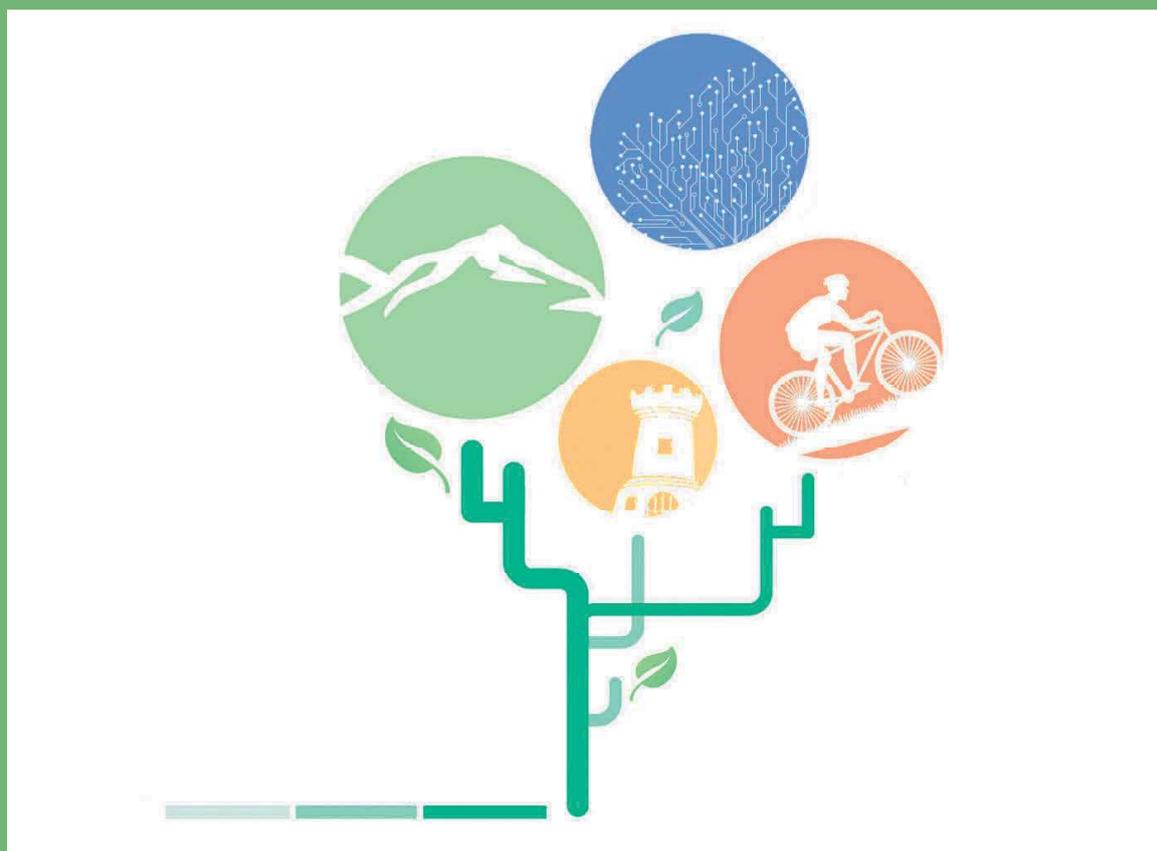


Luisa Spagnoli
(a cura di)

ITINERARI PER LA RIGENERAZIONE TERRITORIALE TRA SVILUPPI RETICOLARI E SOSTENIBILI



Scienze geografiche

FrancoAngeli 

In ricordo di Antonella Primi

L'improvvisa e prematura scomparsa di Antonella Primi ha lasciato tutti sgomenti, gettando nello sconforto quanti di noi – geografi e non geografi – hanno avuto l'onore e la fortuna di conoscerla. Il presente volume, che si pregia di accogliere il suo interessante saggio (scritto insieme a Rebekka Dossche), è la testimonianza di quanto per lei fosse importante che la ricerca geografica sapesse alternare la “teoria” alla “prassi”, così come il suo maestro – Adalberto Vallega – ci ha insegnato. Il suo rigore metodologico, il suo consolidato approccio teorico e la sua significativa ricerca di terreno hanno rappresentato per la scrivente un contributo e un lascito imprescindibili nel cui solco è inscritta la traccia di questo volume. Dalla Val Bisagno, in considerazione della valutazione del rischio idrogeologico, al Basso Alessandrino, in relazione al problema dello spopolamento delle aree rurali montane, Antonella ha saputo delineare un modello di riferimento per la mappatura e la rappresentazione dei processi partecipativi in un'ottica di pianificazione territoriale.

Antonella, faremo tesoro dei tuoi preziosi consigli, delle tue letture dense, della tua profonda umanità.



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:

<https://www.francoangeli.it/autori/21>

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Luisa Spagnoli
(a cura di)

**ITINERARI
PER LA RIGENERAZIONE
TERRITORIALE
TRA SVILUPPI RETICOLARI
E SOSTENIBILI**

FrancoAngeli 

Il presente volume è stato pubblicato con il contributo del Ministero della Transizione Ecologica, nell'ambito del progetto di ricerca "Paesaggi ferroviari lucani per la sostenibilità del territorio e lo sviluppo locale. Un cammino green lungo la Lagonegro-Spezzano Albanese" (NP 2.78), a valere sul Bando a supporto dell'attuazione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS).

ISBN e-book: 9788835143222
ISBN edizione cartacea: 9788835127147

In copertina: elaborazione grafica di Danny Grano

Copyright © 2022 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Publicato con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Indice

Premessa, di <i>Luisa Spagnoli</i>	pag.	11
Gli itinerari della rigenerazione territoriale: una grande varietà di forme, proposte e pratiche, di <i>Dino Gavinelli</i>	»	21
Una progettualità in divenire per comprendere e interpretare il potenziale di un'area interna, di <i>Luisa Spagnoli, Tiziano Gasbarro, Lucia Varasano, Cristiana Zorzi</i>	»	31

Parte prima

Linee nel paesaggio: vie verdi per la mobilità dolce e il riuso di patrimoni culturali diffusi

Percorsi di riscoperta e turismo lungo le Alpi: i passi partecipati e sostenibili del “Trekking delle Terre di Mezzo”, di <i>Stefania Cerutti, Paola Menzardi</i>	»	59
Rigenerare la montagna mediante percorsi di mobilità dolce: piste ciclopedonali per la valorizzazione delle aree dismesse nelle valli lombarde, di <i>Alessandra Ghisalberti</i>	»	67
Ripartiamo dalla lentezza. Progettare linee antifragili per rigenerare l'Italia a piedi e in bici, di <i>Paolo Pileri, Rossella Moscarelli</i>	»	75
L'Atlante della Mobilità Dolce in Italia, di <i>Giulio Senes, Roberto Rovelli, Gianpaolo Cirone, Paolo Ferrario, Anna Donati, Alessandra Bonfanti, Sara Venturoni, Luigi Contestabile, Alberto Fiorillo, Stefano Fondi, Claudio Bonomi</i>	»	84

<i>Per aquam ad prospectus: itinerari lenti nell'Umbilicus Italiae, di Maria Gemma Grillotti Di Giacomo, Pierluigi De Felice</i>	pag.	92
Elementi dell'identità "sopiti" come chiave per nuove visioni della fruizione lenta dei territori: la Ciclovía dell'Acquedotto in Puglia, di <i>Mariateresa Gattullo</i>	»	101
Tra turismo lento e mobilità dolce. La ciclopedonale dei Laghi di Garlate e di Olginate (LC), di <i>Marisa Malvasi</i>	»	109
Rifunzionalizzazione di linee ferroviarie dismesse e promozione turistica. Il caso della città di Bosa (Sardegna nord-occidentale), di <i>Cinzia Podda, Paolo Secchi</i>	»	118
La <i>Greenway</i> di Olgiate Molgora (LC): dal recupero del tracciato ferroviario dismesso di un'infrastruttura per la mobilità quotidiana e la valorizzazione del territorio, di <i>Roberto Rovelli, Giulio Senes, Andrea Marchisio</i>	»	126
Il Cammino del Duca: un itinerario in costruzione tra università e territorio, di <i>Nico Bazzoli, Mauro De Donatis, Elisa Lello, Filippo Martelli, Elena Viganò, Paolo Piacentini</i>	»	134
Suoni, ritmi e turismo lungo la Via Silente, di <i>Daniele Paragano, Giulia Vincenti</i>	»	143
La Ciclovía del Sole: uno sguardo critico sul tratto Verona-Bologna, di <i>Simone Gamba</i>	»	151
La Costa dei Trabocchi lungo il litorale abruzzese: turismo lento, mobilità dolce, sinergie di sviluppo del territorio, di <i>Andrea Perrone</i>	»	159
Un esperimento di rigenerazione territoriale diffusa lungo i grandi cammini: il progetto TWIN, di <i>Ettore Donadoni, Anna Fera, Diana Giudici</i>	»	166
Parchi delle mura urbane come percorsi quotidiani e turistici, luoghi di attraversamento e socialità, di <i>Donata Castagnoli</i>	»	175
Recupero dei navigli milanesi: un bene culturale per il turismo?, di <i>Martina Lucarno</i>	»	183

Parte seconda
Itinerari lenti e cammini storico-culturali
per la valorizzazione e la riscoperta della memoria
e dell'identità dei luoghi

Il turismo dei cammini come opportunità per lo sviluppo locale nell'Italia minore: il caso di San Benedetto, di <i>Giovanni Baiocchi, Giacomo Zanolin</i>	pag. 193
Ferrovie dismesse, antichi tracciati e nuove forme di fruizione territoriale, di <i>Teresa Amodio</i>	» 202
Percorsi commerciali medievali e loro recupero in chiave culturale e turistica. L'itinerario del Passo del Gries (Alpi Lepontine), di <i>Guido Lucarno</i>	» 211
Pellegrini in arrivo a Roma: un unico ingresso per le tre Romee Maggiori (Francigena, Germanica e Strata). Una proposta per il Giubileo 2025, la rigenerazione urbana e la mobilità dolce, di <i>Giulio Senes, Roberto Rovelli, Alessandro Toccolini, Raffaele Bonsignori, Raimondo Sinibaldi, Aleksandra Grbic, Francesca Giani, Ilaria Maggiorotti, Mattia Valente</i>	» 219
Camino buscando la modernidad: itinerarios y paisajes del paso de Despeñaperros en el siglo XVIII (Jaén, Andalucía), por <i>Francisco J. Pérez-Schmid Fernández, J. Miguel Delgado Barrado, José M. Valderrama Zafra, Ana Tirado de la Chica</i>	» 227
Un cammino tra le linee dell'Area Grecanica: la rigenerazione del paesaggio perduto, di <i>Giovanni Modaffari</i>	» 235
Transumanze nel Lazio: i tratturi dei Monti Simbruini e della Val Comino, di <i>Sara Carallo, Francesca Impei</i>	» 243
I cammini sacri in Abruzzo. Tra cultura, natura e spiritualità, di <i>Giacomo Cavuta, Fabrizio Ferrari</i>	» 252
I cammini sacri in Molise lungo le vie della transumanza, di <i>Carmen Silva Castagnoli</i>	» 259
Cammini religiosi e itinerari storico-culturali per la valorizzazione delle aree interne della Sardegna. Il distretto Gennargentu Mandrolisai, di <i>Sebastiana Nocco</i>	» 267

Il Cammino per la Madonna Nera di Tindari come strumento di rigenerazione territoriale, di <i>Barbara Sambataro, Gianni Petino</i>	pag. 275
Le strade militari del “fronte sud-occidentale” (Alpi Marittime) tra sfide di gestione e opportunità di sviluppo turistico, di <i>Pietro Piana, Mauro Spotorno</i>	» 284
Attraverso le carte, attraverso la storia. Una proposta di valorizzazione delle trincee della Grande Guerra in Trentino, di <i>Caro-lien Fornasari, Giannantonio Scaglione</i>	» 292
Il percorso “Akropolis”: un’esperienza diffusa di valorizzazione culturale fra i comuni di Palestrina e Castel San Pietro Romano, di <i>Roberta Iacono</i>	» 300
La ciclovvia sulla Linea Oder-Neisse: tra memoria e occasioni di sviluppo, di <i>Laura Stanganini</i>	» 307

Parte terza

Turismo, sostenibilità e processi partecipativi per la *governance* territoriale

Potenzialità turistiche e di sostenibilità: la “Regione verde d’Europa” alla prova dei processi partecipativi per la <i>governance</i> territoriale, di <i>Marina Fuschi, Fabrizio Ferrari</i>	» 319
Il turismo dei cammini come strategia di rigenerazione e sostenibilità nelle aree interne: evidenze dal Mezzogiorno, di <i>Dionisia Russo Krauss, Nadia Matarazzo, Francesca Sorrentini</i>	» 329
La “Via Francigena nel Sud Italia” per la rigenerazione territoriale. Sviluppo di un modello di <i>governance</i> turistica tra i Monti Prenestini ed Ernici nella Regione Lazio, di <i>Ilaria Guadagnoli</i>	» 336
Itinerari partecipativi a supporto di processi di sviluppo locale: un’applicazione in aree rurali montane del Basso Alessandrino, di <i>Antonella Primi, Rebekka Dossche</i>	» 345
L’attivazione di reti e processi partecipativi per la promozione del turismo culturale nei piccoli comuni. L’esempio del progetto di cooperazione transfrontaliera “RACINE”, di <i>Maria Veronica Camerada, Salvatore Lampreu, Silvia Carrus</i>	» 354

Itinerari di turismo lento e processi partecipativi per la valorizzazione del territorio nel Golfo Paradiso (Genova): tra conflittualità e collaborazione, di <i>Lorenzo Brocada, Alberto Girani</i>	pag. 362
377 project. Un'esperienza di rigenerazione culturale e territoriale in Sardegna, di <i>Nicolò Fenu, Paolo Giaccaria</i>	» 372
(Ri)costruire il paesaggio. Processi partecipativi e recupero dei versanti terrazzati valtellinesi, di <i>Luca Bonardi, Emiliano Tolusso</i>	» 382
Strategie di sviluppo territoriale in Basilicata: l'area del Vulture Alto Bradano, di <i>Ornella Albolino, Lucia Cappiello</i>	» 392
Il ruolo del patrimonio dismesso nello sviluppo del turismo lento di prossimità, di <i>Antonietta Ivona, Donatella Privitera, Rosario De Iulio</i>	» 400
Il turismo di comunità per la promozione di scale, rampe e gradonate: una sfida possibile tra fragilità e ri-attribuzione di valore, di <i>Germana Citarella</i>	» 410
Agriturismo e finanziamenti per lo sviluppo rurale: fattori di rigenerazione nelle regioni italiane. Un'analisi dell'efficienza tecnica, di <i>Nicola Galluzzo</i>	» 419
La rigenerazione sostenibile nei territori agrari. Il caso della Val-dichiana, di <i>Alessandro Bianchi, Stefano Biagiotti</i>	» 427
Istituzioni nel turismo al servizio dello sviluppo territoriale sostenibile, di <i>Vincenzo Mini</i>	» 435
Misurare la predisposizione alla sostenibilità delle destinazioni turistiche. Una proposta operativa a partire da uno studio pilota della destinazione turistica Puglia, di <i>Federica Epifani</i>	» 442
Le cooperative di comunità per una <i>governance</i> sostenibile dei territori. Il caso di Capranica Prenestina, di <i>Lisa Scafa</i>	» 452

*Il patrimonio culturale materiale nella pratica digitale 4.0: modelli e forme di fruizione a confronto**

di *Maria Grazia Cinti***, *Giorgia Di Rosa***

1. Introduzione

La pandemia da SARS-Cov-2 ha impattato sulle destinazioni a scala globale con un blocco della mobilità; in conseguenza di ciò, per gli *stakeholder* della filiera del turismo e della cultura, la tecnologia e il mercato digitale hanno assunto una rilevanza strategica. In tale scenario la creazione e distribuzione dei prodotti turistico-culturali digitali, in precedenza considerata secondaria e marginale, è divenuta una opportunità irrinunciabile per permettere agli utenti di continuare a consumare, determinando perciò una sovrapposizione tra lo spazio fisico e quello virtuale. La trasformazione digitale connessa alla pandemia si innesta così nel processo già avviato dall'avvento dell'Industria 4.0¹ attraverso nuove tecnologie che includono gli strumenti della realtà aumentata (AR) e della realtà virtuale (VR) con l'obiettivo di far diventare tali strumenti di uso comune. La pandemia ha da un lato velocizzato il processo di digitalizzazione definendo una nuova geografia dello sviluppo turistico e la concretizzazione di un mercato virtuale (De Falco, La Foresta, 2017) e dall'altro ha portato alla luce crepe e fratture del sistema socio-economico e politico,

* Il presente contributo è frutto di una ricerca comune delle autrici, tuttavia, ai fini dell'attribuzione, i paragrafi vanno così ripartiti: a Maria Grazia Cinti il paragrafo 2 "La pratica digitale 4.0 nella fruizione turistico-culturale in Italia"; a Giorgia di Rosa il paragrafo 3 "Esperienze e modelli di valore aggiunto: *case stories* di successo"; introduzione e conclusioni sono state redatte congiuntamente.

** Dipartimento di Storia, patrimonio culturale, formazione e società, Università degli Studi di Roma Tor Vergata.

1. L'espressione "Industria 4.0" è utilizzata per la prima volta nel 2011 alla Fiera di Hannover come ipotesi progettuale presentata al Governo locale per rendere la manifattura tedesca più competitiva nello scenario internazionale. In Italia l'omologo piano di sviluppo è presentato nel 2015 con il nome di "Piano Nazionale Industria 4.0, 2017-2020" dal Ministero dello Sviluppo Economico con misure strutturate con l'obiettivo di favorire gli investimenti per l'innovazione e la competitività (De Falco, La Foresta, 2017).

probabilmente già da tempo sedimentate, in cui la pratica turistica si trova ad operare (Bozzato, 2020). Se prima il rapporto turismo-tecnologia era finalizzato ad una mera fruizione più *smart* dei servizi, a causa delle limitazioni imposte dal Covid-19, si è trasformato in una necessità legata alla fruizione in sicurezza dell'esperienza turistica applicata a tutta la filiera: dallo *smart tourism* al check-in alberghiero all'utilizzo di chiavi elettroniche attraverso le *smart* App per l'ospitalità fino alla fruizione virtuale dei siti archeologici e delle più svariate realtà museali (Pencarelli, 2020; Camerada, 2018). Sarebbe necessario perciò ipotizzare scenari differenti e pensare ad un nuovo rapporto tra digitale e turismo, considerando quest'ultimo come una nuova modalità di vivere la realtà turistica.

Il presente contributo prende in esame lo stato dell'arte della fruizione del patrimonio culturale applicata al turismo in Italia, con un focus su alcune buone pratiche di realtà internazionali messe in atto da organizzazioni pubbliche e private nel Regno Unito e nella Spagna che sono riuscite a mantenere vive le relazioni con utenti e clienti grazie al digitale applicato alla fruizione turistico-culturale.

2. La pratica digitale 4.0 nella fruizione turistico-culturale in Italia

Il reticolo tecnologico creato dalla dirompente diffusione dei *social media*, unitamente alla staticità indotta dal Covid-19, ha reso più sensibile il pubblico alle esperienze digitali, facilitando la popolarità ottenuta dalle offerte virtuali di musei, attrazioni ed esperienze turistiche. Tali modalità di fruizione si sono rivelate al contempo sia un'esigenza per gli *stakeholder* della filiera, sia una grande opportunità di sviluppo per le comunità locali e i territori narrati (Meini, Spinelli, 2012).

In Italia il digitale, nella sua accezione di esperienza, “sta entrando nel Dna dell'*heritage* culturale e ne amplifica il potenziale strategico per la crescita sostenibile” (Pepe, 2020, p. 1). Tale condizione, oltre a riflessioni di tipo spaziale, quale la compensazione della rarefazione degli spazi a causa della pandemia o la sostituzione dell'esperienzialità diretta (Becheri, Morvillo, 2020) ha anche delle implicazioni nella sfera formativa. La crescente attenzione al digitale nel comparto turistico-culturale, infatti, ha determinato anche la domanda di nuove figure specializzate: dagli esperti di *digital storytelling* a quelli di *gaming* per la valorizzazione di siti e musei, a quelle per la cura dei siti web, delle diverse pagine *social*, oltre a una domanda di formazione sempre più crescente per ridurre il divario, in particolare per l'Italia consolidato nel tempo e impietoso (Selva, 2020), tra le diverse generazioni di addetti nella filiera. Nell'auspicare dunque una accelerazione nella trasformazione digitale è importante sottolineare come la sua diffusione non risponda a una mera questione di innovazione, democratizzazione dell'accesso al patrimonio

o recupero di mercati messi in crisi dalla pandemia, ma anche, come auspicano gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs), sia oggetto di perseguimento di diverse sfide tra cui, in particolare, lo sviluppo sostenibile e inclusivo connesso al consolidamento delle competenze digitali dei cittadini e al *reskilling* dei lavoratori, nonché alla *governance* della rete secondo principi etici e di responsabilità collettiva (Selva, 2020).

Secondo l'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo della School of Management del Politecnico di Milano (2019) il mercato del *digital travel* è in crescita progressiva e nel 2019 valeva già 15,5 miliardi di euro, in previsione delle nuove risorse del PNRR è ragionevole ipotizzare che i servizi digitali connessi alle attività esperienziali, sia a destinazione sia da remoto come il *virtual tourism*, diventino una componente sempre più significativa del mercato del turismo. In fase pre pandemica il Rapporto sul Turismo Italiano (Becheri, Morvillo, 2020) ha evidenziato un crescente impegno nella creazione di un'offerta dedicata di App e servizi digitali per i turisti attraverso i loro siti ufficiali (Apicerni, Marasco, 2019) sebbene l'adozione strategica della divulgazione digitale sia onsite, sia online fosse ancora una caratteristica di poche realtà (Agostino *et al.*, 2020).

Anche le *policies* dell'innovazione italiana hanno iniziato a ripensare il digitale come leva di trasformazione economica, culturale e sociale anziché, come accaduto in passato, a riprogrammare semplicemente come digitali i processi già esistenti². Tale consapevolezza si è palesata attraverso diversi documenti a scala nazionale³ sulla spinta di fondamentali internazionali in risposta all'evidenza che lo sviluppo digitale del Paese è inferiore alla media europea e così anche le prospettive di crescita con un ineludibile riflesso sulla competitività generale. Malgrado l'esistenza di numerosi documenti programmatici e la consapevolezza dell'autorità centrale delle opportunità di sviluppo, non si è realizzata ancora una piena e diffusa transizione digitale dei luoghi turistici e della cultura (Selva, 2020). Al contrario, molto spesso, la cultura digitale o virtuale si è concretizzata quasi esclusivamente in un utilizzo più pervasivo dei *social* (Clini, Quattrini, 2020) invece che assumere una centralità

2. Cfr. Strategia per la Crescita Digitale 2014-2020, 2014, p. 4 e seguenti.

3. Successivamente alla "Carta sulla Conservazione del Patrimonio Digitale" dell'UNESCO del 2003 è possibile annoverare diversi documenti sulle tematiche interrelate a cultura e digitale: la Carta di Siena 2.0 su "Musei e paesaggi culturali" (International Council of Museum Italia, 2016), la Carta di Londra per la visualizzazione digitale dei beni culturali (EPOCH, 2009), la Carta di Siviglia sull'archeologia virtuale (2009), l'agenda digitale europea per il decennio 2010-2020 (Commissione Europea, 2010), la nuova agenda digitale per la cultura (Commissione Europea, 2018); mentre in ambito nazionale: la Strategia per la Crescita Digitale 2014-2020 (Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2014), il Piano Strategico per la digitalizzazione del Turismo (Laboratorio per il Turismo Digitale su iniziativa del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, 2014) e il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'innovazione dei Musei (MIBACT, 2018).

nella modalità di divulgazione o accessibilità a livello esperienziale. In virtù di ciò, come illustrano Teti e Sacco (2017) in conseguenza della coesistenza di diversi paradigmi della fruizione culturale (piattaforme digitali aperte, industrie culturali e creative, ecc.), è fondamentale attuare una integrazione dei diversi effetti tanto all'interno delle politiche pubbliche quanto nelle strategie d'impresa. In particolare, qualsiasi organizzazione che intende creare servizi digitali deve tenere conto degli elementi che possono rendere l'esperienza unica e coinvolgente per l'utenza (Nylén, Holmström, 2015), non solo in termini di *user experience*, ma anche di metodologie di progettazione, design, funzionalità e creazione di contenuti che possono fare la differenza nel soddisfare efficacemente i bisogni dei visitatori-utenti-turisti nelle loro molteplici e variegare dimensioni cognitive, psicologiche, culturali, sociali, sensoriali e di socializzazione (Apicerni, Marasco, 2019).

3. Esperienze e modelli di valore aggiunto: *case stories* di successo

Quanto finora esplicitato ha aperto riflessioni sull'effettivo ruolo del digitale nella costruzione di esperienze turistico-culturali ponendo il quesito se addirittura l'esperienza digitale non potesse essere considerata essa stessa alla base di un'esperienza turistica o comunque se in qualche modo l'esperienza digitale potesse rappresentare una chiave in più per godere al meglio l'esperienza reale (Colombo, 2020). In questo scenario sembrerebbe utile pensare ad un differente tipo di rapporto tra turismo e digitale intendendo quest'ultimo come un nuovo modo di vivere l'esperienza del viaggio stesso con l'obiettivo di fornire un valore aggiunto al viaggiatore che decide di intraprendere tale esperienza. Si sono dunque prese in considerazione alcune organizzazioni che stanno lavorando in tale direzione con particolare riferimento a realtà internazionali come la Bodega Ramon a Bilbao nei Paesi Baschi e il Natural History Museum di Londra.

La Bodega Ramon a Bilbao, azienda di produzione vitivinicola, propone *on site*, la cosiddetta *Experiencia Oculus* un vero e proprio viaggio alla scoperta dell'azienda con l'ausilio di visori per la realtà virtuale. Oltre alla struttura stessa, i viaggiatori scoprono tutti i vigneti e l'intero processo di vinificazione, dalla nascita dell'uva fino all'imbottigliamento del vino. Tale esperienza, per quanto senza l'ausilio dei visori VR, è fruibile anche online. In questo contesto è fondamentale specificare che la trasformazione digitale ha una duplice funzione: da una parte, in periodi storici particolari, come l'attuale pandemia, l'esperienza virtuale si è andata a sostituire all'esperienza reale, dall'altra le singole innovazioni tecnologiche (realtà virtuale aumentata, schermi *multitouch*, video a 360 gradi) possono essere utilizzate per implementare e arricchire l'esperienza reale. La multicanalità dell'approccio adottato consente di allineare la presenza onsite a quella online secondo un'ottica inclusiva

che tenga perciò conto di tutte le potenzialità e allo stesso tempo le debolezze dell'esperienza che si viene a creare. Nella Bodega Ramon, quindi, si può venire a conoscenza dell'intero processo di vinificazione, che può impiegare fino a 12 mesi, esperienza che non sarebbe quindi possibile realizzare con una singola visita alla cantina di poche ore. Questi nuovi modelli tecnologici e digitali applicati ai contesti territoriali possono costituire un efficace strumento per creare o consolidare reti di portatori di interessi locali e offrire perciò opportunità di inclusione in *network* nazionali e internazionali (Lotito, 2018). La Bodega Ramon costituisce quindi una buona pratica sia dal punto di vista dello sviluppo in quanto divenuta parte di un più ampio *network* di marchi della filiera vitivinicola spagnola, sia per la creazione di valore del territorio dei Paesi Baschi utilizzando le nuove tecnologie attraverso il patrimonio culturale. Il digitale è qui inteso, pertanto, come un mezzo che permette al viaggiatore di scoprire la destinazione, fargli godere l'esperienza in modo differente e motivarlo nella futura scelta di recarsi in quella realtà.

Analizzando invece una realtà museale, rappresenta un caso emblematico il Natural History Museum di Londra che aveva già ampiamente iniziato la trasformazione digitale⁴ dell'offerta online molto prima della pandemia. Il programma di digitalizzazione, identificato come buona pratica da due premi internazionali⁵, non si è limitato alla sola fruizione digitale della imponente collezione, ma attraverso l'App Google Arts & Culture[©] ha elaborato uno strumento per offrire ai visitatori una esperienza turistica virtuale ed interattiva. Attraverso lo strumento "*street view* al coperto", i visitatori possono camminare virtualmente attraverso le sale e le gallerie più famose del museo e visitare 11 mostre virtuali e oltre 300.000 esemplari digitali, tra cui il primo fossile di *T. rex* mai ritrovato. Inoltre, una sequenza temporale interattiva, sempre con tecnologia VR accessibile da qualsiasi dispositivo, narra un viaggio nel tempo che riunisce oltre 80 milioni di esemplari che vanno dall'inizio della vita sulla Terra, a dinosauri, uccelli, insetti e primi esseri umani. L'elemento di innovazione consiste nella realizzazione di una esperienza per il grande pubblico che riesce ad andare ben oltre la materialità e lo spazio fisico dell'esposizione e che è affiancata, in particolare per le scuole ovvero il target precipuo del museo, da un folto programma didattico con *online live virtual workshops* e *streamed shows* gratuiti fino a settembre 2022 e successivamente fruibili ad un costo accessibile⁶.

4. L'attività di digitalizzazione del Natural History Museum di Londra è iniziata nel 2014, con l'obiettivo, in linea con la missione di divulgazione dell'organizzazione, di rendere fruibili al grande pubblico, e non solo ad una ristretta comunità scientifica, gli 80 milioni di pezzi della collezione (Fonte: Natural History Museum).

5. Nello specifico: il "Best non for-profit project of the year" dalla "UK IT Industry award 2019" e il "World Summit Award 2019" un premio di qualità per i contenuti digitali con impatto sociale con oltre 182 paesi partecipanti (Fonte: www.nhm.ac.uk).

6. www.nhm.ac.uk.

4. Conclusioni

Quanto finora esplicitato ha evidenziato come l'offerta digitale applicata alla fruizione turistica culturale consenta la convergenza di spazi fisici e spazi virtuali creando una rete globale nel comparto della cultura e delle esperienze, anch'essa immersa nel paradigma dell'Industria 4.0. In questo modo la quarta rivoluzione industriale, nella sua funzione di scambio di informazioni e nella condivisione delle conoscenze (Lu, 2017), ha reso *smart* anche il turismo e la cultura, settori che si prestano bene alla digitalizzazione, con la creazione di proposte di valore ricche che possono mettere bene in luce il ruolo svolto dalle nuove tecnologie. Appare dunque evidente come il futuro tanto dell'*e-tourism*, quanto della fruizione culturale, sarà sempre più incentrato su tecnologie che supporteranno le organizzazioni a interagire con i propri utenti in modo dinamico (Buhalis, Law, 2008). Tali condizioni hanno peraltro stimolato nuove riflessioni in merito all'importanza del digitale quale strumento in grado di invogliare l'interesse del visitatore per promuovere un territorio e una destinazione e per diffonderne la sua conoscenza, un mezzo quindi in grado di rilanciare un settore fortemente danneggiato dai recenti accadimenti. L'obiettivo sarà quello di far assumere al digitale nella sua fruizione turistica e culturale la forma di una "nuova normalità" che sarà tuttavia raggiunta solo attraverso ingenti investimenti da parte di aziende e organizzazioni che non si sono ancora dotate degli strumenti necessari (Agostino *et al.*, 2020). Le potenzialità dell'uso del digitale nella fruizione turistica e culturale possono e devono essere oggetto di studio tanto per le possibili future applicazioni in ambito di inclusività, sostenibilità e sicurezza in accordo con le "nuove modalità di pensare il sicuro e il non-sicuro" (Porcelloni, Mazzanti, 2020, p. 633), quanto per la ricerca e la divulgazione di buone pratiche replicabili. Pertanto in Italia, come detto in precedenza, da un lato è necessario compensare il ritardo evidenziato con una accelerazione nella creazione di un'offerta adeguata ai nuovi modelli di fruitori digitali, dall'altro è essenziale offrire una riflessione su come trarre insegnamento e opportunità dalle contingenze storiche, attuali e future, che ci spingono a considerare la possibilità, per ogni individuo, turista o semplice cittadino, di far fruire in modalità più estensiva del patrimonio materiale.

Riferimenti bibliografici

- Agostino D., Arnaboldi M., Lorenzini E. (2020), "Verso un 'new normal' dei musei post Covid-19: quale ruolo per il digitale?", *Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Ass. per l'Economia della Cultura*, 1: 79-83.
- Apicerni V., Marasco A. (2019), "Dalla competitività delle città d'arte italiane alla sfida dell'innovazione smart per il turismo culturale", in Becheri E., Morvillo A., a cura di, *XXIII Rapporto sul Turismo Italiano*, Rogiosi, Napoli, pp. 341-360.

- Becheri E., Morvillo A., a cura di (2020), *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia, Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano*, Rogiosi per CNR, Napoli.
- Bozzato S. (2020), *Turismo, comunità, territori. Frontiere di sostenibilità*, Mimesis, Milano.
- Buhalis D., Law R. (2008), "Twenty years on and 10 years after the Internet: the state of Tourism research", *Tourism Management*, 29, 4: 609-623.
- Camerada M.V. (2018), "Innovazione digitale e destinazioni turistiche intelligenti. Il protocollo SMAS. Antropizzazione, turismo e innovazione tecnologica. Un approccio multiscalare per l'analisi dello sviluppo sostenibile e intelligente del territorio", *Geotema*, supplemento, 22: 104-118
- Clini P., Quattrini R. (2020), "Umanesimo Digitale e Bene Comune? Linee guida e riflessioni per una salvezza possibile", *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 11: 157-175.
- Colombo E. (2020), *Turismo mega trend. Smart destination e turismo digitale: AI, Blockchain, Cyber, IoT e 5G*, Hoepli, Milano.
- De Falco S., La Foresta D. (2017), "Il patrimonio culturale in epoca 4.0: una nuova geografia dello sviluppo turistico", *Annali del Turismo*, VI: 39-58.
- Lotito G. (2018), "I nuovi territori digitali", in *Impresa cultura. Comunità, territori, sviluppo 14° Rapporto Annuale Federculture*, Gangemi, Roma, pp. 321-326.
- Lu Y. (2017), "Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues", *Journal of Industrial Information Integration*, 6: 1-10.
- Meini M., Spinelli G. (2012), "Il territorio nella comunicazione turistica digitale", *Annali del turismo*, 1: 305-324.
- Nylén D., Holmström J. (2015), "Digital innovation strategy: A framework for diagnosing and improving digital product and service innovation", *Business Horizons*, 58, 1: 57-67.
- Pencarelli T. (2020), "The digital revolution in the travel and tourism industry", *Information Technology & Tourism*, 22: 455-476.
- Pepe D. (2020), "Patrimonio culturale 4.0, ecco le chance per i professionisti del futuro", *INAPP*, testo disponibile al sito <https://oa.inapp.org/xmlui/handle/20.500.12916/3324>.
- Porcelloni L., Mazzanti C. (2020), "Spazio sicuro e non-sicuro: un'indagine sulle nuove strategie dell'abitare nel contesto della pandemia di Covid-19", *Documenti geografici*, 1: 633-646.
- School of Management Politecnico di Milano (2019), *Turismo in Italia: il futuro è digitale. Oss. Innovazione Digitale nel Turismo*, testo disponibile al sito www.osservatori.net.
- Selva D. (2020), "Divari digitali e disuguaglianze in Italia prima e durante il Covid-19", *Culture e Studi del Sociale*, 5, 2: 463-483.
- Teti E., Sacco P. (2017), "Cultura 3.0: un nuovo paradigma di creazione del valore", *e&m (Economia e Management)*, 1, gennaio/febbraio: 79-95.