

PROGETTO PER LA VALORIZZAZIONE DELLA VIA FRANCIGENA IN VALLE D'AOSTA E PIEMONTE.

Predisposizione del Routes Implementation Plan secondo le linee guida del progetto europeo C.E.R.T.E.S.S.

di Lara Gennari

Relatore: Rocco Curto

La tesi ha previsto la redazione di un Routes Implementation Plan, per la valorizzazione della Via Francigena di Valle D'Aosta e Piemonte secondo le linee guida del progetto europeo C.E.R.T.E.S.S., che fornisce indicazioni precise per realizzare di un piano di gestione atto allo sviluppo, gestione e valorizzazione degli itinerari culturali internazionali.

La Via Francigena è cammino lungo 1600 chilometri, 850 in territorio Italiano, che, partendo da Canterbury arriva allo Stato Pontificio attraversando 5 nazioni europee, in Italia si sviluppa attraverso le regioni: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio.

Il progetto avvia dal concetto che tutelare e valorizzare la Via Francigena, oltre che essere importanti operazioni rivolte all'Itinerario, permette la valorizzazione del territorio che attraversa e di tutti i beni che lo caratterizzano, siano essi tangibili o intangibili includendo perciò dagli edifici storici all'enogastronomia dalle feste popolari alle tradizioni, dai siti naturalistici alla lingua locale.

La Francigena, infatti, si concretizza come un eccezionale strumento che offre l'opportunità di mettere in rete una quantità innumerevole di patrimonio diffuso, permettendo, di indirizzare l'attenzione del camminatore, su quel patrimonio che per mancanza di riconoscimento da parte del grande pubblico oggi verte in gravi condizioni di degrado o di progressivo abbandono, correndo il rischio di essere irrimediabilmente compromesso.

Per individuare le azioni necessarie al processo di valorizzazione si è provveduto ad analizzare il tracciato e i territori attraversati in termini di domanda, offerta e risorse, andandone a delineare lo stato dell'arte al fine di individuare i "vuoti" del sistema progettare le azioni necessarie a colmare tali lacune.

Lo studio ha quindi rilevato la necessità di intervenire rispetto 4 macro ambiti:

- Messa in sicurezza del percorso, sia per quanto riguarda i tratti di difficile percorrenza, sia per quanto concerne gli aspetti legati alla manutenzione e alla mancanza di aree attrezzate e punti sosta.
- Aumento dei punti di ospitalità povera in aderenza alla carta del servizio, che permette di valorizzare il diffuso patrimonio ecclesiastico.
- Introduzione di servizi logistici che rendano il tratto attraversato facilmente raggiungibile e fruibile.
- Realizzazione del marchio della Francigena regionale che possa certificare la qualità e l'aderenza ai valori della Francigena in un'ampia moltitudine di settori.
- Valorizzazione tramite ICT e in particolare grazie a due strumenti:
QR-Code da applicare alla cartellonistica di percorso con funzioni di orientamento e promozione del territorio.
Sito Internet Regionale, esso avrà la caratteristica di offrire servizi innovativi per facilitare il viaggio, (segnalazioni in tempo reale, prenotare ospitalità/ristorazione on-line), dovrà informare e segnalare le diverse possibilità di approfondimento del territorio dall'aspetto gastronomico, a quello naturalistico proponendo diversi percorsi di fruizione, segnalando quanto di simile propone la regione, e il percorso fino alla meta, infine saranno presenti aree dedicate alla sensibilizzazione verso l'Itinerario e verso il patrimonio in degrado che lo scandisce con vere e proprie sezioni dedicate al fund raising e al crowdfunding.

Per ogni azione si è effettuata l'analisi costi ricavi che ha permesso di fare emergere come tutte le attività ipotizzate siano relativamente remunerative. A corredo di tale analisi sono state individuate le fonti di finanziamento pubblico, di erogazione regionale, statale e/o comunitaria da cui ogni azione potrebbe trarre parte delle risorse finanziarie necessarie.

Avviando tale processo, le regioni Piemonte e Valle d'Aosta assumerebbero un ruolo di master nella valorizzazione dell'Itinerario fornendo linee guida e best practices, adattabili a tutta la Via Francigena sia nazionale sia internazionale.

Per ulteriori informazioni, e-mail:

Lara Gennari: lara.gennari@gmail.com

Servizio a cura di:

DAD – Department of Architecture and Design, e-mail: dad@polito.it