



IL CAMMINO BRESCIA – BERGAMO

Natura, Arte, Storia, Persone

DOCUMENTO A. IL PROGETTO

Tutto ciò che è riportato a livello di contenuto testuale e progettuale in questo documento è frutto del lavoro intellettuale e scientifico dei suoi Autori, Alessio Guitti, Ilaria Bignotti, Alessia Marsigalia e Luca Guarneri dell'Associazione SLOW RIDE ITALY ed è quindi protetto dalla norma vigente sul diritto d'autore e sul diritto di proprietà intellettuale. È quindi vietato appropriarsi e copiare, parzialmente o integralmente, i contenuti del presente, nonché ridistribuire e riprodurre qualsiasi frase e idea ivi pubblicati.

“Non lasciare tracce che il vento non possa cancellare, non adagiarti sui passi compiuti, non lasciarti trattenere, divaga per altri sentieri, rimettiti in cammino per cercare ancora.”

(Bruce Chatwin)

Sommario

1. ABSTRACT	4
2. PRESUPPOSTI PROGETTUALI	6
2.1 Brescia e Bergamo capitali italiane della cultura 2023: l'opportunità di progettare a lungo termine	7
2.2 Le buone prassi di Matera 2019 capitale Europea della Cultura	8
2.3 Il rafforzamento dell'identità culturale come strumento di coesione sociale	9
2.4 Brescia e Bergamo: due città, un territorio unico, tratti distintivi e problematiche comuni.....	10
2.5 L'impatto dell'emergenza sanitaria sulle dinamiche della fruizione culturale e turistica	13
2.6 La fruizione slow come risposta all'emergenza sanitaria e al "logorio della vita moderna"	14
2.7 La sostenibilità turistica come fattore di innovazione e lavoro	16
3. ANALISI DEI PROBLEMI E DEGLI OBIETTIVI	19
3.1 Analisi sintetica dei problemi	20
3.2 Analisi degli obiettivi	24
4. DEFINIZIONE DELL'AMBITO DI INTERVENTO: IL CAMMINO LENTO COME OPPORTUNITA' DI SVILUPPO TERRITORIALE SOSTENIBILE	27
4.1 I Cammini: tendenze, dati statistici e opportunità	28
4.2 Un possibile benchmark di riferimento replicabile: la Via degli dei da Bologna a Firenze	32
5. IL PROGETTO: DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DEGLI INTERVENTI	36
5.1 Un Cammino lento tra Brescia e Bergamo: obiettivi e capacità di risposta alle criticità individuate	37
5.2 Stato dell'arte attuale e analisi SWOTT	39
5.3 Vision: un Cammino contemporaneo e artistico attraverso le colline	44
5.4 Descrizione del progetto: piano d'azione e articolazione degli interventi	46
6. RISULTATI ATTESI	68
7. SOSTENIBILITÀ ECONOMICA DEL PROGETTO	72
8. SOGGETTO PROPONENTE E TEAM DI PROGETTO	76

1. ABSTRACT

Città simili con identità differenti e peculiarità uniche.

Conosciute per la caparbia e l'impegno dell'uomo, per il lavoro e le aziende, che le hanno rese celebri e ricche ma anche condannate ad un immaginario collettivo legato solo all'industrializzazione e alle conseguenze ambientali che ne sono derivate, le città di Bergamo e Brescia rappresentano altro: vantano province di incredibile bellezza, scorci conosciuti, ma anche sconosciuti. Province limitrofe che condividono natura e cultura, confini segnati da colline, montagne e lago, che le rendono unite nella loro diversità.

Due città che hanno vissuto anche un particolare momento storico - l'emergenza sanitaria - che le ha viste tristemente protagoniste e che ora hanno voglia di rinascere, insieme: essere Capitali della Cultura unite nel 2023 ne è l'espressione più alta.

In occasione di tale prestigiosa nomina, la volontà di valorizzare queste due città da un punto di vista culturale e turistico, vivendole in modo lento e immersivo, è stato il motore che ha fatto nascere questa idea: un Cammino tra la natura, che vuole evitare quasi completamente l'asfalto e che sia una vera e propria unione non solo tra le due città, ma anche arteria con la quale valorizzare le innumerevoli vie escursionistiche e i percorsi esistenti che Brescia e Bergamo già possiedono.

Un'esperienza lontana dalle logiche del mero profitto e del consumo fine a se stesso, in bilico sulle colline che dividono e uniscono le due città: una "performance" individuale, un viaggio "spirituale" dove la natura circostante e salvaguardata, fatta di boschi, laghi e fiumi rappresenta ciò a cui aspirare sempre senza perdere di vista quel che nel tempo è stato contaminato, ma che può essere riqualificato. Un viaggio dove il camminatore si lascia abbracciare dalla natura e al tempo stesso raggiunge la consapevolezza che c'è qualcosa di molto più grande del proprio essere e dei propri bisogni contingenti. E in questa ottica di consapevolezza e di rinascita, il Cammino vuole distinguersi da tutti quelli già esistenti offrendo al suo fruitore una esperienza ulteriore, quella delle arti visive. Il progetto infatti prevede la realizzazione di opere d'arte appositamente realizzate da artisti che, ispirandosi alle peculiarità del territorio e dei suoi materiali, potranno così arricchire con la scultura, la pittura, l'installazione la Via stessa, in un dialogo unico nel suo genere tra Arte e Natura.

Attraverso l'incremento della proposta di fruizione turistica sostenibile del territorio e il rafforzamento dell'identità culturale locali, il progetto si propone di contribuire alle finalità che l'iniziativa Capitale Italiana della Cultura prevede, generando un driver di sviluppo territoriale in grado di incrementare la consapevolezza nella comunità degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile, di valorizzare il patrimonio culturale e naturalistico del territorio tra Brescia e Bergamo in chiave di aumento della durata media del soggiorno e, contestualmente, di irrobustire la coesione sociale del territorio interessato.

2. PRESUPPOSTI PROGETTUALI

Una progettualità che possa contribuire all'iniziativa Brescia e Bergamo capitali italiane della cultura 2023?

La domanda che il gruppo di lavoro si è posto ha interessato la circostanza inedita secondo cui, per la prima volta, le città nominate capitali italiane della cultura sono due nello stesso momento: ***“in che modo tradurre in un intervento culturale il legame tra le due città e come stabilire una connessione che non sia soltanto virtuale o narrativa, ma fisica e concreta e che rimanga impressa nel tempo?”***.

Le parole chiave sulle quali ragionare sono state quindi: *connessione*, in senso reale e non solo allegorico, e *intervento culturale/artistico*, filtrato dalle esperienze, dalle competenze, dagli interessi e dalla sensibilità dei componenti del gruppo, da tradurre in un processo atto a consentire la scoperta e la valorizzazione dei patrimoni culturali identitari che perdurasse nel tempo.

È stato ritenuto opportuno, preliminarmente, indagare sul contesto progettuale, approfondendo la conoscenza di alcuni elementi che lo compongono. In primis il significato e gli obiettivi dell'iniziativa Capitale Italiana della Cultura e le buone pratiche emerse dalle edizioni precedenti; le peculiarità che identificano le due città e i territori nei quali sono inserite; i mutamenti in atto e le tendenze in tema di fruizione turistica di una città o di un territorio e in tema di valorizzazione del patrimonio culturale; l'impatto dell'emergenza Covid-19 sull'individuo e sulle dinamiche turistiche e culturali.

2.1 Brescia e Bergamo capitali italiane della cultura 2023: l'opportunità di progettare a lungo termine

La capitale italiana della cultura è designata ogni anno dal Ministero dei beni e delle attività culturali che ha la possibilità di **mettere in mostra per un anno la sua vita e il suo sviluppo culturale**. Nata nel 2014 da una idea di Dario Franceschini, ministro della cultura e del turismo, a seguito della proclamazione della città di Matera a capitale europea della cultura 2019. L'iniziativa ha, tra gli obiettivi, quello di "valorizzare i beni culturali e paesaggistici" e di "migliorare i servizi rivolti ai turisti".

Come definito dal DL 31 maggio 2014, n. 83 il conferimento del titolo di *Capitale italiana della cultura*, in linea con l'Azione UE *Capitali europee della cultura* creata nel 1985, si propone i **seguenti obiettivi**:

- a) *il miglioramento dell'offerta culturale, la crescita dell'inclusione sociale e il superamento del cultural divide*
- b) *il rafforzamento della coesione e dell'inclusione sociali, nonché dello sviluppo della partecipazione pubblica;*
- c) *il rafforzamento degli attrattori culturali per lo sviluppo di flussi turistici, anche in termini di stagionalizzazione delle presenze;*
- d) *l'utilizzo delle nuove tecnologie, anche al fine del maggiore coinvolgimento dei giovani e del potenziamento dell'accessibilità;*
- e) *la promozione dell'innovazione e dell'imprenditorialità nei settori culturali e creativi;*
- f) *il conseguimento di risultati sostenibili nell'ambito dell'innovazione culturale;*
- g) *il perseguimento della sostenibilità così come indicato dall'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU.*

Dal 2016 ad oggi il progetto *Capitale Italiana della Cultura* ha conosciuto una forte evoluzione, trasformandosi da generico incentivo all'incremento della notorietà mediatica e dell'attrattività turistica a **strumento strategico per condividere la riprogettazione di svariati asset territoriali per lo sviluppo socio-economico locale**.

L'iniziativa è volta a sostenere, incoraggiare e valorizzare l'autonoma capacità progettuale e attuativa delle città italiane nel campo della cultura, affinché venga recepito in maniera sempre più diffusa il valore della cultura per la coesione sociale, l'integrazione senza conflitti, la conservazione delle identità, la creatività, l'innovazione, la crescita e infine lo sviluppo economico e il benessere individuale e collettivo.

Si tratta di un'occasione unica per una riprogettazione del territorio volta a:

- ✓ stimolare una cultura della progettazione integrata e della pianificazione strategica;
- ✓ sollecitare le città e i territori a considerare lo sviluppo culturale quale paradigma del proprio progresso economico e di una maggiore coesione sociale;
- ✓ valorizzare i beni culturali e paesaggistici;
- ✓ migliorare i servizi rivolti ai turisti;
- ✓ sviluppare le industrie culturali e creative;
- ✓ favorire processi di rigenerazione e riqualificazione urbana.

2.2 Le buone prassi di Matera 2019 capitale Europea della Cultura

L'**esempio di Matera** costituisce ancora oggi un modello di riferimento per le capitali italiane della cultura: sia gli **indirizzi di legacy** che il **report di monitoraggio** della *Fondazione Matera Basilicata 2019* offrono in tal senso elementi che vale la pena prendere in considerazione in un approccio progettuale che interessi questa iniziativa. I **caratteri distintivi della progettazione** di Matera 2019 sono oggi ritenute buone prassi da adottare in percorsi simili. È opportuno sottolinearne i principali:

1. **Il concetto di cittadinanza culturale: la produzione culturale è stata diffusa, orizzontale e partecipata.**

La città è stata riconosciuta da più parti come modello nella relazione tra cittadino e produzione culturale, fra opera artistica e spettatore, ma anche fra produzione culturale e istituzioni culturali: un processo che ha messo insieme soggetti e linguaggi diversi e che ha portato all'abbattimento delle barriere tra artisti e pubblico, mobilitato un grande numero di persone di diverse capacità, età, vissuti, mestiere, provenienze per reinventarsi ruoli nuovi e partecipare al grande gioco della produzione culturale.¹ Nei grandi momenti culturali radicati sul territorio, per la prima volta le persone non sono state passive, ma **parte attiva e integrante**. Questa caratteristica si è tradotta sia nella partecipazione della cittadinanza alla progettazione degli interventi, sia nella realizzazione degli stessi, attraverso una fitta rete di volontari. Il processo, in modo intelligente, ha permesso ai cittadini di acquisire nuove conoscenze e competenze, indispensabili per il futuro culturale del territorio.

2. **Il raccordo della Città Capitale della Cultura con il territorio circostante.**

Il programma culturale di Matera 2019 è riuscito ad arrivare in **tutti i Comuni e le aree della regione** e sul totale eventi che l'anno da Capitale Europea della Cultura ha generato, circa un terzo (il 32%) si è svolto in un Comune della Basilicata, come sede primaria o aggiunta a Matera². Lavorare su un reticolato così intenso è stata anche l'occasione per introdurre una policy di **sostenibilità ambientale**, favorendo l'utilizzo di mezzi pubblici e la mobilità sostenibile.

3. **La sostenibilità.** Le progettualità si sono tradotte in iniziative e "contenitori" duraturi che in molti casi non sono cessati al 31/12/2019, perchè concepiti con una prospettiva a lungo termine in grado di generare ricadute successivamente, ponendo le basi per un'azione estesa nel tempo in grado di allungare l'onda lunga della visibilità che l'occasione ha dato.

4. **Il legame tra cultura e turismo sostenibile, come paradigma di sviluppo sostenibile del territorio,** declinabile nella capacità non solo di attivare un'intera filiera produttiva che afferisce al più ampio settore della creatività e del turismo, ma anche di innescare e stabilire delle dinamiche di coesione e dialogo interculturale.

1 Matera 2019 - Indirizzi Di Legacy

2 Report di monitoraggio di Matera Capitale Europea della Cultura 2019

2.3 Il rafforzamento dell'identità culturale come strumento di coesione sociale

Capitale italiana della Cultura rappresenta un momento di riflessione profonda sull'identità culturale di un territorio e una chance di intervenire sul rafforzamento della stessa.

Quando si parla di territorio, città ed ambiente urbano, il concetto di identità territoriale assume una grande rilevanza su molti aspetti: culturale, sociale, sostenibile dello sviluppo urbano e territoriale.

L'identità dei luoghi e del territorio è una dimensione importante della vita sociale e culturale e la sua continuità è fortemente connessa al senso di appartenenza che gli individui percepiscono.

Nell'ambito della psicologia ambientale, è assunto che un individuo sviluppa intrinsecamente il senso di appartenenza ad un determinato luogo; questo senso di appartenenza è fondamentale per riuscire a stabilire un legame emozionale e cognitivo con un luogo, il che porta successivamente a percepire un senso di sicurezza e di comunità.

L'identità di un territorio è quindi un concetto più profondo della semplice immagine fisica, ma coinvolge sensazioni e sentimenti di coloro i quali lo vivono e rendono vivo. Il concetto di identità viene spesso associato ad altri, quali linguaggio, cultura, individualità, comunità e solo negli anni più recenti è stato riconosciuto ed integrato all'interno di studi o, in maniera più pratica, messo in evidenza in diverse declinazioni del marketing, ad esempio, il marketing territoriale.

Il tema dell'identità messa in rapporto alla cultura è di grande rilevanza e criticità nella società contemporanea, soprattutto per via dei processi di globalizzazione e di omologazione da un lato, di frammentazione e di individualizzazione dall'altro, che toccano in particolar modo gli adolescenti e i giovani: sono soprattutto questi ultimi a dover costruire la propria identità in contesti culturali diversi da quello di origine, immersi in ambienti ormai divenuti multiculturali.³

L'interazione tra identità e cultura costituisce una scelta necessaria per 'comprendere l'altro', una via privilegiata per individuare percorsi di formazione tali da rendere le persone capaci di interazione costruttiva con l'altro, con il diverso, soprattutto sul versante culturale. Tale riflessione, inoltre, può offrire una chiave di lettura interessante della situazione di disagio diffusa nella società a diversi livelli, tra giovani e adulti, uomini e donne, popoli e nazioni, in questa fase di transizione storica.

Lo stesso paesaggio urbano cambia rapidamente e questo aspetto si riflette sull'identità del territorio. Le due forze che contribuiscono a questa trasformazione sono **la globalizzazione e l'urbanizzazione dei territori**. Come la dimensione fisica di una città e di un territorio (edifici, spazi pubblici e verdi) è da un lato influenzata da chi la vive, così essa stessa plasma la vita sociale e l'identità dei suoi abitanti, attraverso lo scorrere del tempo. L'identità di un territorio è il risultato di complesse relazioni tra l'individuo e il territorio stesso; le città sono il prodotto di continue interazioni tra l'ambiente costruito e la vita sociale: la loro immagine riflette le esperienze della comunità, i suoi valori e le sue credenze.

In questo senso la cultura in generale, ed il patrimonio culturale e naturale in particolare, possono svolgere un ruolo importante – in quanto fattori di identità e di inclusione, di superamento delle diversità e di riappropriazione degli spazi – anche dal punto di vista sociale.

Agire, quindi, sulla valorizzazione dell'identità culturale, tangibile e intangibile, di Brescia e Bergamo - città che hanno una percezione identitaria forte legata alle tradizioni presente però quasi esclusivamente nelle generazioni di anziani e over, ma poco negli adulti e ancor meno nei giovani - può permettere un rafforzamento del senso di comunità e di sicurezza, elementi fondativi della coesione sociale di un territorio.

2.4 Brescia e Bergamo: due città, un territorio unico, tratti distintivi e problematiche comuni

La Regione Lombardia, e nella fattispecie Brescia e Bergamo, non sono esenti dalle dinamiche sopra descritte. Si tratta di un territorio che ha fatto dell'**operosità instancabile un caposaldo della propria architettura sociale.**

Le due città rappresentano di fatto il cuore industriale della Lombardia, ma si potrebbe dire dell'Italia. Non è questa la sede per passare in rassegna i loro primati produttivi, ma uno, in particolare, è in grado di rappresentare la centralità assoluta del tessuto economico che le accomuna: **Brescia e Bergamo si collocano al primo e secondo posto della graduatoria europea delle province a maggiore vocazione produttiva** (precedendo Wolfsburg, la mega provincia-città della VolksWagen). Brescia è la sola provincia europea industriale ad avere un valore aggiunto industriale di oltre 10 miliardi di euro (assieme ad altre 12 province, prevalentemente metropolitane e senza analogha specializzazione industriale prevalente, come Barcellona, Milano, Monaco, Madrid, Berlino, Stoccolma, Amburgo, ecc.). Bergamo è seconda assoluta e spicca non solo per il suo forte tessuto di grandi, medie e piccole imprese nazionali, ma anche per capacità di attrazione di importanti investimenti produttivi stranieri sul territorio.⁴

Tale vocazione ha inciso profondamente nella **trasformazione del territorio.** La Lombardia rappresenta la **prima regione per consumo di suolo**, con i suoi 287.000 ettari di superficie **ormai impermeabilizzata da cemento e asfalto**: il 2019 ha portato una perdita di altri 642 ettari agricoli convertiti in superfici urbanizzate, in particolare nella fascia della bassa pianura: se nel decennio 2010 erano soprattutto le province di Milano, Lodi e Pavia ad accusare le perdite maggiori, ora i dati più allarmanti giungono dal settore sud-orientale della regione, in particolare dalla pianura delle province di Brescia, Mantova e Bergamo. In queste sole tre province infatti si concentrano perdite per 355 ettari di suolo nel 2019, il 55% del totale regionale. Nuove infrastrutture stradali, piastre commerciali e logistiche sono oggetto della nuova fase di consumo e degrado del suolo, insieme alle pratiche agricole aggressive, che causano erosione e perdita di sostanza organica.⁵

L'altro elemento di **criticità ambientale** che accomuna l'intero territorio è **l'inquinamento dell'aria.** La Lombardia, in particolare le città di Bergamo e Brescia, è soffocata dallo smog. Seppur la media annuale sia migliorata nell'ultimo decennio, restano elevati i picchi di concentrazioni di polveri sottili e ozono nella maggior parte dei mesi invernali ed estivi. Tra le principali fonti di emissione figurano il traffico, con l'auto privata che continua ad essere di gran lunga il mezzo più utilizzato, il riscaldamento domestico, le industrie e le pratiche agricole. I principali inquinanti atmosferici locali sono: il Biossido di azoto (NO₂), inquinante primario e secondario prodotto da impianti di riscaldamento, traffico veicolare e attività industriali; l'Ozono (O₃), inquinante secondario che si forma a partire dagli ossidi di azoto e dai composti organici volatili; le Polveri Sottili (PM₁₀).

Due elementi oggettivi, il consumo del suolo e i livelli negativi di qualità dell'aria, che senza ombra di dubbio **incidono nella percezione del territorio sia da parte dei residenti che dei visitatori. La faccia industrializzata, inquinata e contaminata delle città è quella più celebre e per anni ha offuscato tutto il resto.**

4 Studio congiunto di Fondazione Edison e Confindustria sulle province Ue a maggiore vocazione produttiva (Il Sole 24 Ore, Marco Fortis e Alexander Kockerbeck)

5 ISPRA – Rapporto annuale 2019

Eppure, a fronte di tali criticità, le città di Brescia e Bergamo vantano un **patrimonio storico-artistico, archeologico, stratificazioni ed emergenze culturali di altissimo livello e di attrattiva turistica già consolidata.**

Cultura. Se Brescia ospita ben tre siti riconosciuti come Patrimonio Mondiale UNESCO: i “*Longobardi in Italia. I luoghi del potere (568-774 d.C.)*” a Brescia, i “*Siti palafitticoli dell’arco alpino*” sul lago di Garda e le *Incisioni Rupestri* in Valle Camonica - primo sito UNESCO d’Italia - a Bergamo lo sono *le Mura venete* e il *Villaggio Crespi d’Adda*; entrambe le città vantano due centri storici di altissima valenza punteggiati da beni architettonici, ecclesiastici e da piazze e vie antiche, dalla Brixia romana al Castello di Brescia, dal Colle Sant’Eufemia di Bergamo alla sua Città Alta. In comune, le città hanno poi l’impronta di Marcello Piacentini e portano quindi i segni e le tracce del XX secolo.

La rete di realtà e Musei cittadini evidenzia per Brescia una attenzione, da un lato, alla conservazione dei beni storici e artistici – il complesso del Museo di Santa Giulia, la Pinacoteca Tosio Martinengo, solo per citare due emergenze urbane – e dall’altro una spinta all’integrazione e alla manifestazione delle nuove culture, anche in senso multiculturale – la stessa composizione della popolazione bresciana conta numerose etnie, ciascuna delle quali inevitabilmente contribuisce alla ricchezza culturale della città. Ne sono esempi il MO.CA centro per le nuove culture, C.Ar.M.E., e il Bunkervik. Infine a Brescia due Accademie di arti visive e la presenza dei corsi legati alla valorizzazione e alla conservazione delle arti all’Università Cattolica costituiscono luoghi forgiati per le giovani generazioni.

La rete artistica bergamasca si distingue anche per la contemporaneità: è da poco stato eletto il miglior museo italiano la Gamec - Galleria d’Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo, che da decenni offre una proposta integrata e articolata aggiornando la città sul contemporaneo, supportata anche da una valida rete di comunicazione; l’Accademia Carrara costituisce un vanto non solo locale, ma nazionale, quale centro di conservazione e produzione espositiva relata ai tesori ivi conservati; eccellente anche il lavoro dell’Accademia di Belle Arti di Bergamo e in generale dell’Università cittadina che contribuiscono a integrare didattica e arte d’ogni epoca, con una grandissima attenzione ai valori della promozione e della rete turistica locale.

Anche le province delle due città vantano **un territorio di eccellenze artistiche e archeologiche, di arti e maestranze**, che le unisce e le fa incontrare: una vera e propria strada lungo la quale si sono costruite le loro identità, si sono incrociati i saperi, le forme e i linguaggi della cultura e dell’arte.

Una strada che, allo stato attuale dell’offerta turistica e culturale, genera appuntamenti e momenti di scambio seguiti dagli addetti ai lavori e da una popolazione adulta e consapevole, ma che **è ancora poco nota tra le giovani generazioni e nel turismo internazionale**, attratto prevalentemente dai grandi centri e da alcuni prevalenti eventi e siti di già consolidato interesse.

Natura. Non solo patrimonio culturale, ma anche **patrimonio naturalistico**. Sotto questo punto di vista Brescia e Bergamo sono specchio: osservando le due città, montagna, collina e pianura occupano, da nord a sud, tre ampie fasce di estensione diversa. Sono infatti le alture e le vallate a “dividere” e nello stesso tempo “unire” queste due città, che condividono anche uno degli specchi d’acqua più famosi della Lombardia, il Lago d’Iseo che ospita l’isola lacustre più grande d’Europa, Montisola. I territori di Bergamo e Brescia, **unici nella regione**, hanno tutti i caratteri che si ritrovano singolarmente nelle altre province: la pianura (Milano, Mantova, Cremona e Lodi), la collina (Pavia), i laghi compresi tra basse montagne (Como, Lecco e Varese), la montagna (Sondrio).

Eppure nell’immaginario collettivo Brescia e Bergamo sono state per anni, esclusivamente, “le città dell’industria”. Se da una parte queste attività hanno garantito alle due province ricchezza, investimenti e infrastrutture, dall’altro lato hanno lasciato tutte le cicatrici dell’antropizzazione negativa, che ha impattato in modo importante e spesso devastante sul territorio, in termini di inquinamento, deturpamento del patrimonio naturale e degrado urbano, soprattutto quando alcune aree sono state dismesse.

In questa ottica, grazie alle spinte di Istituzioni e privati, a una sensibilità crescente alla sostenibilità, ci sono state diverse iniziative volte alla riqualificazione, al rilancio, alla protezione di alcune zone, per dare nuova vita a luoghi, paesaggi, architetture. In primo luogo per rendere le città vivibile per i cittadini, ma anche per rilanciare la loro fama a livello internazionale.

Inizialmente il focus, come attrattive turistiche, è stato principalmente fondato su alcuni luoghi storici gioiello delle città, su alcune aree (i laghi o le zone di montagna), e solo in un recente periodo sono state pensate attività, formule di turismo sostenibile e realtà che fossero in grado di valorizzare anche “tesori naturalistici” meno conosciuti.

Si pensi ad esempio alle **colline**, le grandi protagoniste nella zona centrale di queste due province. Entrambe le città hanno salvaguardato queste aree attraverso due parchi: il **Parco delle Colline di Brescia**, che comprende il territorio adiacente alla città di Brescia ed ai comuni del suo hinterland (Bovezzo, Brescia, Collebeato, Cellatica, Rodengo Saiano, Rezzato) e il **Parco dei colli di Bergamo** che comprende una vasta superficie nei comuni di Almé, Bergamo, Mozzo, Paladina, Ponteranica, Ranica, Sorisole, Torre Boldone, Valbrembo, Villa d'Almé. Ognuno con le sue caratteristiche, i due parchi costituiscono l'ossatura di collegamento tra le due città e costituiscono un esempio della ricerca di un profondo equilibrio tra uomo e natura e il ponte di passaggio tra le montagne e la pianura. Si pongono nel mezzo tra zone incontaminate e zone industriali, regalando un punto di vista unico e speciale.

Altro esempio sono le **aree vitivinicole** che hanno le due città: i vini della Franciacorta, quelli della Valcalepio e delle Terre del Vescovado hanno una risonanza internazionale, ma le aree che ospitano questi vigneti, a parte alcune zone celebri, sono ancora in parte da scoprire nella loro bellezza naturalistica e storica fatta di piccoli borghi, castelli e abbazie, torri e ville.

A livello di fruizione, per godere di queste zone, tante iniziative sono state fatte: si pensi alle ciclabili della Franciacorta e alla ciclopedonale del Parco dei Colli di Bergamo e ai vari sentieri naturalistici che le due città hanno (ad esempio a Brescia l'Antica via Valeriana e il sentiero delle 3 Valli; a Bergamo la via Mercatorum o il sentiero delle Orobie). Singolarmente le vie fanno vedere, ciascuna nel suo essere, singole parti meno celebri di Brescia e Bergamo, identificando dei punti che sono a volte ancora incontaminati e altre volte riportati a nuova vita. Manca però una visione complessiva. L'idea di esaltare in un unico percorso questi luoghi meno conosciuti, l'idea di valorizzarli mostrando l'altro volto di Brescia e di Bergamo, l'idea di rendere questo paesaggio di colline e colli e vigneti unito, è dare una nuova e unica grande visione al patrimonio naturalistico delle due città.

Turismo. Il patrimonio culturale e naturalistico dei due territori si riflette in **un'offerta turistica consolidata e in costante crescita**. Sotto il profilo dei **flussi turistici** le due province presentano caratteristiche e problematiche comuni. Entrambe, con valori differenti, evidenziano dal 2014 a oggi **un incremento costante sia delle presenze** (notti trascorse negli esercizi ricettivi nel periodo considerato) **che degli arrivi** (che identificano il numero di clienti arrivati che hanno effettuato il check in nell'esercizio ricettivo nel periodo considerato). Nel 2019 tale crescita è stata riconfermata in entrambi i parametri, in omogeneità con la crescita del turismo Lombardo nel suo complesso. **Brescia** ha visto n. 2.560.858 arrivi (+5,8% rispetto al 2018) e n. 9.727.877 presenze (+4,7%), seguendo il capoluogo Milano come valori complessivi; **Bergamo** ha visto n. 957.531 arrivi (+0,6%) e 1.930.895 di presenze (+3,2%). Per quanto riguarda le presenze, i turisti del bresciano sono per la gran parte di provenienza straniera (72% contro un 28 % di italiani). A fronte di un 42,8% di presenze italiane, Brescia vanta un 57,2% di stranieri, che frutta un 4° posto nella classifica delle province lombarde. Bergamo, con il suo territorio, risulta appannaggio dei turisti italiani con il 55,5% degli arrivi. Sul fronte delle presenze, c'è invece un quasi sostanziale bilanciamento, tra turismo nostrano ed estero con la componente di italiani al 55,7% e di stranieri al 44,3%. La **durata media** del soggiorno, invece, è

decisamente disomogenea: a Brescia è pari 5,72 giorni, mentre a Bergamo è di soli 2,25 giorni, meno della metà.⁶

2.5 L'impatto dell'emergenza sanitaria sulle dinamiche della fruizione culturale e turistica

Ragionare su una celebrazione di Bergamo e Brescia **non può però non tener conto della motivazione che ha condotto alla proclamazione delle due città a capitali della cultura.**

Lo tsunami dell'emergenza sanitaria è stato un evento epocale che non solo ha avuto e avrà ripercussioni sulla tenuta economica e sociale del Paese, ma condurrà ad un mutamento radicale delle relazioni dell'uomo con la comunità e il territorio, richiedendo nuove forme di fruizione e di conoscenza che da un lato devono rispondere alla tutela della salute biologica pubblica e individuale, dall'altro possono educare al cambiamento, mediante una offerta di percezione e dialogo con la natura, l'arte e la collettività diversa, open air e sempre potenzialmente diversa. La pandemia diventa uno strumento importante per ripensare dal profondo la valenza dell'arte come luogo di rigenerazione, ripartenza, coesione, comunità, sostegno e consolazione.

L'emergenza sanitaria ha infatti determinato una fondamentale riflessione e scatenato una profonda virata nel mondo della cultura e delle arti, coinvolgendo tutti i soggetti, produttori e fruitori, in un processo di autoanalisi e di trasformazione, partendo da alcuni concetti fondamentali:

- ✓ le arti possono visualizzare e raccontare il trauma e la tragedia, rappresentandoli e superandoli attraverso il processo di immedesimazione, narrazione e catarsi;
- ✓ il pubblico scopre e chiede nuove forme di fruizione che esulino dagli spazi chiusi e si rivolgano agli ambienti aperti;
- ✓ le istituzioni promuovono iniziative artistiche di attenzione sociale, di coesione e rilancio della comunità (arte ambientale, performance, arte partecipata, arte digitale) dove il senso di responsabilità civile sia attivato anche attraverso l'incontro emozionale e l'esperienza vissuta dell'arte.

Sotto il **profilo strettamente turistico** la crisi sanitaria ha in parte accentuato alcuni processi, in parte ne ha mescolato le carte. Se è indubbio che il settore turistico tradizionale stia attraversando una recessione pesantissima, leggermente diverso è il discorso per quanto riguarda il cosiddetto **turismo lento**.

L'impatto del Covid-19 ha decisamente contribuito **all'accelerazione di un processo di cambiamento delle dinamiche turistiche già in atto**: il 2020 ha consentito agli italiani di scoprire aree interne, meno interessate al turismo di massa, offrendo una vetrina a territori poco conosciuti. Fatalmente, quindi, la stagione turistica 2020 è stata quella delle vacanze slow che hanno permesso davvero di godere delle meraviglie d'Italia. A causa dei timori dovuti all'emergenza sanitaria che stiamo ancora vivendo e alle difficoltà economiche che hanno colpito molte famiglie, sono tantissimi gli italiani che hanno deciso di rimanere in patria per queste vacanze estive, optando per qualche meta non troppo distante da casa. E per una volta non sono le più rinomate località turistiche ad essere state prese di mira: al posto delle affollatissime spiagge, i **luoghi preferiti dai viaggiatori sono stati quelli immersi nella natura**, dove è possibile vivere in maniera "slow" evitando per la maggior parte il contatto con altre persone. È stata quindi l'estate dei parchi naturali, del trekking, delle vacanze open air, del turismo di prossimità, preferito dal 72% degli italiani: i residenti del Nord Italia, tradizionalmente i "motori" dei flussi domestici, hanno dimostrato di apprezzare di più i viaggi in Lombardia, Piemonte e Veneto e, in generale, verso le regioni centrosettentrionali, a scapito di quelle del Sud. Si sono adottati comportamenti più accorti per ridurre il rischio di contagio: meno eventi e musei rispetto allo scorso

anno (67%), preferenza per destinazioni poco note e presumibilmente meno affollate (59%), frequenza meno assidua di bar e ristoranti (58%). Importante il ruolo giocato quest'anno dai borghi e dall'entroterra più in generale (7%, rispetto all'1% del 2019) – che vede nella Toscana, nell'Umbria e nelle Marche le regioni preferite.

2.6 La fruizione slow come risposta all'emergenza sanitaria e al “logorio della vita moderna”

L'emergenza Covid-19 ha incalzato un processo già in atto di mutamento graduale delle dinamiche di fruizione culturale e turistica.

Il 2019 era stato proclamato dal MIBACT *l'anno del turismo lento*, “un modo per valorizzare i territori italiani meno conosciuti dal turismo internazionale e rilanciarli in chiave sostenibile favorendo esperienze di viaggio innovative, dai treni storici ad alta panoramicità, agli itinerari culturali, ai cammini, alle ciclovie, ai viaggi a cavallo. Investire sul turismo sostenibile, attraverso una strategia di sviluppo che ha come fine la tutela e la riproposizione innovativa di luoghi, memorie, conoscenze e artigianalità che fanno del nostro Paese un luogo unico: un circuito di bellezza straordinariamente diffuso lungo tutto il suo territorio fisico, e lungo un arco di secoli di civiltà. Una strategia fondamentale per governare la crescita dei flussi turistici che ci attendiamo per i prossimi anni”.⁷

Il **Piano Strategico Nazionale del Turismo (PST)** mette in primo piano la sostenibilità, declinandola non solo in termini strettamente ambientali, ma anche in riferimento allo sviluppo economico, alla sostenibilità economica e territoriale, alla fruizione del patrimonio, alla creazione e all'innovazione di prodotti turistici, all'uso delle risorse finanziarie, all'autenticità e identità.⁸

Il *World Tourism and Travel Council* attribuisce alla sostenibilità nel turismo **un valore fortemente legato al concetto di durevolezza nel tempo**. Esso, infatti, soddisfa le esigenze attuali dei turisti e di chi li ospita, tutelando e valorizzando i luoghi, e contemporaneamente migliorando le prospettive per il futuro. La sostenibilità nel turismo integra la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche e sociali possano essere soddisfatte coniugandosi con la tutela del paesaggio, della memoria dei luoghi, della cultura locale e dell'ambiente.

In questa visione, la cultura in generale e il patrimonio in particolare rivestono un ruolo sempre più importante nelle politiche di sviluppo nazionali, poiché la cultura racconta l'autenticità dei luoghi e la loro unicità, facilita la circolazione e lo scambio di idee e valori, promuove lo sviluppo, la coesione sociale e le relazioni. **La sostenibilità nel turismo, come elemento essenziale di competitività, diviene quindi un fattore di sviluppo moderno e creativo**, capace di favorire l'evoluzione dei modelli tradizionali di turismo nel rispetto delle nuove esigenze della domanda.

Questa nuova concezione di turismo ha avviato il suo percorso di affermazione a partire dalla fine degli anni '90: la **dimensione di benessere fisico individuale ha assunto un ruolo molto importante** e in contrapposizione al ritmo frenetico delle città e del turismo di massa alcuni turisti hanno iniziato a cercare spazi tranquilli e isolati, di solito in ambienti rurali dove potersi rilassare e praticare attività fisica. I territori rurali in Italia non sono da subito sfruttati in quest'ottica; il paese, per esser preparato all'accoglienza di questa nuova tipologia di turisti, deve aspettare che essi stessi arrivino e presentino determinate richieste. Dopo la liberalizzazione del trasporto aereo europeo nel 1993 infatti, l'Italia è raggiunta da ulteriori turisti provenienti da Inghilterra, Olanda e Germania, i quali sono alla ricerca di nuovi luoghi da visitare in cui vivere un'esperienza unica e autentica. **L'Italia riscopre così tutti quei territori ricchi di tradizioni locali che nel tempo erano stati messi in secondo piano dallo standardizzato turismo di massa**; oltre a questi, nuove regioni italiane, che presentano caratteri di

7

D. Franceschini, Ministro delle Cultura e del Turismo, ufficio stampa del MIBACT

8

Piano Strategico Nazionale del Turismo (PST)

tipicità, si affacciano al mercato turistico attirando una parte dei flussi di nuovi turisti; l'autonomia data alle regioni in materia turistica e l'importanza ottenuta negli anni dello strumento di internet danno un ulteriore forte impulso a vari territori che grazie a questi strumenti hanno potuto raccontare le proprie piccole realtà fatte di tradizioni e di cultura in diversi ambiti: dalle tipicità enogastronomiche alle produzioni artigianali fino alle eccellenze ambientali.

La filosofia del movimento slow si basa soprattutto su **tre principi di fondo**:

- ✓ la contrapposizione alla velocità della vita moderna;
- ✓ la rivendicazione del diritto ai piaceri, al gusto, al riposo e all'ozio;
- ✓ la necessità di reimpostare il rapporto dell'uomo con l'ambiente nei termini di rispetto e sostenibilità.

In conformità con questi principi si sono strutturate le varie attività collaterali Slow Food: come la fondazione dell'Università di Scienze Gastronomiche a Pollenzo, il progetto Terra Madre, i Presidi Slow Food e le Cittaslow.

Anticipatrici della pratica sono le province autonome di Trento e Bolzano; già negli anni '90, grazie anche alla propria autonomia, riescono a coniugare l'offerta tipica montana (settimana bianca o soggiorno estivo) a tutta una serie di altre attività che esaltino la cultura locale, riguardanti per esempio le eccellenze enogastronomiche o l'artigianato di qualità. In seguito una potente valorizzazione delle aree marginali è compiuta ad opera di due associazioni grazie a due diverse iniziative che passano attraverso la promozione e la tutela di centri abitati minori. Il Touring Club nel 1998 aiuta la regione Liguria a valorizzare alcuni dei centri dell'entroterra, creando il marchio di qualità turistica 'Bandiere Arancioni'; l'Ance istituisce nel 2001 il club 'I Borghi più belli d'Italia'.



L'evoluzione delle abitudini turistiche è conseguenza di un **fenomeno globale che influenza vari aspetti della società**. La velocità condiziona oggi diversi ambiti della nostra vita, i processi sociali ed economici sono accelerati nel tempo in maniera considerevole, sollecitando diversi atti della quotidianità: il lavoro, gli spostamenti e anche in certi casi lo stesso tempo libero.

Alla luce degli effetti non certo benefici dell'eccessiva velocità e nell'odierno quadro di crisi mondiale, derivato anche da un'eccessiva ricerca di progresso, **il concetto di lentezza sta diventando un valore che sempre più individui considerano come risorsa**. Molta gente oggi inizia ad adottare dei comportamenti lenti in molti ambiti della quotidianità, indicando così la tendenza a un'inversione culturale.⁹

Il turismo è un ambito che non può rimanere escluso da queste considerazioni. Il tempo libero infatti è un momento in cui la lentezza può manifestarsi in maniera preponderante ed essendo le attività turistiche proprie del tempo libero, il concetto viene assorbito a maggior ragione da questa pratica. In questo quadro generale può essere compreso anche il concetto di turismo lento. **La lentezza è considerabile come una ricerca dell'esperienza di qualità, la quale permette al viaggiatore di trovare i propri ritmi e di fonderli con quelli della tradizione del territorio che sta visitando**, in modo da caratterizzarla in maniera autentica; questo legame tra lentezza e turismo comporta un cambiamento delle pratiche turistiche generato dalla nuova sensibilità della domanda e dei fornitori di servizi in merito alla responsabilità ambientale e sociale che hanno. Il turismo slow deve in questi termini essere promotore della valorizzazione dello spirito del luogo, sostenendo ritmi di consumo del prodotto lenti.¹⁰

Questa tipologia di fruizione turistica è contraddistinta da una duplice motivazione da parte del turista: la voglia di scoprire le forme tradizionali autentiche relative del territorio che visita e la soddisfazione dei bisogni tipici dell'era contemporanea.¹¹

Tra diverse forme praticabili **il cammino rappresenta la scelta prediletta dallo slow tourist**: è una nuova concezione, un nuovo modo di interpretare il turismo, e l'adattarsi alle necessità di chi pratica il turismo lento rappresenta una opportunità di crescita non solo economica, ma più in generale, per la qualità della vita delle comunità che ne sono attraversate. Risulta conveniente per i territori dispersi in questa direzione, e adattare soluzioni che attivino processi di sviluppo locale diversi da quelli seguiti si ora in campo turistico, dove la lentezza non significa arretratezza, ma fattore distintivo di uno sviluppo non incentrato sul processo di crescita. **Parlare di cammino, quindi, equivale a parlare di un turismo compatibile con il territorio** e accessibile a tutti, senza ostacoli di carattere economico, strutturale, sociale, culturale. Una nuova visione del sistema di offerta turistica e culturale per migliorare qualitativamente l'attuale modo di visitare e comprendere i patrimoni locali.

2.7 La sostenibilità turistica come fattore di innovazione e lavoro

La filosofia slow può giocare un ruolo importante nella sfida dei prossimi anni dettata dalla necessità di **contrapporre un rimedio ai disastri ambientali che sono stati compiuti nel nostro recente passato**. In questo senso, è importante promuovere e adottare un turismo (e più in generale un pensiero) attento ai temi della sostenibilità e del rispetto della natura.

La speranza è che questa tendenza continui a ramificarsi, e che non rimanga soltanto una moda sterile ed effimera. In particolare, porre l'attenzione sulla salvaguardia del territorio artistico e naturale appare vitale soprattutto in Italia e, in particolare, nella nostra Regione. Un paese fragile tanto sul piano paesaggistico e geomorfologico, quanto sul piano artistico e culturale. Gli equilibri del nostro territorio sono sottili, precari, e minati da cinquant'anni di politiche spregiudicate e assassine.

Il turismo rappresenta un driver non solo per l'economia di un paese, contribuendo al rilancio dell'occupazione o all'incremento del PIL; ma anche per la promozione di filiere turistiche che vadano nella direzione della sostenibilità ambientale e della qualità della vita.

Nel corso degli ultimi decenni, nell'ambito dell'economia del turismo, sempre maggiore attenzione è stata dedicata alla promozione di filiere turistiche che vadano nella direzione della sostenibilità ambientale e della qualità della vita. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO) "lo sviluppo del turismo sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. [...] Si tratta di **una forma di sviluppo che dovrebbe portare**

10 V. Calzati; "Turista slow e stile di vita"

11 E. Nocifora; 'La costruzione sociale della qualità territoriale. Il turismo della lentezza come conquista del turista esperto'

alla gestione integrata delle risorse in modo che tutte le necessità, economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e le condizioni di base per la vita". La rilevanza sempre crescente assegnata al tema della sostenibilità turistica, a livello politico-istituzionale ed economico si lega dunque alla capacità di **valorizzazione e salvaguardia del patrimonio ambientale e culturale, poiché questo, rappresentando un criterio guida per i turisti nelle scelte delle mete di viaggio e soggiorno, garantisce la continuità nel tempo della domanda turistica stessa.** Ma sostenibilità del turismo significa anche e soprattutto capacità dell'offerta di soddisfare la domanda, riducendo gli impatti sull'ambiente e sulle risorse naturali e garantendo integrazione tra turisti e comunità ospitante, secondo un modello di sviluppo che può essere fonte di innovazione, lavoro e futuro.

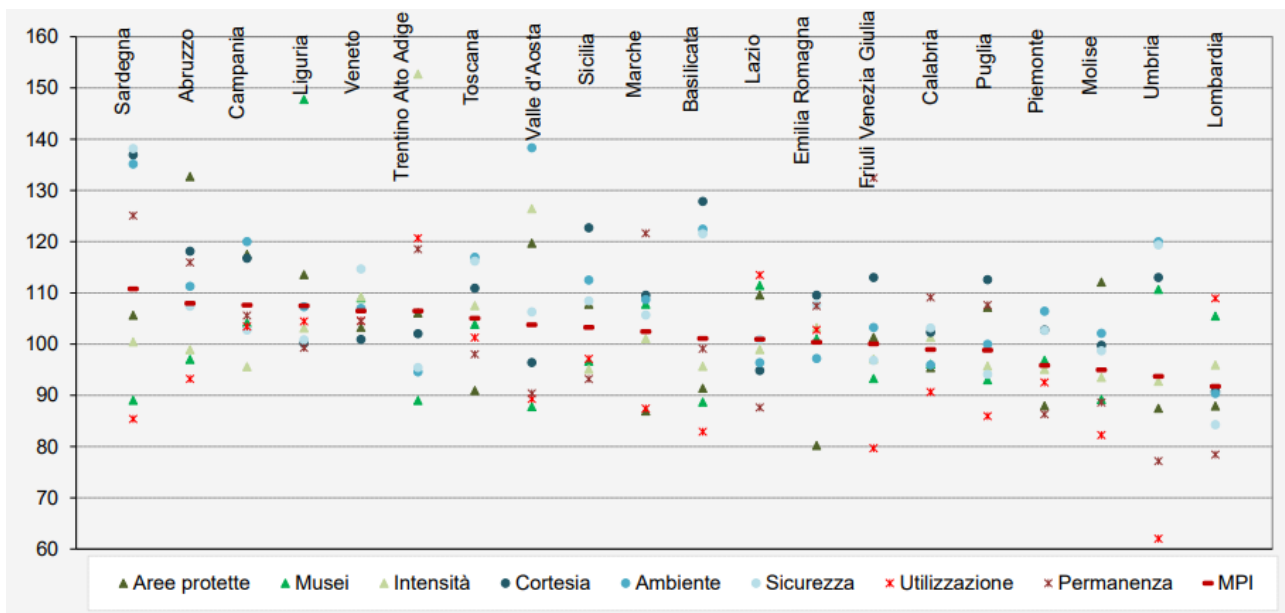


Secondo una recente ricerca realizzata su base dati ISTAT ed Eurostat¹² **le dimensioni principali della sostenibilità del turismo si riconducono ad una serie di indicatori che appartengono a n. 3 aree:**

1. fare un uso ottimale delle risorse ambientali che costituiscono un elemento chiave del proprio sviluppo, mantenendo i processi ecologici essenziali e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della diversità biologica (**area della Valorizzazione delle risorse ambientali e culturali**): aree di particolare interesse naturalistico Rete Natura 2000 in percentuale sulla superficie territoriale totale; dotazione di risorse del patrimonio culturale (beni archeologici, architettonici e museali); indice di intensità turistica (presenze per 1.000 abitanti);
2. rispettare l'autenticità sociale e culturale delle comunità ospitanti, conservare il proprio patrimonio culturale, in termini di risorse sia architettoniche e paesaggistiche sia umane, e i propri valori tradizionali e contribuire, contemporaneamente all'integrazione (**area dell'Integrazione**);
3. assicurare una funzionalità economica fattibile e di lunga durata, garantendo benefici economici equamente distribuiti fra tutti gli stakeholder, come l'occupazione stabile e le opportunità di reddito e di servizi sociali per le comunità ospitanti (**area della Funzionalità economica**): indice di utilizzazione lorda dei posti letto disponibili; indice di permanenza media.

Non è disponibile una classificazione su base provinciale di Bergamo e Brescia, anche se l'elaborazione degli indicatori su base regionale colloca la **Regione Lombardia negli ultimi posti delle regioni turisticamente sostenibili.**

12 Il turismo sostenibile nelle regioni italiane attraverso una misura sintetica dei principali indicatori
Barbara Baldazzi, Valentina Talucci, Paola Ungaro ISTAT 2013



Posizionamento delle Regioni italiane rispetto agli indicatori del turismo sostenibile

A fronte di una dotazione di risorse del patrimonio culturale superiore alla media e di aree di particolare interesse naturalistico nella media nazionale, il tasso di permanenza e quello di occupazione risultano sotto la media nazionale, così come gli indicatori di integrazione in base alla soddisfazione dei turisti stranieri.

Appare dunque evidente la necessità di incrementare i processi di sviluppo sostenibile del turismo, **agendo in particolar modo sulla percezione del visitatore dei valori tipici dell'accoglienza e dell'identità del territorio e sul prolungamento del periodo medio di soggiorno.**

3. ANALISI DEI PROBLEMI E DEGLI OBIETTIVI

3.1 Analisi sintetica dei problemi

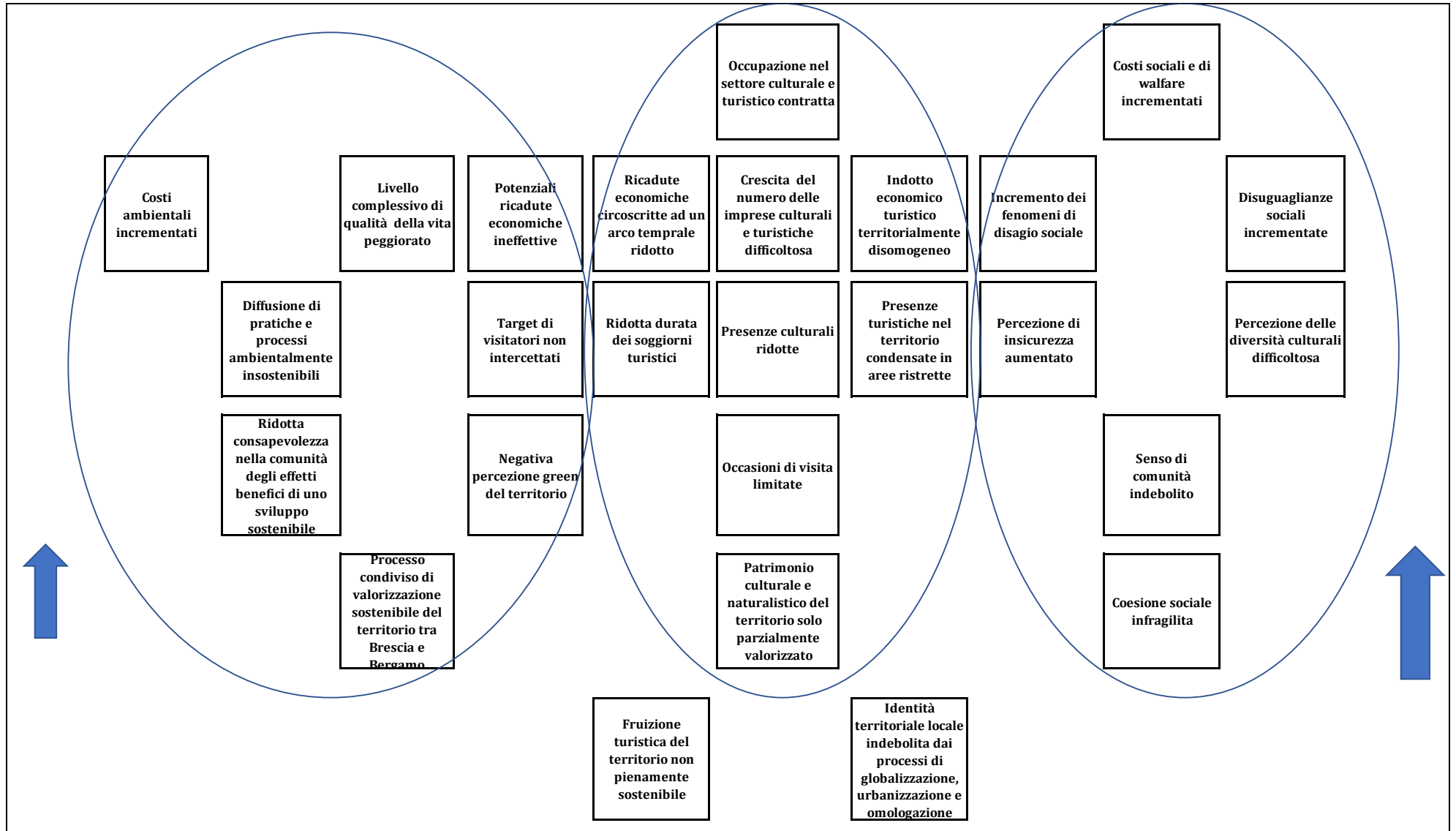
L'analisi dei presupposti progettuali sopra riportata ha evidenziato una serie di elementi e bisogni e ai quali poter rispondere, attraverso un progetto con cui contribuire all'iniziativa Bergamo e Brescia Capitali Italiane della Cultura 2023:

- **Il concetto di identità territoriale assume un ruolo determinante sugli aspetti culturali, sociali, di sostenibilità dello sviluppo.** L'identità dei luoghi che formano un territorio è una dimensione importante della vita sociale e culturale e la sua continuità è fortemente connessa al senso di appartenenza che gli individui percepiscono: questo senso di appartenenza è fondamentale per riuscire a stabilire un legame emozionale e cognitivo con un luogo, il che porta successivamente a percepire un senso di sicurezza e di comunità.
- **La globalizzazione e l'urbanizzazione dei territori contribuiscono a stemperare e diluire l'identità dei luoghi:** riflettere ed agire, quindi, sui mutamenti territoriali e paesaggistici di Bergamo e Brescia e sulla valorizzazione della loro identità culturale, tangibile e intangibile, può permettere il processo di rafforzamento del senso di comunità, premessa fondativa della coesione sociale del territorio stesso.
- **Le criticità ambientali sono una problematica comune a due territori che rappresentano di fatto il motore industriale dell'Italia:** se da un lato la produttività industriale ha garantito alle due province ricchezza, investimenti e infrastrutture, dall'altro lato ha lasciato le cicatrici dell'antropizzazione negativa. L'immaginario di un territorio urbanizzato e con una pessima qualità dell'aria, incide negativamente sulla percezione green e si frappone come possibile ostacolo alla piena fruizione culturale e naturalistica di un territorio che presenta un patrimonio di pregio che solo parzialmente costituisce una leva di sviluppo e al completamento del percorso già avviato dalle due città nella promozione del territorio come destinazione turistica.
- Fra le due città, attorno ai poli turistici e culturali delle due province (i capoluoghi, le valli e le aree lacustri), si estende un territorio punteggiato di eccellenze artistiche e archeologiche, di arti e maestranze, che le unisce e fa incontrare. Questo ipotetico percorso **richiede però di un maggior rafforzamento e identificazione nella sua peculiarità e ricchezza**, anche per essere messo in relazione stringente e continuativa con le due Città che da questa strada dipendono, vi si affacciano e rispecchiano.
- I flussi turistici provinciali di Bergamo e Brescia presentano **una problematica comune:** una distribuzione pressoché analoga, concentrandosi fortemente sulle due città capoluogo, sulle aree lacustri (lago di Garda e Lago d'Iseo in primis) e su quelle montane (Valle Camonica, Val Brembana, Val Seriana e Val Imagna). Solo in un recente periodo sono state pensate formule di turismo sostenibile e realtà che fossero in grado di valorizzare anche "tesori naturalistici" meno conosciuti.
- **La Regione Lombardia ricopre gli ultimi posti nella classificazione delle regioni turisticamente sostenibili:** a fronte di una dotazione di risorse del patrimonio culturale superiore alla media e di aree di particolare interesse naturalistico nella media nazionale, il tasso di permanenza media e quello di occupazione dei posti letto risultano sotto la media nazionale, così come gli indicatori di integrazione, ossia di percezione dei valori di ospitalità da parte del visitatore.

Tali elementi, bisogni e problematiche possono condurre a lungo termine alla produzione di **ulteriori criticità:**

- ✓ **una ridotta consapevolezza nella comunità degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile**, con conseguente diffusione di pratiche e processi ambientalmente insostenibili e livello complessivo di qualità della vita peggiorabile; a lungo termine tali fattori conducono irrimediabilmente ad un incremento della spesa pubblica locale destinata al miglioramento della qualità ambientale del territorio.
- ✓ **una negativa percezione green del territorio**, pur in presenza di una superficie di aree di interesse naturalistico nella media nazionale, la quale conduce alla mancata risposta di un target di visitatori oggi poco sviluppato, con conseguenti potenziali ricadute economiche non generate, soprattutto per taluni contesti locali che potenzialmente sarebbero in grado di accogliere il favore della domanda. Soprattutto in tali contesti ciò conduce ad una crescita difficoltosa del numero delle imprese turistiche e culturali, con conseguente contrazione dell'occupazione nei due settori.
- ✓ L'identità territoriale locale indebolita dai processi di globalizzazione, urbanizzazione e omologazione, propri del nostro tempo e dei nostri luoghi, conduce ad **un fragilimento della coesione sociale**, con conseguente indebolimento del senso di comunità, riduzione della percezione di sicurezza e difficoltà ad interpretare correttamente le diversità culturali e, in generale, la complessità del contesto sociale contemporaneo.

I problemi così espressi possono essere scomposti e ricomposti, **rappresentandoli in una logica di causa - effetto**.



Albero dei problemi

L'iniziativa Capitale Italiana della Cultura si è trasformata in strumento strategico per condividere la riprogettazione di svariati asset territoriali per lo sviluppo socio-economico locale. Un'idea progettuale con la quale contribuire all'iniziativa può muoversi in tale direzione per rispondere al sistema dei bisogni e delle criticità a livello territoriale rappresentate in un rapporto di causa – effetto.

Ad un livello inferiore (ossia alla base dell'albero) si evidenzia:

- **un'offerta turistica sostenibile del territorio bergamasco e bresciano irregolare ed episodica:** pur essendo il territorio delle due province caratterizzato da un'offerta ampia di occasioni di visita e turistiche *en plain air*, esse si riconducono prettamente ad aree circoscritte e conducono inevitabilmente ad un turismo di massa. Parimenti si evidenzia la presenza di aree territoriali in cui una fruizione slow appare indicata: esistono alcune proposte di turismo sostenibile (ad esempio alcuni Cammini come la Via Mercatorum o la Via Valeriana) e contesti locali potenzialmente portati a tale tipo di offerta (es. le fasce collinari). Ma si percepisce la mancanza di una visione di insieme che faccia di questo fattore un elemento di sviluppo territoriale.
- un territorio operoso a vocazione industriale che ha generato ricchezza, ma nel quale, giocoforza, il consumo del territorio e i dissesti ambientali (in particolare legate alla qualità dell'aria) da un lato, le conseguenze della globalizzazione dall'altro, **hanno condotto inevitabilmente ad un indebolimento dell'identità del territorio.**

Tali criticità conducono a ingenerare ad un livello superiore ulteriori problematiche nel lungo periodo, le quali possono essere circoscritte a n. **3 principali macro - aree:**

- **Il processo di complessiva valorizzazione sostenibile del territorio tra Brescia e Bergamo appare non condiviso a livello sovra territoriale e sostanzialmente incompleto:** la limitata sostenibilità complessiva, unita agli oggettivi problemi ambientali che caratterizzano il contesto, conduce non solo ad una negativa percezione green di Brescia e Bergamo da parte del potenziale visitatore, ma, soprattutto, ad una consapevolezza limitata da parte delle comunità degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile. A cascata, nel lungo periodo, ciò comporta da un lato la diffusione di pratiche e processi locali non pienamente in linea con i dettami dello sviluppo territoriale sostenibile, con conseguente livello complessivo della qualità della vita peggiorabile; dall'altro, sotto il profilo turistico, impedisce la coltivazione di un target di visitatori (i "turisti lenti") che, è dimostrato, in costante crescita, con ricadute potenziale economiche non sviluppate.
- Esiste **un patrimonio culturale e naturale solo parzialmente valorizzato:** tra le due città, si estende un territorio punteggiato di eccellenze, ma ancora parzialmente note o sconosciute alle giovani generazioni e al turismo internazionale, attratto prevalentemente dai grandi centri e da alcuni prevalenti siti di già consolidato interesse. Solo in un recente periodo sono state pensate attività, di turismo sostenibile in grado di valorizzare anche "tesori naturalistici" meno conosciuti. Se non ampliata questa conoscenza il rischio è una presenza turistica limitata a taluni periodi dell'anno o a talune aree circoscritte, con conseguente contrazione dell'occupazione nei segmenti culturali e turistici. Esiste quindi un potenziale inesplorato e condivisibile tra le due città, con la possibilità di estendere le ricadute e aumentare le occasioni di visita e il prolungamento della durata media dei soggiorni.
- **I processi di globalizzazione e di urbanizzazione che hanno interessato i territori di Bergamo e Brescia contribuiscono a stemperare e diluire l'identità dei luoghi,** con effetti negativi sulla coesione sociale delle comunità locali: un meccanismo che conduce all'indebolimento del senso di comunità e del senso di appartenenza ad una terra, con

conseguente incremento del senso di insicurezza, incapacità a valutare correttamente le diversità e aumento dei fenomeni di disagio sociale, emarginazione e disuguaglianza.

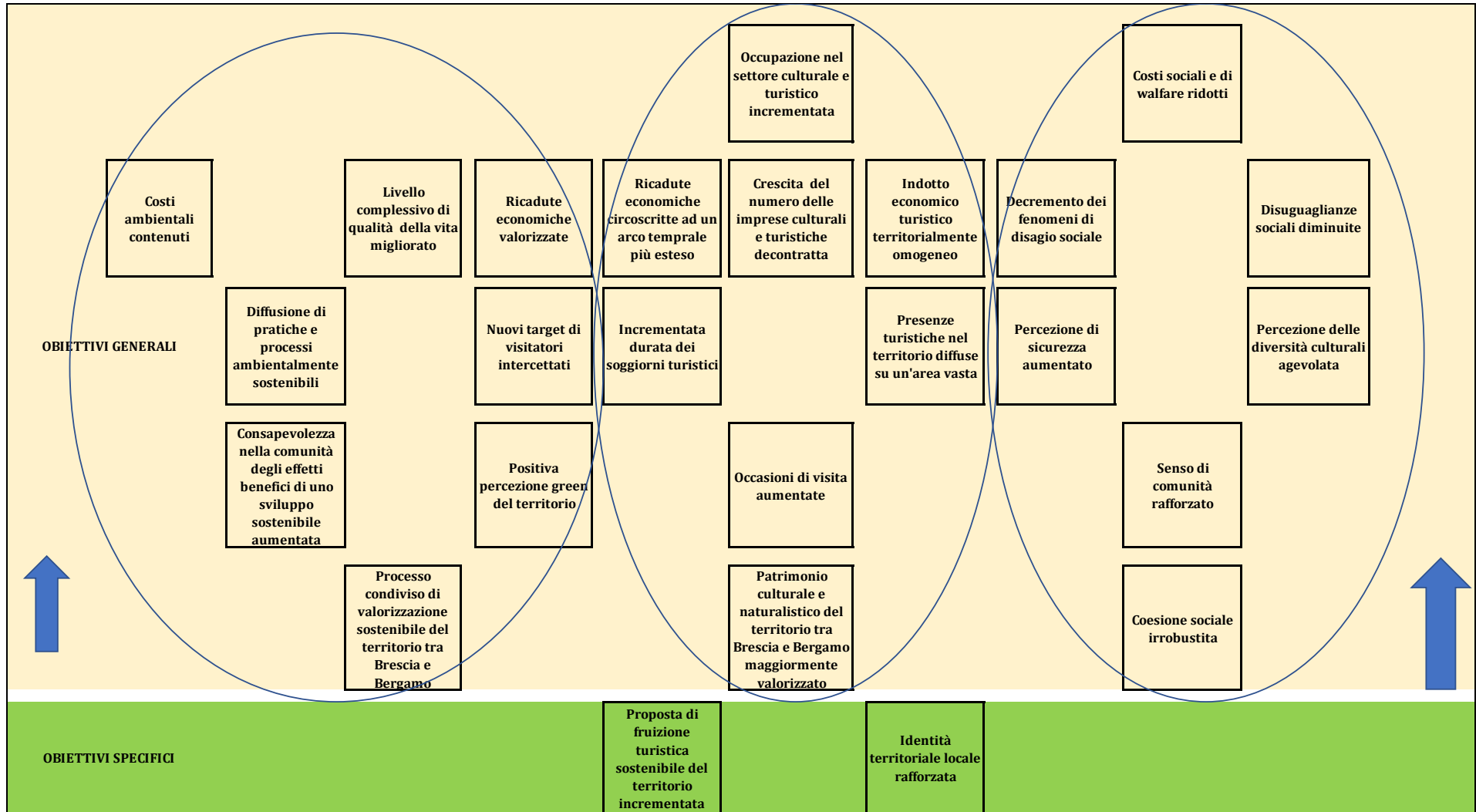
3.2 Analisi degli obiettivi

La fase direttamente successiva alla rappresentazione dell'albero dei problemi è **la traduzione dei problemi in obiettivi da perseguire**, intesi come traguardi da raggiungere per eliminare, arginare o ridurre le negatività emerse: gli obiettivi in questo modo delineati costituiscono la proiezione del miglioramento futuro della realtà nella quale il progetto vuole inserirsi.

Gli obiettivi così formulati sono:

- ✓ basati su un'analisi concreta fondata su dati certi e indicazioni precise;
- ✓ raggiungibili in tempi definiti;
- ✓ rappresentati in una logica di causa - effetto;
- ✓ traguardi misurabili in un tempo definito e non semplici attività da svolgere.

Gli obiettivi possono essere anch'essi **rappresentati in una logica di causa - effetto**, secondo la quale **il raggiungimento di uno conduce alla verifica positiva di un altro**, consentendo in questo modo di creare una **matrice degli obiettivi a medio e lungo termine**.



Albero degli obiettivi (matrice)

A livello più basso l'OBIETTIVO OPERATIVO indica il **risultato a breve termine da raggiungere**, per mettere in moto il meccanismo di raggiungimento degli obiettivi a medio - lungo periodo: L'IMPLEMENTAZIONE DI UN CAMMINO LENTO TRA BRESCIA E BERGAMO RESO FRUIBILE E VALORIZZATO rappresenta il **traguardo progettuale da raggiungere al fine di creare i presupposti utili**.

Al livello superiore gli OBIETTIVI SPECIFICI **rappresentano il vantaggio che il progetto prevede per i destinatari finali mediante la realizzazione del progetto** e il presupposto attraverso il quale il progetto potrà consentire a lungo termine di raggiungere le finalità poste ad un livello superiore. Dovranno essere raggiunti **entro la durata delle attività progettuali** e si riconducono all'opportunità di rispondere alle criticità evidenziate:

- **ALIMENTARE IL PROCESSO DI FRUIZIONE TURISTICA SOSTENIBILE DEL TERRITORIO**, andando a accrescere l'offerta di una proposta slow da parte del territorio bergamasco e bresciano, migliorando gli indicatori di sostenibilità turistica che attualmente risultano sotto la media.
- **RAFFORZARE L'IDENTITÀ TERRITORIALE LOCALE**, agendo sulla valorizzazione delle tipicità culturali e paesaggistiche del territorio.

Gli obiettivi specifici costituiscono il primo risultato da raggiungere mediante la realizzazione del progetto affinché, in una logica di causa - effetto, esso possa poi contribuire al perseguimento di uno o più degli OBIETTIVI GENERALI (vale **a dire a lungo termine oltre la durata del progetto**). Questi ultimi possono essere raggruppati e ricondotti alle n. 3 macro aree individuate in sede di analisi dei problemi:

- **PROCESSO CONDIVISO DI VALORIZZAZIONE SOSTENIBILE DEL TERRITORIO TRA BRESCIA E BERGAMO ALIMENTATO**: comportando direttamente benefici diretti sul sistema della comunità locale in termini di un'aumentata consapevolezza e sensibilità nelle comunità locali degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile, di un conseguente incremento della diffusione di pratiche e processi ambientalmente sostenibili con un innalzamento indiretto del un livello complessivo di qualità della vita; indirettamente, attraverso il miglioramento da parte dell'esterno (potenziale visitatore, turista), della percezione green del territorio bresciano e bergamasco, con conseguente intercettazione di nuovi target di visitatori oggi non del tutto coltivati e valorizzazione economica di un potenziale ad oggi non totalmente espresso.
- **PATRIMONIO CULTURALE E NATURALISTICO DEL TERRITORIO CHE UNISCE BRESCIA E BERGAMO MAGGIORMENTE VALORIZZATO**, garantendo un incremento delle occasioni di visita nel territorio interessato dal progetto, con conseguenti ricadute economiche estese ad un arco temporale di visita maggiore e verso un territorio più esteso. A lungo termine, pertanto, si auspica un'incrementata occupazione nel settore culturale e turistico locale e una crescita del numero delle imprese culturali e turistiche nel territorio interessato dal progetto.
- **IDENTITÀ TERRITORIALE LOCALE RAFFORZATA**, con conseguente irrobustimento della coesione sociale della comunità locale e incremento della capacità di percepire e valutare correttamente le disuguaglianze e il contesto storico complesso in cui viviamo, conducendo a lungo termine ad un incremento del senso di appartenenza al territorio, a un conseguente decremento dei fenomeni di disagio sociale e al contenimento delle disuguaglianze sociali.

Il quadro degli obiettivi così sviluppato consente di delineare più **compiutamente la natura e le modalità di una soluzione che possa contribuire al raggiungimento degli stessi**.

4. DEFINIZIONE DELL'AMBITO DI INTERVENTO: IL CAMMINO LENTO COME OPPORTUNITA' DI SVILUPPO TERRITORIALE SOSTENIBILE

4.1 I Cammini: tendenze, dati statistici e opportunità

Il **fenomeno turistico dei cammini è in costante crescita**. Secondo l'indagine dell'editore Terre di Mezzo¹³ nel 2018 per la prima volta il numero di persone che percorrono i cammini in Italia supera quello degli italiani che hanno ricevuto la Compostela a Santiago. Sono infatti 32.338 le persone che nel 2018 hanno chiesto la credenziale per uno degli itinerari nel Belpaese, contro i 27.009 italiani arrivati alla Cattedrale di Santiago (è la nazionalità più numerosa, dopo gli spagnoli).

In Italia la più percorsa è la Via Francigena, con 17.092 credenziali richieste, seguita dai cammini francescani (Via di Francesco e Di qui passò Francesco, 7.352), dalla Via degli Dei (3.800), dal Cammino di San Benedetto (2.106), dai Cammini francigeni di Sicilia (1.426) e dalla Via Romea Germanica (652). Nel 2017 in Italia su questi Cammini sono state consegnate 23.547 credenziali, salite appunto a 32.338: si tratta di una crescita del 37,3%. Il 2018 è dunque un anno di svolta, tanto più che a questi numeri devono essere aggiunte le credenziali che sono state consegnate per altri importanti cammini italiani, come per esempio Il Cammino minerario di Santa Barbara e il Cammino Materano.



La media di tempo per fare un Cammino (escludendo quelli molto lunghi) è di 6-7 giorni. Il Cammino diventa così strumento di conoscenza e formazione, lento e assaporante, ben lontano dal turismo “mordi e fuggi”.

I Camminatori iniziano a percorrere le vie da fine febbraio e si tratta di una tipologia di turismo che continua fino a fine ottobre, con un picco tra primavera ed estate. **Si tratta comunque di una tipologia di turismo che può essere fatta, con le giuste attrezzature, tutto l'anno, sposando le esigenze di destagionalizzazione che la maggior parte dei territori turistici richiede.**

Per quanto riguarda **l'identikit del camminatore**, i risultati del questionario online, realizzato da Terre di mezzo, basati sulle risposte di 2.930 camminatori, tracciano il seguente profilo: sono in maggioranza uomini (57%), con un buon livello culturale (diplomati e laureati entrambi al 44%). Il 73% ha un impiego, come dipendente (49%) o libero professionista (18%): segno che si può scegliere uno stile di viaggio lento anche quando (almeno in teoria) si ha poco tempo. Per ora i camminatori in Italia sono in maggioranza over 40: il 19,7% tra 41 e 50 anni, il 28,9% ha tra 51 e 60 anni, il 24,1% tra 61 e 70 anni. Il 74% ha fatto più di un cammino, non solo in Italia. I camminatori italiani vivono soprattutto nelle regioni del centro nord: 28% in Lombardia, 13% in Emilia, 11% in Veneto, 10% nel Lazio, 8% in Piemonte e 8% in Toscana.

È una minoranza (il 25%) quella che si mette in cammino per motivi religiosi, gli altri annoverano tra le motivazioni “per fare trekking” (52%), “**per stare nella natura**” (50%) o “**per scoprire il territorio**” (46%). Pochi quelli che affrontano il pellegrinaggio in bici, l'11%. Moltissimi si cimentano nell'impresa nel periodo primaverile o estivo: i picchi si registrano a maggio (19%) e in agosto (21%). **Il 51% fa tutto il cammino in una sola volta.**

Se si entra nel dettaglio dei singoli itinerari si trovano molte differenze. Sulla Via Francigena solo il 16% parte e arriva in una sola stagione, gli altri preferiscono spezzettare il cammino su anni diversi. Sono

percorsi interamente invece i cammini più brevi, come la *Via degli Dei* (90%), la *Magna Via Francigena in Sicilia* (82%), *Italia coast to coast* (64%) e il *Cammino di San Benedetto* (51%). I cammini francescani sono affrontati tutto d'un fiato dal 43%. Per la stragrande maggioranza dei camminatori il viaggio dura al massimo due settimane. Preferiscono camminare in coppia (il 38%) o in gruppo, mentre uno su tre sceglie l'avventura in solitaria.

Degno di analisi è il dato riguardo al **mezzo di comunicazione** che ha consentito la scoperta del cammino: per il 34% è stato il **passaparola** a far aprire gli occhi sul mondo dei cammini e dei camminatori. Per il 32% è stato internet, per il 14% Facebook e per l'8% tv, radio o giornali.

Infine interessanti sono i dati che interessano le **ricadute economiche sul territorio**: il 45% di chi percorre un cammino spende in media dai 30 ai 50 euro giornalieri. Il 65,4% pernotta in un B&B, il 57,1% in strutture religiose, il 28,4% in agriturismi e il 23,8% in alberghi. E se il 73% pranza con i panini, il 52% poi si concede una cena al ristorante e il 27% sceglie strutture che offrono il menu per pellegrini. Prima di partire, il 42% ha acquistato calzature, il 39% abbigliamento tecnico e il 31% attrezzatura come zaino, borraccia o bastoncini.

Tali ricadute possono essere ravvisate a tendere verso il prossimo futuro, basandosi sui dati **di una realtà matura e già consolidata**. Una recente analisi dell'Università di Santiago di Compostela e dell'Agenzia regionale Galicia Tourism relativa al Cammino di Santiago esamina l'impatto economico, demografico, sociale e ambientale dei viaggiatori a piedi sul territorio. Di seguito si riportano alcuni aspetti essenziali, che **offrono spunti utili per la realtà dei cammini italiani**:

- ✓ I pellegrini hanno un impatto economico maggiore rispetto ai normali turisti. Ogni pellegrino ha lo stesso impatto economico di 2,3 visitatori nazionali (differenze nella permanenza media, nella spesa media e nell'effetto moltiplicatore).
- ✓ I pellegrini sostengono l'economia generale. Ogni euro speso da un pellegrino genera fino all'11% della produzione aggiuntiva.
- ✓ I pellegrini sostengono l'occupazione. Ogni euro speso da un pellegrino genera fino al 18% di ulteriore occupazione.
- ✓ La presenza dei pellegrini sta frenando il declino della popolazione rurale. I pellegrini pernottano in località remote e supportano servizi e strutture locali.
- ✓ La gente del posto accoglie i pellegrini. Oltre il 90% dei residenti percepisce gli impatti positivi del Cammino (per reddito, commercio locale, occupazione, turismo) e non percepisce impatti economici negativi.
- ✓ I pellegrini sostengono i prodotti locali. Nel paniere dei pellegrini si evidenziano le spese per beni e servizi più intensi (i servizi di cibo e bevande rappresentano il 61% della loro spesa rispetto al 26% nel caso di turisti non residenti) e che sono anche prodotti localmente (il pellegrino mostra una preferenza maggiore per i prodotti locali).

Rigenerazione dei piccoli borghi fuori dalle principali rotte turistiche, recupero e conversione dell'edilizia inutilizzata a struttura ricettiva, promozione e commercializzazione dei prodotti locali, nascita di nuove forme di occupazione, incentivo al ripopolamento dei borghi, recupero dei sentieri: il cammino è in grado di innescare virtuosi processi di sviluppo sostenibile in grado di impattare positivamente sui territori che li ospitano.

Il **cammino non va però considerato come un fenomeno meramente economico**. Considerare il cammino una nuova merce da vendere, sarebbe errato e distruggerebbe l'autenticità dell'esperienza e con essa anche i suoi benefici economici. L'esperienza insegna che una **comunità consapevole e coesa è la chiave del successo del cammino**. Esempi di ciò sono i volontari che si impegnano a curare la

segnaletica e il sentiero, le comunità che collaborano con gli enti pubblici per la salvaguardia e la promozione del percorso, gli operatori economici delle aree rurali meno note che hanno nuovi mezzi di sostegno e hanno l'occasione di continuare a vivere sul territorio. Queste semplici considerazioni fino a dieci anni fa riguardavano principalmente la Spagna e il cammino di Santiago. **Oggi l'Italia, lentamente ma costantemente, ha scoperto questa forma di viaggio, in grado di creare benessere sia per il camminatore sia per le comunità che lo ospitano.**

Nel 2016, in occasione dell'*anno dei cammini*, proclamato con l'intento di valorizzare il ricco patrimonio composto dalla rete di Cammini – storici, naturalistici, culturali e religiosi – che, da nord a sud, attraversano il Paese rappresentando una fetta, magari poco conosciuta, ma fondamentale nell'offerta del turismo lento italiano, il MiBACT si è fatto promotore dell'*Atlante digitale dei Cammini d'Italia*, un contenitore di percorsi e vie pensato e realizzato sulle linee guida indicate dalla direttiva ministeriale e regolamentato – con la messa a punto degli opportuni criteri – nell'ambito del Comitato Cammini, coordinamento inter-istituzionale formato da MiBACT, Regioni e province autonome. Coordinamento tuttora delegato a vagliare nuove, ulteriori segnalazioni avanzate da Regioni e Province autonome, unici enti preposti a notificare l'inserimento di nuovi Cammini nell'Atlante.

La direttiva del Ministero definisce i Cammini ***“itinerari culturali di particolare rilievo europeo e/o nazionale, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile, e che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio naturale e culturale diffuso, nonché una occasione di valorizzazione degli attrattori naturali, culturali e dei territori interessati.”*** La raccolta dei Cammini italiani ha permesso, per la prima volta, una nuova visione di insieme, individuando le opportunità presenti in tutta il Paese permettendo, soprattutto, di comprendere le connessioni tra i percorsi con nuove modalità di percorribilità dei territori attraversati. L'implementazione e lo sviluppo di nuovi modelli di fruizione e gestione sostenibile garantiranno e favoriranno l'integrazione ambientale – paesaggistica, con attività agricole, artigianali e turistico-culturali del sistema Paese così come indicato nel **Piano Strategico del Turismo 2017-2022**.



Estratto dell'atlante nazionale dei cammini

Restringendo l'indagine sul tema alla **Regione Lombardia**, la Legge Regionale 7 ottobre 2016 n. 25 (Politiche regionali in materia culturale - Riordino normativo) *“promuove un sistema integrato di offerta*

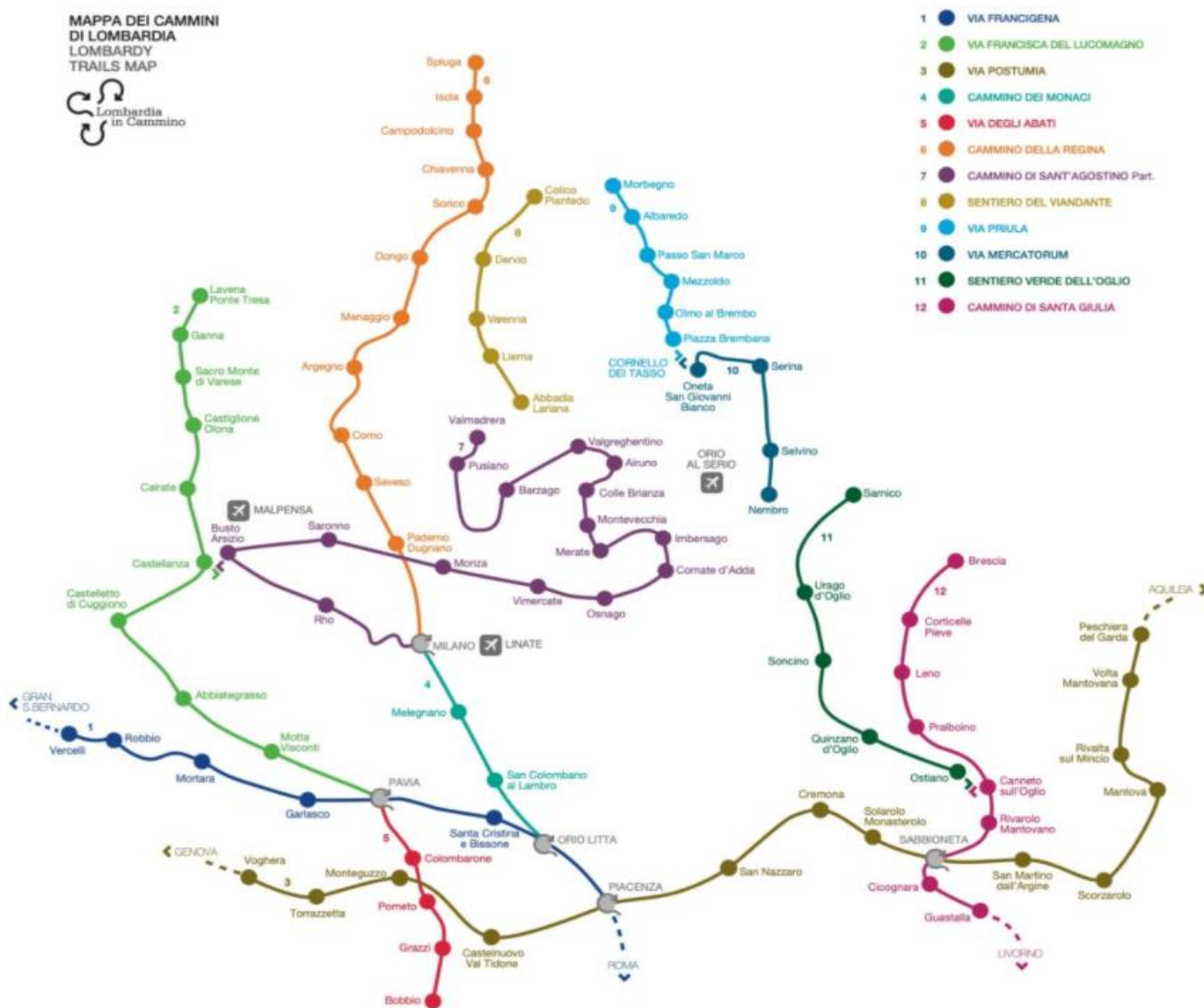
culturale, anche attraverso l'identificazione e la valorizzazione di itinerari culturali, percorsi e cammini, con particolare attenzione a quelli legati alle radici cristiane del territorio, nonché attraverso l'integrazione degli istituti e luoghi della cultura, dei siti regionali inclusi nella lista del patrimonio mondiale dell'umanità dell'UNESCO, dei percorsi e degli itinerari storicamente documentati, inclusi quelli mappati dal piano paesaggistico regionale, e dei beni culturali di rilevanza storico-architettonica e monumentale. Per itinerari culturali si intendono percorsi che si sviluppano intorno a temi di interesse storico, artistico o sociale, sia in ragione del tracciato geografico degli itinerari stessi, sia in funzione del loro contenuto e del loro significato, svolgendo anche una funzione di attrattore turistico. **Per cammini si intendono itinerari culturali di particolare rilievo, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce, che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio culturale e naturale dei territori interessati**".

Il *Posizionamento Strategico di Regione Lombardia per il Turismo* di cui alla deliberazione della giunta regionale 10/651 del 06/09/2013, la quale rappresenta ad oggi il documento strategico per la valorizzazione turistica della regione, ha individuato i **9 cluster rilevanti al fine del corretto posizionamento del prodotto turistico "Lombardia" nel mercato internazionale**. Tra di essi i temi 6. *NATURA E GREEN* e 7. *SPORT E TURISMO ATTIVO* costituiscono un asse portante dell'offerta regionale e intersecano le tematiche dello slow tourism e dei cammini.

La D.g.r. 30 giugno 2020 - n. XI/3297, Programma operativo annuale per la cultura 2020, previsto dall'art. 9 della l.r. 7 ottobre 2016 nr. 25 "Politiche regionali in materia culturale – Riordino normativo", individua tra i "nuovi investimenti in ambiti di intervento che possano contribuire a rilanciare l'attrattività del territorio e la sua promozione in un contesto completamente differente dalla situazione pre-Coronavirus" la **riscoperta delle esperienze del Cammino lento**. La regione ha, infine, inserito il tema della **valorizzazione dei percorsi culturali e dei cammini** così definiti in diversi interventi normativi di sostegno, a testimonianza della centralità del tema nelle politiche di attrattività turistica del territorio lombardo; tra di essi si citano a titolo esemplificativo:

- *L'avviso pubblico per la valorizzazione turistico-culturale della Lombardia* (asse III POR FESR 2014- 2020 - d.g.r. 10/6405 del 27 marzo 2017) ha incentivato progetti pubblico – privati per la valorizzazione di itinerari e cammini culturali;
- Il bando *Turismo religioso in Lombardia* ha incentivato la messa a sistema e il processo di incoming dei cammini religiosi lombardi.
- D.g.r. 28 dicembre 2017- n. X/7638, *Cammini religiosi e culturali e turismo lento - Sviluppo del circuito di accoglienza per la valorizzazione dei percorsi religiosi, culturali e cicloturistici sul territorio della Provincia di Pavia*

Attualmente i **principali cammini lombardi** sono evidenziati nella piattaforma *Lombardia in cammino*, finanziata con il contributo della Regione Lombardia.



Lombardia in Cammino: mappa dei cammini regionali

Oltre ai cammini sopra censiti **Bergamo e Brescia**, presentano una **fitta rete sentieristica**. La Legge regionale 27 febbraio 2017 n. 5 ha istituito la Rel – Rete escursionistica della Lombardia e il Catasto dei sentieri: in tutto la rete dei sentieri della regione Lombardia è di circa 13mila chilometri e di ogni sentiero è riportata la percorribilità, la lunghezza, il dislivello ed il tempo di percorrenza.

L'emergenza sanitaria in corso ha richiesto e richiede **un modo di ripensare gli spazi e la socialità e il Cammino assolve in pieno anche questa funzione**: un modo di **decongestionare, destagionalizzare**, allungare i periodi di permanenza, proponendo un'offerta turistica e culturale sempre più vasta e diffusa, valorizzando **le bellezze delle città e dei territori attraversati per raggiungerle**.

4.2 Un possibile benchmark di riferimento replicabile: la Via degli dei da Bologna a Firenze

La Via degli Dei è un percorso escursionistico che collega le città di Bologna e Firenze attraverso l'Appennino tosco-emiliano e deve il suo nome ad alcune delle località attraversate come Monte Adone, Monzuno (Mons Iovis, Monte di Giove), Monte Venere e Monte Luaro (Lua era la dea romana dell'espiazione).

Nei primi anni Novanta, un gruppo di affiatati camminatori bolognesi, precursori di movimenti come lo slow travel e lo slow food, costituì l'associazione *Dû pas e na gran magnè* (in dialetto bolognese "due passi e un'abbuffata").

Essi scelsero di andare da Bologna a Firenze a piedi, seguendo il percorso più diretto tra i due capoluoghi: quello che valica l'Appennino al passo della Futa, tracciando per la prima volta il tragitto del cammino.

Il progetto della Via degli Dei nasce poi ufficialmente nel 2012, quando l'Ufficio turistico del Comune di Sasso Marconi ha iniziato a lavorare sullo sviluppo di questo nuovo prodotto turistico, individuato sulla base delle richieste dei visitatori, sui trend turistici del momento (la valorizzazione di un turismo slow) e la tendenza a spendere meno e a cercare vacanze low cost dovuta alla crisi economica. Partecipando a due bandi della Provincia di Bologna (PTPL 2012 e PTPL 2014), il Comune di Sasso Marconi ha ottenuto in entrambi i casi un finanziamento che ha coperto la spesa della stampa della carta escursionistica, individuata come strumento principale nella messa in fruizione dell'itinerario.

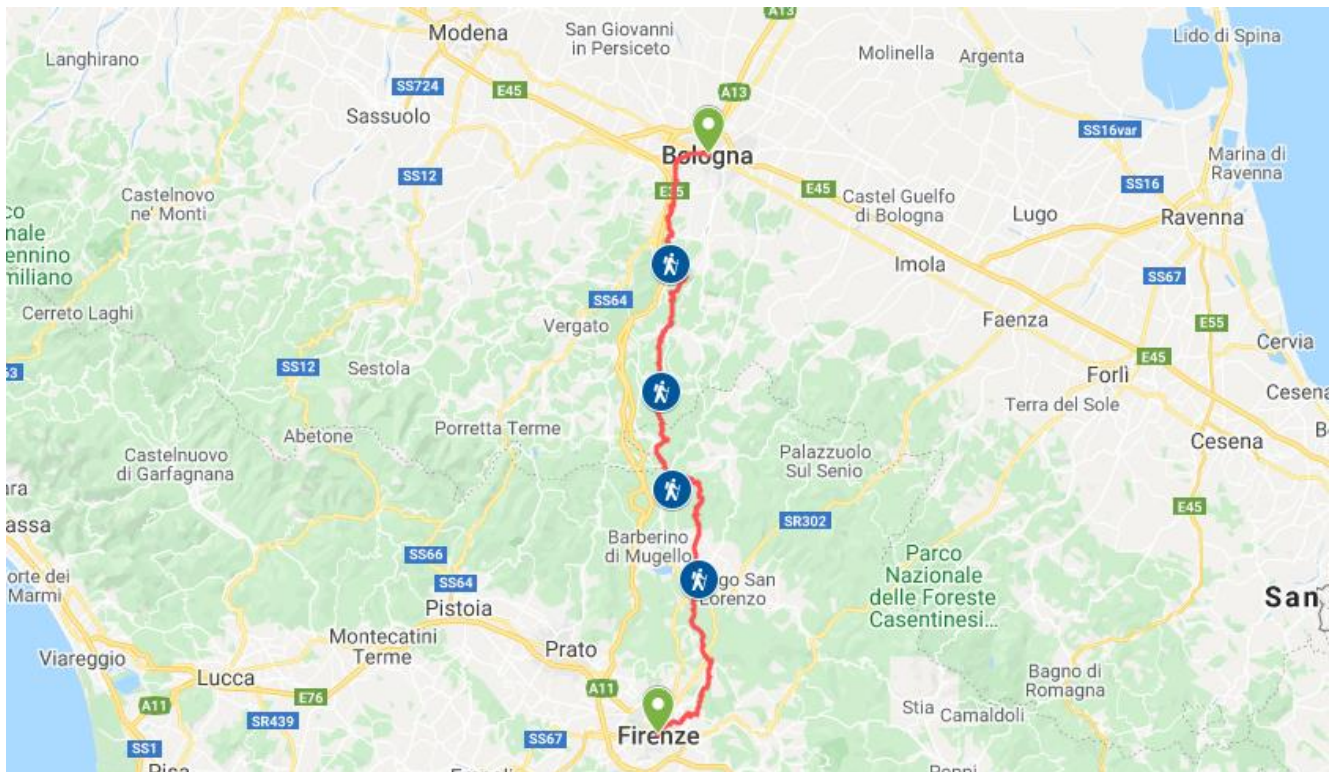


Un tratto della Via degli dei

Il progetto *la Via degli Dei* ha condotto al coinvolgimento dei soggetti pubblici e alla firma di un protocollo di intesa tra n. 2 Regioni e n. 11 Comuni, al coinvolgimento dei soggetti privati (n. 80 operatori ricettività e n. 70 operatori ristorazione) e al coinvolgimento di Associazioni e realtà del territorio (CAI, CSI, Associazioni).

Oggi è diventata una delle principali attrattive turistiche sostenibili dell'Appennino; lungo il tragitto s'incontrano luoghi ricchi di storia e di cultura anche enogastronomica, meravigliosi paesaggi e sconfinati parchi naturali. Inoltre, grazie alla sua versatilità, è adatta sia agli amanti del trekking che della mountain bike, liberi di costruire un proprio percorso personalizzato.

L'intera traversata da Bologna a Firenze non presenta grandi difficoltà e si può compiere in quattro/sei giorni a piedi, oppure in due/tre giorni in bicicletta.



Il tracciato della Via degli dei

Non si tratta di un Cammino religioso (come ad esempio la millenaria Via Francigena, la via di san Francesco, il Cammino di San Benedetto) o tematicamente legata a un argomento o una motivazione storico – culturale (es. La via del sale, il cammino della Linea Gotica, il Cammino delle Cento Torri in Sardegna), ma di **un’iniziativa recente realizzata ad hoc** per raggiungere gli obiettivi di:

- ✓ creare una rete tra comuni, sfruttando la via di congiunzione dei due capoluoghi;
- ✓ consolidare e valorizzare il rapporto “Città-Provincia”;
- ✓ valorizzare un’offerta turistica complessiva e completa;
- ✓ promuovere dell’itinerario nell’ottica di una collaborazione pubblico-privata;
- ✓ valorizzare le attività turistiche, commerciali, gastronomiche ed artigianali per aiutare lo sviluppo di un’economia locale;
- ✓ valorizzare il turismo sostenibile.

Oggi **“La Via degli Dei” è un fenomeno turistico consolidato che genera i seguenti numeri:**

- ✓ n. 26.000 carte escursionistiche vendute dal 2013 al 2020 ad oggi (media n. 3.250 all’anno);
- ✓ n. 25 strutture ricettive aperte negli ultimi 5 anni;
- ✓ una rete complessiva di n. 120 strutture (alberghi, agriturismi, bed & breakfast, trattorie, ostelli e ristoranti) che garantiscono l’assistenza necessaria al fruitore lungo tutto il tragitto;
- ✓ indotto complessivo sul territorio di circa 3 milioni di euro dal 2013 a oggi.

Un Cammino tra Bergamo e Brescia può trovare diverse analogie con questo percorso.

Esso unisce, in primo luogo, **due città d’arte**, nelle quali il turismo è fattore consolidato, consentendo di mettere a sistema ed allargare le presenze dei due capoluoghi su un vasto territorio condiviso: quest’ultimo, in entrambi i casi, è caratterizzato dall’alternarsi di emergenze culturali e naturalistiche conosciute con un patrimonio di pregio ancora poco noto.

La **lunghezza del percorso può essere considerata simile** (circa 120km) - di conseguenza, il tempo di percorrenza non va oltre i 6/7 giorni - **senza presentare eccessive difficoltà**, rendendola adatto a tutti i tipi di camminatori.

5. IL PROGETTO: DESCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DEGLI INTERVENTI

5.1 Un Cammino lento tra Brescia e Bergamo: obiettivi e capacità di risposta alle criticità individuate

L'approfondimento e il processo di progettazione sopra riportato hanno permesso di **circoscrivere presupposti e fondamenti sulla base dei quali individuare l'idea progettuale di fondo:**

1. **MATRICE PROGETTUALE DEGLI OBIETTIVI:** l'analisi dei problemi/criticità, rispetto ad un intervento con cui contribuire a *Bergamo e Brescia Capitali Italiane della Cultura 2023* rispetto alle finalità che intende perseguire, ha condotto alla stesura di una matrice di OBIETTIVI, articolata in: **OBIETTIVI SPECIFICI (alimentare il processo di fruizione turistica sostenibile del territorio tra Brescia e Bergamo e rafforzare l'identità territoriale locale, agendo sulla valorizzazione delle tipicità culturali e paesaggistiche del territorio.)** e in **OBIETTIVI GENERALI** raggruppati e circoscritti a n. 3 macro aree (incrementata sostenibilità ambientale nella gestione del territorio, patrimonio culturale e naturalistico del territorio maggiormente valorizzato, identità territoriale locale maggiormente rafforzata), che circoscrivono di fatto **l'ambito di azione progettuale.**
2. **PRIORITÀ DETERMINANTI** di cui tener conto allo scopo di elaborare coerentemente un intervento attraverso il quale contribuire all'iniziativa *Bergamo e Brescia, Capitali Italiane della Cultura 2023*:
 - ✓ gli **obiettivi stessi dell'iniziativa "Capitale Italiana della Cultura"** si orientano nella direzione del **rafforzamento degli attrattori culturali per lo sviluppo di flussi turistici**, anche in termini di destagionalizzazione delle presenze, valorizzazione dei beni culturali e paesaggistici, del conseguimento di risultati economicamente sostenibili e del **perseguimento della sostenibilità ambientale** così come indicato dall'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile; del messaggio a città e territori di considerare lo **sviluppo culturale quale paradigma del proprio progresso economico e di una maggiore coesione sociale.**
 - ✓ *Matera Capitale Europea della Cultura 2019*: ha individuato alcune **best practice** da tenere in considerazione, in particolare: la **cittadinanza culturale attiva**, vale a dire la partecipazione dei cittadini alla progettazione e alla realizzazione dell'intervento; il **coinvolgimento dei territori provinciali**, per poter generare un effetto moltiplicatore degli effetti e delle ricadute economiche e culturali dell'iniziativa Capitale Italiana della Cultura, consentendo di portare i benefici del progetto in aree non interessate da primari flussi turistici o da operazioni ad oggi culturali rilevanti; la **sostenibilità a lungo termine**, ragionando su una direttrice progettuale che generi un meccanismo che non si interromperà il 31/12/2023 e ponendo le basi per la sostenibilità di un progetto a lungo termine; l'interconnessione di competenze, ambiti e strumenti culturali differenti.
 - ✓ la motivazione straordinaria che ha condotto alla proclamazione di Brescia e Bergamo non va dimenticata, rendendo opportuno ragionare su una **proposta che possa essere il più possibile COVID free**, non solo per il problema reale quanto piuttosto per una forma di commemorazione del tragico evento non nei termini di un "monumento ai caduti", ma una modalità pro-attiva, pensando cioè ad un modello/prodotto turistico/culturale che guarda al futuro.
 - ✓ l'evoluzione dei processi di fruizione turistica in atto, sempre più orientata alle **dinamiche slow e all'ecosostenibilità**. Un intervento con queste caratteristiche può risultare altresì efficace, in un contesto come quello di Bergamo e Brescia, per **migliorare la percezione diffusa del territorio come luogo prettamente industriale, fortemente urbanizzato e caratterizzato da elevati livelli di inquinamento**, contribuendo ad accompagnare le

azioni correttive già intraprese a livello locale. Il prodotto “**cammino lento**” si è dimostrato essere **un driver eccellente sia in termini di incremento delle presenze turistiche e di ricadute economiche**, che di capacità di formalizzare partenariati su ampia scala, come presupposto indispensabile per condividere la riprogettazione di asset territoriali per lo sviluppo socio-economico locale

Su questi fondamenti si basa il **L'IDEA PROGETTUALE:**

un Cammino lento, a tappe, con una percentuale minima di asfalto, immerso nella natura, che unisca le due città Capitali Italiane della Cultura, che attraversi e congiunga idealmente il territorio che le divide creando una nuova realtà in grado di rappresentare e valorizzare l'identità culturale e il patrimonio naturale che possiedono.

Lo strumento del Cammino appare idoneo al perseguimento degli **OBIETTIVI SPECIFICI** individuati:

- **Incrementare la proposta di fruizione turistica sostenibile del territorio bergamasco e bresciano**, finalizzando in un percorso condiviso le progettualità già esistenti e rendendo effettive le potenzialità espresse dai territori locali che separano le due città, in primis la fascia collinare pedemontana;
- **Rafforzare l'identità territoriale locale del territorio interessato**, risvegliando e consolidando il senso di appartenenza delle comunità ai propri luoghi, al contesto naturalistico e culturale che li ospita, ai valori e alle tradizioni di una terra.

A cascata il raggiungimento degli obiettivi specifici attraverso lo sviluppo di un progetto di questo tipo può contribuire al perseguimento di una serie di **OBIETTIVI GENERALI:**

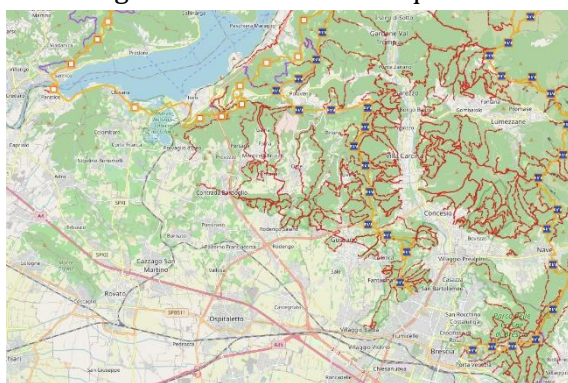
- **alimentare il processo condiviso di gestione ambientalmente sostenibile del territorio tra Brescia e Bergamo:** si tratta di un'evoluzione, come dimostrato, in grado di generare rispetto alle comunità locali un'aumentata consapevolezza e sensibilità degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile e un innalzamento indiretto del livello complessivo di qualità della vita; rispetto al potenziale visitatore/turista, una percezione green del territorio bresciano e bergamasco, con conseguente intercettazione di nuovi target di visitatori oggi non del tutto coltivati e, conseguentemente, la valorizzazione economica di un potenziale ad oggi non totalmente espresso.
- **valorizzare maggiormente il patrimonio culturale e naturalistico del territorio che unisce Brescia e Bergamo**, garantendo in primo luogo un incremento delle occasioni di visita nel territorio interessato dal progetto, andando a toccare, quindi, aree naturalistiche e emergenze culturali sconosciute a determinati target di visitatori, attraverso uno strumento, il Cammino lento, in grado di consentire di estendere la durata media attuale dei soggiorni e di spalmarli su un territorio più esteso. A lungo termine, pertanto, si può auspicare un'incrementata occupazione nel settore culturale e turistico locale e una crescita del numero delle imprese culturali e turistiche nel territorio interessato dal progetto.
- **contribuire al processo di rafforzamento dell'identità territoriale locale** indebolita dai locali fenomeni di consumo del suolo e urbanizzazione e dai generali effetti dei processi di globalizzazione, favorendo l'irrobustimento della coesione sociale della comunità locale e l'incremento della capacità dei residenti di percepire e valutare correttamente le disuguaglianze e il contesto storico complesso in cui viviamo, conducendo a lungo termine ad un incremento del senso di appartenenza al territorio, a un conseguente decremento dei fenomeni di disagio sociale e al contenimento delle disuguaglianze sociali.

5.2 Stato dell'arte attuale e analisi SWOTT

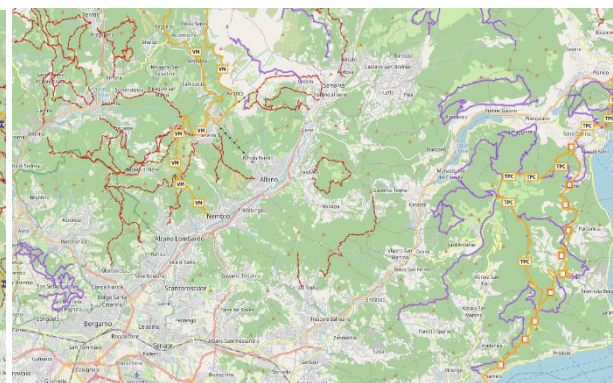
Allo stato dell'arte attuale il **progetto è in una fase di sviluppo**. L'itinerario è in fase di definizione e sono state già vagliate e concretamente percorse a piedi differenti ipotesi di tracciato e sono state identificate le migliori tracce e le tappe intermedie, con relativo test su fattibilità e rispondenza alle finalità che il Cammino si propone.

Il lavoro di **studio e ricerca del percorso** ha tenuto conto dei seguenti aspetti:

- **Requisiti del tracciato necessari al fine di rendere il Cammino idoneo al futuro inserimento nell'Atlante dei Cammini d'Italia.** Il MIBACT definisce i Cammini *"itinerari culturali di particolare rilievo europeo e/o nazionale, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile, e che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio naturale e culturale diffuso, nonché una occasione di valorizzazione degli attrattori naturali, culturali e dei territori interessati"* e individua, sotto il profilo prettamente geo-tecnico, i seguenti requisiti del Cammino al fine di un inserimento nella **rete nazionale**:
 - ✓ Percorso fisico lineare e fruibile in sicurezza;
 - ✓ Percentuale di strade asfaltate non superiore al 40%;
 - ✓ Tappe dotate di tutti i servizi di supporto al camminatore;
 - ✓ Servizi di alloggio e ristorazione entro 5 km dal Cammino.
- **Utilizzo esclusivo di sentieri e vie già esistenti:** il territorio che divide Brescia e Bergamo è attraversato da un fitto reticolo di sentieri già fruibili e mantenuti che consentono di poter collegare i due capoluoghi senza necessità di aprire nuove vie, utilizzando e raccordando i sentieri già tracciati e utilizzati quotidianamente a livello locale o sovra-locale.



Estratto sentieri Brescia – Bergamo

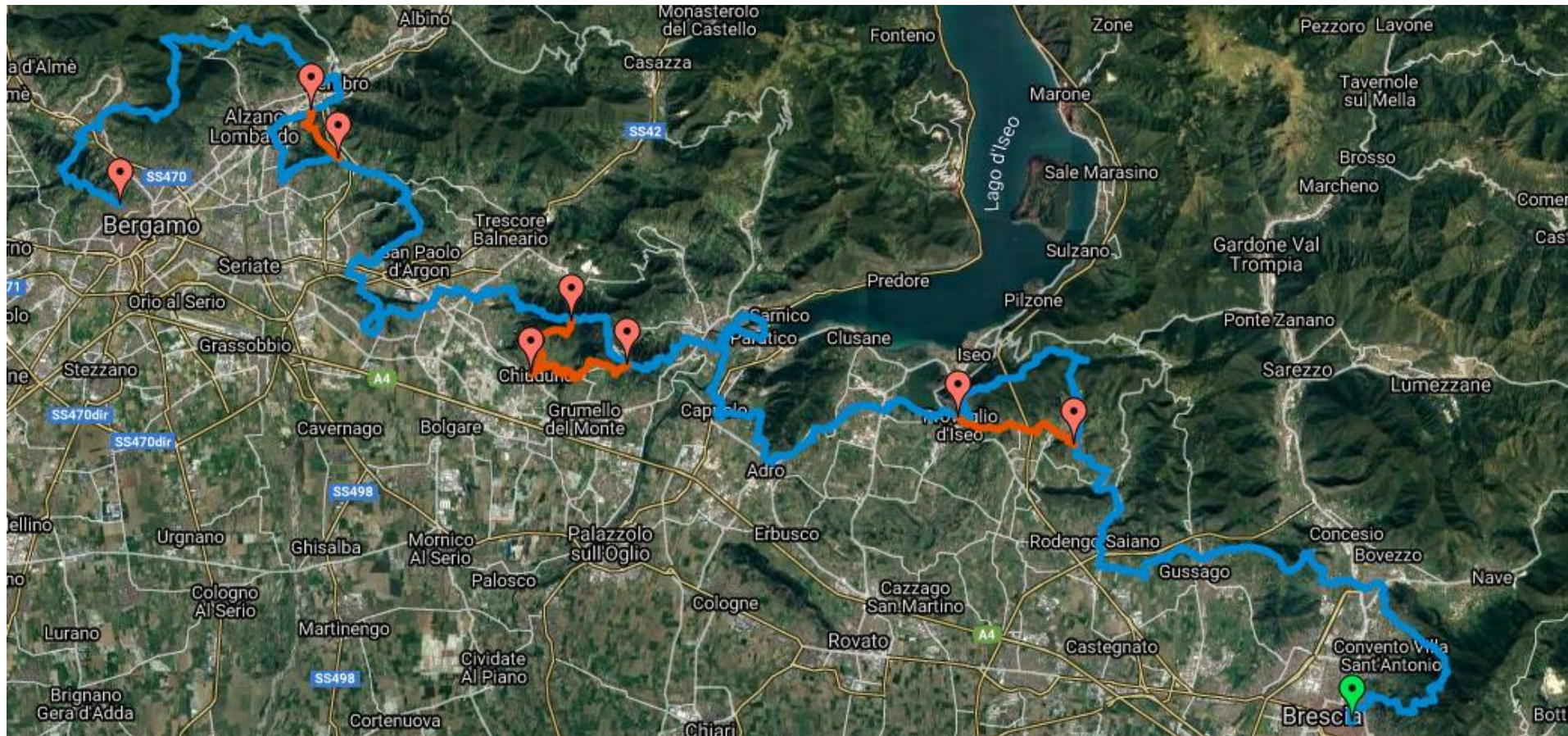


Estratto sentieri Lago d'Iseo – Bergamo

- **Grado di difficoltà:** si ritiene opportuna una difficoltà complessiva moderata che asseconi l'opportunità di percorrenza da parte di uno spettro di fruitori più ampio possibile, pertanto una lunghezza di ogni singola tappa non superiore a n. 30 km, con un dislivello massimo per tappa non superiore ai n. 7-800 m.
- **Tempo di percorrenza complessivo dell'itinerario:** il percorso vuole stimolare nel visitatore il desiderio di una più estesa permanenza: complessivamente si ritiene opportuna una durata complessiva non superiore a n. 8 giorni – tappa, in linea con la media di tempo di percorrenza dei cammini presi in considerazione evidenziata dalle più recenti ricerche (*Terre di Mezzo, "Italia Paese di cammini"*), permettendo di prolungare la visita dei due capoluoghi in un lasso di tempo consono.
- **Luoghi attraversati e opportunità di valorizzazione:** il percorso vuole unire le due città partendo e arrivando nei due luoghi Patrimonio UNESCO delle due città: il Complesso Santa Giulia di Brescia e Città Alta a Bergamo. Il tracciato intende attraversare aree naturalistiche di pregio, luoghi che testimoniano l'identità territoriale locale, emergenze artistiche e

architettoniche già consolidate, ma soprattutto testimonianze del patrimonio culturale locale “minore”, solo parzialmente interessate dai flussi turistici tipici, alle quali offrire una visibilità.

Da questi presupposti e requisiti, è stato individuato il seguente **tracciato, con relative varianti**, che consente di unire le due città nel rispetto dei requisiti reputati necessari e sopra riportati.



L'ipotesi di tracciato

L'ipotesi di percorso **ha una lunghezza di circa n. 130 km**, si snoda quasi esclusivamente su sentieri e strade sterrate, prevalentemente nella fascia collinare che divide le montagne dalla pianura.

È suddivisibile in n. 6/8 tappe da circoscrivere e attraversa un territorio in grado di rappresentare uno spaccato ideale dell'identità delle due comunità.

L'itinerario nella sua prima ipotesi attraversa:

- i due capoluoghi di Provincia;
- oltre 30 comuni, con il rispettivo patrimonio culturale: Collebeato, Concesio, Cellatica, Gussago, Rodengo Saiano, Ome, Monticelli Brusati, Iseo, Provaglio di Iseo, Corte Franca, Adro, Capriolo, Paratico; Sarnico, Credaro, Villongo, Gandosso, Castelli Calepio, Grumello del Monte, Chiuduno, Carrobbio degli Angeli, Gorlago, Montello, Costa di Mezzate, Bagnatica, Brusaporto, Albano S. Alessandro, San Paolo D'Argon, Torre de' Roveri, Scanzorosciate, Villa di Serio, Nembro (e la sua frazione Lonno), Alzano Lombardo (Frazioni di Brumano - Burro - Olera), Ranica, Ponteranica.
- n. 2 siti UNESCO: le mura venete della città alta di Bergamo e il complesso monastico di San Salvatore-Santa Giulia a Brescia;
- n. 2 parchi regionali (Parco dei Colli di Bergamo e Parco Regionale Oglio Nord), n. 1 Parco Locale di Interesse Sovracomunale (Parco delle Colline di Brescia) e n. 1 riserve regionali (Torbiera del Sebino), oltre a diverse altre aree di interesse naturalistico
- n. 3 aree vitivinicole DOC-DOCG (la Franciacorta, la Val Calepio, le Terre del Vescovado)
- n. 2 Strade del Vino (Strada del Vino di Franciacorta e Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca) promosse dalle rispettive associazioni deputate alla fruizione sostenibile del territorio interessato;
- l'intersezione con n. 6 altri Cammini o percorsi di rilevante importanza: l'Antica Via Valeriana, il Sentiero 3V, il Cammino di Santa Giulia, il sentiero Verde dell'Oglio, la Via Mercatorum, l'Alta via Delle Grazie.
- Aree caratterizzate da eccellenze artigianali e distretti produttivi che rappresentano l'identità operosa del territorio.

Si riporta di seguito un primo quadro SWOT dell'idea progettuale rispetto al quadro degli obiettivi da raggiungere, di cui tener conto **ai fini dell'elaborazione del progetto definitivo**.

Punti di forza	Punti di debolezza
<p>Presenza di un fitto reticolo di sentieri già fruibili nel territorio che si frappono tra le due città: cantierabilità avanzata</p> <p>Idoneità ad estendere i benefici dell’iniziativa <i>Capitale Italiana della Cultura</i> al di fuori dei confini delle due città: ricadute diffuse su un’area vasta</p> <p>Progettualità di tipo permanente che non termina al 31/12/ 2023: ricadute protratte nel tempo</p> <p>Capacità di decongestionare e destagionalizzare i flussi turistici del territorio</p> <p>Alto valore simbolico rispetto alle motivazioni della nomina delle due città a <i>Capitali Italiane della Cultura</i></p> <p>Sostenibilità ambientale della proposta</p>	<p>Sostenibilità economica del progetto a medio/lungo termine</p> <p>Area d’intervento molto vasta e numero di stakeholders elevato: processo di condivisione ad alta portata</p> <p>Percezione di due città industriali che offusca la parte naturalistica</p> <p>Competizione con altri cammini già noti: identità del cammino da costruire e valorizzare</p>
Opportunità	Minacce
<p>Costante crescita (+22% annuo) del “prodotto cammino” e dello slow tourism</p> <p>Presenza di enti sovra territoriali (Enti Parco, Distretti del Commercio, GAL, Sistemi Culturali, Distretti produttivi e Consorzi, Unioni di Enti Locali) che possono far sintesi, facilitare il processo concertativo e capillarizzare la diffusione dei benefici</p> <p>Area facilmente raggiungibile e concentrazione di infrastrutture di trasporto pubblico</p>	<p>Progetti analoghi si sono rivelati fragili, se non creati e condivisi dal basso</p> <p>Possibile degrado e abbandono del percorso</p>

I punti di forza del progetto e le opportunità offerte dal contesto esterno in grado di riflettersi positivamente su di esso **costituiscono le fondamenta del progetto stesso e le leve di sviluppo.**

I punti di debolezza e le minacce esterne sono i **fattori negativi da rimuovere e mitigare** attraverso le modalità d'intervento. Le n. 2 principali negatività emerse sono:

- **Competizione con altri cammini già noti in Italia e all'estero:** l'identità del cammino va costruita e valorizzata. Le esperienze italiane e internazionali si riconducono, come visto, principalmente a due tipologie: i cammini religiosi o di fede, legati spesso a antichi percorsi di pellegrinaggio consolidati, e a cammini legati a un tematismo culturale o naturalistico. Il Cammino lento è un trend in crescita, ma per questo motivo, ai fini dell'attrattività dell'iniziativa, il contesto dei competitors è fortemente concorrenziale. Il patrimonio materiale e immateriale del percorso dovrà essere necessariamente oggetto di un processo di valorizzazione per quanto possibile inedito, tale da identificare e connotare il cammino rispetto a quelli esistenti: l'arte e la cultura possono giocare un ruolo determinante in questa direzione.
- **Sostenibilità nel lungo periodo e fragilità di esperienze analoghe:** è necessaria una forte e capillare condivisione con i portatori d'interesse del progetto, condizione indispensabile per garantire le condizioni di sostenibilità a lungo termine ed evitare degrado e abbandono del percorso.

Lo stato dell'arte sopra esposto costituisce il punto di partenza: **il progetto di seguito esposto rappresenta il punto di arrivo**, riconducibile ad un Cammino lento tra Brescia e Bergamo effettivamente fruibile e valorizzato.

Il Cammino **va sostanzialmente reso:**

- **Definito nel tracciato**, il quale dovrà essere reso definitivo e geo-referenziato;
- **Pienamente fruibile**, ossia in grado di poter garantire tutte le condizioni idonee alla sua percorrenza e ad un'esperienza positiva;
- **Promosso e comunicato verso il target di riferimento individuato.**

Al fine di rimuovere le negatività espresse dall'analisi SWOT il Cammino **dovrà inoltre essere:**

- **Condiviso territorialmente con il sistema dei portatori d'interesse;**
- **Valorizzato culturalmente, anche al fine di dotarlo di una riconoscibilità e di una peculiarità forte rispetto alla concorrenza dei Cammini già noti.**

5.3 Vision: un Cammino contemporaneo e artistico attraverso le colline

Il **Cammino tra Brescia e Bergamo** vuole esaltare in un unico percorso luoghi meno conosciuti, valorizzarli in chiave sostenibile e mostrare l'altro volto delle due città.

Un volto senza asfalto, dove vince la natura e la lentezza. Un cammino che diventa **un'esperienza lontana dalle logiche del profitto e del consumo fine a se stesso**, in bilico sulle colline che dividono le due città. Un viaggio tra "l'inferno" di territori che sono stati anche sfruttati e deturpati e il paradiso dell'equilibrio della natura: il camminatore si pone nel mezzo, perché anch'esso è parte integrante di questo sistema e le colline diventano un ipotetico purgatorio in cui espiare i propri "peccati" attraverso la fatica ed il bello che si può ricevere da questo viaggio, apparentemente lontano dalla civiltà, ma in realtà vicinissimo.

Attraverso il cammino, il paesaggio di colline e colli e vigneti si unisce, come fosse un unico prodotto naturalistico che racchiude al suo interno le iniziative già create e i sentieri già viventi, **offrendo nuova e unica grande visione.**

Un Cammino che sia **un'arteria verde attraverso la quale valorizzare anche le innumerevoli vie escursionistiche e i percorsi esistenti** (es. *L'Antica Via Valeriana* a Brescia o la *Via Mercatorum* di Bergamo), fatto di paesaggi collinari, lacustri e prealpini, e zone diverse dalle classiche mete turistiche.

Una nuova Via, capace di attirare e coinvolgere la collettività a livello non solo locale e nazionale, ma internazionale, come già altri Cammini hanno dimostrato di saper fare.

Mettere in dialogo Brescia e Bergamo, aumentando le potenzialità di attrattiva locale e internazionale dei beni artistici meno conosciuti che già possiedono, amplierà l'offerta culturale stessa delle due città, ne arricchirà l'identità e rilancerà la storia e le tradizioni, attirando un pubblico anche giovane e internazionale.

L'emergenza sanitaria in corso ha richiesto e richiede un modo di ripensare gli spazi e la socialità e **il Cammino assolve in pieno questa funzione: un modo di decongestionare, destagionalizzare, allungare i periodi di permanenza**, proponendo un'offerta turistica e culturale sempre più vasta e diffusa, valorizzando le bellezze delle città e dei territori attraversati per raggiungerle.

E per connotarsi e distinguersi dai cammini già esistenti, all'arte che già possiede aggiunge una nuova linfa, contemporanea.

Al fine di caratterizzarlo fortemente si vuole, infatti, dare ancora più visibilità ai luoghi attraversati attraverso linguaggi artistici (arti visive, teatro, letteratura e musica) che ne incarnino i valori: il rapporto tra uomo e natura, tra uomo e territorio, tra passato e presente. Creando così un cantiere creativo, un palco a cielo aperto, lungo 100 chilometri che lo identifichi e lo renda ancora più prezioso.

Si ritiene opportuno avviare il processo di valorizzazione artistica **attraverso le arte visive**: le potenzialità offerte dai linguaggi dell'**arte contemporanea** giocano un **ruolo strategico**, in quanto capaci di interpretare e **rendere fruibile dalla prospettiva del presente il passato** e di **esaltare le peculiarità storiche, sociali e ambientali del territorio** attraverso l'impatto visivo e la potenza comunicativa delle loro forme.

Il cammino lento e l'opera d'arte presentano correlazioni stimolanti e diversi elementi in comune: percorrere le tappe di un cammino o ammirare un'opera d'arte presuppongono di concederci e di ritagliarci un tempo opportuno per poterlo fare. Il cammino lento e l'opera d'arte offrono entrambi una chiave nuova per scrutare all'interno e all'esterno di noi, secondo prospettive e punti di vista inediti o diversi, accrescendo la capacità di interpretare noi stessi e il mondo complesso che ci circonda. Favoriscono entrambe il momento della contemplazione e non possono prescindere da un presupposto, quello della libertà, sul quale sia il camminatore che l'artista fondano il proprio gesto, la propria azione. Infine sono entrambe modalità preziose di dialogo dell'identità di un luogo o di un territorio.

Il Cammino prevederà per questo il **posizionamento di opere d'arte contemporanea a carattere permanente, ispirate ai valori del cammino, alla natura e all'identità dei luoghi: un progetto unico al mondo, il primo parco di opere d'arte a cielo aperto tra due città.**

Il progetto, quindi, è in grado di essere:

- Fortemente **SIMBOLICO su diversi livelli**: il simbolismo di può declinare nell'unione fisica e narrativa delle le due città e nel superamento dei confini fisici, storici e "campanilistici"; nella **commemorazione del superamento dell'evento tragico** che le ha tristemente accomunate e nella proposta di un driver di valorizzazione territoriale *covid free*; in una **riflessione sul rapporto dell'uomo con il prezioso territorio che lo ospita**, in un'area fortemente critica sotto il profilo dell'inquinamento ambientale e dell'antropizzazione;
- uno strumento di **RIFLESSIONE e SENSIBILIZZAZIONE**, quindi, su uno sviluppo sostenibile, in un territorio che ha assistito per decenni a processi di urbanizzazione, deturpazione paesaggistica e inquinamento, che può contribuire alle progettualità in corso promosse dagli enti locali.
- **PERMANENTE**: le risorse verranno investite nello *start up di una progettualità* che nasce per proseguire dopo il 31/12/2023, dando origine ad un'iniziativa che può contribuire

- compiutamente al proseguo del percorso di crescita turistica già in atto nei due territori e alla creazione di “un contenitore” culturale condiviso;
- aderente agli **OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA CAPITALE ITALIANA DELLA CULTURA** di **rafforzare gli attrattori culturali per lo sviluppo di flussi turistici**, anche in termini di destagionalizzazione delle presenze e di **perseguire la sostenibilità ambientale** così come indicato dall'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU, e coerente con i **PARADIGMI POSITIVI CHE L'ESPERIENZA DI MATERA 2019 ha messo in luce**, in primis l'opportunità di **estendere l'onda lunga dei benefici dell'iniziativa al di fuori dei confini delle città e di creare una struttura, in termini di stakeholders coinvolti, presupposto indispensabile per future progettazioni**;
 - **SLOW e SOSTENIBILE**, in linea sia con la tendenza futura nelle modalità di fruizione turistica di un territorio, sempre in maggior misura fondate sul valore della lentezza, sia con la necessità di ridurre l'impronta ecologica di un territorio già fortemente interessato da criticità ambientali, migliorandone contestualmente la percezione da parte del residente e del visitatore;
 - Ad **elevato valore** in termini di **VALORIZZAZIONE CULTURALE DEL TERRITORIO e della sua IDENTITÀ**: il percorso diventerà teatro di produzioni culturali (arte visiva, letteratura, teatro, musica) che consentiranno non solo di aumentare le occasioni di visita, ma anche di agevolare il processo di approfondimento dell'identità locale da parte delle comunità interessate. Si partirà con l'arte contemporanea, una modalità ritenuta efficace per caratterizzare il percorso rispetto ad altre proposte esistenti.

5.4 Descrizione del progetto: piano d'azione e articolazione degli interventi

Il piano d'azione è strutturato in modo da raggiungere l'OBIETTIVO OPERATIVO di sviluppare un Cammino lento tra Brescia e Bergamo, rendendolo pienamente fruibile e valorizzato, e gli OBIETTIVI SPECIFICI, intesi come beneficio per i destinatari del progetto stesso.

Sono state quindi individuate una serie di **AZIONI da realizzarsi su base triennale (2021 - 2023)** corrispondenti ad altrettante **aree d'intervento** reputate necessarie e funzionali all'obiettivo operativo:

1. **PROJECT MANAGEMENT E MONITORAGGIO**
2. **INDIVIDUAZIONE E DEFINIZIONE DEL TRACCIATO del CAMMINO;**
3. **MESSA IN FRUIBILITÀ DEL CAMMINO;**
4. **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE DEL CAMMINO;**
5. **VALORIZZAZIONE CULTURALE DEI LUOGHI DEL CAMMINO;**
6. **CONDIVISIONE DEL CAMMINO CON I PORTATORI D'INTERESSE.**

Ciascuna AZIONE è stata **declinata in specifici INTERVENTI** che ne consentono il completamento.

La scomposizione e parcellizzazione del progetto in azioni e singoli interventi consente sia un processo puntuale di monitoraggio d'efficacia e di efficienza rispetto allo stato d'avanzamento complessivo e ai risultati da raggiungere, permettendo più semplicemente di isolare e risolvere eventuali criticità; sia un'eventuale e più agevole attribuzione e presa in carico di pacchetti di lavoro a terzi soggetti (stakeholders) interessati a condividere la visione e gli obiettivi del progetto.

OBIETTIVO OPERATIVO	Implementazione di un Cammino lento Brescia e Bergamo fruibile e valorizzato				
AZIONI	Individuazione e definizione del tracciato del Cammino	Messa in fruibilità del Cammino	Promozione e comunicazione del Cammino	Valorizzazione culturale del Cammino	Condivisione del Cammino con gli stakeholders
INTERVENTI	Ricerca, studio e definizione del percorso	Redazione e stampa della cartografia del cammino	Studio e ideazione del brand del cammino e dell'immagine coordinata	Arti visive: realizzazione e curatela di opere e installazioni artistiche lungo il Cammino	Promozione di un protocollo d'intenti tra gli enti interessati dal cammino
	Tracciamento GPS	Messa in rete del sistema dei servizi per il fruitore	Realizzazione del sito web dedicato	Teatro: teatro in Cammino	Redazione e condivisione con gli operatori dei servizi di una carta etica dell'accoglienza
		Posa di segnaletica sul percorso	Produzione del materiale video e fotografico per l'utilizzo nei canali comunicativi	Musica: festival delle colline	Strutturazione di una rete di volontari del Cammino
		Realizzazione, produzione stampa delle credenziali del cammino	Apertura dei canali social	Letteratura: reading e narrazioni lungo il cammino	Realizzazione di educational per scuole
		Redazione e stampa di una guida dedicata	Attività di press e digital strategy		
		Sviluppo di un'APP del Cammino	Creazione associazione di scopo per la promozione e valorizzazione del Cammino		
			Deposito di un marchio e di un regolamento d'uso		

All'interno di ogni singola azione **sono stati individuati interventi:**

- ✓ **PRIORITARI:** sono reputati come **indispensabili e non posticipabili** al fine di poter contribuire al raggiungimento dell'obiettivo operativo nei tempi progettuali, rispetto all'azione da realizzare. In particolare: il Cammino va tracciato e dotato dei requisiti essenziali di fruibilità affinché possa iniziare ad essere percorso e adottato in primis dai residenti e dai cittadini Bergamaschi e Bresciani. La promozione e la comunicazione del cammino è imprescindibile nelle forme minime necessarie a renderlo fruibile, posizionarlo e promuoverlo verso il target di

riferimento. La valorizzazione culturale verrà avviata, in occasione dell'iniziativa Bergamo e Brescia Capitali Italiane della Cultura 2023, attraverso l'impatto delle arti visive.

- ✓ **SECONDARI:** sono ritenuti **prorogabili in una fase successiva allo start up**. La pubblicazione di una guida e lo sviluppo di un'APP devono essere rimandate a Cammino consolidato, rodato e valorizzato attraverso le arti visive contemporanee. La creazione di un itinerario artistico garantirà i presupposti per ulteriori sviluppi, attraverso altre forme artistiche: il teatro in Cammino, un Festival delle Colline, reading e narrazioni lungo il cammino, sono solo alcune delle molteplici forme attraverso le quali contribuire a valorizzare i luoghi attraversati dall'itinerario e la loro identità culturale.

AZIONI	Individuazione e definizione del tracciato del Cammino	Messa in fruibilità del Cammino	Promozione e comunicazione del Cammino	Valorizzazione culturale del Cammino	Condivisione del Cammino con gli stakeholders
	Ricerca, studio e definizione del percorso	Redazione e stampa della cartografia del cammino	Studio e ideazione del brand del cammino e dell'immagine coordinata	Arti visive: realizzazione e curatela di opere e installazioni artistiche lungo il Cammino	Promozione di un protocollo d'intenti tra gli enti interessati dal cammino
	Tracciamento GPS	Messa in rete del sistema dei servizi per il fruitore	Realizzazione del sito web dedicato	Teatro: teatro in Cammino	Condivisione con gli operatori dei servizi per la fruizione di una carta etica dell'accoglienza
INTERVENTI PRIORITARI		Posa di segnaletica sul percorso	Produzione del materiale video e fotografico per l'utilizzo nei canali comunicativi	Musica: festival dei colli e delle colline	Strutturazione di una rete di volontari del Cammino
INTERVENTI SECONDARI		Realizzazione, produzione e stampa delle credenziali del cammino	Apertura dei canali social	Letteratura: reading e narrazioni lungo il cammino	Realizzazione di educational per scuole
		Redazione e stampa di una guida dedicata	Attività di press e digital strategy		
		Sviluppo di un'APP del Cammino	Creazione associazione di scopo per la promozione e valorizzazione del Cammino		
			Deposito di un marchio e di un regolamento d'uso		

Si riporta di seguito il **quadro complessivo degli interventi prioritari** da realizzare che compongono di fatto il **piano d'intervento del progetto**, con il **cronoprogramma complessivo**.

AZIONE	INTERVENTI		SPESA PREVENTIVA IN €	1° semestre 2021	2° semestre 2021	1° semestre 2022	2° semestre 2022	1° semestre 2023	2° semestre 2023
Project management e monitoraggio	0.1	Project management e monitoraggio	45.000,00 €						
Definizione del tracciato	1.1	Ricerca, studio e definizione del percorso	10.000,00 €						
	1.2	Tracciamento GPS	15.000,00 €						
Messa in fruibilità del Cammino	2.1	Redazione e stampa della cartografia del cammino	10.000,00 €						
	2.2	Creazione e posa di segnaletica sul percorso	20.000,00 €						
	2.3	Messa in rete del sistema dei servizi per il fruitore	10.000,00 €						
	2.4	Realizzazione, produzione e stampa delle credenziali del cammino	5.000,00 €						
Promozione e comunicazione del Cammino	3.1	Studio e ideazione del brand del cammino e dell'immagine coordinata	5.000,00 €						
	3.2	Realizzazione del sito web dedicato	20.000,00 €						
	3.3	Produzione del materiale video e fotografico per l'utilizzo nei canali comunicativi	50.000,00 €						
	3.4	Apertura e gestione dei canali social	35.000,00 €						
	3.5	Attività di press e digital strategy	50.000,00 €						
	3.6	Creazione associazione di scopo per la promozione e valorizzazione del Cammino	4.000,00 €						
	3.7	Deposito di un marchio	1.500,00 €						
Valorizzazione dei luoghi del Cammino	4.1	Arti visive: realizzazione e curatela di opere e installazioni artistiche lungo il Cammino	816.000,00 €						
Condivisione del Cammino con i portatori d'interesse	5.1	Promozione di un protocollo d'intenti tra gli enti territoriali interessati dal cammino	1.000,00 €						
	5.2	Strutturazione di una rete di volontari del cammino	2.000,00 €						
	5.3	Redazione e condivisione con gli operatori dei servizi per la fruizione di una carta etica dell'accoglienza	1.500,00 €						
			1.101.000,00 €						

Piano complessivo e cronoprogramma d'intervento

Il piano d'intervento si **sviluppa nell'arco di un triennio (2021- 2023)** e la logica dell'intervento prevede che il Cammino sia già percorribile e rodato prima del momento strategico 2023.

Per questo motivo l'AZIONE 1 (Definizione del tracciato), l'AZIONE 2 (Messa in fruibilità del Cammino) e l'AZIONE 3 (Promozione e comunicazione del Cammino) dovranno concludersi necessariamente entro il 2° semestre 2022, per consentire al cammino di essere già percorribile, rodato e pienamente fruibile, in primis dai residenti e cittadini di Bergamo e Brescia, e già comunicato e promosso al target di riferimento in occasione dell'iniziativa *Bergamo e Brescia Capitali Italiane della Cultura 2023*.

Contestualmente si lavorerà sull'AZIONE 4 (Valorizzazione dei luoghi del Cammino) attraverso l'intervento di Realizzazione di opere e installazioni artistiche a cielo aperto: verranno selezionati gli artisti che andranno a ideare le loro opere e definiti i luoghi dove esse verranno realizzate. Saranno allestite le varie opere d'arte lungo le tappe del Cammino e alcune di esse saranno inaugurate.

L'AZIONE 5 (Condivisione del Cammino con i portatori d'interesse) si svilupperà nei diversi interventi lungo tutto il triennio.

L'AZIONE 1 (project management e monitoraggio) accompagnerà il progetto per tutta la sua durata garantendone il monitoraggio continuo.

AZIONE 0. PROJECT MANAGEMENT E MONITORAGGIO

È l'azione di supporto alle decisioni dello staff nel corso dello svolgimento del progetto: ha lo scopo di tenere traccia dei progressi ottenuti dalle azioni intraprese in termini di costi, risorse impiegate, attività realizzate ed effetti prodotti.

Si tratta di un'attività continua ed essenziale per controllare quanto si sta realizzando: **consentirà di tenere sotto controllo il progetto nella fase di attuazione** e, se necessario, ridisegnarne le attività.

Si riconduce al seguente intervento:

INTERVENTO 0.1 - Project management e monitoraggio

Il sistema di monitoraggio **muoverà su n. 2 piani**:

- **Piano dell'efficienza**, riconducibile alle attività da realizzare, ai tempi di esecuzione e alle risorse impiegate.

È finalizzato a verificare che le attività e gli interventi previsti dal programma di distretto siano stati regolarmente realizzati secondo le modalità contemplate e concordate, in modo da valutare la necessità di porre in essere eventuali azioni correttive.

A cadenza bimestrale per ciascun intervento verrà verificata la relativa scheda di monitoraggio d'efficienza che riporterà i seguenti dati:

- ✓ % tempo di realizzazione sulla tempistica totale prevista;
- ✓ % spesa sul totale del budget previsto per l'intervento;
- ✓ output/indicatori prodotti dall'intervento.

- **Piano dell'efficacia**, riconducibile alla verifica degli obiettivi individuati, siano essi operativi (risultati), specifico o generali.

È finalizzato a verificare che gli obiettivi individuati (operativi, specifico e generali) siano raggiunti, allo scopo di individuare e quantificare il cambiamento generato oppure di avere a disposizione dei dati certi sulla base dei quali comprendere progettare eventuali azioni correttive. Il monitoraggio avverrà a cadenza semestrale, lasso di tempo ritenuto fisiologicamente indicativo per la misurazione di un cambiamento.

Il piano di monitoraggio **prevede n. 3 momenti**:

- **costante revisione del progetto**: attraverso il monitoraggio verranno acquisite informazioni e dati per riflettere su quanto si sta realizzando e studiare modifiche e adattamenti delle attività di progetto;
- **riplanificazione**: la fase di attuazione del progetto implicherà probabilmente degli scostamenti rispetto a quanto inizialmente previsto. Diventerà così essenziale ripianificare in corso d'opera il progetto adattandolo alla realtà in cui si sta operando;
- **sistema di reportistica** (reporting): si tratta di una funzione cruciale attraverso cui fornire ai diversi attori-chiave (soprattutto agli enti finanziatori del progetto) report aggiornati sui progressi fisici e finanziari del progetto. Il sistema di reportistica in particolare, consentirà di:
 - ✓ informare i vari attori-chiave circa l'andamento del progetto rispetto a quanto inizialmente pianificato, segnalando le difficoltà incontrate e le azioni da intraprendere per superare tali difficoltà;
 - ✓ fornire una documentazione formale di quanto è stato realizzato mentre il progetto è ancora in fase di attuazione, per facilitare futuri controlli e valutazioni;
 - ✓ documentare tutti i cambiamenti occorsi nel periodo di attuazione del progetto e le conseguenti modifiche al budget iniziale;

- ✓ garantire la trasparenza del progetto rendendo accessibili ad un soggetto esterno tutte le informazioni sul suo svolgimento.

Il monitoraggio sarà eseguito direttamente dal team di progetto in seno all'associazione per la promozione e la tutela del Cammino, con il supporto di un professionista esterno.

AZIONE 1. DEFINIZIONE DEL TRACCIATO DEL CAMMINO

L'azione risponde alla necessità di tradurre l'idea preliminare di tracciato in un percorso definito e georeferenziato, rendendolo di fatto percorribile, in prima battuta proprio dai residenti e dalle comunità bergamasche e bresciane.

Si articola nei seguenti interventi:

INTERVENTO 1.1 - Ricerca, studio e definizione del percorso

Il tracciato del Cammino verrà licenziato nel suo percorso definitivo e dettagliato e la sua definizione terrà conto dei seguenti elementi/priorità:

- Requisiti del tracciato necessari al fine di rendere il Cammino idoneo al futuro inserimento nell'Atlante dei Cammini d'Italia;
- Utilizzo esclusivo di sentieri e vie già esistenti;
- Grado di difficoltà complessiva moderata;
- Tempo di percorrenza complessivo dell'itinerario non superiore a n. 8 giorni;
- Luoghi attraversati e opportunità di valorizzazione: lo studio del tracciato prediligerà l'attraversamento di aree naturalistiche di pregio, luoghi che testimonino l'identità territoriale locale, emergenze artistiche e architettoniche già consolidate, ma soprattutto testimonianze del patrimonio culturale locale "minore", solo parzialmente interessate dai flussi turistici tipici, alle quali offrire una visibilità.

Lo studio verrà effettuato su cartografia cartacea e digitale e attraverso ricerca bibliografica e comporterà:

- ✓ l'analisi teorica dei territori, della loro conformazione e lo studio della loro storia;
- ✓ la verifica di percorsi già tracciati e praticabili allo scopo di evidenziarne le possibili migliorie o di indicarne eventuali varianti, individuando strade e sentieri aperti tutto l'anno;
- ✓ l'individuazione "virtuale" di strade a scarso traffico veicolare, strade campestri, sentieri;
- ✓ l'analisi del dislivello e della lunghezza;
- ✓ il confronto con esperti del territorio per verificarne interesse e fattibilità;
- ✓ lo studio del patrimonio culturale già noto e anche non pienamente emerso, interessato dal tracciato stesso.

Individuato il tracciato la suddivisione in tappe verrà completata attraverso lo studio della capacità ricettiva o di passaggio. In base alle caratteristiche, per ogni tratta, sarà così identificato il relativo livello di difficoltà.

La fase di studio sarà seguita empiricamente dalla verifica sul campo del tracciato per verificare la rispondenza a quanto previsto teoricamente su carta.

INTERVENTO 1.2 - Tracciamento GPS

Sulla base dei risultati dello studio preliminare verrà avviata la fase operativa sul campo, articolata in sopralluoghi e prove di percorso.

Attraverso l'utilizzo di strumentazioni tecniche si procederà a:

- ✓ rilievo e verifica del percorso individuato in fase teorica preliminare;
- ✓ modifiche sulla base di anomalie riscontrate con la conformazione geografica reale e sociale del territorio;
- ✓ rilievo criticità eventuali: attraversamenti stradali, frane o smottamenti, pericoli reali o eventuali, attraversamento di proprietà private e simili;

- ✓ documentazione fotografica percorso: criticità, strutture di sosta e/o accoglienza, emergenze naturalistiche e storico-artistiche.

Si passerà poi alla fase della disamina dei dati che verrà fatta in collaborazione con professionisti del settore e che consiste in:

- ✓ confronto tra tracce GPS rilevate sulla cartografia disponibile e sovrapposizione dei dati acquisiti dall'effettiva percorrenza del Cammino;
- ✓ estrazione dati di georeferenziazione e creazione di tabelle Excel con i dati rilevati;
- ✓ creazione del grafico altimetrico;
- ✓ creazione tabelle distanze/tempi di percorrenza.

La fase finale prevederà la stesura di una relazione finale contenente: cartografia digitale, rilievi fotografici e dati GPS, eventuali problematiche evidenziate, ipotesi di problem solving, informazioni aggiuntive sulle strutture ricettive, informazioni culturali, indicazioni dei tratti per segnaletica.

Tutte le informazioni saranno necessarie e propedeutiche per identificare:

- ✓ le tracce GPS delle tappe definitive per i camminatori,
- ✓ la traccia del percorso definitivo per realizzazione cartografia cartacea scala 1:50.000,
- ✓ la collocazione della segnaletica.

AZIONE 2. MESSA IN FRUIBILITA' DEL CAMMINO

L'azione ha lo scopo di consentire la piena fruizione al camminatore, mettendo a disposizione tutti i supporti necessari a **garantire l'esperienza del Cammino**.

Il tracciato, come detto, utilizzerà sentieri e vie già percorribili e mantenute, non rendendosi necessari, pertanto, interventi infrastrutturali (sistemazione di sentieri, ponti o opere di messa in sicurezza dei percorsi): questa caratteristica rende di fatto teoricamente il Cammino già percorribile.

L'azione è pertanto finalizzata alla creazione del sistema dei beni e dei servizi di supporto al fruitore, in grado di metterlo nelle condizioni di poter percorrere il cammino nel modo più agevole possibile.

L'azione si articola nei **seguenti interventi**:

INTERVENTO 2.1 - Redazione e stampa della cartografia del cammino

La carta escursionistica in scala è il prodotto che nel tempo ha consolidato la "promozione organizzata" di diversi cammini. Il camminatore necessita di avere un contatto diretto con il territorio che sta attraversando.

Verrà affidata a professionisti nella realizzazione di mappe digitali e di cartografia.

Sarà sviluppata in scala dettagliata (1:50.000) e conterrà strutture ricettive e di ristorazione, altimetria, dislivelli, principali informazioni turistiche.

La carta verrà venduta al pubblico attraverso partner dell'Associazione e il ricavato servirà a sostenere il Cammino.

INTERVENTO 2.2 - Posa di segnaletica sul percorso

L'intervento prevede la realizzazione di un sistema di segnaletica coordinata, integrata e identificativa del percorso, articolata in:

- segnaletica principale: detta anche verticale, è costituita dalle tabelle poste all'inizio del sentiero e agli incroci più importanti che contengono informazioni sulle località indicando nome e quota del luogo di partenza o dei luoghi di destinazione con i tempi di percorrenza;
- segnaletica secondaria: segnavia di vernice, posti all'inizio e lungo il sentiero, su sassi o piante, riproducenti il logo del Cammino, utilizzati per indicare la continuità del sentiero e posti nelle immediate vicinanze dei bivi e ogni 2-300 metri se il sentiero è evidente, altrimenti a distanza più ravvicinata, tenendo in considerazione le caratteristiche ambientali e l'inserimento rispettoso nel luogo;

La realizzazione e posa della segnaletica verrà fatta in collaborazione con i Gruppi CAI del territorio e in collaborazione con i comuni attraversati.

INTERVENTO 2.3 - Messa in rete del sistema dei servizi per il fruitore

L'intervento, in concertazione con il sistema territoriale, prevede la strutturazione di un sistema dei servizi per il fruitore, sul quale quest'ultimo potrà far conto nell'esperienza del Cammino.

Il sistema dei servizi sarà costituito in prima battuta da:

- n. 2 presidi d'accoglienza del camminatore all'inizio e alla fine del Cammino (nelle città di Brescia e Bergamo) nei quali poter ricevere informazioni sul percorso da compiere, acquistare le credenziali, la cartografia del Cammino e l'eventuale merchandising;
- un sistema ricettivo convenzionato integrato e articolato in: strutture ricettive alberghiere (alberghi o hotel; residenze turistico-alberghiere; alberghi diffusi; condhotel) e non alberghiere (case per ferie, ostelli per la gioventù, foresterie lombarde, locande, case e appartamenti per vacanze, bed & breakfast; , rifugi e bivacchi, strutture all'aria aperta), con particolare attenzione alle piccole strutture che sposano i dettami della sostenibilità ambientale; proposte di ricettività

privata delle comunità locali che consenta di stringere un legame più forte tra camminatore e residente: AIRBNB, CouchSurfing (un servizio di scambio di ospitalità e servizio di rete sociale) e Gardensharing (una piattaforma online per trovare e affittare giardini e spazi all'aperto che privati - i Gardensharer - mettono a disposizione dei viaggiatori); proposte di ricettività pubblica low budget (foresterie comunali, spazi pubblici in cui poter campeggiare; ecc), anche mediante il recupero e la riconversione di edifici inutilizzati.

- un sistema di ristorazione convenzionato: ristoranti, agriturismo, bar e tavole calde

Il sistema coprirà tutto il tracciato del Cammino, garantendo strutture ricettive e ristorative per singola tappa tali da soddisfare inizialmente n. 20 potenziali fruitori giornalieri.

INTERVENTO 2.4 - Realizzazione, produzione e stampa delle credenziali del cammino

La credenziale nasce come certificazione data dall'autorità religiosa ai pellegrini di Cammino effettuato. Nel caso di cammini "non religiosi" si tratta sostanzialmente di uno strumento di promozione e di marketing e di un mezzo per monitorare le presenze.

La credenziale/lasciapassare attesta lo svolgimento di un viaggio a tappe - ogni volta che ne si completa una viene timbrato - e permette di accedere ad una scontistica sia nelle strutture ricettive convenzionate, sia per altri servizi a supporto della fruibilità del cammino e della scoperta del territorio (ingressi ai poli museali, acquisto di prodotti tipici, accesso ai mezzi pubblici).

Questo documento è per il camminatore un "riconoscimento" per il raggiungimento dell'obiettivo e l'ingresso in una community - processo di fidelizzazione - e per il Team di progetto un ottimo strumento per mappare e capire il target di tutte le persone che percorrono il Cammino.

La realizzazione della credenziale verrà affidata ad uno studio grafico e seguirà lo stile dell'immagine coordinata e del logo del Cammino. Verrà data, previa registrazione, a tutti i camminatori che ne fanno richiesta in formato digitale affinché la possano stampare in modo autonomo, oppure venduta da partner dell'Associazione in formato cartaceo.

Verrà stampata inizialmente in n. 2.000 copie.

AZIONE 3. PROMOZIONE E COMUNICAZIONE DEL CAMMINO

Cammini nati da molti anni hanno trovato celebrità dopo diverso tempo, non solo per il crescente interesse al turismo slow, ma perché hanno iniziato a valorizzarsi, comunicando.

Il passaparola oggi corre anche e soprattutto sul digitale, sui social network e su tutte le piattaforme virtuali di condivisione. Questo cammino ha l'ambizione di diventare conosciuto e condiviso in un tempo relativamente breve, per le sue particolarità, per il fatto di trovarsi perfettamente "pronto" al grande momento del 2023, per la sua mission e i suoi valori. Per questo punterà molto sul sapersi raccontare e diffondere. Lo storytelling del Cammino, sin dalla sua nascita, lo aiuterà a entrare subito in contatto con il suo target di riferimento: verranno utilizzati tutti i canali online e offline a disposizione, all'interno di una strategia generale di comunicazione e promozione.

L'azione si articola nei **seguenti interventi**:

INTERVENTO 3.1 - Studio e ideazione del brand del cammino e dell'immagine coordinata

Per dare un'identità chiara e definita al Cammino verrà progettato un logo che ne racconti filosofia, valori ed essenza. L'itinerario naturalistico e culturale tra Brescia e Bergamo necessita infatti di essere immediatamente riconoscibile e che i suoi fruitori ne capiscano e ne condividano il messaggio.

Si tratta di un processo complesso che, in collaborazione del team di progetto, verrà affidato ad un artista grafico o pittorico in grado di esprimerne in termini di immagini e parole il significato. Una volta definito, il passo successivo sarà quello di inserire il logo all'interno di un sistema visivo, all'interno di un'immagine coordinata che funga da guida per la realizzazione di tutti i supporti cartacei e digitali che vanno a comunicare il Cammino (credenziali – copertina guida e cartina – grafica del sito web – gadget e merchandising).

Il logo servirà quindi a consentire una immediata identificazione del Cammino, garantendo i valori sociali, etici, ambientali che lo caratterizzano e, contestualmente, costituirà la base del marchio che verrà depositato e regolamentato nell'utilizzo attraverso apposita azione dedicata.

Il logo sarà oggetto del marchio di cui all'intervento 3.7 - *Deposito di un marchio ed un regolamento d'uso*.

INTERVENTO 3.2 - Realizzazione del sito web dedicato

Il sito web rappresenta il principale strumento informativo e comunicativo per un Cammino. È lo spazio virtuale dove il camminatore trova tutte le informazioni necessarie per intraprenderlo. Per questo è necessario un Sito web con una infrastruttura in grado di supportare tutto ciò che è necessario per comunicare il Cammino. La sua realizzazione tecnica verrà affidata ad un'agenzia specializzata nella realizzazione di siti web, in grado di creare un prodotto che sia allo stesso tempo completo e di facile fruizione, curato nell'estetica e nei contenuti. Si ipotizza un sito multi-pagina, responsive e bilingue (italiano-inglese) dove confluiranno:

- ✓ Nascita, filosofia e spiegazione del Cammino
- ✓ Informazioni base da seguire per organizzazione Cammino (da dove partire – dove acquistare mappe e guide – norme di comportamento – dove ritirare credenziale)
- ✓ Descrizione tecnico-divulgativa di ogni singola tappa
- ✓ Tracce GSP del Cammino
- ✓ Sezione dedicata ai servizi ricettivi di pernottamento, ristorazione e servizi annessi che hanno aderito al Cammino
- ✓ Spazio informativo per aggiornare il camminatore in tempo reale
- ✓ Spazio Blog dove raccontare l'iter della creazione e della fruizione del Cammino e in seguito la sua valorizzazione

INTERVENTO 3.3 - Produzione del materiale video e fotografico per l'utilizzo nei canali comunicativi

Lo storytelling di un Cammino passa attraverso il racconto della sua nascita, creazione e fruizione.

Verrà commissionato ad un fotografo professionista l'attività di documentazione fotografica e video di tutte le fasi di realizzazione e sperimentazione dello stesso, in collaborazione con il team del Cammino.

La necessità di avere un archivio professionale di immagini sarà utile per tutti gli strumenti di comunicazione individuati: sito web - social media - guida - cartografia - ufficio stampa.

INTERVENTO 3.4 - Apertura dei canali social

I Cammini sono diventati celebri grazie al "passaparola". Oggi il "passaparola" corre sul binario dei social media e il racconto di un territorio non può più essere delegato ai soli rappresentanti istituzionali.

La vera leva viene da chi lo vive ogni giorno o chi lo scopre per la prima volta. Il camminatore si informa sui canali ufficiali, ma vuole contenuti onesti ed esperienziali, che siano in grado di coinvolgerlo e di farlo sentire parte di una comunità.

La strategia di marketing territoriale deve quindi fondarsi su questa dimensione collaborativa.

I canali scelti sono:

- ✓ Facebook: il canale della community che raggiunge target trasversali
- ✓ Instagram: il canale con un maggior input visivo, dove le fotografie sono sempre in primo piano

La strategia di apertura, gestione e contenuti dei canali social sarà affidata, in collaborazione con il team, ad uno specialista di digital strategies di marketing territoriale per identificare una strategia di lancio del Cammino.

La fase iniziale prevederà infatti l'individuazione del target e la sua macro segmentazione, la strutturazione del calendario editoriale per il lancio, creazione di una community.

INTERVENTO 3.5 - Attività di press e digital strategy

L'attività di promozione passa attraverso la diffusione del Cammino sugli organi di stampa cartacea e digitale. Per il lancio del Cammino ci si affiderà ad una agenzia di comunicazione specializzata in ufficio stampa di promozione territoriale.

L'intervento si articola nelle seguenti attività:

- ✓ Creazione Press kit Cammino
- ✓ Organizzazione di una conferenza stampa dedicata alla nascita del Cammino
- ✓ Redazione di comunicati stampa alle testate di settore e alle testate generaliste per le fasi cruciali del Cammino.

Il lavoro di media relations servirà a promuovere - e a far vivere il Cammino - tra tutte quelle figure (influencer e stakeholder) che si fanno portavoce di turismo etico, responsabile e che promuovono costantemente sui loro canali esperienze di viaggio sostenibili.

INTERVENTO 3.6 - Creazione associazione di scopo per la promozione e valorizzazione del Cammino

L'intervento prevede la costituzione da parte dei componenti del team di progetto di un'associazione senza scopo di lucro finalizzata esclusivamente alla promozione e alla tutela del Cammino.

L'associazione sarà iscritta al Registro Regionale Persone Giuridiche Private e si avvarrà della collaborazione di partner istituzionali e privati per la vendita di beni e servizi e di consulenti esterni per la messa in atto delle varie azioni.

L'Associazione avrà come scopo e finalità:

- ✓ Tutelare e promuovere il Cammino;

- ✓ Assistere il passaggio dei camminatori e favorire una migliore fruizione dell'itinerario, promuovendo progetti di valorizzazione, tutela, recupero e manutenzione del percorso;
- ✓ Incentivare un turismo sociale, culturale e consapevole, rispettoso dei luoghi e dell'ambiente;
- ✓ Favorire attraverso il Cammino la crescita personale e lo sviluppo della personalità, l'educazione del corpo, le pratiche salutari nelle giovani generazioni;
- ✓ Favorire il confronto interculturale con progetti didattico/educativi.

I soci fondatori saranno i componenti stessi del team di progetto.

INTERVENTO 3.7 - Deposito di un marchio ed un regolamento d'uso

Il claim/logo del Cammino, generato dall'intervento 3.1, confluirà in un marchio identificativo del "prodotto Cammino", che verrà depositato al fine di tutelarne l'uso corretto e autorizzarne l'impiego da parte dei potenziali utilizzatori.

Il Marchio verrà depositato presso l'Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Brescia e la titolarità delle attività connesse alla sua diffusione e tutela sarà in capo dell'Associazione senza scopo di lucro costituenda. Qualsiasi riproduzione non autorizzata del marchio territoriale, ovvero qualsiasi tentativo di imitazione o contraffazione, potrà in questo modo essere sanzionata secondo la normativa vigente.

Il marchio costituirà l'unico ed esclusivo segno di identificazione del Cammino in qualsiasi attività di tipo promozionale, comunicazionale e commerciale, costituendo il principale, unico ed esclusivo, segno di identificazione del progetto, da parte seguenti soggetti:

- ✓ Enti pubblici
- ✓ enti deputati al marketing turistico-territoriale;
- ✓ operatori e organizzazioni private operanti nella ricettività, nella ristorazione, nel turismo e nella promozione culturale

I beneficiari dell'uso del Marchio saranno iscritti in apposito registro tenuto presso la sede dell'Associazione che conterrà:

- ✓ il numero progressivo di iscrizione;
- ✓ la data di iscrizione;
- ✓ la denominazione e/o ragione sociale dell'azienda/ente;
- ✓ la denominazione del prodotto e/o servizio.

AZIONE 4. VALORIZZAZIONE CULTURALE DEI LUOGHI DEL CAMMINO

L'azione è strategica al fine di rafforzare la capacità dell'itinerario di offrire visibilità ai luoghi attraversati e di consentire una riflessione rispetto ai valori che l'itinerario incarna: il rapporto tra uomo e natura, uomo e territorio, passato e presente.

Sono state ipotizzate nel medio - lungo periodo n. **4 tipologie d'intervento**, corrispondenti ad altrettanti linguaggi artistici:

- **Arti visive: realizzazione di opere e installazioni artistiche a cielo aperto;**
- Teatro: il teatro in Cammino;
- Musica: un festival dei colli e delle colline;
- Letteratura: reading e narrazioni lungo il cammino.

Si ritiene opportuno avviare il processo di valorizzazione **attraverso le arti visive**.

Dalla pratica che ritroviamo nei dipinti dei Grand Tour che dal XVII secolo rappresentavano un momento fondamentale nella formazione e nell'arricchimento individuale, veri e propri percorsi che di tappa in tappa partivano da una città per tornare ad essa, dopo una immersione nelle arti, nella cultura e nella natura dei paesi attraversati, alle flânerie che tra fine Otto e primo Novecento diventano pratiche quotidiane di "passeggiata casuale e meravigliante", restituite sia dalle opere che dalle prime azioni artistiche di surrealisti e poi situazionisti; dalle vere e proprie forme di arte realizzata nel e con il territorio e con l'ambiente, ascrivibili alla Land Art e alle Earth Works, sino alle varie direzioni dell'arte urbana e dell'arte pubblica, che nel suo essere sito specifica chiede, a chi vuole visitarla, e prima ancora agli artisti, una esperienza di camminamento e di contatto profondo con l'identità naturale e culturale del posto nel quale l'opera è realizzata.



Marina Abramovic e Ulay, The Lovers, 1998

Il dialogo tra arte e territorio, a partire dalla metà del secolo scorso, si è esplicitato in Italia in diverse e significative esperienze, assistendo al diffondersi di installazioni urbane ed ambientali a testimonianza del significativo aumento di interesse verso quegli interventi che vertono sul rapporto arte-ambiente. Sono sorti numerosi, a livello nazionale, anche i *parchi museo di arte contemporanea* creati grazie

all'iniziativa pubblica o al mecenatismo privato: il visitatore diventa fruitore attivo che non si limita a contemplare l'installazione artistica ma, è coinvolto in **un'esperienza**.

Vale la pena riportare recenti e significativi progetti in cui il **rapporto tra cammino, arte e territorio è stato reso effettivo**. Il massimo comune denominatore che li accomuna è il **loro inserimento in contesti territoriali che sposano la filosofia del turismo lento**, anello finale di una catena che lega il cammino lento all'arte.

Arte Pollino, per esempio, dal 2008 mira alla promozione dell'arte contemporanea e alla valorizzazione del territorio del Sud Italia attraverso la realizzazione di installazioni di arte contemporanea in dialogo con il paesaggio. Tra gli artisti: Anish Kapoor, Carsten Holler, Giuseppe Penone.



Anish Kapoor, Earth Cinema, Arte Pollino

Arte Sella (Borgo Valsugana) è una delle realtà più affermate nel campo dell'arte ambientale: qui le opere, a stretto contatto con la natura cambiano, si trasformano e prendono nuova vita proprio grazie al mutevole contesto che le circonda.



Arte Sella, installazione in legno

Un ultimo interessante di **connubio tra arte contemporanea e cammini** è il progetto della Regione Lazio **“Arte sui Cammini”** che ha interessato i tre itinerari storici del Lazio (la Via Francigena, il Cammino di Francesco e il Cammino di Benedetto), dischiudendo una nuova progettualità per il rilancio del territorio.



Via Francigena, Arte in Cammino

Partendo dai risultati di quest’ultima esperienza, l’azione del progetto si declinerà in prima battuta nel **seguito intervento**:

INTERVENTO 4.1 - Arti visive: realizzazione e curatela di opere e installazioni artistiche lungo il Cammino

Si prevede di realizzare installazioni e opere d’arte a carattere permanente lungo il Cammino, nei siti e nelle postazioni definite dal team di progetto, dalle istituzioni comunali o dai proprietari dei siti medesimi.

Le opere e le installazioni possono essere realizzate da singoli artisti o da gruppi di artisti.

Si prevede di coinvolgere, per il 2023, 6 artisti (o collettivi di artisti) sia locali che nazionali e internazionali, di diversa età e geografia culturale: l’aspetto fondamentale e imprescindibile è che questi siano esperti nella materia e nei temi portanti del Cammino e che sappiano declinare la loro indagine in ampie fasi di studio, ricerca, elaborazione e restituzione.

Allo stato attuale di progettazione e come desiderata curatoriali, si prevede di poter realizzare 6 interventi installativi a carattere permanente lungo il Cammino.

Le opere e le installazioni possono essere realizzate da singoli artisti o da gruppi di artisti.

Le opere e le installazioni artistiche saranno donate al comune dove verranno installate.

Le opere e le installazioni artistiche potranno essere, a titolo di esempio:

- Sculture monumentali a carattere pubblico;
- Interventi estetici nel paesaggio naturale;
- Interventi estetici nel paesaggio architettonico;

- Progetti performativi e multidisciplinari che comprendano, a solo titolo di esempio, musiche e canti, racconti e azioni teatrali e corporee, installazioni di immagini e luce naturale o artificiale;

Le opere dovranno essere caratterizzate dai seguenti aspetti fondamentali:

- Essere di carattere permanente;
- Essere raggiungibili esclusivamente a piedi;
- Essere correlate per i materiali o i temi che le caratterizzano all'identità naturale, storica, sociale e culturale dei luoghi e dei siti del Cammino e del territorio;
- Essere portatrici dei valori di bellezza, solidarietà, sostenibilità, ecologia e condivisione che caratterizzano un Cammino e i territori che le ospitano;
- Essere capaci di dialogare armoniosamente con il paesaggio nel quale sono installate;
- Essere di agevole lettura e godimento per la popolazione locale, i Camminatori e chiunque vi si approcci, non solo per gli addetti ai lavori e gli esperti d'arte;
- Rispettare tutte le norme di sicurezza ordinarie e rispondere alle caratteristiche di sostenibilità e godibilità previste da un Cammino;
- Non arrecare danni fisici e morali al territorio e alla comunità che le ospita;
- Essere a basso o nullo impatto ambientale;
- Poter essere sottoposte a manutenzione da parte del comune o dei proprietari del territorio senza dover richiedere il costante intervento dell'artista che le ha realizzate negli anni.

Saranno altresì incoraggiate opere e installazioni che utilizzino i materiali locali e dialoghino con le maestranze e le aziende del territorio, instaurando un circuito virtuoso di sostegno e promozione delle eccellenze culturali e identitarie, sociali e produttive di Brescia e Bergamo.

Si prevede che le opere e le installazioni artistiche siano ideate e proposte nell'arco di tre mesi dall'identificazione degli artisti e dalla loro contrattualizzazione.

Le opere e le installazioni saranno presentate sotto forma di progetto corredate da adeguata descrizione tecnica e poetica, da rendering e da modelli tali da permettere sia al team del progetto che ai responsabili del territorio la migliore valutazione della loro fattibilità.

Una volta vagliate le opere e autorizzati gli artisti e i loro team a procedere, le opere dovranno essere definite e sviluppate, sino alla loro messa in posa nel territorio, in un arco di tempo variabile che si estenda dal 2022 al 2023.

Le opere e le installazioni artistiche, una volta realizzate, potranno essere inaugurate nel corso dello stesso 2022 al fine di creare, in eventi distinti in entrambe le province, appuntamenti volti a mantenere vivo l'engagement della popolazione e dei camminatori, degli addetti ai lavori e del sistema dell'arte, della stampa locale e nazionale.

Il 2023 sarà l'anno cruciale del Cammino nel contesto del quale sarà ideato un evento polifonico e multidisciplinare che ricollegli in un unico grande racconto tutte le opere e le installazioni artistiche: una o due di esse saranno inaugurate proprio nel 2023, idealmente in un luogo al centro e nel punto di congiungimento delle due province di Brescia e Bergamo.

Durante il biennio 2022-2023 e oltre costituiscono **possibili eventi di narrazione e restituzione del progetto** artistico del Cammino:

- ✓ Mostra dei progetti e dei modelli delle installazioni e delle opere d'arte
- ✓ Catalogo delle opere e delle installazioni con vedute ambientali
- ✓ Performance artistiche che vivano e interpretino con danze e azioni corporee le opere e le installazioni artistiche

- ✓ Video d'arte dedicati alle fasi di ideazione e realizzazione delle opere e delle installazioni e alla visione e reazione del pubblico
- ✓ Film sul Cammino, sul territorio e i siti ambientali, naturalistici, storici e produttivi che lo ospitano, sulle sue opere e installazioni artistiche

AZIONE 5. CONDIVISIONE DEL CAMMINO CON GLI STAKEHOLDERS

Da un lato l'analisi SWOT ha evidenziato come esperienze simili possono fallire a lungo termine senza una base di consenso e di condivisione su scala allargata; dall'altro il progetto, al fine di poter esercitare compiutamente la sua capacità di rafforzamento dell'identità territoriale, dovrà penetrare il più possibile nel tessuto territoriale e in quello sociale delle comunità interessate.

Il progetto va condiviso con i portatori d'interesse, intesi come soggetti in grado di influenzare o essere influenzati dal progetto e dalle attività che esso prevede.

La condivisione con i portatori d'interesse avverrà su n. 3 piani:

- con gli enti locali interessati territorialmente dal tracciato e con un numero circoscritto di soggetti privati (rivolti all'escursionismo, alla cultura, alle arti, alle comunità, e che pongano al centro del loro operato l'ambiente, la sostenibilità, il turismo lento e il rispetto ecologico) che ne condividano le finalità e che possano contribuire a garantirne una sostenibilità a lungo termine;
- con gli operatori pubblici e privati dei servizi al fruitore;
- con le comunità locale (residenti cittadini), al fine di instillare e favorire il senso di legame e di adozione del progetto: il Cammino vuole essere uno strumento di rafforzamento dell'identità e del senso di appartenenza al territorio, un valore per la popolazione che va, quindi, riconosciuto e custodito.

L'azione si articola nei **seguenti interventi**:

INTERVENTO 5.1 - Promozione di un protocollo d'intenti tra gli enti interessati dal Cammino

Verrà avviato un percorso di condivisione che conduca alla stipula di ad un atto di governance tra soggetti pubblici e privati in accordo tra loro per convergere sul progetto o sulla metodologia da seguire per la sua realizzazione e il suo sviluppo futuro.

Pur non avendo valore strettamente vincolante dal punto di vista giuridico, il protocollo d'intenti impegna le parti a seguire un medesimo indirizzo. Si ritiene opportuno un percorso di condivisione del progetto e delle sue finalità che possa condurre alla stipula del protocollo tra gli enti locali interessati dal tracciato e i principali enti privati portatori d'interesse, in modo da agevolare il proseguo dello sviluppo del progetto stesso.

INTERVENTO 5.2 - Strutturazione di una rete di volontari del Cammino

La strutturazione di una rete di volontari del Cammino può costituire un mezzo per trasmettere i valori direttamente alla popolazione residente e per garantire al progetto un presidio capillarmente diffuso. In ogni comune attraversato dal Cammino verrà creata e formata una rete di volontari con il compito di percorrere periodicamente il cammino allo scopo di segnalare malfunzionamenti, situazioni di degrado, e criticità, di costituire un punto di riferimento per o camminatori e per il sistema locale della ricettività, di suggerire migliorie.

La rete di volontari sarà attivata già nella fase iniziale di start up del progetto, consentendo una partecipazione attiva dei residenti alla nascita del progetto stesso, mettendo in pratica quella cittadinanza culturale attiva che rappresenta un presupposto per il rafforzamento della coesione sociale del territorio.

INTERVENTO 5.2 - Redazione e condivisione con gli operatori dei servizi per la fruizione di una carta etica dell'accoglienza

Il Cammino si fonda su valori e principi che si devono tradurre in un'accoglienza verso il camminatore che li rispecchi. La condivisione di una carta dell'accoglienza costituisce non solo uno strumento per

trasmettere correttamente tali valori ai soggetti pubblici e privati deputati all'accoglienza, ma anche lo strumento facilitatore del percorso partecipativo per la costruzione dell'offerta integrata.

Tale strumento, accessibile da tutti gli operatori del territorio, si configura come partecipazione alla rete, come conoscenza esatta del territorio nonché come stimolo per tutti alla condivisione ed al trasferimento costante delle buone prassi e dei valori che il Cammino incarna.

6. RISULTATI ATTESI

I risultati attesi dalla realizzazione del piano d'intervento si riconducono al **perseguimento degli obiettivi progettuali**: verranno verificati in sede di monitoraggio d'efficacia.

Una corretta valutazione dei risultati attesi necessita di una definizione puntuale del tracciato, tale da poter circoscrivere correttamente l'area territoriale interessata precisamente dal progetto, al fine di rilevare gli indicatori e i relativi valori di partenza sulla base dei quali misurare il cambiamento atteso.

L'OBIETTIVO SPECIFICO **dell'incremento della proposta di fruizione turistica sostenibile del territorio di Bergamo e Brescia** può essere misurato in termini di incremento delle presenze "sostenibili" nel territorio e di ricaduta economica complessiva generata da una proposta slow.

Può essere fatta in questa sede una stima preliminare delle ricadute del progetto in termini di visitatori/potenziati fruitori, sulla base del benchmark effettuato e dei risultati raggiunti da progettualità analoghe, prendendo in considerazione l'area territoriale interessata dall'ipotesi preliminare del tracciato.

Una stima del tutto prudentiale sull'impatto dei potenziali visitatori (camminatori e bikers) può essere rappresentata come segue:

Anno	2023	2024	2025	2026	2027
Presenze	1.000	1.500	1.800	2.100	2.500
Ricaduta economica sul territorio	150.000 €	225.000 €	270.000 €	315.000 €	375.000 €

Il 2023 sarà un anno strategico per il Cammino: la vetrina offerta dall'iniziativa Capitali Italiane della Cultura costituirà un nodo strategico per promuovere il percorso. In tale occasione di grande visibilità si prevede un numero significativo delle presenze, tale da ripercuotersi negli anni immediatamente successivi con una crescita stimata del 15/20% annua.

La spesa media giornaliera di un camminatore/pellegrino, come dalle ricerche più aggiornate, si attesta intorno a € 50,00 giornalieri, suddivisi tra alloggio e ristorazione: tale valore è stato preso come coefficiente di riferimento, per essendo del tutto cautelativo, e moltiplicato per una media di n. 3 giornate di cammino.

La **ricaduta economica turistica ed ambientalmente sostenibile sul territorio ipotizzato** è stimata in € 150.000 entro la conclusione del progetto (2023) e di € 1.335.000 complessivi nei suoi primi n. 5 anni di vita (2027).

Per una stima corretta in percentuale dell'impatto del progetto sulle presenze è opportuna, come premesso, la definizione puntuale del tracciato e la conseguente individuazione puntuale dei comuni stessi: una prima stima ha preso in considerazione i comuni bresciani e bergamaschi coinvolti dalla prima ipotesi preliminare di tracciato: nel 2019 l'insieme dei comuni provvisoriamente individuati, esclusi i due capoluoghi di provincia, ha riportato complessivamente 120.000 presenze turistiche¹⁴. Si stima, pertanto, prudentialmente una crescita media **tra 1,8% e il 3% dal 2023 al 2026** (pari rispettivamente a 500/2.800 presenze in più per ogni località interessata): si tratta di un valore che può essere considerato come risultato di riferimento. Peraltro tale crescita raggiunge i valori del 15%/20% annuo nei comuni oggi scarsamente interessati da presenze turistiche.

L'OBIETTIVO SPECIFICO del **maggiore rafforzamento dell'identità territoriale locale del territorio interessato** potrà essere misurato, in presenza di un tracciato definito, su due livelli:

- I **residenti**: la misurazione dell'intensità del processo di rafforzamento identitario e del senso di appartenenza al contesto e alla comunità locale potrà essere fatta attraverso l'utilizzo di un'indagine campionaria da svolgersi prima dell'implementazione del progetto (2022), nel 2023 (in occasione dell'iniziativa *Capitali Italiane della Cultura*) e successivamente nel 2025, attraverso una rilevazione sulla popolazione e una rilevazione sugli esercenti (bar, ristoranti, alberghi, negozi). Dai residenti ci si aspetta un coinvolgimento sugli aspetti territoriali che andrà crescendo con l'incremento del turismo e allo stesso modo per i commercianti.
- I **fruitori del Cammino**: la rilevazione e il giudizio sui valori che formano l'identità dei luoghi attraversati potrà, anche in questo caso, essere misurato attraverso la somministrazione di questionari prima della partenza e a Cammino percorso, al fine di comprendere quale è la percezione del territorio (tipicità, ambiente, carattere dei residenti, ospitalità, ecc) precedentemente e successivamente aver compiuto l'esperienza.

L'insieme dei dati raccolti potrà fornire indicazioni in corso di progetto sulla capacità dello stesso di raggiungere l'obiettivo specifico. Un raffronto tra i risultati dei questionari raccolti ante e post realizzazione del progetto e dei relativi indicatori consentirà una misurazione dell'eventuale cambiamento generato dal progetto in termini di percezione del capitale sociale che il territorio esprime, sia nell'ottica del residente che in quella del visitatore.

Per quanto concerne, invece, i risultati attesi circa il raggiungimento degli OBIETTIVI GENERALI (a lungo termine) potranno essere misurati a partire dalla conclusione del progetto, ma richiederanno da subito la verifica di indicatori di partenza in modo da poter successivamente valutare l'impatto del progetto. Oltre ad indicatori generali che verranno illustrati in seguito, la collaborazione con gli uffici di statistica dei comuni di Bergamo e Brescia consentirà di accedere ai microdati ISTAT per la rilevazione degli indicatori del progetto ISTAT "a misura di comune" (<http://amisuradicomune.istat.it/aMisuraDiComune/>). Attraverso opportune metodologie di derivazione econometrica sarà possibile valutare l'impatto del progetto sui territori interessati, comparando i valori osservati nel periodo precedente all'implementazione del progetto con il periodo successivo e valutando le differenze in essere pre/post progetto tra i comuni interessati dal cammino rispetto a comuni simili, ma non attraversati dal percorso.

In relazione ai principali OBIETTIVI GENERALI individuati si ipotizza una misurazione del cambiamento generato dal progetto attraverso la valutazione dei seguenti possibili indicatori:

- **Processo condiviso di valorizzazione sostenibile del territorio tra Brescia e Bergamo alimentato:**
 - ✓ Numero di soggetti aderenti al protocollo d'intenti promosso attraverso l'intervento 5.1 Promozione di un protocollo d'intenti tra gli enti interessati dal cammino, nel 2022 e nel 2025;
- **Patrimonio culturale e naturalistico del territorio tra Brescia e Bergamo maggiormente valorizzato:**
 - ✓ Numero di siti culturali visitati sul territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;
 - ✓ Numero di visitatori dei siti culturali del territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;
 - ✓ Numero di eventi culturali del territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;

- ✓ Numero di partecipanti agli eventi culturali del territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;
 - ✓ Spesa corrente dei Comuni per la gestione del patrimonio culturale del territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;
 - ✓ Spesa corrente dei Comuni per l'organizzazione di eventi culturali del territorio interessato dal tracciato, ex ante ed ex post la realizzazione del progetto;
- **Consapevolezza nella comunità degli effetti benefici di uno sviluppo sostenibile aumentata:**
- ✓ Insoddisfazione per il paesaggio del luogo di vita: percentuale di persone di 14 anni e più che dichiarano che il paesaggio del luogo di vita è affetto da evidente degrado sul totale delle persone di 14 anni e più. (dato disponibile dalla rilevazione Istat "Aspetti della vita quotidiana", oppure rilevato attraverso un'indagine sul territorio)
 - ✓ Preoccupazione per il deterioramento del paesaggio: percentuale di persone di 14 anni e più che indicano la rovina del paesaggio causata dall'eccessiva costruzione di edifici tra i cinque problemi ambientali più preoccupanti sul totale delle persone di 14 anni e più. (dato disponibile dalla rilevazione Istat "Aspetti della vita quotidiana", oppure rilevato attraverso un'indagine sul territorio)

Per una determinazione più precisa si rimanda all'individuazione definitiva del tracciato e, conseguentemente, ad una circoscrizione puntuale dell'ambito di indagine.

7. SOSTENIBILITÀ ECONOMICA DEL PROGETTO

Il progetto si riconduce alla realizzazione e **all'avvio di una progettualità a lungo termine**, la quale, pur essendo sviluppata in vista dell'appuntamento di *Bergamo e Brescia Capitali Italiane della Cultura*, nasce per proseguire dopo il 31/12/2023.

La sostenibilità economica del progetto va pertanto valutata:

- **A breve termine**, relativamente all'arco temporale triennale di realizzazione del piano d'azione previsto;
- **A lungo termine**, relativamente alla capacità dell'iniziativa di sostenersi una volta concluse le attività progettuali.

Sotto il **primo aspetto** va sottolineato come il progetto abbia per destinatarie le comunità territoriali interessate dall'itinerario: la finalità è di donare al territorio un nuovo driver per la fruizione turistica sostenibile dello stesso e per la valorizzazione culturale del territorio interessato.

La realizzazione del piano d'azione individuato non può prescindere dal sostegno pubblico e privato, in termini sia di contributi economici che di messa a disposizione di professionalità specificatamente richieste dagli interventi in cui si articola il progetto stesso. La scomposizione e parcellizzazione del progetto in azioni e singoli interventi consente un'eventuale e più agevole presa in carico di pacchetti di lavoro da terzi soggetti (stakeholders) interessati a condividere la visione e gli obiettivi del progetto stesso o a ricevere beneficio dalla sua compiuta realizzazione.

Sotto il **secondo aspetto** la sostenibilità del progetto a lungo termine si fonda sia sulla capacità di potersi auto sostenere nell'attività ordinaria di mantenimento, sia sulla capacità di poter evolversi e svilupparsi ulteriormente, attraverso interventi straordinari orientati al perseguimento degli obiettivi generali a lungo termine individuati.

La **sostenibilità ordinaria** del progetto è data dal saldo positivo tra costi di mantenimento del Cammino e le eventuali entrate generate dal progetto.

La quantificazione dei costi ordinari di mantenimento tiene conto dei seguenti presupposti:

- I sentieri su cui appoggia il tracciato del Cammino sono già fruibili e percorsi e la loro manutenzione ordinaria è già coperta dai soggetti gestori: si ipotizza un accordo con questi ultimi (prevalentemente enti locali), da recepire nel protocollo d'intenti che verrà promosso, che si fondi su un equo rapporto di reciprocità tra ricadute economiche generate dal Cammino e costo di mantenimento.
- Le opere d'arte generate dall'intervento *4.1 Arti visive: realizzazione di opere e installazioni artistiche a cielo aperto* saranno donate agli enti locali di competenza che si faranno carico del mantenimento delle stesse;
- I costi ordinari si riconducono sostanzialmente alle spese di promozione e di marketing e a quelle di manutenzione della segnaletica.

Le entrate generabili si ipotizzano quali beni e servizi messi a disposizione ai potenziali fruitori. In prima battuta sono stati individuati:

- ✓ le credenziali del Cammino: si ipotizza che il 60% di chi percorrerà il Cammino acquisti le credenziali, generando un contributo a carta, al netto delle spese di produzione di € 8,00.

- ✓ la carta escursionistica del Cammino: si ipotizza che l'80% di chi percorrerà il Cammino acquisti la carta escursionistica, generando un contributo a carta, al netto delle spese di produzione di € 5,00.
- ✓ gadget e merchandising del Cammino (es. maglietta tecnica, portachiavi, cappello/visiera parasole, posacenere da viaggio): si ipotizza che il 30% di chi di chi percorrerà il Cammino acquisti uno o più gadget con un costo medio al netto dei costi di produzione di € 10.

Altri ricavi ipotizzati (ma non quantificati in questa sede) si riconducono alle possibilità che questo Cammino in tutte le sue componenti può offrire in termini di beni e servizi:

- ✓ pacchetti turistici integrati;
- ✓ laboratori educativi di cammino - terapia;
- ✓ riproduzioni o edizioni limitate e catalogo delle opere d'arte prodotte.

Si riporta di seguito un'ipotetica proiezione rispetto a quanto sopra:

Anno	2023	2024	2025	2026	2027
Entrate					
Credenziali al netto dei costi	4.800,00	7.200,00	8.640,00	10.080,00	12.000,00
Carte escursionistiche al netto dei costi	1.000,00	1.500,00	1.800,00	2.100,00	2.500,00
Merchandising al netto dei costi	1.800,00	2.700,00	3.240,00	3.780,00	4.500,00
Edizioni limitate opere d'arte al netto dei costi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pacchetti di cammino - terapia al netto dei costi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Altro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Altro?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Totale	7.600,00	11.400,00	13.680,00	15.960,00	19.000,00
Uscite					
Mantenimento strumenti di comunicazione	1.500,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Promozione	1.500,00	3.000,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Manutenzione e miglioramento segnaletica	0,00	1.500,00	2.500,00	3.000,00	3.500,00
Consulenze fiscali e amministrative associazione	1.500,00	1.500,00	2.000,00	2.500,00	2.500,00
Altro costo ordinario cammino	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Altro costo ordinario cammino	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Altro costo ordinario cammino arte?	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Spese generali	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Totale	6.000,00	9.500,00	11.500,00	12.500,00	13.000,00
Risultato	1.600,00	1.900,00	2.180,00	3.460,00	6.000,00

Ragionando su numeri e importi prudenziali e verificando positivamente i presupposti sopra esposti il progetto appare in grado di autofinanziarsi nel lungo periodo, generando liquidità da re-investire nello sviluppo dello stesso.

L'evoluzione e lo sviluppo del progetto attraverso azioni future e successive al 2023 che ne rafforzino la capacità di perseguire gli obiettivi nel lungo periodo richiede, invece, il ricorso ad agevolazioni straordinarie e ad un'attività di fundraising.

Si ipotizza il ricorso ai seguenti strumenti:

- ✓ bandi di finanziamento pubblici e privati che perseguano obiettivi culturali e di valorizzazione turistica del territorio, obiettivi di promozione della sostenibilità ambientale e obiettivi di rafforzamento dell'identità territoriale (es. Regione Lombardia, MIBACT, Fondazioni private);
- ✓ Proposta di strumenti di agevolazione fiscale per gli investimenti in cultura (es. Legge n. 106 del 29 luglio 2014 "Art bonus", Legge sul mecenatismo culturale, art. 100, 2° comma del TUIR);

- ✓ Campagne di crowdfunding mirate;
- ✓ Donazioni da parte di soggetti privati;
- ✓ Donazioni da parte del sistema locale delle imprese.

8. SOGGETTO PROPONENTE E TEAM DI PROGETTO

Il soggetto giuridico che ha ideato e redatto il progetto, e che ha come finalità la promozione e tutela del cammino, è l'Associazione di promozione sociale SLOW RIDE ITALY. L'Associazione si avvarrà della collaborazione di partner istituzionali e privati per la vendita di beni e servizi e di consulenti esterni per la messa in atto delle varie azioni.

L'Associazione avrà come scopo:

- ✓ Tutelare e promuovere il Cammino
- ✓ Assistere il passaggio dei camminatori e favorire una migliore fruizione dell'itinerario, promuovendo progetti di valorizzazione, tutela, recupero e manutenzione del percorso;
- ✓ Incentivare un turismo sociale, culturale e consapevole, rispettoso dei luoghi e dell'ambiente;
- ✓ Favorire attraverso il Cammino la crescita personale e lo sviluppo della personalità, l'educazione del corpo, le pratiche salutari nelle giovani generazioni;
- ✓ Favorire il confronto interculturale con progetti didattico/educativi.

I soci sono i componenti stessi del team di progetto:

✓ **Ilaria Bignotti**

È Dottore di ricerca in Teorie e Storia delle Arti e curatrice indipendente. Si occupa della curatela scientifica di Archivi d'Artista e svolge una attività continuativa e militante nella curatela di mostre e progetti espositivi caratterizzati da una profonda attenzione per i contenuti e gli allestimenti, spesso a carattere immersivo e coinvolgente il visitatore. Tra le principali aree di ricerca e specializzazione: l'arte italiana ed est europea degli anni Sessanta e Settanta, i linguaggi artistici della contemporaneità legati alla relazione tra opera, ambiente e fruitore, al riuso e al riciclo dei materiali. Ha, per prima, applicato il concetto di resilienza alle pratiche artistiche. Svolge attività di docenza universitaria e di consulenza professionale per artisti e curatori d'archivi d'artista. Ad oggi, sono oltre un centinaio le mostre curate in spazi espositivi di rilevanza internazionale e le pubblicazioni con le più note case editrici del settore.

✓ **Alessio Guitti**

È fotografo professionista indipendente. Negli anni ha collaborato con agenzie fotografiche, agenzie di comunicazione, specializzandosi in particolar modo negli eventi culturali, spettacoli, concerti e sport. Da 10 anni segue le corse ciclistiche RCS, come collaboratore del team logistico, esperienza che lo porta a viaggiare per intere settimane in tutta la Penisola alla scoperta di paesaggi, borghi e comunità. Musicista e appassionato di arte, ha collaborato con alcune Gallerie private nell'allestimento di mostre. Il trekking, i cammini e la progettazione di itinerari sono grandi passioni che porta avanti da anni, convinto sostenitore del turismo lento e sostenibile.

✓ **Alessia Marsiglia**

Giornalista professionista freelance è nel mondo della comunicazione da oltre 15 anni. Partendo dalla carta stampata locale e nazionale, in particolar modo mensili e settimanali, come redattore e caporedattore, si è poi orientata verso l'online, gestendo web magazine e portali di informazione. Oggi collabora con agenzie di comunicazione e organizzazioni culturali come consulente strategica di comunicazione e ufficio stampa, ambiti professionali che insegna nei suoi corsi di comunicazione all'Accademia Santa Giulia di Brescia. Ama raccontare storie di persone, imprese, organizzazioni che hanno un impatto etico sulla realtà e siano espressione di un cambiamento sociale; lo fa attraverso le tecniche del giornalismo costruttivo, di cui è studiosa. Ama il trekking ed è un'appassionata di Cammini e itinerari culturali.

✓ **Luca Guarneri**

Bresciano, laureato in Giurisprudenza, si occupa da 15 anni di consulenza alle imprese e agli enti locali per l'attivazione di strumenti agevolativi pubblici e privati a sostegno di progetti di sviluppo: ricerca e monitoraggio di bandi, avvisi e fondi a livello comunitario, nazionale, regionale e locale, presentazione e rendicontazione di progetti di finanziamento, attivazione di partenariati di progetto. Oggi è consulente senior presso una primaria società lombarda di finanza agevolata. Viaggiatore appassionato e camminatore convinto, ha percorso diversi Cammini, tra i quali la Via Francigena, il Cammino di San Francesco, il Sentiero della Foreste Sacre, la Via degli Abati e il Cammino Materano.