica Giunta, Daniela Penazzi,
Luciana Gunetti (tutor)*

gnale del sistema digitale secondo **due livelli di fruizione sul territorio:**

1. fruizione delle collezioni tradizionali: scelta dei percorsi a partire dall'atlante (che consente di integrare percorsi differenti).
2. collezione tradizionale più evento/i: fruizione integrata di risorse esistenti ed eventi estemporanei (collezioni post).

Un terzo livello di fruizione nel centro di Documentazione:

3. I singoli eventi verranno documentati ed archiviati insieme alle collezioni tradizionali nel CeD.

Un nuovo catalogo gestirà le post-collezioni rendendole fruibili internamente al centro di documentazione: possiamo quindi dire che il centro dissemina le collezioni tradizionali ma "colleziona" le post-collezioni.

L'intento è quello di generare una collezione digitale dinamica, capace cioè di auto implementarsi grazie alle azioni del museo itinerante.

Collezioni

Nuovo consumo culturale = museo interattivo del 900
Parco tematico del 900 = Oltrepò Mantovano come eco museo delle collezioni del 900
Che ha generato 3 concept:

Centro di Archiviazione

Museo itinerante

Le Lanche

cluster di concept

Mettere a sistema i 3 concept generati per realizzare una "collezione dinamica" che sia alla base dell'Eco Museo Digitale OLTREPÒ MANTOVANO

concept scelto

- conservare e rendere fruibili le collezioni tradizionali esistenti attraverso un sistema dinamico (Centro Documentazione, Barca itinerante, Lanche)

priorità

- generare post-collezioni attraverso l'azione del sistema sul territorio dell'Oltrepò mantovano

RUOLI
ruolo consortile
Organismo di gestione: Camera di commercio, provincia, consulta sx/dx Secchia
Comitato decisionale (scelta delle collezioni e del sistema di eventi): Associazioni di categoria, università, associazioni culturali gestiscono in forma consortile l'intero sistema

Centro di documentazione _ Sermide

Ha funzione di archivio e agenzia eco-museo e museo etno-antropologico

Museo itinerante

Informa, segnala, intrattiene accoglie e promuove attraverso il sottosistema **barca, atlante, catalogo**. Dipende dall'organismo di gestione e dal comitato decisionale

Lanche (luoghi attivatori)

Ospitano gli eventi generatori di post- collezioni

singola amministraz.

Le singole amministrazioni comunali si occupano di fornire le mappature delle collezioni esistenti sul territorio. In modo tale che il centro di documentazione sappia dove è collocato fisicamente ogni singolo artefatto.

privati ...

progetti:
AZIONE 01

Progettare il Centro di Documentazione Mappatura delle collezioni tradizionali

- il Centro di Documentazione di Sermide tramite il Comitato decisionale fornirà delle linee guida

secondo le quali i comuni produrranno le mappature delle collezioni esistenti

Strumenti: 01. Linee guida mappatura

- archivio digitale

Strumenti: 01. definizione della piattaforma e del formato di catalogo che gestirà l'archivio digitale

Progettare il sottosistema Museo Itinerante

- allestimento barca

Strumenti: 01. Segnala e promuove attraverso immagine coordinata l'intero sistema; *02.* Accoglie: apertura al pubblico
03. Informa

- atlante (schedario visivo delle collezioni)

Strumenti: 01. Materializza su singole schede/campionario le collezioni tradizionali gestite dall'archivio del centro; *02.* Consente al fruitore di progettare i suoi percorsi di fruizione delle collezioni

- catalogo

Strumenti: 01. Rende le collezioni dinamiche

AZIONE 02

Progettare il sistema degli eventi

- programmazione e gestione annuale degli eventi generatori di post-collezioni

Strumenti: 01. Allestiscono eventi di arte, enogastronomia, rituali sacri ...; *02.* Documentazione delle post-collezioni scaturite dagli eventi; *03.* Ampliamento dei contenuti dell'archivio digitale del centro di documentazione

AZIONE 03

Pro-muovere la collezione "digitale dinamica"

Strumenti: 01. Nuovo formato di catalogo digitale gestisce le post-collezioni

AZIONE 04

Oltrepò Mantovano il novecento in scena *Sistema di backstage del '900 (certificato al 100%)*

Il territorio oggetto dell'intervento di progetto ha la peculiarità di rappresentarsi e apparire come un modello di novecento, in particolare del momento di passaggio dalla realtà agricola a quella industriale, come già evidenziato nella fase "segni & parole" della ricerca.

L'intento del progetto "*Oltrepò Mantovano - il novecento in scena*" è quello di riconoscere, evidenziare e promuovere questo capitale intangibile attraverso **politiche di conservazione e valorizzazione sostenibili**.

La prima azione in questo senso e quella di vincolare le zone più significative: **l'argine**, elemento simbolo del territorio viene adottato come segno chiaro di confine tra aree differenti e si presta anche come elemento di congiunzione tra spazi non confinanti.

Oltrepò Mantovano - il novecento in scena è una **rete di presidi-location** sul territorio, distaccate a partire dalle caratteristiche territoriali di "densità di novecentitudine" e dalla potenzialità nella gestione dei servizi. La competitività del territorio, infatti, non è unicamente affidata alle **peculiarità del paesaggio**, ma soprattutto alla **capacità di fornire servizi** aggiuntivi per il sistema creato (es. agilità burocratica, reperimento oggetti novecenteschi per la scena, costumi, archivio di "saperi" per ricreare tradizioni plausibili). In questo senso nascono 4 "nuclei addensatori", dei centri di "raccolta e smistamento di novecentitudine", coordinati dall'agenzia Oltrepò Mantovano che **facilita e promuove le riprese** e archivia materiale video sul nostro secolo. I restanti centri si occupano di collezionare e mettere a disposizione oggetti per la scena e saperi del '900 e di attivare laboratori di restauro per vincolare il valore '900 del territorio.

Il progetto non ha vocazione turistica ma non esclude la possibilità di attrarre a partire proprio dalle azioni innescate sul territorio: incentivando le riprese il territorio si promuove come luogo di backstage, offrendo al turista esperienze non convenzionali (es. il magazzino di oggetti diventa un museo "operativo").

Progetto 900 in scena

progetto di:

*Daniela Biccari, Alexia Caccavella,
Sandro Scarduelli, Pierpaolo
De Angelis, Anna Cavalleri (tutor)*

Collezioni

Nuovo consumo culturale in fiera = museo interattivo del 900

Parco tematico del 900 = Oltrepò Mantovano come eco museo delle collezioni del 900

*cluster di
concept*

Piccolo mondo antico

Enogastronomia del 900 = i laboratori e libri di ricette per salvare la genuinità del 900

Saper fare 900 = pacchetti turistici per vivere il 900

Luogo della scena

Esperienze turistiche = kit per vivere il 900

Location = sistema per il cinema

Location del 900

Oltrepò Mantovano come sistema di location attive per produzioni cinematografiche

*concept
scelto*

▪ Il 900 inteso come valore per lo sviluppo del territorio da vincolare e conservare attraverso un sistema sostenibile.

▪ Riconoscere e vincolare la “novecentitudine” nell’Oltrepò presidiando delle zone location.

priorità

Parco della comunicazione visiva _ Sermide

Si amplia e diviene l’agenzia di coordinamento dei servizi per le produzioni cinematografiche. Controlla le attività sul territorio.

*RUOLI
ruolo
consortile*

Fiera millenaria _ Gonzaga

Si occupa della gestione di oggetti di scena del 900

Museo del Po _ Revere

Si occupa della gestione di artefatti per il lavoro del 900 e di

archivi video relativi al “saper fare”

Università _ Politecnico di Mantova

Si occupa dei problemi relativi alla conservazione del 900 e gestisce un laboratorio di restauro per la messa in scena a *Villa Arrigona _ S.Giacomo delle Segnate.*

*singola
amministr.*

Ogni amministrazione si occupa di vincolare, secondo criteri partecipati, il 900 sul territorio, si adopera per facilitare le riprese, raccoglie sul territorio di competenza collezioni del 900.

privati

Intervengono per noleggio di propri oggetti (es.collezioni) o servizi per la produzione.

*progetti:
AZIONE 01*

CREARE PRESIDI DI 900: LOCATION

- Ampliamento dell'agenzia *Parco della comunicazione visiva* di Sermide che si occuperà di riconoscere le zone location: fornisce parametri per il reperimento delle zone e chiede alle PA di presentare dei casi.

Strumenti: 01. documento che indica le caratteristiche della location per le PA.

- Una volta identificate le zone per le produzioni cinematografiche queste vanno confinate e archiviate per conservarne le caratteristiche di “novecentitudine”

Strumenti: 01. format ad opera dell'Università per censire le location indicandone il perimetro, le emergenze, le architetture, i problemi di restauro e manutenzione; *02.* Creazione di un data base fotografico studiato per la produzione cinematografica: movimenti di camera, luce, inquadratura.

- Promozione delle location del 900

Strumenti: 01. catalogo cartaceo che indica le caratteristiche di 900 del luogo e fornisce inquadrature sul territorio presidiato; *02.* Archivio on line delle schede di archiviazione delle

location e della gallery fotografica.

CREARE SERVIZI PER LA PRODUZIONE: NUCLEI ADDENSATORI

AZIONE 02

- Oggetti di scena e costumi del 900: creazione di uno spazio magazzino all'interno della *Fiera millenaria _ Gonzaga* con collezioni del 900.

Strumenti: 01. raccolta di collezioni per donazione promosse dal quotidiano locale; *02.* raccolta di collezioni da privati da conservare e mettere a “noleggjo”; *03.* creazione di data base di oggetti per ampliare il catalogo e il sito.

- Cultura materiale del 900: ampliamento del *Museo del Po _ Revere* per la raccolta dei saperi del 900 e dei saperi del 900

Strumenti: 01. raccolta di collezioni da privati da conservare e mettere a “noleggjo”; *02.* creazione di data base di oggetti per ampliare il catalogo e il sito; raccolta di “video” come archivio del “saper fare”.

- Scenografie e restauro: laboratorio dell'Università per il controllo sulla conservazione e creazione di professionisti per la cura delle scene a *Villa Arrigona _ S. Giacomo delle Segrate*

Strumenti: 01. attivazione di ricerche di supporto e workshop per la conservazione e restauro; *02.* formazione per manovalanza edile e scenografie.

- Video: archivio digitale del 900 in scena al *Parco della comunicazione visiva _ Sermide*

Strumenti: 01. ampliamento archivio video del 900; *02.* raccolta filmati amatoriali con promozione di digitalizzazione gratuita; *03.* promozione concorso per le scuole “*video ritratto di un nonno*”

- Promozione dei servizi: sistema di location non solo per le peculiarità del paesaggio ma anche per la qualità dei servizi.

Strumenti: 01. ampliamento di contenuti sul cataalogo; *02.* ampliamento dei contenuti sul sito; *03.* nuovi “pacchetti” per fare cinema nel territorio Oltrepò Mantovano

INTEGRAZIONE PER IL TURISMO: IL BACKSTAGE DEL 900

- Promozione del territorio come Museo diffuso di backstage

Strumenti: 01. creazione di percorsi (mappe) per la rete di location; 02. apertura al pubblico dei “magazzini” di collezioni del 900 (Fiera, museo del Po, Agenzia, laboratori); 03. eventi per la presentazione del materiale realizzato nel territorio Oltrepò Mantovano

- Sinergie con la rete turistica

Strumenti: 01. creazione di pacchetti turistici per la fruizione del territorio

abstract

AgriCULT

*La 4° gamma di alta gamma
del parco agricolo dell'oltrepò mantovano*

Il progetto AgriCULT nasce con l'obiettivo di **posizionare in maniera competitiva e innovativa** l'area dell'Oltrepò Mantovano come territorio di **produzione di una nuova cultura gastronomica**, che lega tradizione e sapere ad un prodotto di alta gamma. Le competenze del comparto agro-alimentare che caratterizzano l'area, vengono valorizzate attraverso la **specializzazione in attività di ricerca** innovativa per la produzione di **colture di 4° gamma** (i prodotti freschi confezionati, lavati, porzionati e pronti per l'uso, la cui domanda cresce nella grande distribuzione) con un progetto strategico che partendo dalla progettazione di tutte le componenti del sistema-prodotto di alta gamma (puntando verso un **packaging e canali di distribuzione** con forte componente di servizio per il consumatore) costruisca una **brand identity** (il marchio AgriCULT) in grado di veicolare fortemente il territorio come luogo di produzione di prodotti di **elevata qualità**, fino a delineare il **ridisegno stesso del paesaggio**, intervenendo direttamente alla scala territoriale per la costruzione di un vero e proprio **parco agricolo diffuso**, caratterizzato da “stanze produttive” identificate da segni distintivi nel territorio, fruibili e visitabili dalla comunità.

La **tracciabilità del prodotto** assicura quindi, oltre le elevate

Progetto AgriCULT

progetto di:
Filippo Mantovani, Silvia Potente,
Giovanni Lupo, Milena Panigo,
Eleonora Lupo (tutor)

componenti organolettiche del cibo, un forte valore aggiunto legato alla sua provenienza da un parco sensibile ed attento alle problematiche ambientali ed estetiche degli insediamenti agricoli e quindi una redistribuzione dei benefici a molte della catena produttiva, diventando il **prodotto AgriCULT** ambasciatore e richiamo di visitatori per il parco e l'area circostante.

La **"Fattoria AgriCult"**, centro di innovazione e ricerca e start up dell'intero sistema, garantisce la qualità con una politica di supporto alle aziende agricole locali affiliate relativamente agli standard e alle tecnologie produttive e distributive e al coordinamento delle **strategie di comunicazione e fruizione** da parte dei visitatori del parco.

- Progettazione e realizzazione del sistema prodotto "verdure di 4° gamma dell'oltrepò" (produzione, confezionamento, distribuzione, comunicazione: tecnologie, strategie e management)

priorità

- Progettazione e creazione del parco agricolo (sistemi di riconversione degli insediamenti agricoli in stanze della fertilità, sistemi di infrastrutturazione a rete)

- Progettazione e implementazione di sistemi di fruizione del parco e del territorio (food experience dei prodotti di 4° gamma in luogo di produzione).

NB. La successione delle fasi, pur essendo cronologica, è spesso in sovrapposizione:

Agenti di piano
Scalarità/priorità
Attori/ruoli
Azioni/strumenti
Prototipo visuale

*RUOLI
ruolo
consortile*

Le amministrazioni pubbliche attivano un piano di incentivazione e di financial management degli investimenti nel settore agricolo della 4° gamma (politiche di defiscalizzazione, etc)

AZIONE 01

Individuazione o creazione di un organismo di gestione

La “fattoria AgriCULT” potrebbe nascere come **organismo** di gestione pubblico-privato che unisce:

1. alcuni **produttori** agricoli o consorzi già esistenti
2. una **impresa** privata che investe e impianta localmente le **tecnologie** necessarie per la trasformazione (dalla produzione al confezionamento) della 4° gamma
3. un **centro di ricerca** (es. Fac. di agraria Università di...) che studia le opportunità di miglioramento del prodotto e del suo confezionamento
4. una **agenzia AgriCULT** di coordinamento progetto (di cui fa parte la pubblica amministrazione ed il Politecnico di Milano)

La fattoria agriCULT :

- **deposita il marchio AgriCULT** (prodotti di 4° gamma del parco dell'oltrepò mantovano)
- definisce i **requisiti di qualità di produzione** e i criteri/**vincoli per consorziarsi** (i vincoli sono principalmente di due tipi):
 - qualità organolettiche dei prodotti
 - qualità estetiche ed ambientali degli insediamenti agricoli

Insedimento

La fattoria agriCULT :

- gestisce le fasi di **trasformazione** del prodotto fresco in uno stabilimento di selezione/taglio/confezionamento
- gestisce la **filiera del prodotto** AgriCULT dal confezionamento alla grande distribuzione
- Avvia con le università partner un programma di ricerca sul prodotto di quarta gamma
 - Tecnologie di confezionamento, prolungamento shelf life etc
 - Abitudini sociali e culturali di consumo del prodotto di 4° gamma: stili di vita, professione, tipologia dei nuclei familiari, nuove esigenze, luoghi e servizi per l'alimentazione etc.

In particolare:

- Pianifica e supporta la **riconversione produttiva** su due livelli, **tecnologico e ambientale**:

1. Garantisce alle aziende agricole consorziate l'assistenza e i servizi necessari adeguandole ai vincoli/opportunità strategiche previsti fornendo strumenti e materiali necessari (una sorta di franchising...)

- Centralizza in un unico stabilimento le fasi di raccolta/pulitura/taglio/ confezionamento del prodotto
- Organizza un sistema logistico di supporto alla raccolta del prodotto
- Ridistribuisce tra gli agricoltori–produttori la conoscenza sulle migliori modalità produttive tramite un servizio continuo di consulenza tecnica

2. definisce le linee strategiche di **sviluppo di un parco agricolo** diffuso tra le aziende consorziate (tipologie e qualità degli insediamenti, localizzazione, impatto sul paesaggio, nuove architetture per la produzione come “stanze produttive” del territorio...)

- Co-progetta con gli agricoltori le **Stanze** del parco
- Sviluppa con aziende partner dell'organismo di gestione fornitrici di prodotti e sistemi per l'agricoltura un KIT e un MANUAL standard per la posa degli insediamenti che fornisce ai produttori consorziati (tipo-

logie di serre, coperture, materiali etc)

- Sviluppa il network di coesione tra le “stanze” del parco : sistemi di relazione, collegamenti, infrastrutture, percorsi

AZIONE 03 Costruzione filiera distributiva

La fattoria agriCULT :

- gestisce la **filiera del prodotto** AgriCULT dal confezionamento alla distribuzione, individuando i partner su:
 1. grande distribuzione (supermercati, iper, centri commerciali)
 2. vendita specializzati
 - Negozi di prodotti biologici e salutistici
 3. consumatori diversi
 - Mense (prodotti già porzionati)
 - Ristorazione in viaggio (companie aeree, ferrovie, navali)
 - Aziende di Catering per convegni, fiere etc.
 4. vendita diretta del “FRESCHISSIMO” dall’agricoltore al consumatore finale (via posta tipo oli CARLI)
 - Piattaforma di ordinazione web che individua per tipo e quantità di prodotto richiesto l’insediamento più vicino e i tempi di consegna all’inoltro dell’ordine
 - Possibilità di abbonamenti e spedizioni periodiche
 - ...

AZIONE 04 Promozione

L’agenzia AgriCULT sviluppa come un progetto integrato in cui vi è un continuo riferimento dal prodotto al parco e viceversa.

In particolare :

- Sviluppa **l’immagine coordinata del sistema prodotto** di 4° gamma
 - Progetta la grafica e le tipologie di confezionamento

del prodotto (packaging, espositori nel punto vendita, corner di vendita specializzata etc.)

- Attua politiche commerciali sul punto vendita: offerte promozionali di lancio prodotto etc.
- Pianifica una **campagna promozionale** di conoscenza del prodotto su canali diversi:
 - riviste di settore enogastronomico,
 - riviste di viaggi e turismo;
 - campagna pubblicitaria televisiva/saga: “dalla stanza della fertilità dell’oltrepò mantovano alla tua tavola”
- Sviluppa e coordina l’immagine e la **visibilità del parco** agricolo ad esso collegato (sistemi di segnaletica, cartellonistica etc.)

Consolidamento e implementazione

AZIONE 05

L’agenzia AgriCULT in particolare

- Attua azioni di promozione del prodotto legate alla conoscenza del territorio
 - Campagna/concorso “visita la tua stanza preferita”
 - Raccolta punti “il libro del parco”
 - ...
- Coordina ed implementa a livello strategico e fruitivo lo sviluppo del parco (progetti di percorsi di fruizione specializzati su tipologie di prodotti o per stagione, itinerari didattici, concorsi di idee etc.)

La fattoria AgriCULT:

- Definisce nuove politiche e indirizzi di ricerca

Le stanze produttive

Il parco monumento della fertilità

Il packaging: le buste e il vasetto

Il logo

I totem segnaletici del parco

prototipi

campagne promozionali
il libro del parco
Il KIT e il MANUAL per gli insediamenti agricoli

La creatività come strumento di "fertilizzazione" del territorio

Il progetto prevede la costituzione di un **organismo di gestione misto pubblico privato** denominato "Fertilità creativa" che coordina una serie di **azioni di tipo progettuale da distribuire sul territorio**. Tali azioni sono indirizzate verso il coinvolgimento di artisti, designer, creativi della comunicazione, ma anche di esperti di altre discipline di supporto (economia o marketing), mediante workshop e concorsi. L'intervento di artisti piuttosto che di creativi o designer viene gestito e controllato mediante la stipula di un **contratto**.

L'organismo di gestione svolge anche i compiti di **banca dati, centro di comunicazione**, sede per eventi e seminari.

Tra le azioni previste sono le **installazioni** (in luoghi con particolari vocazioni scenografiche *altre*) di artisti che lavorano su soluzioni imprevedibili o elementi da esaltare dell'esistente. Se ne sono previste nei campi di Sermide, piuttosto che nei pioppeti presso le rive del Po o sugli argini presso Revere. I vari **eventi** fungono da **attrattori**, e l'organismo di gestione, oltre che da centro operativo, funge anche da centro di documentazione delle attività. In questo modo "Fertilità Creativa" diviene nel tempo depositario di un insieme di iniziative singolari e originali tra land art e rave party ambientate nella nebbia.

Le iniziative stagionali coinvolgono alcuni degli attori distribuiti sul territorio come i coltivatori, i proprietari di terreni, le aziende che lavorano i prodotti tipici della Bassa, gli agriturismo. In questo ciclo i luoghi dell'accoglienza accolgono un corner promozionale e di raccolta dati in cui vengono commercializzati **prodotti locali rivisitati** secondo una logica che ne determini nuove forme di fruizione e di ritualità (come la "tartufaia da balcone") come anche il kit di contemplazione delle varie installazioni.

Progetto Fertilità creativa

progetto di:
Silvia Candea, Serena Simonazzi,
Marco Sammiceli,
Francesco E. Guida (tutor)

SFERA SIMBOLICA

1. **Arte come fertilizzante del territorio** (eventi e installazioni stagionali come iniziative di attrazione; artisti, designer, creativi “adottano” il territorio, le imprese, la cultura o l’enogastronomia locale contaminandola);
2. Memory box;
3. **Kit di contemplazione**;
4. Luce che “segna” il valore del territorio;

*cluster di
concept*

SFERA FUNZIONALE

5. Orto-ornamento;
6. Arredi urbani fertilizzati;
7. Elementi alternativi per l’architettura;
8. **Orto domestico** (prodotti tipici rivisitati e rinnovati, chi compra porta a casa un pezzo di Bassa, lo coltiva in proprio facendosi coinvolgere così in una ritualità diversa e nuova di fruizione).

1 + 3 + 8

Creatività come strumento di “fertilizzazione” del territorio + kit di contemplazione + prodotti tipici rivisitati (orto domestico).

*concept
scelto*

- Ravvivare il territorio mediante azioni creative mirate che agiscano sulle peculiarità del territorio stesso.
- Costituzione di una struttura di gestione e comunicazione delle attività che funga anche da archivio delle iniziative.
- Progettazione e commercializzazione di prodotti tipici rinnovati e di kit ad hoc per la fruizione delle iniziative.

priorità

RUOLI "Fertilità creativa"

ruolo consortile

Camera di Commercio

Provincia

Consulta dei Comuni

singola amministr.

Comune di Quistello in primis come sede dell'organismo di gestione (per la sua centralità rispetto al territorio), comuni di Pegognaga, San Benedetto, Monteggiana, Moglia, Gonzaga, Revere, Magnacavallo, Sermide, ...

I singoli comuni ospitando le iniziative sono messi in rete e ciascuno usufruisce della comunicazione e delle strutture degli altri.

privati

Produttori privati, coltivatori, agriturismo, proprietari terreni, imprenditori locali...

progetti: AZIONI

- Rete di iniziative distribuite sul territorio, centro di documentazione e informazione.
- Piattaforma interattiva di gestione e informazione.
- Commercializzazione di nuovi prodotti e kit.
- Campagne di comunicazione informazione, e promozione delle iniziative mediante artefatti editoriali ad hoc.
- Eventi, installazioni artistiche, valorizzazione di architetture dismesse, Concorsi, Workshop, piattaforma interattiva, ...

FASI DEL PROGETTO

- Individuazione o nuova costituzione dell'organismo di gestione nelle forme giuridico amministrative più adatte alle esigenze della collettività di operatori partecipanti al progetto
- Individuazione e allestimento della sede.
- Individuazione delle risorse operative (1 direttore, 2 collaboratori, 2 stagisti durante gli eventi).
- Acquisizione strumentazioni operative.

TEMPISTICA

- 4 eventi annuali (installazioni sul territorio, concorsi per giovani creativi, workshop, ...)

OUTPUT

- comunicazione eventi (sito web, database dei creativi, pubblicazioni, ...)
- prodotti con proprio marchio in vendita nei corner distribuiti presso gli attori coinvolti (produttori, agriturismo, negozi, ...)

ATTORI COINVOLTI

Artisti, designer, enti territoriali, Aziende distribuite sul territorio (agriturismo, coltivatori, produttori, ...).

Progetto Flavour Dock

*progetto di:
Valentina Bottacini, Alessandra Albini,
Pietro Fontanesi, Barbara Piga,
Carlo Franzato (tutor)*

Oltrepò Mantovano. Da Territorio/Transito a Luogo/Destinazione

Il progetto elaborato è scaturito dalla metafora **porto di terraferma** e dalla considerazione che l'Oltrepò mantovano, per formulare una propria offerta turistica competitiva sul mercato padano, deve ripensarsi ed evolvere **da Territorio > Transito a Luogo > Destinazione**.

Il concept formulato prevede la **creazione di una porta**

d'accesso all'Oltrepò che, come un **home page**, sia capace di catalizzare e distribuire i **flussi turistici** via terra e via acqua. Sebbene il turismo fluviale non sia particolarmente sviluppato prevedere degli spostamenti sul fiume Po potrebbe rivelarsi strategico poiché si tratta di uno degli scenari più suggestivi dell'area.

Uno studio logistico ha suggerito che le porte all'Oltrepò dovessero essere due, la **porta orientale** situata a **San Benedetto Po** e la **porta occidentale** situata a **Revere e Ostiglia**.

Questo **approdo** ha la doppia valenza di **intercettare i turisti** che attraversano la pianura padana, e di **raccogliere le merci** che in questa regione vengono prodotte e scambiate, senza che le esigenze del commercio e del turismo si contraddicano. Infatti il carico-scarico delle merci enfatizzerebbe l'affascinante **atmosfera portuale** delle due porte, similmente a quanto avviene nel recente trend turistico che prevede crociere a bordo di navi cargo. Inoltre è da sottolineare che esistono dei beni che accordano il turismo al commercio, come quelli dell'**enogastronomia**.

Nasce così il **flavour docks**, il molo dei sapori, che ibrida le esigenze di entrambi i settori economici.

Esso è composto da una **trial zone**, in cui il turista può **scoprire sapori e itinerari**, nonché ricevere informazioni sull'offerta turistica locale, e da una **stock-exchange zone**, in cui le merci vengono stoccate e indirizzate alla distribuzione ma vengono anche vendute via web e direttamente al turista.

cluster di concept

- Sistematizzazione dei percorsi turistici Oltrepò e ideazione dell'interscambio tra reti;
- Pista ciclabile interregionale (Garda, Mincio, asta mantovana del Po, delta del Po, laguna veneta, valli di Comacchio);
- Turismo fluviale per famiglie;
- Crociera su nave da cargo;
- Stoccaggio merci sul Po;

- Agenzia di **interfaccia tra produttori Oltrepò e gruppi d'acquisto lombardi**;
- Brand dei prodotti enogastronomici mantovani e padani;
- Creazione di una porta d'accesso all'Oltrepò mantovano per la ricezione turistica.

Creazione di due porte d'accesso all'Oltrepò mantovano per la ricezione turistica. Annesso a ciascuna porta è un punto di stoccaggio e vendita di prodotti enogastronomici dell'Oltrepò e padani.

*concept
scelto*

- Integrazione delle proposte turistiche in un unico prodotto;
- Porta d'accesso all'Oltrepò mantovano;
- Brand di prodotti enogastronomici padani e relativi sistema prodotto e rete vendita

priorità

Dopo aver sviluppato un apposito piano di marketing, l'insieme di produttori dovrebbe **selezionare, confezionare, distribuire e promuovere i prodotti enogastronomici dell'Oltrepò e padani**;

*RUOLI
ruolo
consortile*

All'APT spetta il compito di produrre nuove offerte turistiche di area, ma spetta anche il compito di sistematizzare e gestire le informazioni turistiche erogate sulla porta d'accesso, per non creare conflittualità tra comuni e per articolare l'offerta turistica con le realtà circostanti all'Oltrepò.

singola amministr.

Alla singola amministrazione spetta il compito di individuare, e coinvolgere le proprie eccellenze enogastronomiche in una comunità di produttori.

Alla singola amministrazione spettano anche i compiti di amalgamare le proprie iniziative turistiche assieme a quelle territoriali complessive, secondo le direttive provinciali, e di fornire le porte d'accesso all'Oltrepò delle informazioni e dei supporti informativi utili alla promozione delle loro iniziative.

privati

- I produttori riuniti dovranno fornire i prodotti commissionati, talvolta pensando anche al loro packaging;

- Un'entità controllata dalle due realtà consortili coinvolte, dovrà curare la funzionalità della porta d'accesso all'Oltrepò, sia nelle mansioni per il turismo, sia nelle mansioni per il commercio dei prodotti enogastronomici.

progetti: AZIONE 01

- Sistemizzazione degli itinerari turistici in funzione delle porte d'accesso all'Oltrepò mantovano e progettazione di nuovi itinerari turistici;

Strumenti

- Sistemizzazione offerta turistica;
- Progettazione nuova offerta integrata;
- Progettazione supporti informativi;
- Progettazione nuova comunicazione.

AZIONE 02

- Aggregazione di alcune aziende impegnate nell'enogastronomia, nel packaging e nella distribuzione e progettazione del sistema prodotto;

Strumenti

- Logistica;
- Architettura;

- Brand;
- Selezione prodotti/produttori;
- Packaging;
- Promozione;
- Sito internet (con e-commerce);
- Retail.

- Progettazione delle porte d'accesso all'Oltrepò mantovano in funzione delle esigenze turistiche e commerciali delle porte d'accesso;

AZIONE 03

Strumenti

- Progettazione info e trial zone;
- Progettazione stock-exchange zone;
- Progettazione logistica stoccaggio.

Esecuzione dei lavori;

AZIONE 04

Strumenti

- Costruzione dell'organismo di gestione;
- Porta d'accesso;
- Prodotto turistico;
- Prodotti enogastronomici.

Eventi.

AZIONE 05

Strumenti

- Mercato sul fiume: mercato con scambio da o su imbarcazioni;
- Bacchanale: esaurimento gratuito delle giacenze di merci.

La proposta presentata in relazione alla *Metafora Porto di Terraferma* è finalizzata alla elaborazione di “**Metanorme per lo sviluppo integrato dei poli logistici**” nel contesto dell’Oltrepò Mantovano, e si colloca a valle di una serie di ragionamenti inerenti le *direttrici di sviluppo* territoriale (in chiave *turistico–fruitiva* o in chiave *infrastrutturale–intermodale*) prospettate nel quadro programmatico in essere con riferimento al territorio della Provincia di Mantova. Essa nasce come risposta quindi all’esigenza di far “**convivere/coesistere**” le **vocazioni del territorio** risolvendo preventivamente i conflitti locali potenziali circa la compatibilità della logistica sotto il profilo socio–economico, ambientale, paesaggistico e culturale. Le metanorme servono da *linee guida per la progettazione della qualità insediativa dei nuovi poli logistici*, per un corretto inserimento paesaggistico e una **progettazione ambientale sostenibile**, ma soprattutto per sviluppare un *modello polifunzionale e aperto alla fruizione pubblica* di tali aree urbane ed extraurbane, nel rispetto degli interessi privati e degli interessi pubblici, che comprendono la **qualificazione dell’interfaccia di tali piattaforme logistiche con il tessuto urbano, le reti infrastrutturali, le reti ecologiche, i Beni Culturali, i servizi pubblici**. E ciò significa **agire in sinergia** sia con gli obiettivi della creazione di un Sistema Turistico Locale (Sistema Po di Lombardia) che con gli obiettivi della realizzazione della via navigabile Mantova–Adriatico e dei nuovi porti commerciali sul Canale Fissero–Tartaro e sul Po.

Il concept concerne di testare tali metanorme su due aree identificate quali due porte d’accesso all’Oltrepò, in particolare due “**porte sul Fiume**”: San Benedetto Po, connotata come Porta di accesso “intermodale” ad alta concentrazione di testimonianze e Beni Culturali; Revere e Ostiglia quale Porta di accesso Commerciale e del turismo naturalistico.

progetto di:
 Davide Allegri, Chiara Lanzoni,
 Diletta Pellicchia, Giulia Tettamanzi,
 Carlo Franzato (tutor)

1. Introdurre strumenti flessibili e agili per attuare il *coordinamento effettivo* delle politiche di sviluppo, delle strategie settoriali e degli interventi stabiliti ai differenti livelli territoriali di riferimento.

- istituire una **Autority** (commissione garante) per verificare la coerenza complessiva delle previsioni

a scala comunale e/o intercomunale e vigilare sulla qualità dei processi programmatori/progettuali.

L'azione comporta la definizione della composizione dell'Autorità, dei compiti della "cabina di regia" con funzioni trasversali, delle procedure, etc).

2. Promuovere la *sostenibilità complessiva delle trasformazioni* territoriali in previsione, soprattutto per la protezione del patrimonio naturale e culturale minacciato o a rischio di degrado nell'Oltrepò Mantovano:

- **Manuale dei "Buoni Esempi"** al fine di diffondere le best practise in tema di architettura di qualità, anche descrivendo i criteri, le soluzioni progettuali che hanno riscontrato esito positivo nelle valutazioni di VIA [Vinc e VAS]
- Definire **Linee-Guida** e criteri per l'integrazione sostenibile dei differenti sistemi a rete:
 - a) rete ambientale – naturalistica
 - b) r. infrastrutturale
 - c) r. culturale
 - d) sistema turistico;

Definire una griglia flessibile di **regole progettuali** per la progettazione delle aree di espansione industriale /commerciale ed in particolare di quelle destinate alla logistica, al fine di rinnovare i modelli insediativi attuali, non integrati e monofunzionali.

Si propone di suggerire uno strumento operativo (anche di orientamento per eventuali concorsi di progettazione) che dettagli i criteri progettuali in grado di incrementare la Qualità insediativa (ambientale, architettonica, fruitiva e funzionale) dei sistemi logistici in previsione nell'Oltrepò mantovano.

Tali accorgimenti progettuali assunti in fase di metaprogettazione (ex-ante) hanno lo scopo di migliorare l'integrazione funzionale nel contesto insediativo, le performances ambientali, le modalità fruitive e l'inserimento paesaggistico dei sistemi per la logistica, che si connoteranno come sistemi logistici integrati e sostenibili sotto i profili economico-finanziario, ambientale e culturale.

*concept
scelto*

- a. Individuazione dei criteri progettuali di orientamento per la progettazione ambientalmente sostenibile delle aree per la logistica (criteri topologici , caratteri paesistici, morfologici, tipologici, etc -tipologia di opera), incluse le alternative progettuali (adozione di sistemi tecnologici) di abbattimento delle emissioni inquinanti;
- b. individuazione dei criteri per l'inserimento e l'organizzazione efficiente ed efficace sotto il profilo economico e finanziario, della sicurezza, e dell'igiene ambientale di differenti funzioni (residenziali, turistico-culturali, terziario -direzionale,etc) per una fruizione anche pubblica di tali spazi urbani;
- c. individuazione dei criteri funzionali, dimensionali e distributivi per integrare le funzioni primarie dei sistemi logistici (manufatti e spazi per la movimentazione delle merci) con attività complementari del settore (prima commercializzazione, packaging e/o filiera della certificazione di qualità del prodotto);
- d. criteri per l'individuazione di spazi e attrezzature dedicati alla realizzazione di eventi e /o azioni immateriali per una fruizione pubblica di tipo polifunzionale.

RUOLI

***pubblica
amministr.***

- Coinvolgimento delle P.A. nel processo decisionale e progettuale anche al fine dell'attribuzione del livello di efficacia normativa (norma cogente/norma volontaria)
- Regione Lombardia
 - Ipotesi di adozione delle linee guida del *MoMArandum* all'interno del Piano per le Attività Produttive;
 - Definizione di una strategia complessiva a livello regionale per la creazione di una rete integrata di poli logistici sostenibili e multifunzionali programmati in coerenza con il *MoMArandum*
 - Provincia di Mantova
 - Ipotesi di adozione delle linee guida come allegato delle

NTA all'interno del PTCP con aggiornamento a scadenza triennale

- Comuni dell'Oltrepò Mantovano
(Revere, Ostiglia, Quistello, Pecognaga, San Benedetto Po, Poggio Rusco, etc.)

Identificare i requisiti dimensionali, distributivi e funzionali "inderogabili" per un efficace funzionamento dei sistemi per la logistica, nonché le esigenze per una gestione efficace nel medio-lungo periodo sotto il profilo economico-finanziario.

privati

Università: avviare una ricognizione delle ricerche in progettazione dei poli logistici multifunzionali.

università

Identificazione dei criteri progettuali derivanti dall'analisi delle caratteristiche topologiche delle aree destinate ad insediamenti per la logistica.

*progetti:
AZIONE 01*

- Identificazione degli aspetti morfologico-paesaggistici rilevanti
- Identificazione degli aspetti ambientali (suolo, acqua, aria, rumore, flora, fauna, beni culturali e beni ambientali) del sito di area vasta capaci di interferire con l'opera da realizzare
- Identificazione delle interferenze e connessioni con la rete infrastrutturale (su ferro, su gomma, su acqua) in essere o in previsione
- Identificazione delle relazioni con il tessuto insediativo limitrofo, sotto il profilo, funzionale, economico - sociale e visivo-percettivo)
- Ricognizione delle attrezzature e dei servizi nell'area limitrofa all'ambito di intervento

Strumenti

Redazione di **Linee Guida** per la progettazione di modelli di insediamenti per la logistica integrati e polifunzionali.

AZIONE 02

Identificazione dei criteri progettuali riferibili alla tipologia di opera

- Criteri tipologici per la progettazione del layout funzionale
- Criteri per la progettazione dell'accessibilità all'area (accessi, parcheggi, percorsi di distribuzione interna, zone pedonali)
- Criteri per la progettazione ambientalmente sostenibile degli spazi di movimentazione merci
- Identificazione dei requisiti tecnologici degli insediamenti per la logistica

AZIONE 03

Identificazione dei criteri progettuali per l'integrazione funzionale

- Criteri per la scelta dei servizi aggiuntivi per le imprese
- Criteri per l'inserimento della Grande distribuzione mense
vendita specializzata
ristorazione
ricettività alberghiera

AZIONE 04

Conversione in chiave cultural-fruitiva di spazi liberi all'interno degli insediamenti commerciali e per la logistica

- Parco urbano pubblico
- Parco sportivo
- Piste ciclabili
- Spazio mostre

- Sala convegni
- Laboratori di ricerca

Strumenti

Progettazione eventi culturali –Network tra sistemi collegamenti, percorsi

Progettazione Linee Guida per le attività di promozione dei sistemi logistici

AZIONE 05

- Progettazione immagine coordinata sistema logistico
- Progettazione campagna promozionale

Strumenti

Segnaletica, cartellonistica, totem informativi, Riviste di settore, Spot televisivi

Implementazione Linee Guida

AZIONE 06

- Progettazione attività di promozione del territorio
- Progettazione attività di fruizione del territorio

Strumenti

concorso “....”

Itinerari didattici, percorsi di degustazione stagionali o per tipologie di prodotti

