



Il valore "processuale" dell'analisi di contesto. La context map

(Carlo Ricci)

5 luglio 2022

RETERURALE
NAZIONALE
20142020

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali



crea
Consiglio per la ricerca in agricoltura
e l'analisi dell'economia agraria



FORUM
LEADER
2022

Smart Village: dimensione progettuale

- Smart: small (piccolo territorio)
- Smart: short orizzonte 12 mesi (2023) & fast (si progetta per fare)
- Smart: tecnologico (passi avanti nell'uso di soluzioni digitali)
- Smart: basato sull'attivismo collaborativo della comunità
- Smart: sostenibile (che riflette sul futuro)
- Smart: misurabile (risultati misurati con indicatori)

L'analisi di contesto assume un valore "processuale"

(si progetta mentre si fa)

- ❖ Parte dall'azione ed è parte dell'azione
- ❖ Serve ad individuare tutti i fattori decisivi per il successo del progetto
- ❖ Deve focalizzarsi sulla ricerca di energia sociale e quindi su partner di progetto e partner di confine
- ❖ Deve portare al risultato di «affinare» le linee di azione individuate e renderle operative



What we mean by local stakeholders?

La comunità Terra Accogliente opera in una zona rurale di sette comuni, caratterizzata da un territorio collinare, prevalentemente agricolo, ed è prossima ai poli urbani di Chieti e Pescara.

La Comunità è costituita da oltre 800 sottoscrittori ed il suo obiettivo è lavorare alla definizione di un'immagine condivisa del territorio che parta dalle risorse esistenti e ne proponga la valorizzazione coordinata, la crescita, la diffusione di buone pratiche per lo sviluppo sostenibile ed il rafforzamento della propria identità culturale ed economica.

A CHE PUNTO
SIAMO OGGI

INIZIATIVE E
AZIONI DA
INTRAPRENDERE

I TRACCIATI SONO
STATI TUTTI RIVISI-
ONATI E SOTTOPON-
TI ALLA VERIFICA E
MODIFICA DEI
COMUNI

CARTINA
DELLA MOBILITÀ
SOSTENIBILE

LA SEGNALETICA
DIREZIONALE DEI
CENTRI STORICI
E ASSIENZI È
DEMANDATA AL
"BANDO"

STUDIO DI
FATTIBILITÀ
SU SEGNALETICA
BIEN TUNING

GUIDA IN PIANO
SPECIALE
D'ABRUZZO
IT+EU

IL SITO È STATO
REALIZZATO IN UNA
VERSIONE BETA

MAPPATURA
OPERATORI
+ IMPORTANTI
E VETROVIA

VERSIONI
WEB
DELLA GUIDA

PUNTI DI ACCOGLIENZA
NON COLLEGATI TRA
LORO O NON ATTIVI

INCREMENTO
CONTENUTI
80

CREAZIONE DI
ESPOSITORI DI
PRODOTTI TIPICI
"MARRICCIOLI"
CON TARGHE
COORDINATE PER RIV.

Esistono nome
e logo ma nessuno
li usa Sono allora
POG Visibili

COSA SI VEDRÀ
FRA 1/2 ANNI
(Presaggi e
Comportamenti)

TUTTI I PAESI
ED I PRINCIPALI
PUNTI DI INTERESSE
TURISTICO SONO
COLLEGATI DA CAR-
TELLI E PERICOLI CICL.

UN SISTEMA DI WORK-
SHOPS È STATO
CONCEPITO PER
CONSENTIRE AI
VISITATORI DI:

COMPRENDERE LE
OPPORTUNITÀ PER
IL TEMPO LIBERO

PRENDERE A CONOS-
CENZA I SERVIZI, VISTE
E VARI TIPI DI
ESPERIENZE

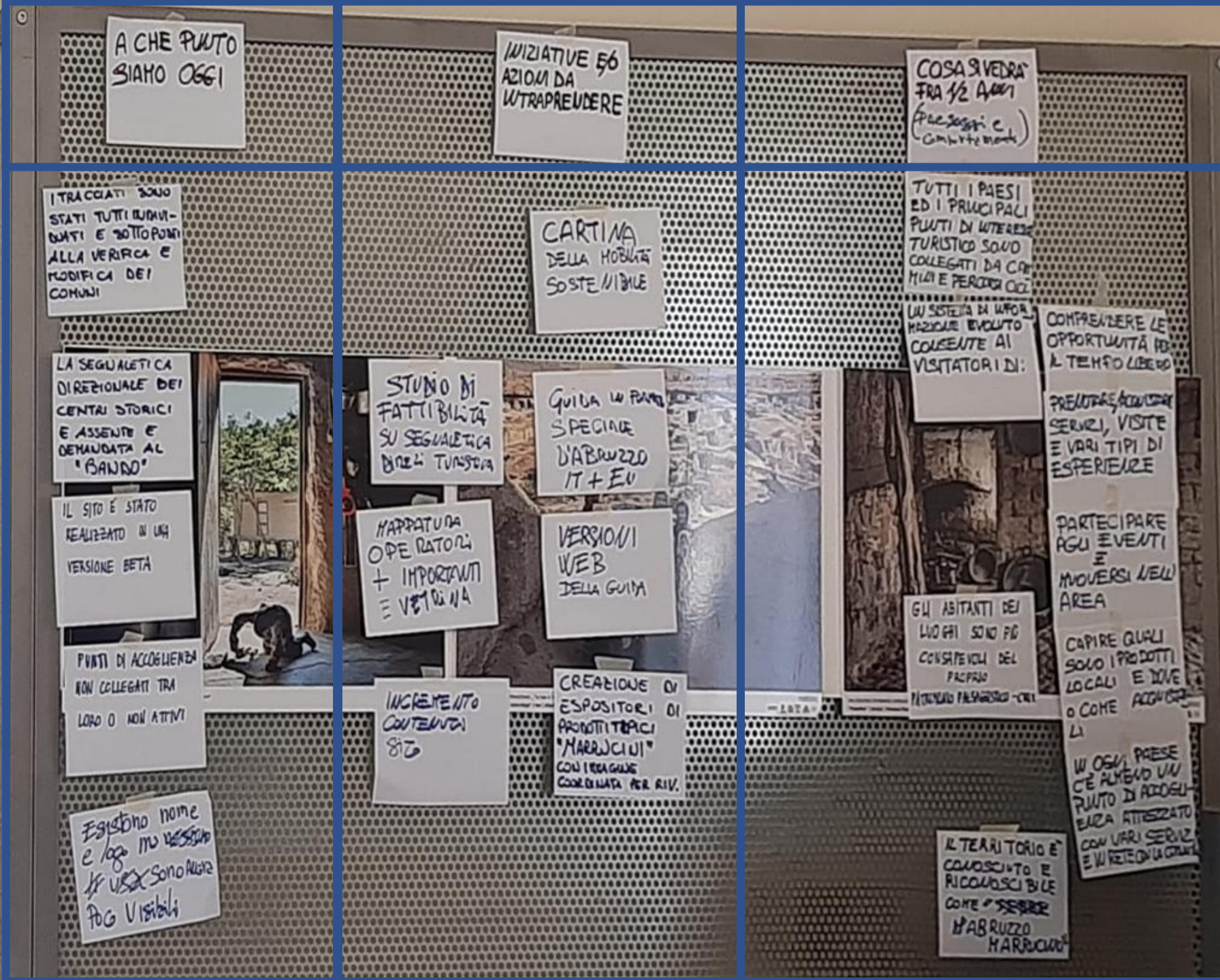
PARTECIPARE
AGLI EVENTI
E
MOVERSI NELL'
AREA

CAPIRE QUALI
SONO I PRODOTTI
LOCALI E DOVE
O COME ACQUI-
STARLI

IN OGNI PAESE
C'È ALMENO UN
PUNTO DI ACCOGLIEN-
ZA ATTREZZATO
CON VARI SERVIZI
E WIRELESS LOCAL

IL TERRITORIO È
CONOSCIUTO E
RICONOSCIBILE
COME "SERBIO"
D'ABRUZZO
MARRICCIOLI

Si parte quindi dalla
visione del progetto:
Cosà concretamente si
vedrà dopo la sua
realizzazione in
termini di paesaggi e
comportamenti



A CHE PUNTO
SIAMO OGGI

INIZIATIVE E
AZIONI DA
INTRAPRENDERE

COSA SI VEDRÀ
FRA 1/2 ANNI
(Presegni e
Comportamenti)

I TRACCIATI SONO
STATI TUTTI RIVISI-
ONATI E SOTTOPON-
TI ALLA VERIFICA E
MODIFICA DEI
COMUNI

CARTINA
DELLA MOBILITÀ
SOSTENIBILE

TUTTI I PAESI
ED I PRINCIPALI
PUNTI DI INTERESSE
TURISTICO SONO
COLLEGATI DA CAR-
TELLI E PERICOLI CICL-

LA SEGNALETICA
DIREZIONALE DEI
CENTRI STORICI
E ASSENTE È
DEMANDATA AL
"BANDO"

STUDIO DI
FATTIBILITÀ
SU SEGNALETICA
BIEN TURISTICA

GUIDA IN PIANO
SPECINIE
D'ABRUZZO
IT+EU

UN SISTEMA DI WORK-
HARQUE EVOLUTO
CONSENTE AI
VISITATORI DI:

COMPRENDERE LE
OPPORTUNITÀ PER
IL TEMPO LIBERO

IL SITO È STATO
REALIZZATO IN UNA
VERSIONE BETA

MAPPATURA
OPERATORIA
+ IMPORTANTI
E VETUSIA

VERSIONI
WEB
DELLA GUIDA

GLI ABITANTI DEI
LUOGHI SONO PIÙ
CONSAPEVOLI DEL
PROPRIO
PATRIMONIO PAESAGGICO-CUL-

PRENDERE A CURA
SERVIZI, VISITE
E VARI TIPI DI
ESPERIENZE

PUNTI DI ACCOGLIENZA
NON COLLEGATI TRA
LORO O NON ATTIVI

INCREMENTO
CONTENUTI
8/2

CREAZIONE DI
ESPOSITORI DI
PRODOTTI TIPICI
"MARRUCCIOLI"
CON IERAGHIE
COORDINATA PER RIV.

PARTECIPARE
AGLI EVENTI
E
MOVERSI NELL'
AREA

Esistono nome
e logo ma nessuno
li usa Sono ancora
poco visibili

IL TERRITORIO È
CONOSCIUTO E
RICONOSCIBILE
COME "SERBIO
D'ABRUZZO
MARRUCCIOLI"

CAPIRE QUALI
SONO I PRODOTTI
LOCALI E DOVE
O COME ACQUI-
RILI

IN OGNI PAESE
C'È ALMENO UN
PUNTO DI ARRO-
LAMENTO ATTREZZATO
CON VARI SERVIZI
E IN RETE CON LA COMU-

Si parte quindi dalla visione del progetto: Cosà concretamente si vedrà dopo la sua realizzazione in termini di paesaggi e comportamenti

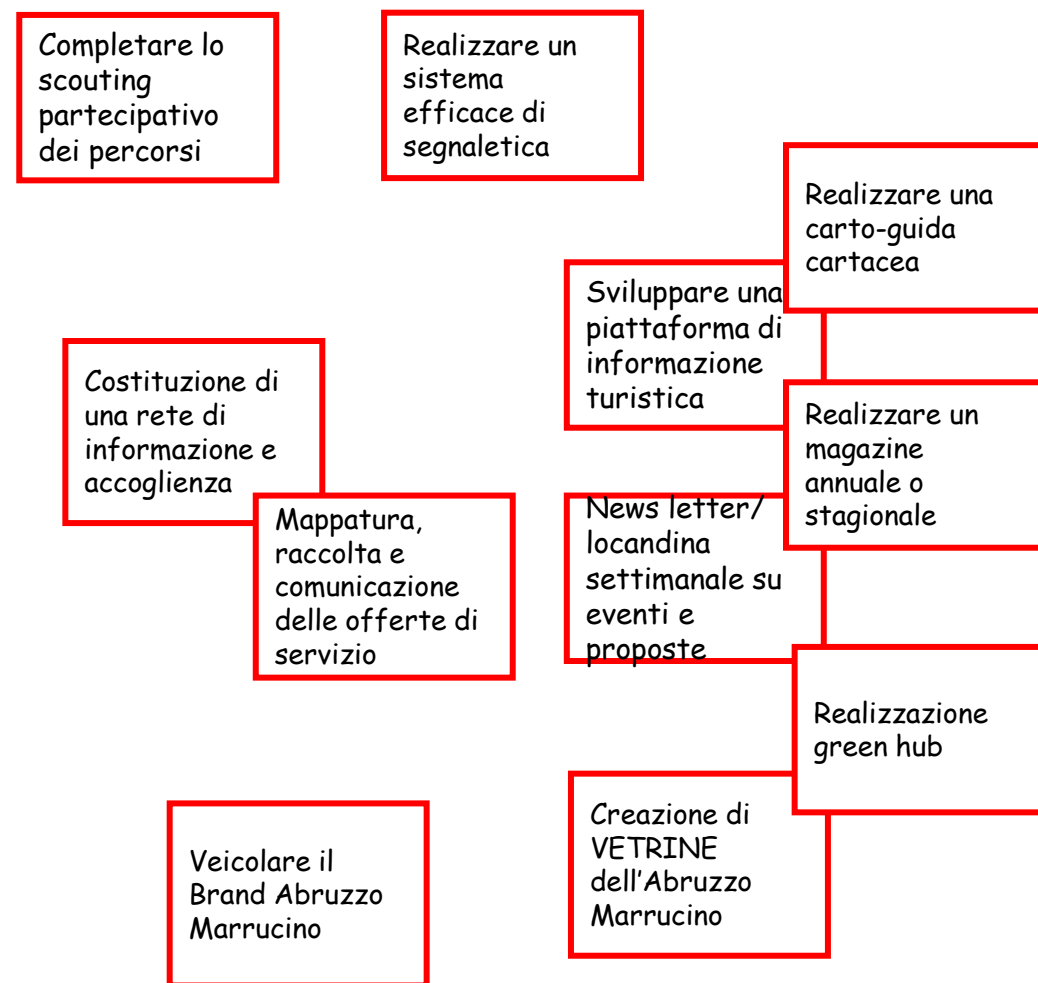
Si passa poi a rappresentare la situazione attuale rispetto alla visione delineata

E quindi si definiscono le linee di azione principali da realizzare

Descrizione della situazione attuale del contesto

- ❖ I percorsi esistono, ma non sono segnati
- ❖ Non è possibile noleggiare bici elettriche
- ❖ Esistono interessanti attività ma sono completamente scollegate
- ❖ Gli eventi vengono promossi singolarmente
- ❖ I punti info comunali sono solo estivi, scollegati e poco efficaci
- ❖ Esistono Nome e Logo, ma sono poco visibili e utilizzati

Individuazione delle principali linee di azione



I cambiamenti raggiunti nel territorio dell'Abruzzo Marrucino l'anno prossimo (2023)

- Tutti i paesi ed i principali punti di interesse turistico sono collegati da reti di cammini e percorsi ciclabili dotati di efficaci strumenti di orientamento (segnaletica, tracce e descrizioni digitali) guide cartacee
- Un sistema di informazione evoluto consente ai visitatori di:
 - ▶ comprendere le opportunità per il tempo libero
 - ▶ prenotare servizi, visite ed altre esperienze;
 - ▶ partecipare agli eventi;
 - ▶ capire quali sono i prodotti del territorio e dove acquistarli;
 - ▶ muoversi nell'area.
- In ogni paese c'è almeno un punto di accoglienza attrezzato (green hub)
- Il comprensorio è conosciuto e riconoscibile come Abruzzo Marrucino



Infrastrutture
del territorio

Produzioni locali

Risorse naturali e
culturali, paesi

Servizi
locali

Immagine,
Mercati,
relazioni esterne

Risorse umane
Identità
know- how

Capitale sociale

Governance

ABRUZZO MARRUCINO

Infrastrutture del territorio

Produzioni locali

Servizi locali

Risorse umane
Identità
know-how

Governance

Capitale sociale

Immagine,
Mercati,
relazioni esterne

Risorse naturali e culturali, paesi

Creazione di VETRINE dell'Abruzzo Marrucino

Mappatura, raccolta e comunicazione delle offerte di servizio

Realizzazione green hub

Veicolare il Brand Abruzzo Marrucino

Costituzione di una rete di informazione e accoglienza

Realizzare un sistema efficace di segnaletica

Completare lo scouting partecipativo dei percorsi

Realizzare una carto-guida cartacea

Realizzare un magazine annuale o stagionale

News letter/ locandina settimanale su eventi e proposte

Sviluppare una piattaforma di informazione turistica



**ATTORI
SOCIALI
ORGANIZZ.**

**PARTECIPANTI
VOLONTARI**

**LIVELLO
COMUNALE**

IMPRESE

**KNOWLEDGE
PARTNER**

Associazioni
culturali di
paese

Volontari
interessati a
partecipare
ad un gruppo
di redazione

Sindaci ed
amministratori

Produttori
eccellenti

SLOW-
FOOD

GAL Costa
dei
trabocchi

Organizzatori
eventi

Volontari
appassionati
di escursioni

Uffici
tecnici dei
comuni

Esercenti
alloggio,
ristoro e
commercio

Associazioni
camminatori
(CAI),
AEGAE Coll.
G. Alp. -

Parco della
Maiella

Uffici
informazione
turistica

Volontari per
gruppo
«Redazione
diffusa»

Cuochi

Esperti di
segnalazione
per formare
volontari

CCIAA
Chieti -
Pescara

Volontari
Digital Coach

Fornitore
esperto di
cartografia
escursionisti
-ca

Media
digitali e non
che si
occupano del
territorio

SELF: Stakeholders Engagement Level Framework

ATTORI SOCIALI ORGANIZZATI

Categoria /gruppo di attori	Comportamenti desiderati	Coinvolgimento attuale (livello)	Esigenze conoscitive	Strategia coinvolgimento
Associazioni Culturali di Paese e Uffici di informazione turistica	<ul style="list-style-type: none">- Adesione alla comunità- Adozione di sentieri- Istituzione redazioni	<ul style="list-style-type: none">- 30%- Non hanno una chiara idea del progetto e come partecipare	<ul style="list-style-type: none">- Individuazione- Raccolta della propensione a partecipare	Invito a partecipare allo scouting dei percorsi Focus sulla progettazione della rete di informazione turistica