

## Obiettivi



Origini, linee di sviluppo e obiettivi.

Tre domande a Federica Emanuel, architetto, responsabile del progetto ?Romanico Monferrato?Un bianco mantello di chiese?.

### **Quali sono i fattori che hanno dato origine al progetto ?Romanico Monferrato. Un bianco mantello di chiese??**

Chi conosce il territorio del Monferrato Astigiano in profondità è consapevole della bellezza e dell'integrità di questo paesaggio e dell'unicità e della ricchezza del suo patrimonio artistico.

Una terra che è stata preservata dall'assenza di dinamiche di industrializzazione e di monoculture e ha così conservato quel mosaico originale di vigne, boschi e campi coltivati che oggi la rendono autentica e armonica con il suo passato. Una terra che allo stesso tempo ha quella continuità fatta di visuali e sfondi che consentono a chi la attraversa di sentirsi immerso in un unico paesaggio di pregio.

A rafforzarne l'unicità vi è la presenza di decine di pievi romaniche, tra cui alcuni veri e propri gioielli artistici, che vestono queste dolci colline come un vero e proprio ?bianco mantello di chiese?. Un tuffo nel Medioevo, immaginando i piccoli villaggi che circondavano un tempo queste pievi, percorrendo gli antichi sentieri dei viandanti e dei pellegrini, ancora fruibili, i tantissimi castelli che dominano i borghi. E ancora, la presenza di bene di straordinario valore storico e artistico, inserito tra gli itinerari del Consiglio d'Europa, la Canonica di S. Maria di Vezzolano. E poi ottimi vini, prodotti tipici e cucina del territorio.

Questo progetto nasce dalla percezione del grande margine di crescita in chiave turistica che ha questo territorio. I pilastri ci sono tutti. È così che, dal confronto tra un piccolo gruppo di tecnici, amministratori e rappresentanti di associazioni locali, è successivamente nata la rete di comuni che promuove questo progetto, grazie al sostegno della Compagnia di San Paolo.

### **Quali sono le prime azioni che intendete compiere?**

Ci auguriamo che questa nuova rete di valorizzazione avvii un percorso in grado di rafforzarsi nel tempo, aprirsi agli stimoli e alle opportunità che nasceranno sul territorio e allo scambio con reti europee e internazionali.

Grazie al contributo ricevuto dalla Compagnia di San Paolo per gli anni 2014-2016, abbiamo scelto di iniziare questo cammino da due ambiti a nostro avviso prioritari: la consapevolezza degli abitanti della ricchezza del loro patrimonio e il rafforzamento dell'immaginario turistico di quest'area.

Più nel concreto, crediamo che per tutelare e amare un luogo da adulti, bisogna imparare a farlo da bambini. Per questo, l'Ecomuseo Basso Monferrato Astigiano ha avviato un percorso per gli anni 2014/2015 e 2015/2016 dedicato alle scuole materne e primarie del territorio guidando i bambini alla scoperta del patrimonio Romanico e del suo paesaggio.

La Fondazione Giovanni Gorla curerà un programma di formazione rivolto ad abitanti, giovani e operatori del territorio su tematiche inerenti la valorizzazione turistico culturale, attraverso strumenti concreti e case history di successo.

Parallelamente, la Fondazione Giovanni Gorla curerà una campagna di comunicazione volta a rafforzare l'identità online e offline del Romanico Monferrato, attraverso la creazione di un sito internet dedicato, la presenza sui social network, un'attività di ufficio stampa ed altre azioni mirate. L'invito, rivolto a tutti gli operatori dei comuni aderenti alla rete, è di segnalare eventi e manifestazioni inerenti il Romanico e il paesaggio affinché possa incrementarne la visibilità e la risonanza.

Alcuni video promozionali di impatto, destinati al web e ad eventi, saranno realizzati a cura di Alessandro Rota.

### **Come immagina il futuro di questi luoghi?**

Come Salvatore Settis insegna, crediamo fermamente che la valorizzazione di questo patrimonio debba fondarsi su due principi fondamentali: un bene per essere conservato deve essere usato e deve essere tutelato nel suo contesto.

Se queste meravigliose pievi si sono conservate sino a noi è perché la religiosità popolare le ha mantenute in vita anche quando le persone che abitavano nel loro intorno si sono trasferite in luoghi più sicuri (gli attuali borghi). Oggi può essere la cultura, affiancandosi alla spiritualità, ad animare di attività questi beni comuni. Ci auguriamo che sempre più attori culturali, locali e non, vedano questi spazi come delle opportunità per proposte culturali di qualità, distribuite nel corso dell'anno, attente e rispettose della fragilità dei luoghi. Queste attività, oltre ad arricchire la qualità di vita degli abitanti, rappresenteranno anche un elemento attrattore in chiave turistica.

C'è un grande spazio all'innovazione nella creazione di format turistici culturali ad hoc sempre più esperienziali e immersivi. Gli esempi di successo non mancano. Sicuramente il drastico taglio delle risorse pubbliche destinate alla cultura impone un totale ripensamento delle modalità di finanziamento, ma il modello culturale britannico insegna come, a fronte di proposte di qualità, il privato possa partecipare consapevolmente alla copertura dei costi.

La qualità ambientale e del paesaggio è l'altro fattore chiave, non solo per una buona tutela del patrimonio romanico, ma anche per lo sviluppo locale, economico e turistico. Le amministrazioni e i tecnici hanno una grande responsabilità, ma anche i singoli cittadini. Basta una sola costruzione aberrante a rovinare la magia che si prova quando, raggiunta una pieve sulla sommità della collina, ci si ferma nel silenzio a gustare il paesaggio tutt'intorno.

Alla base però di qualunque progetto di sviluppo turistico non ci sono solo le risorse locali, ma anche le infrastrutture. Gli spazi della ricettività, sempre più attrezzati per accogliere target mirati di turisti, quali ad esempio famiglie, ciclisti, amanti del relax e del silenzio, ma anche bar e negozi aperti nei weekend, che offrono prodotti tipici e che suggeriscono luoghi da scoprire nei dintorni.

Ogni punto della rete deve saper rimandare agli altri, affinché il sistema funzioni.

Le mete turistiche di maggiore successo, infine, sono quelle che negli anni hanno saputo costruire un immaginario chiaro e affascinante del proprio territorio. Questo significa che, ancor prima di aver visitato un luogo, un insieme di racconti, rappresentazioni e storie hanno suscitato nel potenziale visitatore un desiderio di scoperta. Quanto più questa capacità di storytelling si diffonde tra gli enti e gli operatori che si occupano di territorio quanto più, grazie al web, i risultati sono rapidi e soddisfacenti.

[English Version](#)