



**Politecnico  
di Torino**

# Politecnico di Torino

Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Patrimonio

A.a. 2024/2025

Sessione di Laurea febbraio 2025

**Territori italiani valorizzati dal Patrimonio Culturale  
attraverso l'utilizzo degli strumenti digitali: il caso di  
Monteu da Po**

Relatori:

Dinler Mesut

Mezzalama Giulia Maria

Candidato:

Giulia Depetris s300298



# **Indice**

<b>Abstract</b>	<b>I</b>
<b>Introduzione</b>	<b>IV</b>
<b>Parte 1</b>	
<b>1. Territori italiani valorizzati dal Patrimonio Culturale con l'aiuto del digitale</b>	<b>2</b>
1.1 Territori italiani, i piccoli comuni che necessitano di una nuova valorizzazione	2
1.2 Declinazioni di Patrimonio Culturale e una sua definizione	9
1.3 Strumenti digitali per una nuova comunicazione del Patrimonio Culturale	17
<b>Parte 2</b>	
<b>2. Uso degli strumenti digitali nel mondo di heritage in Italia e l'estero</b>	<b>37</b>
2.1 La ricerca e la selezione dei casi studio per i diversi strumenti digitali	37
2.2 Esempi di iniziative per il Patrimonio Culturale partecipativo	38
2.3 Casi studio di gamification per la valorizzazione del Patrimonio Culturale	42
2.4 Il Patrimonio Culturale tra AR e VR	72
2.5 scoltare per conoscere il Patrimonio Culturale	75

2.6 Lettura critica dei casi studio	78
<b>Parte 3</b>	
<b>3. Il caso studio: il Comune di Monteu da Po</b>	<b>84</b>
3.1 Analisi e studi sul comune	84
3.2 Il Patrimonio Culturale di Monteu da Po: architettura, personaggi, tradizioni	95
3.3 Proposta di progetto digitale per la valorizzazione del Monteu da Po	121
<b>Conclusioni</b>	<b>133</b>
<b>Appendici</b>	
<b>Bibliografia</b>	<b>135</b>
<b>Sitografia</b>	<b>140</b>



## Abstract (IT)

(parole chiave: Patrimonio Culturale, Strumenti Digitali, Piccoli Territori)

Il lavoro di questa tesi indaga come gli strumenti digitali possono contribuire alla valorizzazione del Patrimonio Culturale nell'ambito dei piccoli territori italiani.

I piccoli comuni, spesso custodi di tradizioni e risorse culturali uniche, affrontano sfide significative legate alla gestione e alla promozione e quindi valorizzazione del loro patrimonio. L'adozione di tecnologie digitali emerge come una soluzione strategica per aumentare la visibilità, migliorare l'accesso alle informazioni e coinvolgere le comunità locali e i turisti. L'utilizzo di questi strumenti digitali per i territori italiani non permette solo una nuova fruizione del Patrimonio Culturale, ma incentiva la conoscenza del territorio e la sua valorizzazione. Attraverso l'analisi critica di casi stu-

## Abstract (EN)

(key words: Cultural Heritage, Digital tools, small territories)

This thesis explores how digital tools can contribute to the enhancement of Cultural Heritage in small Italian territories. Small municipalities, often custodians of unique traditions and cultural resources, face significant challenges related to the management, promotion, and thus enhancement of their heritage. The adoption of digital technologies emerges as a strategic solution to increase visibility, improve access to information, and engage local communities and tourists. The use of these digital tools for Italian territories not only allows for a new way of experiencing Cultural Heritage, but also encourages the knowledge of the area and its enhancement.

Through a critical analysis of case studies, this thesis highlights the

dio, il lavoro di questa tesi evidenzia le caratteristiche degli strumenti digitali, che esse siano positive o negative, come piattaforme di realtà aumentata, gaming e social media, che possono trasformare il modo in cui il Patrimonio Culturale viene percepito permettendo una valorizzazione diretta anche al comune di appartenenza.

Infine, il lavoro sarà indirizzato verso il caso studio a supporto della tesi ovvero il comune di Monteu da Po per il quale, dopo un'attenta analisi del territorio si vuole proporre un'ipotesi di progetto.

L'idea progettuale, infatti, prevede la realizzazione di un prototipo di strumento digitale dedicato al territorio di Monteu da Po, attraverso il quale gli utenti potranno visitare i territori del paese.

L'attività di visita non sarà "solo" un'acquisizione di informazioni ma una vera e propria attività interattiva per gli utenti.

characteristics of digital tools, both positive and negative, such as augmented reality platforms, gaming, and social media, which can transform the way Cultural Heritage is perceived, allowing for direct enhancement even within the municipality itself.

Finally, the work will focus on the case study supporting the thesis, namely the municipality of Monteu da Po, for which, after a careful analysis of the area, a project proposal will be developed. The project idea involves the creation of a digital tool prototype dedicated to the territory of Monteu da Po, through which users can explore the town's areas. The visit will not be "just" an acquisition of information but a truly interactive activity for the users.





## Introduzione

*"Nell'attuale era della globalizzazione, la comunicazione del patrimonio culturale è diventata sempre più importante. Con il progresso della tecnologia e la crescente interconnessione delle società, il patrimonio culturale ha il potenziale per essere condiviso e apprezzato da persone provenienti da tutto il mondo, indipendentemente dalla loro provenienza, posizione geografica o contesto culturale"*<sup>1</sup>

Così come descritto da Masini e Soldovieri il Patrimonio Culturale che oggi giorno i vari comuni hanno presente sul proprio territorio può essere condiviso, comunicato e soprattutto fruito e vissuto in modo diverso rispetto ai classici percorsi di visita tradizionali. Ciò che però attualmente merita un particolare occhio di riguardo non è il Patrimonio Culturale presente nelle grandi città conosciuto e noto alla quasi totalità della popolazione ma bensì gli elementi di Patrimonio Culturale presenti nei piccoli territori italiani spesso poco conosciuti e valorizzati dalla popolazione.

Seppur il fattore comunicazione sia sempre più importante e preponderante nella vita di tutti i giorni, in alcuni campi, come quello del Patrimonio Culturale, soprattutto in determinate circostanze fatica a farsi spazio nonostante sia un motivo che influenzerebbe in modo positivo la situazione attuale di questi piccoli territori che in questi ultimi anni faticano a sopravvivere a causa di diverse criticità.

Come emerge infatti da numerose ricerche condotte su quella che è la situazione dei piccoli comuni italiani, risulta che i piccoli enti

---

<sup>1</sup> Masini N. Soldovieri F. "Sensing the past" Springer Editore, 2017

attualmente, seppur custodi di Patrimonio Culturale, sono sempre più soggetti allo spopolamento e in casi estremi anche alla loro completa scomparsa siccome le criticità da affrontare sono diverse. Come riporta la ricerca condotta dalla Fondazione Anci, "L'Italia dei piccoli comuni"<sup>2</sup>, realizzata dall'analisi dei dati ISTAT, emerge soprattutto il numero in calo di questi piccoli territori, seguito subito dalle principali cause di questa perdita come gli scarsi servizi presenti sul territorio per i cittadini, oppure le nascite sempre più rare accompagnate dai giovani che si spostano sempre di più verso i centri maggiori vicini.

In relazione a questo argomento che nasce la volontà di provare ad analizzare la situazione di un piccolo territorio italiano cercando di capire in primis quali siano le caratteristiche del comune e ciò che lo differenzia dai paesi limitrofi, provando a rispondere a questa "crisi" attraverso una proposta progettuale che prevede la proposta di un programma digitale a sostegno del comune nella valorizzazione del Patrimonio Culturale che è presente nel territorio.

Per poter arrivare a proporre un progetto digitale è stata precedentemente eseguita una ricerca e successivamente una lettura critica di diversi progetti digitali già realizzati sul territorio italiano. I progetti analizzati appartengono a diverse categorie di strumenti digitali e sono stati realizzati per svariate motivazioni. I diversi progetti sono quindi stati analizzati in modo critico sia tenendo in considerazione lo strumento digitale utilizzato, come è stato organizzato e come gli utenti si possono interfacciare con esso; ma anche analizzando il Patrimonio Culturale trattato da ogni singolo progetto, quindi che tipologia di patrimonio, a che scala si fa riferimento e quanto emerge nel progetto.

---

<sup>2</sup> Tortorella W. "L'Italia dei Piccoli Comuni" IFEL Fondazione Anci (15 aprile 2024)

Il tema chiave del presente elaborato è quindi quello di andare ad analizzare la relazione tra quello che è il mondo degli strumenti digitali e quello del Patrimonio Culturale facendo riferimento soprattutto ai territori italiani. Il testo suddiviso in tre parti, inizia con un'analisi relativa ai tre elementi chiave del lavoro, ovvero gli strumenti digitali, i territori italiani e il Patrimonio Culturale.

In primis si parte con lo studio di quello che sono i territori analizzati, le caratteristiche che possiedono parlando di opportunità e criticità per poi trattare le leggi e i progetti attuati negli ultimi anni proprio a favore dei territori con poca visibilità con il rischio di scomparire.

Successivamente si analizza la questione del Patrimonio Culturale, individuando una definizione e inserendo le varie categorie nelle quali può distinguersi; si parla quindi di Patrimonio Culturale materiale e immateriale ma anche mobile e immobile.

A completamento di questa prima parte si è poi lo studio dei vari strumenti digitali, come i social network, i videogiochi, i podcast, la realtà virtuale e aumentata. I vari strumenti vengono analizzati, cercando di capire i pro e i contro per ognuno di essi.

La seconda parte dell'elaborato è invece un'analisi critica dei diversi casi studio presi per ogni strumento digitale selezionato. Ogni caso è stato analizzato il progetto realizzato, le caratteristiche, il modo in cui mette in relazione Patrimonio Culturale, interattività e territorio. Una volta effettuata l'analisi di tutti i casi presi in esame è stata redatta una tabella per effettuare un'analisi critica in modo tale da poter individuare le caratteristiche migliori che nell'ipotesi di progetto potessero essere prese in considerazione.

Infine, l'ultima parte, è lo studio del Comune di Monteu da Po, nonché caso studio della tesi. L'analisi è stata condotta per gli elementi presenti sul territorio ma anche per quelli facenti parte della tradizione del paese.

A seguito di questa ricerca si è poi voluto presentare un'ipotesi di progetto per la realizzazione di uno strumento digitale per il Comune di Monteu da Po con lo scopo di poter valorizzare i tratti del paese meno conosciuti e cercare di valorizzare meglio quelli già più noti, puntando a far avvicinare soprattutto la fascia più restia alla partecipazione di eventi culturali.

Come si può evincere dalla ricerca effettuata, il mondo della cultura e il mondo degli strumenti digitali profondamente diversi possono però essere decisamente di supporto e aiuto l'uno per l'altro.

Gli strumenti digitali da sempre visti come un ambiente per lo più per lo svago e frivolo possono diventare un ottimo mezzo comunicativo per il Patrimonio Culturale da sempre visto come un argomento per "pochi". L'immediatezza e la semplicità del digitale è fondamentale per poter arrivare a pubblici anche più difficili da catturare.

## **PARTE 1**

# 1. Territori italiani valorizzati dal patrimonio culturale con l'aiuto del digitale

## 1.1 Territori italiani, i piccoli comuni che necessitano di una nuova valorizzazione

In calo i numeri dei piccoli territori italiani

Poco alla volta i borghi e i piccoli paesi che costellano il territorio italiano stanno scomparendo, ne riporta i dati un articolo de "La Stampa" del 30 maggio 2024: "i comuni con meno di 5.000 abitanti sono diventati 5.526 rispetto ai 5.836 di inizio millennio, il calo è del 5,3%".<sup>3</sup>

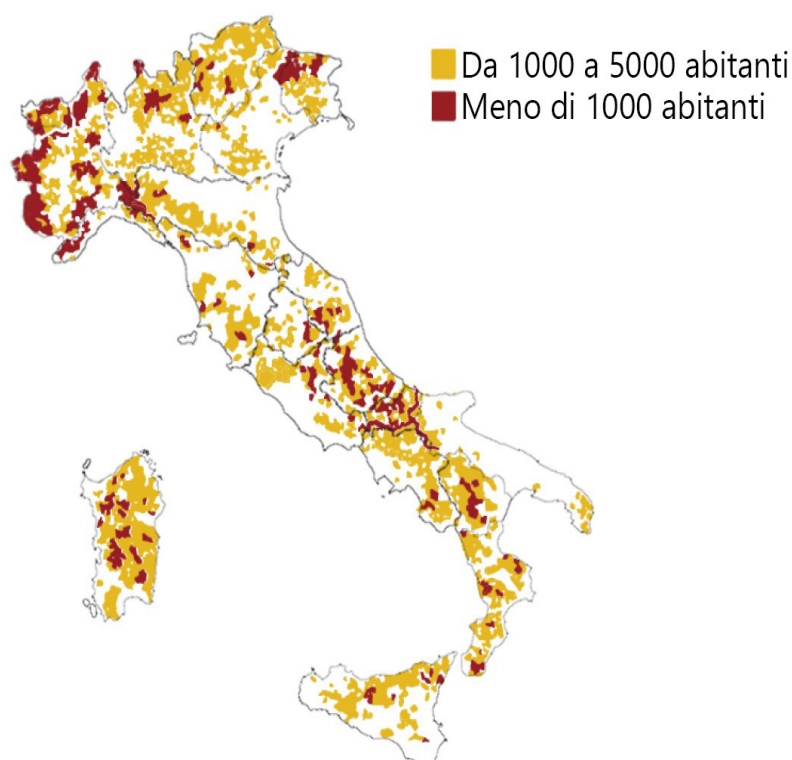


Grafico 1 – Mappa della penisola italiana con identificati i comuni con meno di 1000 e 5000 abitanti, quindi definiti "piccoli Comuni".

(Fonte: elaborazioni Fondazione Think Tank Nord Est su dati Istat <https://www.fondazione-thinktank.it/riduzione-comuni-italiani-fondazione-think-tank-nord-est/>)

<sup>3</sup> Balice N. (30/05/2024) "I sei "antidoti" contro lo spopolamento dei borghi italiani" in La Stampa (ultimo accesso: 16/09/2024) [https://www.lastampa.it/cronaca/2024/05/30/news/i\\_borghi\\_rischiano\\_di\\_sparire\\_i\\_numeri\\_della\\_crisi\\_e\\_una\\_soluzione\\_nel\\_dossier\\_legambiente-14349391/](https://www.lastampa.it/cronaca/2024/05/30/news/i_borghi_rischiano_di_sparire_i_numeri_della_crisi_e_una_soluzione_nel_dossier_legambiente-14349391/)

I piccoli Comuni italiani sono concentrati principalmente nel nord della penisola, prima fra tutte la regione della Lombardia seguita poi da quella del Piemonte e della Valle d’Aosta. Nonostante la maggioranza sia collocata al nord una buona percentuale si riscontra anche nelle regioni meridionali d’Italia come in Molise, Sardegna, Abruzzo e Basilicata.

Tabella 1 – Numero dei Comuni italiani per regione, range dello studio dal 2001 al 2024.

(Fonte: elaborazioni Fondazione Think Tank Nord Est su dati Istat <https://www.fondazione-thinktank.it/riduzione-comuni-italiani-fondazione-think-tank-nord-est/>)

Regione	2001	2011	2021	2024	Variazione 2001-2024
Lombardia	1546	1544	1506	1502	-44
Piemonte	1206	1206	1181	1180	-26
Veneto	581	581	563	560	-21
Campania	551	551	550	551	-1
Calabria	409	409	404	404	-5
Sicilia	390	390	391	391	1
Lazio	378	378	378	378	0
Sardegna	377	377	377	377	0
Emilia Romagna	341	348	330	330	-11
Abruzzo	305	305	305	305	0
Trentino Alto Adige	339	333	282	282	-57
Toscana	287	287	273	273	-14
Puglia	258	258	257	257	-1
Liguria	235	235	234	234	-1
Marche	246	239	225	225	-21
Friuli Venezia Giulia	219	218	215	215	-4
Molise	136	136	136	136	0
Basilicata	131	131	131	131	0
Umbria	92	92	92	92	0
Valle d’Aosta	74	74	74	74	0
<b>Totale</b>	<b>8101</b>	<b>8092</b>	<b>7904</b>	<b>7896</b>	<b>-205</b>

Seppur la situazione italiana esprima dati preoccupanti non è l'unico caso, a livello europeo infatti anche in altri stati il numero dei comuni nel corso degli ultimi anni è sceso; se in Italia tra il 2006 e il 2023 i comuni sono scesi del 2,5% in Grecia la riduzione è stata del 68%, nei Paesi Bassi del 25%, in Germania del 13%, in Austria dell'11% e in Francia del 5%.

L'Italia ad oggi per numero di comuni è al quarto posto nella classifica europea, in questi paesi, che sono circa il 70% dei comuni italiani, definiti "piccoli Comuni" dalla Legge 6 ottobre 2017, n.158, art. 1, c. 2, vivono poco meno di 10 milioni totali di persone.<sup>4</sup>

### **Criticità a opportunità per i piccoli territori italiani custodi di un grande Patrimonio Culturale**

Nonostante il numero elevato di abitanti ancora presente in questi paesi, lo spopolamento è il fenomeno che maggiormente induce alla perdita di queste località, a cui si aggiungono altre problematiche come la mancanza di prospettive lavorative, la difficoltà ad accedere a determinati servizi, l'aumento di rischi idrogeologici, difficoltà di collegamenti a causa delle strade sempre più dissestate o addirittura la mancanza dei trasporti pubblici, la connessione alla rete internet instabile o del tutto inesistente, condizioni che non facilitando la vita in questi territori generando molto spesso fughe verso centri più grandi o addirittura verso l'estero.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Della Fazia G. Grazioso N. Leva D. (17/10/2023) "Salvare i piccoli borghi? Appunti per una strategia (non solo finanziaria)" in Luiss School of Government (ultimo accesso: 16/09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare\\_i\\_piccoli\\_borghi\\_appunti\\_per\\_una\\_strategia\\_non\\_solo\\_finanziaria-13738808/](https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare_i_piccoli_borghi_appunti_per_una_strategia_non_solo_finanziaria-13738808/)

<sup>5</sup> Della Fazia G. Grazioso N. Leva D. (17/10/2023) "Salvare i piccoli borghi? Appunti per una strategia (non solo finanziaria)" in Luiss School of Government (ultimo accesso: 16/09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare\\_i\\_piccoli\\_borghi\\_appunti\\_per\\_una\\_strategia\\_non\\_solo\\_finanziaria-13738808/](https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare_i_piccoli_borghi_appunti_per_una_strategia_non_solo_finanziaria-13738808/)



Ma nonostante le problematiche che rendono sempre più fragili i piccoli centri essi rimangono custodi di un vasto patrimonio naturale, culturale, di arte, di cultura e tradizioni.<sup>6</sup> Proprio per questo grande tesoro che continuano a custodire i paesi dalle dimensioni ridotte che negli anni sono diventati anche luoghi di sperimentazione in vari ambiti come il campo energetico, ma anche quello economico oltre al turismo sfruttando gli alberghi diffusi e laboratori di accoglienza e inclusione sociale.

Nel corso degli anni le strategie messe in atto per arginare i problemi che riguardano i piccoli comuni sono molteplici, e da uno studio condotto dall'Associazione Alumni LUISS School of Government sono emerse alcune criticità che contribuiscono al rischio di spopolamento dei borghi ma altrettante opportunità per rilanciare i comuni e i loro territori in modo da attrarre chi li aveva lasciati o generare nuovi flussi. Tra le principali risorse da sfruttare per arginare il problema dello spopolamento troviamo:

1. Il patrimonio del territorio locale: la ricchezza e la varietà del patrimonio locale che spazia da quello paesaggistico a quello storico, artistico, artigianale, culturale e tradizionale permettono ai comuni di attrarre turismo sia per creare lavoro stabile che per creare ricchezza;
2. Il valore "sociale": nelle piccole comunità è molto più facile che le persone si conoscano e che condividano le stesse tradizioni e che conoscano il territorio;
3. La qualità della vita: rispetto alle grandi città, la vita nei piccoli comuni è migliore, si parla di slow-food, slow-city ma anche di bassi livelli di criminalità e valori green;

---

<sup>6</sup> Liani F. (24/0172024) "L'Italia dei piccoli Comuni tra crisi, spopolamento e voglia di riscatto" in [lentepubblica.it](https://lentepubblica.it) il quotidiano partecipativo della P.A. (ultimo accesso: 16/09/2024) <https://lentepubblica.it/buone-pratiche/italia-dei-piccoli-comuni-crisi-spopolamento-riscatto/>

4. Salvaguardia del territorio anche per le altre comunità: preservare il territorio non solo per la "nostra" comunità ma anche per le altre comunità che confinano direttamente con la nostra, un esempio: ridurre il rischio idrogeologico a monte vuol dire ridurlo anche per le comunità di valle;

5. Innovazione tecnologica: l'innovazione in questo campo ha permesso e può continuare a permettere nuove forme di applicazione migliorando la fruizione o l'organizzazione di determinati servizi.

D'altro canto, così come esistono diverse opportunità per rilanciare i paesi, esistono anche diverse criticità che con il tempo aumentano solo in rischio di peggiorare la situazione dello spopolamento dei borghi, l'analisi condotta dall'Associazione Alumni LUISS School of Government ha evidenziato i seguenti elementi particolarmente critici <sup>7</sup>:

1. Nei piccoli comuni generalmente non sono presenti molte opportunità di lavoro per gli abitanti soprattutto per i giovani;
2. Un altro fattore critico è la insufficiente presenza di trasporti pubblici che collegano il comune ai centri maggiori nelle vicinanze;
3. Siccome spesso i piccoli comuni non dispongono di sufficienti risorse e personale non sono in grado di gestire eventuali attività di progettazione o investimento relativi ad attività complesse
4. Questioni burocratiche particolarmente lente nel mettere in atto progetti o finanziamenti sia pubblici che privati;
5. La natalità sempre più decrescente e l'emigrazione dai piccoli comuni verso le grandi città se non addirittura verso l'estero sono altresì un fattore determinante per quanto riguarda la situazione dei piccoli

---

<sup>7</sup> Della Fazia G. Grazioso N. Leva D. (17/10/2023) "Salvare i piccoli borghi? Appunti per una strategia (non solo finanziaria)" in Luiss School of Government (ultimo accesso: 16/09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare\\_i\\_piccoli\\_borghi\\_appunti\\_per\\_una\\_strategia\\_non\\_solo\\_finanziaria-13738808/](https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare_i_piccoli_borghi_appunti_per_una_strategia_non_solo_finanziaria-13738808/)

territori italiani;

6. Bassa densità demografica e perdita di capacità agricola produttiva relazionata ai territori vasti diventando anche causa dell'aumento del rischio idrogeologico;

7. Infine, nei territori di piccole dimensioni si riscontra una cultura digitale poco diffusa nonostante siano sempre di più i servizi digitali offerti anche per i lavoratori.

Così come riportato nell'articolo di Della Fazia, Grazioso e Leva, i piccoli territori nonostante siano in possesso di alcune caratteristiche che permetterebbero una nuova vita ai comuni, sono ancora diversi gli aspetti critici da affrontare per poter risolvere la situazione dei piccoli comuni in calo.

### **Interventi e progetti pubblici per valorizzare il Patrimonio dei territori italiani**

Come già anticipato, le strategie messe in atto per ovviare al problema che riguarda prevalentemente i piccoli comuni sono molteplici soprattutto negli ultimi anni, e diverse di queste arrivano proprio dallo stato, basta pensare agli interventi normativi destinati proprio ai piccoli borghi come<sup>8</sup>:

---

<sup>8</sup> Correggioli P. Leva D. Messinetti V. (03/11/2022) "Per i piccoli Comuni a rischio spopolamento serve una P.A. più digitale" in Luiss School of Government (ultimo accesso: 18/09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/guest/luiss-school-of-government/2022/11/03/news/per\\_i\\_piccoli\\_comuni\\_a\\_rischio\\_spopolamento\\_serve\\_una\\_pa\\_piu\\_digitale-10554065/](https://www.huffingtonpost.it/guest/luiss-school-of-government/2022/11/03/news/per_i_piccoli_comuni_a_rischio_spopolamento_serve_una_pa_piu_digitale-10554065/)

- La legge 6 ottobre 2017, n. 158, detta Legge piccoli comuni o salva borghi che riporta misure e disposizioni per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni e per la riqualificazione e il recupero dei centri storici dei comuni stessi.
- Il PON "Govenance e capacità istituzionale" 2014-2020, con i progetti di intervento rivolti proprio ai piccoli comuni con meno di 5000 abitanti, prevedevano azioni per il rafforzamento delle capacità organizzative e del personale in modo da assolvere le funzioni previste dalla normativa, adeguamento all'innovazione e alla trasformazione digitale, crescita e programmazione della gestione amministrativa del territorio e dello sviluppo locale.
- La legge di bilancio 2022, art.1 commi 534 e ss., legge 30 dicembre 2021, n.234 con le quali erano previsti fondi da destinare ai progetti di rigenerazione urbana, riduzione dei fenomeni di marginalizzazione e degrado sociale per i comuni con fino a 15.000 abitanti.
- Il PNRR con il Piano Nazionale dei borghi attuato con il Ministero della Cultura per progetti di rigenerazione, valorizzazione e gestione del patrimonio storico, artistico e culturale.<sup>9</sup>

Come citato, sono diversi gli interventi o i progetti attuati proprio per cercare di limitare questi problemi, non sono da meno le linee di rafforzamento verso questo tema intraprese non solo da enti pubblici ma anche da quelli privati o collaborazioni tra associazioni, università, enti pubblici nazionali e locali oltre a privati che sinergicamente propongono e studiano azioni per contrastare l'abbandono, promuovere il turismo, rafforzare i servizi alla persona e valorizzare la cultura e il patrimonio locale.

---

<sup>9</sup> M1C3 – Investimento 2.1 "Attrattività dei borghi" <https://pnrr.cultura.gov.it/misura-2-rigenerazione-di-piccoli-siti-culturali-patrimonio-culturale-religioso-e-rurale/2-1-attrattiva-dei-borghi/>

## 1.2 Declinazioni di Patrimonio Culturale e una sua definizione

### Una definizione

Si parla di Patrimonio locale per quanto riguarda i territori italiani ma non sempre è chiaro cosa effettivamente viene inteso con questo termine, cosa esso comprende e come si può o si deve intervenire; insomma, il tema è ampio ed è necessario aver bene a mente a cosa esso appartiene.

La definizione di patrimonio è complessa e per molto tempo è stata oggetto di dibattiti e discussioni, il concetto si è evoluto nel tempo e con esso anche la sua definizione.

Fino alla Rivoluzione Francese, il termine patrimonio culturale, aveva un significato ben preciso, esso indicava qualcosa di sacro siccome si trattava di un bene ereditario che doveva essere rispettato, protetto e tramandato all'interno della famiglia, dal padre ai figli.

Dopo l'evento storico della Rivoluzione il termine conosce un'evoluzione, cambia ambito, spostandosi dalla cerchia ristretta della famiglia a quella della nazione, perde il carattere sacro ma diventa bene comune del paese. Il Patrimonio essendo portatore di valore e di memoria diventa un elemento che contribuisce alla creazione dell'identità della nazione.<sup>10</sup>

In questo modo poco alla volta la nuova "immagine" di Patrimonio inizia ad affermarsi nella società.

Il Patrimonio inizia così ad avere diverse definizioni e il rischio che esso assuma un significato errato è sempre più alto finché non si interviene

---

<sup>10</sup> Vecco M. "L'evoluzione del concetto di Patrimonio Culturale" Milano, Franco Angeli Editore, 2011, pp.19-20.

illustrando il concetto di patrimonio nel modo più oggettivo possibile attraverso documenti ufficiali come carte, direttive e delibere.

Conclusa la Seconda Guerra Mondiale si riprende la discussione relativa al Patrimonio Culturale e al suo significato che vede protrarsi per diverso tempo inserendo sempre più nazioni, finché durante un'assemblea dell'ICOMOS<sup>11</sup> nel 1999 non viene elaborata una definizione del concetto di patrimonio culturale che ancora oggi è un elemento fondamentale per la comunità che rappresenta questo settore:

*"Il patrimonio culturale è un concetto ampio che include l'ambiente naturale così come quello culturale. Comprende paesaggi, luoghi storici, siti e ambienti costruiti dall'uomo, così come la biodiversità, le collezioni, le pratiche culturali del passato e del presente, le esperienze di vita e la conoscenza. Esso registra ed esprime i lunghi processi di sviluppo storico, che formano l'essenza delle diverse identità nazionali, regionali, indigene e locali ed è parte integrante della vita moderna. È un punto di riferimento dinamico e uno strumento positivo per la crescita e il cambiamento. Il patrimonio culturale specifico e la memoria collettiva di ciascuna località o comunità non è sostituibile ed è una base importante per lo sviluppo presente e futuro."*<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Consiglio Internazionale dei Monumenti e dei Siti, è un'organizzazione non governativa advisory body dell'UNESCO.

<sup>12</sup> Definizione proposta da ICOMOS durante la dodicesima assemblea generale nel 1999 presentata in Messico.

## Patrimonio culturale, naturale e paesaggio culturale

Così come descritto dalla definizione proposta dall'ICOMOS nel 1999, quando si parla di Patrimonio Culturale non ci si riferisce soltanto a qualcosa di materico e visibile ma si fa riferimento anche ad elementi immateriali ma che contengono tradizioni e conoscenze, il Patrimonio Culturale viene quindi suddiviso in molteplici categorie e sottocategorie.

Con la Convenzione UNESCO del 1972, *"Il patrimonio culturale e naturale rappresenta il punto di riferimento, il modello, l'identità dei popoli e costituisce l'eredità del passato da trasmettere alle generazioni future."*<sup>13</sup>, riguardante la protezione del patrimonio culturale e naturale mondiale si va a comprendere nel termine i monumenti, i complessi e i siti aventi un valore universale dal punto di vista storico, artistico o scientifico, e successivamente divisi in tre grandi categorie:

### 1. *Patrimonio culturale*<sup>14</sup>:

- Monumenti comprendenti opere architettoniche, plastiche, pittoriche;
- elementi di carattere archeologico, grotte e gruppi di valore artistico, storico o scientifico.
- Agglomerati, ossia gruppi di costruzioni isolate o raggruppate che assieme possono avere valore scientifico, storico o artistico.

---

<sup>13</sup> La Convenzione UNESCO del 1972 per la protezione del Patrimonio Mondiale Culturale e Naturale. <https://unesco.cultura.gov.it/la-convenzione-sul-patrimonio-mondiale/>

<sup>14</sup> La Convenzione sulla Protezione Mondiale culturale e naturale adottata dall'UNESCO nel 1972, prevede che i beni candidati possano essere iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale come "patrimonio culturale".

- Siti, opere create dall'uomo oppure dall'unione di uomo e natura, che presentano un valore universale artistico, scientifico o storico.

- 

2. *Patrimonio naturale*<sup>15</sup>:

- I monumenti naturali, ossia formazioni fisiche e biologiche di valore universale dall'aspetto estetico o scientifico.
- Formazioni geologiche e zone costituenti habitat di specie animali e vegetali protette.
- I siti naturali o le zone naturali di valore universale dall'aspetto scientifico, conservativo o estetico naturale.

3. *Paesaggio culturale* (dal 1992)<sup>16</sup>:

- Paesaggi che rappresentano "creazioni coniugate dall'uomo e dalla natura e che illustrano l'evoluzione di una società e del suo insediamento nel tempo.

---

<sup>15</sup> La Convenzione sulla Protezione Mondiale culturale e naturale adottata dall'UNESCO nel 1972, prevede che i beni candidati possano essere iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale come "patrimonio naturale", una delle tre categorie individuate dal MIC

<sup>16</sup> La Convenzione sulla Protezione Mondiale culturale e naturale adottata dall'UNESCO nel 1972, prevede che i beni candidati possano essere iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale come "patrimonio culturale", una delle tre categorie individuate dal MIC



Con gli articoli della Convenzione dell'UNESCO i beni vengono riconosciuti come patrimonio riuscendo ad ottenere la giusta valorizzazione e conservazione necessaria per elementi dal valore universale per tutta l'umanità.

Ovviamente i beni devono rispettare particolari criteri per poter essere ammessi nella lista UNESCO, in primis devono essere di *eccezionale valore universale* ma anche<sup>17</sup>:

- rappresentare un capolavoro del genio creativo dell'uomo;
- mostrare un importante interscambio di valori umani un in lungo arco temporale o all'interno di un'area culturale del mondo;
- essere testimonianza unica o eccezionale di una tradizione culturale o di una civiltà vivente o scomparsa;
- essere un esempio eccezionale di un insediamento urbano tradizionale, soprattutto quando lo stesso è divenuto vulnerabile per effetto di trasformazioni irreversibili;
- essere direttamente o materialmente associati con avvenimenti o tradizioni viventi, idee o credenze;
- presentare fenomeni naturali eccezionali o aree di eccezionale bellezza naturale o importanza estetica;
- Costituire una testimonianza straordinaria dei principali periodi dell'evoluzione della terra;
- Costituire esempi significativi di importanti processi ecologici e biologici in atto nell'evoluzione e nello sviluppo di ecosistemi e di ambienti vegetali e animali terrestri, di acqua dolce, costieri e marini;

---

<sup>17</sup> Lista dei criteri UNESCO previsti nelle "Linee Guida Operative", <https://www.unesco.it/it/iniziativa-dellunesco/patrimonio-mondiale/>

- Presentare gli habitat naturali più importanti e significativi adatti per la conservazione in situ della diversità biologica, compresi quelli in cui sopravvivono specie minacciate di eccezionale valore universale dal punto di vista della scienza o della conservazione.

### Patrimonio Culturale tangibile e Intangibile

L'UNESCO dopo una prima divisione del Patrimonio Mondiale in Patrimonio Culturale, Patrimonio Naturale e Paesaggio Culturale effettua una nuova suddivisione, distinguendo ulteriormente il Patrimonio in *tangibile* e *intangibile*.

Fino al 1972, l'UNESCO considerava il Patrimonio Culturale unicamente costituito da beni materiali, solo successivamente ha iniziato a porre attenzione anche ai beni immateriali della cultura in modo tale da promuovere la ricchezza e la diversità in qualsiasi forma ed espressione. Nel 1989 l'UNESCO identifica: *"la diversità con l'unicità e la pluralità delle identità dei gruppi e delle società che costituiscono l'umanità. Come fonte di scambio, innovazione e creatività, la diversità culturale è necessaria per l'umanità quanto la biodiversità per la natura. In questo senso, è il patrimonio comune dell'umanità e dovrebbe essere riconosciuta e affermata per il bene delle generazioni presenti e future"*.<sup>18</sup>

Mentre nel 2003 con la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, l'UNESCO, riconosce ancora di più il crescente interesse verso gli aspetti immateriali della cultura. Con la stessa Convenzione, inoltre, emerge anche l'esigenza di avere uno strumento

---

<sup>18</sup> Conferenza internazionale "Una valutazione globale della raccomandazione del 1989 sulla salvaguardia della cultura tradizionale e del folklore: emancipazione locale e cooperazione internazionale"

adeguato alla tutela di questo patrimonio soprattutto per le nuove generazioni, in modo tale che queste ultime non dimentichino i valori che caratterizzano le loro terre.

Quindi il Patrimonio Culturale intangibile comprende e si identifica in<sup>19</sup>:

- Tradizioni ed espressioni orali, compreso il linguaggio siccome è considerato come mezzo di trasmissione del patrimonio culturale immateriale;
- Le arti dello spettacolo;
- Le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi;
- Le cognizioni e le prassi relative alla natura e all'universo;
- L'artigianato tradizionale.

Pertanto quando si tratta di Patrimonio Culturale è necessario tenere in considerazione che questo comprende contemporaneamente elementi di carattere materiale ed altri di carattere immateriale.

Per esempio, come citato nell'elenco, le tradizioni vengono considerate come patrimonio di una comunità perché è grazie a queste che la popolazione che risiede in un determinato territorio ha caratteristiche peculiari rispetto ad un'altra popolazione, oppure le feste e gli eventi, sono importanti perché la maggior parte di esse sono legate a particolari periodi dell'anno o a momenti religiosi ben precisi.

Allo stesso modo anche l'artigianato locale è fortemente legato al territorio vuoi per la materia prima trattata vuoi per le particolari tecniche lavorative utilizzate.

---

<sup>19</sup> Patrimonio Culturale Immateriale (26 ottobre 2016) su pagina web di UNESCO  
<https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-culturale-immateriale/>

## Patrimonio Culturale tangibile mobile e immobile

Dopo questa ulteriore suddivisione dei beni culturali è poi possibile effettuare un'altra divisione, infatti il Patrimonio Culturale tangibile si può dividere in *mobile* e *immobile*<sup>20</sup>.

Il primo caso, il patrimonio tangibile mobile, si riferisce in particolare a tutti quei beni culturali che possono essere spostati senza pregiudicarne l'integrità, ne fanno parte per esempio le opere d'arte come i quadri, piuttosto che archivi o altri oggetti d'arte. Nel secondo caso invece, il patrimonio culturale immobile, racchiude tutti i beni che non possono essere spostati come architetture, edifici, aree naturali o aree pubbliche.

Nonostante le molteplici suddivisioni con le quali si può individuare e definire un bene culturale non sempre è semplice ed immediato trovarne la categoria più indicata, per esempio, se dovessimo definire la categoria di appartenenza di un museo, potremmo identificare la collezione esposta al suo interno come beni materiali mobili, mentre l'edificio ospitante, spesso edificio storico, come un bene tangibile ma immobile.

Dovendo tener in considerazione i duplici aspetti che caratterizzano un bene è inevitabile non osservare che, sempre nel caso di un museo, esso fa comunque parte di un contesto culturale che in qualche modo caratterizza la sua presenza, in questo caso interviene anche la caratteristica intangibile del territorio circostante.

Se infatti, un tempo, il termine "bene culturale" faceva riferimento solo alle opere di particolare pregio artistico o storico ora questo concetto è molto più ampio comprendendo sia l'ambiente storico che

---

<sup>20</sup> Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, "Codice dei beni culturali e del paesaggio", Art. 2. Patrimonio Culturale. <https://www.bosettiegatti.eu>

quello naturale, facendo emergere la complementarità dei due elementi perché come l'uomo ha modificato la natura con le sue opere, la natura ha influenzato l'uomo durante il suo modo agire.

### 1.3 Strumenti digitali per una nuova comunicazione del Patrimonio Culturale

#### Il Patrimonio Culturale nel web

Negli anni, come abbiamo visto precedentemente, si è modificata la definizione di Patrimonio Culturale e sono variati ed aumentati gli elementi che effettivamente possono essere considerati tali. Anche la comunicazione del Patrimonio Culturale si è modificata seguendo l'evoluzione della tecnologia ma anche della società; infatti se un tempo i metodi migliori erano articoli, manuali e documenti per parlare e trattare di cultura al giorno d'oggi i mezzi per arrivare a più utenti possibili sono diversi e spesso coincidono con strumenti digitali utilizzati maggiormente per il divertimento e lo svago come per esempio, social network, piattaforme digitali e blog.

Infatti i nuovi strumenti digitali come i social media o i siti web, soprattutto se di carattere partecipativo stanno offrendo sempre più opportunità comunicative al mondo della cultura sia per quanto riguarda la visibilità del prodotto sia per quello che riguarda la sua promozione e distribuzione tra il pubblico.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Bonacini E. Marangon G. (2020) "Lo storytelling digitale partecipato come strumento didattico di divulgazione culturale"

<sup>22</sup> Nella produzione e comunicazione culturale, il web 2.0 ha contribuito a definire un modello d'interpretazione bottom-up (rispetto al tradizionale modello top-down, in cui la conoscenza di un oggetto era filtrata dall'interpretazione del curatore e così "imposta" al visitatore), facilitando la creazione di UGC.

L'applicazione del digitale e del web al settore dei beni culturali viene quindi considerata come una condizione importante per riuscire a garantire la trasformazione delle istituzioni culturali in "piattaforme socio-culturali" capaci di consentire una comunicazione attiva con il pubblico e una fruizione del proprio patrimonio culturale senza confini.

Ed è grazie a questi nuovi modi di vivere ed interagire con il Patrimonio Culturale che si favorisce la co-creazione di prodotti di valore culturale<sup>22</sup> da parte del pubblico.

La mission delle istituzioni culturali vede così un cambiamento, al centro delle proprie iniziative non vi sono più i prodotti e le opere da esporre ma l'utente-visitatore con le sue esigenze e necessità.

Questo cambiamento fa sì che musei e sedi culturali modifichino i loro percorsi per adattarli a mostre e percorsi espositivi che permettano il completo coinvolgimento del visitatore. In questo modo non solo si trasforma l'ente culturale ma anche il visitatore stesso, il pubblico se prima aveva un ruolo fondamentalmente passivo, ora diventa parte attiva del percorso e dell'esperienza di visita acquisendo la nomina di "prosumer".<sup>23</sup>

Prende così avvio una vera e propria collaborazione tra l'ente culturale e il pubblico nella creazione di contenuti culturali.

I musei e tutte le istituzioni culturali diventano quindi luoghi partecipativi in cui il pubblico si può interfacciare ai contenuti in cinque modi: li crea, li archivia, li condivide, li cerca/trova e da essi trae insegnamento, cioè impara. Secondo questo life-cycle model, sperimentato da Lennart Bjorneborn, il visitatore riesce a rapportarsi in modo più

---

<sup>23</sup> Per Prosumer digitale si intende il pubblico come parte attiva all'interno dell'esperienza di visita e soprattutto come produttori stessi di contenuti culturali.

completo in una nuova versione di museo, rispetto ad una più tradizionale, la quale vedeva il pubblico come un individuo limitato a vedere e imparare ciò che gli veniva proposto.

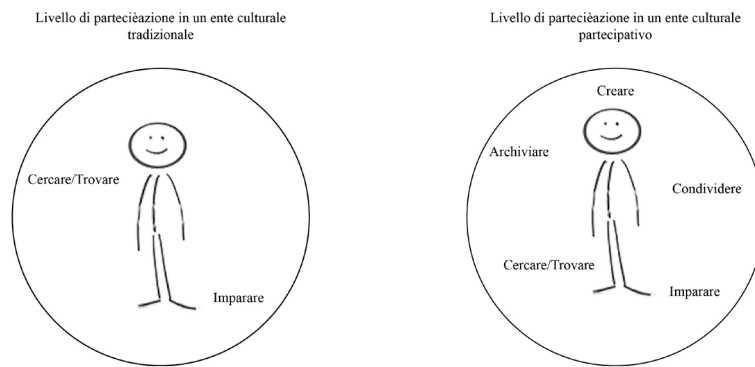


Figura 1 - Differenza di partecipazione tra un ente culturale tradizionale e uno di tipo partecipativo secondo il modello del life-cycle di Lennart Bjorneborn.  
(Fonte: "Il museo partecipativo sul web: forme di partecipazione dell'utente alla produzione culturale e alla creazione di valore culturale" di Bonacini E. 2012)

## Le opportunità del digitale

È quindi fondamentale per le istituzioni saper sfruttare le opportunità offerte dal mondo digitale, non solo per la parte di marketing, ma soprattutto per la parte progettuale dei percorsi di visita ma anche per la comunicazione stessa a sostegno di tutto il progetto.

È necessario notare gli effetti, le opportunità e i limiti del web 2.0<sup>24</sup>, come può essere l'accesso facilitato dei contenuti culturali, l'estensione dei canali di comunicazione, l'arricchimento degli strumenti e delle forme di mediazione all'interno dei percorsi di visita.

La natura sociale e relazionale del "nuovo web" può permettere un salto di qualità nel rapporto tra pubblico ed enti culturali a patto che

---

<sup>24</sup> Per Web 2.0 si intende uno stato di evoluzione di Internet che si caratterizza per uno spiccato livello di interazione tra il sito e l'utente, Blog, Forum, chat, sistemi quali Wikipedia, Youtube, Facebook, Twitter, Gmail, Wordpress, Tripadvisor e le più recenti tecnologie di Syndication rappresentano le più significative manifestazioni del Web 2.0.

questi nuovi strumenti non vengano soltanto utilizzati per la comunicazione e il marketing. Proprio a questo proposito, Kevin Bacon, il curatore del Royal Pavillon and Museum Brighton & Hove, sostiene che *"yet despite this prime social network sites such as Facebook and Twitter are still predominantly uses as marketing and public relations channels, occasionally providing question and answer type interactions between the public and the museum. But do these question and answer exchanges necessarily connote conversation and dialogue? Crucially, for communication to count as dialogue, it needs a third statement to be made in order to demonstrate that both parties are responsive"*<sup>25</sup>.

La vera sfida è quindi quella di progettare spazi per la condivisione, per stimolare il dialogo e il confronto, progettando ambienti per la conversazione digitale porta a mantenere in esercizio le relazioni tra il pubblico.

Come appunto sostiene Bollo *"I social network rappresentano uno spazio di avvistamento e di conversazione assolutamente privilegiato perché permettono alle istituzioni di instaurare relazioni profonde e non banali con individui che chiedono attenzioni, scambio, interazione, e che in cambio possano restituire aspettative, motivazioni, entusiasmi e disaffezioni"*.

Risulta quindi necessario individuare nuovi parametri per poter valutare l'efficacia di queste esperienze digitali che vadano oltre al numero di followers e fan, ma piuttosto che siano capaci di rendere in termini qualitativi le interazioni e relazioni all'interno di questi ambienti digitali.

---

<sup>25</sup> Billings S. (2011) "Social Media Dialogue" in Museum Next <http://www.museum-next.org/2010/blog/social-media-dialogue>



In merito a ciò, il gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage di ICOM<sup>26</sup> Italia ha proposto un modello di Web Strategy (WSS)<sup>27</sup> per poter dotare gli enti culturali di uno strumento che possa aiutarli a definire e valutare le strategie online. Questo modello è stato proposto nel 2015 e poi ridefinito nel 2019 ed è suddiviso in cinque categorie:

- Strutturare i contenuti chiamata anche "architettura dell'informazione";
- Strategia d'uso dei contenuti, si decide se è necessario modificare i contenuti in base al target degli utenti;
- Progettazione dell'interfaccia
- Creazione di una comunità, sia tra gli enti culturali che tra gli utenti
- Rilevare il grado di interazione degli utenti.

---

<sup>26</sup> ICOM è l'International Council of Museum, la principale organizzazione internazionale non governativa che rappresenta i musei e i suoi professionisti.

<sup>27</sup> Ulteriori informazioni e lo schema della web strategy in versione scaricabile sono disponibili al seguente link: <http://www.icom-italia.org/schema-web-strategy-museale-wss/>

## Ma cosa vuol dire comunicare la cultura oggi?

Sotto molti punti di vista gli elementi fondamentali per il successo dei social media e degli strumenti digitali sono stati i requisiti fondamentali anche per le istituzioni culturali, questo perché molto prima che nascessero i social, i musei stessi dovevano già relazionarsi con il pubblico, saper sviluppare storie, queste sono caratteristiche alla base di uno strumento di successo.

L'utilizzo dei social network e degli strumenti digitali deve essere utilizzato come canale interattivo con il pubblico, bisogna creare interazione, scambio di like, condivisione di contenuti, commenti e repost di stories. Non si può banalmente postare una foto, si deve scegliere il contenuto giusto per il target a cui ci si vuole riferire, bisogna saper interagire<sup>28</sup>:

- è necessario saper distinguere la comunicazione tra sito web e i canali social;
- bisogna essere tempestivi nel rispondere alle richieste, alle domande e alle critiche;
- è necessario saper mescolare la semplicità del linguaggio di un social network e l'autorevolezza di un'istituzione;
- definire una propria identità narrativa;
- raccontare cose interessanti ed avere un buon progetto digitale;
- evitare l'eccesso di comunicazione.

---

<sup>28</sup> Maulini A. "Comunicare la cultura, oggi" Milano, Editrice Bibliografica, 2022

Il modo più efficace per avere delle pagine social e web di successo è necessario concentrarsi sulle persone e sui loro interessi, avendo cura di non puntare solo ad avere numerosi followers ma piuttosto riuscire a creare una community che partecipa concretamente ai contenuti proposti.<sup>29</sup>

*"Le istituzioni culturali si trovano oggi di fronte a una doppia sfida: non basta attrarre visitatori, ma occorre trovare il modo per comunicare il proprio patrimonio in un modo nuovo, che lo renda più prossimo alle esigenze di conoscenza ed esperienza di cittadini e turisti. ...[]"* (Michela Arnaboldi, Direttore Scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali)

### **Gli strumenti digitali**

Una delle caratteristiche fondamentali di questi nuovi strumenti è quella di poter raggiungere contemporaneamente molti potenziali stakeholders<sup>30</sup>, di seguito analizzeremo le diverse categorie.

---

<sup>29</sup> Izzo V. "Social Media: come differenziare la propria presenza e strategia di approccio in base alla piattaforma scelta" ribrainstudio.com <https://ribrainstudio.com/social-media-differenziare-la-propria-presenza-strategia-approccio-base-alla-piattaforma-scelta/>

<sup>30</sup> Nello stakeholder viene individuato il soggetto portatore di un interesse nei confronti di un'iniziativa economica, il cui raggiungimento degli obiettivi personali dipende dall'impresa. Nel caso di un museo, gli stakeholder sono tutti i molteplici soggetti che possono condizionare, attraverso la loro relazione con il museo, la sua stessa esistenza e il suo stesso funzionamento, e che sono 'portatori di interesse' nei confronti dell'attività museale (per i quali, cioè, l'attività museale ha un 'valore').

## Lo Storytelling, comunicare attraverso i racconti

Tra le varie opzioni di comunicazione tra il museo e gli utenti una delle più innovative è la tecnica dello storytelling. Con questa tecnica il museo, dalle pagine del suo sito, chiede all'utente di esprimere un'emozione suscitata da un oggetto della quotidianità presente o passata. Il coinvolgimento dell'utente basato sulle sue emozioni offre spunti di riflessione durante la visita che questa sia virtuale o fisica. zione suscitata da un oggetto della quotidianità presente o passata. Il coinvolgimento dell'utente basato sulle sue emozioni offre spunti di riflessione durante la visita che questa sia virtuale o fisica.

Storytelling non significa semplicemente "*raccontare delle storie*", ma come definisce Andrea Fontana<sup>31</sup>, il termine "*story*" si riferisce alla narrazione, in italiano non c'è un termine che ne possa dare la traduzione letterale ma possiamo descriverlo come l'attività di comunicare attraverso i racconti. Questa narrazione ha sempre tre aspetti: uno individuale che riguarda l'ente che racconta di sé, uno sociale che coinvolge nella sfera della narrazione e uno giuridico che coinvolge la normativa coinvolta nella narrazione.<sup>32</sup>

Nel 2008 Gary Carson illustra come lo Storytelling sia un elemento fondamentale per rendere un museo rilevante per le persone, un mezzo attraverso il quale diffondere conoscenza e migliorare l'apprendimento perché coinvolge emotivamente il visitatore;

---

<sup>31</sup> Fontana A. "Storytelling d'impresa" Hoepli Editore, 2016.

<sup>32</sup> Dal Maso C. (a cura di) "Racconti da musei. Storytelling d'autore per il museo 4.0" Edipuglia Editore, 2018

è possibile definire tre tipologie di Storytelling applicato al settore culturale<sup>33</sup>:

- Storytelling diretto, quando l'ente culturale è l'unica voce narrante;
- Storytelling indiretto, quanto la narrazione coinvolge anche i visitatori;
- Storytelling partecipativo, quando l'istituzione culturale è solo una delle molte voci narranti.

Ovviamente è necessario il ruolo dello Storyteller, il suo lavoro permette alla narrazione di diventare considerevole per il pubblico, il pubblico deve sentirsi coinvolto per poter ricordare l'esperienza.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> De Gottardo F. D'Amore A. Gasparotti V. Raimondi Cominesi A. "Comunicare la cultura on line: una guida pratica per i musei. Progettazione di siti web, content management, social media e analisi dei risultati" #svegliamuseo, 2014, cap. 3-4

<sup>34</sup> Fontana A. "Storytelling d'impresa: la guida definitiva verso lo storymaking" Milano, Hoepli Editore 2020 cap. 4

In altre situazioni si sono sviluppate azioni di coinvolgimento diretto per i visitatori nell'aspetto 'produttivo'. Gli utenti sono stati invitati a realizzare prodotti da collocare sia sul proprio sito web che nelle sale espositive.<sup>35</sup>

Questa forma di partecipazione da parte del pubblico per gli enti culturali può avere effetti molto positivi siccome favorisce il rapporto con il pubblico, il coinvolgimento e la comunicazione attiva portando l'istituzione a un più alto grado di successo.<sup>36</sup>

### La Gamification, conoscere il Patrimonio Culturale con il gioco

Così come abbiamo parlato della tecnica dello storytelling e dei suoi benefici che può apportare al campo del patrimonio culturale e agli enti che sono capaci di sfruttare appieno le opportunità che esso sa offrire, negli ultimi anni ha preso avvio un'altra tecnica del tutto innovativa per permettere la conoscenza e l'interazione. Si tratta della Gamification, tecnica con la quale si intende "l'utilizzo di elementi, dinamiche e meccaniche del gioco in contesti diversi dal gioco".<sup>37</sup>

Le tecnologie moderne consentono ai Musei e ad ogni altro tipo di

---

<sup>35</sup> La Tate Britain Gallery di Londra, ad esempio, ha organizzato nel 2007 la mostra "How We Are: Photographing Britain", durante la quale il pubblico veniva invitato a partecipare al gruppo. Durante l'estate del 2007 la Tate invitava il pubblico a contribuire ai contenuti della mostra partecipando al gruppo di photo-sharing su Flickr, intitolato "How We Are Now". Il pubblico di visitatori veniva incoraggiato ad inviare i propri lavori secondo uno dei temi della mostra: ritratto, documentario, paesaggio o natura morta. Le fotografie raccolte su Flickr sono state pubblicate sia attraverso una presentazione on-line che direttamente su appositi schermi predisposti nel museo.

<sup>36</sup> Si parla di user generated content, per indicare quei materiali e contenuti disponibili sul web prodotti dagli utenti stessi attraverso una qualche forma di processo creativo e al di fuori delle pratiche e delle routine professionali.

<sup>37</sup> Deterding S. Dixon D. Khaled R. Nacke L. (2011) "From game design elements to gamefulness: defining "Gamification""

istituzione culturale di creare esperienze personalizzate e coinvolgenti che si adattano alle esigenze e alle preferenze dei visitatori. Con questa evoluzione digitale, i siti culturali possono offrire visite virtuali, giochi e percorsi tematici rendendo l'esperienza di visita più coinvolgente, interattiva e accessibile, riuscendo a rivolgersi ad un pubblico sempre più vasto ed eterogeneo.

Questo nuovo modo di vivere i musei e gli altri siti culturali trasforma l'interazione degli utenti con i servizi, infatti, utilizzando nuove tecniche di coinvolgimento si riesce non solo ad attirare l'attenzione del pubblico ma anche ad incoraggiarlo e a far sì che si impegni in modo attivo durante il percorso di visita. Uno dei caratteri fondamentali per questo nuovo modo di partecipare è fare in modo che l'utente debba rapportarsi con un sistema operativo formato da punti, livelli, obiettivi, premi e classifiche che vadano a stimolare l'utilizzo della piattaforma in modo attento e intraprendente.

Il fenomeno della Gamification ha iniziato ad attirare l'attenzione intorno al 2010 al punto che alcune società mondiali, adottarono questo processo per sviluppare soluzioni per aumentare la produttività e a rendere meno noiose le attività.

L'aumento dei videogiochi in qualsiasi campo, infatti, li ha resi un mezzo al pari di quei mezzi già esistenti nelle precedenti generazioni come la letteratura, i film e la televisione.

S. Deterding<sup>38</sup> nel tentativo di definire la gamification, individua i tre elementi fondamentali di cui è composta:

---

<sup>38</sup> Deterding S. Dixon D. Khaled R. Nacke L. (2011) "From game design elements to gamefulness: defining "Gamification""

- gamefulness: si riferisce all'esperienza vissuta dal giocatore;
- gameful interaction: si riferisce agli oggetti, strumenti e contesti relativi all'esperienza di gioco;
- gameful design: si riferisce alla progettazione del gioco.

Oggi, questo fenomeno della Gamification è molto diffuso in diversi settori, sta rivoluzionando il modo in cui i musei comunicano e interagiscono con il loro pubblico, contribuendo così a mantenere vivo l'interesse per la cultura e il patrimonio storico.

Ma per quale motivo gli istituti culturali stanno iniziando ad applicare ai propri metodi di valorizzazione e fruizione le tecniche di gamification?

Il motivo è che ormai è superata l'idea del sito culturale come un luogo di visita passiva ed è subentrata una concezione più dinamica dello stesso. Il museo viene visto come uno spazio per l'apprendimento e di interazione in cui i visitatori sono incentivati a partecipare attivamente alla propria esperienza di visita, passando da semplici consumatori a dei veri e propri consum-attori.

Alla base di questo cambiamento si pone la consapevolezza di dover considerare i visitatori come partecipanti attivi, piuttosto che come ricevitori passivi di informazioni.



Il museo diventa un 'direttore di esperienze': non vende più solamente beni o servizi, bensì l'esperienza che ne deriva.<sup>39</sup>

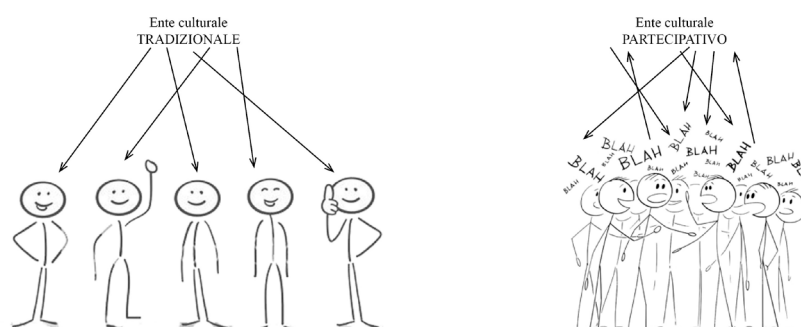


Figura 2 – Schema su come cambia la fruizione di un museo in base alla sua impostazione, se è tradizionale o partecipativa.

(Fonte: Simon N. "The Participatory Museum. Museum 2.0", Santa Cruz, 2010.)

La generazione di un'esperienza consapevole e positiva nei visitatori favorisce la valorizzazione dei beni culturali e, di conseguenza, le strategie di cultural heritage marketing sono sempre più orientate a valorizzare l'esperienza e a suscitare emozioni e sentimenti. L'esperienza è quindi una nuova tipologia di offerta che si aggiunge ai servizi già precedentemente offerti.

Le nuove tecnologie e i nuovi strumenti digitali necessitano di essere adattati al contesto: per esempio la gamification, se adattata al contesto, può aprire nuove opportunità per quanto riguarda il cambiamento dell'educazione al patrimonio culturale, si migliora l'esperienza del visitatore coinvolgendolo con missioni e domande.

Nel settore del patrimonio culturale se si utilizza la tecnica del gaming si può fare in modo che il visitatore-utente viva l'esperienza come se fosse in un videogioco con la caratteristica fondamentale che non si muoverà soltanto il personaggio virtuale ma sarà egli stesso a muoversi all'interno di uno spazio fisico reale partecipando a quiz e minigiochi

---

<sup>39</sup> Roncaglia B. (2018) "Gamification al museo. Così si rinnova la fruizione della cultura" (ultimo accesso: 02/2024) <https://www.musei-it.com/post/gamification-al-museo-cos%C3%AC-si-rinnova-la-fruizione-della-cultura>

o partecipando a delle vere e proprie missioni.

Dato che le missioni proposte nel gioco saranno sempre diverse, ogni volta che si accederà al videogioco e quindi al museo o istituto culturale, la visita al museo non sarà più occasionale, ma rappresenterà un momento di gioco e divertimento da vivere molto più frequentemente.

### **La Realtà Virtuale e la Realtà Aumentata per il Patrimonio Culturale**

La realtà aumentata (AR, Augmented Reality) sovrappone elementi digitali allo spazio reale. Vengono utilizzati principalmente dispositivi come smartphone, tablet per introdurre testi, oggetti, grafiche e informazioni sullo spazio reale catturato dal campo visivo andando ad arricchire l'esperienza dell'utente. La realtà aumentata crea un'esperienza sinergica tra mondo fisico e mondo digitale. Per esempio, un modo per sfruttare la realtà aumentata è quello di inserire informazioni da visualizzare nel momento in cui si inquadra con la fotocamera del cellulare un monumento storico.

Per quanto riguarda invece la realtà virtuale (VR, Virtual Reality) si tratta di uno spazio interamente digitale in cui l'utente può immergersi attraverso l'utilizzo di appositi visori VR, rendendo l'esperienza unica ma anche meno accessibile a tutti. L'utilizzatore può approcciare con l'ambiente, può interagire ed esplorare. Questa realtà viene utilizzata soprattutto nel gaming, nella formazione e nella simulazione medica.

Entrambe le realtà si sono dimostrate nel corso degli anni molto utili per diversi settori e utilizzi, e non da meno lo sono state per il campo del Patrimonio Culturale, soprattutto per quanto riguarda la gestione e la conservazione del patrimonio oltre alla sua conservazione e

valorizzazione digitale.<sup>40</sup> Infatti, il patrimonio, dopo essere stato digitalizzato, può essere divulgato ed essere alla portata di tutti.

Fra le due realtà però quella maggiormente utilizzata è quella della realtà aumentata che da una ricerca recente sembra già essere particolarmente affermata nel mondo dei beni culturali. Lo studio, "Augmented Reality in Cultural Heritage: An Overview of the Last Decade of Applications" ha rivelato otto particolari modi di applicare la realtà aumentata nel mondo del Patrimonio Culturale:

1. Ricostruzione 3D
2. Modelli digitali
3. Musei virtuali
4. User experience
5. Educazione
6. Turismo
7. Patrimonio immateriale
8. Gamification.

Sembra evidente quindi come la connessione tra tecnologia e bene culturale sia fondamentale per riuscire a fornire all'utente la migliore esperienza possibile in cui informazioni digitali si intrecciano con elementi spaziali reali.

---

<sup>40</sup> Pagina web di "Archeomatica, tecnologie per i Beni Culturali" articolo "Applicazione della realtà aumentata nei Beni Culturali. Una ricerca Bibliometrica" <https://www.archeomatica.it/documentazione/realta-aumentata-nei-beni-culturali-una-panoramica-sul-passato-presente-e-futuro>

## Il Patrimonio Culturale attraverso i podcast, conoscere ascoltando

I podcast non esistono da molto tempo anzi, la prima volta che è stata introdotta la parola "podcast" era il 2004, ma solo negli ultimi anni hanno preso piede riscuotendo un successo incredibile tra il pubblico.<sup>41</sup>

Di base il podcast è un supporto digitale composto da episodi costituiti da file audio e in casi più rari da file video che vanno a trattare un particolare tema o argomento, diffusi via internet che il pubblico può decidere di scaricare e archiviare. Il podcast viene realizzato dal "podcaster" e ci sono diverse tipologie di podcast, ma come regola generale i podcast devono saper intrattenere il pubblico, oltre che saper informare, ispirare e convogliare verso un argomento specifico.

Seppur la parola podcast risuonava già nel lontano 2004 e solo negli ultimi anni che lo sviluppo di questi nuovi ambienti digitali hanno preso piede. Infatti secondo una ricerca realizzata da Nielsen IQ per Audible<sup>42</sup>, in Italia nel 2023 i consumatori di podcast sono aumentati di un milione rispetto all'anno precedente arrivando a superare i 16,4 milioni di individui.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Redazione Digital4 "Podcast: cosa sono, come funzionano e dove ascoltarli" (28/02/2024) sulla pagina web di Digital4 <https://www.digital4.biz/executive/podcast-che-cosa-sono-e-come-ascoltarli/>

<sup>42</sup> Pagina web di Audible blog, articolo "Gli italiani e i podcast: una passione in crescita" (06/2023) di Laura Tufari. <https://www.audible.it/blog/dati-ascolto-podcast>

<sup>43</sup> Pagina web di Network Digital 360, articolo "Podcast: cosa sono, come funzionano e dove ascoltarli" (02/2024) <https://www.digital4.biz/executive/podcast-che-cosa-sono-e-come-ascoltarli/>

#### n° ascoltatori podcast

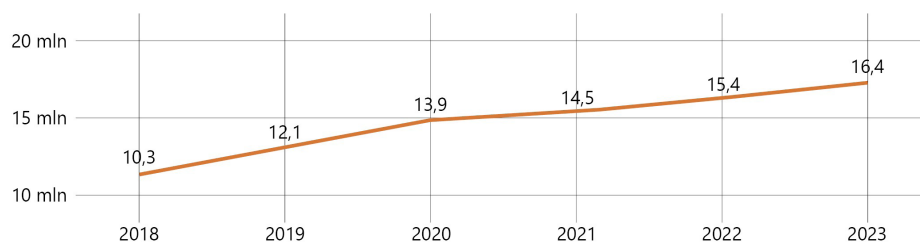


Grafico 2 – Il grafico rappresenta l'incremento di ascoltatori di podcast dal 2018 al 2023, si può notare l'aumento di un milione di ascoltatori tra il 2022 e il 2023. (Fonte: <https://www.audible.it/blog/dati-ascolto-podcast>)

Questi strumenti digitali, proprio come la realtà virtuale e la realtà aumentata, non sono così noti come gli altri visti in precedenza; eppure con il passare del tempo stanno riscuotendo sempre più successo tra la popolazione.

Nel caso dei podcast a differenza della AR e VR, la loro facilità e flessibilità di utilizzo fanno sì che gli utenti possano usufruire del servizio in qualsiasi luogo e momento potendo scegliere fra innumerevoli programmi, ne dimostra questi dati la ricerca condotta da Nielsen IQ per Audible:

#### Luogo di ascolto dei podcast

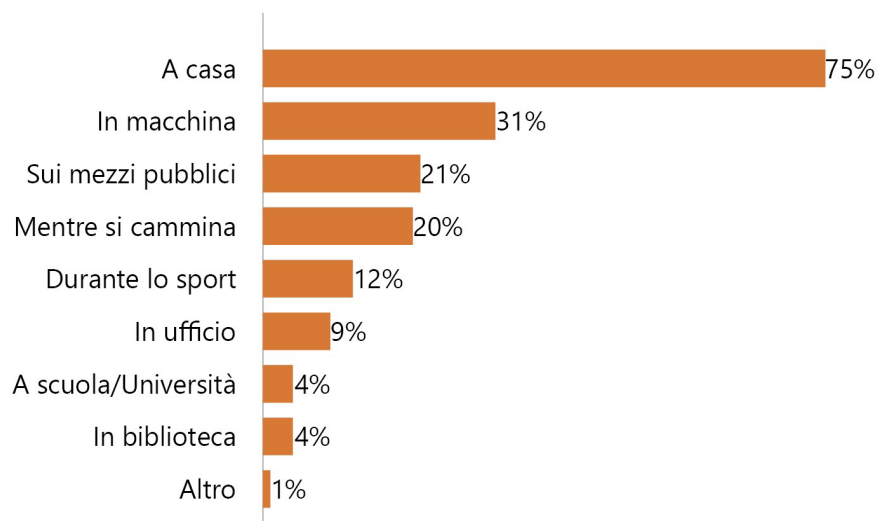


Grafico 3 – Il grafico rappresenta in percentuale i luoghi più frequenti in cui gli utenti ascoltano i loro podcast preferiti. (Fonte: <https://www.audible.it/blog/dati-ascolto-podcast>)

## Momento di ascolto dei podcast

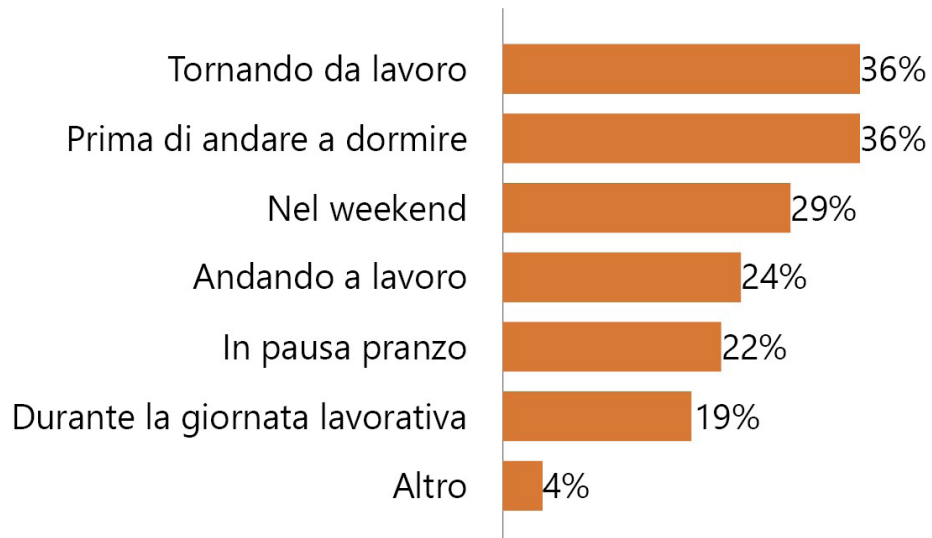


Grafico 4 – Il grafico rappresenta in percentuale i momenti in cui gli utenti ascoltano i loro programmi podcast.

(Fonte: <https://www.audible.it/blog/dati-ascolto-podcast>)

Nonostante questa tipologia di strumento sia in crescita sono ancora relativamente limitati i canali podcast che trattano di Patrimonio Culturale vedendo gli utenti preferire programmi che trattano temi di socialità, sport, attualità e altri ancora.

## La co-creazione ha valore culturale

Tutti gli esempi presentati di strumenti digitali sono forme di partecipazione attiva da parte degli utenti. Questi aspetti vengono facilitati soprattutto nel momento in cui il visitatore percepisce da parte della struttura culturale un atteggiamento di avvicinamento piuttosto che un insegnamento autoritario.

Ma seppur queste forme di partecipazione sono già molto frequenti nei musei e nei poli culturali, non tutte le strutture riescono a percepire i lati positivi di questi nuovi mezzi comunicativi.

Ne hanno trattato il tema Maria Teresa Natale e Nicola Ruggeri pre-

sentando il Salone dell'Arte e del Restauro di Firenze del 2010 con il titolo *"Contenuti generati dagli utenti sul web. Le istituzioni culturali sono pronte?"*. I due esperti hanno soprattutto evidenziato gli aspetti positivi di questi nuovi modi di partecipazione:

- economicità;
- controllabilità dei dati;
- arricchimento quantitativo e qualitativo dei dati.

In questo modo le nuove tecnologie contribuiscono non solo al coinvolgimento dei fruitori ma invogliano alla creazione di propri prodotti e come sottolineano Hasan Bakhshi e David Throsby, alla creazione di valore culturale.

I due nell'analizzare l'uso delle nuove tecnologie nell'ambito delle organizzazioni culturali ne hanno recentemente categorizzato le principali forme di "innovazione" in grado di incidere profondamente sull'intero "sistema" culturale:

- innovazione nel raggiungere l'utenza con il proprio prodotto culturale;
- innovazione nella sperimentazione e nella promozione delle opere;
- innovazione nella creazione di valore sia economico che culturale, allargando il bacino degli stakeholder;
- innovazione nella gestione economica e amministrativa.

Si può quindi intuire come il visitatore-utente sia coinvolto e come sia fonte di innovazione verso le istituzioni culturali e i loro percorsi di visita.

## **PARTE 2**



## 2. Analisi metodologica dei casi studio

### 2.1 La ricerca e la selezione dei casi studio per i diversi strumenti digitali

Per capire come effettivamente sono stati utilizzati gli strumenti digitali prima elencati andremo ad analizzare diversi casi studio per ogni tipologia di essi nelle prossime pagine.

Saranno analizzati casi studio relativi a social network e pagine web per capire come questa tipologia di strumento digitale può favorire una partecipazione attiva al Patrimonio Culturale e come gli utenti stessi diventino parte integrante del percorso di visita. Verranno poi proposti alcuni esempi relativi alla gamification facendo emergere come l'attività del gioco può essere utile nel settore della cultura, rendendo attenti e attivi non solo utenti adulti ma anche più giovani come bambini e ragazzi.

Infine, si vedranno casi relativi alla realtà aumentata e realtà virtuale e poi esempi per i podcast. Queste ultime categorie meno sviluppate delle precedenti sono ancora considerate delle novità nel campo del Patrimonio Culturale ma negli ultimi anni stanno avendo sempre più successo.

In tutti gli esempi che verranno analizzati sarà fondamentale capire il ruolo del Patrimonio Culturale e per quale scopo lo strumento è stato utilizzato, se per scopo didattico o turistico o informativo senza dimenticare a quale target si riferisce.

Nel corso degli anni sono state diverse le iniziative da parte di musei ed enti culturali per la promozione delle loro opere e dei loro beni attraverso nuovi sistemi comunicativi e soprattutto partecipativi.

I progetti che verranno presentati nelle prossime pagine oltre ad essere suddivisi per categoria facendo riferimento al tipo di strumento digitale utilizzato possono essere sintetizzati anche secondo queste caratteristiche<sup>44</sup>:

- Diversificazione e "alleggerimento" della comunicazione tradizionale;
- Ampliamento della base sociale e intercettazione di pubblici nuovi;
- Intensificazione dell'esperienza di visita;
- Miglioramento delle capacità di ascolto e conversazione;
- Costruzione della partecipazione e della condivisione dei contenuti e delle idee;
- Miglioramento dell'accessibilità alle collezioni e al patrimonio "nascosto" e "invisibile".

## **2.2 Esempi di iniziative per il Patrimonio Culturale partecipativo**

I casi scelti che rappresentano questa prima categoria sono esempi in cui gli strumenti digitali utilizzati maggiormente sono i vari social network con i quali le diverse istituzioni si sono adoperate per renderli

---

<sup>44</sup> Bollo A. (2011) "I Musei e la sfida della nuova cultura digitale" in Economia della Cultura.

delle piattaforme in cui gli utenti visitatori oltre a visitare il museo o la collezione poteva interagire virtualmente con altri visitatori attraverso commenti, post e like.

### Museo di Arte Contemporanea di Trento e Rovereto (MART)

Il MART, Museo di Arte Contemporanea di Trento e Rovereto per migliorare il suo rapporto con il pubblico ha aggiornato il sito web ufficiale del museo permettendo così ai visitatori di interagire con esso. Sul sito ufficiale, infatti, nella sezione "*community*" della home page è possibile interagire in diversi modi, gli utenti possono mandare cartoline virtuali al museo, oppure possono caricare foto digitali su Flickr o partecipare addirittura a concorsi fotografici.<sup>45</sup>

Nella sezione "*multimedia*", invece, sempre nella home page del sito ufficiale del museo, gli utenti possono accedere ed eventualmente anche scaricare file audio e video, questo è stato pensato per favorire meglio la comprensione del Patrimonio Culturale che è custodita dentro il museo.<sup>46</sup>

Inoltre, il MART, è stato uno dei primi musei italiani a intraprendere percorsi digitali e tutt'oggi porta avanti ricerche e sviluppo relativi a ciò, offrendo percorsi digitali innovativi utilizzando Alexa, Telegram e Messenger.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Pagina web del museo MART, sezione concorsi fotografici per il pubblico <https://www.mart.tn.it/mostre/lost-in-trentino-138726>

<sup>46</sup> Pagina web del museo MART, sezione in cui il pubblico può caricare le proprie foto per partecipare a concorsi fotografici [http://www.mart.trento.it/your\\_pics.jsp?ID\\_LINK=256&area=42](http://www.mart.trento.it/your_pics.jsp?ID_LINK=256&area=42).

<sup>47</sup> Pagina web del museo MART, sezione dei progetti digitali ideati dal MART <https://www.mart.tn.it/mart/progetti-digitali-122811>

Promuovere la cultura significa, da un lato, rendere accessibili le proprie Collezioni anche a chi non è fisicamente al Museo, dall'altro garantire una presenza attiva sui più popolari social network così da incoraggiare i visitatori a interagire, condividendo scatti, video e commenti. In questo modo si crea una community dinamica che rende il Museo un luogo vivo e partecipato, grazie anche a una serie di progetti di web communication che affiancano la digitalizzazione di opere, libri e materiali d'archivio.

Figura 3 – Testo estratto dalla pagina dei progetti digitali proposti dal MART di Rovereto.

(Fonte: <https://www.mart.tn.it/mart/progetti-digitali-122811>)

## Brooklyn Museum di New York

Il Brooklyn Museum di New York, primo fra tutti nell'utilizzo dei social network, invita i visitatori prima a produrre fotografie e video durante la visita al museo da caricare sulla loro pagina Flickr e ad accedere ai prodotti realizzati dagli utenti fisici e relatori in modo da collaborare per creare una vera e propria Open Collection.<sup>48</sup>

Nuovamente protagonista, il Brooklyn Museum durante la mostra "Graffiti" ha invitato i visitatori a realizzare graffiti virtuali attraverso un'apposita applicazione ma anche disegni reali all'interno del museo, le migliori opere divennero parte della mostra e dalla sezione fotografie su Flickr.

---

<sup>48</sup> Pagina web del Brooklyn Museum di New York nella quale invita il pubblico a caricare foto e video, realizzati durante la visita, sulla pagina Flickr del museo: <http://www.brooklynmuseum.org/community>.

## Victoria & Albert Museum di Londra

Vi è poi il progetto "Creative Spaces", progettato dal Victoria & Albert Museum di Londra, prevede uno spazio digitale nel quale gli utenti potevano caricare ed "etichettare" (tag) le opere preferite e quindi creare una propria collezione.<sup>49</sup>

Sempre organizzato dal Victoria & Albert Museum è il progetto "Wedding Fashion", durante il quale gli utenti online erano invitati a caricare sul loro sito web foto di matrimoni. Lo scopo finale del progetto prevedeva la realizzazione di una mostra temporanea dedicata esclusivamente agli abiti da sposa.<sup>50</sup>

## Tate Britain di Londra

Nel 2007, invece, la Tate Britain di Londra ha organizzato una mostra intitolata "How We Are: Photographing Britain" invitando il pubblico a realizzare contenuti contribuendo ai contenuti della mostra, le fotografie raccolte sulla pagina Flickr sono poi state presentate durante la mostra attraverso degli schermi.

---

<sup>49</sup> Pagina web del Victoria & Albert Museum di Londra, sezione in cui i visitatori potevano caricare foto ed etichettare le opere in modo da creare una propria collezione personale digitale: <http://vna.nmolph.org/creativespaces/>

<sup>50</sup> Pagina web del Victoria & Albert Museum di Londra, sezione in cui i visitatori potevano caricare foto relative ai loro matrimoni per realizzare una mostra temporanea di abiti da sposa, le fotografie caricate sul sito web sono più di 1000 dopo due anni dall'apertura della mostra: <http://www.vam.ac.uk/things-to-do/wedding-fashion/home>

## MET, Metropolitan Museum of Art di New York

Simile è l'esperienza realizzata dal MET nel 2009, intitolata "It's time we met", organizzata come un concorso per i visitatori, i quali potevano condividere la loro esperienza di visita attraverso fotografie condivise su Flickr.

### 2.3 Casi studio di gamification per la valorizzazione del Patrimonio Culturale

In questa seconda categoria di strumenti digitali verranno visti i casi studio relativi a progetti che ricorrono alla gamification. In questi esempi si andrà ad evidenziare come il gioco può ritornare utile anche con un argomento così importante e serio quale il Patrimonio Culturale, incentivando non solo la partecipazione ma anche la valorizzazione della cultura attraverso sistemi e strumenti trasversali in modo tale da riuscire a coinvolgere un pubblico più vasto possibile.



Figura 4 – La mappa, rappresenta uno schema della penisola italiana con rappresentate le varie località dei progetti scelti per rappresentare la categoria della gamification.

(Fonte mappa: <https://www.alamy.it/fotos-immagini/mappa-dell'italia-e-europa.html?cutout=1&page=3&sortBy=relevant>)

## “Toursikon”

Toursikon è il primo progetto che andiamo ad analizzare, concepito come una visual novel<sup>51</sup> con elementi puzzle conduce l'utente alla scoperta dell'antico borgo di Tursi, in provincia di Matera, comune che conta meno di 5.000 abitanti.

Toursikon è un videogioco prodotto da Elle Viaggi e finanziato nell'ambito del progetto *“La fiera produttiva turistica, culturale e creativa per la fruizione dei beni del patrimonio culturale e naturale della Regione Basilicata”*. Sviluppato da Effenove e IVIPRO, Toursikon racchiude la molteplicità culturale e storica del borgo, il progetto richiama il concetto del *“tour”* come un viaggio itinerante alla scoperta del patrimonio culturale locale.

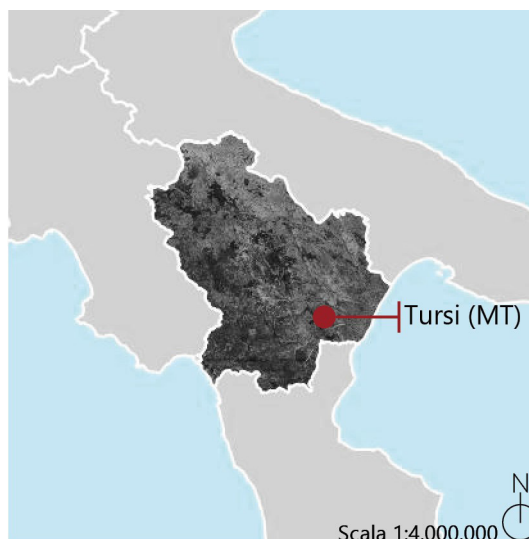


Figura 5 - Mappa in scala 1:4000000 della Basilicata con localizzato il comune di Tursi



### Carmine, il nostro Virgilio

Carmine è lo storico di Elle Viaggi, colui che accompagna visitatori e visitatrici alla scoperta del patrimonio culturale di Tursi e dintorni. Una persona disponibile, affabile, molto curiosa. Conosce Tursi come le proprie tasche e ogni volta che ne ha occasione ama condividere informazioni e dettagli sul paese.

In qualche occasione è pure un po' sbadato, come quella volta che dimenticò un turista all'interno della cripta della Chiesa di Santa Maria Maggiore...

Figura 6 - Carmine, lo storico che accompagna Sophie nella Visual Novel di Toursikon

<sup>51</sup> Visual Novel è un termine inglese che tradotto significa *“Romanzo Visivo”* e riguarda tutto quel genere di videogiochi che propone una lettura interattiva. <https://www.sideproject.games/speciale/visual-novel-la-guida-ai-diversi-generi-di-romanzi-visivi/>



All'interno della visual novel, la protagonista, Sophie deve decifrare un antico messaggio e grazie all'aiuto dello storico Carmine incontrerà i personaggi caratteristici che la guideranno verso la conoscenza del borgo. I minigiochi e i puzzle completati dall'utente lo condurranno a scoprire un tesoro legato alla tradizione del paese.



Figura 7 – Personaggi caratteristici del borgo di Tursi presenti all'interno della Visual Novel di Toursikon.

(Fonte: <https://www.effenove.it/works/toursikon/>)

L'ambientazione di Toursikon è realizzata seguendo fedelmente il borgo, la storia inizia proprio all'interno della Chiesa di Santa Maria Maggiore e nella sua cripta. Le azioni si spostano poi subito fuori dall'edificio e continuano verso le rovine dell'antico castello, di cui oggi sono solo più visibili le fondamenta. Il gioco si concentra poi nel quartiere della Rabatana che si raggiunge attraverso la Petrizza ovvero la scalinata in pietra.<sup>52</sup> Un tratto immaginario è la locanda di Giovanni ma subito interviene un altro luogo noto cioè l'area delle Fontanelle, zona in cui in passato gli abitanti andavano a raccogliere l'acqua. Infine, compare anche Il Santuario di Santa Maria Regina di Anglona anche se è lontano dal centro cittadino.

---

<sup>52</sup> Pagina web di "AGR- Agenzia stampa della giunta regionale" della regione Basilicata, articolo "Basilicata in podcast, scoprire Tursi con il visual game Toursikon" 07/2023 <https://agr.regione.basilicata.it/post/basilicata-in-podcast-scoprire-tursi-con-il-visual-game-toursikon/>

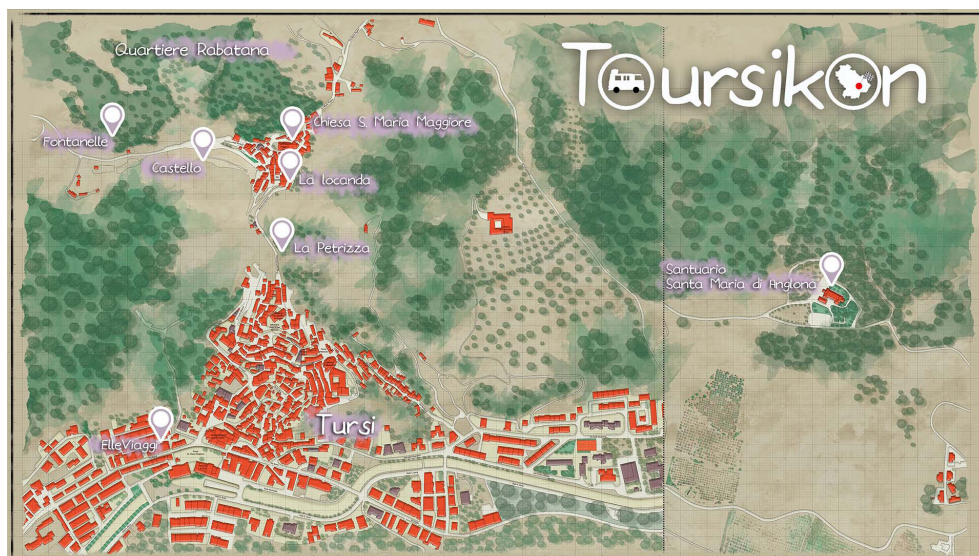


Figura 8 – Mappa del borgo di Tursi estrapolata dal videogioco Toursikon.  
(Fonte: <https://www.effenove.it/works/toursikon/>)

Nel gioco però non si fa riferimento soltanto a luoghi storici del borgo anzi entrano in scena anche l'agenzia stessa Elle Viaggi e i suoi proprietari, mentre un omaggio particolare è riservato al poeta Albino Pierro, candidato due volte al Nobel per la letteratura<sup>53</sup>, originario proprio del borgo di Tursi.<sup>54</sup>

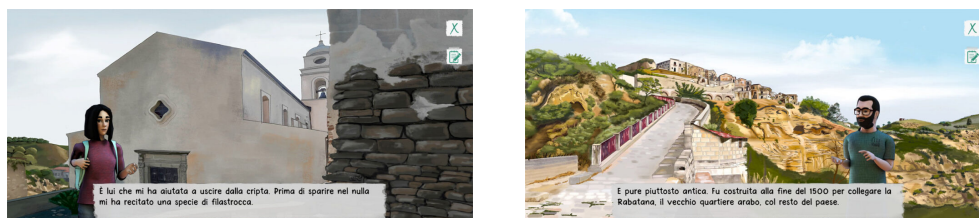


Figura 9,10 - Schermata di gioco estrapolata dal videogioco Toursikon

<sup>53</sup> "Centenario dalla nascita del poeta Albino Pierro" sul sito web della Regione Basilicata, (16 novembre 2016), <https://www.regione.basilicata.it/centenario-della-nascita-del-poeta-albino-pierro/>

<sup>54</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di Toursikon <https://ivipro.it/it/portfolio-item/toursikon/>

## Legenda:

● Località del gioco Tursikon

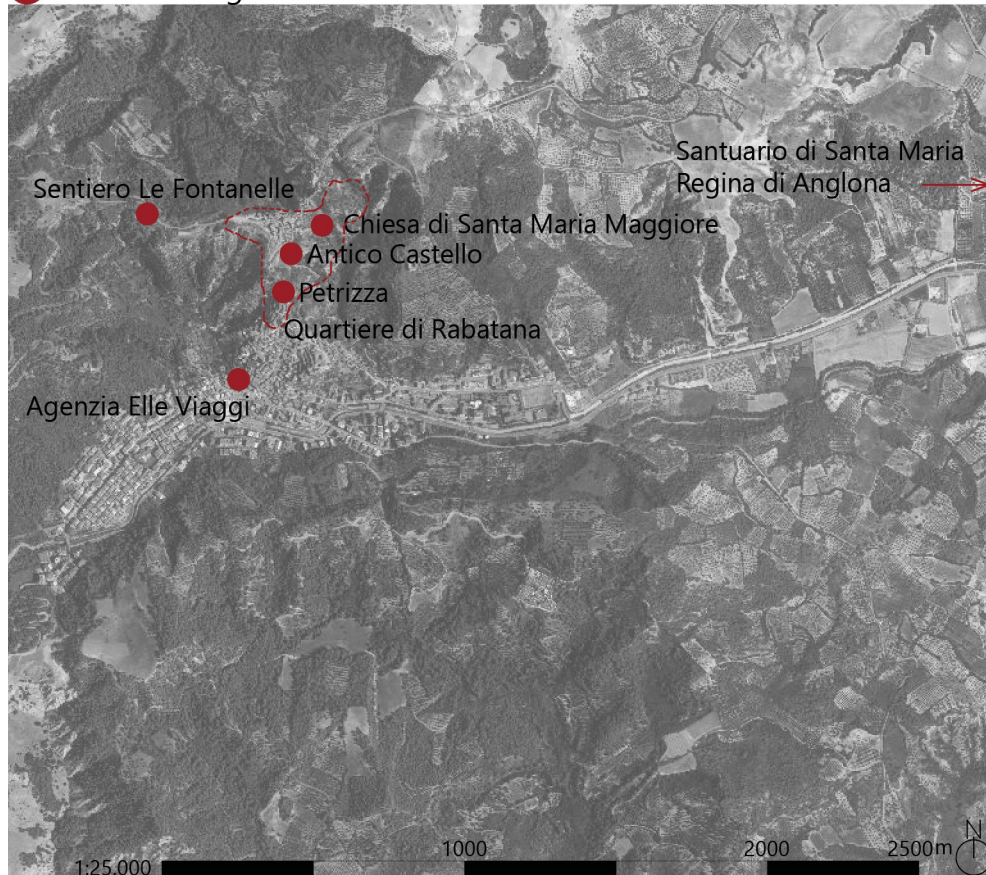


Figura 11 – Mappa del comune di Tursi con individuate le località del gioco Tursikon. Mappa in scala 1:25000.

(Fonte della mappa: <https://rsdi.regione.basilicata.it/viewGis/?project=C5E7A17D-92E8-4DAB-FF83-D79F568CFE6F>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/toursikon/>)

### “Hold the Hut”

Hold the Hut è un videogioco che fa parte di un progetto più vasto che ha come obiettivo quello della valorizzazione e tutela della Capanna di San Chirico Nuovo, in provincia di Potenza, un comune italiano che conta poco più di mille abitanti.

Al progetto partecipano diversi attori istituzionali e realtà private oltre che la comunità locale.

Il progetto si basa sulla progettazione di elementi realizzati per raccontare la storia e il patrimonio lucano attraverso uno strumento ludico come quello del videogioco.

Il gioco realizzato e progettato da Effenove nell’ambito del progetto di tutela e valorizzazione richiesto dal Comune di San Chirico Nuovo e dalla Soprintendenza Archeologia Belle Arte e Paesaggio della Basilicata.<sup>55</sup>

Hold the Hut è proprio definito come uno strumento capace di condividere informazioni scientifiche utilizzando la tecnica del coinvolgimento dell’utente.<sup>56</sup>



Figura 12 - Mappa in scala 1:4000000 della Basilicata con localizzato il comune di San Chirico Nuovo

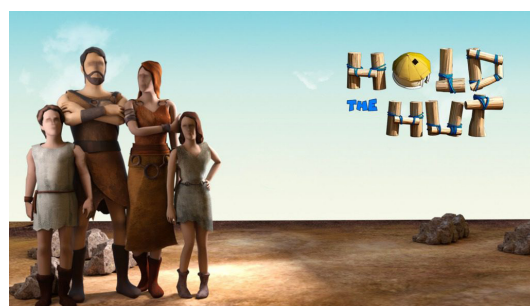


Figura 13 - Schermata di copertina del Videogioco Huld the Hut.

<sup>55</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di Hold the Hut <https://ivipro.it/it/portfolio-item/hold-the-hut/>

<sup>56</sup> Sito web del videogioco Hold the Hut <https://www.holdthehut.it/>

Lo scopo del gioco è infatti quello di far conoscere il patrimonio di San Chirico Nuovo e di provare a condurre i giocatori alla scoperta della capanna arcaica. Questa modalità di visita oltre che diffondere informazioni storiche e scientifiche facilita l'avvicinamento di un pubblico composto da giovani e famiglie alla fruizione del patrimonio archeologico locale.

Per iniziare a giocare a Hold the Hut sarà sufficiente scaricare l'applicazione sul telefono e una volta dentro all'interno della struttura basterà inquadrare con lo smartphone i pannelli per attivare la realtà aumentata e iniziare a giocare con la capanna in versione VR.<sup>57</sup>



Figura 14 – Immagini estrapolate dal videogioco Hold the Hut, sono rappresentati in modo schematico il numero degli episodi, il numero dei puzzle da comporre, il numero dei reperti da scoprire e la capanna da scoprire.  
(Fonte: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/hold-the-hut/>)

Hold the Hut è composto da quattro episodi, il primo prevede il completamento di puzzle e leggendo le informazioni vengono approfonditi gli usi e i costumi della tipica famiglia dell'epoca, nel secondo episodio vengono svelati i segreti relativi allo spostamento dell'arcaica capanna di San Chirico Nuovo da contrada Serra a Belvedere.

---

<sup>57</sup> VR sono le iniziali che abbreviano Virtual Reality.

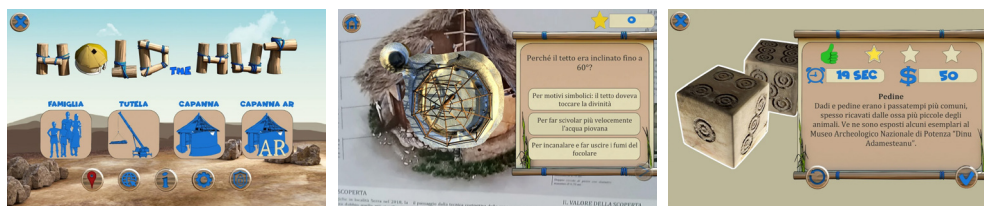


Figure 16, 17, 18 – Schermate di gioco estrapolate dal videogioco di Hold the Hut. (Fonte: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/hold-the-hut/>)

Nel terzo episodio gli utenti rispondendo ad alcune domande sottoforma di quiz potranno scoprire le tecniche di costruzione delle abitazioni e i materiali utilizzati, infine, nel quarto episodio si porta a termine la missione raggiungendo il sito archeologico dentro la struttura di protezione realizzata al Belvedere del Comune lucano.



Figura 15 – Rappresentazione della tipica famiglia antica presente all'interno del videogioco.

## Legenda:

● Località del gioco Hold The Hut



Figura 19 – Mappa del comune di San Chirico Nuovo con identificate le località del gioco Hold The Hut. Mappa in scala 1:10000.

(Fonte della mappa: <https://rsdi.regione.basilicata.it/viewGis/?project=C5E7A17D-92E8-4DAB-FF83-D79F568CFE6F>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/hold-the-hut/>)

Lo scopo del videogioco non si ferma alla conoscenza del sito archeologico ma vuol far sì che gli utenti e visitatori scoprano e conoscano anche l'area circostante, zona in cui si era sviluppata la popolazione antica che abitava il Nord della Basilicata.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Pagina web di EFFENOVE, sezione dedicata al visual game Hold the Hut <https://www.effenove.it/works/hold-the-hut/>

Hold the Hut è stato pensato per coprire una vasta fascia di età, ma principalmente vuole colpire i giovani, questa scelta è stata dettata principalmente dalla situazione attuale; infatti, la maggior parte dei ragazzi giovani sanno utilizzare gli smartphone o altri dispositivi e ci passano molto tempo, anche a giocare.

Per questo motivo si è scelto di utilizzare questa modalità di gestione e trasmissione delle informazioni, in modo tale da riuscire ad avvicinare e incuriosire i ragazzi al valore culturale attraverso il gioco e l'utilizzo del loro "inseparabile" telefono.<sup>59</sup>

A sostegno di questa tesi intervengono i dati ISTAT del 2018, in Italia sono presenti 4908 enti divisi tra musei, aree archeologiche, monumenti aperti al pubblico, in poche parole un comune su tre ha almeno una struttura culturale, quindi una ogni sei mila abitanti.<sup>60</sup>

Per questo motivo è importante saper creare percorsi di visita e di distribuzione delle informazioni relative al patrimonio culturale e la digitalizzazione e le tecnologie possono cambiare l'approccio e il modo di avvicinamento a questo argomento. Utilizzare questi sistemi non significa completamente abbandonare la tradizione ma cercare nuovi modi per la fruizione del patrimonio individuando strategie e linguaggi diversi capaci di attrarre e creare curiosità nel pubblico.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Sito web del videogioco Hold the Hut <https://www.holdthehut.it/>

<sup>60</sup> Report ISTAT "L'Italia dei musei" pubblicato a 12/2019 [https://www.istat.it/it/files/2019/12/LItalia-dei-musei\\_2018.pdf](https://www.istat.it/it/files/2019/12/LItalia-dei-musei_2018.pdf)

<sup>61</sup> Sito web del videogioco Hold the Hut <https://www.holdthehut.it/>



### “Summer gems”

Summer Gems è il videogioco ambientato in Liguria più in particolare al borgo di Boccadasse situato nel quartiere di Albaro a Genova.<sup>62</sup> Questa ambientazione era già stata utilizzata per il gioco di *“Mediterranean Voidland”*, il cui autore ricompare nel gruppo di Three of Cups, nonché gruppo che ha prodotto Summer Gems.

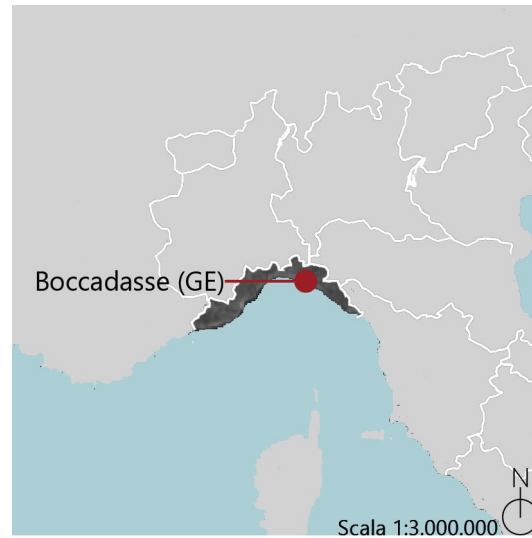


Figura 20 - Mappa in scala 1:3000000 della Liguria con localizzato il borgo di Boccadasse, facente parte del comune di Genova.

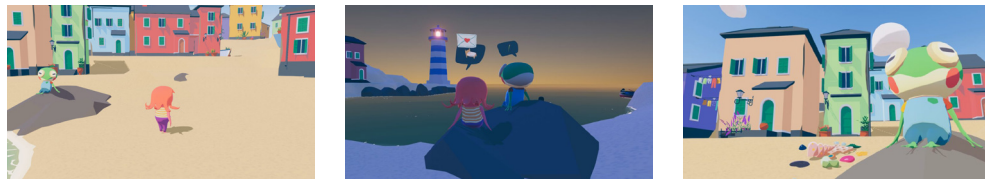


Figure 21, 22, 23 - Schermate di gioco estrapolate dal videogioco di Summer Gems. (Fonte: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/summer-gems/>)

<sup>62</sup> Pagina web “Italy for movies”, sezione “Film, serie tv games”, articolo “Summer Gems” <https://www.italyformovies.com/film-serie-tv-games/detail/7103/summer-gems>

Il videogioco ambientato nel piccolo quartiere genovese ha l'obiettivo di essere un game emotivo e inclusivo che possa condurre il pubblico a relazionarsi con gli altri e a riflettere sui temi proposti.

Summer Gems parla appunto di arricchimento reciproco, amicizia e relazioni. La storia sulla quale si sviluppa il gioco racconta i sentimenti e le emozioni che accadono tra Leo e Mara durante l'estate passata proprio nel a Boccadasse.<sup>63</sup>

### Legenda:

● Località del gioco Summer Gems



Figura 24 – Mappa del borgo di Boccadasse con identificata la zona del gioco Summer Gems. Mappa in scala 1:5000.

(Fonte della mappa: <http://www.pcn.minambiente.it/viewer/>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/summer-gems/>)

<sup>63</sup> Pagina web del videogioco Summer Gems: <https://3ofcupsgames.itch.io/summer-gems>

### “MetaCampus, il mistero di Rionero”

Il progetto ha visto la realizzazione di una visual novel con lo scopo principale di educare gli utenti verso la relazione che c'è tra arte, scienza e territorio. L'idea nasce dalla riflessione rispetto ai linguaggi innovativi e trasversali che hanno i videogame e alla loro capacità di coinvolgimento degli utenti.

Anche in questo caso, le caratteristiche positive degli strumenti digitali sono state utilizzate come strumenti per la trasmissione del patrimonio storico culturale del luogo.<sup>64</sup> Il progetto si riferisce alle vicende relative al paese

di Rionero in provincia di Potenza, un comune di circa 12

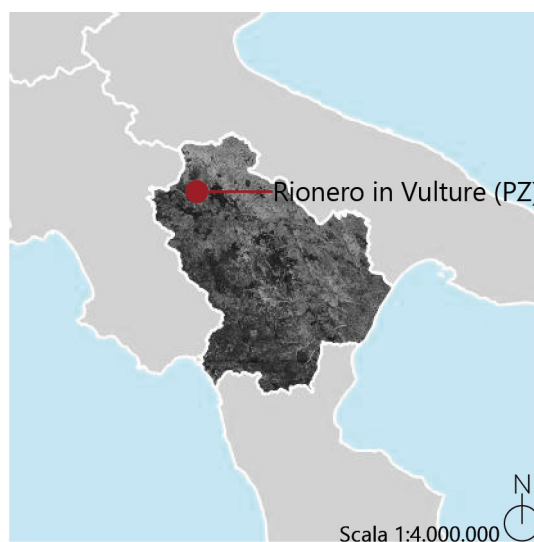


Figura 25 - Mappa in scala 1:4000000 della Basilicata con localizzato il comune di Rionero in Vulture

mila abitanti collocato alle pendici del Monte Vulture in Basilicata.

Il game ha tre protagonisti studenti, Matteo, Eva e Giada che devono risolvere enigmi e puzzle per poter ripopolare il Campus dell'Istituto "Giustino Fortunato" rimasto deserto dopo una serie di sconosciuti eventi. I tre ragazzi per poter risolvere i misteri dovranno imparare e conoscere la storia del territorio, quindi analizzare e scoprire il suo paesaggio artistico, storico, paesaggistico e culturale.<sup>6</sup>

<sup>64</sup> Pagina web del videogioco MetaCampus, il mistero di Rionero [https://www.metacampusrionero.it/#visual\\_novel](https://www.metacampusrionero.it/#visual_novel)

<sup>65</sup> Agenzia di stampa e comunicazione, eventi e media, portale d'informazione lucano. Pagina web di "IVL24" articolo "Metacampus, il mistero di Rionero; fruizione virtuale e gamification nella scuola" (12/2023) <https://ivl24.it/metacampus-il-mistero-di-rionero-fruizione-virtuale-e-gamification-nella-scuola/>

Il videogioco è sviluppato a bivi, l'inizio è uguale per ogni personaggio ma poi si divide in tre diverse aree, la prima prevede il Palazzo Giustino Fortunato con la biblioteca, la cucina e il giardino interno. La seconda area è il Campus con l'ufficio della direzione, l'aula informatica e il cortile.

L'ultima area invece è quella dei Laghi di Monticchio con l'Abbazia di San Michele Arcangelo, il Museo di Storia Naturale del Vulture e le rovine dell'antica Abbazia di Sant'Ippolito.<sup>66</sup>

### Legenda:

● Località del gioco MetaCampus, il Mistero di Rionero

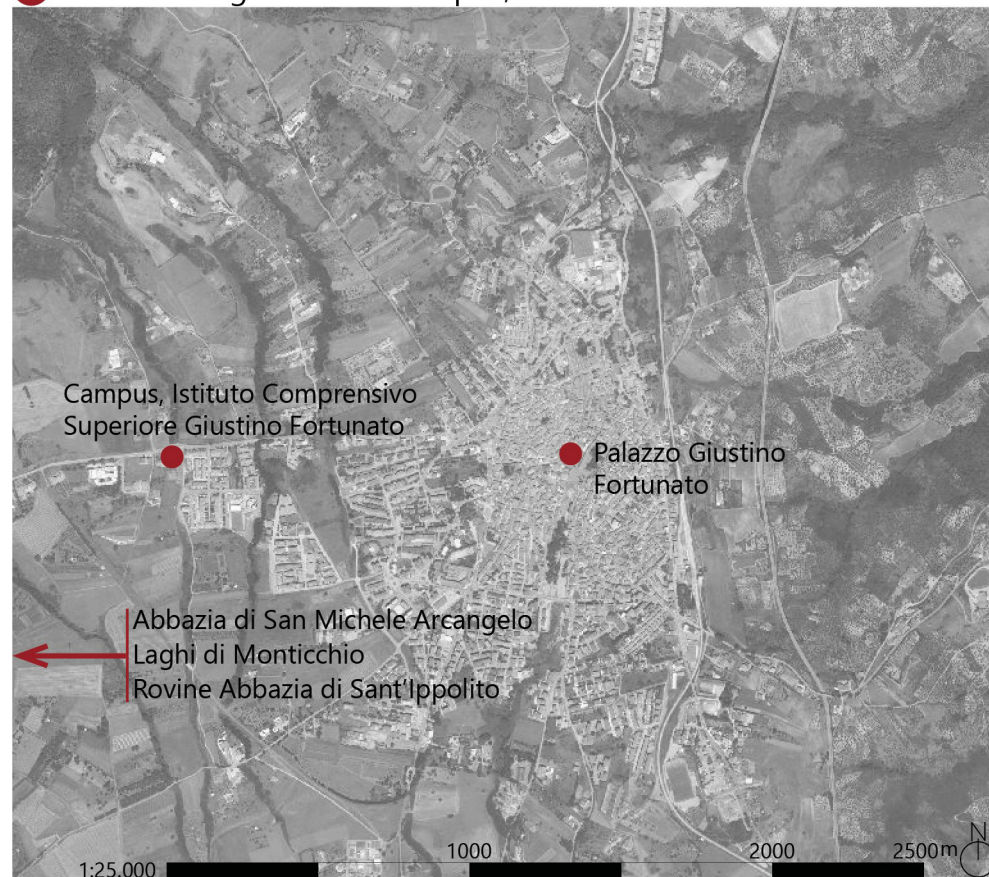


Figura 26 – Mappa del comune di Rionero in Vulture con identificate le località del gioco MetaCampus, il Mistero di Rionero. Mappa in scala 1:25000.

(Fonte della mappa: <https://rsdi.regione.basilicata.it/viewGis/?project=C5E7A17D-92E8-4DAB-FF83-D79F568CFE6F>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/metacampus-il-mistero-di-rionero/>)

<sup>66</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di MetaCampus, il mistero di Rionero <https://ivipro.it/it/portfolio-item/metacampus-il-mistero-di-rionero/>

La realizzazione del videogioco è stata svolta dagli studenti dell'istituto comprensivo che si sono divisi in diversi laboratori che li ha visti impegnati in tutte le fasi del progetto dalla sceneggiatura, alle tecniche di grafica 2D, dalle basi di fotografia e cinema ai laboratori 3D con i quali hanno imparato a sviluppare le animazioni e i personaggi.

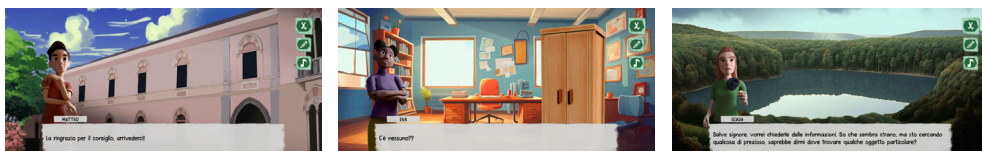


Figure 27, 28, 29 – Schermate di gioco estrapolate dal videogioco di Metacampus, il mistero di Rionero.

(Fonte: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/metacampus-il-mistero-di-rionero/>)

### “Inventum”

Progettato da Silvio Giordano, artista e regista, e prodotto dalla Effenove, Inventum è un videogioco in realtà aumentata progettato per la valorizzazione del Parco Archeologico di Venosa, un comune italiano di circa diecimila abitanti della provincia di Potenza.

Il visitatore con il suo smartphone potrà inquadrare i pannelli informativi accedendo alla sua visita guidata Roberto il Guiscardo.<sup>67</sup>

L'utente durante la visita incontrerà diversi personaggi storici collezionando informazioni importati per poter collezionare pietre disperse nel parco e per riportarle dove erano veramente incastonate cioè nelle mura.



Figura 30 - Mappa in scala 1:4000000 della Basilicata con localizzato il comune di Venosa



Figura 31 – Roberto il Guiscardo, personaggio del videogioco che funge da guida per il visitatore

<sup>67</sup> Pagina web di EFFENOVE, sezione dedicata al visual game Inventum <https://www.effenove.it/works/inventum/>

Il videogioco è quindi stato pensato e realizzato per stimolare l' esplorazione del sito archeologico ma anche il contesto che lo circonda come per esempio il Museo archeologico nazionale di Venosa, il quale ha diversi reperti conservati al suo interno.<sup>68</sup>

**Legenda:**

● Località del gioco Inventum

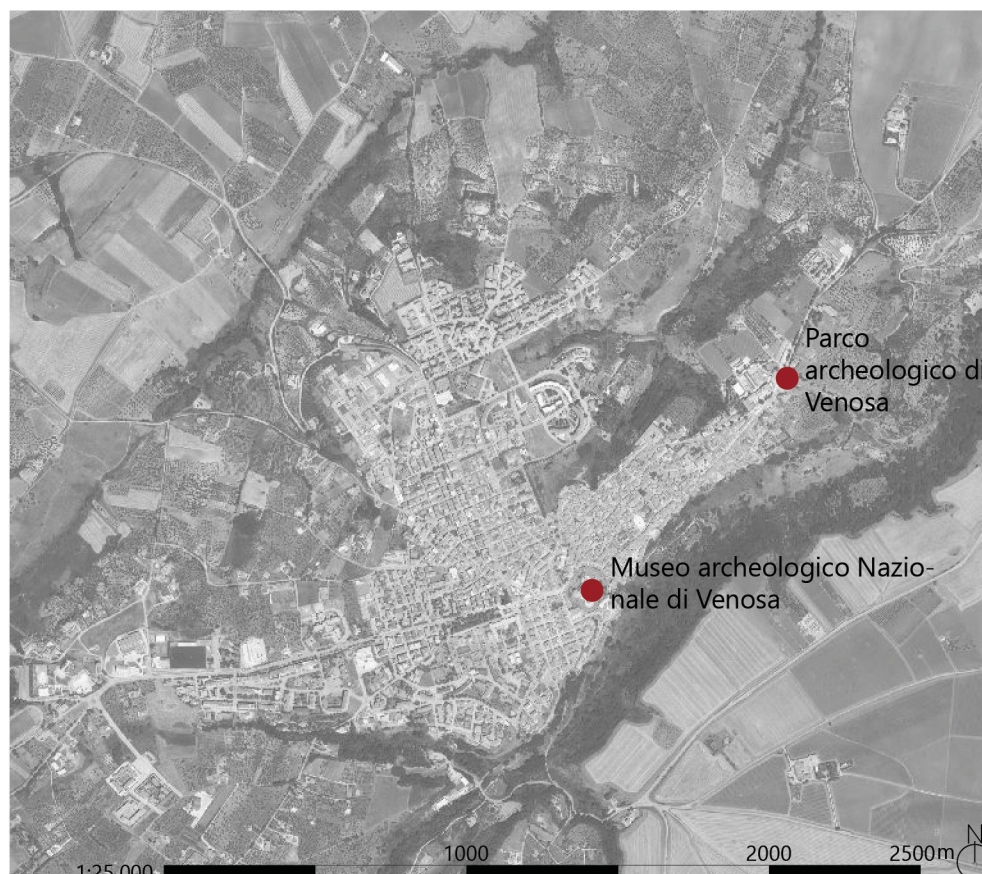


Figura 33 – Mappa del comune di Venosa con identificate le località del gioco Inventum. Mappa in scala 1:25000.

(Fonte della mappa: <https://rsdi.regione.basilicata.it/viewGis/?project=C5E7A17D-92E8-4DAB-FF83-D79F568CFE6F>

Fonte delle informazioni: <https://www.effenove.it/works/inventum/>)

Il gioco è suddiviso in sei scenari, corrispondenti ai pannelli informativi presenti nel sito, e permettono al visitatore di attraversa 14 secoli di storia e incontrare ben 16 personaggi diversi.

<sup>68</sup> Pagina web di EFFENOVE, sezione dedicata al visual game Inventum <https://www.effenove.it/works/inventum/>



Figura 34 - Schermata estrapolata dal videogioco con rappresentati i vari personaggi che si alternano durante l'esperienza di visita digitale.

Il videogame si conclude con la risoluzione di un enigma che permetterà quindi all'utente di veder fondersi realtà e immaginazione insieme.<sup>69</sup>

Finita la visita, l'utente sarà invitato a riporre il telefono e a guardarsi attorno per vedere nuovamente il sito ma con una nuova consapevolezza godendosi appieno il Patrimonio Culturale che gli si presenta.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Pagina web del Magazine "Artribune", articolo "Inventum: il videogioco dedicato al parco Archeologico di Venosa" (09/2028) <https://www.artribune.com/television/2018/09/video-inventum-videogame-parco-archeologico-di-venosa/>

<sup>70</sup> Pagina web di "Archeomatica, tecnologie per i Beni Culturali" articolo "Inventum: videogioco gratuito in realtà aumentata per la fruizione innovativa del Parco Archeologico di Venosa" (08/2018) <https://www.archeomatica.it/ict-beni-culturali/inventum-videogioco-gratuito-in-realta-aumentata-per-la-fruizione-innovativa-del-parco-archeologico-di-venosa>



## “Le avventure di Pechète”

Pechète è il nome del progetto dedicato al turismo scolastico promosso dal GAL Patavino e realizzato da GLASS studio e IVIPRO nell'ambito del progetto Dai Colli all'Adige.

L'obiettivo del progetto era quello di coinvolgere le generazioni più giovani nel tracciare nuovi percorsi di visita

proprio nel loro territorio provando ad utilizzare nuovi linguaggi e discipline, tra cui anche il gaming, ma nello specifico agli studenti è stato proposto di utilizzare la tecnica delle visual novel che potessero essere interattive.<sup>71</sup>

Il supporto digitale, in questo caso, utilizzato come strumento didattico divulgativo e innesco per raccontare il patrimonio del territorio in modo diverso e più accattivante così da rendere più accattivante e incuriosendo maggiormente gli studenti che hanno dovuto relazionarsi con il luogo con spirito critico e maggiore consapevolezza.

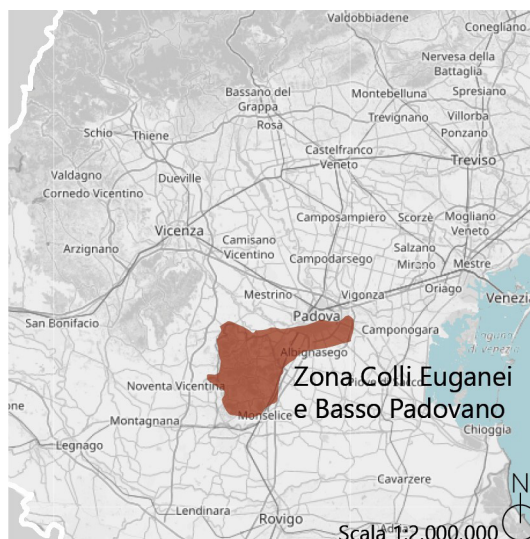


Figura 35 - Mappa in scala 1:2000000 di parte del Veneto con localizzato il comune di Padova e i Colli Euganei



Figura 36 - Immagine di copertina del progetto Pechète: turismo scolastico esperienziale di cui fa parte anche il progetto digitale

<sup>71</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di Le avventure di Pechète <https://ivipro.it/it/speciale/pechete-per-una-didattica-tra-videogiochi-e-territorio/>

Le avventure di Pechète quindi è una raccolta di sette visual novel interattive realizzate dai ragazzi delle scuole della Bassa Padovana e dei Colli Euganei che raccontano in modo diverso il territorio. Ogni visual novel è diversa ma in tutte ci sono viaggi nel tempo, oggetti perduti e misteri da risolvere.



Figura 37, 38 – Immagini estrapolate dal videogioco che rappresentano diverse ambientazioni trattate nel progetto.

Pechète, oltre ad essere il nome del progetto, nel dialetto padovano vuol dire "piccole orme", infatti il nome riporta proprio ad un'antica leggenda rurale del territorio che aveva come protagonista proprio Pechète che lasciava piccole tracce ovunque decidesse di andare, nei boschi lungo i torrenti, nei campi.<sup>72</sup>



Figura 39 - Immagine che rappresenta il significato del nome Pechète ovvero "orme"

Il progetto ha evidenziato le potenzialità dell'integrazione tra videogioco e didattica, utilizzare il videogioco come punto di partenza, strumento e punto d'arrivo di un percorso didattico ha reso le classi più interessate.

<sup>72</sup> Pagina web del progetto "Le avventure di Petèche" per il turismo scolastico. <https://progetto-pechete.itch.io/pechete2022>

La differenza sostanziale è stata la partecipazione unanime dei ragazzi, infatti, nel progetto sono stati attivi sia gli studenti amanti dei videogiochi sia gli studenti meno interessati al digitale. Anche i docenti coinvolti hanno riscontrato una forte partecipazione collettiva tra i ragazzi.

### Legenda:

● Località del gioco Le avventure di Pechéte

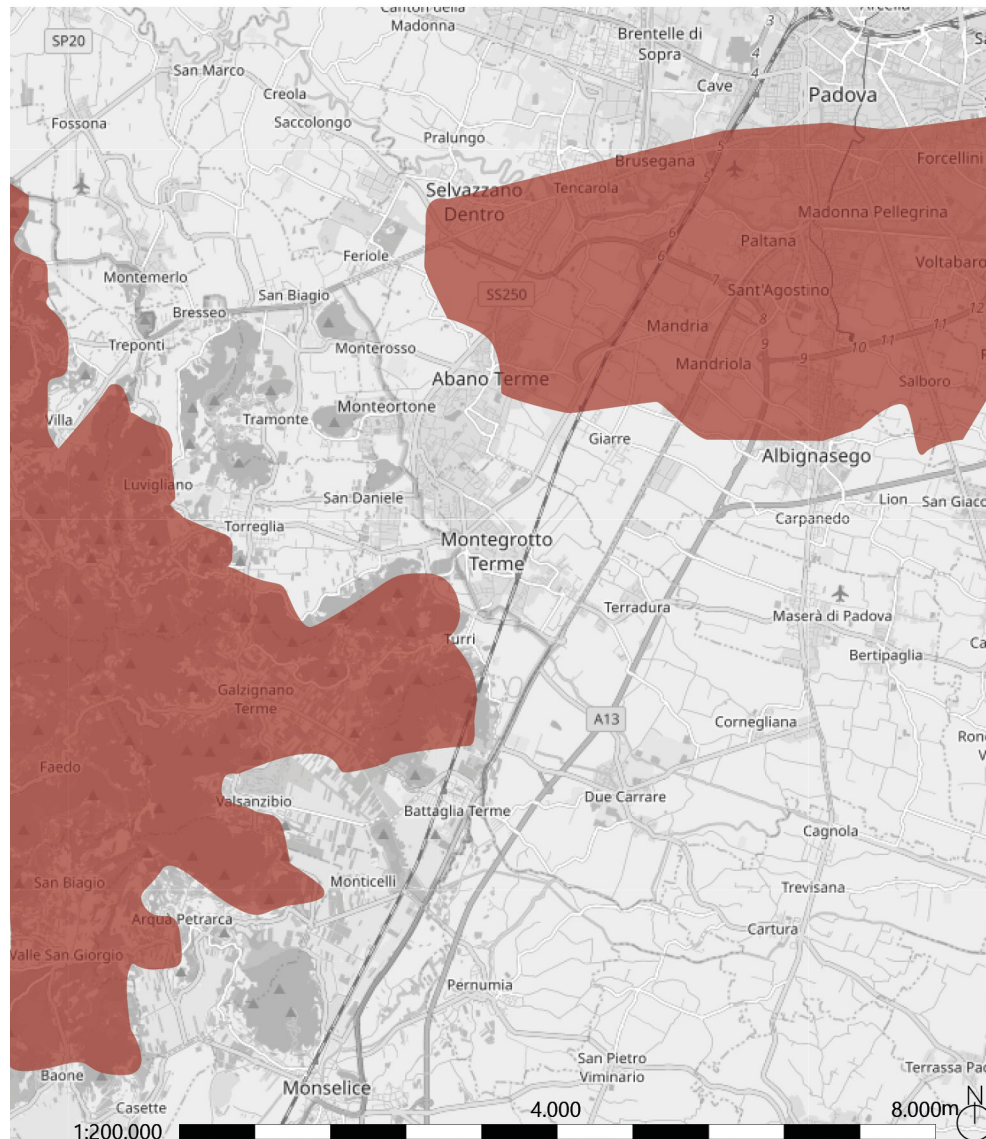


Figura 40 – Mappa con le località del gioco Le avventure di Pechéte. Mappa in scala 1:200000.

(Fonte della mappa: <https://idt2.regione.veneto.it/idt/webgis/viewer?webgisId=47>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/speciale/pechete-per-una-didattica-tra-videogiochi-e-territorio/>)

### “Aosta digitale”

Il progetto consiste in un'applicazione gratuita contenente gamification, mapping, realtà aumentata e realtà virtuale in grado di accompagnare il visitatore alla scoperta dei luoghi più importanti di Aosta ma anche a supporto di chi non è fisicamente in città. L'applicazione fa parte del progetto “Aosta Digitale”



Figura 41 - Mappa in scala 1:3000000 della Valle d'Aosta con localizzato il comune di Aosta

promosso dall'assessore allo Sviluppo economico in collaborazione con l'assessorato ai Beni Culturali.<sup>73</sup>

Nella mappa interattiva vengono segnalati 26 posti che possono essere scoperti attraverso l'itinerario a tema e personalizzabile.<sup>74</sup>



Figura 42 – Immagine presa dal videogioco Aosta Digitale che rappresenta la mappa del comune, su cui verranno localizzati i vari punti da scoprire e visitare.

<sup>73</sup> Pagina web di Vale d'Aosta Heritage, articolo l'evento di presentazione di “Aosta digitale” <https://valledaostaheritage.com/events/presentazione-app-aosta-digitale/>

<sup>74</sup> Pagina web di Ansa.it, articolo “Aosta digitale, in un'app storia e luoghi simbolo della città” [https://www.ansa.it/valledaosta/notizie/2023/11/28/aosta-digitale-in-unapp-storia-e-luoghi-simbolo-della-citta\\_7526ae1e-7998-4be9-9b37-83d-be5b7704f.html](https://www.ansa.it/valledaosta/notizie/2023/11/28/aosta-digitale-in-unapp-storia-e-luoghi-simbolo-della-citta_7526ae1e-7998-4be9-9b37-83d-be5b7704f.html)

L'app che conduce il visitatore nei vari luoghi avvisa l'utente attraverso una notifica, inoltre è possibile vedere in realtà aumentata alcuni luoghi selezionati oltre che tornare indietro nel tempo per assaporare la città antica.<sup>75</sup>

La parte invece dedicata al gaming è stata progettata e realizzata con una serie di puzzle da risolvere per poter ritrovare e pagine perdute del taccuino di viaggio dell'inglese William Brockedon che per un periodo aveva soggiornato ad Aosta, la trama del gioco, infatti, riprende la storia del viaggiatore.<sup>76</sup>

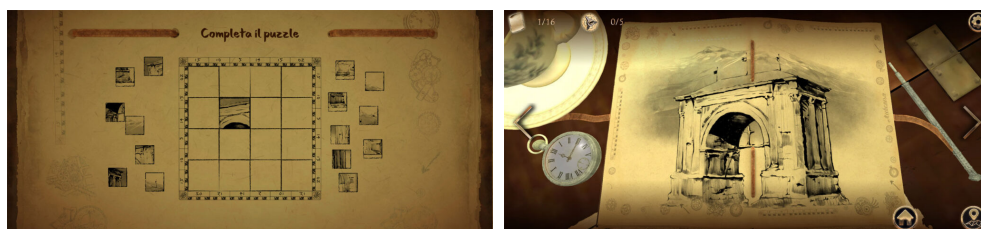


Figura 43, 44 – Immagini estrapolate dal videogioco che rappresentano due esempi di minigioco che si devono svolgere per completare l'enigma del gioco.

Con l'applicazione "Aosta digitale" è l'utente a scegliere quale esperienza vivere, può decidere di viverla in prima persona seguendo la mappa interattiva, oppure può scegliere di vivere attraverso la realtà aumentata i luoghi di Aosta ma in qualsiasi posto si trovi, anche comodamente da casa sua; oppure può scegliere di partecipare attivamente all'esperienza giocando con il game rispondendo ai quiz, risolvendo i puzzle e gli enigmi.

---

<sup>75</sup> Pagina web dell'associazione SmartNation che promuove attivamente il digitale e l'innovazione al servizio dei cittadini, delle imprese e delle pubbliche amministrazioni, articolo su "Aosta digitale, online l'app per scoprire Aosta grazie alla tecnologia" <https://smarnation.it/news/aosta-digitale-online-app-scoprire-aosta-grazie-tecnologia>

<sup>76</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di Aosta digitale <https://ivipro.it/it/portfolio-item/aosta-digitale>

L'applicazione creata per il progetto "Aosta digitale" può accontentare un pubblico molto vasto ed eterogeneo.<sup>77</sup>



Figura 45 – Mappa con le località del gioco Aosta digitale. Mappa in scala 1:25000.  
(Fonte della mappa: <https://geoportale.regione.vda.it/>  
Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/aosta-digitale>)

---

<sup>77</sup> Pagina web di EFFENOVE, sezione dedicata al game Aosta digitale <https://www.effenove.it/works/aosta-digitale/>

### “Nocturama Bonomia”

Nocturama Bonomia viene definito come un “contenitore” di fumetti interattivi di genere urban fantasy ambientati a Bologna ma di notte.

Le storie sono collegate a luoghi, monumenti, oggetti cittadini mappati, e raccontano di personaggi diversi tra loro ma con un unico obiettivo: vivere la notte più importante della loro esistenza a Bologna.

Il progetto è stato realizzato in collaborazione con l’Accademia di Belle Arti di Bologna, il Conservatorio Giovan Battista Martini e il corso di Game producer di Demetra Formazione.<sup>78</sup>



Figura 45 - Mappa in scala 1:5000000 dell’Emilia Romagna con localizzato il comune di Bologna

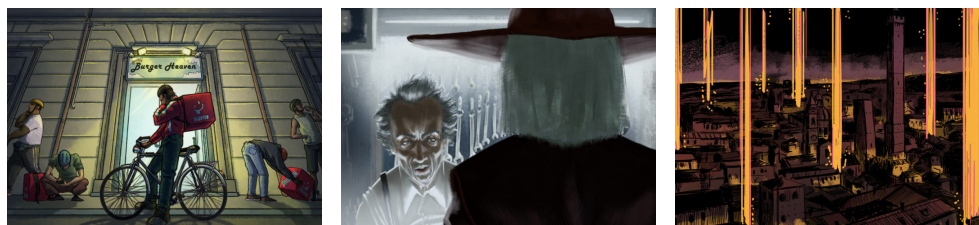


Figura 46, 47, 48 – Immagini estrapolate dal videogioco che rappresentano tre scene delle diverse storie proposte dal gioco.

<sup>78</sup> Pagina web di IPID Italian Party Indie Developers. IPID è un’associazione apolitica e no profit che raggruppa singoli sviluppatori di videogiochi, professionisti e amatori, e che opera a sostegno della valorizzazione delle produzioni delle realtà videoludiche del nostro paese a livello di volumi e di qualità. Articolo “Nocturama Bonomia: la beta è disponibile” <https://www.ipid.dev/articoli-notizie/nocturama-bonomia-beta-disponibile-adesso/>

Ogni episodio ha un'ambientazione specifica e una sua storia oltre che uno stile ed una propria estetica siccome dietro ad ogni storia c'era una squadra di produzione. Gli episodi sono nove e le tematiche trattate spaziano dall'esoterismo alla denuncia sociale, dalla fantascienza a quelle storiche e religiose. Anche i luoghi trattati nelle visual novel sono diversi in ognuna di esse, una di queste è ambientata tra le mura di Villa Clara, ora Villa Malvasia, gli altri invece sono tutti luoghi noti di Bologna come: il Parco Villa Angeletti, la Piazza Liber Paradisus, il Teatro Comunale, la Biblioteca Universitaria, la Via d'Azeglio, l'Archiginnasio e la Basilica di Santo Stefano .

### Legenda:

● Località del gioco Nocturama Bonomia

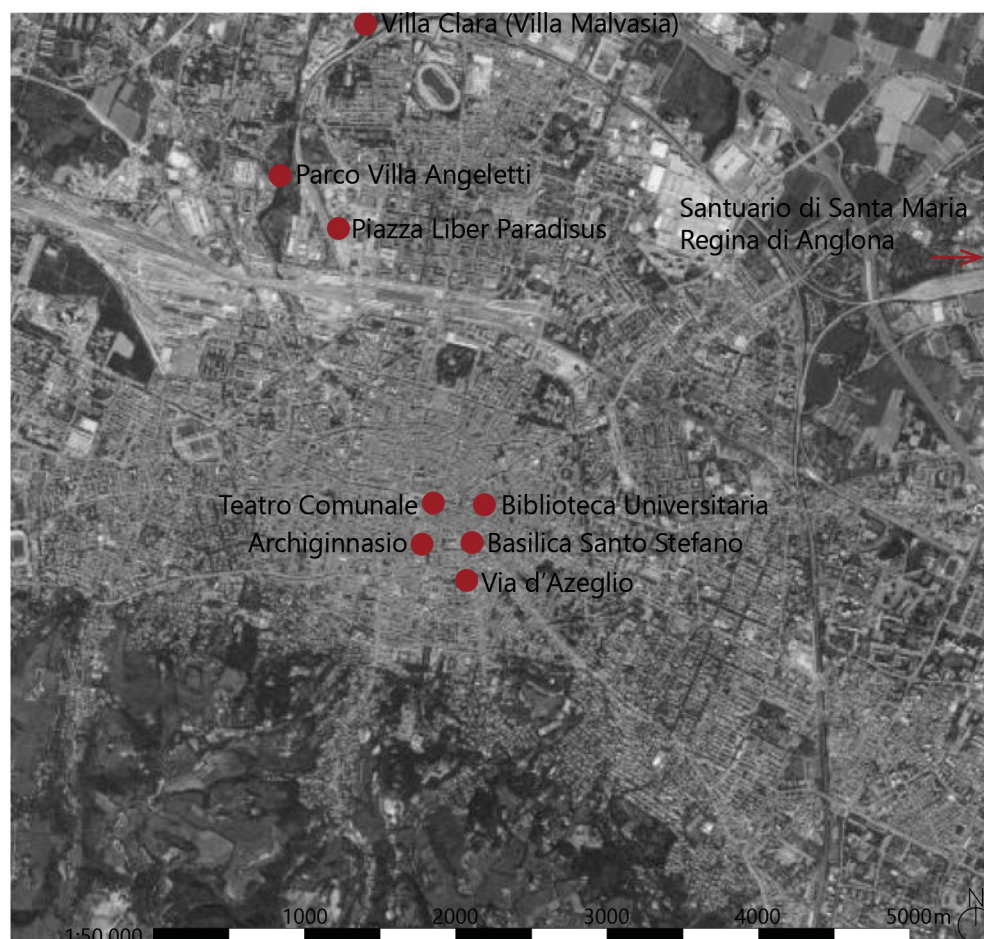


Figura 49 – Mappa con le località del gioco Nocturama Bonomia. Mappa in scala 1:50000.

(Fonte della mappa: <https://servizimoka.regione.emilia-romagna.it/mokaApp/apps/CORERH5/index.html>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/aosta-digitale>)



## “Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano”

Il progetto dalla volontà di valorizzare i siti che appartengono al sistema territoriale dei musei, delle biblioteche e degli archivi della Sabina e del Cicolano.<sup>79</sup>

Il videogioco, prodotto sotto forma di visual novel contiene otto storie tematiche e più di quaranta minigiochi, la protagonista è una bambina di otto

anni, la piccola Matilde, che grazie ai racconti dei suoi nonni scoprirà la bellezza del patrimonio culturale presente nel suo territorio.

L’obiettivo di Radici è quello di accompagnare gli studenti delle scuole primarie e secondarie alla scoperta del loro territorio.

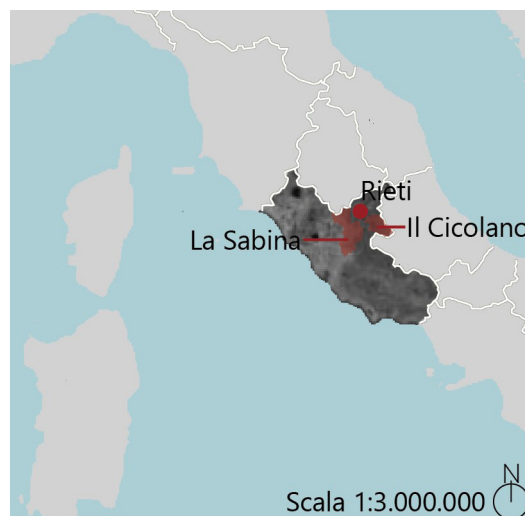


Figura 50 - Mappa in scala 1:3000000 del Lazio con localizzate le zone di la Sabina e il Cicolano e il comune di Rieti

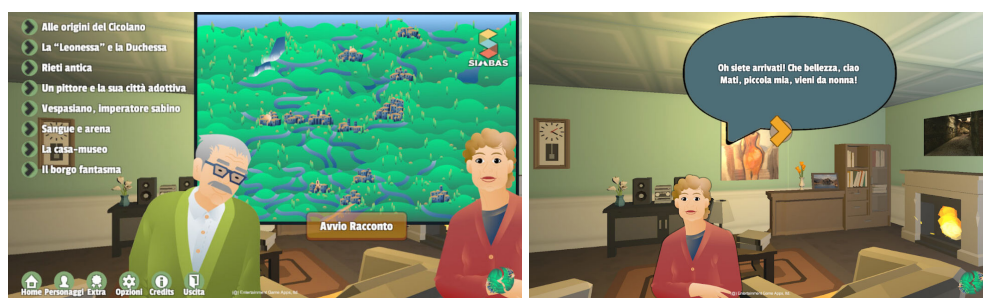


Figura 51, 52 – Immagini estrapolate dal videogioco che rappresentano alcune scene proposte durante l’utilizzo dello strumento digitale.

<sup>79</sup> Pagina web di SIMBAS: Sistema Territoriale integrato Musei Biblioteche Archivi della Sabina e del Cicolano: <https://www.simbas.it/>

I luoghi che compaiono nel gioco fanno tutti parte del comune di Rieti e dei comuni limitrofi come, per esempio, la Biblioteca Comunale Paroniana, il Museo Civico di Rieti, il Museo archeologico Cicolano di Covaro di Borgorose e tanti altri.<sup>80</sup>

**Legenda:**

● Località del gioco Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano

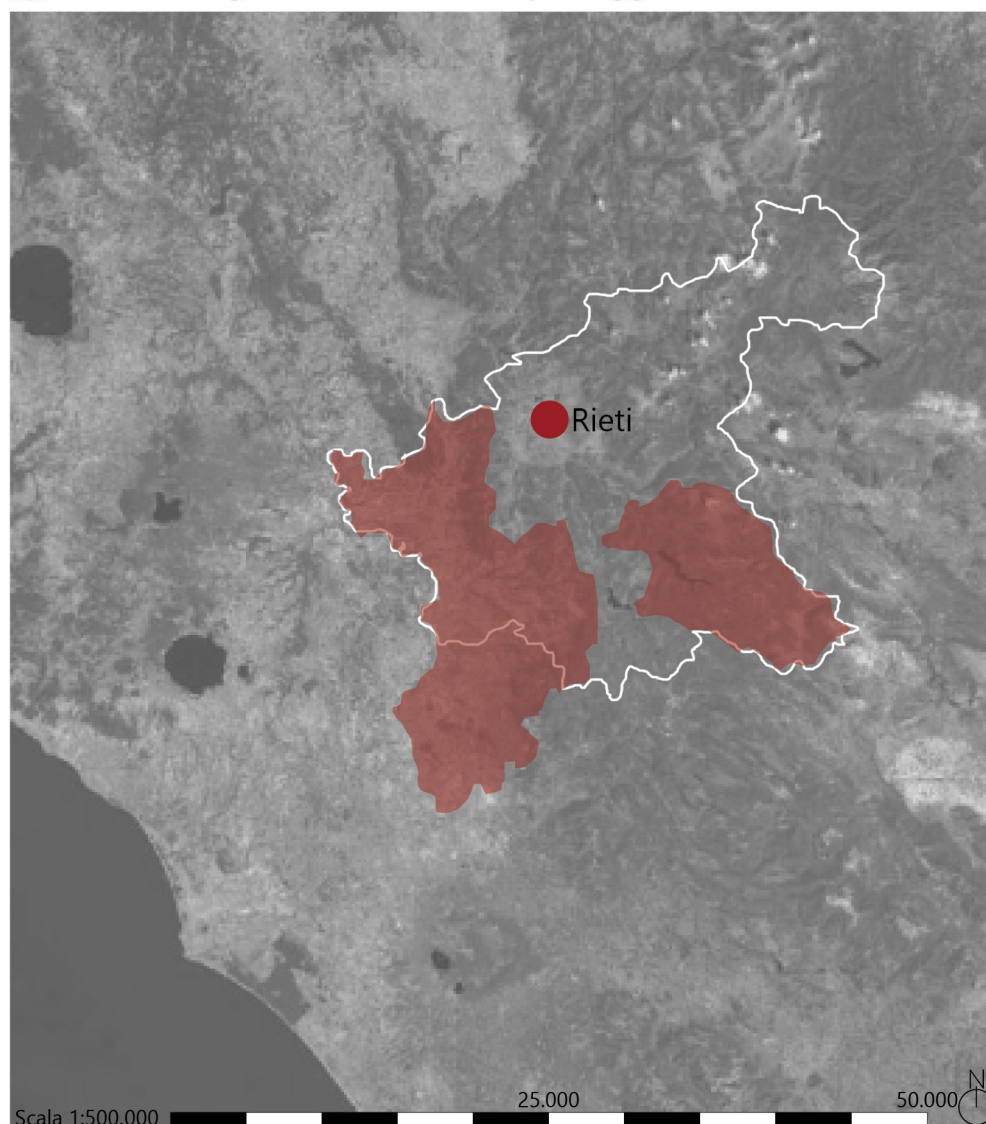


Figura 53 – Mappa con le località del gioco Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano. Mappa in scala 1:500000.

(Fonte della mappa: <http://www.pcn.minambiente.it/viewer/>)

Fonte delle informazioni: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/radici-storie-e-paesaggi-tra-la-sabina-e-il-cicolano/>)

---

<sup>81</sup> Pagina web di IVIPRO, sezione dedicata al visual game di Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano <https://ivipro.it/it/portfolio-item/radici-storie-e-paesaggi-tra-la-sabina-e-il-cicolano/>

Il progetto di Radici è un gioco interattivo che permette agli utenti di scoprire il territorio grazie allo strumento del gaming, a sostegno di questo sono poi stati creati video promozionali e altri contenuti digitali da disseminare sulle varie piattaforme social.<sup>81</sup>

Il videogioco con le sue storie vuole andare a riprendere il macro-tema trattato durante l'anno 2021/2022, l'intento è quello di porre la giusta attenzione sul paesaggio naturale, sugli elementi storici e artistico-letterali e sul patrimonio culturale che rendono così speciale il territorio della Sabina e del Cicolano.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Pagina web del comune di Rieti, articolo "Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano "Un videogioco per andare alla scoperta del patrimonio culturale della Sabina e del Cicolano" <https://inx.comune.rieti.it/article/22/02/radici-storie-e-paesaggi-tra-la-sabina-e-il-cicolano-un-videogioco-andare-alla>

<sup>82</sup> Pagina web del giornale "Il Messaggero", articolo ""Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano", un videogioco per scoprire il patrimonio culturale" (02/2025) [https://www.ilmessaggero.it/rieti/rieti\\_simbas\\_videogioco\\_sabina\\_cicolano-6527537.html?refresh\\_ce](https://www.ilmessaggero.it/rieti/rieti_simbas_videogioco_sabina_cicolano-6527537.html?refresh_ce)

## 2.4 Il Patrimonio Culturale tra AR e VR

I casi presi come esempio per questa classe di strumenti digitali andranno ad analizzare come la tecnologia venga utilizzata per far vivere in modo diverso il Patrimonio Culturale. Grazie alla realtà aumentata e a quella virtuale infatti, oggi, è possibile vivere e fruire dei beni culturali in modo dinamico e immersivo. Queste tecnologie sono ancora poco sviluppate ma sono già diverse le istituzioni o gli enti pubblici che le utilizzano per offrire al pubblico esperienze di visita uniche.

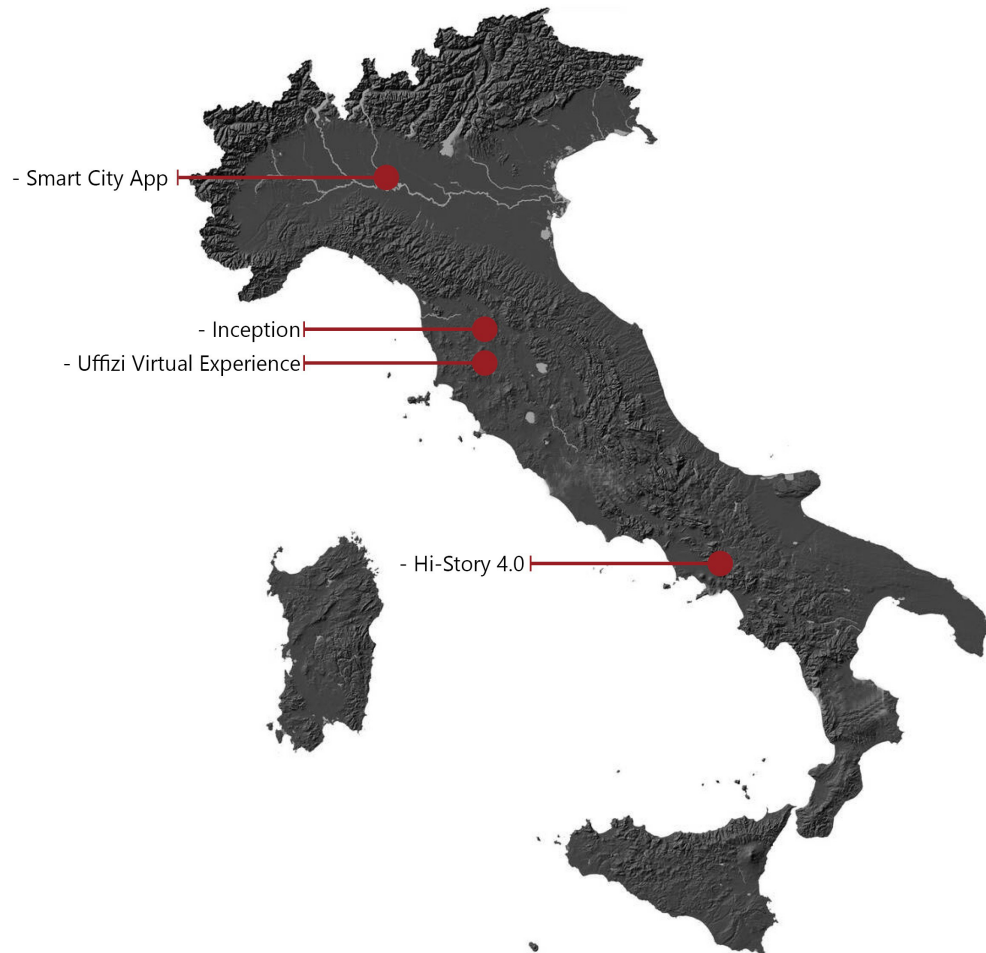


Figura 54 – la mappa, rappresenta uno schema della penisola italiana con rappresentate le varie località dei progetti scelti per rappresentare la categoria della realtà aumentata e realtà virtuale.

(Fonte mappa: <https://www.alamy.it/fotos-immagini/mappa-dell'italia-e-europa.html?cutout=1&page=3&sortBy=relevant>)

### Inception, il progetto europeo

Il progetto vede a collaborare quattordici partner europei tutti coordinati dal Dipartimento di Architettura dell'Università di Ferrara e fa parte del programma "Horizon 2020". L'obiettivo di "Inception" è quello di utilizzare tutte le tecnologie disponibili per poter rendere la cultura e il patrimonio più facilmente accessibile e ad un pubblico sempre più vasto. I tecnici sono partiti creando una nuvola di punti dalla quale poi partire per la creazione di modelli 3D digitali, contemporaneamente sono stati studiati gli elementi che avrebbero composto i modelli 3D studiando gli eventi storici perché come sostiene l'architetto Federica Maietti, coordinatrice tecnica del progetto: *"Ogni edificio è unico, ha un'identità che dev'essere trasmessa alle generazioni future; quindi, merita di essere documentato in modo diverso"*.<sup>83</sup>

Il risultato sarà come quello di una banca dati aperta, i modelli saranno implementati da fonti, documenti, informazioni ma anche racconti, narrazioni e tradizioni.<sup>84</sup>

### Prototipo di Augmented Vision per EXPO 2015

Con l'occasione dell'EXPO del 2015 grazie a tecnologie di Visual Search è stato realizzato un prototipo di realtà aumentata per la città di Milano.

---

<sup>83</sup> Pagina web di EuroNews.it, articolo "Realtà virtuale e aumentata: per conoscere meglio il patrimonio culturale" (03/2019) di Claudio Rosmino <https://it.euronews.com/next/2019/03/04/firenze-nuove-tecnologie-cultura-progetto-europeo-inception-realta-virtuale-aumentata>

<sup>84</sup> Pagina web di EuroNews.it, articolo "Realtà virtuale e aumentata: per conoscere meglio il patrimonio culturale" (03/2019) di Claudio Rosmino <https://it.euronews.com/next/2019/03/04/firenze-nuove-tecnologie-cultura-progetto-europeo-inception-realta-virtuale-aumentata>

Il progetto prevedeva infatti che inquadrando con il dispositivo mobile determinati edifici del centro milanese su questi comparissero elementi grafici. Sono di esempio il caso del palazzo dell'Arengario, inquadrando la sua facciata le opere del Museo del Novecento si disponevano in piazza, oppure inquadrando la facciata del Duomo apparivano le navate interne attivandosi contemporaneamente un brano di musica sacra.<sup>85</sup>

### Uffizi Virtual Experience

L'idea nasce da una startup di Firenze, presentata a Smau<sup>86</sup> Berlino 2016, si tratta di una mostra virtuale completamente immersiva che porta in tour tutte le opere esposte dentro la Galleria degli Uffizi attraverso immagini ad altissima risoluzione.<sup>87</sup> L'Experience si divide in due arti, la prima è una parte immersiva dedicata alla visione delle opere, una vera e propria visita realizzata con immagini in movimento e suoni; la seconda parte invece è dedicata ad un'esperienza ludica e didattica.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> Pagina web di CarraroLAB, innovation design, articolo su "Augmented reality nelle città d'arte" <https://www.carraro-lab.com/realta-aumentata-per-la-cultura/augmented-reality-nelle-citta-darte/>

<sup>86</sup> Smau attraverso eventi nazionali e internazionali supporta da più di 50 anni le aziende e i professionisti nel soddisfare le esigenze di innovazione promuovendo il networking e l'aggiornamento professionale. <https://www.smau.it/chi-siamo>

<sup>87</sup> Pagina web di SMAU che supporta le aziende e i suoi professionisti nel soddisfare il fabbisogno di innovazione promuovendo il networking e l'aggiornamento professionale, diventando una piattaforma di relazione che collega le aziende all'intero ecosistema dell'innovazione: startup, incubatori, acceleratori, istituzioni, seguendo le dinamiche dell'innovazione aperta. Articolo di "REALTA' AUMENTATA, REALTA' VIRTUALE E NUOVI MODELLI DI FRUIZIONE E DI COMUNICAZIONE DEL TERRITORIO E DEL PATRIMONIO ARTISTICO E CULTURALE" <https://www.smau.it/articoli/realta-virtuale-realta-aumentata-e-nuovi-modelli-di-fruizione-del-patrimonio-artistico-e-culturale>

<sup>88</sup> Pagina web del Ministero della Cultura MIC, articolo "Uffizi Virtual Experience. Da Giotto a Caravaggio" <https://cultura.gov.it/comunicato/uffizi-virtual-experience-da-giotto-a-caravaggio>

### Hi-Story 4.0

Il progetto nasce da una startup di Napoli e ha come scopo quello di raccontare le opere d'arte attraverso la realtà aumentata. L'applicazione permette al visitatore di scegliere in quale scenario storico entrare, riuscendo ad interagire e giocare con l'opera d'arte diventando così utente protagonista del gioco interattivo.<sup>89</sup>

## 2.5 Ascoltare per conoscere il Patrimonio Culturale

Infine, sono stati selezionati alcuni progetti per quanto riguarda i podcast. Questo strumento digitale, molto simile in realtà ai classici programmi radiofonici più conosciuti, è in via di sviluppo ma negli ultimi anni sta avendo sempre più successo. Anche in questo caso i programmi scelti hanno come argomento generale quello del Patrimonio Culturale in tutte le sue sfaccettature.

### I Podcast del Ministero della Cultura

Sono tre le serie di podcast prodotti direttamente dal Ministero della Cultura che trattano di questo argomento. "Paladine", "In buone mani" e "Biblioteche d'Italia" sono questi i titoli dei programmi podcast, il primo è diviso in otto puntate ognuna delle quali parla di una donna che ha vissuto, lottato per l'arte e la cultura. Il secondo, tratta invece di luoghi speciali in cui i professionisti ogni giorno studiano e si occupano del patrimonio artistico e culturale italiano. Il terzo, come suggerisce il titolo, racconta delle biblioteche italiane.

---

<sup>89</sup> Pagina web di SMAU, Articolo di "REALTA' AUMENTATA, REALTA' VIRTUALE E NUOVI MODELLI DI FRUIZIONE E DI COMUNICAZIONE DEL TERRITORIO E DEL PATRIMONIO ARTISTICO E CULTURALE" <https://www.smau.it/articoli/realta-virtuale-realta-aumentata-e-nuovi-modelli-di-fruizione-del-patrimonio-artistico-e-culturale>

### **“Paladine”**

“Paladine”, raccontato da Serena Dandini, conduttrice televisiva, scrittrice e autrice italiana, mette in luce la vita di otto donne che negli anni si sono battute per l’arte e la cultura<sup>90</sup>, realizzato da Chora Media è disponibile sulle principali piattaforme come spotify, Google podcast e altre. Tra le storie raccontate ci sono donne diventate direttrici di musei, donne che hanno dedicato la loro vita a studiare l’arte e la cultura, donne diventate critiche d’arte e donne diventate ministre della cultura.

### **“In buone mani”**

“In buone mani”, suddiviso sempre in otto puntate, Mia Ceran, giornalista e conduttrice, racconta nei vari episodi il lavoro che ogni giorno svolgono i professionisti legati al Patrimonio Culturale<sup>91</sup>, racconta dei Bronzi di Riace, dei Musei del Bargello, del Centro di Conservazione e Restauro di Venaria Reale, della Soprintendenza Nazionale e tanto altro.

### **“Biblioteche d’Italia”**

Infine “Biblioteche d’Italia” è il podcast che racconta dei fatti più curiosi che riguardano le Biblioteche Nazionali più interessanti.<sup>92</sup> Vengono raccontati i manoscritti e gli aneddoti più interessanti o le collezioni più rare.

---

<sup>90</sup> Pagina web del Ministero della Cultural MIC, articolo sul podcast “Le Paladine” <https://cultura.gov.it/paladine>

<sup>91</sup> Pagina web del Ministero della Cultural MIC, articolo sul podcast “In buone mani” <https://cultura.gov.it/buonemani>

<sup>92</sup> Pagina web del Ministero della Cultural MIC, articolo sul podcast “Biblioteche d’Italia” <https://cultura.gov.it/bibliotecheditaliapodcast>



A condurre le puntate sono Luca Ward e Giuppy Izzo assieme ai vari direttori delle biblioteche, tra le quali vi sono la Biblioteca Nazionale di Potenza, la Biblioteca Universitaria di Genova, la Biblioteca e il Complesso Monumentale dei Girolamini di Napoli e la Biblioteca Nazionale di Napoli.

#### **“Le parole del futuro”, il podcast firmato Rai**

In questo caso non si tratta di un intero podcast dedicato al Patrimonio Culturale, ma è soltanto il primo episodio di “Le parole del futuro” il programma realizzato dalla Rai a trattare il Patrimonio Culturale.<sup>93</sup> Nella prima puntata, infatti, i conduttori entrano nel Dipartimento di Diritto Pubblico Italiano e Sovranazionale per intervistare Costanza Rizzetto, ricercatori e dottorandi in merito a questi temi, per capire come comportarsi di fronte al Patrimonio Culturale, come il digitale può rendere più accessibile e duraturo il patrimonio e come viene realizzato lo studio e la ricerca.

#### **“Le parole della partecipazione”**

La Fondazione Scuola Beni Attività Culturali lancia il suo podcast con il quale, attraverso sei episodi, diversi esperti, accademici, studiosi e ricercatori del Patrimonio Culturale italiano approfondiscono il tema che riguarda la partecipazione alla gestione della cultura. Le puntate raccontano di aneddoti, esperienze miste fra teoria e pratica relative alla partecipazione nella gestione della cultura in tutte le sue forme.<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> Pagina web di Rai Play Sound sezione dedicata al podcast “Le parole del futuro” <https://www.raiplaysound.it/programmi/leparoledefuturo>

<sup>94</sup> Pagina web di Fondazione Scuola Beni Attività Culturali, articolo “Le parole della partecipazione” (03/2023) <https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/podcast-le-parole-della-partecipazione/>

## 2.6 Analisi critica dei casi studio

Dopo la selezione e lo studio dei casi studio presi in esame per ogni strumento digitale precedentemente analizzato si è proceduto analizzando in modo critico i vari interventi cercando di capire in ogni caso i pro e contro.

Si è scelto di lavorare creando una tabella incrociando i dati dei vari progetti assieme alle categorie con le quali fosse possibile definire e quantificare le varie caratteristiche di ogni progetto.

All'interno della tabella, come è possibile vedere dallo stralcio riportato qui di lato, nelle righe vengono riportati i diversi progetti selezionati per ogni tipologia di strumento digitale scelto e analizzato.

Tabella 2 – Stralcio della tabella realizzata per effettuare l'analisi critica dei diversi casi studio precedentemente analizzati.

Caso studio		Ca
Strumento 1: Social Network	Museo di Arte contemporanea di Trento (MART)	
	Brooklyn Museum di New York	
	Victoria & Albert Museum di Londra	
	Tate Britain di Londra	
	Metropolitan Museum of Art di New York (MET)	
Strumento 2: Gamification	Tursikon	Monumen
	Hold the Hut	Sito
	Summer Gems	Paesi
	MetaCampus, il mistero di Rionero	Monumenti
	Inventum	Sito arch
	Le avventure di Pechète	Paesaggio nat
	Aosta digitale	Monumenti/Siti arc
	Nocturama Bonomia	Paesaggio
Strumento 3: Realtà aumentata e Realtà virtuale	Radici: storie e paesaggi tra la Sabina e il Cicolano	Monumenti/F archeologic
	Inception	M
	Smart City App Expo 2015	M
	Uffizi Virtual Experience	
Strumento 4: Podcast	Hi-Story 4.0	Monu
	Paladine	Conosce
	In buone mani	Monumenti/Sito arc
	Biblioteche d'Italia	M
	Le parole del futuro	C
	Le parole della partecipazione	Conosce

Mentre come è possibile vedere, nelle colonne della tabella sono state inserite le diverse categorie attraverso le quali si è andato ad analizzare criticamente i diversi progetti.

CASO STUDIO	ANALISI SUL PATRIMONIO CULTURALE					ANALISI SULLO STRUMENTO DIGITALE						
	CATEGORIA	MOBILE/IMMOBILE	TANGIBILE/INTANGIBILE	SCALA INTERVENTO	PATRIMONIO COMPRESO	ENTE/ORGANIZZAZIONE	SCOPO	TARGET	ACCESSIBILITÀ	LIVELLO PERSONALIZZAZIONE	LIVELLO INTERAZIONE	USER FRIENDLY
SOCIAL NETWORK												
ATION												

Tabella 3 – schema della tabella realizzata per effettuare l’analisi critica dei diversi casi studio precedentemente analizzati.

Inoltre, osservando lo schema, che rappresenta la struttura della tabella utilizzata durante la lettura critica, si nota come i progetti sono stati studiati secondo diverse categorie, le prima riferite in particolare all’analisi del Patrimonio Culturale trattato, le successive riferite invece principalmente allo strumento digitale utilizzato nel progetto esaminato.

Per una completa e chiara comprensione della tabella è poi stata redatta una legenda che contenesse le definizioni per ogni categoria di analisi in modo tale da indicare per ognuna di esse una scala con un punteggio riferito così da poter ottenere dei dati di analisi capaci di suggerire i pro e i contro dei progetti studiati.

<p><b>Tipologia Patrimonio culturale:</b> viene specificato il tipo di Patrimonio Culturale che viene visitato e scoperto tramite lo strumento digitale in esame. Le categorie di scelta sono: <b>Patrimonio Culturale</b> (suddiviso poi in monumenti, Agglomerati, siti) / <b>Patrimonio Naturale</b> (suddiviso poi in monumenti naturali costituiti da formazioni fisiche e biologiche o da gruppi di tali formazioni, formazioni geologiche e fisiografiche e le zone strettamente delimitate costituenti l'habitat, siti naturali o le zone naturali strettamente delimitate) / <b>Paesaggio Culturale</b> (paesaggi che rappresentano "creazioni congiunte dell'uomo e della natura") / <b>Misto</b> (nel caso il Patrimonio Culturale trattato non è possibile classificarlo in una sola delle precedenti categorie).</p>
<p><b>Caratteristiche Patrimonio Culturale:</b> viene specificato il tipo di Patrimonio Culturale che viene visitato e scoperto tramite lo strumento digitale in esame. Le categorie di scelta sono: <b>mobile</b> / <b>immobile</b> / <b>tangibile</b> / <b>intangibile</b> / <b>Misto</b></p>
<p><b>Scala di intervento:</b> viene specificato quanto si estende l'area su cui si basa il progetto. Le categorie di scelta sono: <b>piccola scala</b> (livello comunale o livello interno del museo)/<b>media scala</b> (livello regionale o più regioni o livello di un gruppo di musei)/<b>grande scala</b> (livello internazionale o livello di tutti i musei)</p>
<p><b>Patrimonio culturale compreso:</b> viene specificato quanti elementi vengono compresi con l'utilizzo del determinato strumento digitale in relazione a quanti in realtà sono presenti sul territorio. Le categorie di scelta sono: <b>piccola parte</b> (il patrimonio culturale visitato attraverso lo strumento digitale è solo una piccola parte rispetto alla totalità presente sul territorio)/ <b>buona parte</b> (il patrimonio culturale visitato attraverso lo strumento digitale è metà rispetto alla totalità presente sul territorio)/ <b>totalità</b> (il patrimonio culturale visitato attraverso lo strumento digitale è la totalità presente sul territorio)</p>
<p><b>Accessibilità:</b> viene specificata la classe di accessibilità tenendo in considerazione quanto è semplice utilizzare lo strumento digitale per poter fruire il patrimonio culturale. Le categorie di scelta sono: <b>difficile</b> (l'utilizzo dello strumento è complicato e/o necessità di strumenti particolari)/<b>media</b> (l'utilizzo dello strumento non è immediato ma è accessibile)/ <b>facile</b> (l'utilizzo dello strumento è semplice ed immediato, adatto a tutti)</p>
<p><b>Target:</b> viene specificata la fascia di pubblico a cui è stato indirizzato il progetto realizzato attraverso lo strumento digitale in esame. Le categorie di scelta sono: <b>tutti</b> / <b>bambini-ragazzi</b> / <b>adulti</b> / <b>turisti</b> / <b>residenti</b></p>
<p><b>Organizzazione/ente:</b> viene specificato chi ha voluto produrre il progetto in esame, può essere il comune, il museo, un'associazione</p>
<p><b>Scopo:</b> viene specificato lo scopo del progetto, che esso sia turistico o educativo .Le categorie di scelta sono : <b>turistico</b> / <b>educativo</b></p>
<p><b>Livello di interazione:</b> viene specificato il grado con cui l'utente può interagire con lo strumento digitale, quanto può essere attivo nella fruizione del bene culturale. Le categorie di scelta sono: <b>basso</b> (l'utente fruisce il patrimonio attraverso lo strumento in modo quasi passivo)/ <b>medio</b> (l'utente fruisce il bene culturale potendo interagire con esso anche se in modo limitato)/ <b>alto</b> (l'utente fruisce il bene culturale in modo attivo potendo interagire completamente o quasi con esso attraverso l'uso dello strumento digitale.)</p>
<p><b>Livello di personalizzazione:</b> viene specificato quanto l'utente può personalizzare il proprio percorso di visita attraverso l'utilizzo dello strumento digitale. Le categorie di scelta sono: <b>nullo</b> (l'utente non può personalizzare la sua esperienza)/ <b>poco</b> (l'utente può personalizzare la sua esperienza solo in parte)/ <b>medio</b> (l'utente può personalizzare la sua esperienza mantenendo comunque degli elementi fissi)/ <b>alto</b> (l'utente può personalizzare la sua esperienza completamente)</p>
<p><b>User Friendly:</b> viene specificato quanto lo strumento può essere adatto anche alle minoranze linguistiche, anziani, portatori di handicap. Le categorie di scelta sono: <b>poco</b> (lo strumento non può essere utilizzato da tutti)/ <b>medio</b> (lo strumento seppur con limiti può essere utilizzato dalla maggior parte degli utenti)/ <b>tanto</b> (lo strumento digitale è adatto a tutti anche alle minoranze o ai portatori di handicap)</p>

Tabella 4 – La tabella riporta le definizioni di ogni categoria utilizzata per l'analisi critica dei diversi progetti.

Le categorie con le quali sono stati analizzati i progetti presi in esame sono: tipologia di Patrimonio Culturale, caratteristiche del Patrimonio Culturale, qual è la scala di intervento, quanto Patrimonio Culturale viene compreso nel progetto rispetto alla totalità presente sul territorio, quanto è accessibile il progetto e il relativo strumento digitale utilizzato, a quale target si riferisce il caso studio, qual è lo scopo del progetto realizzato, quanto è possibile interagire con il Patrimonio Culturale attraverso lo strumento digitale, quanto è possibile personalizzare l'esperienza e quanto lo strumento digitale e il progetto è user friendly.

La tabella va quindi ad analizzare in breve sia il patrimonio che è oggetto del progetto sia elementi più pratici del progetto stesso.

Per definire le varie categorie si è preso come riferimento le definizioni condivise da organizzazioni come UNESCO.

Secondo, infatti le definizioni riportate dall'UNESCO, il primo modo per classificare il Patrimonio Culturale trattato dai vari progetti è definire a quale categoria esso appartenga scegliendo fra: Patrimonio Culturale, Patrimonio Naturale e Paesaggio Culturale.<sup>95</sup> Nel primo caso, gli elementi vengono poi suddivisi in monumenti, agglomerati e siti. Nella prima categoria, i monumenti, rientrano le opere architettoniche, plastiche o pittoriche monumentali, elementi o strutture di carattere archeologico, iscrizioni, grotte e gruppi di elementi. Nella seconda categoria, gli agglomerati, rientrano gruppi di costruzioni isolate o riunite che hanno valore universale eccezionale. Nell'ultima, siti, invece rientrano le opere dell'uomo o opere coniugate dell'uomo e della natura, come le zone e i siti archeologici.

Il secondo caso, il Patrimonio Naturale, viene poi suddiviso in monumenti naturali costituiti da formazioni fisiche e biologiche o da gruppi di tali formazioni, in formazioni geologiche e fisiografiche e zone strettamente delimitate costituenti l'habitat di specie animali e vegetali, e in siti naturali o zone naturali strettamente delimitate di valore universale eccezionale.

---

<sup>95</sup> Pagina web del UNESCO, sezione dedicata al Patrimonio Mondiale <https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-mondiale/>

L'ultimo caso, il Paesaggio Culturale viene definito come paesaggi che rappresentano "creazioni congiunte dell'uomo e della natura", che illustrano l'evoluzione di una società e del suo insediamento nel tempo sotto l'influenza di costrizioni e/o opportunità presentate, all'interno e all'esterno, dall'ambiente naturale e da spinte culturali, economiche e sociali.

Seguendo l'ordine della tabella, successivamente gli elementi trattati dai progetti vengono poi classificati, sempre secondo l'organizzazione UNESCO, in beni mobili, immobili, tangibili e intangibili.

Secondo l'UNESCO, infatti, un bene può essere definito intangibile o immateriale quanto questo può essere identificato come espressioni orali, incluso il linguaggio, arti dello spettacolo, pratiche sociali, riti e feste, conoscenza e pratiche concernenti la natura e l'universo, artigianato tradizionale. Al contrario un bene può essere considerato tangibile o materiale quando esso può essere identificato come un monumento, un'architettura o un sito naturale come abbiamo definito in precedenza.<sup>96</sup> Successivamente il Patrimonio Culturale può essere suddiviso in patrimonio mobile quando si tratta di elementi che possono essere spostati, trasportati e trasmessi, e in patrimonio immobile quando trattiamo elementi che non possono essere spostati o trasportati.<sup>97</sup>

Proseguendo con la tabella, si analizza la scala di intervento su cui si estende il progetto, dividendo le categorie in piccola scala, media scala e grande scala.

---

<sup>96</sup> Pagina web del UNESCO, sezione dedicata al Patrimonio Culturale immateriale <https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-culturale-immateriale/>

<sup>97</sup> Pagina web della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio <https://www.soprintendenzapdve.beniculturali.it/faq-come-fare-per/che-cosa-si-intende-per-bene-culturale/>

In relazione a questo si procede poi con l'identificare quanti elementi di Patrimonio Culturale presenti nella scala di intervento vengono presi in considerazione dal progetto e quanti vengono lasciati fuori definendo così se gli elementi scelti corrispondono alla totalità presente sul territorio, a buona parte di essi o solo una piccola parte.

Dopo questa prima parte della tabella che si riferisce prettamente al soggetto dell'analisi critica si passa ad analizzare lo strumento digitale utilizzato osservando quanto questo sia adatto al pubblico e ai vari target possibili, quanto sia facilmente accessibile e personalizzabile.

Da questa analisi critica effettuata utilizzando lo strumento della tabella emerge che nella totalità dei casi il Patrimonio Culturale trattato si riferisce principalmente ad elementi definiti come monumenti e solo in alcuni casi come siti, venendo completamente escluse tutte le categorie relative al Patrimonio Naturale e al Paesaggio Culturale.

Emerge inoltre una maggiore predisposizione a tenere in considerazione elementi tangibili o materiali escludendo tutti quegli elementi facenti parte di tradizioni, pratiche sociali, conoscenze, feste e riti.

Per quanto riguarda le altre categorie con le quali è stata sostenuta l'indagine non emergono particolari discriminazioni verso una categoria in particolare, emerge però che tra tutti gli strumenti analizzati in rari casi possono essere considerati completamente user friendly siccome il loro utilizzo non è adatto a tutti i tipi di target che un pubblico può offrire. Diversa è la questione di personalizzazione e interazione della visita, in alcuni casi lo strumento è piuttosto rigido permettendo all'utente di vivere in modo diverso il Patrimonio Culturale ma restando pur comunque dentro uno schema ben definito; al contrario in altre occasioni il visitatore può decidere come muoversi e come interagire riuscendo ad avere effettivamente un'esperienza di visita unica.

## **PARTE 3**



### 3. Il Patrimonio Culturale di Monteu da Po

#### 3.1 Analisi e studi sul comune

##### Il paese

Il comune di Monteu da Po si trova a Nord-Est rispetto alla città di Torino a circa 46 chilometri, ha un'estensione totale di 750 ettari e all'altezza di 1745 m sul livello del mare ed è considerato uno dei più piccoli centri cittadini della provincia di Torino. Il suo nome deriva dal latino "*Monticulus*" o "*Monsacutus*", ma nel dialetto piemontese "monté da Pò" significa "risalire dal Po".<sup>98</sup>

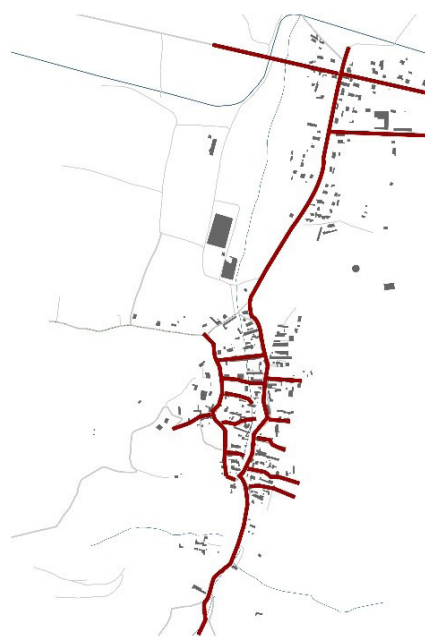


Figura 55 - Schema forma a pettine del comune di Monteu da Po

Lo sviluppo del paese di Monteu da Po è caratterizzato dalla forma a pettine, infatti i vari aggregati edilizi si sviluppano e si concentrano lungo l'asse della strada principale che percorre da nord a sud il paese<sup>99</sup>, le costruzioni si dividono principalmente in due ambiti:

- Gli edifici storici sono principalmente nel centro del paese e alcuni nuclei minori.
- Gli edifici del secondo dopo guerra sono invece sviluppati principalmente lungo Corso Industria.

<sup>98</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 72.

<sup>99</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 72.

La Sp della Val Cerrina, via che connette il Comune con Chivasso (a 13 km di distanza), rappresenta una specie di limite dell'edificato infatti oltre a questa sono pochi gli edificati ma vi scorre il fiume Po facente parte del parco Fluviale del Po. Il Comune inoltre rientra del piano di "Tutela e valorizzazione del paesaggio rurale" del G.A.L (Gruppo Azione Locale) Basso Monferrato Astigiano che ne preserva i caratteri contadini.<sup>100</sup>



Figura 56 - Schema dei nuclei edificati del Comune di Monteu da Po

Il paese oggi, nel 2024, conta poco più di 800 abitanti ma negli anni ha visto una crescita e decrescita della popolazione arrivando ad avere quasi 1300 abitanti verso la metà dell'Ottocento, il periodo in cui è stato più florido.

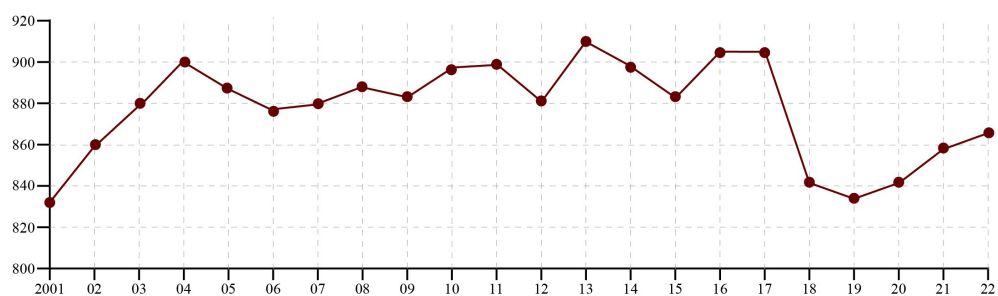


Grafico 5 – Diagramma che rappresenta l'andamento demografico del Comune di Monteu da Po dal 2001 al 2022.

<sup>100</sup> Comune di Monteu da Po, G.A.L. FEASR - Programma di Sviluppo Rurale. Monferratoastigiano.it, 2014- 2020.

Il paese, confinante con Lauriano a ovest, Cavagnolo a Est, Verolengo a sud-ovest, ha subito con il passare degli anni diverse trasformazioni soprattutto per ciò che riguarda i suoi territori che da circa metà del 1800 e per quasi un secolo ha visto modificarsi i confini oltre che sopprimere il comune e successivamente ricostituirlo.

I primi dati relativi alle vicende storiche che riguardano i cambiamenti del comune di Monteu da Po risalgono al 1861 quando i territori dei comuni di Monteu da Po e Piazza precedentemente soppressi vengono aggregati al comune di Lauriano. Dopo quasi settanta anni i territori di Monteu da Po e Piazza continuano a far parte del comune di Lauriano ma dopo essere stati acquistati. Quasi venti anni più tardi il Comune di Monteu da Po viene ricostituito a seguito del distacco da quello di Lauriano. In ordine vengono dapprima ceduti i territori al comune di Monteu da Po, poi viene costituito il comune ed infine i territori vengono acquistati definitivamente dal comune appena ricostituito. Monteu da Po diventa così comune, come lo conosciamo oggi, dal 1946.

Nonostante sia un comune dalle dimensioni ridotte conta quattro frazioni, San Giovanni collocata fra il centro e la strada statale 590. La frazione La Pietra collocata a sud-ovest rispetto al centro del comune, sotto la collina che ospita i ruderi delle torri del Grep. Vi è poi quella di Fontananera lungo la strada statale 590 al confine tra Monteu da Po e Cavagnolo, infine la frazione di Mezzana che è al confine tra Monteu da Po e Lauriano.<sup>101</sup>

---

<sup>101</sup> Pagina web del comune di Monteu da Po <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/mappa>

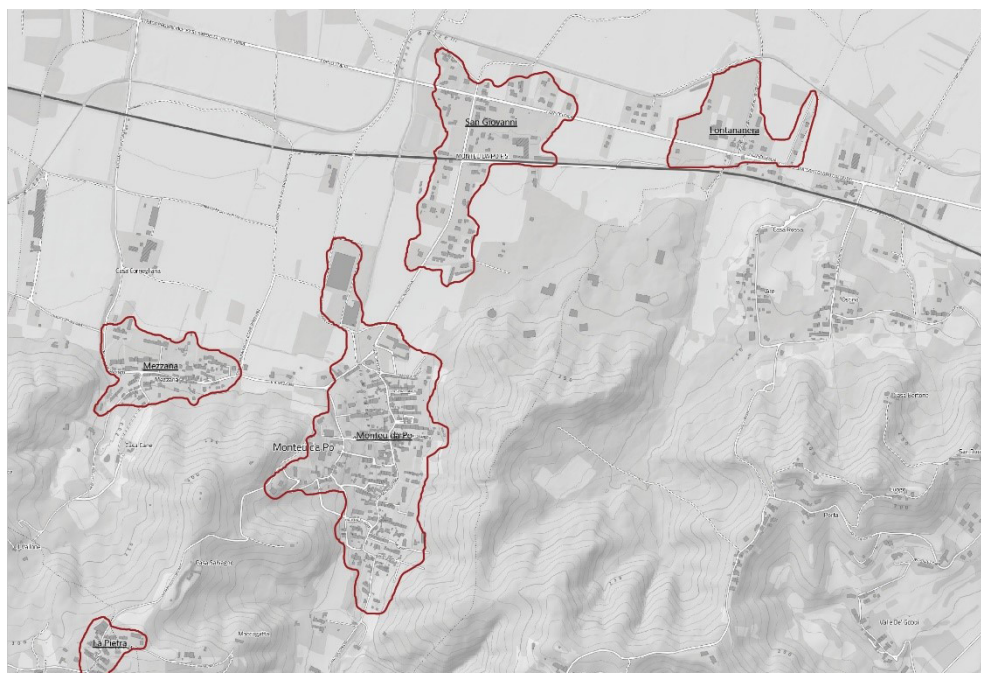


Figura 57 – mappa del comune di Monteu da Po (fuori scala) con identificate le relative frazioni: San Giovanni, Fontananera, Mezzana e La Pietra.

(Fonte della mappa: Geoportale Piemonte <https://www.geoportale.piemonte.it>

Fonte delle frazioni: <https://www.comunicitta.it/frazioni-del-comune-di-monteu-da-po-1162>)

## Il territorio

Il paese di Monteu da Po è incastonato tra le colline del Monferrato settentrionale e fa parte del Parco Fluviale del Po, il suo territorio è prevalentemente collinare ed è bagnato dal fiume Po siccome sorge sul suo versante destro.<sup>102</sup>

Il Monferrato astigiano o basso Monferrato è situato nel centro del Piemonte e occupa buona parte dell'area collinare che si estende dal piano alto Cuneo-Torinese fino all'appennino ligure e le alpi Marittime.

---

<sup>102</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 7-9.

Il territorio del Monferrato si è formato su sette valli principali che corrispondono ai principali corsi d'acqua che lo percorrono: il Tanaro che corre lungo il confine a Sud (il Monferrato Astigiano sta a Nord del Tanaro); il Bobore, che nasce nel Roero e affluisce nel Tanaro; il Triversa, che nasce dal Pianalto e affluisce



Figura 58 - Schema delle aree del Monferrato e localizzazione del Comune di Monteu da Po rispetto a queste

nel Bobore; il Rilante, che nasce ai piedi delle Colline del Po e affluisce nel Bobore; il Versa, che nasce dalle Colline del Po e affluisce nel Tanaro; il Grana, che nasce tra Calliano e Moncalvo, disegna un'ampia curva verso Sud e risale a Nord Est per affluire direttamente nel Po. Infine, oltre l'alta dorsale di Villadeati e Crea, scorre lo Stura, valle detta Cerrina e valle Stura, anch'esso tributario diretto del Po.<sup>103</sup>

Le colline quindi vengono denominate:

Le Colline dei Fiumi

Le Colline del Pianalto

Le Colline dei Boschi

Le Colline del Po e della Val Cerrina

Le Colline del Versa e del Rilante

Le Colline del Marchesato

Le Colline del Casalese

<sup>103</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano.

Tutta l'area è composta da 25 microaree e si divide in 103 comuni, la maggior parte di essi sono sotto la provincia di Asti (65), altri 35 sono della provincia di Alessandria mentre solo tre fanno parte di quella di Torino, tra cui Casalborgone, Lauriano e Monteu da Po.

Monteu da Po, rientra nella quarta categoria, ovvero nelle Colline del Po e della Val Cerrina o anche denominate colline alte.<sup>104</sup> Questa parte del Monferrato ha origine diversa rispetto alle altre, infatti esisteva già quando l'area era sommersa dal mare, circa cinque milioni di anni fa. Questa collina risulta essere come una sorta di quinta per il paesaggio monferrino da qualsiasi zona la si guardi siccome si estende fino ad affiancare la Val Cerrina e fino a confondersi con le colline del Monferrato Casalese arrivando a confluire nella piana dell'alessandrino. Questa zona collinare è costellata da pochi ma ben delimitati borghi antichi spesso nati dalle antiche Pievi. L'area è prevalentemente coperta da boschi ma in alcune aree prevalgono i vigneti.

Il G.A.L.<sup>105</sup> per questa zona, così come per tutte le altre del basso Monferrato, ha proposto tre percorsi che permettono di esplorare tutta l'area percorrendo strade antiche, percorsi panoramici restando in contatto con la natura ma riuscendo comunque a visitare i borghi e le loro caratteristiche architettoniche.

---

<sup>104</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 61-65.

<sup>105</sup> Pagina web del "G.A.L. Basso Monferrato Astigiano" <https://www.monferratoastigiano.it/>

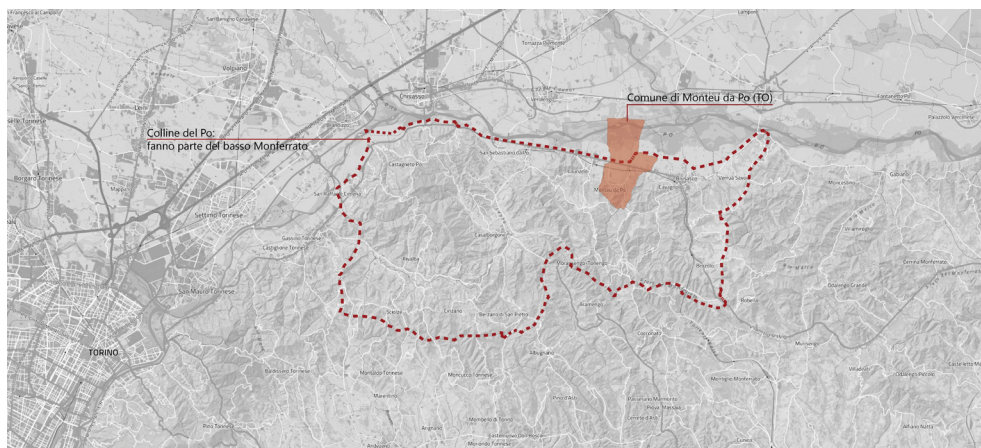


Figura 59 – Mappa del comune di Monteu da Po (fuori scala) nel territorio circostante con localizzato i confini delle Colline del Basso Monferrato di cui fa parte.  
 (Fonte della mappa: Geoportale Piemonte <https://www.geoportale.piemonte.it>  
 Fonte delle informazioni: "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 61-65.)

## Le origini

L'arrivo dei romani nel territorio del Piemonte vede la costruzione del primo asse viario importante che mette in collegamento la penisola settentrionale con la Gallia e lo collega agli altri centri della X Regio Augustea. L'infrastruttura in questione era la Via Fulvia e interessava in particolare il Monferrato Astigiano, percorreva la valle del Tanaro collegandosi poi con la Via Emilia da un lato e con la Via Aurelia dall'altro.<sup>106</sup> Su questi assi viari nacquero i primi insediamenti "rurali di valle" e molto probabilmente da questi iniziò lo sviluppo delle colline.

<sup>106</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 6.

Con la caduta dell'impero romano il territorio piemontese conosce un periodo in cui le sue terre si spopolano fino al momento in cui non arrivano i longobardi che in parte costruiscono e in parte fortificano, quelli romani già esistenti, insediamenti.<sup>107</sup> Parallelamente inizia il "periodo delle Pievi", dall'800 in poi i centri diventano sede di potenti vescovati, la presenza religiosa permette quindi il consolidarsi della presenza umana sulle colline del Monferrato.

A questo periodo delle pievi si succede quello dei castelli, i feudatari si scambiano, comprano e vendono terreni e questa zona è contesa tra il Comune di Asti e il Marchese del Monferrato.<sup>108</sup>

Questi conflitti si fanno sempre più aspri, soprattutto tra il 1500 e il 1600, fino a quando carestie, malattie e guerriglie non portano alla distruzione dei castelli alcuni dei quali non verranno più ricostruiti e solo con la riunificazione sotto i Savoia questa zona troverà nuovamente pace.

Questo periodo prende il nome di "Grande Ricostruzione"<sup>109</sup>, si formano i paesi come li conosciamo ancora noi oggi, sorgono intorno alle chiese parrocchiali spesso costruite proprio dalla popolazione oppure si popola il territorio intorno al borgo castellano.

---

<sup>107</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 17.

<sup>108</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 18.

<sup>109</sup> "Guida del Monferrato" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 19.



Spesso è possibile riconoscere nell'impostazione urbana settecentesca quella originaria medievale, soprattutto se siamo in presenza di cinte murarie, un tempo utilizzate per la difesa, muri imponenti spesso alleggeriti con arcate; intorno a questi sorgono spesso le piazze che già nell'Ottocento ospitavano le feste e il tradizionale gioco del "balun" e del "tambass".<sup>110</sup>



Figura 60 - Fotografia che rappresenta il tradizionale gioco del "balun"

La genesi del paese di Monteu da Po è segnata dalla presenza dell'insediamento romano della colonia di Industria che vide il suo declino durante il periodo alto medievale, infatti è da circa dal 996 che non se ne parla. Sul lato ovest del borgo si possono ancora vedere resti di fortificazioni e questi fanno pensare che un tempo Monteu da Po fosse un insediamento con un castello guardiano.

I borghi con castello guardiano avevano un particolare rapporto tra castello e borgo. Il castello solitamente sorge isolato posto su un'altura in modo tale da riuscire a controllare in modo strategico il territorio circostante, intorno ad esso sorgevano più nuclei abitativi.

---

<sup>110</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 6.

Nel caso del borgo con castello guardiano durante gli sviluppi del Settecento si è seguito abbastanza l'impostazione originale vedendo solo qualche incremento nei nuclei già esistenti o al più la comparsa di nuclei nuovi.<sup>111</sup>

Possiamo definire questa caratteristica un tratto distintivo del paese che va a creare l'identità storico-urbana, ovvero l'immagine complessiva che il borgo dà di sé. Solitamente i tratti che definiscono questa immagine sono il profilo e gli ingressi principali al paese. Il profilo o anche detto "sky line" è la percezione da lontano che dà il paese, caratterizzato spesso da elementi riconoscibili.

Mentre per quello che riguarda l'identità storica del borgo si va a fare riferimento a quella che è stata la storia insediativa del borgo che nel tempo è andata a definire il tessuto urbano che ancora oggi conosciamo.

Il comune di Monteu da Po, rientra poi nella categoria come un "paese di valle", fa parte di questa cerchia così come i paesi che si trovano prevalentemente in zone collinari ma sono ancora suddivisibili in tre sotto categorie<sup>112</sup>:

- Paesi che sorgono sui "gradoni" che ad ovest uniscono il Monferrato con il Piano Alto del Po, sono caratterizzati da una forma urbana ortogonale.
- Insediamenti che sono sorti lungo importanti strade vallive con

---

<sup>111</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 8-9.

<sup>112</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 10.

la presenza di una fortificazione, di solito in posizione strategica vicino al centro abitato.

- Insediamenti di valle di solito senza una particolare dignità comunale ma spesso sono riconducibili ai primi insediamenti romani quindi sono i più antichi.

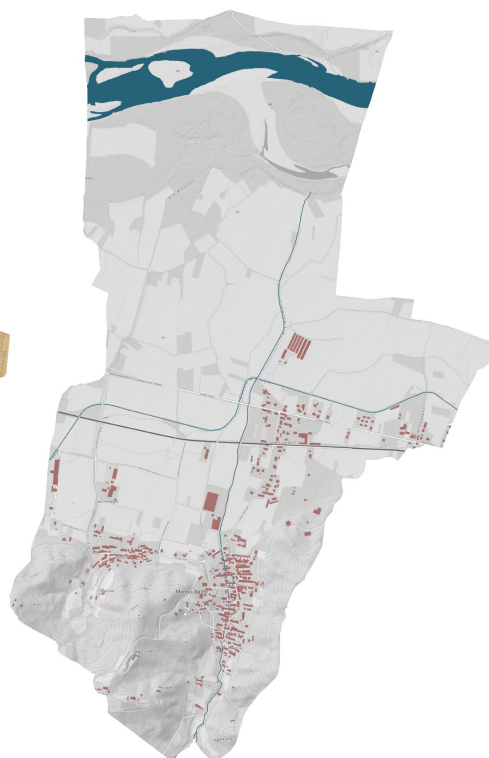
Si può riferire il caso oggetto della ricerca in quest'ultima sezione siccome Monteu da Po è un comune piccolo sorto dalle fondamenta di quella che un tempo era una colonia romana.<sup>113</sup>

Situazione territoriale del Comune di Monteu da po al tempo del Catasto Rabbini 1886



Le strutture edificate si concentrano soprattutto nella zona centrale del paese e nella frazione di Mezzana.

Situazione territoriale del Comune di Monteu da po oggi



Oggi le strutture edificate sono aumentate e non sono più concentrate nel centro paese ma si sono estese quasi su tutta la superficie del territorio comunale.

Figura 61 – Schema del cambiamento territoriale del comune di Monteu da Po. Le due mappe messe a confronto evidenziano lo sviluppo del paese avvenuto nel corso degli anni.

(Fonte delle mappe: Geoportale Piemonte <https://www.geoportale.piemonte.it> Archivio di Stato di Torino, sezioni riunite, Catasto Rabbini 1886)

<sup>113</sup> "Tipologie e tipicità dell'abitare e del costruire: le strutture insediative" G.A.L. Basso Monferrato Astigiano p. 10-12.

## 3.2 Il Patrimonio Culturale di Monteu da Po: architettura, personaggi, tradizioni

I reperti storici: il sito di Industria, i resti della Pieve di San Giovanni di Dustria, i ruderi delle Torri Medievali e gli ex stabilimenti militari

Nel comune di Monteu da Po, nonostante le sue ridotte dimensioni presenta diversi elementi storici che vanno a raccontare tratti diversi della storia del comune. Primo fra tutti è il sito archeologico di Industria raccontando come è nata la prima civiltà in questi territori attorno al 120 a.C. Successivamente troviamo i resti della Pieve di San Giovanni di Dustria che trasmettono i cambiamenti del territorio e della sua popolazione. Infine vi sono i ruderi delle Torri medievali altro tassello storico che ha contribuito alla formazione di quello che oggi il comune.

La fondazione della colonia romana di Industria è avvenuta tra il 124 e il 123 a.C., secondo diverse opinioni, secondo le volontà del console Marco Fulvio Flacco al quale si devono diverse fondazioni, tutte facenti parti dello stesso piano di romanizzazione del Piemonte; oltre che l'omonima strada "*Via Fulvia*".

La colonia di Industria però, rispetto alle altre, non sorge lungo una via importante ma semplicemente lungo un affluente del Po, in una zona prevalentemente collinare e boschiva dove però nella parte pianeggiante è possibile riconoscere le tracce romane da gli assi viari del centro urbano.

La colonia di Industria era iscritta alla tribù Pollia ed era compresa nella regio IX dell'Italia augustea.<sup>114</sup> Per via della sua posizione strategica, la colonia di Industria divenne un importante centro commerciale e artigianale, nonostante non sorgesse su nessuna via particolarmente importante ma era comunque vicina all'affluenza della Dora Baltea nel Po mettendola in comunicazione con la Valle d'Aosta e le sue miniere. La colonia sfruttava la sua posizione strategica vicino al corso d'acqua per le comunicazioni e per i trasporti attraverso tipiche imbarcazioni<sup>115</sup> utilizzate ai tempi per scaricare il materiale che arrivava dalle Alpi per poi essere ripartito e spedito nelle altre località della Repubblica Romana. Industria divenne così, per svariati motivi un centro fondamentale per il commercio, per l'artigianato e soprattutto per l'industria metallurgica in particolare si sviluppa la lavorazione del ferro e del bronzo.<sup>116</sup>

Con l'insediamento del cristianesimo che portò con sé la distruzione totale o parziale dei grandi templi pagani e i monumenti romani, gli abitanti furono costretti ad abbandonare la zona della colonia romana di Industria e a convertirsi alla nuova religione.

---

<sup>114</sup> Donna S. (2023) "Alla scoperta delle antiche città romane del Piemonte: Industria, ora Monteu da Po" (ultimo accesso:02/2024) <https://www.piemontetopnews.it/al-la-scoperta-delle-antiche-citta-romane-del-piemonte-industria-ora-monteu-da-po/>

<sup>115</sup> Venivano utilizzate le chiatte, strutture galleggianti generalmente di grandi dimensioni, di forma rettangolare a fondo piatto. Erano imbarcazioni utilizzate per trasportare persone o merci sui fiumi o canali. ù

<sup>116</sup> Una Pieve è un luogo di culto cattolico. Con lo stesso termine, durante il periodo medievale si indicava anche una comunità di fedeli ed il territorio su cui la pieve esercitava la propria giurisdizione.

Con l'insediamento del cristianesimo che portò con sé la distruzione totale o parziale dei grandi templi pagani e i monumenti romani, gli abitanti furono costretti ad abbandonare la zona della colonia romana di Industria e a convertirsi alla nuova religione.

Sorse una pieve<sup>117</sup> a cui venne modificato il nome in Dustria o Lustria che aveva lo scopo di controllare le popolazioni rimaste sparse sul territorio.

Nel X secolo la pieve di Dustria dipendeva dalla diocesi di Vercelli e durante il Basso Medioevo la popolazione si concentrò sul colle vicino dotandosi di una nuova parrocchiale dando origine a Monteu da Po.

Le Torri del Greppo<sup>118</sup>, due ruderi di torri medievali, che sorgono sulla cima del colle più alto accompagnate da alcuni resti di un castello costruito probabilmente intorno all'anno 1100. I resti sorgono sulla collina più alta



Figura 62 - Fotografia rappresentante le Torri del Grep nella loro situazione attuale

della zona che comprende Lauriano Po e Monteu da Po.

Attualmente ciò che rimane di questo impianto è in parte nascosto dalla vegetazione, ma dai documenti storici si può definire che il "castrum" era formato da altri edifici di minore importanza, oggi completamente andati persi per via delle azioni demolitorie che non portarono a compimento l'opera, oltre che dalle due torri attualmente visibili

---

<sup>117</sup> Testata giornalistica del Giornale "La Voce" articolo "Le torri di Monteu da Po" <https://www.giornalelavoce.it/news/blog/181927/le-torri-di-monteu-da-po.html>

<sup>118</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo

in parte. Oggi le torri fanno parte del parco dell'agriturismo del Grep.<sup>113</sup> Così come tutti gli elementi appena citati ve n'è sono di altri che caratterizzano un altro aspetto della storia di Monteu da Po. Si tratta degli ex stabilimenti militari, un tempo utilizzati come deposito di carburante, ancora presenti sul territorio del paese ma che tutt'oggi, nonostante rappresentino un importante tassello storico, si trovano in stato di abbandono dal 1994 e dimenticati dalla maggior parte della popolazione.

Si tratta di una base militare risalente alla Seconda Guerra Mondiale ed era il sesto deposito di carburanti militari di grande capacità presenti nel Nord Italia.

Il complesso è diviso dalla ferrovia Asti-Chivasso dove vede a nord e ovest la zona dedicata ai servizi, mentre a sud e est vi erano i grandi serbatoi, zona che si estendeva anche verso la collina verso Cavagnolo. La prima area dedicata ai servizi aveva la maggior parte degli edifici fuori terra, oggi ancora in parte visibili seppur in stato di abbandono.

La seconda zona invece attualmente quasi completamente ricoperta dalla vegetazione si componeva di 19 serbatoi totali divisi in 9 gruppi parzialmente o totalmente interrati. I serbatoi sono costituiti in parte di metallo e in parte in calce-



Figura 63 - Fotografia che rappresenta uno dei vari edifici che un tempo facevano parte del deposito di carburanti militari della zona

struzzo e sono accompagnati da un locale pompe e motori e due serbatoi di acqua. Le zone e i vari edificati sono collegati tra loro, oltre che per via stradale anche da tunnel sotterranei, che in parte sono ancora visibili e percorribili seppur attualmente siano chiusi al pubblico.

## Chiese e cappelle votive nel comune

*“Monteu da Po, oltre ad avere elementi culturali ed artistici straordinari, a partire dalla città di Industria fino alle torri del Greppio, offre tranquillità in un contesto naturalistico importante”* <sup>119</sup>

Come sostiene Elisa Ghion, il sindaco del paese nel 2024, Monteu da Po non è soltanto il sito archeologico di Industria, ma diversi altri aspetti culturali e non caratterizzano questo luogo, infatti sono presenti sul territorio numerose chiese, cappelle ed elementi urbani che caratterizzano e identificano il paese.

Gli elementi che emergono maggiormente sul territorio sono quelli di carattere religioso, non è difficile infatti incontrare chiese, cappelle votive muovendosi tra le strade del comune.

Le chiese principali sono quattro: San Giovanni Battista, San Grato, San Rocco e San Sebastiano.

La chiesa di San Giovanni Battista, la più grande tra le quattro, è situata nel “Cantone della villa” in posizione un po’ più elevata rispetto al re-



Figura 64 - Fotografia della Chiesa di San Giovanni Battista

sto del comune. Sorta nel XV dall’unione delle parrocchie d’Industria e di Monteacuto, nel 1625 venne incendiata dagli Spagnoli ma venne ricostruita nel 1631 utilizzando il materiale dell’antica casa

---

<sup>119</sup> Testata giornalistica del Giornale “La Voce” articolo “MONTEU DA PO. Una piccola “Valle dei Templi” immersa nella tranquillità” <https://www.giornalelavoce.it/video/ed--chivasso/423479/monteu-da-po-una-piccola-valle-dei-templi-immersa-nella-tranquillita-video.html>



forte che sorgeva a destra dell'attuale casa parrocchiale. La chiesa è in stile barocco, ha tre navate e l'altare maggiore è realizzato con sette tipologie di marmo. Il Battistero è in legno scolpito e marmo, gli altari minori sono dedicati alla Madonna di Lourdes e alla Madonna del Rosario.<sup>120</sup>

Subito dopo, la Chiesa di San Grato che è situata nella sua omonima piazza di fronte alla piazza Bava. La chiesa è un edificio del 1500 di impianto romanico<sup>121</sup>, basata su tre



Figura 65 - Chiesa di San Grato

navate impostate su quattro pilastri quadriformi per ogni lato che sostengono volte a crociera senza costoloni.

Nella navata centrale era presente un altare ligneo del 1500 che separa il coro dalle navate laterali. Oggi l'altare è stato restaurato ed è presso la Curia di Casale, siccome Monteu da Po fa parte della Curia di Casale Monferrato nonostante sia un comune della provincia di Torino. All'interno non vi sono pitture ma sotto la tinteggiatura attuale sono presenti affreschi gotici coperti negli anni '30. La facciata è a capanna ed è presente un'epigrafe a testimonianza dell'architettura romanica del luogo.

---

<sup>120</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "La chiesa di San Giovanni Battista" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

<sup>121</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "La chiesa di San Grato" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

La Chiesa di San Grato fa parte inoltre di una vasta rete di chiese romaniche presenti sul territorio piemontese, ma soprattutto presenti nei nove comuni che fanno parte, assieme a Monteu da Po, al Distretto Diffuso del Commercio della Collina del Monferrato Torinese.<sup>122</sup> I nove comuni che fanno parte di questo distretto sono: San Sebastiano Po, Cavagnolo, Verrua Savoia, Castagnero Po, Monteu da Po, Brozolo, Brusasco, Lauriano e Casalborgone.



Chiese Romaniche nel territorio del Distretto Diffuso del Commercio della Collina del Monferrato Torinese

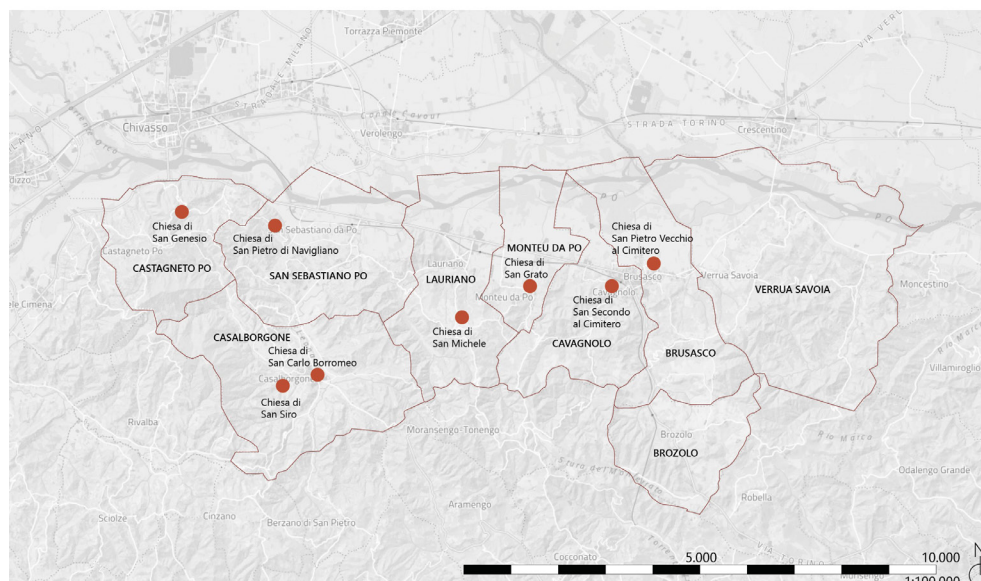


Figura 66 – Mappa del territorio compreso dal Distretto Diffuso del Commercio della Collina del Monferrato Torinese con identificate le Chiese Romaniche presenti sul territorio.

(Fonte della mappa: Geoportale Piemonte <https://www.geoportale.piemonte.it>)

Fonte delle chiese Romaniche: <https://www.chieseromaniche.it/Chiese-Romaniche-Gotiche-Piemonte-Dintorni.htm?DMax=25&CCH=80#elenco>)

<sup>122</sup> L'obiettivo del Distretto del Commercio è quello di promuovere un modello di partenariato tra settore pubblico e privato per sostenere e sviluppare il commercio locale, considerandolo un elemento fondamentale per lo sviluppo della comunità locale.

La Chiesa di San Sebastiano, di tipologia seicentesca, è una chiesa molto antica, ha una sola navata è presenta due altari, uno maggiore ed uno laterale dedicato alla Madonna costruito nel 1743. Il sagrato funge da piazzetta per gli abitanti della frazione.<sup>123</sup>



Figura 67 - Chiesa di San Sebastiano

La Chiesa di San Rocco è la più recente e venne costruita nel 1875 con la partecipazione di tutta la popolazione come segno di ringraziamento per la liberazione da un'epidemia di peste che aveva colpito la zona del 1867. Successivamente nel 1901 venne poi edificato il campanile sempre grazie alle offerte dei Montuesi.<sup>124</sup>



Figura 68 - Chiesa di San Rocco

Infine, vi è la Cappelletta di San Giovanni, costruita da privati negli anni '40 in segno di riconoscenza, è ancora di proprietà privata.<sup>125</sup>



Figura 69 - Cappelletta votiva di San Giovanni

<sup>123</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "La chiesa di San Sebastiano" <https://www.comune.monteuropa.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

## Monumenti

Così come abbiamo citato le architetture religiose e quelle storiche anche quelle più recenti meritano di essere menzionate come elementi caratterizzanti il comune di Monteu da Po. Primo è il Monumento ai Caduti, che sorge in Piazza San Grato di fronte all'omonima chiesa e va celebrare tutti i caduti durante la guerra.<sup>126</sup>

Poco distante, vi è la Fontana dei Fiori di Loto che sorge al centro della Piazza Bava dal

1950 ed è un dono per la popolazione dall'associazione della Proloco.



Figura 70 - Monumento ai Caduti



Figura 71 - Fontana dei Fiori di Loto

---

<sup>124</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "La chiesa di San Rocco" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

<sup>125</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "Cappelletta San Giovanni" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

<sup>126</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "Monumento ai Caduti" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>

Il monumento, dall'estate del 1999, presenta ogni estate una fioritura di fiori di loto oltre a papiri e ninfee. Oltre a dare un elemento esotico alla Piazza vogliono ricordare il passato, ovvero la storia che ricorda la città romana di Industria e in particolare il grande santuario dedicato alla dea egiziana Iside.<sup>127</sup>

---

<sup>127</sup> Pagina web del sito del comune di Monteu da Po, nella sezione "Vivere il Comune" e nella sottosezione "Guida turistica" argomento "Cosa vedere" articolo su "Fontana dei Fiori di Loto" <https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/cosa-vedere>



Figura 72 – Schema del Comune di Monteu da Po con localizzati gli elementi di Patrimonio Culturale presenti sul territorio.  
(Fonte della mappa: Geoportale Piemonte <https://www.geoportale.piemonte.it>)

## Personaggi storici illustri e Monteu da Po

Ciò che caratterizza inoltre questo paese piemontese è che nel corso degli anni, soprattutto dall'Ottocento in poi è stato culla o luogo di passaggio per diversi personaggi illustri che in qualche modo hanno caratterizzato il comune di Monteu da Po. Tra tutti spiccano il Conte Bernardino Morra di Luriano, Ariodante Fabretti, Luigi Martini, Felice Nazzaro e Melchiorre Bava.

Primo fra tutti vi è il Conte Bernardino Morra di Lauriano, nasce a Villafranca Piemonte, figlio del Conte Giovanni Battista, Conte di Lauriano. Durante l'Età Napoleonica si distinse per la carriera militare.<sup>128</sup> Bernardino Morra oltre ad essere stato un uomo dalla carriera militare si dedicò anche all'archeologia, infatti è proprio a lui che si deve la scoperta del sito archeologico di Industria, ex colonia romana, anche se non è chiaro come egli si sia avvicinato a questa disciplina.

Nel 1802 il Conte di Lauriano acquistò un terreno in Località San Giovanni a Monteu da Po e con uno scavo archeologico portò alla luce i resti di Industria e supponendo invece che a Lauriano vi fossero i resti del centro celtico-ligure di Bodincomagus citati entrambi da Plinio Il Vecchio nella sua opera *Naturalis Historia*.

Bernardino Morra, infatti, non è l'unico a muoversi per scoprire la zona, vi sono anche Paolo Ricolvi e Antonio Rivautella ad indagare nell'area già dal 1743 e poi ancora negli anni successivi.

---

<sup>128</sup> Barello F. (a cura di) "Un abile dilettante. Il lapidario Morra di Lauriano da Industria" Torino, 2013, p.7.

Nel 1808 iniziano gli scavi ma solo nel 1811 vennero alla luce i primi resti quelli che poi nei primi anni del '900 verranno poi identificati come parti del complesso sacro dell'Isseo/Serapeo. Una volta che gli scavi diedero luce ai risultati, i resti vennero rilevati dal Morra e successivamente vennero ricoperti rendendoli nuovamente invisibili. Questa notizia, sui nuovi ritrovamenti, ebbe un tale successo che venne riportata anche nella

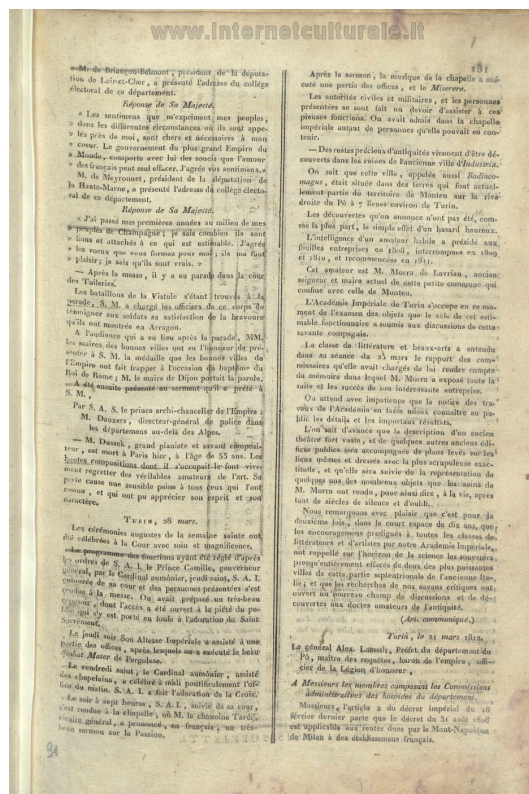


Figura 73 – Pagina estratta dal “Courier de Turin” del giorno 28 marzo 1812. (Fonte: <https://www.internetculturale.it>)

stampo di un articolo del Le Courier de Turin<sup>129</sup> del 28 marzo del 1812. L’articolo mise in luce l’abilità di Bernardino Morra che nel frattempo era diventato il sindaco di Lauriano, definendo “l’intelligence d’un amateur habile”.<sup>130</sup>

Un altro dei personaggi che hanno avuto in qualche modo collegamento con il comune di Monteu da Po è Ariodante Fabretti. Nasce a Perugia nel 1816, luogo in cui affronta i primi anni di formazione. Fin da subito i suoi interessi si concentrano sulla storia e sull’archeologia.

<sup>129</sup> Giornale periodico irregolare pubblicato tra il 1805 e il 1814, era un giornale politico, letterario, etc. <https://ebiblio.istat.it/SebinaOpac/resource/le-courrier-de-turin-journal-politique-litteraire-etc-autorise-par-mr-le-prefet-du-departement-du-po/IST0011354>

<sup>130</sup> Barello F. (a cura di) “Un abile dilettante. Il lapidario Morra di Lauriano da Industria” Torino, 2013, p.10.



In questi anni il Fabretti si muove tra varie località italiane fino a giungere nel 1844 a Torino, metà molto quotata tra i politici del momento. Nel frattempo i suoi interessi nell'archeologia si allargano arrivando a compilare un lavoro di ricerche durato per diversi anni.

Ritorna a viaggiare e spostarsi tra la Liguria e Bologna ma la sua vita si può dire che sia divisa soprattutto tra Perugia



Figura 73 - Ariodante Fabretti

e Torino, la prima come base attiva della sua vita politica e la seconda come sede dei suoi studi e come residenza abituale.

A Torino ottenne la cattedra di archeologia della Regia Università a cui si aggiunse l'incarico di direttore della scuola di magistero della facoltà di lettere e filosofia e poi ancora la carica di direttore del Museo delle Antichità di Torino che diventerà la sua cura principale e occasione di molte pubblicazioni.

Durante la gestione del Museo si contraddistinse per le sue scelte, non potendo gareggiare con i grandi musei europei decise di ampliare e completare le collezioni numismatiche soprattutto quelle di epoca romana e si dedicò anche agli scavi archeologici in Piemonte e in Liguria dei quali ha lasciato diversi scritti, come "Musaico di Acqui nel R. Museo di antichità di Torino" (in Atti della Soc. di archeol. e belle arti,

Il [1878-79], pp. 19-30), "Scavi di Carrù" (ibid., pp. 245-254, e anche Torino 1879), "Dell'antica città d'Industria detta prima Bodincomago e dei suoi monumenti" (ibid., III [1880-81], pp. 18-115, poi anche Torino 1881) e "Necropoli della Cascinetta nella provincia di Torino" (Torino 1885). Negli ultimi dieci anni della sua vita si allontanano dalla vita professionale dedicandosi agli studi giovanili dedicati soprattutto alla storia perugina. Morì poi nel 1894 dopo una grave malattia nella sua villa a Monteu da Po.<sup>131</sup>

Negli stessi anni nasce a Monteu da Po nel 1838 e deceduto a Torino nel 1894, Luigi Martini che si distingue per la sua vita politica. Fu pretore a Napoli, Biella e Torino. Fondò nel 1889 la "Casa Benefica per Giovani Derelitti". La città di Torino gli ha dedicato il "Giardino Luigi Martini"<sup>132</sup> nel quartiere Cit Turin, proprio dove sorgeva



Figura 74 - Luigi Martini

la casa Benefica. La casa benefica<sup>133</sup> fondata da Luigi martini aveva lo scopo di accogliere, fornire un'istruzione professionale e poi collocare nel mondo la vorativo i giovani.

---

<sup>131</sup> Pagina web "Enciclopedia Treccani" dizionario biografico su "Ariodante Fabretti" [https://www.treccani.it/enciclopedia/ariodante-fabretti\\_\(Dizionario-Biografico\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/ariodante-fabretti_(Dizionario-Biografico)/)

<sup>132</sup> Pagina web "Museo Torino" articolo "Mercato Martini – Benefica" <https://www.museotorino.it/view/s/e409c0fc8a124624b6c5102b39b6a9f8>

<sup>133</sup> Pagina web di "Casa Benefica" fondata da Luigi Martini <https://www.casabenefica.it/index.php>

La casa, un'istituzione laica, apre ufficialmente nel 1889 e ben presto acquisisce successo, una decina di anni più tardi apre anche la sezione femminile ma chiude nel 1931.

Diversa è la storia di Felice Nazzaro<sup>134</sup>, nasce a Monteu da Po nel 1881 e trascorre i primi anni della sua giovinezza nel paese a lavorare presso il negozio di famiglia.



Figura 75 - Felice Nazzaro

Appena quindicenne venne assunto come apprendista nell'officina dei fratelli Ceirano e da qui inizia la sua carriera.<sup>135</sup>

Se dapprima costruivano e distribuivano biciclette è nel 1899 che avviene il cambiamento quando ricevono un finanziamento per la realizzazione di un'autovettura. Il progetto ebbe così successo che i Ceirano<sup>136</sup> per fronteggiare le richieste cedettero il brevetto alla neonata società Fabbrica Italiane Automobili Torino (FIAT). Anche Nazzaro passò alla FIAT come collaudatore e nel 1900 partecipò assieme a Vincenzo Lancia alla loro prima corsa a Padova.

L'ultimo incarico è del 1932 quando giro tutta l'Italia per presentare la Balilla il nuovo modello della FIAT. Morì poi nel 1940 a Torino dopo una lunga malattia.

---

<sup>134</sup> Pagina web "Enciclopedia Treccani" dizionario biografico su "Nazzaro Felice" [https://www.treccani.it/enciclopedia/felice-nazzaro\\_\(Dizionario-Biografico\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/felice-nazzaro_(Dizionario-Biografico)/)

<sup>135</sup> Pagina web di "Targga Florio" articolo su "Felice Nazzaro" <https://www.targaflorio.info/nazzarofelice.htm>

<sup>136</sup> Informazioni prese dalla tsta giornalistica del Giornale "La Voce" <https://www.giornalelavoce.it/news/blog/118466/felice-nazzaro-un-pioniere-del-gp.html>

Un altro dei personaggi che meritano di essere citati all'interno della storia di Monteu da Po' è Melchiorre Bava, nato nel comune ma residente a Torino, fu grazie a lui che riscattando prima la chiesa e poi il Monte e le cappelle che si poté lavorare per far tornare il Sacro Monte di Crea nel suo antico splendore.

Con la caduta di Costantinopoli nel 1453 il pellegrinaggio verso la Terra Santa divenne una pratica costosa e pericolosa. A seguito di ciò che la Chiesa introdusse in Occidente luoghi che permettessero pellegrinaggi verso zone e santuari più accessibili. Nacque il "Sacro Monte", un complesso di nove monti sacri nell'Italia Settentrionale tra Lombardia e Piemonte composti da gruppi di cappelle, chiese e altri manufatti architettonici eretti tra il XVI e il XVII secolo dedicati a diversi aspetti della fede cristiana.<sup>137</sup>

È in questo contesto che si colloca il Sacro Monte di Crea, poco distante da Casale Monferrato, acquistato e salvato da Melchiorre Bava nel 1811.<sup>138</sup>

I personaggi illustri sopra descritti sono tutti ricordati nel comune di Monteu da Po, per quanto riguarda Luigi Martini vi è la Biblioteca civica ad egli intestata mentre per Fabretti e Nazzaro vi sono due vie che riportano i loro nomi, per Melchiorre Bava invece c'è la piazza. Nel corso degli anni vi sono stati altri personaggi illustri che sono passati da Torino e dintorni ma di cui non abbiamo notizie certe se siano passati anche dal comune di Monteu da Po, questi personaggi sono Ernesto Schiaparelli e Pietro Barocelli.

---

<sup>137</sup> Pagina web "Monferrato Arte" articolo "Serralunga di Crea" [https://www.artestoria.net/book\\_0\\_1.php?loc=85](https://www.artestoria.net/book_0_1.php?loc=85)

<sup>138</sup> Pagina web "Monferrato Arte" articolo "Serralunga di Crea" [https://www.artestoria.net/book\\_0\\_1.php?loc=85](https://www.artestoria.net/book_0_1.php?loc=85)



Figura 76 – Schema delle vie e dei luoghi del comune di Monteu da Po che riportano i nomi di alcuni dei personaggi illustri precedentemente analizzati.

## Eventi Culturali organizzati nel comune

Una delle prime iniziative nasce nel 2010 dalla collaborazione tra il Comune, la Soprintendenza, la Regione e il Parco del Po. Il progetto prevede l'apertura di un "centro formativo" nel paese di Monteu da Po con altre iniziative, tra cui un'area per l'archeologia sperimentale.

Oltre a queste prime attività sono state affrontate diverse tematiche come: la viabilità e l'accessibilità al parco archeologico, la riqualificazione delle strutture di visita interne al sito archeologico.<sup>139</sup>

Più recente è l'iniziativa tenutasi a settembre del 2023, in cui durante la giornata di sabato 23 è stata organizzata una giornata alla scoperta dei resti archeologici di Industria. Le attività organizzate sia per bambini che adulti hanno portato i visitatori alla scoperta della città santuario dedicata alle divinità Iside e Serapide.

Hanno contribuito alla realizzazione dell'iniziativa anche gli esperti e gli studiosi del Cotsen Institute of Archaeology at UCLA, del DIST del Politecnico di Torino, della Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio per la Città Metropolitana di Torino e della Direzione regionale Musei Piemonte.<sup>140</sup>

---

<sup>139</sup> Pagina web de "Il Portale dei Parchi Italiani", articolo "Aree protette del Po Piemontese" <https://www.parks.it/parchi.po.collina/dettaglio.php?id=11008>

<sup>140</sup> Pagine web del Ministero della Cultura (MIC), articolo "Tramonto a Industria. Rivivi una giornata nella città romana fondata sulla riva destra del Po" <https://cultura.gov.it/evento/tramonto-a-industria-rivivi-una-giornata-nella-citta-romana-fondata-sulla-riva-destra-del-po>

L'ultima è quella organizzata lo scorso 11 maggio, un workshop, che prende il nome di "*Giorno di Bronzo*", proprio per andare a ricordare le attività principali svolte a Industria durante il periodo romano, realizzato in collaborazione con il Politecnico di Torino- DIST e il Cotsen Institute for Archaeology ai UCLA e l'Associazione LArc - Parco Cannetum. Il workshop di archeologia didattica sulla metallurgia durante il periodo romano racconterà le tecniche e le caratteristiche utilizzate per la lavorazione del bronzo. L'iniziativa fa parte del progetto "*Cami*"<sup>141</sup> in collaborazione con il progetto "*Camelot*"<sup>142</sup> e ha lo scopo di lanciare un progetto interdisciplinare sui temi del Cultural Heritage.<sup>143</sup>

---

<sup>141</sup> (Comunità antiche e moderne di Industria), il progetto nasce da un'idea di ricerca dell'Università della California, Los Angeles (UCLA) con l'Università del Kent e di New Castle in Gran Bretagna, in collaborazione con il Politecnico di Torino. Lo scopo del progetto è lo studio delle comunità e del loro ambiente nel tempo. Partendo dalla conoscenza della comunità montuosa l'auspicio è quello di imparare le tradizioni del mondo agricolo, industriale, artigianale e della vita quotidiana degli abitanti del territorio nei secoli, risalendo fino all'epoca romana. (Prof.ssa Wendrich - Prof. Barnard)

<sup>142</sup> Il progetto Camelot ha lo scopo di costruire un modello di ricerca-innovazione-azione interdisciplinare e intersettoriale sui temi del Cultural Heritage rivolto a sviluppare strumenti, metodologie e politiche finalizzate a supportare un tipo di sviluppo sostenibile del territorio. Il progetto è portato avanti dal Politecnico di Torino-DIST.

<sup>143</sup> Testata giornalistica da "La vita Casalese" articolo su "La lavorazione del bronzo nell'area archeologica di Industria" <https://www.vitacasalese.it/la-lavorazione-del-bronzo-nellarea-archeologica-di-industria>

Tra le diverse attività culturali che coinvolgono il comune di Monteu da Po vi sono quelle organizzate all'interno del tetro comunale che vede la realizzazione di diversi spettacoli teatrali organizzati e realizzati dal gruppo Onda Larsen "Luci su Monteu"<sup>144</sup>



Figura 77 - Locandina della compagnia teatrale che organizza diversi eventi nel teatro di Monteu da Po

che nel 2024 è alla terza stagione raccogliendo sempre grande successo tra il pubblico.

Altro punto positivo è l'organizzazione di presentazioni di libri svolte all'interno della Biblioteca Civica "Luigi Martini".<sup>145</sup>

Dall'intervista alla Sindaca di Monteu da Po, Elisa Maria Ghion, è emerso però che questo genere di eventi relativi al mondo culturale ottengono generalmente poco successo soprattutto tra le giovani generazioni che preferiscono invece eventi e sagre legate al divertimento e alla gastronomia.

---

<sup>144</sup> Pagina web della compagnia teatrale "Onda Larsen" <https://ondalarsen.org/luci-su-monteu/>

<sup>145</sup> Le informazioni relative alla Biblioteca civica sono state raccolte durante l'intervista alla Sindaca Elisa Maria Ghion e dalla pagina Facebook della Biblioteca: [https://www.facebook.com/BibliotecaMonteuDaPo/?locale=it\\_IT](https://www.facebook.com/BibliotecaMonteuDaPo/?locale=it_IT)



## Eventi della tradizione organizzati nel comune

Inoltre sono diverse le feste e le celebrazioni organizzate durante l'anno direttamente dai volontari della proloco di Monteu da Po. Un esempio è la camminata sotto le stesse che organizzano ogni anno nel mese di settembre, oppure la "StraMonteudapo"<sup>146</sup> una corsa/camminata non competitiva organizzata durante i festeggiamenti della festa patronale di Madonna del rosario. Gli eventi vengono tutti pubblicizzati, seppur ancora in modo molto embrionale, sulla loro pagina Instagram che ha come mission quella di "valorizzare il territorio grazie alle manifestazioni enogastronomiche".

Tra le altre attività che ricorrono durante l'anno vi è anche la "Mangia Longa", "Colline in Festa" e "l'Incanto dei Doni".

La "Mangia Longa"<sup>147</sup> è una camminata non competitiva organizzata dalle pro Loco dei nove comuni facenti parte del Distretto Diffuso del Commercio della Collina del Monferrato Torinese.

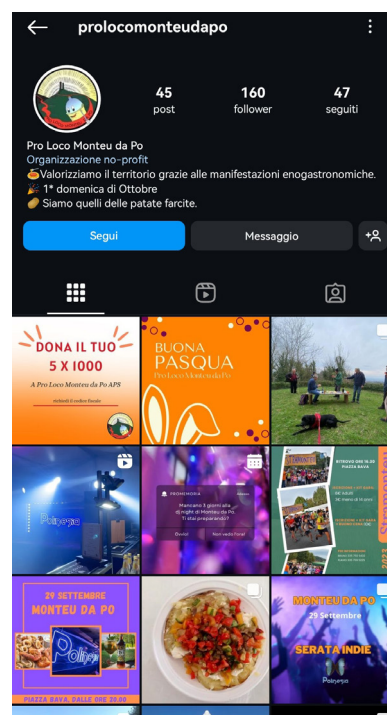


Figura 78 - Schermata della pagina Instagram della ProLoco di Monteu da Po

<sup>146</sup> Le informazioni relative all'evento di "StraMonteu" sono state prese in parte dalla pagina Facebook della Pro Loco di Monteu da Po: [https://www.facebook.com/p/Proloco-Monteu-da-Po-100064101964972/?locale=it\\_IT](https://www.facebook.com/p/Proloco-Monteu-da-Po-100064101964972/?locale=it_IT) e in parte da testate giornalistiche come: Giornale "La Voce" <https://www.giornalelavoce.it/tag/%E2%80%9C-StraMonteu%E2%80%9D/1>

<sup>147</sup> Le informazioni relative all'evento di "MangiaLonga" sono state prese in parte dalle testate giornalistiche dell'evento: "La vita Casalese"

L'evento prevede appunto l'organizzazione di una passeggiata tra le colline del Monferrato Torinese che conduce i partecipanti alla scoperta di gastronomia e cultura della zona. L'evento ha compiuto venticinque anni di attività ed è a tutti gli effetti una tradizione per i comuni partecipanti.

"*Colline in Festa*"<sup>148</sup> è uno degli anche eventi organizzati per il comune, anche in questo caso l'evento è condiviso tra i nove comuni e ogni anno viene ospitato da un comune diverso. L'obiettivo della tradizione, che oramai va avanti da circa dieci anni, è quello di proporre ai visitatori le tradizioni gastronomiche di ogni paese partecipante all'evento.



Figura 79 - Fotografia scattata durante una MangiaLonga



Figura 80 - Locandina dell'evento organizzato ogni anno "Colline in Festa"

---

<sup>148</sup> Le informazioni relative all'evento di "Colline in Festa" sono state prese in parte dalla pagina Facebook dell'evento: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100083471465484&sk=photos&locale=it\\_IT](https://www.facebook.com/profile.php?id=100083471465484&sk=photos&locale=it_IT) e in parte da testate giornalistiche come: Giornale "La Voce" <https://www.giornalelavoce.it/gallery/attualita/543832/facce-da-colline-in-festa-tutte-le-foto-di-una-due-giorni-da-urlo-a-cavagnolo.html>

Diverso è il tradizionale *"Incanto dei Doni"*<sup>149</sup>, la tradizione infatti prevede che vengano portati dei doni di vario genere, come alimenti o piccoli quadretti o altro tipo, alle chiese delle diverse frazioni del comune di Monteu da Po durante le celebrazioni delle loro feste. I doni che vengono portati vengono poi messi all'asta e il denaro raccolto verrà donato alla parrocchia per le necessità.

Parallelamente alla pagina Instagram vi è quella di Facebook che porta il nome *"Monteu VIVA"*.

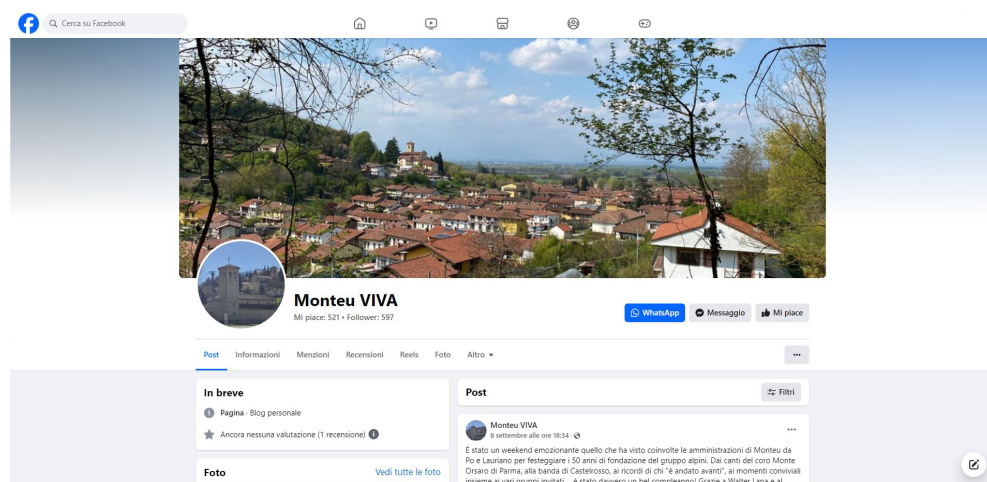


Figura 81 – Schermata della pagina Facebook del Comune di Monteu da Po. La pagina social è gestita dai residenti che la utilizzano per scambiarsi informazioni, eventi, e socializzare.

La pagina oltre ad informare i suoi follower, funge anche da vetrina per gli eventi organizzati dalla popolazione per la popolazione stessa ma anche per i visitatori esterni. La loro pagina inoltre annuncia novità e nuove attività da svolgere o a cui partecipare durante l'anno a Monteu da Po.

---

<sup>149</sup> Le informazioni relative alla tradizione dell' *"Incanto dei Doni"* sono state apprese a seguito dell'intervista alla Sindaca di Monteu da Po, Elisa Maria Ghion. L'intervista avvenuta sabato 14 dicembre 2024 presso l'ufficio di rappresentanza del Municipio di Monteu da Po.

Altra attività che caratterizza e distingue Monteu da Po dagli altri comuni è l'iniziativa "*Scuola senza zaino*" che quest'anno compie dieci anni. L'iniziativa prevede infatti che i ragazzi che frequentano la scuola non devono recarsi a scuola con le materiale scolastico personale facilitando la condivisione del materiale e ponendo tutti i ragazzi e bambini sullo stesso piano senza favorire discriminazioni.

### **Le tradizioni gastronomiche di Monteu da Po**

Come abbiamo visto, il comune, seppur di piccole dimensioni con una ridotta popolazione, presenta diversi elementi riconducibili al Patrimonio Culturale, alle sue tradizioni e come tutte quelle precedenti viste anche la parte gastronomica ha una sua rilevanza. Prima fra tutti è la ricetta dei "*Cruciun*"<sup>150</sup> biscotti ricavati dagli avanzi delle torte di noccioline. La ricetta di proprietà di una panettiera di Monteu da Po è oggi attualmente portata avanti dalla nipote ma non essendo depositata in parte non conosciuta nè riconosciuta dalla popolazione. Purtroppo la ricetta, ad oggi, tenendo in considerazione l'età della signora che ancora custodisce la tradizione e non essendoci successori si immagina che con il tempo questa andrà dimenticata e persa.

Un altro piatto tipico del paese, che invece riscuote successo ed è maggiormente conosciuto, sono le patate farcite, proposte soprattutto durante le sagre e le feste organizzate durante l'anno sono un piatto che accoglie sempre grande consenso tra la popolazione e i visitatori.

Tra le diverse proposte che ci sono ogni anno quella che però è sempre

---

<sup>150</sup> Ricetta e storia appresa dall'intervista con la Sindaca di Monteu da Po, Elisa Maria Ghion. L'intervista avvenuta sabato 14 dicembre 2024 presso l'ufficio di rappresentanza del Municipio di Monteu da Po.

presente e la Patata farcita tradizionale<sup>151</sup> che ha come farcitura radicchio, pasta di salsiccia e crema di gorgonzola.

Sempre nel campo gastronomico vi è la tradizionale sagra della Panissa<sup>152</sup>, un piatto povero ma tipico della cucina del luogo. Si tratta di un risotto preparato con riso, fagioli, lardo e cipolla. Una preparazione semplice, simbolo della tradizione contadina.

Infine, seppur non sia un piatto che fa parte della tradizione da anni, sta iniziando a riscuotere riconoscimento tra la comunità il "croccante morbido"<sup>153</sup> un dolce al gusto di cioccolato e caramello proposto sia in versione croccante, sia in versione morbida.

---

<sup>151</sup> Ricetta estrapolata dalla pagina Instagram della Pro Loco di Monteu da Po.

<sup>152</sup> Ricetta e storia della Panissa estrapolata dalla pagina Instagram della Pro Loco di Monteu da Po.

<sup>153</sup> Ricetta estrapolata dalla pagina Instagram della Pro Loco di Monteu da Po.

### 3.3 Invenis: un itinerario digitale per Monteu da Po

#### Prime considerazioni di progetto

Sulla base quindi delle riflessioni e le analisi dei vari casi studio precedentemente analizzati e sullo studio del comune di Monteu da Po si imposta l'ipotesi progettuale.

La volontà è quella di valorizzare l'intero comune e il suo territorio, quindi sarà necessario far sì che all'interno dell'ipotesi di progetto vengano compresi tutti gli elementi di Patrimonio Culturale presenti nell'area tenendo in considerazione non solo beni architettonici ma anche e soprattutto tutto ciò che riguarda le tradizioni, gli usi e costumi del paese, oltre al Patrimonio Naturale circostante siccome Monteu da Po fa parte del Basso Monferrato. Ciò che il progetto vuole far emergere non sono però quegli elementi già noti e soprattutto riconosciuti e valorizzati dalle associazioni e dalla popolazione ma al contrario far scoprire gli aspetti più nascosti del paese, quelli che ancora oggi sono presenti ma che per un motivo o un altro non hanno la stessa fama degli altri.

Tra le altre caratteristiche, ciò che deve emergere è la volontà di voler creare una nuova forma di vivere il paese non solo per i turisti ma soprattutto per riuscire a far vedere il comune con occhi diversi dai suoi residenti stessi, soprattutto per le fasce che ad oggi sono più restii alla partecipazione.

Analizzando quindi i casi studio è emerso che seppur lo strumento della gamification permetta una fruizione molto dinamica e interattiva

non sempre è di semplice accessibilità per tutti i possibili utenti, molto più adatti sono i social network che essendo sul mercato da più tempo sono più gestibili anche da coloro che hanno meno dimestichezza con la tecnologia. Sarebbe inoltre da evitare la tecnologia della realtà aumentata siccome per poterla utilizzare serve il più delle volte dispositivi appositi e non comuni, mentre in modo limitato e controllato potrebbe essere utilizzata la realtà virtuale. Ciò che può essere, inoltre, un aspetto positivo da tener in considerazione è la possibilità di personalizzare il proprio percorso di visita e l'interazione diretta che l'utente può avere con il territorio attraverso proprio l'utilizzo di uno strumento digitale.

Oltre a queste caratteristiche è importante sottolineare come anche l'aspetto di condivisione può essere molto favorevole al progetto facendo sì che l'utente stesso oltre ad essere fruitore del patrimonio Culturale diventi mezzo di comunicazione dell'esperienza che ha appena vissuto condividendo sulle pagine web e social non solo recensioni e informazioni pratiche ma proprio i momenti che ha vissuto attraverso fotografie e video.

### **Concept di progetto**

Dopo le precedenti considerazioni avvenute a seguito di un'analisi critica si va ad impostare l'ipotesi di progetto relativa all'intervento sul Comune di Monteu da Po. Seguendo le caratteristiche migliori esaminate si ritiene opportuno installare tra le strade del paese e nei punti interessanti dei pannelli fisici che contengano delle prime informazioni generali relative all'elemento in oggetto e un QR code che permetterà

all'utente di interfacciarsi in modo nuovo all'elemento culturale.

Durante le varie tappe, gli utenti saranno invitati a fotografare e filmare la loro esperienza; le foto ed i video, a discrezione dell'utente, saranno automaticamente caricate sulle pagine social del comune e delle organizzazioni facenti parte del progetto.

Gli utenti quindi, a loro volta potranno condividere la loro esperienza attraverso gli scatti e le riprese che hanno effettuato durante il percorso di visita.

### **Primi passi progettuali**

Nella versione base dello strumento, vengono proposti più percorsi per il comune di Monteu da Po in modo tale che qualsiasi visitatore possa trovare l'argomento che più lo convince per poter esplorare il paese. Seppur per comodità è consigliato cominciare ogni percorso da Piazza Bava, siccome dispone di molti parcheggi, i visitatori non sono obbligati a seguire questa regola potendo cominciare la loro esperienza da un qualsiasi elemento presente nei vari trail proposti.

Ipotizzando di iniziare la visita da Piazza Bava e dopo aver scelto quale tema affrontare, il visitatore digitale seguendo le istruzioni riportate dall'applicazione dovrà scegliere come accedere, se iscriversi o meno, successivamente dovrà decidere se partecipare come singolo o in gruppo, poi scegliere il target di riferimento, confermare il percorso che si vuole intraprendere ed infine scegliere il livello di difficoltà.





Figura 82 – L'immagine rappresenta in sequenza le quattro schermate che l'utente vedrà dopo aver scansionato il QR code presente sui pannelli espositivi.

Prima di iniziare questo modo alternativo di vivere il paese è necessario rispondere a queste richieste per far sì che l'esperienza possa essere personalizzata il più possibile secondo le proprie esigenze e necessità. Una caratteristica fondamentale del progetto che si vuole proporre è la libertà con cui il visitatore può muoversi tra le vie del paese e all'interno dello strumento digitale.

Ciò che vuole emergere attraverso questa ipotesi progettuale non è solo un modo alternativo di vivere il comune di Monteu da Po ma di riuscire ad informare i suoi utenti sugli aspetti che lo caratterizzano, far emergere tutti gli elementi che lo rendono tale e soprattutto far in modo che i visitatori stessi diventino parte attiva del paese invogliando gli altri a visitarlo.

Siccome la condivisione gioca un ruolo importante si è pensato di inserire all'interno dello strumento digitale una sezione che possa permettere al pubblico di collegarsi direttamente alle proprie pagine social così che egli possa condividere la sua esperienza con gli amici o conoscenti. Le scelte per poter personalizzare la propria attività sono molteplici in modo tale da poter creare esperienze sempre nuove così che la visita di Monteu da Po non si esaurisca in una volta sola ma che incentivi a ritornarci per poter vivere gli altri aspetti ancora inesplorati.

Parlando con la Sindaca sono emersi diversi elementi che attualmente hanno meno influenza sulla popolazione e che soprattutto non vengono considerati come Patrimonio Culturale, analizzando la situazione del comune, attraverso il progetto sarebbe utile far emergere soprattutto le caratteristiche, le tradizioni, gli elementi che purtroppo tendono ad essere nascosti e dimenticati.

### La definizione del target

Per la progettazione dello strumento digitale a complemento di questo lavoro è necessario capire a quale target riferirsi in modo tale da poter creare uno strumento che riesca a coinvolgere quella fascia di persone un po' più restia alla partecipazione quotidiana del comune. Dall'intervista con la Sindaca, è risultato che la fascia più difficile da coinvolgere durante soprattutto gli eventi culturali organizzati dal comune e dalle varie associazioni è quella dei giovani che comprende quindi i ragazzi e le ragazze che vanno dai 18 ai 30 anni.

Fascia d'età	Totale	%
0 - 9 anni	54	6%
10 - 19 anni	93	11%
20 - 34 anni	106	13%
35 - 54 anni	229	27%
55 - 69 anni	195	23%
70 - 84 anni	132	16%
85 - 100+	29	3%

Totale	838
--------	-----

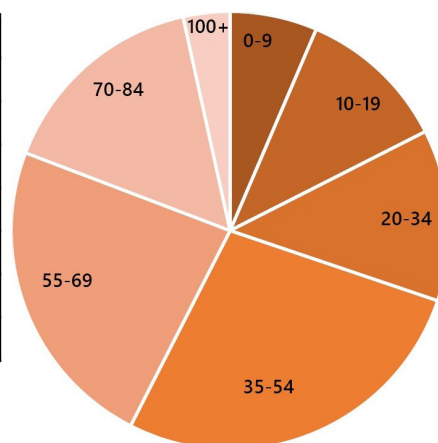


Grafico 6 - La tabella e il grafico a torta analizzano le fasce d'età su cui è divisa la popolazione del comune di Monteu da Po. I dati sono relativi a Gennaio 2024. (Fonte: <https://www.tuttitalia.it/piemonte/54-monteu-da-po/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>)

Come si può evincere dalla tabella e dal grafico sopra riportato, la fascia di cui parla la sindaca rappresenta il 13% della popolazione, ma è importante anche notare la fascia un po' più giovane, ossia quella che comprende dai 10 ai 19 anni che risulta essere l'11%, ma anche la fascia adulta comprendente dai 35 ai 54 anni che è il 27% della popolazione attuale.

È emerso inoltre che non è possibile utilizzare un sistema totalmente digitale perché attualmente nel comune i pannelli informativi fisici e le bacheche su cui affiggere manifesti e informazioni risultano essere ancora molto utili e soprattutto molto consultati per la comunicazione generale.

Sulla base quindi di queste informazioni, è indicato pensare ad un sistema ibrido per il progetto che possa essere contemporaneamente innovativo e digitale ma che allo stesso tempo mantenga dei tratti più tradizionali e materici per far sì che il pubblico abbia comunque un sostegno fisico a cui far riferimento.

A completamento di questo, inoltre, sempre dall'intervista realizzata con la Sindaca, si ritiene opportuno, come primo goal, fare riferimento soprattutto alla popolazione residente nel comune in oggetto e a quelli limitrofi prossimi; mentre come prossimi obiettivi si ipotizza di allargare il raggio del target puntando ai visitatori più esterni rispetto alla zona di progetto provenienti dalle altre province del Piemonte o i primi vicini come i residenti nella regione Lombardia e Liguria prima di puntare verso confini più distanti.

Analizzando successivamente la popolazione tenendo in considerazione le etnie che la compongono è necessario fare in modo che lo strumento digitale progettato possa coinvolgere la maggioranza, inserendo quindi la possibilità di scegliere la lingua con cui effettuare la visita; per quanto riguarda invece i pannelli fisici posti nei punti strategici del paese, questi avranno testi in italiano e inglese.

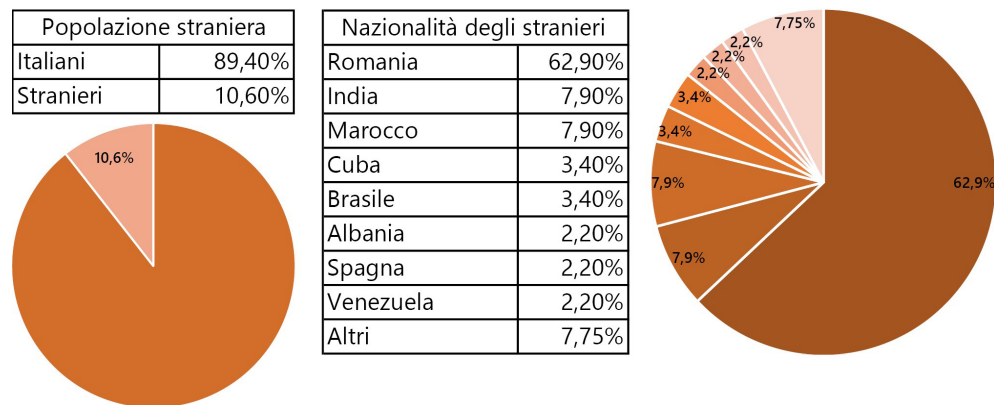


Grafico 7 - Le tabelle e i grafici a torta analizzano le etnie che compongono la popolazione del comune di Monteu da Po. I dati sono relativi a Gennaio 2024. (Fonte: <https://www.tuttitalia.it/piemonte/54-monteu-da-po/statistiche/popolazione-andamento-demografico/>)

Come emerge infatti dai grafici e dalle tabelle riportate poco fa, si può notare come la maggior parte della popolazione sia composta da italiano ma che vi è comunque una piccola percentuale, 10,6%, di stranieri provenienti da diverse nazioni, anche se la predominanza è dettata dalla Romania.

## Cosa comprenderà il progetto, elementi fisici e tradizioni

Durante l'analisi e gli studi sul comune di Monteu da Po, sulla sua formazione e cambiamento territoriale, su ciò che è presente sul territorio e soprattutto su quello che caratterizza il comune, si è pensato di comprendere nel progetto in primis tutti quegli elementi che caratterizzano il comune ma che ad oggi sono in stato di abbandono, non conosciuti abbastanza dalla popolazione locale e quindi non rispettati e valorizzati a dovere.

Dalle parole di Elisa Maria Ghion<sup>154</sup> si fa riferimento soprattutto a tutta la zona militare, comprendente ex caserme, ex magazzini di stoccaggio, vecchie cisterne e vecchi locali di servizio. Oggi tutte queste strutture in stato di abbandono da oramai circa trent'anni potrebbero far parte del progetto ed essere adibite a aree museali che ripercorrono in parte la storia del paese.

Altro elemento che potrebbe essere inserito del percorso di visita ipotizzato nel progetto sono i vari tunnel presenti ancora nel territorio del comune sotto il suolo stradale, la maggior parte ancora completamente percorribili, tant'è che durante lo scorso 25 Aprile proprio la Sindaca ha scelto di aprire in parte questi tunnel e organizzare delle visite guidate per permettere ai cittadini di vedere e vivere un pezzo di storia che ha caratterizzato Monteu da Po.

Sempre secondo la Sindaca, un altro elemento che merita una particolare attenzione è la Chiesa di San Grato, struttura architettonica religiosa romanica facente parte di una fitta rete di chiese romaniche

---

<sup>154</sup> Intervista effettuata alla sindaca di Monteu da Po sabato 7 dicembre 2024 presso la sala comunale di rappresentanza.

presenti sul territorio piemontese potrebbe far parte di un percorso religioso, in cui i visitatori si muovono non solo nel territorio comunale ma anche tra i comuni limitrofi.

Dopo questa prima selezione di elementi che attualmente non sono vissuti dalla popolazione sono emersi, le Torri del Greppio, il sito archeologico di Industria e i resti della Pieve di San Giovanni da Dustria. Passando invece ad elementi della tradizione, si è parlato soprattutto di una ricetta, quella dei "Cruciun" e di una festa in particolare quella della festa patronale della Madonna del Rosario.

Parlando con la Sindaca si è quindi ipotizzato che sarebbe utile inserire all'interno del progetto soprattutto questi elementi poco conosciuti e valorizzati per iniziare ma guardare al futuro lasciando aperta la possibilità ampliare il raggio di visita del percorso per permettere una continua collaborazione non solo all'interno del paese ma anche con i comuni vicini, partendo da quelli che assieme a Monteu da Po fanno parte del Distretto Diffuso del Commercio della Collina del Monferrato Torinese.

### **La struttura dell'ipotesi progettuale**

Sulla base quindi di queste riflessioni e spunti si basa la proposta progettuale per il Comune di Monteu da Po.

In modo da facilitare l'utilizzo e l'accessibilità allo strumento digitale, si installeranno comunque dei supporti fisici nel comune in prossimità degli elementi che il visitatore andrà a scoprire durante il suo percorso di visita.

I supporti verranno realizzati in materiale metallico trattato in modo tale che possano resistere agli agenti atmosferici.

La struttura dei pannelli avrà la funzione di sostenere i pannelli, realizzati in materiale plastico, che conterranno una descrizione dell'elemento a cui si riferisce, alcune foto o schemi che semplificano la comprensione del testo, una parte redatta appositamente per i più piccoli, quindi con testi e figure più accessibili e poi sarà presente un QR code che permetterà, a chi vuole, di accedere alla parte digitale del percorso.

Il progetto ha l'obiettivo di coinvolgere maggior pubblico e soprattutto la fascia dei giovani dai 18 ai 30 anni ma non vuole obbligare ogni visitatore all'utilizzo dello strumento digitale, per questo motivo si fa utilizzo di una parte materiale e fisica presente sul territorio.

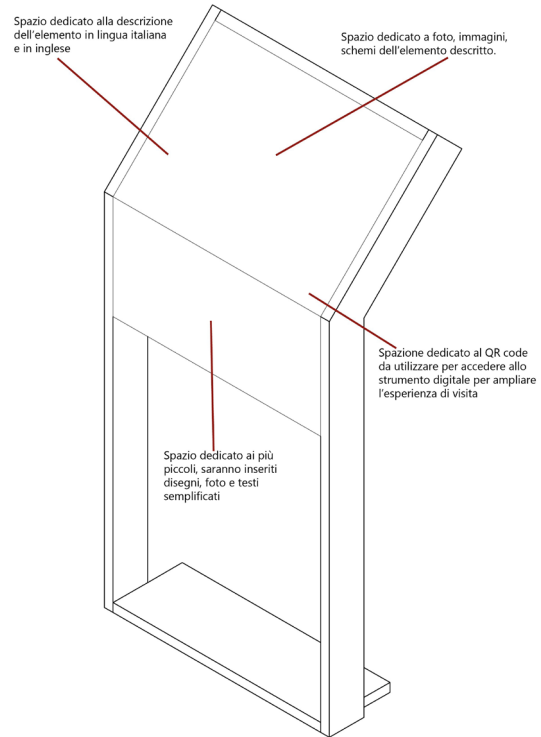


Figura 83 - L'immagine rappresenta schematicamente la struttura del pannello informativo, sono individuate le funzioni delle varie parti

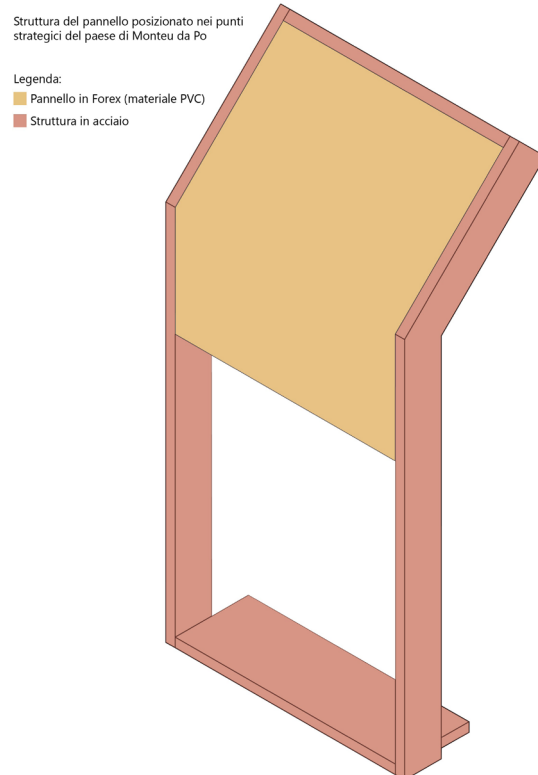


Figura 84 - La figura identifica i materiali utilizzati per la realizzazione dei pannelli espositivi

Il visitatore, una volta scansionato il QR code, avrà accesso ad una piattaforma ibrida tra un social network e un videogioco.

La struttura dello strumento è ibrida per poter accogliere gli aspetti migliori degli strumenti presi in oggetto, ovvero i social network e i videogiochi ma anche la possibilità di inserire elementi di realtà virtuale; dai primi si è preso la possibilità di comunicazione e condivisione, che permettono all'utente di condividere la propria esperienza diventando egli stesso mezzo per la comunicazione dell'esperienza che ha vissuto.

Dai videogiochi invece si è preso l'interazione e la dinamicità che si può avere durante un'esperienza di gamification.

I modi con cui l'utente potrà vivere in modo diverso il paese saranno molteplici, grazie allo strumento digitale dovrà rispondere a quiz, completare puzzle, riconoscere immagini o interagire con l'ambiente circostante attraverso una visualizzazione virtuale.



Figura 85 - La figura rappresenta la prima schermata dopo aver scansionato il QR code





Siccome durante i percorsi di visita saranno presenti diversi elementi ed ambienti storici, sempre attraverso la piattaforma digitale e il proprio smartphone, l'utente potrà accedere a un sistema di realtà virtuale che gli permetterà di vedere digitalmente come alcuni ambienti ed elementi erano negli anni passati.

In questo modo, l'utente visitatore, in base a quello che sta vedendo potrà scegliere se ampliare la sua esperienza attraverso lo strumento digitale e interfacciarsi con un nuovo modo di vivere l'elemento e il comune di Monteu da Po.

Per incentivare l'utilizzo dello strumento, l'utente durante le varie tappe, attraverso le sfide raccoglierà dei punti che lo inseriranno automaticamente dentro una classifica generale. In questo modo un gruppo di amici che partecipa a questo percorso di visita interattivo potrà sfidarsi raccogliendo punti.

Il progetto di "Invenis" nasce con la volontà di offrire ai cittadini di Monteu da Po e successivamente anche ai turisti una nuova occasione per conoscere il Patrimonio Culturale del paese ma anche le tradizioni che oggi giorno sempre più spesso tendono a perdersi. La struttura dello strumento è stata pensata in modo tale da poter essere facilmente adattata ad altre situazioni e altri contesti, oltre ad avere la possibilità di essere aggiornata in base a eventuali nuovi risultati di ricerche o nuove attività proposte proprio dal comune.

## Conclusioni

L'obiettivo di questa tesi è stato quello di proporre un nuovo modo di vivere il patrimonio Culturale presente sul territorio italiano, spesso anche nei piccoli territori poco conosciuti e poco valorizzati.

L'idea di voler intrecciare due mondi apparentemente diversi e distanti come quello degli strumenti digitali e quello del Patrimonio Culturale vuole far sì che quest'ultimo possa diventare un argomento accessibile a tutti e soprattutto che possa far avvicinare e incuriosire anche i più restii.

Prendendo come caso studio il Comune di Monteu da Po per la presente tesi si è scelto di proporre un'ipotesi progettuale per la realizzazione di uno strumento digitale in grado di accompagnare i visitatori durante la scoperta del paese, in modo tale che gli utenti possano vedere con occhi diversi il comune.

Il lavoro proposto è da considerarsi come un'ipotesi, che possa essere di strumento per futuri studi o programmi per il comune che sul suo territorio ha numerosi elementi sia materiali che immateriali pronti ad essere scoperti e valorizzati al meglio.

Con il lavoro svolto si vuole porre la giusta attenzione sull'importanza che ricopre la comunicazione e la fruizione del Patrimonio Culturale, soprattutto per i target di pubblico più difficili da catturare e poco inclini verso il mondo dei beni culturali.

Infine è bene sottolineare la dinamicità del progetto proposto, siccome, nonostante sia stato progettato e proposto per un caso specifico, vi è la possibilità di adattarlo a nuovi territori e nuovi sistemi che necessitano di un modo diverso per valorizzare il Patrimonio Culturale che possiedono.



## Bibliografia

Barello F. (a cura di) "Un abile dilettante. Il lapidario Morra di Lauriano da Industria" Torino, 2013, p.7

Barra Bagnasco M., Manino L. "Notizia degli scavi nell'area dell'antica industria: gli scavi dell'istituto di archeologia dell'Università" in Bollettino della Società Piemontese di belle arti, n.22, 1968, pp. 47-55

Bollo A. "I Musei e la sfida della nuova cultura digitale" in Economia della Cultura, 2011

Bollo A. "Il gaming nelle strategie di audience development delle organizzazioni culturali" in Economia della Cultura, anno XXVIII, 2018/n.3, 2018, pp. 321-330

Bonacini E. "Il museo contemporaneo fra tradizione, marketing e nuove tecnologie" Aracne Editore, 2011

Bonacini E. "Nuove tecnologie per la fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale" Aracne Editore, 2011

Bonacini E. "Il museo partecipativo sul web: forme di partecipazione dell'utente alla produzione culturale e alla creazione di valore culturale" in Il Capitale Culturale "Studies on the value of cultural heritage" vol.5, 2012, pp-93-125

Bonacini E. "I musei e le forme dello Storytelling digitale" Aracne Editore, 2020

Bonacini E. Marangon G. "Lo storytelling digitale partecipato come strumento didattico di divulgazione culturale", 2020

Cresci Marrone G., Mennella G., Zanda E. "Regio IX, Liguria. Industria" in Supplementa Italica, vol.12, 1994

Anselmetti C., Buffo D., "Variante strutturale n°1 al PRGC" Comune di Monteu da Po, 2011

Dal Maso C. (a cura di) "Racconti da musei. Storytelling d'autore per il museo 4.0" Edipuglia Editore, 2018

Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, "Codice dei beni culturali e del paesaggio", Art. 2. Patrimonio Culturale.

De Gottardo F., D'Amore A., Gasparotti V., Raimondi Cominesi A., "Comunicare la cultura on line: una guida pratica per i musei", 2014

Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. "From game design elements to gamefulness: defining "Gamification"" 2011

Fontana A. "Storytelling d'impresa" Hoepli Editore, 2016.

Intervista alla Sindaca di Monteu da Po, Elisa Maria Ghion, avvenuta sabato 7 dicembre 2024 presso la sala comunale di rappresentanza.

"I musei, le aree archeologiche e i monumenti in Italia", Dati ISTAT, Istituto Nazionale di Statistica, 29 Gennaio 2019.

Luigini A. (a cura di) "Ambienti digitali per l'educazione all'arte" in Mattozzi I., Panciroli C. "Educazione al patrimonio culturale e formazione dei saperi" Milano, Franco Angeli, 2018

Maulini A. "Comunicare la cultura, oggi" Milano, Editrice Bibliografica, 2022

Masini N., Soldovieri F. "Sensing the past" Springer Editore, 2017

"Progettazione di siti web, content management, social media e analisi dei risultati" #svegliamuseo, 2014, cap. 3-4

"REPORT FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS" Brussels, (27.3.2024)

Sacco P., Calveri C. "La trasformazione digitale della cultura" Milano, Editrice Bibliografica, 2021

Sartori A., Lazzaretti L. "Digitization of cultural heritage and business model innovation: the case of the Uffizzi Gallery in Florence" in Il Capitale Culturale "Studies on the value of cultural heritage", vol. 14, 2016, pp. 945-970

Simon N. "The partecipatory Museum" Santa Cruz California, 2010, cap.1

Vecco M. "L'evoluzione del concetto di Patrimonio Culturale" Milano, Franco Angeli Editore, 2011, pp.19-20

Zanda E. "La Città nell'Italia settentrionale in età romana. Morfologia, strutture e funzionamento dei centri urbani delle Regiones X e XI Atti del convegno di Trieste (13-15 marzo 1987)", Roma, 1990, pp. 563-

Zanda E. "Studi su Industria", Torino, vol. 11, 1995

## Sitografia

Abbuonandi E. "Social Network e Cultura", 2021 (ultimo accesso: 12/2023) <https://www.kinetes.com/il-giornale---archivio/social-network-e-cultura>

Balice N. (30/05/2024) "I sei "antidoti" contro lo spopolamento dei borghi italiani" in La Stampa, 30/05/2024 (ultimo accesso: 09/2024) [https://www.lastampa.it/cronaca/2024/05/30/news/i\\_borghi\\_rischiano\\_di\\_sparire\\_i\\_numeri\\_della\\_crisi\\_e\\_una\\_soluzione\\_nel\\_dossier\\_le-gambiente-14349391/](https://www.lastampa.it/cronaca/2024/05/30/news/i_borghi_rischiano_di_sparire_i_numeri_della_crisi_e_una_soluzione_nel_dossier_le-gambiente-14349391/)

Bacolla F. "Felice Nazzaro: un pioniere del GP" su "La Voce" 11/01/2015 (ultimo accesso: 11/2024) <https://www.giornalelavoce.it/news/blog/118466/felice-nazzaro-un-pioniere-del-gp.html>

Bettazzi N. (2022) "Comunicare il patrimonio culturale: l'arte e l'archeologia alla prova della digitalizzazione", 2022 (ultimo accesso: 09/2023) <https://midable.it/magazine/comunicare-patrimonio-culturale/>

Billings S. (2011) "Social Media Dialogue" in Museum Next, 2011 (ultimo accesso: 04/2024) <http://www.museumnext.org/2010/blog/social-media-dialogue>

Broccardi F., Vicari C. "Social Network economy. Musei, follower e partecipazione", 2019 (ultimo accesso: 03/2024) <https://www.artribune.com/progettazione/new-media/2019/02/social-network-economy-musei-follower-partecipazione/>



Caldera M. "Serralunga di Crea" su "Monferrato Arte", 10/12/2021 (ultimo accesso: 08/2024) [https://www.artestoria.net/book\\_0\\_1.php?loc=85](https://www.artestoria.net/book_0_1.php?loc=85)

Carlucci V. (03/04/2023) "Applicazione della Realtà Aumentata nei Beni Culturali. Una ricerca biometrica" in Archeomatica, tecnologia per i Beni Culturali, 03/04/2023 (ultimo accesso: 11/2024) <https://www.archeomatica.it/documentazione/realta-aumentata-nei-beni-culturali-una-panoramica-sul-passato-presente-e-futuro>

Castigli C. "Musei, così il digitale è leva di crescita: dagli Uffizi all'Egizio di Torino, ecco le strategie", 2022 (ultimo accesso: 01/2024) <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/musei-cosi-il-digitale-e-leve-di-crescita-dagli-uffizi-allegizio-di-torino-ecco-le-strategie/>

Correggioli P., Leva D., Messinetti V. "Per i piccoli Comuni a rischio spopolamento serve una P.A. più digitale" in Luiss School of Government 03/11/2022 (ultimo accesso: 09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/guest/luiss-school-of-government/2022/11/03/news/per\\_i\\_piccoli\\_comuni\\_a\\_rischio\\_spopolamento\\_serve\\_una\\_pa\\_piu\\_digitale-10554065/](https://www.huffingtonpost.it/guest/luiss-school-of-government/2022/11/03/news/per_i_piccoli_comuni_a_rischio_spopolamento_serve_una_pa_piu_digitale-10554065/)

Dawson A. "Musei e social media" ne Il Giornale dell'Arte 2022 (ultimo accesso: 01/2024) <https://www.ilgiornaledellarte.com/Articolo/musei-e-social-media>

Della Fazia G., Grazioso N., Leva D., "Salvare i piccoli borghi? Appunti per una strategia (non solo finanziaria)" in Luiss School of Government 17/10/2023 (ultimo accesso: 09/2024) [https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare\\_i\\_piccoli\\_borghi\\_appunti\\_per\\_una\\_strategia\\_non\\_solo\\_finanziaria-13738808/](https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/10/17/news/salvare_i_piccoli_borghi_appunti_per_una_strategia_non_solo_finanziaria-13738808/)

Di Turi N. "L'arte incontra i social media: come promuovere il patrimonio culturale con Twitter" 2014 (ultimo accesso: 11/2023) <https://www.wired.it/internet/social-network/2014/02/19/smw-arte-incontra-social-media/>

Donna S. "Alla scoperta delle antiche città romane del Piemonte: Industria, ora Monteu da Po" 2023 (ultimo accesso: 02/2024) <https://www.piemontetopnews.it/alla-scoperta-delle-antiche-citta-romane-del-piemonte-industria-ora-monteu-da-po/>

Fagioli Vercellone G. "Ariodante Fabretti" su "Enciclopedia Treccani" volume 43, 1993 (ultimo accesso: 08/2024) [https://www.treccani.it/enciclopedia/ariodante-fabretti\\_\(Dizionario-Biografico\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/ariodante-fabretti_(Dizionario-Biografico)/)

Fornaciari A. "Arte e social media: come valorizzare la cultura" 2022 (ultimo accesso: 11/2023) <https://www.travelonart.com/arte-contemporanea/arte-e-social-media-come-valorizzare-la-cultura/>

Izzo V. "Social Media: come differenziare la propria presenza e strategia di approccio in base alla piattaforma scelta" [ribrainstudio.com](https://ribrainstudio.com) <https://ribrainstudio.com/social-media-differenziare-la-propria-presenza-strategia-approccio-base-alla-piattaforma-scelta/>

Liani F. "L'Italia dei piccoli Comuni tra crisi, spopolamento e voglia di riscatto" in [lentepubblica.it](https://www.lentepubblica.it) il quotidiano partecipativo della P.A. 24/01/2024 (ultimo accesso: 16/09/2024) <https://lentepubblica.it/buone-pratiche/italia-dei-piccoli-comuni-criisi-spopolamento-riscatto/>

Lista dei criteri UNESCO previsti nelle "Linee Guida Operative", <https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-mondiale/>

Lodisco R. "I Social Network nel campo dei Beni Culturali" 2021 (ultimo accesso: 10/2023) <https://frameblog.unibo.it/index.php/2021/05/26/i-social-network-nel-campo-dei-beni-culturali/>

Maccanico N. "Comunicare il patrimonio culturale, tra intermediazione e nuove tecnologie" (ultimo accesso: 01/2024) [https://www.civita.it/giornale\\_di\\_civita/comunicare-il-patrimonio-culturale-tra-intermediazione-e-nuove-tecnologie/](https://www.civita.it/giornale_di_civita/comunicare-il-patrimonio-culturale-tra-intermediazione-e-nuove-tecnologie/)

Meaglia P. "MONTEU DA PO. Luci ed ombre sulle idee per l'area militare" su "La Voce" 8/10/2018 (ultimo accesso: 12/2024)

Peli F. "La comunicazione social dei musei: tra polemiche e realtà" 2022 (ultimo accesso: 12/2023) <https://compassunibo.wordpress.com/2022/09/20/la-comunicazione-social-dei-musei-tra-polemiche-e-realta/>

PNRR Ministero della Cultura "M1C3 – Investimento 2.1 Attrattività dei borghi" (ultimo accesso: 11/2024) <https://pnrr.cultura.gov.it/misura-2-rigenerazione-di-piccoli-siti-culturali-patrimonio-culturale-religioso-e-rurale/2-1-attrattivita-dei-borghi/>

Redazione Digital4 "Podcast: cosa sono, come funzionano e dove ascoltarli" sulla pagina web di Digital4 28/02/2024 (ultimo accesso: 10/2024) <https://www.digital4.biz/executive/podcast-che-cosa-sono-e-come-ascoltarli/>

Roncaglia B. "Gamification al museo. Così si rinnova la fruizione della cultura" 2018 (ultimo accesso: 02/2024) <https://www.musei-it.com/post/gamification-al-museo-cos%C3%AC-si-rinnova-la-fruizione-della-cultura>

Rosmino C. "Realtà virtuale e aumentata: per conoscere meglio il patrimonio culturale" su EuroNews.it, 03/2019 (ultimo accesso: 09/2024) <https://it.euronews.com/next/2019/03/04/firenze-nuove-tecnologie-cultura-progetto-europeo-inception-realta-virtuale-aumentata>

Sacco P. "Musei e social media: sviluppo ed evoluzione dell'interazione utente-museo" 2019 (ultimo accesso: 12/2023) <https://derev.com/2019/06/musei-e-social-media-il-report-di-derev-sullo-scenario-italiano/>

Tufari L. "Gli italiani e i podcast: una passione in crescita" sulla pagina web di Audibleblog 13(06/2023 (ultimo accesso: 09/2024) <https://www.audible.it/blog/dati-ascolto-podcast>

<https://www.mart.tn.it>  
<http://www.brooklynmuseum.org>  
<https://agr.regione.basilicata.it>  
<https://www.basilicataturistica.it>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/toursikon>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/hold-the-hut>  
<https://www.holdthehut.it>  
<https://www.effenove.it/works/hold-the-hut/>  
<https://www.holdthehut.it>  
<https://www.istat.it>  
<https://www.italyformovies.com>  
<https://3ofcupsgames.it>  
<https://www.metacampusrionero.it>  
<https://ivl24.it/metacampus-il-mistero-di-rionero>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/metacampus-il-mistero-di-rionero>  
<https://www.effenove.it/works/inventum/>  
<https://www.artribune.com>  
<https://www.archeomatica.it>  
<https://ivipro.it/it/speciale/pechete>  
<https://progetto-pechete.it>  
<https://valledaostaheritage.com>  
<https://www.ansa.it>  
<https://smarnation.it>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/aosta-digitale>  
<https://www.effenove.it/works/aosta-digitale/>  
<https://www.ipid.dev/articoli-notizie/nocturama-bononia>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/nocturama-bononia>  
<https://www.simbas.it>  
<https://ivipro.it/it/portfolio-item/radici-storie-e-paesaggi-tra-la-sabi-na-e-il-cicolano/>  
<https://lnx.comune.rieti.it>  
<https://www.ilmessaggero.it>  
<https://www.carraro-lab.com/realta-aumentata-per-la-cultura>  
<https://www.smau.it>  
<https://cultura.gov.it/comunicato/uffizi-virtual-experience-da-giotto-a-caravaggio>  
<https://cultura.gov.it/paladine>  
<https://cultura.gov.it/buonemani>

<https://cultura.gov.it/bibliotecheditaliapodcast>  
<https://www.raiplaysound.it/programmi/leparoledefuturo>  
<https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/podcast-le-parole-della-partecipazione/>  
<https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-mondiale/>  
<https://www.unesco.it/it/iniziative-dellunesco/patrimonio-culturale-immateriale/>  
<https://www.soprintendenzapdve.beniculturali.it>  
<https://www.comune.monteudapo.to.it/it-it/vivere-il-comune/mappa>  
<https://www.giornalelavoce.itornalelavoce.it>  
<https://www.museotorino.it>  
<https://www.casabenefica.it>  
<https://www.targaflorio.info/nazzarofelice.htm>  
<https://www.parks.it/parchi.po.collina>  
<https://cultura.gov.it/evento/tramonto-a-industria-rivivi-una-giornata-nella-citta-romana-fondata-sulla-riva-destra-del-po>  
<https://www.vitacasalese.it>  
<https://ondalarsen.org>  
<https://www.tuttitalia.it>  
Pro Loco Monteu da Po Facebook. [https://www.facebook.com/profile.php?id=100083471465484&sk=photos&locale=it\\_IT](https://www.facebook.com/profile.php?id=100083471465484&sk=photos&locale=it_IT)  
Pro Loco Monteu da Po, [@prolocomonteudapo] Instagram <https://www.instagram.com/prolocomonteudapo/>

