

indice

STRUTTURA DELLA RICERCA

Introduzione all'argomento

Definizione del problema e obiettivi della ricerca

Introduzione all'analisi dei casi di studio

STRUTTURA TEORICA

I termini di riferimento

Il luogo di destinazione turistica

La marca territoriale

Il turismo culturale

Il web 2.0 e il turismo 2.0

Il turismo sostenibile e competitivo

Storytelling territoriale

Le applicazioni tecnologiche

METODO

Pre-experience, in-experience, post-experience

Il sito web

Il Wi-Fi

Il sito web mobile

Le guide ai musei

CONTENUTI

Montevarchi, schedatura delle emergenze

I musei di Montevarchi

Gli itinerari

Temi per lo storytelling

CONCLUSIONI

BIBLIOGRAFIA

Marco Polo descrive un ponte, pietra per pietra.

- Ma qual è la pietra che sostiene il ponte? – chiede Kublai Kan.

- Il ponte non è sostenuto da questa o quella pietra, risponde Marco,

- ma dalla linea dell'arco che esse formano.

Kublai Kan rimane silenzioso, riflettendo. Poi soggiunge:

- Perché mi parli delle pietre? è solo dell'arco che m'importa.

Polo risponde: - Senza pietre non c'è arco.

(da Italo Calvino, *Le città invisibili*, 1972)

STRUTTURA DELLA RICERCA

Introduzione all'argomento

Questa ricerca è nata con lo scopo di portare alla luce giacimenti di risorse culturali residenti nel Valdarno superiore, sia documentari, che patrimoniali (storiche, architettoniche, museali, e archeologiche) allo scopo di renderle fruibili mediante database relazionali, sistemi informatici geografici (GIS) e sistemi informativi geografici pubblicati su web (WebGIS). Durante questi anni, l'interesse si è spostato sulla valutazione e la consistenza di questi beni culturali e sulla possibilità di renderli fruibili, attraverso il turismo culturale. Ma vivendo l'esperienza di un territorio e le continue scoperte che questo può offrire mi è venuta spontanea la voglia di trasformare una ricerca nel racconto di storie anche lontane ma emozionanti. Perché questo racconto diventasse diffuso e fruibile era necessario realizzare un progetto di marketing territoriale al quale si associasse l'uso di applicazioni tecnologiche.

E' essenziale premettere che il territorio ideale che questa ricerca copre è il Valdarno superiore, media valle dell'Arno, limitata dalle due catene montuose del Pratomagno e dei monti del Chianti, posta tra Arezzo e Firenze e, ahimè, divisa amministrativamente tra queste due province. Sarebbe naturale realizzare una ricerca su un territorio sostanzialmente omogeneo perché è il 'museo diffuso' presente in questo territorio che vogliamo valorizzare, in primis perché determinerebbe la crescita della consapevolezza dei suoi abitanti, e poi perché vorremmo che una struttura più solida circa l'accoglienza e la ricettività turistica portasse nuovi numeri nel bilancio di questo territorio. Non sarebbe banale approfondire quel tema lanciato nel recente passato sul comune unico del Valdarno che questo momento storico rende molto attuale e cogente. Per rendere concreta la ricerca ho scelto di applicare lo studio a una sola

realità urbana senza perdere di vista le strutture della intera vallata. Per questo mi sono concentrato sul centro storico di Montevarchi che ha strutture culturali e, in particolare museali più strutturate rispetto agli altri centri del Valdarno.

Definizione del problema e obiettivi della ricerca

Il problema che si pone questo studio è quello di creare ‘rilevanza e reputazione’ – tema scaturito dal recente convegno *Buy Tourism on Line* tenutosi a Firenze - ad un territorio che essendo inserito in una regione come la Toscana, possiede un paesaggio sostanzialmente integro, centri storici che sono casi di studio, elementi monumentali di pregio, qualche museo, ma allo stesso tempo possiede una scarsa tradizione alberghiera e praticamente ha scarsa rilevanza come entità turistica. Qui la ricettività è sempre stata pensata in modo autoreferenziale, e i pochi alberghi servivano per accogliere i consulenti di Prada (è in Valdarno il cuore pulsante dell'azienda) o i turisti di passaggio su Firenze che magari usavano gli agriturismi locali per risparmiare, forse lanciando qualche occhiata alle attrattive del luogo. Esiste un ‘Sistema Museale Valdarnese’ che faticosamente fa proposte unitarie, come l'itinerario robbiano o il ‘Seicento in Valdarno’ ma non ha una strategia di marketing territoriale che integri le varie offerte culturali, in quanto, e lo dico come consigliere dell’Accademia Valdarnese del Poggio delegato a partecipare al consiglio del Sistema, ognuno è campanilista o geloso delle proprie prerogative. Fino ad ora non c’è stata propensione a lavorare con una strategia complessiva ma, grazie ad una serie di azioni, pubbliche e private, pensate per rivitalizzare i centri storici, nella pianificazione e nella qualità urbana, e la creazione di nuovi musei, hanno posto l’aspettativa negli attori locali di poter vedere nel turismo culturale un nuovo filone economico. Dall’inizio di questo percorso di dottorato ho

avuto modo di partecipare a molte politiche e progetti pubblici nei vari comuni del Valdarno come progettista incaricato sia come consigliere dell'Accademia del Poggio responsabile del Centro Studi e Documentazione del Valdarno che come dottorando. Molti di questi progetti sono stati promossi direttamente da me cercando di coinvolgere più comuni possibile in modo da allargare la base critica e determinare un risultato territorialmente omogeneo. Sono stati progetti legati alla sostenibilità come la mobilità o le acque pubbliche mediante percorsi di partecipazione, oppure progetti nel campo dei beni culturali attraverso i quali si sono creati i presupposti per dare vita a questa ricerca. Ho infatti potuto progettare tre musei, dei quali uno è concluso, il Cassero per la Scultura Italiana dell'Ottocento e del Novecento', un altro è in corso di allestimento, cioè l'Accademia Valdarnese del Poggio, scrigno all'interno del quale stanno il Museo Paleontologico, la nuova sezione archeologica, la Biblioteca Poggiana, l'Audioteca Poggiana e gli archivi storici. Infine il Museo d'arte sacra, di proprietà ecclesiastica, nel quale sta il Tempietto Robbiano.

Come già detto, ci concentriamo su Montevarchi per sperimentare il primo tentativo di 'museo diffuso' nel centro storico di Montevarchi. Il problema è, prima di tutto, rendere visibile ai suoi abitanti un centro storico come quello di Montevarchi con qualità, senso della vita quotidiana, accoglienza e servizi in modo da offrire, a chi vorrà visitarla, la stessa qualità, senso della vita quotidiana, accoglienza e servizi.

Obiettivo della ricerca sarà quello di realizzare un sistema di marketing territoriale che metta insieme i musei allestiti, i beni culturali, gli *stakeholders* pubblici e privati, le strutture turistiche del territorio, le ricchezze enogastronomiche. Per questo abbiamo provocato l'incontro

tra amministrazione comunale e Fondazione Sistema Toscana, partecipata dalla Regione Toscana, al fine di mettere gli attori del territorio – dai funzionari pubblici ai gestori di strutture ricettive per finire ai negozianti del centro storico) in grado di essere alfabetizzati alla cultura digitale e comprendere le possibilità offerte dal web 2.0. Questo incontro culminerà nella sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra la Fondazione e il comune di Montevarchi.

Recentemente l'Osservatorio Nazionale del Turismo ha pubblicato la 'Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani' relativa al secondo semestre 2011, la quale ha mostrato che i turisti si sono sempre più rivolti al web per *raccogliere informazioni* (12,9%), *tramite i siti di alberghi, vettori ed agenzie turistiche* (9,1%), *dai portali territoriali* (4,6%) ed anche da *forum, social network e blog* (4,1%).

Per quanto riguarda la motivazione delle vacanze degli italiani in Italia del II semestre 2011, dove erano possibili più risposte, in percentuale sul totale vacanzieri possiamo capire che sono *attraenti le bellezze naturali del luogo* 29,7%, *ho i parenti/amici che mi ospitano* 24,3%, *posto ideale per riposarsi* 18,2%, *abbiamo la casa in quella località* 15,6%, *rivedere amici/parenti* 12,6%, *prezzi convenienti* 9,3%, *ricchezza del patrimonio artistico/monumentale* 7,9%, *il desiderio di vedere un posto mai visto* 6,9%, *per la vicinanza* 9,7%, *per i divertimenti che offre* 6,1%, *interessi enogastronomici* 4,3%, *per conoscere usi e costumi della popolazione locale* 1,9% e altro con percentuali più basse. Le attività svolte durante le vacanze del II semestre 2011, dove erano possibili più risposte, in percentuale sul totale vacanzieri, gli stessi hanno risposto: *ho passeggiato* 62,0, *ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali* 40,0%, *ho visitato monumenti, musei e/o mostre* 24,3%, *ho fatto shopping* 27,0%, *ho ricercato la cultura locale* 24,0%, *ho conosciuto gente del*

luogo 23,0%, ho giocato/chiacchierato con gli amici 23,0%, ho letto 20,4%, ho praticato attività sportiva (generica) 12,5%, ho assistito a spettacoli musicali 9,1%, sono andato a ballare 5,4%, ho assistito a spettacoli teatrali o cinematografici 5,7%, ho partecipato a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive 2,6%, ho assistito a spettacoli sportivi 1,7%. Questi risultati mostrano che sempre più i viaggiatori ricorrono a Internet ed ai *social media* per assumere informazioni e prendere decisioni sulla destinazione di viaggio. Dicono che le motivazioni a viaggiare e le attività svolte durante la vacanza sono complementari a quanto offre il territorio e che, ovviamente, non essendo Firenze, con la sua bellezza ma anche con il suo caos, possiamo offrire una destinazione a misura umana. Pensiamo che a duecento metri dalla piazza Varchi, centro storico di Montevarchi, si potrà accedere dalla passerella strallata all'ingresso del parco urbano dei Cappuccini e de Le Smotte e in dieci minuti di cammino salire sulla collina soprastante il centro storico stesso.

Allora, se nel 2011 la Toscana è ancora seconda, nonostante un discreto calo, tra le regioni italiane per numero di arrivi, vuol anche dire che probabilmente il turismo in arrivo in Toscana si basa troppo sulle città principali mentre la promozione regionale dovrebbe essere in grado di proporre circuiti turistici alternativi che meritino una frequentazione più lunga di un giorno. Lo scopo di questa ricerca è quello di completare e mettere a regime un sistema di accoglienza nel quale, se tutti saranno coinvolti e pensare che questo patrimonio è un bene comune del quale essere orgogliosi, potranno arrivare buoni risultati.

Il turismo che vogliamo proporre è di tipo culturale, dove la cultura non è da vedersi solo nella sua concezione umanistica ma anche in quella antropologica ed epistemologica facendo in modo che chi visita il

territorio possa cogliere la *weltanschauung* della popolazione. In questo senso è importante che gli stessi cittadini diventino attori naturali della offerta turistica attraverso il racconto di se stessi, che, usando un termine del marketing, viene definito storytelling.

L'obiettivo della ricerca è quello di creare, partendo da un ambito cittadino per arrivare ad un'intera vallata, un sistema turistico culturale in grado di accogliere visitatori mediante un approccio web 2.0 e turismo 2.0 che spieghiamo più avanti.

Introduzione all'analisi dei casi studio

I casi di studio saranno volti sia alla realizzazione di applicazioni che alla organizzazione della accoglienza dei visitatori in arrivo a Montevarchi. Il primo caso di studio è volto alla realizzazione di un sito internet istituzionale dedicato al turismo culturale dal quale programmare la visita. A questo si accompagna un sito simile in versione mobile, ovvero per smartphone e tablet, che servirà al turista in arrivo per orientarsi nel centro storico tra beni culturali e servizi di prima necessità collegandosi alla rete free Wi-Fi internet appositamente predisposta per evitare costosi roaming ai turisti stranieri. Il secondo caso di studio è dedicato alla realizzazione di una guida per *touchdevices* dedicata ai visitatori de 'Il Cassero per la Scultura Italiana dell'Ottocento e del Novecento'. il terzo caso di studio è volto alla realizzazione di un sistema informativo e di guida per i visitatori dell'Accademia del Poggio e del suo Museo Paleontologico, della sua Collezione Archeologica e della storica Biblioteca Poggiana. Il terzo caso è volto alla organizzazione dello storytelling dal web alla strada o nel museo con temi legati a personaggi storici come o legati ai musei come Cuvier o Brilli Peri o i viaggiatori del Grand Tour.

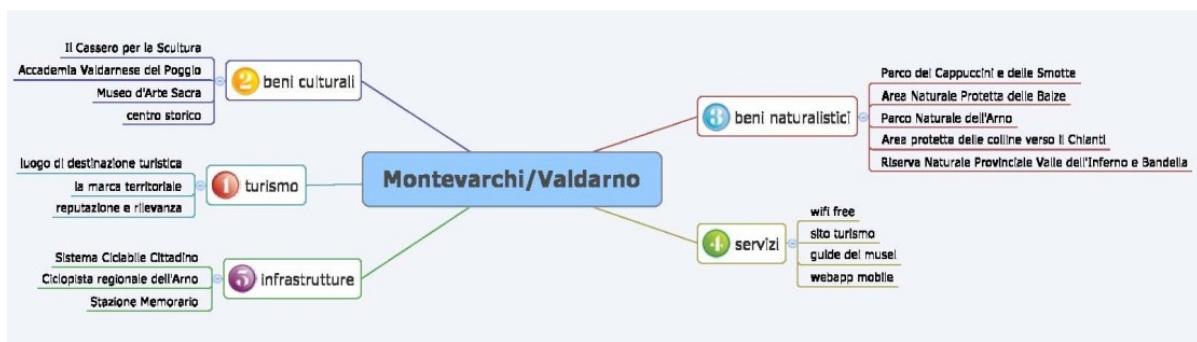
STRUTTURA TEORICA

I termini di riferimento

La ricerca viene corredata da una serie di termini di riferimento al fine di dare un glossario che non solo spieghi il contesto nel quale ci muoviamo per sviluppare la ricerca ma per dare la successione della costruzione di un percorso progettuale.

Questa ricerca assume i tratti di una strategia di marketing territoriale basata sullo sviluppo dei beni culturali. Le azioni di marketing sono parte integrante delle politiche di sviluppo dei territori, e questa ricerca ormai Se le finalità del marketing territoriale derivano dagli obiettivi di sviluppo economico perseguiti dal governo locale è ancora più vero che i processi di marketing territoriale sono indissolubilmente correlati alla realizzazione di un processo di sviluppo sostenibile dell'area geografica in questione (Caroli, 2006, 14). Infatti gli obiettivi di sviluppo economico del comune si sono orientati verso il recupero del patrimonio edilizio del centro storico, pubblico e privato, alla realizzazione del Cassero per la Scultura Italiana, al recupero del museo Paleontologico e alla realizzazione di un piccolo museo archeologico recupero del teatro Impero. E non solo, vedrà la luce, dopo trenta anni di 'dialettica' con i proprietari dei terreni il parco dei Cappuccini, dove è sorto il primo insediamento incastellato di Montevarchi e dove sta il geotopo delle 'Smotte'. Insieme agli altri comuni valdarnesi e alle autorità sovraordinate verrà firmato un 'contratto di fiume' per l'Arno e i suoi affluenti, che oltre a verificarne i dispositivi di sicurezza ne valorizzerà la fruizione, soprattutto mediante il completamento dei tratti necessari alla continuità della ciclopista regionale dell'Arno, che dal punto di vista turistico assume grande valore strategico. Tutte queste azioni hanno avuto il sostegno strategico ed economico della Regione Toscana

attraverso il programma strategico dei beni culturali, il progetto per la mobilità sostenibile Memorario, il programma PIUSS (finanziamenti europei POR-CREO), il prototipo del modello regionale ‘il Mercatale’ e la realizzazione del suo prototipo come mercato degli agricoltori a chilometro zero, la rete europea NECS TouR (*European network of regions for sustainable and competitive tourism*) che fa del turismo sostenibile il suo fondamento. Altri processi partecipati sono stati Agenda 21 e Azione 21 che si sono realizzati tramite l’associazione tra comuni ‘Valdarno 21’ e il progetto ‘Identità al Centro’ sviluppato da *Ginestra, Fabbrica della Conoscenza*, un incubatore di attività creative e di processi partecipati.



Il luogo di destinazione turistica

Per Bierman (2003, P.2) si ‘definisce una destinazione turistica una nazione, una regione, una città o un villaggio che è venduto o si vende direttamente come luogo turistico da visitare.’ Si tratta allora nel nostro caso di creare un luogo di destinazione turistica prendendo in esame le risorse del territorio.

Il prodotto ‘destinazione turistica’ (*tourist destination product - TDP*) mutuando Risitano è una ‘offerta sistemica complessa composta dalle risorse – generiche, come le infrastrutture economiche, sociali,

finanziarie e *specifiche*, come le risorse culturali (museali, patrimoniali, archeologiche) e quelle paesaggistiche e naturali – e dai servizi turistici di un territorio'. Questo territorio offre una proposta di valore, cioè l'insieme dei vantaggi proposti dal luogo di destinazione, che, nella competizione tra luoghi simili, mette a disposizione peculiarità e diversità nel confronto con le altre destinazioni.

Se allora dobbiamo capire il giusto incrocio dei valori tra sviluppo e valorizzazione di una destinazione turistica le risorse utili sono quelle specifiche (culturali, storiche, paesaggistiche e naturali), che sono riconosciute appartenenti e caratteristiche della destinazione turistica.

Quindi, ai diversi livelli di risorse specifiche, di risorse generiche e di servizi turistici appartengono diverse tipologie di destinazioni turistiche.

La situazione ideale è quella di una destinazione turistica di eccellenza dotata di risorse specifiche caratteristiche e uniche, infrastrutture necessarie e servizi turistici di qualità dove servirebbe soltanto arricchire e mettere a sistema le risorse territoriali generiche e specifiche.

Di fatto però solitamente ad aree con buone risorse specifiche ed una discreta predisposizione al turismo si affiancano carenze di risorse generiche e di strutture turistiche.

Dobbiamo però considerare che gli scenari di offerta nel campo turistico sono cambiati con l'avvento di internet che tra l'altro ha trasformato anche il campo della comunicazione.

Secondo Cantone (Cantone et al., 2006, 10) le esperienze di una destinazione turistica possono essere relazionate a differenti gruppi di offerta:

1. cultura;
2. paesaggio e natura;
3. eventi (sport, musica, intrattenimento, ecc.);

4. multimedialità creativa.

Nel nostro territorio il segmento cultura è vitale grazie ad un associazionismo attivo e alle amministrazioni pubbliche che hanno investito nella riorganizzazione del sistema museale. Dal punto di vista del paesaggio le colline sono sostanzialmente integre e con un buon grado di manutenzione in quanto diffusamente abitate e coltivate. Il paesaggio dell'Arno purtroppo dagli anni '50 ad oggi è stato quasi totalmente antropizzato/infrastrutturato e quindi il paesaggio della bonifica/canalizzazione mediceo/leopoldina dell'Arno rimane solo in alcune *enclaves*, (anche se la canalizzazione stessa è stata una operazione di infrastrutturazione/antropizzazione/denaturazione). Ma questo è, purtroppo, caso comune a tutti i territori facilmente urbanizzabili disposti vicino a infrastrutture di scala nazionale e causa di dissesto del territorio. Per fortuna, la pianificazione strategica degli anni '70/'80 ha conservato un buffer di rispetto del paesaggio limitrofo alla riva sinistra del fiume denominato 'piano 0 Arno' o 'area protetta Arno'. Di qui passa il progettato e realizzando corridoio della ciclopista regionale dell'Arno.



Vista sull'invaso della diga di Levane nella Riserva di Valle dell'Inferno e Bandella

Il sistema naturale offre alcune peculiarità come i geotopi delle Smotte e la Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella quale *stepping stone* di specie volatili rare. Gli eventi organizzati sono ovviamente divisi tra quelli ripetitivi nell'arco dell'anno (festa del perdono, mercato stagionale

dei produttori) e gli altri randomizzati (es. campionato europeo di tiro con l'arco).

Sul quarto punto, ovvero la multimedialità creativa, pensiamo che sia riduttivo pensare solamente in termini di multimedialità in quanto la creatività offerta dalle tecnologie proprie del segmento Web 2.0 richiedono la partecipazione continua di tutti gli attori coinvolti nella offerta turistica.

Infatti, la coesistenza di culturale e creativo dipende dal grado di permeazione tecnologica della nostra società. Inoltre, come definito da Santagata e altri (Santagata, 2009, 17), 'la cultura è la nostra storia, il nostro presente e il dono che lasciamo alle generazioni future. La cultura è la nostra ricchezza inesauribile...La cultura è un bene universale che siamo sempre stati abituati a considerare fosse nostra tanto che abbiamo trascurato l'importanza di svilupparla e proteggerla ... Per utilizzare alcune immagini suggestive, si segnala che la creatività può essere trovata nella nostra cultura, nel nostro territorio circostante, nella qualità della nostra vita quotidiana e dei nostri prodotti. Non è un fine in sé, ma un processo, un mezzo straordinario per produrre nuove idee. In questo senso, la creatività e la cultura sono i pilastri della qualità sociale, intesa come contesto di una libera, economicamente sviluppata, comunità equa e culturalmente vivace, con un'elevata qualità della vita. Creatività e cultura sono indissolubilmente legati. Si tratta di una combinazione di successo che può posizionare il nostro paese in un momento di transizione strategica nel processo internazionale di globalizzazione'.

Secondo Lavanga (Milano, 2005, 16), 'nonostante la proliferazione della comunicazione virtuale, lo sviluppo dei servizi di ICT e di una *placeless economy*, le città continuano a rappresentare un tipo di luogo di vitale importanza in questo periodo di elevata modernità'. Malgrado la

globalizzazione, l'avvento di Internet e la sua evoluzione Web 2.0 emerge una forte 'domanda di città' (Camagni, 1993).

Montevarchi e il Valdarno fanno parte del periurbano, ovvero sono parte delle infinite periferie che da Arezzo alla foce dell'Arno realizzano una unica città lineare. Solo un flusso più intenso di informazione può rendere visibile nello spazio virtuale globale lo spazio urbano e il territorio valdarnese che sono solo attraversati dalle infrastrutture veloci. Il lavoro di questi anni per migliorare la qualità dello spazio urbano deve essere combinato con una qualità di informazione tecnologica che aiuti a migliorare la qualità della vita. Infatti se, la funzione della città è di superare il tempo con lo spazio ed è sviluppata per rendere le comunicazioni più semplici minimizzando i limiti spaziali per superare i limiti del tempo, le ICT hanno la funzione di superare lo spazio con il tempo e sono sviluppate per rendere le comunicazioni più facili minimizzando i limiti temporali per superare i limiti di spazio (Graham e Marvin, 1996, 116). Ebbene, il compimento di questa combinazione realizza quella rivoluzione che può restituire valore ai centri storici, sconfitti, dal punto di vista economico dai grandi centri commerciali. Questo, sicuramente, è uno degli scopi principali di questa ricerca, ovvero riuscire a riconfigurare la rendita urbana dei centri storici attraverso la valorizzazione dei beni culturali.

Nell'approfondire la ricerca per sviluppare un'offerta multimediale creativa tutti gli aspetti sulla cultura, paesaggio/natura e gli eventi sono stati organizzati per diventare contenuti specifici del progetto che più avanti verranno spiegati.

La marca territoriale

Uno dei termini di riferimento da tenere presente è una delle principali risorse strategiche di una destinazione turistica, la marca territoriale. In

senso generale la marca è un nome o un simbolo o la loro combinazione che identificano un bene o un servizio rispetto a quelli dei concorrenti. La marca turistica viene definita come ‘la promessa di una memorabile esperienza di viaggio che è associata univocamente alla destinazione; tale strumento consente di consolidare e rafforzare i ricordi piacevoli dell’esperienza nella località’. Blain, Levy, Richie (Blain et al., 2005, 337) affermano che il processo di *destination branding* si struttura mediante le attività che:

1. supportano la creazione di un nome, simbolo, logo, grafiche che prontamente identificano e differenziano una destinazione;
2. trasmettono costantemente l’aspettativa di un viaggio memorabile che è unicamente associata con la destinazione;
3. servono a consolidare e rinforzare la connessione emotiva tra il visitatore e la destinazione;
4. riduce i costi di ricerca del consumatore e il rischio percepito.

Messi insieme, questi quattro aspetti servono a creare l’immagine di una destinazione che influenza positivamente la scelta del consumatore.’

La letteratura individua nella notorietà della marca della destinazione (*destination brand awareness*) il suo potere identificativo nella percezione dei turisti (Cantone, 2006, 135). In un panorama immenso di marchi turistici Montevarchi non rappresenta di per sé nessuna evocazione attrattiva. La costruzione di un *brand* legato al territorio valdarnese o più particolarmente a Montevarchi è una sfida intrapresa nel corso di questa ricerca. È esemplare il caso del sistema turistico Maremma (provincia di Grosseto) dove la semplice trasformazione della marca territoriale in Maremma Toscana ha dato risultati immediati nei contatti sul web e nelle visite al territorio. Rimane ovvio il fatto che promuovere il brand territoriale Montevarchi sia uno sforzo impari.

Infatti il nostro caso di studio sulle applicazioni tecnologiche nel centro storico di Montevarchi deve diventare esportabile a tutte le realtà locali del territorio in modo da poter creare una massa potenziale veicolabile nel mercato turistico. In effetti la vera riconoscibilità di un marchio turistico parte da un livello nazionale che attualmente non esiste. È invece attivo il marchio regionale in.toscana.it che ha ristrutturato la vecchia rete delle APT e si muove sul mercato turistico con la campagna ‘Voglio Vivere Così’.

Il turismo culturale

Come detto finora le diversità storico-culturali-naturali sono un capitale distintivo per i nostri territori. Per questo il turismo culturale si pone come un mezzo per sfruttare il capitale delle identità peculiari mediante la valorizzazione delle strutture culturali esistenti. La giusta valorizzazione deve necessariamente passare dalla interazione oggetto-fruitori. L’approccio a un luogo fa la differenza nell’essere ricordato e nell’essere ritrasmesso come esperienza positiva. Per questo il concetto di tempo e durata fanno la differenza nella visita di un museo (o nella esperienza di turismo culturale). È peculiare quanto è accaduto a Firenze con la card dei musei che al costo di 50 euro per 72 ore offre la possibilità di visitare quanti musei si vuole. La statistica mostra che, secondo Croci (Croci, 2009, 47), a tempo e durata corrispondono un concetto orizzontale contrapposto a uno verticale. Orizzontale è un intervallo di tempo misurabile e programmabile mentre verticale appartiene ad una esperienza senza tempo durante la quale un evento rimane fissato nella nostra mente. L’esperienza di turismo culturale dovrà far sentire in senso verticale la storia di un territorio mediante i suoi sapori, profumi, colori e suoni. È importante che la marca territoriale possa essere identificata con la qualità e l’eccellenza del territorio

valorizzando anche i marchi dei prodotti che contraddistinguono il marchio territoriale, conseguendo altresì un effetto di feedback che migliora il valore rispettivo dei marchi. È esemplare il caso del ‘Panbriacone’, prodotto da dessert industrializzato di alta qualità che si sta affermando a livello internazionale che utilizza come logo lo stemma con i putti robbiani del Tempietto montevarchino.

È allora essenziale sviluppare e progettare esperienze turistiche che siano considerate uniche fin dalla loro consultazione sul sito o nella promozione tradizionale.

Corna Pellegrini pone l’immaginazione come fondamento della esperienza turistica. Infatti, quando ha intenzione di progettare un viaggio, il turista pone nella propria mente le immagini di ciò che si aspetta di incontrare durante l’esperienza che l’attende. Quando invece siamo immersi nel viaggio, ciò che riveste maggiore importanza per la immaginazione relativa all’esperienza turistica, è la lettura interpretativa che si dà di ogni incontro con un paesaggio, monumento, gruppo sociale o singola persona. È quindi fondamentale, ripensando a Croci, che per attivare la verticalità nel tempo della esperienza turistica, si trasmetta un senso di novità nella vista e nell’approccio ad una meta turistica, qualunque essa sia. Se quell’incontro consente anche un godimento estetico o psicologico il risultato è accresciuto; sarà quindi ulteriormente importante se si riesce ad ottenere la comprensione profonda della realtà con la quale si è venuti a contatto arrivando alla interpretazione del contesto antropologico-paesaggistico che si è vissuto. Corna Pellegrini aggiunge che esiste ‘l’impossibilità, in qualunque viaggio, di vedere ogni cosa e di raggiungere ogni meta...bisogna partire da qualche informazione (guide, carte geografiche, racconti) e riuscire a tradurla in immagini mentali più precise, valutando gli ostacoli o le fatiche (fisiche,

pecuniarie, o altre) che si frappongono al raggiungimento dei luoghi da raggiungere. Solo da un corretto bilancio costi-benefici può discendere la scelta di rinunciare ad una meta, oppure di perseguirla a ogni costo'. Questo sogno del viaggio e le informazioni che danno immagini mentali tali da far decidere di partire per il Valdarno dovrebbero scaturire dal nostro sito. Esso dovrebbe essere popolato di racconti e di storie che fanno scattare la voglia di essere parte di un territorio, anche per breve tempo.



Affresco di scuola del Perugino nell'ex Monte Pio (1562)

Il web 2.0 e il turismo 2.0

Abbiamo tutti presente il mutamento economico e sociale creato dall'avvento di Internet a partire dal 1997. Negli ultimi anni cinque anni lo sviluppo dei *social media*, dei *blog*, e di altre piattaforme multimediali ha portato un'ulteriore 'rivoluzione' completata dalle modalità *cloud* e dai collegamenti Internet a larga banda. Web 2.0 identifica soprattutto i

cambiamenti complessivi che riguardano il modo con il quale gli utenti che utilizzano il *web* condividono, partecipano e scambiano informazioni mediante applicazioni e innovazioni del software. Le applicazioni interattive che facilitano la condivisione delle informazioni, la collaborazione e la formazione di comunità virtuali forma oggi la gran parte delle attività quotidiane dei cybernauti e può essere visto come un naturale sviluppo della idea originale di Berners-Lee di 'un *medium* collaborativo, un luogo dove tutti noi (potremmo) incontrarci e leggere e scrivere' ('Berners-Lee on the read/write web'. BBC News del 9 agosto 2005, richiamato il 6 giugno 2011).

La maggior parte delle analisi condotte finora valutano il comportamento, l'uso e gli effetti che il Travel 2.0 (la versione turistica del Web 2.0) mettendo nelle mani di un turista un importante insieme di strumenti e influenzando nell'immagine e nel business delle destinazioni, delle aziende e delle organizzazioni. Inoltre, l'adozione di tali strumenti è considerato molto importante per migliorare lo status dei siti web turistici. Questo genera la ipotesi che il ruolo degli OSN (*Online Social Networking*) nell'aumento del numero dei visitatori dei siti web di riferimento è significativo (Milano, Baggio, Piattelli, 2011, 2).

La letteratura ha individuato le tre fasi influenti nel processo di formazione della esperienza di viaggio (Milano, 2010, 47-48), altrimenti definita come 'ciclo di esperienza estesa' (Rossi, Goetz, 2011, 136): pre-esperienza o pre-experience, costruita su altri racconti di viaggio, prima di partire; esperienza o in-experience, durante il viaggio o il soggiorno, oggi condivisi in tempo reale attraverso le applicazioni mobili e la geolocalizzazione e un feedback immediato; post-esperienza o post-experience, che diffonde i commenti le valutazioni e le emozioni. È fondamentale raccogliere ed interpretare le esperienze offerte dai turisti

in modo da supportare l'offerta turistica territoriale con esperienze positive. Lo sforzo che dovrà essere compiuto dalla amministrazione comunale attraverso il suo ufficio di promozione turistica per realizzare la costruzione della reputazione e della rilevanza sul web è quello di lavorare nelle applicazioni web 2.0 mediante la costante immissione di contenuti, la partecipazione ai blog specializzati e la discussione nei social media e così condividere le esperienze su Montevarchi e il Valdarno. Per questo è importante descrivere i tipi di applicazioni principali Web 2.0 tra le cinque categorie di individuate da Constantinides e Fountain (2008, 234), qui rielaborate e aggiornate: *Blog*. Contrazione di *Weblog*: giornali online, la categoria più conosciuta e più rapida crescita delle applicazioni Web 2.0. I blog sono spesso combinati con il *podcast*, che è, audio digitale o video che possono essere visti in streaming o scaricati su touchdevices: <http://www.blogger.com/home>, <http://it.wordpress.com/>, <http://blog.libero.it/>; *Social network*. le applicazioni permettono agli utenti di creare siti web personali, accessibili ad altri utenti per lo scambio di contenuti personali e la comunicazione: <http://facebook.com>; <http://twitter.com>; <http://pinterest.com>; *Comunità e contenuti*. Siti per organizzare e condividere determinati tipi di contenuti, per esempio applicazioni per la condivisione di video: www.youtube.com, <http://vimeo.com/>, e condivisione di immagini: <http://flickr.com>, <http://zoomr.com>, <http://picasa.google.com>. *Social Bookmarking*: I siti di *social bookmarking* organizzano il loro contenuto tramite l'uso di *tag* (etichette, categorie). La popolarità di questi siti è in costante crescita, in quanto sono uno strumento facile e intuitivo per individuare, classificare, ordinare e condividere le risorse Internet attraverso la pratica dell'etichettatura e categorizzazione (*tagging*). Ulteriori risultati possono

essere ottenuti raggruppando insieme più tag: digg.com, <http://del.icio.us> e enciclopedie condivise www.wikipedia.org; *Forum*: i siti per lo scambio di idee e di informazioni di solito intorno a particolari interessi come il turismo in generale o, nello specifico, il turismo sostenibile. In questo senso si muovono siti come www.tripadvisor.it/, www.ilgiramondo.net/, www.holidaycheck.it/forum-viaggi.html; *Aggregatori di contenuti*: le applicazioni permettono agli utenti di personalizzare completamente i contenuti web che desiderano accedere. Questi siti fanno uso di una tecnica nota come *Real Simple Syndication* o *Rich Site Summary* (RSS). L’RSS è un sistema basato sul linguaggio standard XML che permette di distribuire con grande facilità i contenuti di un sito e di riaggregarli e presentarli sotto altre forme. Per fare un esempio, il nostro sito mette a disposizione un estratto dei suoi contenuti sotto forma di un flusso informativo contenente i le cose da fare in determinati momenti della giornata con i relativi *abstract* di informazioni. Se l’utente li reputerà interessanti, potrà seguire i collegamenti presenti tra le informazioni contenute nel *feed* e raggiungere il contenuto completo.

Il Web si è quindi trasformato in strumento di marketing turistico. Qualcuno ha anche posto delle regole o a suo dire, leggi sull’efficacia di Internet e del ‘marketing virale’ in particolare.

Infatti, Ralph F. Wilson, esperto di web marketing, ha dettato le sue ‘leggi’ per definire l’efficacia di una corretta comunicazione sul web:

Legge del vicolo cieco. Un sito Internet è come costruire un negozio in un vicolo cieco. un negozio posizionato in una strada senza uscita; per questo, se desideriamo che i clienti lo visitino dobbiamo dar loro motivi per venire.

Legge della fiducia. La costruzione della fiducia nel vostro sito da parte del cliente è lo sforzo più grande da compiere e il più difficile da mantenere per serietà, proposta e gestione.

Legge del dare e del vendere. La cultura del Web si basa sulla gratuità. Per attrarre persone su un sito Web si deve regalare qualcosa e poi provare a vendere i propri prodotti.

Legge del push & pull. Se il tuo sito è gradevole e attraente (pull) per i visitatori dopo si continua il rapporto con loro inviando informazioni di qualità (push).

Legge della nicchia. Grazie alle sue caratteristiche, il Web permette di raggiungere nicchie di mercato che altrimenti sarebbe troppo costoso avvicinare.

Proprio quest'ultimo aspetto è importante per la nostra ricerca, perché, se il web ha determinato la trasformazione del mercato generalizzato in una serie di mercati di nicchia, è fondamentale cercare quante particolarità offre il nostro territorio, visibili e invisibili, materiali e immateriali, e trasformarle in esperienze turistiche. Se poi quelle esperienze diventano 'WOW experience' (Rossi e Goetz, 2011, 74), come dice anche la pubblicità del dentifrici, cioè far esclamare di meraviglia il nostro turista, avremo raggiunto il nostro scopo.

Il turismo sostenibile e competitivo

È essenziale che si realizzi una 'visione strategica condivisa' tra tutti gli stakeholder del territorio e che diventi l'obiettivo prioritario nella formulazione di una strategia di marketing territoriale. Tale 'visione' necessiterà di un percorso ideale sullo sviluppo del territorio, mediante la elaborazione di un processo coerente unitario e sistemico con obiettivi di medio lungo periodo e che sia il frutto di un processo decisionale partecipato (Risitano, 2006, 10).

Con la delibera della Giunta n.763 del 7 settembre 2009 la Regione Toscana ha approvato il Progetto speciale di interesse regionale ‘Toscana Turistica Sostenibile & Competitiva’. E’ un atto con il quale la Regione Toscana intende garantire continuità alle proprie politiche per la competitività e sostenibilità dell’offerta turistica toscana.

Con lo strumento del Progetto speciale di interesse regionale, la Giunta regionale intende sperimentare forme integrate di sostegno ai protagonisti del sistema turistico toscano. Il Progetto prevede infatti la possibilità di identificare specifiche strategie e obiettivi nell’attuazione degli interventi dei vari Assi e delle linee di azione degli strumenti comunitari, compatibili e coerenti con i principi della competitività e sostenibilità del turismo della Toscana. Il Progetto speciale prevede una Linea di intervento denominata ‘Creazione della rete regionale delle Destinazioni Turistiche per la sperimentazione del Modello NECSTouR’, con la quale si intende avviare una sperimentazione che coinvolga direttamente gli Enti Locali, con particolare riferimento ai Comuni, finalizzata a creare specifici Osservatori Turistici di Destinazione che, a loro volta consentano la diffusione e applicazione delle buone pratiche e dei modelli operativi elaborati nell’ambito della Rete europea NECSTouR secondo quanto definito e auspicato dall’Agenda europea per un turismo sostenibile e competitivo.

I temi prioritari di NECSTouR sono i seguenti, ai quali sono associati gli interventi realizzati o previsti dal comune di Montevarchi:

Responsabilità Sociale e Ambientale:

- Riduzione e ottimizzazione dell'uso delle risorse naturali, attraverso la realizzazione di coperture fotovoltaiche dei fabbricati comunali non vincolati (magazzini e depositi), e il riscaldamento degli edifici comunali con una centrale a biomasse;

Riduzione e ottimizzazione dei consumi energetici:

- Riduzione dei rifiuti e migliore gestione dei rifiuti attraverso l'aumento delle percentuali di raccolta differenziata mediante la raccolta porta a porta;

Qualità della vita dei residenti:

- La qualità della vita dei residenti e dei turisti, attuata mediante l'offerta di car sharing a trazione elettrica;
- La qualità del lavoro, mediante agevolazioni nei tributi alle aziende del centro storico;

Conservazione attiva del patrimonio e delle identità

- Conservazione attiva del patrimonio culturale, realizzata attraverso la ristrutturazione dei musei, il restauro delle opere d'arte, la realizzazione di itinerari tematici;
- Conservazione attiva del patrimonio ambientale con la creazione di riserve e aree naturali protette e parchi urbani;
- Conservazione attiva delle identità delle destinazioni con la raccolta orale dagli anziani delle parole e dei mestieri;

Superare la stagionalità turistica

- Allargamento del rapporto domanda / offerta con mostre tutto l'anno e itinerari fruibili a chiamata;

Trasporti e mobilità

- Realizzazione di piste ciclabili di fondovalle, ciclopista regionale dell'Arno, scambio treno/bicicletta con possibilità di noleggio gratuito.

Come già accennato precedentemente l'amministrazione comunale di Montevarchi rientra tra i Comuni che sono titolati alla sperimentazione NECSTouR ed ha già intrapreso il lavoro per il raggiungimento dei sei obiettivi secondo gli indicatori di performance definiti.

Storytelling territoriale

Quando una visita turistica è organizzata con la presenza di guide o accompagnatori può essere sicuramente professionale ma, per diventare attraente e far immergere il turista nella realtà del periodo storico, difficilmente può prescindere dallo *storytelling*. Lo si vede soprattutto nella didattica rivolta ai bambini, per cui le personificazioni sono decisamente accattivanti e chiave di successo affinché ricordino quanto spiegato; questo però è vero anche con gli adulti, sempre incuriositi da aneddoti e particolarità che facciano percepire meglio lo *spiritus loci* e condiscano la visita di un valore più soggettivo e partecipato.

Attualmente a Montevarchi l'esperienza dello storytelling è portata avanti dagli operatori della cooperativa Itinera Certa presso il Cassero per la Scultura dove viene impersonato Gastone Brilli Peri che racconta la sua storia accompagnando i visitatori (solitamente alunni della scuola dell'obbligo) nel museo.



Il pilota montevarchino Gastone Brilli Peri

Oppure, sempre nel Cassero, che è una fortificazione medioevale, una dama medievale racconta come si viveva in un castello. In collaborazione con il Centro Polivalente La Bartolea sono state fatte esperienze con un

gruppo di donne anziane che visitano il centro storico di Montevarchi che partecipano all'iniziativa in maniera attiva raccontando aneddoti e ripercorrendo con la memoria fatti e cronache del paese, accompagnati da personale che fornisce spiegazioni sugli aspetti storici e urbanistici,. Il loro *storytelling* è confondibile con il recupero di memoria orale (tant'è che conviene sempre filmare) ed è comunque un raccontare storie reali, arricchito di emotività e partecipazione collettiva, integrazione della memoria e confronto. E' inoltre l'occasione per estrapolare aneddoti e storie che arricchiscano successivamente i percorsi e gli itinerari anche se rivolti ad altra utenza. Gli anziani quindi sono primi *storytellers* di cronache paesane.

Ma, *storytelling* potrebbe essere Arnolfo di Cambio che racconta perché e come ha progettato le *Terrae Novae* del Valdarno Superiore o il conte Guido Guerra che racconta del suo castello e dei suoi possedimenti, delle guerre e delle decisioni politiche che hanno riguardato l'attuale Montevarchi.

Oppure il canonico della Collegiata di San Lorenzo che racconta della visita del papa Leone X a Montevarchi nel 1510 e che accompagna i partecipanti (turisti, alunni, gruppi organizzati) a visitare le decorazioni murali in palazzo Mari che raffigurano i momenti dell'importante passaggio.

Una filatrice di seta o un cappellaio che racconta del suo lavoro, delle sue difficili condizioni, dei suoi sogni di bambina o giovane donna, e che intanto tocca un importante momento dell'industrializzazione di Montevarchi.

Un allevatore che racconta della transumanza, della fatica del suo lavoro, delle stagioni, dei mercati (adattabile ad ogni periodo, ma potrebbe anche ripercorrere i secoli e modificare lessico in base a questo).

Le applicazioni tecnologiche

L'uso massivo di *smartphones* e *tablets* ha modificato nuovamente i comportamenti sociali introducendo un cambiamento nelle relazioni umane anche nel rapporto con il territorio. Lo sviluppo dei *devices* mobili ha, ovviamente, profonde implicazioni anche dal punto di vista sociale: tende a cambiare le dinamiche delle relazioni umane, introducendo un nuovo modo di vivere il rapporto con il territorio. La geolocalizzazione operante sui dispositivi li trasforma in *locative media*, ossia mezzi di comunicazione funzionale associati a un luogo. Lalli e Prunesti (2011, 25) individuano due limiti nell'accesso al web, ovvero: 'il *digital divide*, relativo alla limitatezza delle risorse tecnologiche e infrastrutturali di telecomunicazione che, ancora oggi, impediscono in diverse aree geografiche di avere una fornitura di connettività a banda larga in grado di garantire lo sviluppo della società dell'informazione; il *knowledge divide*, riferibile alla scarsa alfabetizzazione digitale e all'insufficiente consapevolezza delle reali potenzialità, in termini di relazioni sociali e di opportunità di business, offerte oggi dai *web services*.' Come vedremo, questi limiti sono diventati due stimoli per la progettazione dei nostri sistemi di accesso alle informazioni.

Il *cloud computing*, basato sulla possibilità di immagazzinare dati su server in Rete, la diffusione delle piattaforme mobili e dei loro sistemi operativi, stimola la ricerca sulle possibilità di sfruttare queste tecnologie nel campo del turismo culturale. Da qui nasce il dilemma sulle tecnologie e le metodologie utilizzabili per lo sviluppo di applicazioni dedicate. Attualmente le applicazioni native trovano mercato in due sistemi operativi principali iOS (Apple) e Android (Samsung) più altri sistemi operativi mobili di minore diffusione (Blackberry e Windows phone) che costringe gli sviluppatori a realizzare applicazioni dedicate ad ogni tipo

di smartphone per estenderne la compatibilità con conseguenti ingenti investimenti per adattare le interfacce grafiche e i linguaggi di programmazione. Parallelamente le webapp sono applicazioni che solitamente non si installano sugli smartphone ma girano sui web browser interni di navigazione eliminando il problema multipiattaforma e eliminando gli aggiornamenti periodici delle *native Apps*. Le *webapp* utilizzano Internet e specificamente il *cloud computing*, basandosi principalmente su linguaggi html5 che permettono tra l'altro la geolocalizzazione.

Se Graham e Marvin (2001, 25) hanno individuato nelle città e nelle infrastrutture territoriali i luoghi fisici di incontro con i flussi elettronici che sono continuamente scambiati attraverso *smartphones* e *web* lo sviluppo successivo è stato occupato dai social media che hanno cambiato radicalmente i comportamenti sociali. Infatti con la creazione di *communities* che hanno una qualche influenza nei comportamenti e le interazioni sociali si rinnova continuamente il mercato, perché tale è, dei social media che cercano di attrarre nuovi *followers*. Come ben illustrato da Lalli e Prunesti (2011) la ulteriore novità sta nella *location based services* (Lbs), ovvero un servizio di informazione o di intrattenimento, che è accessibile con i dispositivi mobili attraverso la rete mobile e che utilizza le informazioni sulla posizione geografica del dispositivo mobile. Dal punto di vista tecnico questa funzionalità è resa possibile dai dispositivi GPS montati sugli *smartphones* che si incrociano mediante internet con i database relazionali che in *cloud computing* forniscono informazioni agli utenti. Per il turismo 2.0 tali applicazioni forniscono informazioni sulla posizione di possibili fruitori di servizi turistici e dall'altro lato di avere informazioni in tempo reale su musei o servizi. Un altro vantaggio offerto dalle interazioni geolocalizzate è il *check in* che

ogni utente può fare dal suo device mobile; in pratica si possono inserire commenti o giudizi sui luoghi visitati, sia che siano musei o negozi, ristoranti e alberghi. Tramite le applicazioni installate nello smartphone, Foursquare, Facebook luoghi o Geoloki, l'utente tramite Internet invia le proprie informazioni. Se da una parte l'utente ottiene riconoscimenti da parte della piattaforma, e nel caso del turismo questo capitale potrebbe trasformarsi in sconti o vantaggi commerciali, dall'altra chi gestisce il sistema turistico, o in maniera più diretta l'esercizio commerciale, ottiene in tempo reale statistiche e commenti. Verranno così condivise alcune informazioni quali: l'identità dell'utente che esegue il check-in on-line, il timing del check-in, il suo georeferenzamento, visibile tramite una mappa digitale interattiva, i giudizi e le informazioni relative al luogo visitato. Tradotto per i nostri scopi: sapremo a che ora il turista è entrato nel museo o alla mostra piuttosto che nel ristorante e cosa pensa di ciò che ha visto o mangiato o fruito.

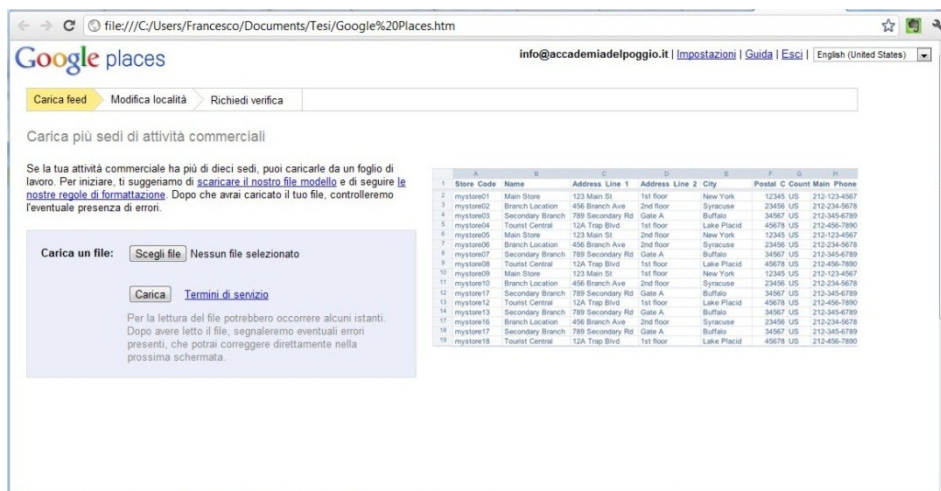
Per le guide dei musei, al fine di semplificare l'accessibilità alle informazioni, faremo ricorso all'*object hyperlinking*, che permette di associare un collegamento ipertestuale a un oggetto allestito nel museo attraverso l'utilizzo di tecnologie di *tagging*, come per esempio i codici QR. Un QR code, da *Quick Response Code*, è un tipo di codice a barre a matrice (o codice bidimensionale). In tempi recenti, il sistema è diventato popolare al di fuori del settore grazie alla sua veloce leggibilità e capacità di caratteri caricabili rispetto ai normali codici a barre. In un primo tempo avevo cercato la sperimentazione con le etichette di identificazione a radio frequenza, mutate dal mondo della logistica, ma la difficoltà di programmazione, l'investimento economico e la scarsa possibilità di applicazione mi ha fatto desistere. In termini visibili, il codice consiste di moduli colorati disposti in un quadrato su uno sfondo a

contrasto. Le informazioni codificate possono essere costituite da dati standardizzati (numerico, alfanumerico, byte/binario, ideogrammi), o da estensioni supportate di qualsiasi tipo di dati. Nel 1999 Denso Wave (che aveva sviluppato il codice), pur conservando i diritti di brevetto, ha rilasciato i codici QR sotto licenza libera. In Europa e negli Stati Uniti la diffusione popolare dei codici QR è stata lenta, ma dalla fine degli anni 2000, favorita anche dallo sviluppo del mercato degli smartphone, la tecnologia ha acquistato maggiore notorietà, Italia compresa. Sono infatti molte le applicazioni gratuite di lettura dei QR distribuite sia dall'Android Market, che da App Store o da altri siti web. Inoltre diversi siti, molti dei quali open source, offrono l'opportunità di generare i codici gratuitamente. Affinché l'attività di *object hyperlinking* possa essere attuata dal visitatore servono un oggetto fisico, l'oggetto allestito, vicino al quale è stato posizionato il tag. Quest'ultimo può essere, per esempio, un codice QR contenente un URL, ossia un link a una pagina web con contenuti ovviamente relativi all'oggetto esposto e un *touchdevice* (smartphone o tablet) dotato di fotocamera. Cosa dobbiamo fare? Fotografare il tag con il *touchdevice* che l'applicazione installata nel nostro device decodificherà e tramite il Wi-Fi interno al museo ci farà leggere un testo o ascoltare un file audio o guardare un video relativo al nostro oggetto esposto. L'*hyperlinking* potrebbe essere usato anche all'esterno ma il rischio di manomissione del tag è troppo alto.



Sperimentazione di object hyperlinking con QR codes nel 'Cassero per la Scultura'

La ricerca tecnologica ci permette di usare in ambiente esterno tipologie di applicazioni più sicure e innovative che utilizzano la ‘realtà aumentata’ (il cui acronimo è AR, da *augmented reality*). La realtà aumentata è una visione presa da un touchdevice di un ambiente reale e fisico, i cui elementi sono ‘aumentati’ da informazioni mediate dal computer che funziona da server, e possono essere supporti audio, video (anche tridimensionali), grafici o dati GPS.



Interfaccia con Google Places per il caricamento dei dati da georeferenziare

Per seguire gli itinerari cittadini saranno immessi dati in *Google places* secondo un database georeferenziato e filtrato in base ai diversi periodi storici o singolarmente attribuibile ai vari beni storici. Il passaggio successivo è la realizzazione del percorso da trasferire in formato .kmz.

L'applicazione multiplatforma di realtà aumentata che stiamo sperimentando per fornire informazioni sui luoghi del centro storico è *Layar*, scaricabile gratuitamente dai *markets* per *iPhone*, *Android* e *Symbian*, che mostra sullo schermo del *touchdevice*, sotto forma di etichette informative, informazioni geolocalizzate per il visitatore e il cittadino su beni culturali, servizi essenziali e informazioni in genere. Tecnicamente questa viene definita realtà aumentata di posizione in

quanto questa ultima è determinata dalla triangolazione fornita dal Gps posto sugli *smartphones* che fornisce, in tempo reale, informazioni georeferenziate o modelli 3D.

Palazzo Lazzerini

Palazzo Lazzerini è un esempio di Art Nouveau ed è sito in via Dante 3 a Montevarchi. Fu progettato da Giuseppe Petrini e Luigi Zumkeller, architetti della più famosa Villa Masini cui lavoravano nello stesso periodo. Il committente era Antonio Lazzerini, industriale della seta. Questa costruzione è particolare per la sua torre a rocchetto, posta a simboleggiare la filatura. Le decorazioni interne sono di Alfredo Fini. La costruzione del palazzo fu conclusa nel 1928.

Lazzerini Palace is an example of Art Nouveau and is located in Via Dante 3 in Montevarchi. It was designed by Giuseppe Petrini and Luigi Zumkeller, architects of the most famous Villa Masini, whose construction they worked in the same period. The client was Antonio Lazzerini, silk manufacturer. This construction is particular for its tower spool, posed to symbolize spinning. The interior decorations are from Alfredo Fini. The construction of the building was completed in 1928.



Esempio di scheda leggibile su touchdevice

Due altri aspetti socio-tecnologici che potrebbe essere interessante nel propagare flussi di informazioni in ambienti urbani sono il *Proximity Marketing* e i *Social Games*. Il *Proximity Marketing* o Marketing di Prossimità è una tecnica di marketing che permette la distribuzione di contenuti pubblicitari in un particolare luogo verso i *touchdevices*. Le trasmissioni, se abilitate dal possessore del dispositivo, possono essere ricevute dagli individui nell'area abilitata mediante varie tecniche di *Location-based-service* (Lbs) come la rete Wi-Fi del nostro caso di studio.

I *Social Games* sono stati pensati per combinare le tecniche di marketing con i social media. I tre concetti chiave descritti da Lalli e Prunesti (2011, 41) sulla comunicazione 2.0 che è necessario comprendere per 'attuare qualsiasi iniziativa di marketing e/o comunicazione on-line' sono: *lifestream*, *following*, *engagement*. *Lifestream* sta per immissione continua di informazione sulla propria vita, *following* sta per informazione ricevuta in tempo reale su ciò che interessa l'utente, *engagement* sta per interazione tra piattaforme ed utenti mediante i pulsanti 'condividi' o 'mi piace'. Su queste funzionalità sono state sviluppate i *Location-based-services* che usano l'interazione basata sul gioco. Molte applicazioni sono state realizzate per dare agli utenti riconoscimenti, sconti e offerte perché sono localizzati con il proprio touchdevice nei pressi di un esercizio commerciale che li attira, se lo vogliono.

L'uso che invece potrebbe essere sviluppato per gli scopi che sono focalizzati in questa ricerca sono volti al potenziamento del senso di comunità o di identità, e potrebbero essere sviluppati per la didattica con le scuole, organizzando sfide tra classi sulla storia della città. Un altro

scopo è rivolto ai turisti che cercando il riconoscimento di determinati luoghi (musei, esercizi, ecc.) può ricevere sconti o gadget.

METODO

Pre-experience, in-experience, post-experience

Il percorso parte dall'assunto di un territorio che ha beni culturali e naturalistici, tradizione storica e folkloristica, particolarità enogastronomiche, ricettività turistica di piccolo cabotaggio ma di grande attenzione al particolare e con visitatori molto importanti. La sfida di ogni territorio è vincere il confronto con gli altri territori nell'attrarre un turismo di nicchia da informare e coccolare con costanza. Il progetto non si basa su campagne pubblicitarie costose ma sull'uso di strumenti gratuiti offerti dal Web 2.0, ovvero le applicazioni *software* (app) e i *social media*, Facebook, Twitter, Foursquare, utilizzabili soprattutto con touch-devices (*smartphones* e *tablets PC*). Come già detto, questi *devices* stanno sorpassando i laptop e i notebooks. E' per questo che ci orientiamo alla interattività offerta da *touchdevices*. Premettendo che la semplicità d'uso è il criterio principale sulla scelta delle applicazioni tecnologiche per *touchdevices*. Infatti, il continuo ricambio delle offerte di *app*, sebbene multiplatforma, ovvero utilizzabili sui vari sistemi operativi dei principali *devices*, fa sì che non si riesca a non essere confusi dalla miriade di *software* disponibili. Pensando che solo il 20% degli anziani utilizza Internet, l'approccio tecnologico ai luoghi del turismo culturale è appannaggio, finora, dei soli nativi digitali e poco più. E' per questo che il sito internet istituzionale per il turismo che progettiamo avrà un tutorial sull'uso delle varie applicazioni e come queste funzioneranno nel centro storico, o saranno disposte all'interno dei musei e dei siti più importanti. Sarà la terna *pre-in-post experience* il presupposto sul quale sarà organizzato il sito. Proprio per il principio del *pre-experience* sarà utile dare tutte le informazioni utili per l'arrivo in Valdarno, come programmare il viaggio,

quali sono le infrastrutture, le risorse naturali e culturali, le attrazioni. In pratica, quanto abbiamo illustrato avanti in questo scritto. Sarà possibile scaricare, sia filmati tematici da un canale You Tube dedicato, utili per le lezioni in classe sulla evoluzione del clima, prima di visitare il museo Paleontologico. Magari scaricare file per navigatori satellitari sugli itinerari nelle riserve naturali del territorio, Balze e Bandella, sugli itinerari legati alle opere Robbiane nel Valdarno, oppure sulle aziende agricole che fanno degustazione e vendita di prodotti tipici. Potremo scaricare i percorsi dei sentieri CAI e per mountain bikes che numerosi attraversano il Valdarno e il suo affascinante paesaggio. Si potrà avere informazioni sul sito mobile e sul sistema Wi-Fi free del centro storico.

Questo sistema di informazioni disponibili sui touchdevice dovrebbe rendere possibile la realizzazione di un museo diffuso nell'intero centro storico senza soluzione di continuità e con la possibilità di selezionare tematiche diverse nel campo dei beni culturali. L'informazione continua darà senso di attenzione nei confronti dei visitatori.

All'arrivo a Montevarchi il visitatore riceverà sul proprio device un messaggio di benvenuto e la richiesta di registrazione, da completare con poche informazioni, al fine di mantenere un grado di sicurezza elevato sul sistema e i relativi clients. Una volta entrati sulla pagina di benvenuto si potrà utilizzare la *webapp* per accedere ai vari servizi offerti oppure navigare gratuitamente in rete. Giova ripetere che un sistema Wi-Fi free è un'offerta dal costo sostenibile per la città ma, di sicuro richiamo in quanto, se pensiamo solo agli stranieri che, in mancanza di, pagherebbero costi elevati di roaming, si può navigare per due ore senza alcun costo. Questa applicazione sfrutterà la geolocalizzazione al fine di mettere insieme il database relazionale con il sistema di posizionamento dello smartphone per aiutare l'utente a trovare quanto desiderato. Vi sarà la

possibilità di scegliere tra i servizi di prima necessità e i servizi di turismo culturale. Per aiutare la sostenibilità economica della applicazione sarà prevista la possibilità vendere alcuni spazi pubblicitari alle aziende del centro storico di Montevarchi.

Senza escludere il contatto umano, offerto da uffici informazioni fatti di persone in carne ed ossa, sarà possibile approfondire e scoprire mediante la geolocalizzazione e la realtà aumentata. Come già spiegato questo modo di fare turismo oggi viene definito turismo 2.0. e come viene ripetuto da tutti i guru del marketing turistico l'importante è presidiare i social media in modo da raccogliere i messaggi e trasmettere sui blog turistici sensazioni positive sui luoghi di destinazione che si vogliono veicolare. Si realizza così una ritrasmissione del messaggio a livello globale che, anche se interessa una nicchia di persone, fa sì che venga raggiunta una enorme audience di internauti. A questo tipo di azione è stata data una definizione, ovvero *viral marketing*: ci si basa sul passaparola e sulla moltiplicazione immediata e veloce di un messaggio che si propaga, appunto, come un virus alla enorme popolazione che si affaccia in rete. La definizione data da Wikipedia (it.wikipedia.org/wiki/Marketing_virale) è la seguente: 'Il marketing virale è un tipo di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere il messaggio ad un numero elevato di utenti finali. La modalità di diffusione del messaggio segue un profilo tipico che presenta un andamento esponenziale. È un'evoluzione del passaparola, ma se ne distingue per il fatto di avere un'intenzione volontaria da parte dei promotori della campagna.'

Per tradurre gli sforzi in rilevanza e reputazione è necessario essere pronti a lavorare nella post-experience per caratterizzare il territorio al fine di attrarre visitatori.

In questo senso si muove la Fondazione Sistema Toscana che, mediante il portale intoscana.it offre informazioni e sistemazioni turistiche, ed ha promosso la campagna ‘Voglio Vivere Così’. La campagna, oltre all’uso dei media tradizionali e delle applicazioni più innovative di internet. Infatti, tra l’altro, è stato creato un social media team formato da 13 *evangelist*, ovvero persone che cercano di costruire una massa critica a sostegno di una determinata tecnologia, a presidio ogni giorno di più di 40 *social media* e di centinaia di blog, ‘inondando di toscanità la rete’, ascoltando le tendenze del web, intercettando i bisogni, le aspettative e le priorità del viaggiatore che vuole venire in Toscana come ha dichiarato Mirko Lalli, responsabile marketing di FST.

Il sito web

La pianificazione del viaggio sarà possibile mediante la consultazione dei contenuti posti sul sito istituzionale dedicato al turismo. In esso troveranno posto la storia del territorio, i musei, i monumenti e gli itinerari storici, le pievi millenarie, le abbazie, le opere robbiane, il Seicento. Verranno raccontate le curiosità, le storie o come si dice oggi, lo storytelling legato ai personaggi e gli avvenimenti più interessanti del Valdarno, Guido Guerra, la transumanza, Pietro Leopoldo, i viaggiatori del *Grand Tour*, Brilli Peri. Saranno descritte le peculiarità enogastronomiche, il Mercatale e le aziende agricole, la ristorazione, le tipologie di ricettività alberghiera, gli eventi e quanto meriti essere visto o partecipato.

Saranno descritte le emergenze naturalistiche e gli itinerari ad esse legate. Per lo svago e lo sport saranno descritte le varie possibilità di scelta

insieme ad una serie di itinerari scaricabili e applicabili sui navigatori satellitari in modo da potersi spostare in sicurezza senza rischiare di perdersi, per chi da turista, percorre per la prima volta un sentiero o una pista. Il download di itinerari sarà ovviamente disponibile anche per le tematiche storiche, enogastronomiche, ricettive, ristorative, ecc.

Tutti questi contenuti, schede, percorsi georeferenziati, itinerari, ecc, sono parte integrante di questa ricerca.

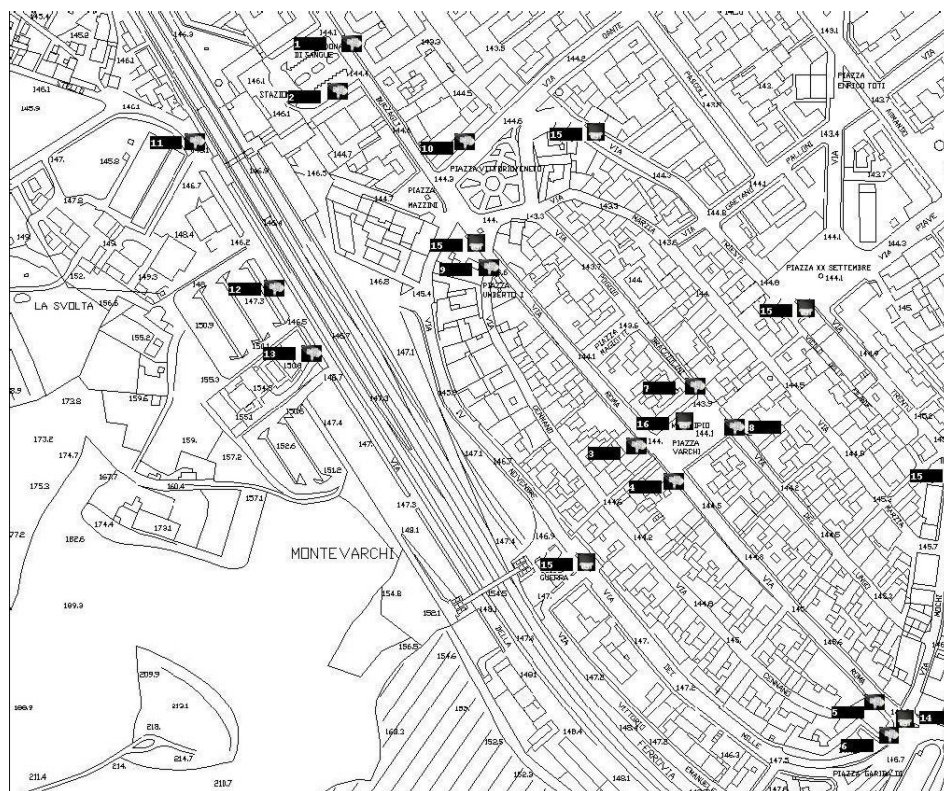
Il Wi-Fi

Spiegata in poche parole, Wi-Fi è la connettività internet sul cellulare, computer, lettore multimediale e altri dispositivi realizzata senza cavi ingombranti. Anche in movimento il Wi-Fi consente di connettersi a Internet da qualsiasi luogo. Se si è lontani da casa ci si collega in modo semplice e veloce senza preoccuparsi di trovare una connessione di rete cablata.

Le reti Wi-Fi usano le tecnologie radio chiamate 802,11 per fornire connettività veloce wireless sicura e affidabile. Una rete Wi-Fi può essere utilizzata per collegare dispositivi elettronici tra loro ad Internet. Le reti Wi-Fi operano nelle bande radio 2,4 e 5 GHz, con alcuni prodotti che usano entrambe le bande (dual band). Essi possono fornire prestazioni reali simili a quella delle reti cablate. Le nostre apparecchiature, in corso di montaggio nel centro storico di Montevarchi, lavoreranno sulla frequenza 5 GHz.

La banda larga in Wi-Fi rende possibile, mediante Internet veloce, oltre ad accedere al sito di informazione per il turismo culturale, l'accesso a servizi di e-mail, *social network*, condivisione contenuti, *file sharing*, notizie, *info-commerce*, *e-banking*, *e-commerce*, *e-government*, *e-learning*, *e-health*, *streaming* audio/video, *web radio*, *gaming*. Tutti

questi servizi aprono la possibilità di realizzare una infinità di progetti di animazione del centro storico.



Rete urbana degli hot spot Wi-Fi

Il progetto pilota di Wi-Fi per il centro storico di Montevarchi prevede di realizzare una rete che faccia collegare chiunque abbia un dispositivo in modo semplice e gratuito. Questo rappresenterà sicuramente un vantaggio per i turisti e soprattutto per quelli stranieri che, evitando un costosissimo roaming, potranno connettersi ad Internet. Il progetto prevede però che la priorità sia data al collegamento alla webapp mobile dedicata al museo diffuso del centro storico di Montevarchi. Solo successivamente si potrà deviare alla navigazione Internet tradizionale.

Gli utenti accederanno mediante un semplice riconoscimento per poi iniziare la navigazione gratuita per un'ora e mezzo trascorse le quali la

connessione si interromperà. L'installazione della rete Wi-Fi è stata semplificata dalla presenza della canalizzazione esistente che porta il cavo in fibra ottica che collega le telecamere di sorveglianza urbana. Nei vari punti necessari a mantenere il segnale costante è stata installata la rete di *hot spot* che 'illuminerà' le strade del centro storico.

Il sito web mobile

Una *webapp mobile* è un'applicazione mobile che unisce la versatilità del web con la funzionalità di *touchdevices* abilitati. Internet ha potuto girare sui cellulari dal 1996 quando la Nokia mise sul mercato il primo telefono cellulare con accesso a Internet e nel 1999, in Giappone fu lanciato il primo *browser web mobile* dedicato ai cellulari che permetteva di navigare in Internet sui siti compatibili e di usufruire di diversi servizi, tra cui: mobile banking, e-mail, oroscopo, suonerie, giochi, lettura di QR code, ecc.

Poiché le applicazioni web mobile sono basate sul web, quindi sono browser adattati ai *touchdevices*, in quanto solitamente programmati con il linguaggio HTML5, sono compatibili sia con gli iPhone e con gli *smartphone* Android, rendendo semplice fornire contenuti ad un vasto pubblico che naviga su di essi.

Dal momento che le applicazioni web mobile non devono essere elencate nella Apple AppStore o di Google Android Marketplace, è possibile distribuire la applicazione web per cellulari in maniera rapida con la semplice diffusione attraverso molteplici canali, nel nostro caso dal sito istituzionale del comune e quello specifico del turismo. tra cui un collegamento mobile (URL), testo (SMS), codici a barre (QR), social media network, email e altro ancora.

Le applicazioni Web per dispositivi mobili possono includere contenuti come il *feed* dei social media istituzionali e i contenuti del sito

istituzionale scalati in dimensione per essere visti bene sul touchdevice, quali contenuti aggiuntivi come mappe, sondaggi, eventi, ecc.

La *webapp mobile* del centro storico avrà come concetto di base una domanda: cosa vuoi fare?

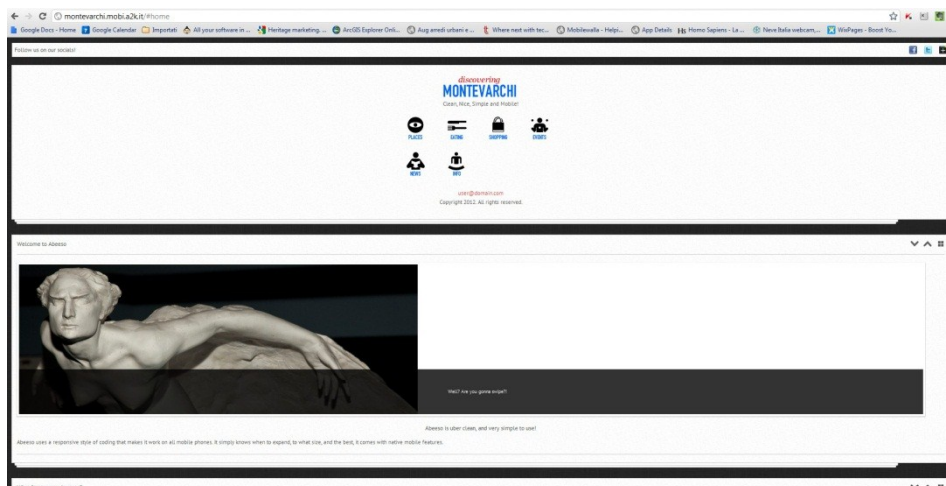
Le possibili risposte saranno:

- vedere qualcosa di interessante (monumenti, musei, itinerari culturali tematici);
- cosa c'è aperto adesso;
- mangiare e bere;
- passare una serata/eventi;
- sapere cosa succede intorno a me;
- ho bisogno di informazioni di pubblica utilità.



Pagina iniziale della webapp mobile con le icone principali, luoghi, mangiare, comprare, eventi, notizie, informazioni

La URL della webapp mobile sarà del tipo www.montevarchi.mobi.it oppure m.turismo.montevarchi.it e sarà ovviamente visitabile anche da desktop.



La web app mobile vista da desktop

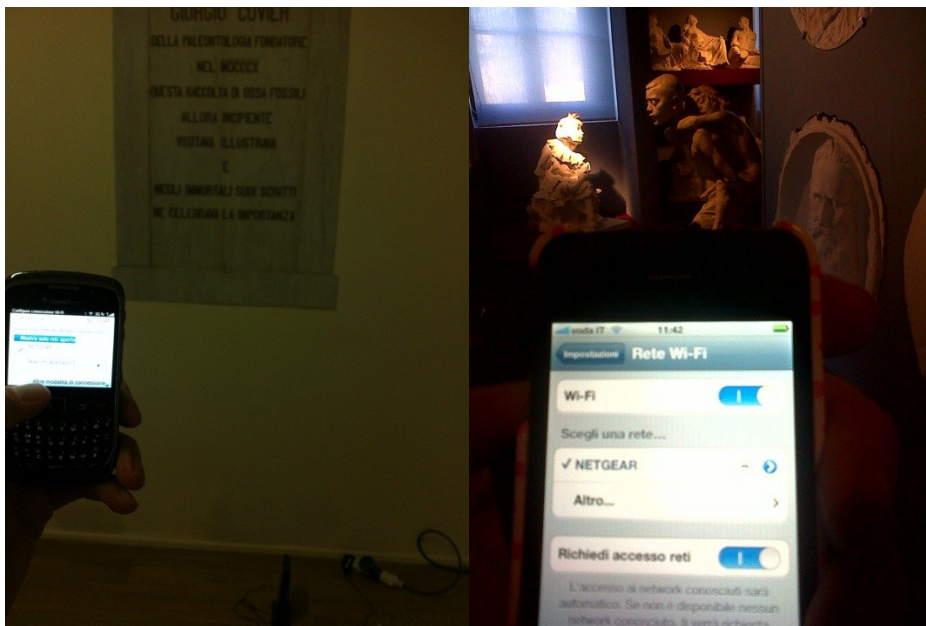
Per dare risposte alle domande del turista e del cittadino, dovranno essere presenti una serie di contenuti, definibili di lungo termine, che sono parte di questa ricerca, in quanto verranno compilate schede ad hoc per la consultazione sui touchdevices.

Le guide ai musei

La ricerca degli standard più affidabili per le guide ci ha portato ad escludere elementi di complicazione o di ampliamento del *digital divide* e *knowledge divide* di cui abbiamo fatto accenno precedentemente. Le guide ai musei si basano su standard largamente diffusi e condivisi e che escludano il ricorso ad app diverse per i sistemi operativi più diffusi. Ci siamo rivolti anche in questo caso a *webapp mobile* che facciano da interfaccia a contenuti che risiedono in un server che attraverso una rete Wi-Fi intranet che sono richiamati dagli utenti attraverso la lettura di QR codes da parte dei touchdevices.

I QR codes sono posti sugli elementi salienti degli allestimenti e in queste etichette sono codificati, in questo caso, l'URL, ovvero la sequenza di caratteri che identifica univocamente un indirizzo presente su

un server, che richiama una risorsa come ad esempio un documento, un'immagine, un video, rendendola accessibile ad un client, che ne fa richiesta attraverso l'utilizzo di un browser, nel nostro caso la *webapp mobile*.



Prova del sistema Wi-Fi nel museo paleontologico e nel Cassero per la Scultura

I costi sono estremamente ridotti, sia per l'hardware che per il software. Non abbiamo nemmeno il costo di una fornitura di banda internet perché come detto siamo su rete privata. L'hardware è risolto con degli *hotspot* da qualche centinaio di euro e un modesto PC che funzioni da server con i contenuti scritti, filmati e di immagini. Il software, ovvero la applicazione multiplatforma per la lettura dei QR codes sarà disponibile gratuitamente su internet.

CONTENUTI

Quanto segue è parte del materiale originale o adattato per questa ricerca al fine di popolare i siti Internet e le guide dei musei con contenuti sul territorio riguardanti i beni culturali e i beni naturali. In conseguenza delle varie destinazioni d'uso avanti descritte i testi avranno carattere diverso di volta in volta. Il sito web sarà gestito da una *software and graphic house* per conto del comune di Montevarchi. Avrà una interfaccia *user-friendly* e sarà diviso, concettualmente parlando, secondo il principio del *pre, in e post experience* precedentemente citato. La *pre-experience* avrà una serie di strumenti di pianificazione del viaggio nel territorio che daranno ispirazione o aiuteranno direttamente a trovare aiuto nel cercare un albergo, un ristorante, un'azienda agricola, un museo, un itinerario storico, un itinerario naturalistico o enogastronomico, un mezzo di trasporto alternativo all'auto.

Potranno essere scaricate guide tematiche sul territorio, sui musei del 'Cassero per la scultura', del museo Paleontologico e, di questi, filmati di approfondimento che potranno essere di aiuto anche per le classi che programmeranno una visita. Saranno scaricabili itinerari inseribili su navigatori.

Montevarchi, schedatura delle emergenze

Sono stati scelti più di 50 luoghi tra musei, palazzi, chiese, monumenti e opere d'arte afferenti a differenti itinerari, medioevale, rinascimentale, Settecento, Ottocento, Novecento. Come già detto la possibilità di georeferenziazione i luoghi sono molteplici, tanto per fare un esempio si possono caricare i beni culturali del centro storico descritti avanti su Google Places dove, rispettando la griglia del database fornito da Google si inseriranno le informazioni di base insieme a latitudine e longitudine.

Di seguito è presentato il database relativo ai beni culturali del centro storico filtrabili secondo la periodizzazione.



I beni culturali del centro storico di Montevarchi: in arancio i beni vincolati dalla Soprintendenza, in rosso gli altri siti di interesse

| numero | descrizione | itinerario 1 |
|--------|--|--------------|
| 1 | loggiato ottocentesco del mercato | 800 |
| 2 | monumento a Mazzini | 800 |
| 3 | sagoma della Porta Fiorentina | 700 |
| 4 | Palazzo Brilli-Peri | 700 |
| 5 | fortilizio medico e Casero per la Scultura italiana dell'Ottocento e Novecento | medio |
| 6 | Palazzo Lazzarini | 900 |
| 7 | Palazzo Bazzani Curjel | 700 |
| 8 | monumento a Umberto I | 900 |
| 9 | Monte Pio | medio |
| 10 | Palazzo Massimiliano Soldani Benzi | 700 |
| 11 | Palazzo delle "Poverine" | rina |
| 12 | case a schiera trecentesche | medio |
| 13 | Palazzo Magiotti | 700 |
| 14 | Palazzo Mari | 700 |
| 15 | ex Convento di San Ludovico Accademia del Poggio e Museo Paleontologico | rina |
| 16 | Chiesa di Sant'Andrea | rina |
| 17 | Chiesa del Redentore | 700 |
| 18 | Palazzo Carapelli | 900 |
| 19 | Chiesa di S. Antonio | rina |
| 20 | Porta del Mulino | medio |
| 21 | Magazzini dell'Abbondanza | medio |
| 22 | Monito dei Dieci di Balia | medio |
| 23 | Antichi lavatoi sul Canale Battagli | 900 |
| 24 | Fortificazione sull'antemurale | rina |
| 25 | Antemurale | rina |
| 26 | luogo dell'antica Dogana | medio |
| 27 | Ospedale di Sant'Antonio Abate | medio |
| 28 | Palazzo del Littorio | 900 |
| 29 | Crocio delle Stanze Ulivieri | 800 |
| 30 | Statua robbiana di Sant'Antonio Abate | rina |
| 31 | tratto mura medioevale con torretta | medio |
| 32 | Monumento a Garibaldi | 800 |
| 33 | Monastero di Santa Maria del Latte | rina |
| 34 | Antica chiesa di Sant'Andrea a Cennano | medio |
| 35 | Chiesa della Misericordia | 700 |
| 36 | tratto mura medioevale con torretta | medio |
| 37 | Porta del Guicciardo | medio |
| 38 | Palazzo Galdi | medio |
| 39 | tratto mura medioevale con torretta | medio |
| 40 | stemma dell'Arte della Lana | medio |
| 41 | Palazzo Comunale | 900 |
| 42 | Palazzo del Podestà | rina |
| 43 | Collegiata di San Lorenzo | 700 |
| 44 | Museo di Arte Sacra | 900 |
| 45 | Palazzo Soldani Benzi poi Palazzo Guerri | 700 |
| 46 | Palazzo Alamanni | rina |
| 47 | Palazzo Del Lungo | 800 |
| 48 | tratto mura medioevali | medio |
| 49 | Porta e Palazzo della Cancelleria | 700 |
| 50 | Fattoria Medicea | rina |
| 51 | stalle e magazzini della Fattoria Medicea | rina |
| 52 | Palazzo Mini | 700 |

Elenco di siti di interesse del centro storico di Montevarchi

I musei di Montevarchi

Accademia Valdarnese del Poggio

L'Accademia Valdarnese del Poggio nasce dall'iniziativa di un gruppo di intellettuali che nel 1805 ottenne, con Sovrano Rescritto della Reggente del Regno d'Etruria, Maria Luisa di Borbone, la possibilità di formare una istituzione a Figline con lo scopo di esaltare i pregi della 'provincia' del Valdarno.

Negli anni immediatamente successivi si andarono formando le collezioni di libri e di reperti fossili che costituiranno rispettivamente il nucleo più antico della futura Biblioteca Poggiana e del futuro Museo Paleontologico di Montevarchi.

L'azione dei fondatori, fra cui emerge la figura di Giacomo Sacchetti, fu favorita dalle autorità francesi succedute al Regno d'Etruria. Al Sodalizio, nel 1809, fu concesso l'uso dei locali del Convento dei Minori Francescani di Figline; qui fu chiamato ad ordinare la raccolta dei fossili Georges Cuvier, considerato il padre della paleontologia moderna.



George Cuvier in una stampa ottocentesca

Con la Restaurazione (1814) l'Accademia si vide spogliata della sua sede e corse il rischio di veder disperso il suo patrimonio.

L'istituzione rinacque, su iniziativa di alcuni soci, nel 1818 a Montevarchi. Nel 1821 il patrimonio dell'Accademia trovò sistemazione in alcuni ambienti dell'ex convento di San Lodovico, a seguito di un contratto enfiteutico stipulato con il comune di Montevarchi: di lì a poco

la collezione fu aperta al pubblico e poté assumere la denominazione di Museo.

Fin dal 1835 fu stampata la rivista 'Memorie Valdarnesi' che documentava l'attività del Sodalizio (interventi dei soci, campagne di scavi di fossili, incremento della biblioteca...).

Nel 1844 fu avvertita dal corpo accademico la necessità di redigere dei nuovi statuti, compito che venne affidato a Francesco Martini, fra i più attivi esponenti dell'Istituzione.

Dal 1847 al 1855 fu interrotta la pubblicazione della rivista, in conseguenza del particolare momento storico, così come in quegli anni (e precisamente fino al 1851) si perse traccia delle adunanze. Nel 1853 il Corpo Accademico si ricostituì sotto la presidenza di Alessandro Torri che, ispirandosi al puntuale rispetto del dettato statutario, portò a stampa il quarto volume delle 'Memorie Valdarnesi' e arricchì l'albo degli accademici di alcuni dei più bei nomi della cultura italiana, fra cui si ricordano quelli di Tommaseo e Manzoni.

L'attività dell'Accademia subì un rallentamento a seguito degli eventi che portarono all'Unità d'Italia: la Biblioteca riaprì, arricchita di nuovi fondi, nel 1873 e con l'aiuto del prof. Mayor di Glasgow si procedette ad una completa riclassificazione dei pezzi del Museo. Negli stessi anni si assisteva ad una sorta di 'febbre del fossile' e l'attenzione verso questo campo culminò per l'Accademia con la nomina a presidente del prof. Capellini, già direttore del Museo Paleontologico di Bologna. Con lui, personalità del mondo scientifico dell'epoca, vennero nominati soci personaggi illustri quali Giosué Carducci, Quintino Sella, Marco Minghetti (solo fra gli italiani).

La presenza nella vita locale fu garantita dalla preziosa opera di Ruggiero Berlingozzi, prima bibliotecario, poi segretario dell'Accademia. Sotto il

suo impulso, dopo un silenzio di quasi quarant'anni, furono ripubblicate nel 1893 le 'Memorie Valdarnesi' seguendo una nuova impostazione in fascicoli monografici, durata poi fino al secondo dopoguerra.

La seconda serie delle 'Memorie' coprirà gli anni 1893-1902 e una terza quelli dal 1904 al 1928, con una pausa significativa durante la grande guerra. In questi anni la presidenza fu assunta per breve tempo (fino al 1927, anno della sua morte) da Isidoro del Lungo, già Senatore del Regno. L'Istituto perse però in parte la sua capacità di comunicazione con l'esterno: l'attività si limitò a gestire la Biblioteca, anche grazie all'aiuto di volontari.

Negli anni del fascismo il Sodalizio subì il commissariamento e nel 1937 si procedette alla formulazione di un nuovo statuto rispecchiante la cultura e la sensibilità dell'epoca; fra gli anni trenta e quaranta uscirono quattro fascicoli della quarta serie delle 'Memorie'.

L'interruzione imposta dal secondo conflitto mondiale condizionò la vita dell'Accademia, che vide fortemente messo a rischio dai bombardamenti il suo patrimonio.

Negli anni successivi i nuovi dirigenti cercarono di riaprire subito al pubblico la Biblioteca e di redigere un nuovo statuto. Sotto la presidenza di Roberto Papini venne iniziato il restauro dei locali dell'Accademia, terminato sotto quella di Brunetto Bucciarelli Ducci, intervento che riportò alla luce anche lo splendido chiostro quattrocentesco.

Il nuovo corso dell'Accademia, intrapreso dal prof. Bruno Moretti, è caratterizzato da un nuovo impulso dato alle attività a partire dal 1980: il materiale del Museo è stato tutto ricatalogato; la Biblioteca, ricca di incunaboli e manoscritti, conta circa trentamila volumi e, completamente riordinata, è stata nuovamente aperta al pubblico con l'istituzione di un fondo librario 'toscano'; è in corso di formazione una emeroteca ed è

uscita la settima serie delle 'Memorie Valdarnesi', nonché i 'Quaderni monografici' che raccolgono studi e ricerche relativi al Valdarno, realizzate dal 'Centro Studi e documentazione del Valdarno Superiore' fondato nel seno dell'Accademia stessa. Inoltre aderiscono al Centro varie associazioni locali (Associazione 'Per la Valdambra', CAI Sez. Valdarno, Archeo Club Sez. Figline Valdarno, Gruppo Archeologico 'Alvaro Tracchi' di San Giovanni Valdarno, Slow Food-Condotta Colli Superiori del Valdarno), coinvolte in progetti di ricerca e monitoraggio sul territorio in linea con gli intenti del Centro stesso.

L'Accademia oggi è in contatto con più di quaranta istituzioni nazionali ed interviene in programmi di formazione e di educazione ambientale nelle scuole di ogni ordine e grado.

Museo Paleontologico

Il Museo Paleontologico di Montevarchi appartiene all'Accademia Valdarnese del Poggio. Il nucleo originario della collezione si costituì intorno al 1809 a partire da una raccolta donata dal Monaco di Vallombrosa Luigi Molinari. Poco dopo Georges Cuvier, fondatore della paleontologia moderna, studiò questi primi reperti che erano allora conservati nei locali del convento dei Minori Francescani di Figline Valdarno. È certo che Georges Cuvier abbia visitato a Figline l'Accademia Valdarnese del Poggio per esaminare i suoi fossili. Ce lo ha dimostrato Jean-Pierre Levraud nel suo saggio Cuvier e l'Accademia Valdarnese del Poggio. Lo invitò il prof. Giacomo Sacchetti, valdarnese, docente all'Università di Pisa. Cuvier stava girando l'Italia facendo ispezioni per il governo napoleonico nelle Università in qualità di Consigliere Titolare dell'Università Imperiale e Segretario Perpetuo dell'Institut. Proprio all'Università di Pisa si incontrano e il Sacchetti gli racconta dei fossili e dei problemi dell'Accademia proponendogli di

diventare membro onorario. Cuvier accetta dopo l'invito del Sacchetti, non era certo venuto per i fossili, anche perché la raccolta Mulinari era appena arrivata e non se ne conosceva l'importanza. Cinque giorni dopo la visita (27 dicembre 1809), Sacchetti conferma quanto discusso a Pisa e subito dopo da disposizione da Pisa che da Figline venga spedito a Georges Cuvier, segretario dell'Institut, il diploma di membro onorario insieme ad una lettera di accompagnamento. Il Catalogo degli accademici valdarnesi del 1811 riporta Cuvier come socio dal 1809.

Dalla ricostruzione di Levraud (2008, 71) dei diari di Cuvier dovrebbe essere passato da Figline verso il 15 gennaio 1810. Rimane un frammento dei taccuini di Cuvier che cita i fossili del Valdarno. In una scatola contrassegnata MS627 della Biblioteque du Museum d'Histoire Naturelle è contenuta una parte dell'inventario del 'Gabinetto dell'Accademia del Val d'Arno, a Figline'.

Nel 1818 la raccolta, assieme alla sede dell'Accademia e al fondo librario nel frattempo costituitosi, fu trasferita nei locali attuali di Montevarchi e fu aperta al pubblico ufficialmente nel 1829.

Nel 1859 il dott. Hugh Falconer visita e riclassifica alcuni fossili tra cui il *Rhinocerus etruscus* Falc. Nel periodo fra il 1873 e il 1880 il prof. Paolo Marchi di Firenze ed il prof. Forsyth Major di Glasgow classificarono i 732 reperti fino allora raccolti e iniziarono a compilare il relativo catalogo. Fu poi il prof. Giovanni Capellini, geologo e paleontologo, a continuare tale compilazione mentre il museo si arricchiva di nuovi pezzi. Il prof. Capellini scomparve nel 1922.

Da allora, con fasi alterne, la raccolta ha continuato ad ampliarsi con nuove scoperte in ambito locale. A partire dagli anni Ottanta Museo e Accademia hanno dato un nuovo impulso alle varie attività sia in campo storico che in campo scientifico. In questi anni il materiale è stato

inventariato (pubblicazione dei risultati nelle Memorie Valdarnesi Anno 157, Serie VII, Fascicolo VII, pag. 71-74) ed è iniziata la promozione del Museo nelle scuole del territorio. Da allora l'attività didattica è stata incessante e ha portato migliaia di visitatori a conoscere la preziosa collezione.



Isidoro del Lungo visto da Pietro Guerri nella Sala Grande dell'Accademia del Poggio

Il materiale è collocato, con una sistemazione di epoca ottocentesca, in quaranta vetrine disposte in tre gallerie. L'allestimento, dal notevole valore storico, oltre a trasmettere un particolare fascino è caratteristico di un modo di presentare il museo proprio di epoche passate; si tratta, infatti di 'un museo del museo'. Tutti i cartellini, anch'essi per lo più di epoca ottocentesca e tutti manoscritti, riportano il nome scientifico del fossile, il luogo e l'anno di ritrovamento.

Il Museo accoglie circa 1600 reperti. Fra essi si distinguono fossili vegetali, come le noci di *Juglans tephrodes* e le foglie di *Platanus*

aceroides e una ricca collezione di fossili animali, provenienti quasi esclusivamente dal Valdarno Superiore e di età compresa fra il Pliocene superiore e il Pleistocene inferiore. Tra gli esemplari più interessanti del museo ricordiamo un gigantesco scheletro di elefante quasi completo con enormi difese della lunghezza di 320 cm., *Mammuthus meridionalis*, il cranio della ‘Tigre dai denti a sciabola’, *Homotherium crenatidens*, chiamata così a causa delle dimensioni dei canini superiori, i crani di *Hystrix etrusca*, ed il cranio del *Canis etruscus*, il tipo, cioè il primo che ha dato origine ad una nuova specie.

L’ultima acquisizione consiste in resti fossili di *Elephas (P.) antiquus* rinvenuto in località Campitello, presso Bucine (Ar) nel 2001, la cui importanza risiede nel fatto che accanto ad essi sono stati trovati tre strumenti litici con ancora i resti dell’immanicatura.

Allestimento del museo paleontologico

Partendo dal chiostro quattrocentesco che affaccia su via Poggio Bracciolini, saremo accolti da alcuni elementi esposti che non possono trovare posto all’interno. Sono ritrovamenti archeologici provenienti dal territorio valdarnese, quali il sarcofago longobardo di Santa Maria in Altaserra di Montebenichi (Bucine) e gli elementi più caratteristici del guado romano sull’Arno provenienti da Montevarchi.

Entrando nella nuova sala d’ingresso saremo accolti dall’*elephas meridionalis*, simbolo del museo paleontologico, oggi restaurato e rimontato all’altezza naturale. In questa sala troverà posto la biglietteria/bookshop.

Da qui attraverso la scala si salirà al primo piano. L’abbattimento delle barriere architettoniche è assicurato dall’ascensore che si trova nel cortile, oggi coperto, adiacente alla sala di ingresso.

Arrivati al primo piano si entra nella Sala Grande dell'Accademia dove fa mostra di sé la Biblioteca Poggiana, raccolta di 20000 volumi dal XV al XX secolo. Questa sala adesso fa parte del percorso museale insieme all'altra saletta della biblioteca storica posta in fondo alla Sala Grande, nella quale verranno poste alcune opere d'arte.

Da qui si entra nel percorso museale vero e proprio che inizia con il Museo del Museo. Qui intendiamo riallestire una sala con l'aspetto del museo ottocentesco con i suoi armadi originali e alcuni dei pezzi selezionati da Cuvier nel 1809 e da Falconer nel 1857. Oltre il fondo di questa sala, distanziato da un arco, sarà posto uno specchio che raddoppierà lo spazio, creando, tramite il suo effetto, sensazioni nuove per chi conosceva il museo e la sorpresa per i nuovi visitatori.

Una volta passato l'arco citato saremo in uno spazio quadrato che, prima di farci girare a destra, per proseguire il percorso, allestirà in una vetrina un video wall composto da 4 monitor da 40 pollici, nel quale girerà un video appositamente creato sulla evoluzione del clima sia in senso globale che rapportato agli eventi succedutisi in Valdarno attraverso le tre fasi lacustri.

Dopo l'osservazione dei contenuti della prima vetrina si riprende la visita avendo di fronte una immagine che si pone come un limite al passaggio: una prospettiva scenografica con una serie di animali disegnati, l'*elephas*, la zebra, la tigre dai denti a sciabola. Si tratta di una prospettiva distorta e 'spalmata' nella lunghezza dello spazio in questione ricomposta da pannelli. E' stata concepita dagli artisti Stella Battaglia e Gianni Miglietta, che hanno realizzato negli ultimi anni, installazioni, anamorfosi e prospettive scenografiche al Museo della Scienza di Firenze e nella mostra su Galileo di Firenze.



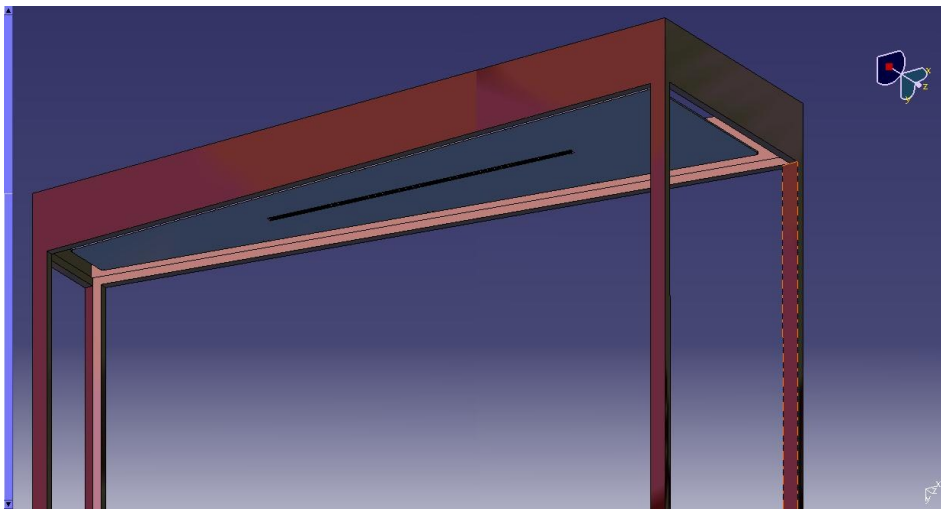
Prove di proiezione della prospettiva scenografica nel museo Paleontologico

Dietro ai pannelli della scenografia saranno 'nascoste' le vetrine della prima e seconda fase lacustre insieme alle selci della seconda fase ritrovate nell'invaso della diga Enel di Levane, all'interno della Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella. Nelle vetrine della prima e della seconda fase vi saranno tag in QR code che conterranno file video e compositi audio/immagini con approfondimenti sui periodi geologico/climatici e sui pezzi salienti.

Voltato un nuovo angolo abbiamo un'altra sala con, in primo piano, il calco di Poggio Rosso ad attenderci. Si tratta di un accumulo di molte specie sbrunate dalle iene in un periodo di forte siccità.

Da qui in poi inizia il racconto della terza fase lacustre con il ritrovamento dell'*Elephas antiquus* di Campitello nei pressi di Bucine, rinvenuto nel novembre 2001. Esso costituisce un evento di rimarcabile risonanza scientifica perché nei pressi dello scheletro dell'*Elephas*

antiquus, un'esemplare femmina di giovane età, circa 18-19 anni, vissuto nel Pleistocene medio, sono stati rinvenuti, alcuni manufatti in pietra ottimamente conservati. Le selci, immanicate con una sostanza resinosa di colore nerastro, probabilmente di betulla, costituiscono i manufatti litici più antichi mai rinvenuti al mondo, con un valore scientifico eccezionale per la conoscenza delle tecniche usate dai nostri antenati nella preparazione dei loro utensili. Il percorso prosegue con l'esposizione del calco del bisonte di Papasidero, dei fossili del periodo e altre selci ed amigdale. Anche la terza fase e gli allestimenti seguenti potranno essere coadiuvati nella comprensione dei contenuti dall'interazione QR codes-touchdevice.



Progetto per la luci delle vetrine del museo Paleontologico

La galleria termina con la vetrina 'periodica' dove ogni sei mesi viene allestito un tema approfondito sul territorio e/o sulla paleontologia. Da qui inizia il percorso nella nuova ala messa a disposizione dell'Accademia dal Comune di Montevarchi, ricollegando le parti dell'ex convento francescano soppresso dai francesi. Sulla sinistra troveremo la sala didattica del laboratorio di restauro, dove apprendere le tecniche di restauro dei reperti fossili e dei reperti archeologici. Il percorso prosegue

incontrando il corridoio trasversale che è stato rifunzionalizzato al secondo piano mediante l'inserimento di una passerella che permette il collegamento orizzontale dei locali altrimenti impediti nella loro accessibilità. Questa passerella che è stata realizzata in pultruso di vetro - prima autorizzata in Italia - un materiale leggerissimo che ha permesso l'inserimento strutturale in un ambiente storicizzato con problemi di consolidamento.

Il percorso prosegue con la sala finale del museo paleontologico, ma che fa da tramite con le collezioni archeologiche che seguono. In questa sala viene allestito il tema dell'uomo produttore, che mette in comunicazione la storia del territorio con il lavoro dell'uomo grazie alla trasformazione delle risorse naturali.

Proseguendo a sinistra troviamo, da un lato le sale del laboratorio di restauro intitolato a Otello Pasquini, il rimpianto scopritore dell'accumulo di Poggio Rosso recentemente scomparso, e dall'altro le sale che allestiscono la nuova Sezione archeologica intitolata a Alvaro Tracchi.

Alla Sezione Archeologica sono state destinate la 'Sala del Camino' e l'ambiente adiacente situati al primo piano dove troveranno una campionatura di reperti provenienti dalle ricognizioni di Alvaro Tracchi, in parte editi nel volume *Dal Chianti al Valdarno. Ricognizioni archeologiche in Etruria* (Roma, 1978) e depositati dalla Soprintendenza in Accademia fin dai primi anni '80 del Novecento e una selezione di reperti etrusco-romani provenienti dall'area viterbese segnalati dall'Accademia e concessi in deposito dalla Soprintendenza alla nuova Sezione. Proprio per l'esposizione dei reperti provenienti dalle ricognizioni di Alvaro Tracchi, la Sezione è stata dedicata alla memoria di questo noto studioso valdarnese scomparso da oltre trent'anni, nella

consapevolezza del prezioso contributo fornito per la ricostruzione storica del Valdarno.

I reperti 'viterbesi', in corso di restauro e studio, soprattutto ceramica a vernice nera e acroma e in misura minore ceramica figurata e materiale metallico, saranno esposti nei ripiani all'interno di due vetrine realizzate utilizzando le nicchie esistenti ai lati della finestra. Dalla collezione dell'Accademia verrà mostrata in questa sala una *kelebe* volterrana, recentemente restaurata.

I materiali raccolti da Alvaro Tracchi saranno allestiti nelle vetrine poste nella sala adiacente. Nella parete opposta vi è una nicchia con una vetrina con ripiani per esposizioni temporanee affiancata da un *touch screen* e pannelli esplicativi.

L'allestimento complessivo avrà un'impronta destinata alla didattica privilegiando le letture tematiche/diacroniche e quelle territoriali. Sarà a disposizione della didattica la saletta posta al piano superiore per lezioni frontali come la sala multimediale posta al piano terreno nella sala del Pozzo.

Scendendo di nuovo al piano terra il percorso termina nella 'sala del Pozzo' dove è allestito in uno spazio incassato nel pavimento coperto da vetro strutturale e, quindi autoportante, l'*elephas antiquus* di Campitello, ricostruito come è stato ritrovato *in situ*. La stessa sala grazie alla modulazione della luce può diventare una sala multimediale per la didattica sulla paleontologia e, come già detto, alla archeologia.

Al secondo piano trovano posto la nuova sala di lettura del Fondo Toscano e Moderno della Biblioteca Poggiana, le sale di conservazione dei fondi librari e archivistici, la sala di conservazione della Audioteca Poggiana ricca di 30000 vinili di musica classica, l'ufficio di Presidenza, e la sala didattica e di ascolto.

Il Cassero per la scultura italiana dell'Ottocento e del Novecento

Il Cassero è un fortilizio del periodo mediceo, modificato nell'Ottocento per l'uso a caserma, fino a quando nel 1996, la provincia di Arezzo, ente proprietario, ha concesso al comune di Montevarchi l'utilizzo come spazio espositivo per le collezioni di scultura ottocentesche e novecentesche raccolte da Alfonso Panzetta con lo scopo di dare visibilità ad un aspetto meno conosciuto del panorama artistico italiano.

I lavori sono iniziati nel 1997, con il progetto di restauro e consolidamento da parte dell'ufficio tecnico del comune di Montevarchi sotto l'alta sorveglianza della Soprintendenza di Arezzo, variando e ampliando negli anni le superfici per l'allestimento delle collezioni fino al loro termine del 2006, quando è stato allestito il primo piano ed è stata completata l'accessibilità degli ambienti.



Particolare del Brilli Peri di Pietro Guerri (1930) esposto al Cassero per la Scultura

Un nuovo incarico per la ridefinizione totale degli spazi di allestimento è stato affidato all'architetto Francesco Papa per sviluppare un progetto integrato sull'edificio che, rispettando la particolare *facies* storica dell'immobile, potesse al contempo far leggere ai visitatori la unicità dell'allestimento delle collezioni di scultura.

Questo sforzo ha caratterizzato il lavoro al piano terra dove era necessario trovare uno spazio per la biglietteria/bookshop. Questo spazio

è stato individuato nel cortile che essendo a cielo aperto doveva trovare una opportuna copertura. E' stata realizzata utilizzando vetro e acciaio per mantenere la trasparenza dell'ambiente, soprattutto nei confronti del camminamento di ronda soprastante. Dal punto di vista tecnologico sono stati utilizzati elementi per facciate continue convertendoli all'uso di copertura.

Per lo statuario, situato sempre al piano terra, era opportuno mantenere lo sguardo sulle opere esposte e ritardare per qualche istante la visione della torre. Per far questo è stata progettata una cortina in acciaio naturale traforato a tutta altezza. Le micro forature, infatti, entrando nell'ambiente non permettono la visione immediata e diretta della muratura storica, evitando la possibile interferenza. Avendo poi percorso qualche passo sarà possibile avere svelata la visione.

Una volta concluse le rifiniture edili, il completamento dell'adeguamento e della funzionalizzazione degli spazi, compresa la utilizzazione della torre al piano terra, è iniziato il lavoro di allestimento vero e proprio delle collezioni. La stretta collaborazione tra Papa e Panzetta si è orientata a creare spazi adatti al carattere degli artisti e delle loro collezioni. Ogni sala è stata concepita come un *atelier d'artiste* e quindi si distingue dalle normali esposizioni museali. L'allestimento delle collezioni è stato concepito tenendo principalmente conto della accessibilità dei diversamente abili. Il lavoro di abbattimento delle barriere previsto dalla normativa prevede di impedire tutti gli ostacoli alla deambulazione mentre questo lavoro di progettazione ha avuto in mente anche la fruizione da parte degli ipovedenti e dei non vedenti.

Questo è possibile per i primi, mediante il contrasto delle sculture, soprattutto gessi, con la tinteggiatura celeste carta zucchero molto coprente che contrasta, appunto, con i gessi, e la successione delle

mensole che realizzano un filo continuo mediante la loro coloritura in rosso cardinale scuro. Per i secondi, i non vedenti, sarà possibile toccare alcune sculture indossando guanti professionali in lana leggerissima messi a disposizione.

La scelta dei colori per le pareti ha comportato una nuova soluzione, facilmente reversibile, circa il pavimento della torre a piano terra e dei piani primo e secondo, che ha determinato l'uso di un laminato finto rovere che meglio armonizzasse l'insieme pavimento/pareti. Il pavimento del piano terra è a cemento industriale coperto con resina epossidica grigia.

Tornando all'allestimento delle sale, queste sono state pensate generalmente con mensole a varie altezze. Quando si è trattato di mostrare rilievi, soprattutto per i lavori di Timo Bortolotti, sono stati realizzati pannelli in spessore che inglobassero le serie di opere, evitando l'effetto 'quadro appeso'.

Per serie di opere più numerose o di dimensioni più evidenti, come per le sale di Michelangelo Monti o di Timo Bortolotti sono state progettate pareti scorrevoli che rendessero possibile la manutenzione. Per alcune opere, come le serie sportive o le terre crude, entrambi di Monti, sono state realizzate strutture *ad hoc*.

Per le opere di Firenze Poggi, è stata approntata una sala 'architettonica' ovvero una serie di costruzioni che tagliassero lo spazio e dessero il giusto contrasto alle forme dell'autore toscano.

Un altro aspetto della progettazione ha riguardato il disegno degli arredi per la biglietteria/bookshop, ovvero bancone ed espositori, il mobile-guardaroba dell'ingresso e le sedute delle sale.

Il Museo d'Arte Sacra e il progetto del nuovo allestimento

Il Museo d'Arte Sacra della Collegiata di Montevarchi viene costituito nel 1973, dopo anni di studi e ricerche, mettendo insieme tutte le raccolte di oreficeria, arredi sacri, codici miniati e le decorazioni in terracotta invetriata della fine del XV secolo di Andrea Della Robbia che abbellivano un Tempietto dedicato al Sacro Latte della Madonna, reliquia proveniente dalla Terrasanta attraverso le crociate, donata dal conte Guido Guerra alla chiesa di San Lorenzo e alla città..

Infatti il conte, feudatario di Montevarchi, ricevette da Carlo d'Angiò, fratello di San Luigi re di Francia, una Reliquia, venerata come 'Latte della beata Maria Vergine', come compenso per i suoi servigi, culminati nel determinante contributo offerto dai 400 cavalieri guelfi da lui comandati nella battaglia di Benevento contro il re svevo Manfredi nel 1266.

Data la grande venerazione sorse la necessità di costituire una 'Pia Congregazione' che affiancasse i religiosi. Dopo la sua fondazione nel 1270 questa Istituzione, fu rinnovata nel 1375 e gli fu attribuito il titolo di 'Compagnia del Latte', per poi assumere nel 1468 il nome di 'Fraternita', la cui sigla diventò F. T. A., riconoscibile negli stemmi della Collegiata e dei palazzi acquisiti nel centro storico che ebbe l'incarico di amministrare. A proposito del Tempietto va ricordata la memoria del Proposto Conti che attribuisce alla Fraternita molti meriti perché 'in ogni tempo ha avuto tutto l'impegno per lo decoro della medesima [Reliquia], e specialmente dopo che venne in possesso d'un altare, e d'un luogo distinto nella chiesa, che diede occasione alla fabbrica [costruzione] d'un Santuario ove fosse stabilmente custodita la Venerata ... e pensarono gli Operai di aggiungere una specie di Cappella a forma di Baldacchino, di circa sette braccia di lunghezza; la fecero ornare di bellissimi Marzacotti

da Luca della Robbia, e suoi fratelli, i quali vivevano in quei tempi, e la cinsero di Balaustri di marmo in quella forma...’.

Invece fu Andrea Della Robbia tra il 1495 e il 1500 a realizzare le terrecotte invetriate.

Dopo la realizzazione del Tempietto, posto a destra dell’ingresso della chiesa, che ormai risultava piccola, la Fraternita per la Collegiata promosse l’ampliamento e l’abbellimento della chiesa.

Nel 1637 furono iniziati i lavori di ristrutturazione della chiesa per essere interrotti nel 1648. Quando furono ripresi nel 1706, fu necessaria la demolizione del Tempietto perché - come riferisce il Proposto Dendi - ‘La cappella della S. Reliquia rimase nel suo antico piano [livello]; non potea seguirsi il pavimento in quell’ordine senza sotterrare una parte’, ‘... non ammetteva ornamenti perché fatta all’antica, e rimasta nella parte più bassa della chiesa faceva vedere non essere più quello il suo luogo; e ogni spesa vi si fosse fatta sarebbe stata gettata.’

Ormai Il tempietto robbiano mal si adattava al contesto barocco della nuova decorazione interna. La demolizione del tempietto interessò le sole parti in pietra ma le terrecotte furono murate nella nuova sacrestia. Il tabernacolo in legno con la Madonna che allatta il Bambino fu ospitato sul nuovo altar maggiore. La ‘Pianta della Chiesa Prioria poi Collegiata di Montevarchi, come stava innanzi l’Anno 1638’ dette al Soprintendente Ugo Procacci, con il *placet* del Proposto Aldo Forzoni, l’idea di ricostruire il Tempietto com’era in origine.

Nel 1973 la nuova sacrestia divenne così museo, ospitando le collezioni di arte sacra della Collegiata, e con la costruzione di una nuova sala fu rimontato il Tempietto.

Nel 2009 è stato realizzato un progetto per l’allestimento del museo d’arte sacra nella chiesa e sacrestia di San Lodovico e sant’Andrea che,

già approvato dalla Soprintendenza ai Beni Architettonici di Arezzo, attende i finanziamenti che saranno necessari anche al restauro del corpo di fabbrica.

Il fulcro del progetto di allestimento consiste nello spostamento del Museo di Arte Sacra dall'attuale collocazione nella nuova sede, utilizzando gli spazi dell'ex sacrestia, posti all'interno del complesso monumentale dell'ex Convento di Cennano, ed utilizzando l'attuale chiesa di San Lodovico e Sant'Andrea.

In tal modo si verrà a costituire un 'polo' museale di notevole interesse e di valenza territoriale, dato che i restanti ambienti dell'ex Convento di Cennano, attualmente in corso di restauro, sono destinati al Museo Paleontologico ed alla sede dell'Accademia Valdarnese del Poggio.

Il nuovo allestimento del Museo di Arte Sacra verrà effettuato raggruppando per temi omogenei le opere disponibili, in modo da creare un percorso tematico che faciliti la comprensione dell'esposizione.

L'ingresso al museo avverrà dall'attuale ingresso della Chiesa di San Lodovico a Cennano dove, alle pareti laterali attualmente spoglie, verranno posizionati due dipinti con tematica religiosa: la *Natività* di Luberto da Montevarchi e la *Madonna con bambino* di Agnolo Gaddi.

Sull'abside laterale della chiesa, sarà ricollocato il pregevole *Tempietto Robbiano* che, per importanza storico-artistica e per l'eccellente stato di conservazione, rappresenta l'elemento portante di tutta la collezione. Sul lato opposto saranno collocati altre opere robbiane: il *bassorilievo della Consegna del Sacro Latte* e lacerti di altri bassorilievi.



Rendering e inserimento fotografico del tempietto Robbiano nel nuovo allestimento

Dalla chiesa si passa alla prima sala dell'ex sacrestia che sarà destinata ad accogliere le seguenti opere relative alla storia della città di Montevarchi quali il Ritratto del Conte Guido Guerra olio su tela, di Cosimo di Camillo Segoni (1658), l'Albero genealogico della famiglia Guidi e veduta di Montevarchi di ignoto pittore fiorentino del XVII secolo, un Paliotto-Velluto cesellato in seta operato a un corpo a una trama lanciata in argento, di manifattura fiorentina del primo quarto sec. XVII, lo Stemma della Confraternita del Latte in pietra scolpita di 4) manifattura toscana del sec. XVII, una statua in terracotta invetriata di Sant'Antonio Abate di Bottega di Andrea della Robbia del 1520 ca, un bassorilievo in pietra del Martirio di San Lorenzo del 1283, il miracolo di San Cesareo di Scuola Toscana del 1666, Stemmi con Putti alati di Andrea della Robbia del 1495.

Nella sala successiva, all'interno di una vetrina a muro appositamente realizzata, saranno collocate le pregevoli Pianete, due Paliotti una Pila e alcuni candelieri.



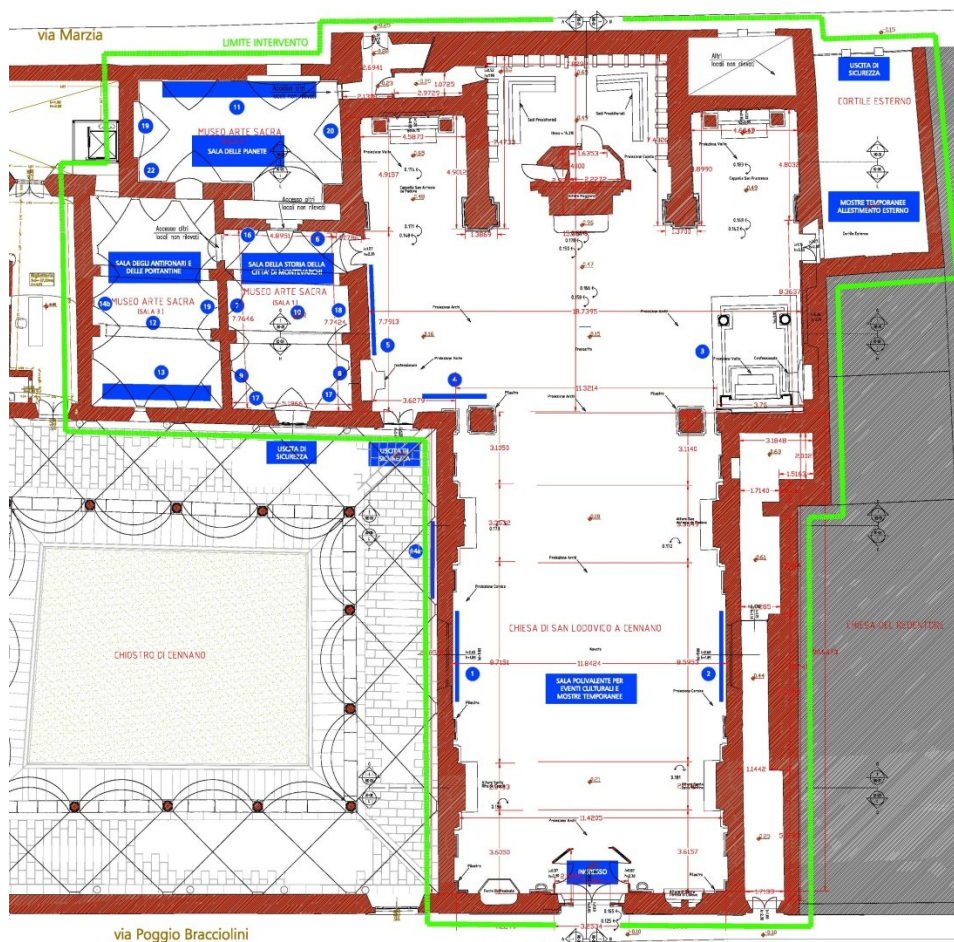
Planimetrie di progetto di allestimento del primo e secondo piano

Proseguendo nel percorso si accede alla sala degli Antifonari e delle Portantine, dove saranno esposte alcuni Antifonari del sec. XIV, la portantina delle spoglie di san Cesareo di manifattura Toscana del 1731, la portantina del Reliquiario del sacro Latte, con medaglioni dipinti di Giovan Battista Dolci della prima metà secolo XVII.

Nel Chiostro di San Lodovico, restaurato recentemente, saranno ricollocati nella posizione originaria la Sinopia e l'affresco raffiguranti *Madonna col Bambino, S. Giovanni Battista e S. Paolo*, di manifattura toscana del sec. XV.

L'allestimento al piano terra è completato con l'utilizzazione del piccolo cortile esterno destinato ad esposizioni temporanee.

Al piano primo verrà allestita una sala nella quale, all'interno di vetrine appositamente realizzate, verranno posizionate le numerose e preziose oreficerie presenti nel museo attuale. Tag con QR codes poste per temi e opere principali saranno predisposte per guidare i visitatori.



progetto di allestimento del nuovo museo d'arte sacra

Gli itinerari

Di seguito sono riportati alcuni contenuti relativi agli itinerari tematici, facenti parte del sito Internet nella sezione pre-experience, relativamente alle notizie storiche, naturalistiche, della ricettività e della enogastronomia, che per il download dei relativi file da caricare sui navigatori satellitari.

Il paragrafo 'Transumanza in Valdarno' è una ricerca i cui risultati, ovvero le modalità di insediamento del fondovalle valdarnese, sono originali e saranno le basi per un successivo approfondimento.

Transumanza in Valdarno

La transumanza, tecnicamente, è una consuetudine di pastorizia seminomade che pratica il trasferimento stagionale del bestiame, di solito ovini, utilizzando territori che si integrano per le loro caratteristiche ambientali: in estate le greggi stanno in quota nei pascoli montani ricche di copertura, e in inverno si spostano in zone con pascoli disponibili dalle temperature più miti, magari prossime alla costa,. Dal punto di vista retrospettivo la pratica della transumanza, secondo Ciuffoletti, fu una vera e propria civiltà, sia per le relazioni economiche, sociali, politiche, succedutesi, anche in Toscana, nei millenni fino al secolo scorso. Fra il 10.000 e il 6000 a.C., nel Vicino Oriente inizia l'addomesticamento delle greggi perché dal sistema dei cacciatori-raccoglitori del Paleolitico si era passati alla produzione autonoma di cibo e alle prime tecniche di allevamento del Neolitico. Dal 2500 a.C. si sviluppa la cultura di Rinaldone, che prende il nome da una zona del viterbese, grazie agli scambi culturali con popolazioni orientali che recarono i primi oggetti in metallo. La loro area di influenza si estendeva all'Arno, al Tevere e all'Appennino. Praticavano la lavorazione dei metalli, diffusi nella zona dell'Amiata e la pastorizia nomade. Grazie al crescente numero di capi di ovini allevati fu raggiunto un grado di sostentamento tale da evitare il contrasto e la razzia nei confronti degli agricoltori. In questo modo l'allevamento nomade divenuto transumante iniziò a rappresentare una cultura a se stante. Fin dalle epoche più remote di pratica della transumanza il contrasto con gli agricoltori si è sempre consumato a causa degli spazi da pascolo. La transumanza, nell'immaginario (toscano) attuale è totalmente dimenticata ed è trascurata nei programmi delle scuole primarie. Diversi studi hanno cercato, mediante le fonti storiche e le ultime fonti orali, di trattenere questa pratica plurimillenaria.

Alcuni testimoni diretti hanno pubblicato diari sulla vita nomade tra Casentino o Valdarno e Maremma. Il nostro interesse sulla transumanza è relativo all'importanza che essa ha avuto sulla storia del territorio, fin dall'epoca villanoviana, etrusca, poi l'epoca romana, l'altomedioevo, il periodo feudale, la repubblica fiorentina, il granducato mediceo e infine il lorenese.

A nostro avviso la storiografia ha disatteso l'importanza della transumanza non nella registrazione degli avvenimenti quanto nell'analisi del valore economico che la transumanza aveva sui territori interessanti, e per quanto ci riguarda, nel territorio valdarnese e per il quale i vari poteri descritti sopra si erano avvicendati nel controllo del territorio stesso. Nel *De rustica*, Varrone pone nell'allevamento del bestiame il modo di ricavare i maggiori frutti, tanto che il nome del denaro (*pecunia*) deriva da bestiame (*pecus*) (Varrone, *De Rustica*, II, I, 11). L'attenzione che poniamo nella transumanza deriva dall'interesse dei poteri avvicendatesi, a partire dal Mille fino al XX secolo, nel controllo di un cespite importantissimo, derivante dal flusso enorme di bestiame. Pensiamo che nel 1590 partirono dal Casentino 76.912 capi tra pecore e capre, circa un quarto di tutti capi presenti in Maremma. Da questo deriva che le signorie feudali laiche ed ecclesiastiche si sono adattate nel porre nuovi assetti nella costituzione delle strutture viarie e nelle strutture insediative dei territori attraversati dalla transumanza. Infatti, 'le corti e i villaggi/castelli legati al particolarismo feudale si infittivano nelle aree di valico e di spartiacque montano e collinare, in funzione del controllo militare e fiscale (ma anche della pietosa e cristiana assistenza ai pellegrini e viaggiatori, garantita specialmente dalle stesse strutture religiose e dagli ospizi fondati dal potere politico) delle molteplici vie

naturali di comunicazione, come lo sbocco delle valli e gli attraversamenti fluviali o palustri'. (Rombai, Transumanza, 76)

Il rinvenimento di un attraversamento (guado, traghetto, ?) sull'Arno nei pressi di Montevarchi, verosimilmente di epoca romana, sul quale probabilmente se ne sovrappone uno più tardo, dà valore ad un percorso antico di transumanza che le fonti accreditano nel territorio montevarchino. Sicuramente ve ne erano all'altezza di San Giovanni Valdarno e di Figline Valdarno e di Levane che si rendevano alternativi ai ponti romani di Rignano e del Romito nei pressi di Laterina. Uno studio realizzato nel 1989 in collaborazione con l'arch. Ricciarda Malaspina della viabilità di tutto il territorio del comune di Bucine mostrò un numero notevole di percorsi pecorecci (sicuramente successivi all'abrogazione della Dogana dei Paschi del 1778), tutti dotati di muri per evitare lo sconfinamento delle greggi nei seminativi con i conseguenti danneggiamenti. Sul percorso proveniente dal Ponte Romito è riconoscibile la sovrapposizione di più murature a difesa dei seminativi. Infatti, '...il pastore è colui che non riconosce i confini, le frontiere, i limiti del villaggio, dei campi, dello stato...' (F. Cazzola, Pastorizia e transumanza, Bologna 1993, p. 9)

La presenza di percorsi antichissimi con orientamento est-ovest provenienti dal Casentino-Pratomagno e diretti in Maremma ha favorito l'apparire di insediamenti collinari fin dal 1000. Una particolarità è denotata dalla presenza, allineata con l'attraversamento dell'Arno nei pressi dell'attuale Montevarchi, di cui si è parlato prima, del monastero benedettino di Sant'Angelo, ovvero San Michele Arcangelo, poi detto della Ginestra, sorto fin dal VII secolo come beneficio imperiale, testimoniato dal documento di Carlo il Calvo del 876. Tali insediamenti monastici alto medioevali tentavano la riorganizzazione del territorio,

oltre che il portare la religione cristiana alle popolazioni smarrite dalla rottura dell'equilibrio romano. In questo senso è probabile che i monaci del monastero benedettino di Montevarchi abbiano rimesso in sesto la viabilità romana di collegamento al guado sull'Arno ma abbiano anche insegnato a bonificare le terre impaludate dalle alluvioni del fiume. Questo monastero è sempre stato associato ad una viabilità nord-sud di fondo valle che ancora non esisteva in quanto funzionavano ancora i percorsi collinari di destra, la più antica consolare *Cassia Vetus*, collegante Arezzo con Fiesole, e di sinistra, la *Cassia Adrianea* che dal 123 d.C. collegava Chiusi con Firenze. Ebbene, questo monastero era proprietario di un ospedale per i viandanti (San Marco di Sietrena) posto all'incrocio tra la Adrianea e il percorso proveniente dall'Arno che passava per il suddetto monastero. Forse è proprio per questo monastero, posto in una posizione strategica, anche dal punto di vista economico per il numero di greggi che vi passava, che i marchesi Bourbon del Monte Santa Maria decisero la costruzione del castello di Montevarchi, il cui etimo ha innescato tante ricerche. Il primo documento che lo riguarda è un atto pubblico del 1076 della contessa Sofia, moglie del conte Arrigo di Pierle redatto nel castello di Monte Guarco (*actum in comitatu florentino intus in castello de Monte Guarco*). Questo guarco è stato corrotto in Varco ma uno studioso (Masini, 1960, 10) lo associava anche ad un guado da una derivazione di *vadum*. E' probabile che il toponimo fosse composto da monte, ovvero la collina, che stava sul varco, cioè il passaggio sul fiume, che è l'elemento territoriale più importante rispetto al paesaggio circostante. Un successivo documento del 1098 è un atto testamentario del nipote di Sofia che descriveva i suoi beni, ovvero la porzione del castello e corte di Montevarchi, e le parti dei castelli di Levane, Moncioni e del Tasso, ovvero aree allineate sull'asse est-ovest

che però non comprendevano il guado sull'Arno che era probabilmente posto sotto la giurisdizione del monastero benedettino e che offriva un sicuro passaggio alle greggi. Infatti, come insegnano le storie della transumanza, i pastori per evitare gabelle e dogane passavano i fiumi 'a guazzo', ovvero evitando i ponti che solitamente erano controllati ma sottoponendosi ad attese di parecchi giorni in caso di piena. È solo successivamente, quando dai castelli collinari di Figline, San Giovanni e Montevarchi le popolazioni scenderanno al piano per scambiare merci, forse proprio con i pastori transumanti, che venne allineata tra questi 'mercatali' una viabilità nord-sud di fondovalle. Sia i Bourbon quanto i conti Guidi che a loro succedettero dal 1191, provarono ad occupare il monastero di sant'Angelo, soprattutto con le sue pertinenze, vantando discendenze del vescovo di Arezzo Elemperto, in quanto il monastero era sito in quella diocesi mentre il castello di Montevarchi era in quella di Fiesole. Ci riuscirono con un diploma imperiale di Federico II del 1247, e, quando il comune di Firenze volle riscattare l'acquisto del comune di Montevarchi dal conte Guido Salvatico dei Guidi nel 1273, basandosi sul suddetto diploma federiciano, richiese anche *l'Hospitale de Genestra cum suis pertinentis*. Non va dimenticato che i Guidi erano con i Camaldolesi i possessori delle greggi più numerose del Casentino. Si può riflettere che il possesso monastico dei branchi dipenda dal fatto che i monaci abbiano accompagnato i pastori nella transumanza cercando di trasmettere il catechismo e abbiano imparato la tecnica pastorizia. Nel 1239 uno dei figli di Guido Guerra III e della buona Gualdrada lasciava ai propri eredi, tra l'altro, 4600 capi tra pecore e capre. Un tale numero di capi testimonia l'uso degli stessi per la transumanza e la volontà della stessa famiglia di controllare i territori attraversati dalle proprie greggi e da quelle degli abitanti dei propri feudi, i quali tornando a casa non

vessati da altre strutture territoriali, a parte il Monte dei Paschi di Maremma, gestito dai senesi, potevano esserlo dai Guidi per l'uso degli alpeggi estivi. Gli Ospitalieri, che erano subentrati ai Benedettini, probabilmente a causa del passaggio delle crociate, si opposero alla pretesa dei fiorentini. Ebbero risposta dal papa Martino IV che incaricò l'arciprete di Montepulciano di esaminare la questione e decidere. Egli decise che il comune di Montevarchi, in rappresentanza di Firenze, non dovesse avere alcun diritto nei confronti dell'ospedale di Sant'Angelo alla Ginestra, e tale decisione fu ratificata dal papa. Va ricordato che sul percorso diretto Arno-Ginestra-Mercatale stava in Montevarchi un ospedale detto di Sant'Antonio Abate (protettore degli animali) che era gestito dai Canonici Regolari di Sant'Antonio di Vienne.

Gli eventi successivi mutarono la giurisdizione sul percorso tant'è che la strada che dal guado portava verso l'ospedale fu deviata verso il mercatale di Montevarchi facendo passare la strada, e conseguentemente le greggi, verso la Dogana che stava come antemurale della cinta muraria di Montevarchi ed era cavallo del torrente che separa la diocesi di Fiesole da quella di Arezzo. Una volta passata la Dogana si era nello spiazzo del mercato del bestiame. A vigilare sul mercato vi era e vi è, oggi in copia, la terracotta smaltata di Sant'Antonio Abate, protettore degli animali, opera di Giovanni della Robbia.

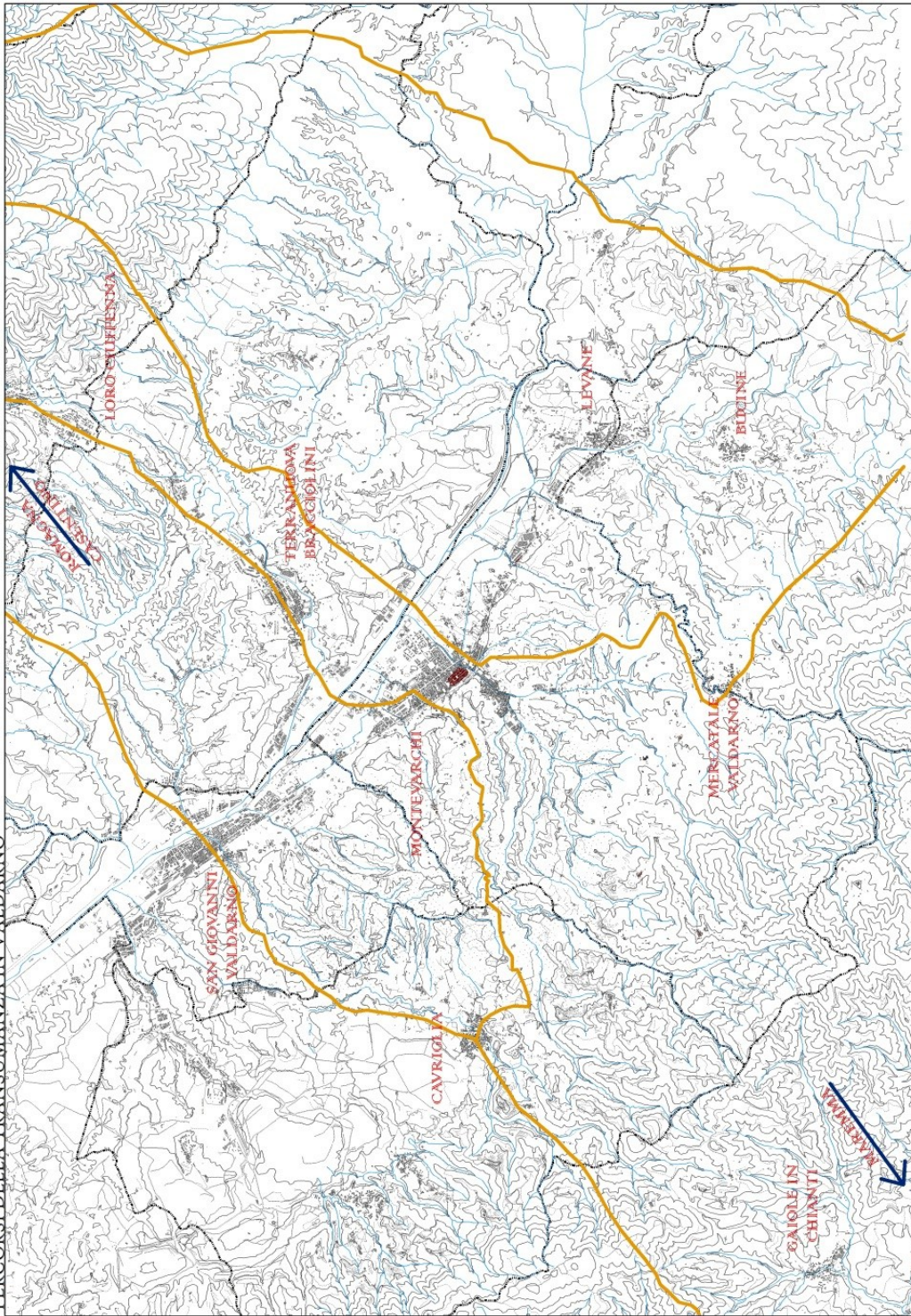
Dentro la cinta muraria, nella piazza principale, vi è un antico emblema, ormai consunto, della corporazione fiorentina più importante e potente, l'Arte della Lana. Essa si occupava del mercato interno della lana, mentre l'Arte di Calimala di quello estero. Un indizio a testimonianza del passaggio dell'Arno nel luogo recentemente scoperto è una mappa settecentesca relativa ai lavori granducali di canalizzazione del fiume che riporta le proprietà dei frontisti. Ebbene, di fronte all'attraversamento, sul

lato destro dell'Arno la mappa indica la proprietà dei terreni allo 'spedale di Bonifacio', istituzione ospedaliera fiorentina fondata nel 1369 da Bonifacio Lupi, marchese di Soragna, podestà e capitano del popolo del capoluogo fiorentino. La presenza di un distaccamento ospedaliero sulla riva dell'Arno ci spinge a pensare flussi di persone in spostamento e sostiene l'ipotesi di un guado molto usato, sicuramente anche per la transumanza.

Lo studio dei toponimi dimostra che a partire dalla Romagna toscana, attraversando il Casentino, il Pratomagno, il Valdarno, il Chianti, il Senese vi è una successione di nomi afferibili alla transumanza e allineati secondo i percorsi utilizzati.

Infine, riguardo alle testimonianze scritte sui percorsi usati e sulle dogane utilizzate abbiamo lo Statuto della Dogana del 1579, che riferisce dei passaggi obbligatori sui ponti di Rignano, ma anche delle *passeggerie* a Levane e Montevarchi. I pastori avevano obbligo di seguire degli itinerari prefissati e transitare da uno dei passi o calle 'dove più comodo gli sarà, e lasciarle contare e riscontrare dalle guardie a cavallo di detta Dogana'.

PERCORSI DELLA TRANSMUMMANZA IN VALDARNO

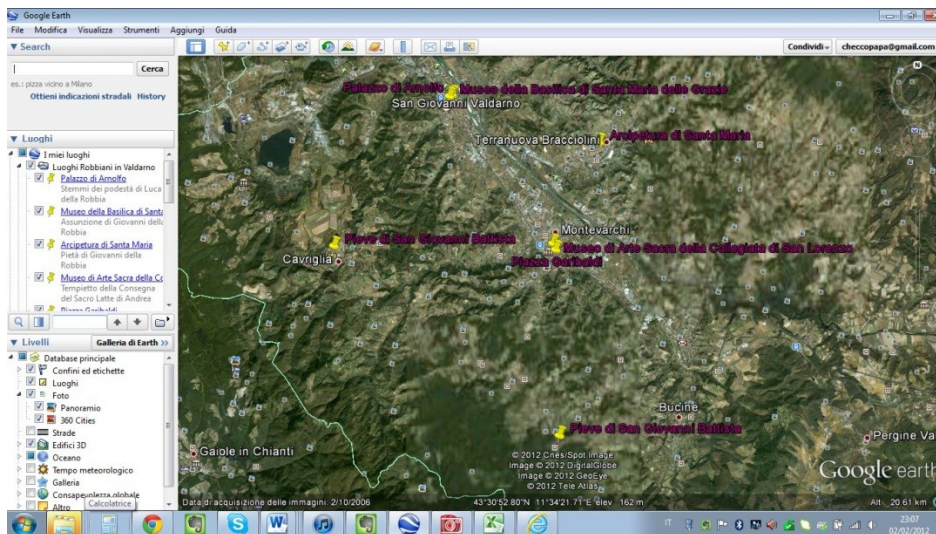


Itinerario Robbiano

A seguito della mostra di Arezzo sui Della Robbia, che sulla carta doveva valorizzare il patrimonio robbiano presente nelle vallate aretine, fu organizzato un itinerario valdarnese nelle chiese e nei musei dove si trovavano le terrecotte invetriate. Oggi riproponiamo questo tour fornendo dati scaricabili dal sito per la navigazione satellitare e le varie informazioni sui luoghi (musei e chiese) e gli orari di visita.



Terrecotte invetriate visitabili in Valdarno



Il database visualizzato su Google Maps

Ciclopista regionale dell'Arno

Il 16 dicembre 2009 a Firenze è stato firmato il protocollo d'intesa tra la Provincia di Firenze, la Regione Toscana, la Federazione Italiana Amici della Bicicletta e le Province di Arezzo, Firenze, Pisa e Prato per dare avvio alla 'Ciclopista dell'Arno', 250 chilometri che si snodano tra il Monte Falterona e il Tirreno a Marina di Pisa. Toccherà 4 province (Arezzo, Firenze, Pisa e Prato) e 48 comuni, coinvolgendo anche 2 Comunità Montane, 6 Consorzi di Bonifica, e 2 Enti parco: un territorio nel quale vivono 1 milione e 176 mila abitanti. Partendo dal Casentino, attraverserà la piana di Arezzo - dove potrà collegarsi con 'I sentieri della Bonifica' ovvero la ciclopista della val di Chiana - giungere all'oasi di Ponte a Buriano e La Penna, la riserva naturale di Bandella e Valle dell'Inferno, il Valdarno Superiore, l'area metropolitana di Firenze da Pontassieve ai Renai, il tratto delle Gonfoline, il Valdarno Empolese e Inferiore dalla confluenza della Pesa, all'Elsa, al Parco di Roffia e all'Era, ai collegamenti con il Padule di Fucecchio e di Bientina; e poi le anse dell'Arno tra Cascina e Calci e il tratto Pisa- Marina di Pisa.

Le stesse province saranno l'Ente gestore e delegato alla manutenzione e vigilanza delle piste realizzate, nonché della segnaletica e cartellonistica. I Comuni interessati, ognuno per il proprio territorio, dovranno recepire le previsioni di interventi nei propri strumenti urbanistici e rilasciare le necessarie autorizzazioni. La Fiab (Federazione italiana degli amici della bicicletta) invece si impegna a fornire il proprio contributo nelle fasi di studio di fattibilità e progettazione, nonché nella realizzazione, gestione e promozione della 'Ciclopista dell'Arno'.

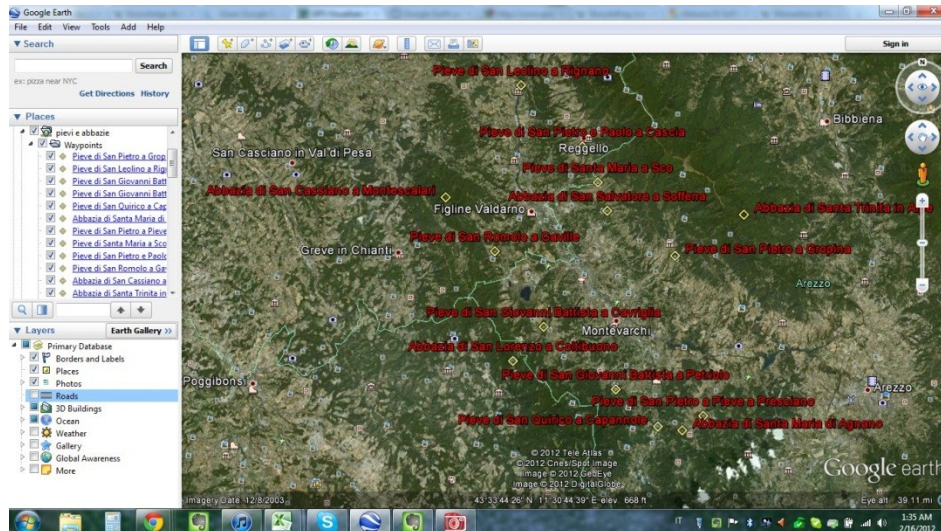


Rete ciclopedonale valdarnese

Itinerario delle Pievi

Dopo la caduta dell'impero romano, l'eredità giurisdizionale dei *municipia* fu assunta dalle diocesi che in un certo qual modo ricalcarono i confini originati dalle lucumonie etrusche. Nella fattispecie il Valdarno fu diviso tra la diocesi di Fiesole e quella di Arezzo. I territori amministrati dai vescovi furono sottopartiti in plebati. Le *Rationes Decimarum* ci danno uno spaccato delle divisioni dei plebati in parrocchie. In questo momento storico all'insediamento disperso del plebato si contrappone l'insediamento concentrato del castello. Le pievi furono collocate lungo il probabile tracciato delle consolari romane a sinistra, la *Cassia Vetus*, e a destra, la *Cassia Adrianea*. Sulla destra sta la paleocristiana Pieve di San Pietro a Gropina, la pieve di Santa Maria a Sco e la Pieve di San Pietro e Paolo a Cascia. Sulla sinistra sta la paleocristiana Pieve di San Quirico a Capannole, la Pieve di San

Giovanni a Petriolo, la Pieve di San Giovanni Battista a Cavriglia, la Pieve di San Leolino a Rignano. Fuori da questi tracciati sta la Pieve di San Pietro a Pieve a Presciano che comunque si appoggiava al diverticolo della *Cassia Adrianea* che la collegava con Arezzo, tagliata fuori dal suo percorso.



Itinerario delle pievi badie e monasteri del valdarno *uploaded* su Google

Riserva Naturale di Bandella e Valle dell'Inferno

La Riserva ha una Superficie 531 ettari e l'Area Contigua 2.164 ettari, è gestita dalla Provincia di Arezzo, in collaborazione con i Comuni di Laterina, Montevarchi, Pergine Valdarno ,Terranuova Bracciolini. La Riserva è compresa nella Zona di Protezione Speciale e nel Sito di Importanza Comunitaria omonimi, per l'importante ruolo di conservazione dell'avifauna e per la presenza di numerose specie di interesse comunitario.

Dal Centro Visita partono due sentieri. Il sentiero A (2,3 km; 45 min.) raggiunge l'ansa di Bandella e prosegue, tra boschi e coltivazioni, verso Pian di Chena.

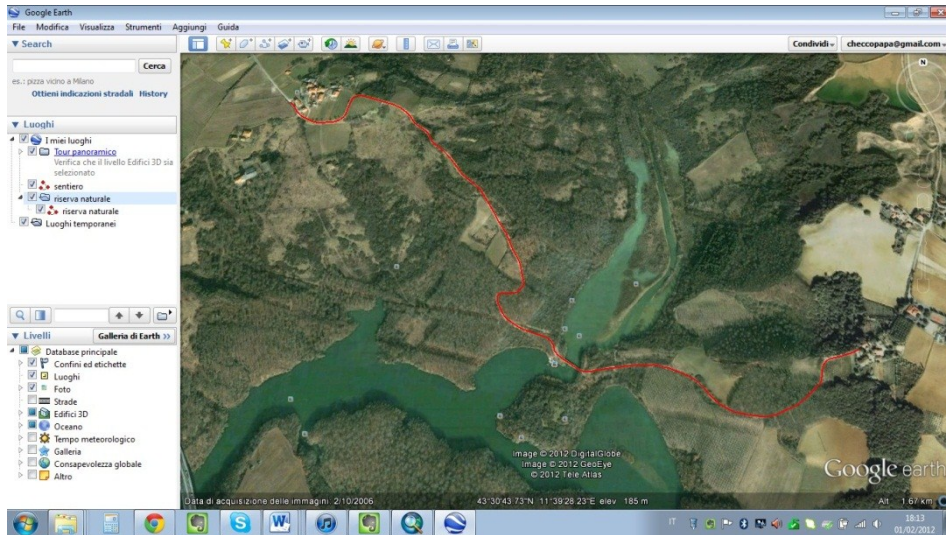


Il sentiero A caricato su Google maps con vista DTM

Il sentiero B (4 km; 1,15 h) attraversa la valle dell'Ascione e, passando sotto le colline costeggia l'ansa di Bandella lungo i capanni organizzati per l'osservazione. L'itinerario - C (2 km; 45 min.) - inizia da Pian di Chena e bordeggiando il torrente Agna fino all'Arno, si ricongiunge al sentiero A.

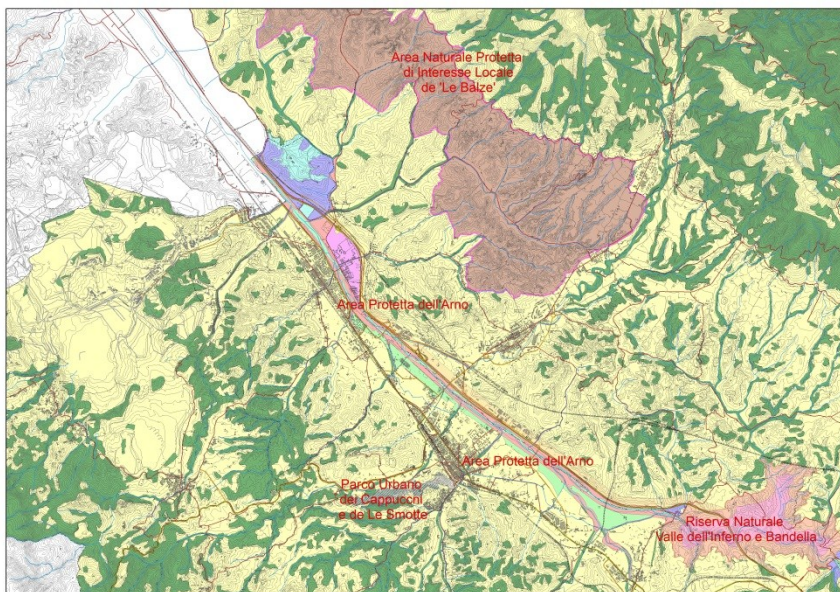
In località 'Acqua Borra', all'estremità occidentale della Riserva, ha inizio il sentiero della Grande Escursione dell'Arno (GERDA), che attraverso Bandella e il Ponte Romito, arriva alla Riserva Naturale di Ponte a Buriano e Penna. La GERDA tocca i siti e gli ambienti di interesse e passa lungo le rocce più scoscese erose dalle acque nel corso dei millenni. Il tratto che sta nella Riserva è lungo 7,8 km ed è percorribile in circa 3 ore.

Le acque dell' Arno, ritenute dalla diga, formano il cosiddetto 'lago di



Il sentiero A caricato su Google maps con sfondo di foto satellitare

Levane', di cui fa parte la zona umida dell'ansa di Bandella che è il cuore dell'area protetta dove, nel fluire delle stagioni, si riuniscono molteplici specie di uccelli tra cui il martin pescatore, gli aironi, l'usignolo di fiume, il cannareccione, le garzette e gli aironi cenerini e la nitticora.

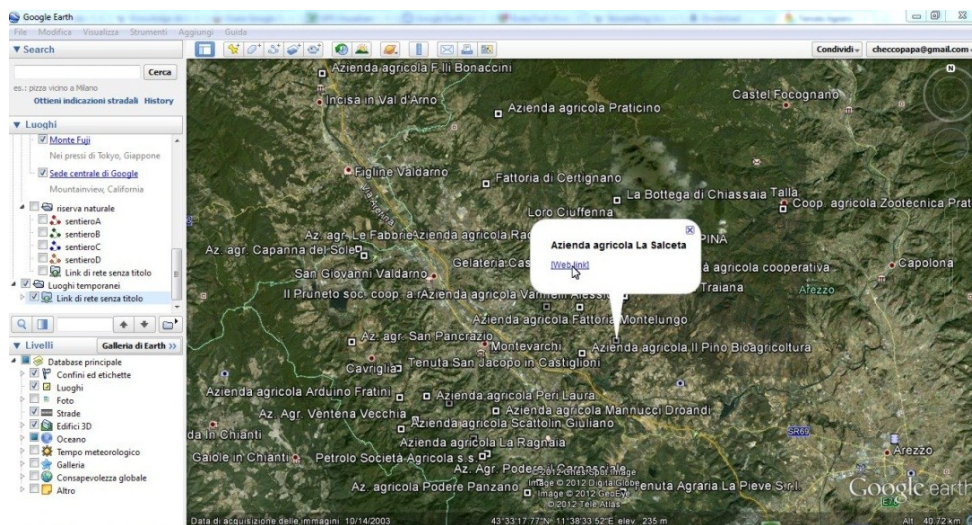


Mappa delle strutture naturalistiche (repertorio GIS)

Durante l'inverno a Bandella vi sono alzavole, germani reali, tuffetti, porciglioni, pavoncelle, gabbiani comuni e alcuni aironi bianco maggiore. Durante le migrazioni, la Riserva è un importante stepping stone per le specie che percorrono centinaia di chilometri di volo, come i piro-piro piccoli, le pittime reali, i piro-piro boscherecci e il piro-piro culbianco. La Riserva è l'unica area di riproduzione della provincia per l'averla cenerina e il gruccione.

Itinerario enogastronomico

Il Valdarno è terra di prodotti tipici, come il sedano costoluto e il pollo di razza 'Valdarnese bianca', ed eccellenze enogastronomiche, realizzate da decine di aziende agricole. Il progetto de 'il Mercatale' le ha messe insieme per realizzare un mercato a km. 0. Si è stato creato un database con le aziende e le informazioni relative consultabile sul sito dal quale i turisti potranno scaricare il file per il navigatore satellitare.



Il database enogastronomico visualizzato su Google Maps

| num descrizione | indirizzo | città | email | sito web | agriturismo | prodotti | biologico |
|-----------------|--|------------------------|--|---|-------------|---|-----------|
| 1 | Az. agricola Podere Panzano via di Cennina | Bucine | | | | formaggio pecorino, ricotta, ravaggiolo, yogurt | |
| 2 | Azienda agricola Gorfini Giuliano Fraz. San Lorenzo, 43 | Arezzo | | | | patate, legumi e farine di farro e di castagne | |
| 3 | Azienda agricola Gloter Felice Via Campagna, 13 | Montevarchi | | | | ortaggi, piante aromatiche | |
| 4 | Az. agr. Le Fabbric loc. Borbuio | Cavriglia | info@caseificiolefabbric.com | | | pecorino fresco e stagionato, yogurt, ricotte, ravaggioli | biologico |
| 5 | Coop. agricola Zootecnica Pratomagno V. DI BICCIANO, 29 | Talla | | | | pecorino fresco e stagionato, | |
| 6 | Tenuta Le Muricce Via G. Rossini, 8 Mercatale Vald. | Bucine | | | | vino sfuso e in bottiglia, vinsanto, grappa, olio | |
| 7 | Azienda agricola Scattolin Giuliano VIA CASEGGIATO, MONCIO | Montevarchi | | | | olio, frutti di bosco, marroni | |
| 8 | Azienda agricola Praticino Loc. Praticino • Pulicciano | Castelfranco di Sopra | | www.praticino.it | agriturismo | salumi di cinta | |
| 9 | Azienda agricola F.lli Bonaccini Penna, 107 | Terranuova Bracciolini | giovannibonaccini@virgilio.it | www.bonaccini.com | | vino, olio, fagioli zolfini | |
| 10 | Azienda agricola Ascione 34, Via Ascione | Terranuova Bracciolini | | | | pecorino fresco e stagionato, ricotte, ravaggioli | |
| 11 | Azienda agricola Peri Laura Ventena S.Marco 223 | Montevarchi | info@lauraperi.com | | | Pollo di Razza VALDARNESE BIANCA | |
| 12 | Azienda agricola Le Poggiole Poggio S. Marco 203 | Montevarchi | fabio@apicolturaibetti.it | www.apicolturaibetti.it | agriturismo | miele, olio | |
| 13 | Consorzio Patata Rossa di Cetica Località La Chiesa 138/A, Cetica | Castel San Niccolò | | http://www.patatarossa.cetica.it/ | | patate rosse e bianche di Cetica | |
| 14 | Az. agr. Capanna del Sole via Setteponti Levante, 25 | Loro Ciuffenna | | www.capannadelsole.it | | latte, formaggio di mucca, yogurt, ricotte, mozzarelle | biologico |
| 15 | Azienda agricola Mei Federico Ventena - S. Marco, 28/A | Montevarchi | mei.federico@virgilio.it | | | olio | |
| 16 | Azienda agricola Arduino Fratini Via Chianigiana-Montegozzi, 22 | Cavriglia | | | | olio | |
| 17 | Azienda agricola Foianesi Roberta VIA DI FOIANO N.47 TEGOE | Civitella della Chiana | | | | miele | |
| 18 | Azienda agricola Camaiani Paola Loc. Battifolle, 3 | Arezzo | simonacamaiani@libero.it | | | Zafferano puro in stimi, aromatizzazioni di miele e cioccolato | |
| 19 | Az. agr. San Pancrazio | Cavriglia | | | | salumi, olio, vino, confetture, pollo, carne bovina e suina | |
| 20 | Azienda agricola Le api di Lorenzo 64 FRAZIONE SANTA FORA | Sansepolcro | | | | miele | biologico |
| 21 | Azienda agricola Radici Via 7 Ponti Ponente, 18 | Loro Ciuffenna | | http://www.radici.info/ | | Confetture e Frutta da spalmare Le Salse e sughi Paté, pesti e creme Le zuppe Il pomodoro | |
| 22 | Azienda agricola Masini Mario Via delle Chiuse 83, Fadda | Pian di Scò | | | | ortaggi | |
| 23 | Cooperativa agricola Montemerole Loc. Casle, 21/h | Arezzo | info@montemerole.it | | | formaggi, mozzarelle, salumi, conigli | |
| 24 | Paterna, società agricola cooperativa Località Paterna | Terranuova Bracciolini | | | | vino, vinsanto, olio | biologico |
| 25 | Azienda agricola Le selve di Valloimo via Ancherona 6 | Poppi | | www.leselvedivalloimo.it | | salumi (prosciutto crudo grigio del Casentino) | |
| 26 | Azienda agricola Fattoria Montedungo Ciogna 89 | Terranuova Bracciolini | vinimontedungo@gmail.com | | | vino | |
| 27 | Azienda agricola La Salaria Campogilli 101 | Terranuova Bracciolini | mail@lasalaria.it | www.lasalaria.it | | vino | |
| 28 | Azienda agricola Gianluca Baldi Traiana,70/b | Terranuova Bracciolini | info@vinibaldi.com | www.vinibaldi.com | | vino | |
| 29 | Azienda agricola Vannelli Alessio Traiana, 7 | Terranuova Bracciolini | az.vannellialessio@libero.it | | | vino, olio | |
| 30 | Azienda agricola Mammucci Dronadi Capevoli, 61 | Montevarchi | | | | vino, vinsanto | |
| 31 | Tenuta San Jacopo in Castiglioni Castiglione di, 151 | Cavriglia | info@tenutasanjacopo.it | | | vino, olio | |
| 32 | Fattoria di Gropina Gropina, 30 | Loro Ciuffenna | | | agriturismo | vino, vinsanto, olio | |

Estratto del database delle aziende agricole valdarnesi

Temi per lo storytelling

Il contesto paleontologico valdarnese

L'osservazione delle disposizioni delle rocce può raccontare gli avvenimenti geologici che si sono succeduti in un territorio. I geologi ci dicono che in Valdarno le sovrapposizioni degli strati sono di origine sedimentaria e questo ci aiuta a datarli più facilmente. Non scordiamo che George Cuvier, che nel 1810 studiò i fossili del Museo Paleontologico dell'Accademia Valdarnese del Poggio, pose le basi per la paleontologia e lo studio delle stratificazioni. Stenone ci dice che 'gli strati sedimentari sono depositati in una sequenza di tempo, con il più vecchio in basso e il più giovane in alto' (Principio di sovrapposizione), e passando dalla definizione che i fossili che si trovano nei sedimenti

rappresentano ciò che resta di organismi che hanno vissuto nel passato, si possono avere importanti informazioni per datare le formazioni rocciose in qualsiasi parte della Terra. Infatti, alcuni di tali organismi (fossili guida) si prestano in modo particolare per l'applicazione del criterio paleontologico, ovvero che due strati contenenti lo stesso fossile sono, probabilmente della stessa età. Si ritengono della stessa età serie di rocce contenenti le stesse associazioni di fossili anche se molto distanti fra loro. Il Valdarno è un giacimento riconosciuto di faune e mammiferi del Pliocene-Pleistocene. Intorno a 200 milioni di anni fa si depositarono nella fossa marina i sedimenti che sollevandosi dettero vita alla catena appenninica. Il sollevamento reale, ovvero l'orogenesi appenninica, ebbe luogo però 'solo' 25 milioni di anni fa nel passaggio tra Oligocene superiore e Miocene inferiore. Dodici milioni di anni fa, nel Miocene superiore, placandosi la spinta, si formarono delle fosse che daranno luogo a bacini fluvio-lacustri intermontani che sono oggi riconoscibili nel Casentino, la Val di Chiana, il Valdarno superiore, il Mugello, la Piana di Firenze, la Garfagnana e la Lunigiana. Questi bacini ospitarono spessori notevoli di sedimenti a causa delle continue sollecitazioni tettoniche con abbassamenti e sprofondamenti.

Nel Pliocene prese avvio la sedimentazione lacustre proseguendo nel Pleistocene. La serie stratigrafica continentale che caratterizza i bacini fluvio-lacustri è detta 'Villafranchiana'. Il Valdarno superiore è interessato da stratigrafie di quel periodo con spessori stimati di 550m. Quando all'inizio del Pliocene superiore i movimenti tettonici determinarono una subsidenza, ovvero un lento e progressivo abbassamento verticale del fondo di un bacino marino, che permise al mare di arrivare fino al versante occidentale dei Monti del Chianti, avvenne l'affossamento dell'area valdarnese, con la formazione nelle

zone di Palazzolo e Castelnuovo dei Sabbioni, ai margini dei Monti del Chianti, di due piccoli bacini, associabili alla prima fase fluvio-lacustre, che è identificata nei sedimenti del 'Gruppo di Castelnuovo dei Sabbioni' che erano presenti all'interno della dismessa miniera di lignite 'S. Barbara'. Con lo sprofondamento del bacino e l'innalzamento del livello delle acque la torbiera scomparve e si formò il primo lago. Sulle rive di questo lago-palude, crebbe una foresta di tipo tropicale con *Laurus spp.* (alloro), *Taxodium spp.*, *Alnus spp.* (ontano), sequoie, magnolie ed è abitata, nelle associazioni fossili delle argille di Gaville, da *Ursus minimus* (orso), *Tapirus arvernensis* (tapiro), *Leptobos stenometopon* (bufalo) e *Stephanorhinus jeanvireti* (rinoceronte), mentre altri ritrovamenti hanno recuperato resti di *Anancus arvernensis* e *Zygodon borsoni* (animali proboscidiati). Con l'aumentare dell'altitudine compaiono altre latifoglie termofile come *Quercus spp.* (quercia), *Ulmus spp.* (olmo), *Liquidambar spp.*, *Juglans spp.* (noce), ecc., e la parte più alta mostra prettamente conifere dalla famiglia delle Pinaceae: *Picea*, *Pagrus*, *Abies* e *Pinus*.

All'inizio del Pleistocene, nel Villafranchiano superiore, (circa 2 milioni di anni fa) dopo che i depositi di Castelnuovo subiscono processi di dislocazione, inclinazione ed erosione, la conca lacustre pliocenica si era completamente riempita di sedimenti con apporti solidi più grossolani provenienti dai torrenti del Pratomagno e, dei Monti del Chianti. I movimenti tettonici generarono un sollevamento delle sponde del bacino costituito dai Monti del Chianti e dal Pratomagno e che fece arretrare il mare fino alla posizione attuale. Nel Valdarno i sedimenti lacustri furono dislocati e il bacino si ampliò e invase tutta la valle; si formò un lago lungo circa 40 km e profondo al massimo qualche centinaio di metri. È la II fase lacustre.

La seconda fase lacustre dal punto di vista faunistico trova particolarità in un insieme di reperti provenienti da un unico sito. Nel 1995 in una cava di argilla per laterizi nei pressi di Figline Valdarno fu scavato un accumulo di resti che fa supporre un momento di caccia intensa, dovuto ad un inaridimento del clima, da parte di una iena di grande taglia (*Pachycrocuta brevirostris*) i cui numerosi coproliti sono stati ritrovati nel sito. È stato immaginato che gli animali, assetati, si avvicinassero ad una pozza residua per abbeverarsi e lì fossero attaccati dalle iene. I reperti dell'accumulo per lo più consistono in arti (per lo più articolati) e crani, molti dei quali associati con mandibole. Molti campioni presentano tracce di graffi e morsi. Le specie identificabili sono bovidi, suidi, cervidi, perissodattili (equidi), carnivori (canidi, ursidi) e roditori (castoridi). I paleontologi hanno mostrato che la peculiarità del sito stava nell'accumulo delle ossa che sono state ritrovate in ammassi, senza la parte assiale dello scheletro e con tracce visibili dell'attività delle iene.

Altri ritrovamenti del periodo comprendono *Equus stehlini*, *Hippopotamus antiquus*, *Leptobos vallisarni*, *Canis arnensis*, *Canis (Xenocion) falconeri*, *Castor plicidens* ed il Primate *Macaca silvana-florentina*.

Ai bordi del bacino sedimentano quantità grossolane dal delta-conoide e al centro del lago si depositano sedimenti argilloso-limosi. La Successione o di Gruppo di Montevarchi ha uno spessore di circa 200 m. Nel Pleistocene superiore il paleo-Arno casentinese, che in precedenza portava le sue acque nella Val di Chiana insieme alla Sieve, apre nel bacino del Valdarno Superiore un percorso meandriforme ed esondazioni che hanno lasciato tipici depositi di ghiaia con sopra sabbie e alla cima argille.

Il passaggio fra la II e la III fase (fluviale) è caratterizzato dalla mancanza della sedimentazione attiva per un lungo periodo di tempo, questa riprende nel Pleistocene medio-superiore (circa 200 mila anni fa). Con il riempimento di terza fase l'Arno incide la soglia di Incisa e con la Sieve raggiunge il Bacino di Firenze.

Il continuo apporto solido (prodotto nel tempo geologico, centinaia di migliaia di anni) provocò il progressivo riempimento del lago trasformandolo da un ampio stagno alla colmata definitiva creando un'ampia pianura estesa quanto il bacino. Si formò un reticolo idrografico, con un corso d'acqua principale che scorreva nel centro della pianura e una serie di affluenti trasversali. Comincia così una nuova fase della storia geologica del bacino valdarnese: la fase erosiva. L'altezza della vecchia superficie di colmamento è ravvisabile nella attuale superficie dell'altipiano valdarnese e la erosione ha determinato il paesaggio delle Balze in riva destra e delle Smotte in riva sinistra. Il fatto che tali formazioni siano ancora visibili è determinato dal fatto che la testa dei sedimenti è argillosa, più impermeabile e quindi meno erodibile. L'Arno e i suoi affluenti iniziano l'opera di erosione del riempimento del lago formando il paesaggio collinare che conosciamo. Il letto dell'Arno si abbassa di 150 m.

I sedimenti della terza fase hanno uno spessore massimo calcolato sotto i 100 m. La terza fase ha fornito una fauna significativa recuperata nei dintorni di Bucine. Essa è rappresentata principalmente da *Elephas (Palaeoloxodon) antiquus*, *Elephas (Mammuthus) prigenius*, *Bos prigenius*, *Cervus elaphus*, *Stephanorhinus hemitoechus*, *Equus caballus*, *Ursus arctos* e *Canis lupus*. Nei pressi di Bucine è stata recuperata anche una industria litica attribuibile all'Acheuleano. La terza fase è

caratterizzata da un clima temperato-freddo/fresco, con alternanze da umido a secco, e periodi interglaciali con climi più caldi.

Evoluzione della viabilità in Valdarno

In epoca etrusca fuori dai percorsi di crinale dei monti del Chianti, passaggio per Chiusi e Marzabotto da una parte e per Arezzo e Fiesole dal lato del Pratomagno, i percorsi est ovest erano coperti dalle rotte della transumanza.



Porzione della *Tabula peutingeriana*

Idoli riconducibili alle divinità dell'area del Pratomagno sono stati ritrovati nel santuario di Cetamura in Chianti lungo una direttrice che attraversa l'Arno in aree di fondovalle prive di ponti conosciuti a parte ponte Romito, nell'area di Laterina, nell'aretino o il ponte di Rignano, in direzione Firenze.



Particolare della *Tabula* con la *Cassia Adrianea* nel tratto valdarnese

Le viabilità romane della direzione nord sud ricalcavano il percorso etrusco tra Arezzo e Fiesole che diventava *Cassia Vetus* e sul lato sinistro dell'Arno veniva aperta nel 123 d.C. una nuova consolare che collegava Chiusi e la nuova colonia dedotta, *Florentia Tuscorum* lasciando fuori Arezzo. Sul passaggio di questa strada si susseguono ancora molte ipotesi sul suo transito in altopiano o sul fondovalle ma le tracce storiche ed archeologiche fanno propendere per la prima.

| 74 | | RAVENNATIS ANONYMI COSMOGRAPHIA | | § 284—289 | |
|---|---------------|---|-------------|-----------|----|
| 8 Lorion | 9 Bebeina | 16 Tifernum, q et felicissimum dicitur, item | | | 30 |
| 10 Pirga | 11 Aquepurgo | 18 Aretia | 1 Grece | | |
| 12 Tarquinios | 13 Blera | 2 Lugaria | 3 Umbrion | | |
| 14 Tuscana | 15 Materno | 4 Beturnis | 5 Equilia | | |
| 5 16 Saturnia, que coniungitur cum territorio civitatis que dicitur Ad novas, q est, ut praediximus, iuxta Mare Gallicum. | | 6 [Floria,] Florentia | 7 Solaria | | |
| Item iuxta Romam est civitas quae dicitur | | 9 Pisturias | 8 Eleana | | 35 |
| 60 Civitate Novas, item | 7 Sabbatis | Item iuxta Florentiam est civitas que dicitur | 10 Martis. | | |
| | 8 Foro Glodi. | 13 Fesulis, item | 14 Arnum | | |
| Item iuxta territorium civitatis... | | 15 Portum | 16 Balbatum | | 40 |

La *Cosmographia* dell'Anonimo Ravennate (VII sec.) con le *statio* della *Cassia*

Interessanti invece le ipotesi sui percorsi est ovest che, grazie al recente ritrovamento nel comune di Montevarchi di un attraversamento, la cui tipologia è ancora da definire con precisione. Vi sono basamenti di colonne e basolato in travertino in cui vi sono tracce di consumo da passaggio di carriaggi, estratti dal letto superficiale del fiume, in un sito

che effettivamente rende molto agevole l'attraversamento. L'allineamento di questo percorso tra Pratomagno e monti del Chianti, nel Medioevo stava sulle terre dei conti Guidi succeduti nell'area montevarchina, per effetto di successioni matrimoniali, ai Bourbon del Monte di Santa Maria che si erano incastellati intorno al 1100 sulle colline sopra l'Arno dando origine proprio a Montevarchi. In precedenza, intorno all'inizio del '600, i benedettini si erano insediati su questa direttrice est ovest raccordandosi mediante un percorso che giungeva alla consolare Cassia Adrianea nei pressi di Mercatale Valdarno sul *limes* bizantino longobardo.

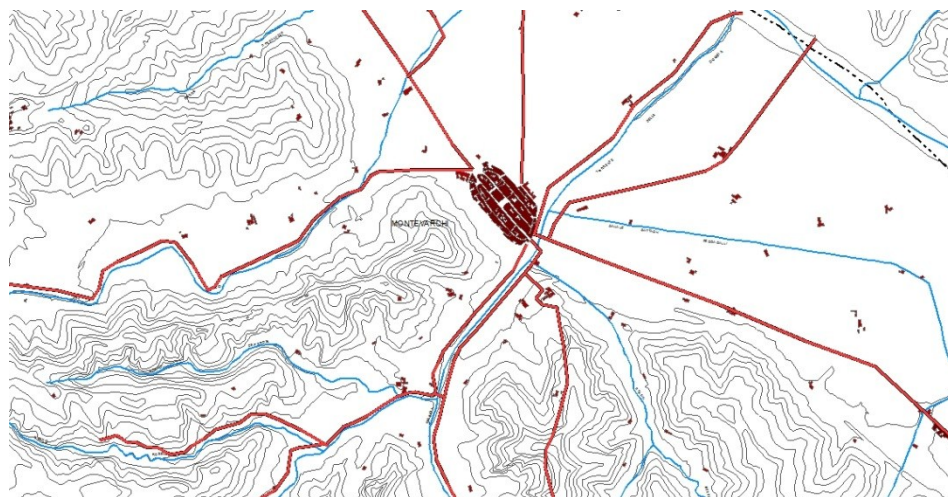


Montevarchi in un estratto del catasto Leopoldino (1821)

Essi possedevano un altro ospedale sito sulla *Cassia Adrianea* nei pressi di quest'ultima località. Intanto iniziava a perdere importanza il sistema plebano degli altipiani di destra e di sinistra che aveva continuato il sistema amministrativo dei pagi mantenendo in qualche modo anche il sistema viario delle strade consolari (Plesner, 1979, 19). Infatti in quel periodo l'Arno aveva un comportamento alluvionale che lo portava ad variare il suo percorso, ma è certo che il fondovalle era stato bonificato, probabilmente dai religiosi insediati al bordo della valle. Di questo fatto

volevano approfittare i feudatari, infatti i Guidi avevano installato un mulino sul piano sotto il castello di Montevarchi, da cui si originò un mercatale sicuramente legato anche al commercio del grano, del bestiame e della lana.

Anche Firenze non tardò a vedere un interesse politico-militare nell'approvvigionamento di cereali e di lana e costruì una 'strata publica per quam itur a Civitate Florentia ad Civitatem Aratii' già dal XII secolo (Rombai, 1992, 208-209).

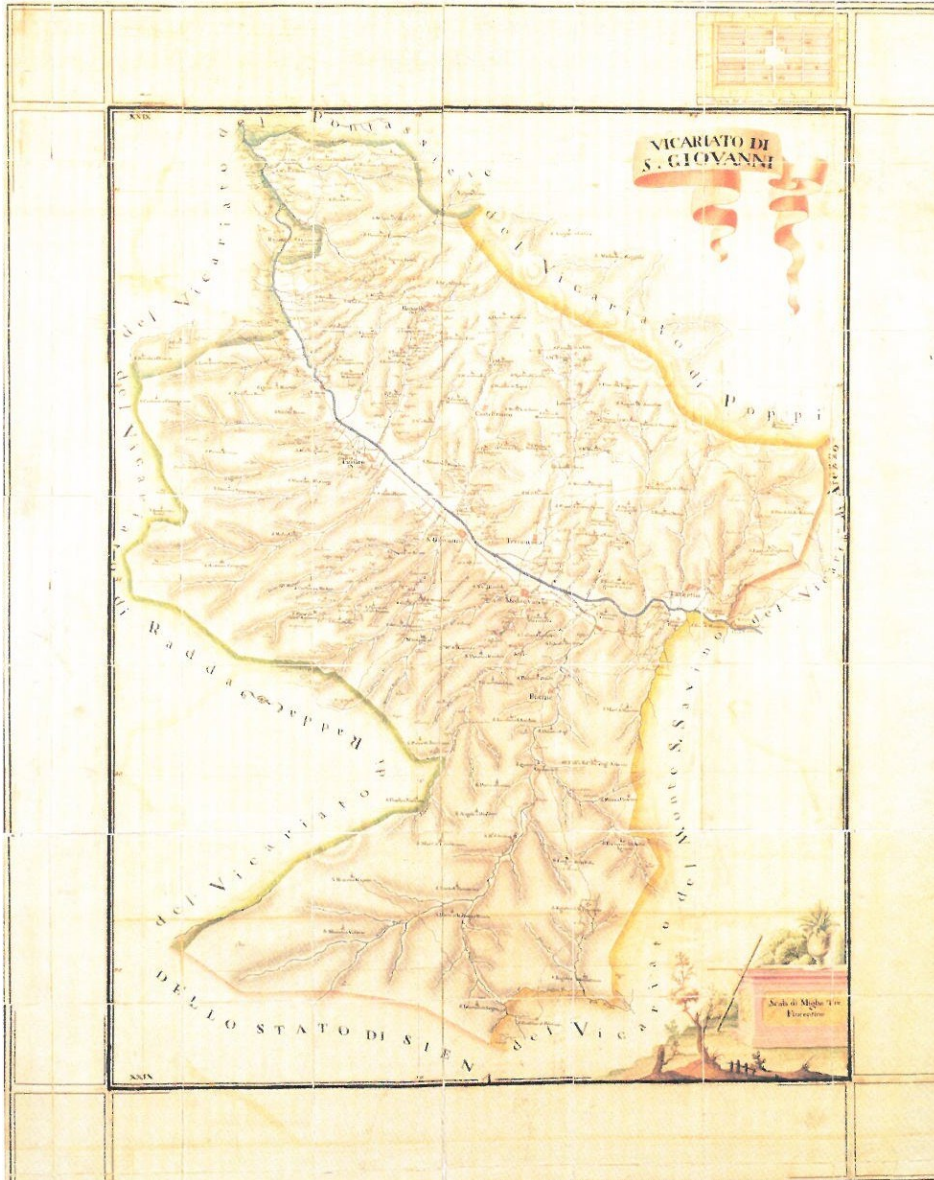


Viabilità e insediamenti a Montevarchi nel periodo leopoldino (ricostruzione GIS)

Anche i mercatali di Figline e Montevarchi avevano suscitato l'interesse di Firenze. I Guidi intanto avevano anche iniziato a fortificare l'insediamento. Il conte Guido Guerra V aveva portato a Montevarchi, di ritorno da una crociata al seguito dell'imperatore Carlo D'Angiò una reliquia del Sacro Latte della Madonna proveniente da Betlemme. Nel 1254 Montevarchi era stata presa in possesso da Firenze. I Ricasoli o Firidolfi, altra famiglia feudale inserita sul territorio, avevano favorito la nascita di un monastero di frati francescani minori.

Per controllare il territorio del Valdarno e tenere sotto controllo le famiglie feudatarie Firenze costruì tre terre nuove, San Giovanni, Castel Santa Maria o Terranuova e Castelfranco.

Con queste realizzazioni urbanistiche si era completata la base del sistema insediativo valdarnese che è giunge fino ad oggi.



Pianta del vicariato di San Giovanni (XVIII secolo)

Frammenti di Grand Tour. I viaggiatori e le loro descrizioni del Valdarno

L'espressione *Grand Tour* era usata per descrivere il viaggio, o meglio il 'rito di passaggio', compiuto dai ricchi aristocratici inglesi alla ricerca del sapere nelle città francesi ed italiane. L'aspetto decadente delle vestigia romane, la meraviglia degli Uffizi a Firenze e lo splendore di Venezia attirarono la curiosità dei viaggiatori. L'usanza iniziò nel 1660 e si protrasse fino al 1840 con l'avvento dei collegamenti ferroviari. Il percorso partiva dal porto di Dover, in Inghilterra, si attraversava il Canale della Manica e, accompagnati da un *tutor o bear-leader*, si affittava una carrozza. Da Parigi ci si dirigeva a Ginevra o Losanna per poi affrontare il difficile passaggio delle Alpi (dal San Bernardo, compreso lo smontaggio della carrozza e il trasporto bagagli) e arrivare nel nord Italia. In Italia, il turista visitava Torino (di meno Milano), quindi passava qualche mese a Firenze, dove si era stabilita una viva colonia inglese e dove dipinti rinascimentali e sculture romane erano stati allestiti nella Tribuna della Galleria degli Uffizi e si poteva visitare Pisa. Il viaggiatore poi si spostava a Roma per studiare le antiche rovine e i capolavori della pittura della scultura e dell'architettura. Alcuni viaggiatori si recavano anche a Napoli per studiare musica, e (dopo la metà del 18° secolo) ammirare la recente scoperta dei siti archeologici di Ercolano e Pompei, e forse per la salita avventurosa al Vesuvio. Da qui il viaggiatore risaliva verso nord e si dirigeva poi a Bologna, Padova, e Venezia. Venezia divenne per i britannici il simbolo del Grand Tour grazie al suo fascino decadente. Da Venezia ci si dirigeva verso le Alpi in direzione delle terre di lingua tedesca. L'Austria e la Germania, poi passavano in Olanda e nelle Fiandre prima di tornare attraverso la Manica in Inghilterra.

Montevarchi e il Valdarno non sono mai stati luoghi di destinazione dei Viaggiatori ma territori di passaggio e talvolta di breve sosta nel viaggio tra Firenze e Roma. Infatti Incisa e Levane erano stazioni di posta del tratto Firenze-Arezzo. L'edificio dell'osteria e posta di Levane era una pertinenza della fattoria granducale la cui sede era a Montevarchi. Era un «casamento» di tre piani dotato di «corte, portico, colombaia, soffitte, orto e altre stalle e stanze separate», comprendente anche una piccola cappella. Di fronte all'edificio principale, al di là della strada Aretina, sorgono i fienili, le stalle e la macelleria. L'orto, in un documento della fattoria del 1742 è così descritto: « un pezzo di terra riquadrato e circondato di siepe, di circa quattro staia, con quattro pergole e con più filari di vite. Vi sono l'appresso piante tutte buone e da frutto: fichi 6, susini 7, gelsi 4, albicocchi 1, meli 1, meli cotogni 1, noccioli 2. Esiste al fianco di questo casamento dalla parte di ponente un oratorio con tetto a capanna... ».

Molti diari parlano del Valdarno con descrizioni a volta sprezzanti e talora dense di meraviglia per questo territorio. Racconti appassionati si alternano lasciando intravedere il passare del tempo e il progresso tecnologico. Infatti nel Settecento fino al miglioramento delle strade la percorrenza media giornaliera di una diligenza postale era di circa settanta miglia giornaliere – poco più di cento chilometri; la metà per una vettura privata o a noleggio. Il viaggio da Firenze a Roma, attraverso la Francigena, via Siena e Radicofani, necessitava di tre giorni per il postale e cinque o sei per il veicolo privato. Da Firenze a Roma, via Arezzo e Perugia, si necessitava di un giorno in più.

Il viaggiatore si sofferma nella descrizione delle donne talora incontrate perché magari in quell'attimo di vita si innamora di loro e della loro inconsapevole bellezza.

Queste testimonianze saranno materiali per il web site turistico e per lo storytelling. I racconti sono stati selezionati ed adattati dal testo di Attilio Brilli, *Grandi viaggiatori in terra d'Arezzo*, Firenze, 1985

Michel de Montaigne scrive il *Journal de voyage en Italie* tra il 1580 e il 1581 ma il manoscritto venne pubblicato nel 1774 a Parigi e a Roma. Rimane incerto il luogo della sosta, in quanto il Montaigne scrive Lavenelle (Levanella) ma descrive un luogo che invece sembra Levane.

La descrizione della locanda ci rende orgogliosi: ‘La locanda si trova circa un miglio prima del villaggio ed è famosa; la ritengono la migliore della Toscana ed hanno ragione; infatti, tenuto conto del livello delle locande in Italia, è delle migliori. Vi si fa gran baldoria e si dice che la nobiltà del luogo vi si riunisca spesso, come dal 'Moro' a Parigi, o da Guillot ad Amiens. Servono su piatti di stagno, il che è proprio una rarità.’ Ne ripartimmo la mattina e seguimmo una strada bellissima e dritta, in quella pianura, dove passammo attraverso quattro cittadine o borghi chiusi da mura: Mantenarca (Montevarchi), S. Giovanni, Figline e Anchisa (Incisa), arrivando per cena a *Pian della Fonte*, dodici miglia’. Nel 1699 François Deseine scrive *Nouveau voyage d'Italie, contenant une description exacte de toutes ses provinces* e rammenta la 'deliziosa valle dell'Arno' con ‘Fighini (Figline), un paese abbastanza evoluto’ Da qui a San Giovanni ci sono 6 miglia, da San Giovanni a Montevarchi 3 miglia, altre 3 a Ponte a Levana (Levane)...’

Nel 1766 Tobias Smollett pubblicò a Londra i *Travels through France and Italy*,. Nel suo racconto 1764 dal Trasimeno verso Arezzo e Firenze, descrive le pessime condizioni stradali da Perugia a Firenze e dice che non si possono percorrere più di ventotto miglia al giorno su un fondo stradale talmente sconnesso da mettere a rischio viaggiatori e vettura costringendoli talvolta a smontare.

Jérôme De La Lande nel 1769 scrive *Voyage en Italie. Contenant l'histoire, les anecdotes les plus singulières.*

Parla del maresciallo d'Ancre, titolo assunto in Francia da Concino Concini, amico di Luigi XIII e di Maria de' Medici, che era nato a Terranuova Bracciolini. Visita le sorgenti di anidride solforosa e carbonica di Poggio Bagnoli. Di Montevarchi raccomanda la visita alla collegiata di San Lorenzo e parla della visita nel 1695 del granduca Cosimo III col figlio Gian Gastone alla reliquia del latte della Santa Vergine.

Descrive il Valdarno di Sopra come 'un'amena pianura' e parla di 'ossa di elefanti pietrificati e non pietrificati: molti autori ne avevano parlato attribuendoli agli elefanti che Annibale condusse in Italia. Il Targioni fa vedere come ciò non sia possibile...'

J. W. Goethe scrisse lo *Italianische Reise*, che fu pubblicato a Stoccarda e a Tubinga nel 1816. Descrive il paesaggio e i metodi culturali osservati durante il viaggio del 1786.

Samuel Rogers, il cui *Italian Journal* apparve a Oxford nel 1814 precede la celebre guida in versi del 1822, *Italy. A Poem*, illustrata da incisioni di Turner. Parlando del Valdarno racconta: 'Il sole risplende, nulla potrebbe essere più incantevole di questa valle al tramonto. La catena dei colli riluce alla nostra sinistra. Alla nostra destra, nella penombra, chiese e conventi con le torri e i campanili, le ville con i loro porticati, i cipressi, i vasti tetti dai profili chiari e scuri che si stagliano contro il cielo luminoso.' (traduzione di Irene Loffredo)

Mariana Starke è autrice nel 1820 di *Travels on the Continent*. Si trattiene a parlare di Annibale descrivendo il suo percorso per evitare Arezzo passando dalle *mansio* di *Aquileia*, *Fines*, *Biturgia* e *ad Graecos* che troviamo rappresentate nella *Tabula Peutingeriana*.

Sydney Morgan, alias Lady Morgan, pubblicò a Londra nel 1821, *Italy*.

La viaggiatrice parla dei fossili valdarnesi escludendo la ipotesi degli elefanti di Annibale: ‘è molto più probabile che siano il risultato di qualche conflitto degli elementi.’ Successivamente esalta i ‘villaggi, o piccoli distretti che i toscani chiamano *Terra* o *Paese*, che coronano le alture più remote, o che compaiono annidati nelle vallate, sono quanto mai belli e ricchi. Quelli di San Giovanni e di Montevarchi sono rinomati per la fertilità e il benessere dei proprietari, la cui opulenza si mostra specie nei giorni di mercato...Dentro e fuori, la locanda di Levane sembrava il regno della pittoresca desolazione, mentre le maniere turbolente delle nostre belle e giovani inservienti contrastavano in modo curioso con il loro lento procedere, infatti usavan rispondere ad ogni nostra richiesta con un *Subito, subito* ... E nulla era meno *subito* del loro servizio, malgrado le rimostranze del nostro accompagnatore fiorentino che sembrava sapere come trattarle...’ (traduzione di Attilio Brilli)

William Hazlitt è autore di *Notes of a Journey through France and Italy*, pubblicato a Londra nel 1826. Racconta il suo percorso da Roma a Firenze.

James Paul Cobbett pubblicò a Londra nel 1828 il *Journal of a Tour in Italy*. Descrive il suo passaggio dal Valdarno e parla delle trenta, trentacinque miglia giornaliere occorse per il viaggio da Roma a Firenze durato sei giorni.

Josiah Conder pubblicò *Italy* a Londra nel 1831. La sua descrizione del Valdarno non è esaltante: ‘la campagna non abbonda di vegetazione se si eccettuano dei pallidi ulivi e le poche Ville fastose. Non godono che dell'ombra di cipressi funerei...’

Charles Dickens pubblicò *Pictures from Italy* nel 1846 a Londra e descrisse il viaggio da Roma a Firenze per Arezzo fatto nel 1844.

F.B. de Mercey pubblicò *La Toscane et le Midi de l'Italie*, a Parigi, nel 1858. Racconta della reliquia del Sacro Latte ('una boccetta') conservato a Montevarchi e della sosta a Incisa dove aveva trascorso la sua infanzia il Petrarca.

William Brockedon, pubblica *Illustrated Road-Book from London to Naples* (Londra, 1835). La strada del Valdarno passa per Figline, San Giovanni e Montevarchi: 'scene di vera opulenza si palesano alla vista, e la vegetazione è così rigogliosa che non ha pari in nessun'altra regione d'Italia. I pendii dei monti producono alcuni tra i vini più pregiati, ed i proprietari sembrano tutti facoltosi ed economicamente indipendenti. Si può osservarli meglio nei giorni di mercato, specie a Montevarchi, il più grande di questi borghi, o come li chiamano qui, *paesi*'.

Louis Simonin, scrive nel 1866 *L'Etrurie et les Etrusques. Souvenir de voyage*. in cui si racconta di un viaggio in treno a seguito della realizzazione della linea ferroviaria da Firenze a Montevarchi. Parlando di quest'ultima racconta dei fossili ritrovati nel territorio.

Nel 1866 il giornale 'L'Appennino' pubblica un articolo dal titolo 'una gita da Firenze al Trasimeno per la strada ferrata aretina'

Si descrivono i *paesi* incontrati e i personaggi famosi in essi nati partendo da 'l'Incisa, da dove, tagliati i massi e aiutato il rompere della barriera che un tempo dilatava le acque in palude nel superior bacino, si sciolse la fiumana dell'Arno; Figline cuna al leggiadro Pignotti, sapientissimo; più oltre la terra cuna al genio della pittura, che vanta il Masaccio portento nell'arte, e il Giovanni da S. Giovanni. Quindi, volgendo nel pensiero come dalle città di prim'ordine agli umili villaggi non siavi luogo d'Italia che non abbia da vantare un nome celebre nelle scienze o nelle arti, fummo tosto al termine segnato per ora alla corsa dei treni, nella stazione di quella cospicua terra, ché ricorda il Varchi, e,

gloria più recente, quel celebre cultore dell'arte salutare che fu Gaetano Palloni...'

Charles Richard Weld pubblica nel 1867 *Florence, the new capital of Italy*. Descrive l'apertura della linea ferroviaria da Firenze ad Arezzo e al Trasimeno (1866): 'Il tragitto fino a Montevarchi, aperto già da un po' di tempo, è ricco di bellezze pittoresche'...Centinaia di contadini sparpagliati da entrambi i lati del binario sono vestiti a festa ma, ahimè' i loro abiti non hanno più niente di pittoresco...Tra i paesani c'era una ragazza di indicibile bellezza. I pittori l'avrebbero vivacemente reclamata e come modella avrebbe potuto fare un po' di fortuna. Aveva gli occhi grandi, dolci e luminosi, i lineamenti regolari e sprigionava un fascino intenso e sensuale. Il lavoro fuori casa non aveva alterato la sua carnagione: le braccia e le labbra erano colorite da un leggero rossore; sostava di fronte ai finestrini della nostra carrozza così piena di vita e di sensualità che emanava l'immagine della giovinezza, della grazia e della dolcezza: sembrava una Madonna vivente. Ciò che la rendeva ancor più affascinante era l'apparente inconsapevolezza della propria bellezza.'

CONCLUSIONI

I presupposti per la realizzazione di questa ricerca erano la replicabilità del modello e la semplicità d'uso e questi risultati sono stati raggiunti. Nonostante non abbia potuto raccogliere dati sulla fruizione e feedback sulla usabilità delle guide e la completezza dei contenuti è in corso di realizzazione l'hardware della struttura tecnologica. Il *framework* della *webapp mobile* gira già sul *web* e ne stiamo verificando la funzionalità. Nelle prossime settimane sarà visitabile il sito e, a seguito della gara pubblica per la fornitura delle apparecchiature, è in corso di predisposizione la realizzazione della rete Wi-Fi del centro storico e, nella settimana di Pasqua partirà la sua sperimentazione attraverso la *webapp mobile* di montevarchi.turismo.it.

Per quanto riguarda le guide dei musei sono in corso le prove per la realizzazione della rete Wi-Fi interna al Cassero per la Scultura Italiana e al Museo Paleontologico e la contemporanea produzione dei contenuti scritti, filmati e parlati per la consultazione.

Dato il rapido aggiornamento tecnologico, le applicazioni scelte per realizzare le guide potranno essere rapidamente soppiantate da altre più avanzate. È vero però che il costo per lo sviluppo del nostro sistema è modesto e quindi nel momento in cui sarà possibile trovare innovazioni altrettanto semplici e facilmente riproducibili le cambieremo. Ha sicuramente preso più tempo e prenderà ancora il lavoro intrapreso per raccogliere e rielaborare il materiale per il popolamento dei siti. Spero che la ricerche storiche inedite qui intraprese possano essere approfondite. Dal punto di vista tecnico sono stati creati geodatabase e codici per i percorsi da scaricare per la immissione nei navigatori satellitari, ma questo è materiale che sarà sempre valido e funzionale a qualsiasi evoluzione tecnologica. Piuttosto, mi auguro che le applicazioni

tecnologiche non offuschino mai la sostanza e lo spessore del vissuto ma servano a comunicare, partecipare e responsabilizzare.

Ciò che questa ricerca ha oltremodo ottenuto viene dalla esaltazione di una serie di piani e progetti della Regione Toscana, che in tutti questi anni ha finanziato progetti di valorizzazione del patrimonio storico e infrastrutturale, ma che necessitavano di un modello di sistema, ancorché tematico.

Il risultato che sicuramente potrà scaturire dall'uso della struttura tecnologica è l'infinità di modi con i quali le istituzioni, le aziende e i cittadini potranno usarla. Credo che anche i social media hanno poco senso quando per dire qualcosa si deve scrivere cose che hanno senso forse solo per noi stessi. Attraverso la creazione di gruppi dedicati al commercio sostenibile al turismo sostenibile alla didattica legati al location based services, quindi al luogo geografico, potremo sapere immediatamente cosa succede in quell'istante e decidere se ci interessa. Si potrebbe obiettare che gli smartphone sono per pochi. Intanto hanno superato per numero i computer portatili, costano intorno ai 100 euro e soppianderanno i cellulari tradizionali. Quello che Graham e Marvin hanno intuito sul flusso delle informazioni negli spazi urbani ha fatto impaurire Castells che ha visto in un Internet per pochi la morte della democrazia della rete. Qui deve intervenire la politica che può fornire spazi urbani di navigazione gratuita. E anche se il modello che offriamo nasce per il marketing territoriale turistico è automatico che possa diventare aperto a tutti e possa soprattutto essere replicato nei comuni partecipanti al 'Sistema Museale Valdarnese'.

L'aspetto più divertente e sorprendente è che si può essere turisti anche della propria città e del proprio territorio, e questa ricerca me lo ha piacevolmente dimostrato.

È importante capire anche come cambia percezione del territorio, così come è cambiata durante i vari momenti storici, il caso Grand Tour ne è un sicuro esempio. E' sicuramente una potenzialità dichiarata ma fondamentalmente rimane inespressa e si spera che lo strumento del post-experience possa aprire nuove chiavi di lettura diventando esercizio per chi lo visita e per chi lo abita.



Tag cloud delle cinquanta parole più usate nella ricerca

BIBLIOGRAFIA

AA. VV. , *La valorizzazione dei siti archeologici: obiettivi, strategie e soluzioni*, Roma 2008

Atti del XIX Congresso ANMS, strategie di comunicazione della scienza dei musei, Napoli, 18-20 novembre 2009, Torino, 2011

Aldo Anselmi, *La chiesa della Ginestra in Montevarchi*, dattiloscritto, Montevarchi, 1983

Aldo Anselmi, *La chiesa e la parrocchia di S. Andrea a Cennano*, (dattiloscritto), Montevarchi, senza data

Barbara Anselmi (a cura di), *Aree Protette della Provincia di Arezzo*, Montepulciano, 2004

Antonella Aquiloni, Laura Aquiloni, *Nuova vita per una vecchia collezione: il restauro dei fossili dell'Accademia Valdarnese del Poggio*, in *Memorie Valdarnesi, Speciale Premio Anselmi, Serie VIII, fascicolo V*, 2010, pp. 132-142, Montevarchi, 2010

Domenico Bacci, *Terranuova Bracciolini nella sua storia*, Firenze, 1956

Emilio Becheri, Giulio Maggiore, *Rapporto sul turismo italiano 2010-2011*, Milano, 2011

Fulvio Bernacchioni, *Valdarno tra il Chianti e il Pratomagno*, Firenze, 2007

Giovanni Billi, *Conoscere il Valdarno, geografia e geologia del Valdarno Superiore*, Cavriglia, 1980

Carmen Blain, Stuart E. Levy, J. R. Brent Ritchie, *Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations*, *Journal of Travel Research*, Vol. 43, May 2005

Marcello Bossini, Alessia Lenzi (a cura di), *Montevarchi: dal Liberty al Déco*, Firenze, 2007

Attilio Brilli, *Grandi viaggiatori in terra di Arezzo*, Firenze, 1985

- Roberto Camagni, *Lo sviluppo urbano sostenibile: le ragioni e i fondamenti di un programma di ricerca*, in: Roberto Camagni (a cura di), *Economia e Pianificazione della città sostenibile*. Bologna, 1996
- Luigi Cantone, Marcello Risitano, Pierpaolo Testa, *Strategie di sviluppo delle destinazioni turistiche e ruolo nella marca territoriale*, Milano, 2007
- Matteo G. Caroli, *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio*, Oxford, 2006
- Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, Oxford, 1996
- Giampiero Ceccherini, Francesco Sinatti, *La Valdambra, Note di topografia dall'età arcaica al medioevo*, Montevarchi, 2005
- Franco Cazzola, *Pastorizia e transumanza*, Bologna 1993
- Valentina Cimari, *La Rocca e la 'domus Guicciardi'. Strutture nel paesaggio tra XII e XIV secolo*, in Guido Vannini (a cura di), *Rocca Ricciarda, dai Guidi ai Ricasoli, Storia e archeologia di un castrum medievale nel Pratomagno aretino*, Firenze, 2009
- Zeffiro Ciuffoletti, Lidia Calzolari, *La civiltà della transumanza e la sua storia*, in Zeffiro Ciuffoletti, Lidia Calzolari, *La civiltà della transumanza*, pp. 15-36, Firenze, 2008
- Efthymios Constantinides, Stefan J. Fountain, *Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues*, in Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 2008
- Giacomo Corna-Pellegrini, *Turismo, cura di se' e immaginazione cognitiva*, Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, N° 195, 9 gennaio 2000
- Pier Giorgio Cozzi, *Turismo e Web, Marketing e comunicazione tra mondo reale e mondo virtuale*, Milano, 2010

- Elena Croci, *Turismo culturale, il marketing delle emozioni*, Milano, 2009
- Nancy T. De Grummond, *The sanctuary of the etruscan artisans at Cetamura, the legacy of Alvaro Tracchi*, Firenze, 2009
- Tommaso Detti (a cura di), *La terra dei musei, paesaggio arte storia del territorio senese*, Siena, 2006
- Alberto Ferlenga, Fernanda De Maio (a cura di), *Progettare nella Storia, realizzazione di un polo di formazione sui beni e attività culturali*, Milano, 2006
- Antonio Foglio, *Il marketing urbano-territoriale*, Milano, 2006
- Antonio Foglio, *Il marketing della cultura*, Milano, 2005
- Grazia Gobbi, *Montevarchi, appunti di storia urbana*, Firenze, 1986
- Stephen Graham, Simon Marvin, *Telecommunication and the city, electronic spaces, urban places*, New York, 1996
- Stephen Graham, Simon Marvin, *Splintering urbanism: networked infrastructures, technological mobilities and the urban condition*, New York, 2001
- Elio Manzi (a cura di), *Beni Culturali e Territorio*, Roma, 2002
- Leone Ugo Masini, *Montevarchi attraverso i secoli*, Firenze, 1960
- Moreno Massaini, *Transumanza, dal Casentino alla Maremma, storie di uomini ed armenti lungo le antiche dogane*, Roma, 2005
- Milano, R. (2010). *Cosa fare e cosa non fare nella Rete turistica. Il caso Italia.it*, in G. Granieri & G. Perri (a cura di), *Linguaggi digitali per il turismo*, Milano, 2010
- Roberta Milano, Rodolfo Baggio, Robert Piattelli, *The effects of online social media on tourism websites*, http://www.iby.it/turismo/papers/baggio_socialmedia.pdf

- Annapaola Mosca, *Via Cassia, un sistema stradale romano tra Roma e Firenze*, Firenze 2002
- Francesco Papa, *Riflessione sugli studi di Alvaro Tracchi sulla via Cassia Adrianea*, in "Memorie Valdarnesi", CLXIX, pp. 237-242, Montevarchi, 2004
- Francesco Papa, Claudio Calosci, *Completamento della ristrutturazione dell'ex monastero di San Lodovico a Cennano*, in Memorie Valdarnesi, Serie VIII, fascicolo III, 2007, pp. 131-146, Montevarchi, 2007
- Lorenzo Piccioli, *Potere e carità a Montevarchi nel XVI secolo, Storia di un centro minore della Toscana medicea*, Firenze, 2005
- Johan Plesner, *Una rivoluzione stradale del Dugento*, Firenze, 1979
- Alessandro Prunesti, Fabio Lalli, *Geolocalizzazione e mobile marketing*, Milano, 2011
- Paola Refice (a cura di), *Museo d'arte sacra della Collegiata di San Lorenzo, guida alla visita del museo e alla scoperta del territorio*, Firenze, 2007
- Marcello Risitano, *Il ruolo della marca nella gestione delle destinazioni turistiche*, Napoli, 2006
- Leonardo Rombai, *Le strade provinciali di Firenze, Geografia, Storia e Toponomastica*, Firenze, 1992
- Leonardo Rombai, *I paesaggi della transumanza nella Toscana orientale*, in Zeffiro Ciuffoletti, Lidia Calzolari, *La civiltà della transumanza*, pp. 75-102, Firenze, 2008
- Adanella Rossi, Francesca Guidi, Silvia Innocenti (a cura di), *A guide to setting up collective forms of direct sales, experience, approaches, tools*, Firenze, 2009
- Andrea Rossi, Maurizio Goetz, *Creare offerte turistiche vincenti con Tourist Experience Design*, Milano, 2011

Richard Sandell, Robert R. Janes, *Museum Management and Marketing*, Abingdon, 2007

Walter Santagata (a cura di), *White paper on creativity. Towards an Italian model of development*, Milano, 2009

Lorenzo Tanzini (a cura di), *La Valdambra nel Medioevo, Territorio, poteri, società*, Firenze, 2011

Giuseppe Tartaro, *La canalizzazione dell'Arno nel Valdarno Superiore, un intervento sul territorio nel XVIII secolo*, Montevarchi, 1989

Giuseppe Tartaro, Menotti Mazzini, *Il Museo Paleontologico di Montevarchi*, Montepulciano, 1997

Alvaro Tracchi, *Dal Chianti al Valdarno. Ricognizioni archeologiche in Etruria*, Roma, 1978

Maria Angela Turchetti, Valentina Cimarrì, Francesco Papa, *Accademia Valdarnese del Poggio: la nuova Sezione Archeologica 'Alvaro Tracchi'*, in Notiziario della Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana, 6/2010, Firenze, 2011

Rossella Valentini, *Il Berignolo d'Arno e i mulini di Montevarchi e San Giovanni, geografia storica e beni culturali di un sistema idraulico del Valdarno di Sopra*, San Giovanni Valdarno, 1997

Guido Vannini (a cura di), *Fortuna e declino di una società feudale valdarnese, Il Poggio della Regina*, Firenze, 2002

Ralph J. Wilson, *The Five Mutable Laws of Web Marketing*, <http://www.wilsonweb.com/wmta/basic-principles.htm>