



MedDiet Go! - Med Diet identities - from territorial networking to cluster organization –  
Programma Interreg Euro-MED 2021-2027

## INNESCARE Living Lab

### Report

a cura di Andrea Gelao





## PREMESSA

Il progetto MedDiet Go! si colloca all'interno del Programma Interreg Euro-MED 2021-2027 con l'obiettivo ambizioso di valorizzare il patrimonio identitario e culturale della Dieta Mediterranea come leva strategica per lo sviluppo sostenibile dei territori. L'iniziativa rappresenta una naturale evoluzione del precedente progetto Med.Net, del quale capitalizza approcci, metodologie e risultati. In questo contesto, l'area pilota di Foggia assume un ruolo centrale, per la ricchezza delle sue tradizioni agroalimentari, la varietà paesaggistica e la complessa trama sociale ed economica che la caratterizza.

La Dieta Mediterranea non viene qui considerata esclusivamente come un regime alimentare salutare, bensì come un insieme complesso di pratiche, saperi, rituali, paesaggi, filiere produttive e relazioni sociali. È un sistema identitario in continua evoluzione, radicato nella memoria collettiva e proiettato verso il futuro. L'obiettivo del progetto è quello di trasformare tale patrimonio in un volano di sviluppo locale, favorendo la destagionalizzazione del turismo, il rafforzamento delle economie locali e il consolidamento del tessuto comunitario attraverso forme di governance partecipata e innovazione sociale.

Il percorso dei Living Lab si inserisce in questa cornice progettuale come dispositivo chiave per coinvolgere attivamente i portatori di interesse locali, favorire la co-creazione di idee e servizi innovativi, e individuare opportunità concrete di sviluppo territoriale. Il Living Lab attivato a Foggia mira dunque a mettere in relazione la pluralità di attori, saperi e pratiche esistenti, stimolando un processo di ascolto, narrazione e progettazione condivisa che restituisca centralità ai bisogni delle comunità locali.

Il presente report documenta il secondo appuntamento di questo percorso partecipativo svoltosi il 27 giugno 2025 presso il **Museo del Territorio – Polo Biblio-Museale Regione Puglia** di Foggia. L'incontro ha rappresentato un secondo momento di aggregazione e confronto, volto a proseguire quanto fatto nel primo incontro dove si è puntato ad esplorare l'immaginario collettivo legato alla Dieta Mediterranea, a mappare luoghi, attori e pratiche significative del territorio, e ad avviare la costruzione di profili-personas rappresentativi dei diversi stakeholder coinvolti. In questo secondo incontro, tali profili costituiscono la base per la co-progettazione di servizi innovativi da integrare nell'Hub della Dieta Mediterranea.



## INTRODUZIONE

Il secondo incontro si inserisce in un percorso già avviato nel primo appuntamento del 22 maggio, nel quale il gruppo di partecipanti aveva esplorato l'immaginario collettivo legato alla Dieta Mediterranea, mappato luoghi, attori e pratiche del territorio, e selezionato quattro tra i dieci profili-personas individuati nella fase di ricerca preliminare: **Greta**, la giovane attivista del cibo e dell'ambiente; **Ermenegildo**, il costruttore di esperienze; **Alfredo**, il sommelier narratore; e **Saverio**, il custode del gusto e del sapere.

Il Living Lab, nel quadro del progetto europeo **MedDiet Go!**, continua a rappresentare uno spazio di co-creazione in cui la comunità viene coinvolta attivamente nel definire idee, servizi e funzioni per il futuro Hub della Dieta Mediterranea. Se nel primo incontro era stato costruito un terreno narrativo comune — fatto di memorie alimentari, luoghi identitari, ritualità, comunità e patrimoni agroalimentari — il secondo incontro ha inaugurato una fase più propriamente **progettuale**, in cui i gruppi hanno iniziato a dare forma a possibili soluzioni e servizi per i target-personas scelti.

L'incontro si è aperto con una breve ripresa dei risultati del primo laboratorio e con una restituzione delle quattro *How Might We* emerse. Ogni gruppo ha quindi ripreso in mano la propria personas e, attraverso tecniche di ideazione guidata, ha iniziato a costruire un prototipo concettuale di servizio: un primo embrione di ciò che, nelle successive fasi del Living Lab, sarà testato, valutato e affinato.

Il cuore dell'incontro è stata dunque l'emersione di quattro servizi prototipali — ciascuno centrato sui bisogni, sulle aspirazioni e sulle sfide della propria personas — che nel loro insieme costituiscono una prima “bozza d'ecosistema” dell'Hub della Dieta Mediterranea.





## NOTA METODOLOGICA

La metodologia adottata ha posto al centro la dimensione esperienziale ed evocativa della memoria alimentare, utilizzando strumenti di facilitazione creativa per far emergere ricordi, emozioni e suggestioni personali legate al cibo, ai luoghi e alle relazioni. Da questa prima fase esplorativa è emersa una ricca narrazione corale, espressione della pluralità di sguardi che caratterizza il territorio di Foggia e della Capitanata. La sfida che ora si apre è quella di tradurre tale ricchezza in progettualità condivise, capaci di generare impatti tangibili per il benessere economico, culturale e sociale delle comunità locali.

Il percorso di design partecipativo avviato nell'ambito del progetto MedDiet Go! si fonda su un approccio metodologico integrato, che combina elementi propri del design thinking, della progettazione partecipata, della facilitazione creativa e della ricerca qualitativa applicata ai contesti territoriali. L'intero processo è concepito come un ciclo iterativo e incrementale, articolato in più fasi interconnesse, che accompagnano progressivamente i partecipanti dal riconoscimento dell'identità territoriale alla co-progettazione di servizi innovativi.

Nel complesso, la metodologia adottata privilegia un approccio centrato sulle persone e sui contesti reali, orientato alla generazione di proposte che siano culturalmente radicate, socialmente desiderabili, tecnicamente fattibili ed economicamente sostenibili, in coerenza con i principi cardine del design partecipativo e dell'innovazione territoriale inclusiva.

A partire dal lavoro svolto nell'incontro precedente, il secondo incontro del Living Lab è stato progettato seguendo una logica pienamente coerente con l'approccio seguito finora e quindi si è così strutturato:

### **1. Ritorno alle personas e alla HMW**

Ogni gruppo ha iniziato il lavoro rileggendo la propria personas e la relativa *How Might We*, formulate nel primo incontro. La *HMW* ha funzionato come un **faro di progettazione**: una domanda aperta, orientata alla possibilità, che invita a generare soluzioni senza ancora preoccuparsi dei vincoli.

### **2. Brainstorming generativo**

Ad ogni partecipante sono stati consegnati post-it per rispondere individualmente alla domanda “Quali idee per il vostro personaggio?”.

Il brainstorming è stato guidato da tre criteri:

- quantità prima della qualità,
- assenza di giudizio,
- costruzione progressiva sulle idee degli altri.



Nelle foto raccolte a documentazione dell'incontro sono visibili i singoli contributi che, sommandosi, hanno costruito il primo “materiale grezzo” del lavoro di gruppo.

### 3. Condivisione e costruzione del bagaglio collettivo

Le idee emerse individualmente sono state lette ad alta voce, discusse e posizionate su un canvas comune.

Questo momento ha permesso:

- di identificare ricorrenze, pattern e intuizioni condivise,
- di esplicitare bisogni impliciti del target,
- di riconoscere ciò che ogni gruppo riteneva più rilevante per la propria personas.

### 4. Sintesi e definizione dell'ipotesi di servizio

Partendo dal materiale generato, ciascun gruppo ha definito una **prima ipotesi di servizio**, valorizzando:

- i bisogni della personas,
- le risorse del territorio,
- le funzioni potenziali del futuro Hub della Dieta Mediterranea.

Queste ipotesi sono diventate le schede-prototipo: non soluzioni definitive, ma “modelli concettuali” pronti per essere testati nel terzo incontro.

Questi materiali costituiscono gli output ufficiali del secondo Living Lab.



**2° LIVING LAB INNESCARE - I LAVORI DEI GRUPPI****Mediterranean Lab – Hub per il Cibo Attivo**

Greta, l'attivista del cibo e dell'ambiente

Il gruppo dedicato a Greta ha lavorato partendo da una *HMW* che metteva al centro il bisogno di **spazi reali** per giovani che desiderano impegnarsi attivamente in temi di sostenibilità, alimentazione consapevole e transizione ecologica.

Il brainstorming ha mostrato con chiarezza il desiderio di Greta di "fare la differenza", di entrare in contatto con altre persone che condividono i suoi valori, di sentirsi supportata dalle istituzioni e di poter accedere a luoghi dove competenze, sperimentazione e attivazione sociale si intrecciano.

La scheda di servizio prodotta propone quindi un **Hub fisico e digitale** per giovani attivisti, in cui co-progettare iniziative, formarsi, sperimentare laboratori di innovazione sostenibile e avviare micro-progetti

territoriali.

L'idea risponde in modo diretto al bisogno di Greta di un luogo in cui la sua attitudine attivista possa trasformarsi in **azione concreta e collettiva**.

**Obiettivo del servizio**

Creare uno spazio fisico e digitale dove giovani attivisti come Greta possano sperimentare, apprendere e incidere concretamente sulle pratiche sostenibili legate al cibo e al territorio, intrecciando attivismo, cultura e partecipazione locale.

**Target primario**

Giovani tra 18 e 30 anni interessati a sostenibilità, cibo, innovazione sociale, agricoltura urbana, startup green e processi partecipativi.

**Concept di fondo**

Greta rappresenta una generazione che non vuole solo sensibilizzare, ma agire. Il servizio risponde al suo desiderio di 'fare la differenza' creando radici locali per l'attivismo: un luogo reale dove confrontarsi, sperimentare e proporre soluzioni sostenibili, connesso a una piattaforma digitale per amplificarne l'impatto.

**Struttura del servizio****1. Hub fisico nel Museo del Territorio**

Un'area-laboratorio multifunzionale all'interno del museo dedicata alla Dieta Mediterranea come bene comune, articolata in:



- Spazio co-working partecipativo: area modulabile per incontri, progettazione, hackathon e workshop.
- Bottega-laboratorio: per attività pratiche (orti urbani sperimentali, laboratori di cucina sostenibile, scambio semi, riuso alimentare).
- Arena del confronto: spazio per talk, proiezioni, concerti e performance artistiche sul tema del cibo e dell'ambiente.

### 2. Programma 'Residenze rurali'

Percorsi di breve durata (3–5 giorni) che uniscono:

- Esperienze immersive in aziende agricole e allevamenti locali innovativi a km0.
- Scambi con produttori e custodi di pratiche tradizionali.
- Laboratori di co-progettazione per la diffusione di pratiche sostenibili.

Output: micro-progetti da esporre o sperimentare nel museo (es. installazioni, mini documentari, degustazioni narrative).

### 3. Piattaforma digitale 'Cibo Attivo'

Uno strumento online per:

- Mappare buone pratiche, aziende bio, e progetti sostenibili del territorio.
- Attivare call per nuove idee e volontari.
- Calendarizzare eventi, corsi e residenze.
- Condividere toolkit e risorse formative.

### Journey sintetico (Greta)

| Fase    | Esperienza   | Emozione chiave               |
|---------|--|-------------------------------|
| Prima   | Scopre il programma sul sito del museo o tramite social.   | Curiosità                     |
| Durante | Partecipa a un evento di co-progettazione o a una residenza rurale. Collabora con altri giovani e produttori locali. | Entusiasmo, senso di comunità |
| Dopo    | Pubblica il proprio progetto sulla piattaforma e lo racconta durante un evento pubblico.                             | Orgoglio, appartenenza        |

### Governance e partnership

- Museo del Territorio di Foggia come host e facilitatore.
- Università di Foggia (Dip. Agraria e Scienze Sociali) come partner scientifico.
- Rete di produttori locali, GAS e associazioni ambientaliste come comunità attiva.
- ARTI Puglia / Regione Puglia come sostenitori istituzionali e incubatori di idee.



## Valore aggiunto per il Museo

- Trasforma l'area "Dieta Mediterranea" da esposizione statica a laboratorio vivo.
  - Attira un pubblico giovane e dinamico.
  - Genera contenuti e progetti co-prodotti, rinnovando periodicamente l'offerta culturale.

## Possibile payoff narrativo

**“Dal cibo all’azione: un hub per giovani che vogliono cambiare il mondo partendo da Foggia.”**





## Blueprint – Mediterranean Lab – Hub per il Cibo Attivo

### Obiettivo

Offrire a giovani attivisti del cibo e dell'ambiente uno spazio fisico e digitale per co-progettare, sperimentare e condividere pratiche sostenibili legate alla Dieta Mediterranea, all'interno del Museo del Territorio di Foggia.

### 1. Esperienza dell'utente (Frontstage)

| Fase                         | Azioni di Greta (utente)  | Touchpoint principali  | Emozioni                |
|------------------------------|---|--|-------------------------|
| <b>Awareness</b>             | Scopre il progetto “Mediterranean Lab” sui social o tramite università/associazioni.              | Post social, sito del museo, newsletter, eventi partner.     | Curiosità               |
| <b>Engagement</b>            | Si iscrive alla piattaforma “Cibo Attivo” e partecipa a un incontro introduttivo presso il museo. | Piattaforma digitale, desk accoglienza, community online.    | Interesse, appartenenza |
| <b>Esperienza diretta</b>    | Partecipa a una residenza rurale o a un laboratorio su agricoltura urbana e cucina sostenibile.   | Spazio Hub, aziende agricole, workshop, mentor.              | Entusiasmo, scoperta    |
| <b>Co-progettazione</b>      | Collabora alla definizione di micro-progetti o iniziative da presentare nel museo.                | Sessioni di design partecipativo, mentoring, piattaforma.    | Creatività, fiducia     |
| <b>Diffusione e advocacy</b> | Condivide il progetto sui social, partecipa a eventi pubblici, invita altri giovani.              | Eventi del museo, canali social, storytelling partecipativo. | Orgoglio, appartenenza  |

### 2. Interazioni visibili (Frontstage organizzativo)

| Attori del servizio                         | Azioni / Interventi visibili   |
|---|--|
| Facilitatori / Staff museo                  | Gestiscono gli incontri, accolgono i giovani, moderano i laboratori.           |
| Mentor / esperti agroalimentari             | Offrono formazione e accompagnamento tecnico durante i laboratori o residenze. |
| Comunicazione Museo / ARTI                  | Diffondono storie e risultati sui canali regionali.                            |
| Partner locali (aziende, GAS, associazioni) | Ospitano le esperienze rurali e co-progettano attività.                        |



### 3. Processi invisibili (Backstage)

| Attività interne   | Responsabili                             |
|--|--|
| Selezione dei partecipanti e definizione del calendario delle attività | Team Museo + ARTI Puglia                 |
| Gestione logistica delle residenze (trasporti, vitto, alloggi)         | Coordinamento operativo del museo        |
| Produzione di materiali didattici e toolkit                            | Università di Foggia e staff scientifico |
| Raccolta e valutazione dei progetti dei partecipanti                   | Comitato scientifico / giuria di esperti |
| Gestione piattaforma digitale "Cibo Attivo"                            | Staff comunicazione + sviluppatore web   |

### 4. Supporti e infrastrutture

| Tipologia   | Descrizione  |
|-------------|--|
| Fisiche     | Area Hub nel museo, laboratori, orto urbano sperimentale, spazi per eventi e coworking.        |
| Digitali    | Piattaforma "Cibo Attivo" con sezioni mappatura, community, call for ideas, calendario eventi. |
| Relazionali | Rete di aziende agricole, università, associazioni ambientaliste, istituzioni pubbliche.       |
| Formative   | Toolkit partecipativi, manuali su dieta mediterranea e innovazione sociale.                    |

### 5. Evidenze fisiche (Physical Evidence)

| Elemento tangibile                                    | Funzione nel servizio  |
|---|--|
| allestimento "Area Dieta Mediterranea"                | Spazio immersivo e dinamico per workshop e prototipi.        |
| Passaporto dell'attivista ("Cibo Attivo Card")        | Strumento di riconoscimento e tracciamento delle esperienze. |
| Mappa interattiva delle pratiche sostenibili          | Installazione museale aggiornata dagli utenti.               |
| Mostra annuale dei progetti ("Mediterranean Futures") | Evento conclusivo di restituzione e networking.              |

### 6. Output e impatto

| Livello     | Risultato atteso   |
|-------------|--|
| Individuale | Giovani più consapevoli e connessi con la filiera agroalimentare locale.     |
| Comunitario | Creazione di reti tra cittadini, produttori e istituzioni.                   |
| Culturale   | Rinnovamento del museo come luogo di innovazione sociale.                    |
| Ambientale  | Diffusione di pratiche sostenibili legate al cibo e alla Dieta Mediterranea. |

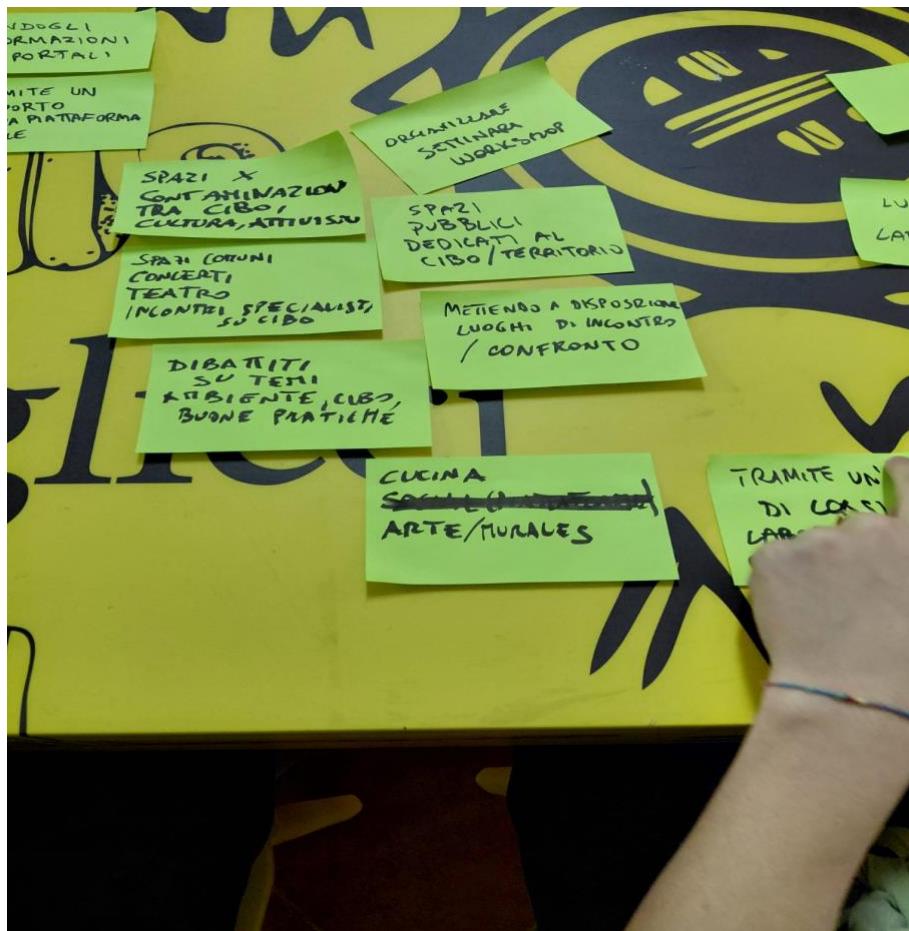


## 7. Metriche di valutazione

- Numero di giovani coinvolti nelle residenze e nei laboratori.
- Numero di progetti generati e implementati.
- Interazioni e contributi sulla piattaforma digitale.
- Grado di soddisfazione e di senso di appartenenza (survey post-attività).
- Copertura mediatica e engagement sui social.

## 8. Visione evolutiva

Nel medio periodo, il Mediterranean Lab potrà evolversi in una rete regionale di hub per l'attivismo alimentare, con il Museo di Foggia come centro pilota e punto di riferimento per la Dieta Mediterranea come cultura viva.





## Scuola del Gusto Mediterraneo – La Rete dei Custodi (Saverio)

Un laboratorio di trasmissione vivente del sapere agroalimentare e della tradizione pugliese.\_

### **Saverio, il custode del gusto e del sapere**

Saverio rappresenta la figura del custode del sapere tradizionale, un profilo profondamente radicato nel territorio e nelle sue pratiche. Il brainstorming ha messo in evidenza i suoi bisogni principali: **trasmettere il proprio sapere senza perdere identità**, essere riconosciuto e valorizzato, dialogare con i giovani e con altri custodi.

Il servizio ipotizzato dal gruppo — una Scuola del Gusto Mediterraneo — configura un sistema educativo ed esperienziale in cui la conoscenza di figure come Saverio diventa patrimonio condiviso, messo in rete e reso accessibile a scuole, famiglie e turisti.

L'elemento innovativo è la creazione di una **rete mediterranea dei custodi**, che supera la dimensione individuale e connette saperi, storie e tradizioni in un quadro comune.

### Obiettivo del servizio

Creare una rete di custodi del sapere e del gusto che, a partire dalle storie e competenze di figure come Saverio, possa trasmettere conoscenze, pratiche e valori legati alla Dieta Mediterranea alle nuove generazioni, alle scuole e ai visitatori del museo.

### Target primario

- Custodi e artigiani del cibo (fornai, contadini, cuochi tradizionali).
- Scuole, giovani, famiglie e visitatori interessati alla cultura alimentare.
- Operatori turistici e formatori nel settore agroalimentare.

### Concept di fondo

Saverio incarna la tradizione come forma di resistenza culturale: il suo sapere è comunitario, incarnato, legato alla terra. Il servizio mira a riconoscerlo come “custode vivente”, valorizzando la sua esperienza e trasformandola in didattica attiva e attrattiva, sia per i giovani che per i turisti.

### Struttura del servizio

#### 1. Banca Vivente dei Saperi

Archivio fisico e digitale curato dal museo che raccoglie video, ricette, racconti e pratiche agricole, documenta le attività dei custodi e offre strumenti didattici e percorsi multimediali.

#### 2. Laboratori del Fare

Cicli di incontri pratici all'interno e all'esterno del museo: pane, olio, formaggi, cucina stagionale, passeggiate nei campi e workshop intergenerazionali.



### 3. Saverio Med-Net

Rete mediterranea dei custodi del sapere tradizionale, con scambi, festival annuale 'Gusti e Memorie Mediterranee' e marchio dei custodi per chi tutela la biodiversità.

### 4. Percorsi Esperienziali e Turistici

Pacchetti turistici e cene narrative al museo, esperienze lente con visite ai custodi e collaborazione con tour operator e scuole.

Journey sintetico (Saverio)

| Fase    | Esperienza  | Emozione chiave               |
|---------|---|-------------------------------|
| Prima   | Viene contattato dal museo o da una scuola per condividere la propria esperienza.   | Orgoglio, curiosità           |
| Durante | Conduce un laboratorio o un'escursione raccontando la sua storia e le sue pratiche. | Coinvolgimento, soddisfazione |
| Dopo    | Vede il proprio sapere riconosciuto e valorizzato nel museo e nella rete.           | Appartenenza, gratitudine     |

Governance e partnership

- Museo del Territorio di Foggia come coordinatore e facilitatore.
- Assessorato Agricoltura Regione Puglia, Università di Foggia (Scienze Agrarie e Sociali), GAL e Slow Food come partner tecnici.
- Scuole e istituti alberghieri come destinatari e co-protagonisti.
- Rete mediterranea di custodi e produttori locali come comunità attiva.

Valore aggiunto per il Museo

- Integra la Dieta Mediterranea in chiave educativa e intergenerazionale.
- Trasforma il museo in luogo di trasmissione e produzione culturale.
- Rafforza il legame tra patrimonio immateriale e filiera locale.

Possibile payoff narrativo

“Le mani che impastano, la memoria che insegna.”

Step evolutivo

Nel tempo, la Scuola del Gusto Mediterraneo potrà diventare un polo regionale di educazione alimentare esperienziale, integrato nei percorsi scolastici e turistici, con il museo come centro permanente di formazione e narrazione.



## Service Blueprint – Scuola del Gusto Mediterraneo (Saverio)

### Obiettivo

Creare un sistema integrato di educazione, partecipazione e valorizzazione dei saperi tradizionali legati alla Dieta Mediterranea, con il Museo del Territorio di Foggia come centro di coordinamento e narrazione.

### 1. Esperienza dell'utente (Frontstage)

| Fase                  | Azioni di Saverio (utente)  | Touchpoint principali   | Emozioni                           |
|-----------------------|---|---|------------------------------------|
| <b>Awareness</b>      | Viene contattato o scopre l'iniziativa tramite la rete del museo o altri custodi. | Chiamata, brochure, social, rete locale.                      | Curiosità, orgoglio.               |
| <b>Onboarding</b>     | Partecipa a un incontro di presentazione e viene inserito nella rete dei custodi. | Incontro informativo, scheda di adesione, piattaforma online. | Entusiasmo, senso di appartenenza. |
| <b>Esperienza</b>     | Conduce laboratori pratici o attività didattiche con studenti e turisti.          | Spazi del museo, aziende agricole, scuole partner.            | Coinvolgimento, soddisfazione.     |
| <b>Valorizzazione</b> | Viene incluso in materiali video, mostre e narrazioni del museo.                  | Video, schede, eventi pubblici, social media.                 | Orgoglio, gratitudine.             |
| <b>Networking</b>     | Partecipa a scambi con altri custodi e al Festival Mediterraneo.                  | Eventi annuali, incontri regionali, reti online.              | Appartenenza, riconoscimento.      |

### 2. Interazioni visibili (Frontstage organizzativo)

| Attori del servizio           | Azioni / Interventi visibili  |
|-------------------------------|---|
| Staff museo                   | Coordina le attività, raccoglie testimonianze, promuove laboratori e materiali divulgativi. |
| Scuole e istituti alberghieri | Partecipano ai laboratori e integrano le attività nei programmi educativi.                  |
| Custodi del Gusto             | Conducono esperienze, trasmettono saperi e co-progettano attività.                          |
| Comunicazione Museo / Regione | Promuovono la rete e gli eventi annuali.  |

### 3. Processi invisibili (Backstage)

| Attività interne                                  | Responsabili  |
|---|---|
| Identificazione e selezione dei custodi del gusto | Comitato scientifico museo + ARTI Puglia + Slow Food. |
| Gestione rete e aggiornamento database            | Coordinamento museo + assistente tecnico.             |



|   |  |
|---|--|
| Pianificazione didattica e supporto alle scuole | Team educativo museo.                            |
| Monitoraggio qualità esperienze e feedback      | Comitato scientifico + facilitatori di progetto. |

#### 4. Supporti e infrastrutture

| Tipologia   | Descrizione   |
|-------------|---|
| Fisiche     | Spazi del museo, cucine didattiche, orto didattico, laboratori artigianali. |
| Digitali    | Archivio video, piattaforma dei custodi, mappe interattive dei saperi.      |
| Relazionali | Rete dei custodi, scuole, GAL, Slow Food, università e tur operator.        |
| Formative   | Toolkit didattici, materiali audiovisivi, guide per educatori.              |

#### 5. Evidenze fisiche (Physical Evidence)

| Elemento tangibile                              | Funzione nel servizio                                    |
|---|--|
| Archivio audiovisivo dei custodi                | Strumento di valorizzazione e trasmissione del sapere.   |
| Certificato 'Custode del Gusto<br>Mediterraneo' | Riconoscimento pubblico e motivazionale.                 |
| Festival 'Gusti e Memorie Mediterranee'         | Evento di restituzione e networking culturale.           |
| Laboratori del Fare                             | Esperienze educative concrete per visitatori e studenti. |

#### 6. Output e impatto

| Livello   | Risultato atteso   |
|-----------|--|
| Culturale | Tutela e trasmissione del patrimonio immateriale legato al cibo. |
| Sociale   | Connessione intergenerazionale e comunitaria.                    |
| Educativo | Apprendimento esperienziale e valorizzazione del sapere pratico. |
| Economico | Nuove opportunità turistiche ed esperienziali locali.            |

#### 7. Metriche di valutazione (KPI)

- Numero di custodi coinvolti e attivi nella rete.
- Numero di studenti e visitatori partecipanti ai laboratori.
- Feedback qualitativo dei partecipanti e degli educatori.
- Produzioni audiovisive e contenuti raccolti nell'archivio.
- Crescita delle relazioni territoriali e internazionali.

#### 8. Visione evolutiva

La Scuola del Gusto Mediterraneo potrà evolversi in un sistema permanente di formazione esperienziale e tutela dei saperi, riconosciuto a livello regionale e connesso alla rete mediterranea dei custodi.



## Atlante Mediterraneo delle Esperienze (Ermenegildo)

Un laboratorio di narrazioni e itinerari per un turismo culturale e gastronomico autentico.

Ermenegildo, il costruttore di esperienze

Il gruppo di Ermenegildo ha lavorato su una *HMW* centrata sul bisogno di **autenticità narrativa** e di sistemi informativi integrati. Il brainstorming ha fatto emergere la forte frustrazione del personaggio per l'eccesso di narrazioni stereotipate e per la frammentazione delle informazioni turistiche e culturali del territorio. Partendo da queste premesse, la scheda servizio ipotizzata propone un **Atlante Mediterraneo delle Esperienze**, uno strumento fisico e digitale che organizza, connette e rende accessibili luoghi, persone, storie e servizi del territorio in modo unitario. Il prototipo immaginato dal gruppo permette a Ermenegildo di costruire itinerari autentici, di collaborare con comunità locali e di trasformare il patrimonio mediterraneo in esperienze narrative di qualità, evitando la banalizzazione del racconto.

**Obiettivo del servizio**

Creare un sistema integrato di conoscenza, mappatura e co-creazione di esperienze turistiche e culturali legate alla Dieta Mediterranea, che permetta a operatori come Ermenegildo di costruire percorsi unici e autentici a partire da risorse, luoghi e persone del territorio.

**Target primario**

- Operatori turistici e culturali (tour designer, travel blogger, agenzie incoming, guide, content creator).
- Secondario: viaggiatori "slow" interessati all'esperienzialità autentica.

**Concept di fondo**

Ermenegildo rappresenta il nuovo artigiano dell'esperienza: non crea pacchetti turistici, ma trame narrative e relazionali. Il servizio risponde al suo bisogno di connessione diretta con comunità e talenti locali, offrendo strumenti concreti per progettare esperienze uniche basate sulla cultura del cibo e della territorialità mediterranea.

**Struttura del servizio**

### 1. Banca Dati Mediterranea (fisica e digitale)

Piattaforma integrata al Museo che raccoglie, cataloga e rende accessibili informazioni su aziende agroalimentari sostenibili, artigiani, cuochi, narratori e artisti del territorio; luoghi emblematici (mare, collina, campagna, borghi, siti archeologici) e percorsi tematici (cibo, arte, biodiversità, feste e tradizioni). Consente filtri per area geografica, tipo di attività, durata e tema.



## 2. Osservatorio del Turismo Esperienziale

Unità operativa del museo (con Università di Foggia e DMS regionale) che aggiorna dati di settore, promuove workshop di co-progettazione e favorisce reti di valore (co-marketing, storytelling condiviso, eventi a tema).

## 3. Laboratori “Crea la tua Esperienza”

Sessioni periodiche aperte a operatori, creativi e comunità locali per sviluppare nuovi format (gastronomici, narrativi, artistici, naturalistici), testare percorsi nel territorio e costruire micro-itinerari da proporre in rete o al pubblico del museo. Output: mini prototipi di esperienze reali.

## 4. Eventi e format pubblici

Cene tematiche e narrative al museo; Festival annuale “Esperienze Mediterranee”; Passeggiate sensoriali tra orti, mercati, aziende locali con il museo come base di partenza.

### Journey sintetico (Ermenegildo)

| Fase    | Esperienza  | Emozione chiave                  |
|---------|---|----------------------------------|
| Prima   | Consulta la piattaforma e scopre potenziali partner e luoghi autentici.     | Curiosità, desiderio di scoperta |
| Durante | Partecipa a workshop al museo e co-progetta esperienze con comunità locali. | Collaborazione, ispirazione      |
| Dopo    | Integra i nuovi percorsi nella sua offerta e li racconta sui propri canali. | Soddisfazione, orgoglio          |

### Governance e partnership

- Museo del Territorio di Foggia come nodo di raccolta e connessione.
- DMS Puglia Promozione per l'integrazione turistica digitale.
- Università di Foggia (Turismo, Agraria, Beni Culturali) come partner tecnico-scientifico.
- Associazioni e GAL locali come fornitori di contenuti ed esperienze autentiche.

### Valore aggiunto per il Museo

- Trasforma il museo in hub del turismo culturale e agroalimentare esperienziale.
- Offre un servizio stabile a operatori e community.
- Genera visibilità e contenuti vivi (dati, racconti, eventi, reti).

### Possibile payoff narrativo

“Dalla conoscenza all'esperienza: un Atlante vivo del Mediterraneo da costruire insieme.”



## Service Blueprint – Atlante Mediterraneo delle Esperienze (Ermenigildo)

### Obiettivo

Offrire a operatori turistici e culturali uno spazio fisico e digitale per co-progettare, mappare e condividere esperienze autentiche legate alla Dieta Mediterranea, con il Museo del Territorio di Foggia come hub.

### 1. Esperienza dell'utente (Frontstage)

| Fase                    | Azioni di Ermenigildo (utente)                                      | Touchpoint principali   | Emozioni                      |
|-------------------------|---|---|-------------------------------|
| <b>Awareness</b>        | Scopre l'Atlante tramite canali del museo, DMS, reti professionali. | Sito museo, piattaforma Atlante, social, newsletter.          | Interesse, curiosità          |
| <b>Onboarding</b>       | Crea profilo, consulta la banca dati, salva contatti e luoghi.      | Piattaforma digitale, help desk museo.                        | Padronanza, chiarezza         |
| <b>Co-progettazione</b> | Partecipa ai Laboratori "Crea la tua Esperienza".                   | Spazi Hub, toolkit, mentoring.                                | Ispirazione, collaborazione   |
| <b>Produzione</b>       | Costruisce e testa un micro-itinerario con partner locali.          | Territorio, aziende, guide locali, strumenti di prenotazione. | Soddisfazione, responsabilità |
| <b>Diffusione</b>       | Pubblica la scheda esperienza e attiva campagne di storytelling.    | Piattaforma, canali social, eventi al museo.                  | Orgoglio, visibilità          |

### 2. Interazioni visibili (Frontstage organizzativo)

| Attori del servizio                                | Azioni / Interventi visibili  |
|--|---|
| Staff museo / facilitatori                         | Accoglienza, moderazione workshop, help desk piattaforma.             |
| Mentor e docenti                                   | Affiancamento su storytelling, food heritage, design dell'esperienza. |
| Partner locali (aziende, artigiani, cuochi, guide) | Ospitano test e co-progettano format.                                 |
| Comunicazione Museo / DMS                          | Promozione delle esperienze e campagne condivise.                     |

### 3. Processi invisibili (Backstage)

| Attività interne   | Responsabili                        |
|--|-------------------------------------|
| Raccolta, validazione e aggiornamento dati in banca dati | Osservatorio + Università di Foggia |
| Selezione e calendarizzazione dei laboratori             | Coordinamento museo                 |
| Gestione accordi con partner/aziende e assicurazioni     | Ufficio amministrativo museo        |
| Sviluppo/maintenance piattaforma Atlante                 | Sviluppatore web + IT               |
| Monitoraggio KPI e qualità esperienze                    | Comitato scientifico/qualità        |



#### 4. Supporti e infrastrutture

| Tipologia   | Descrizione  |
|-------------|--|
| Fisiche     | Spazi Hub, sala workshop, area esposizioni e cucina didattica.                       |
| Digitali    | Piattaforma Atlante con database, schede esperienza, calendario, CRM contatti.       |
| Relazionali | Rete di aziende agricole, GAL, associazioni culturali, guide e cuochi.               |
| Formative   | Toolkit per design esperienze, manuali di food storytelling, linee guida di qualità. |

#### 5. Evidenze fisiche (Physical Evidence)

| Elemento tangibile                 | Funzione nel servizio                                   |
|------------------------------------|---|
| Card operatore Atlante             | Accesso a workshop, dati e networking.                  |
| Mappa interattiva tematica         | Orientamento e ispirazione per progettazione itinerari. |
| Schede esperienze esposte in museo | Vetrina pubblica e punto di vendita/promo.              |
| Festival "Esperienze Mediterranee" | Restituzione annuale e networking con buyer.            |

#### 6. Output e impatto

| Livello     | Risultato atteso   |
|-------------|--|
| Economico   | Nuovi prodotti/esperienze vendibili; incremento permanenza media dei visitatori. |
| Culturale   | Valorizzazione di saperi e patrimoni locali connessi alla Dieta Mediterranea.    |
| Comunitario | Cooperazione tra operatori e comunità; reti territoriali durature.               |
| Ambientale  | Linee guida per esperienze low impact e sensibilizzazione su biodiversità.       |

#### 7. Metriche di valutazione (KPI)

- Numero operatori registrati e attivi sulla piattaforma.
- Numero di esperienze progettate/testate e grado di soddisfazione dei partecipanti.
- Tasso di collaborazione tra operatori e comunità (progetti co-firmati).
- Traffico alla piattaforma Atlante e conversioni verso esperienze.
- Copertura e engagement della comunicazione collegata.

#### 8. Visione evolutiva

Scalare l'Atlante a rete regionale, interoperabile con sistemi DMS e circuiti museali affini, con il Museo di Foggia come cabina di regia e centro di competenza.



## Vinea Narrans – Il Museo del Vino e delle Emozioni (Alfredo)

Alfredo, il sommelier narratore

Per Alfredo il tema centrale, emerso dall'HMW e dal brainstorming, riguarda la **necessità di un nuovo lessico** e di modalità più democratiche e inclusive per raccontare il vino. Il gruppo ha raccolto idee che univano sensorialità, narrazione, arte e ritualità, evidenziando il bisogno di superare un linguaggio tecnico e talvolta esclusivo. La scheda servizio "Vinea Narrans" risponde a questa esigenza immaginando un **percorso multidimensionale**, nel quale il vino diventa racconto di territorio, emozione e relazione. Il museo si configura così come luogo in cui la degustazione si trasforma in un'esperienza culturale e immersiva, capace di coinvolgere anche chi non ha competenze specifiche.

### Obiettivo del servizio

Creare un ecosistema esperienziale all'interno del Museo del Territorio di Foggia che renda il vino un veicolo di narrazione e partecipazione, integrando arte, storia, gusto e inclusione. Non un museo del vino tradizionale, ma un luogo dove degustare significa raccontare.

### Target primario

- Sommelier, vignaioli, guide del gusto e narratori del territorio.
- Pubblico secondario: turisti, famiglie, scuole, giovani curiosi non esperti.

### Concept di fondo

Alfredo non vuole solo spiegare il vino, ma raccontarlo come esperienza di vita. Il servizio risponde al suo bisogno di coinvolgere chiunque, anche chi non ha competenze tecniche, attraverso un linguaggio accessibile e sensoriale. Il vino diventa strumento narrativo, legame tra memoria, territorio e comunità.

### Struttura del servizio

#### 1. Museo del Vino e delle Emozioni

Un'area immersiva permanente all'interno del Museo del Territorio:

- Percorso sensoriale "Degustare con tutti i sensi": suoni, profumi, tatto e immagini evocative.
- Installazioni interattive su vitigni, territori e storie di produttori pugliesi.
- Angolo "Vigna come storno di esperienze": video interviste, foto d'epoca e strumenti di cantina.

#### 2. Le Tavole Territoriali

Cene esperienziali e narrative ospitate nel museo o in location partner, dove ogni piatto e vino raccontano un pezzo di Puglia. Partecipano artisti, scrittori, musicisti e sommelier narratori. Il pubblico è invitato a condividere emozioni e ricordi, non solo a degustare.



### 3. Programma "Vino per Tutti"

Percorsi inclusivi e formativi con degustazioni ad occhi chiusi, tour e laboratori per scuole, esperienze Erasmus del Vino per giovani vignaioli e studenti europei.

### 4. Eventi e formati culturali

- "Vino e Arte": performance e mostre temporanee.
- "Letteratura del Vino": reading e incontri con autori.
- "Silenzio e Vino": sessioni meditative tra natura e gusto.
- "Vino e Musica": concerti multisensoriali e pairing sonori.

### Journey sintetico (Alfredo)

| Fase    | Esperienza  | Emozione chiave             |
|---------|---|-----------------------------|
| Prima   | Progetta un evento o laboratorio collegato al museo.              | Motivazione, curiosità      |
| Durante | Conduce un'esperienza di degustazione narrativa e interattiva.    | Coinvolgimento, empatia     |
| Dopo    | Raccoglie feedback e crea relazioni con nuovi pubblici e partner. | Soddisfazione, appartenenza |

### Governance e partnership

- Museo del Territorio di Foggia come ente ospitante e coordinatore.
- AIS, ONAV, FISAR come partner formativi e curatori di contenuti.
- Assessorati Turismo e Cultura Regione Puglia per promozione e sostegno.
- Cantine, cooperative agricole e artisti locali come co-produttori di esperienze.

### Valore aggiunto per il Museo

- Amplia il pubblico e abbatte la distanza tra cultura e quotidianità.
- Crea un polo di narrazione identitaria del vino pugliese.
- Promuove la Dieta Mediterranea come stile di vita, non come semplice dieta.

### Possibile payoff narrativo

"Il vino come racconto, la Puglia come esperienza condivisa."

### Step evolutivo

Nel tempo, Vinea Narrans può evolversi in un museo diffuso del vino pugliese, con tappe itineranti nei territori DOC-IGP e un calendario annuale di esperienze coordinate dal Museo di Foggia.



## Service Blueprint – Vinea Narrans

### Obiettivo

Creare un ecosistema di esperienze sensoriali e narrative legate al vino pugliese nel Museo del Territorio di Foggia, per democratizzare la cultura del vino e favorire un racconto accessibile e partecipato.

### 1. Esperienza dell'utente (Frontstage)

| Fase                | Azioni di Alfredo (utente)  | Touchpoint principali  | Emozioni                   |
|---------------------|---|--|----------------------------|
| <b>Awareness</b>    | Scopre l'iniziativa Vinea Narrans tramite rete AIS o social del museo.          | Sito, newsletter, eventi, social media.                        | Curiosità, entusiasmo.     |
| <b>Onboarding</b>   | Propone o partecipa a un format di degustazione narrativa.                      | Form online, call museale, help desk.                          | Coinvolgimento, attesa.    |
| <b>Esperienza</b>   | Conduce o partecipa a una degustazione multisensoriale o laboratorio narrativo. | Spazio museo, allestimento sensoriale, strumenti audio-visivi. | Empatia, sorpresa.         |
| <b>Condivisione</b> | Interagisce con il pubblico, raccoglie storie, partecipa al dibattito.          | Workshop, eventi pubblici, community online.                   | Connessione, ispirazione.  |
| <b>Follow-up</b>    | Riceve feedback e partecipa alla costruzione del calendario successivo.         | Piattaforma, form di valutazione, riunioni online.             | Appartenenza, motivazione. |

### 2. Interazioni visibili (Frontstage organizzativo)

| Attori del servizio                  | Azioni / Interventi visibili                                    |
|--------------------------------------|---|
| Staff museo                          | Coordina eventi e gestione spazi, accoglie pubblico e relatori. |
| Sommelier e formatori                | Conducono degustazioni e percorsi sensoriali.                   |
| Artisti e performer                  | Collaborano per format multisensoriali e sinestetici.           |
| Comunicazione museo / Regione Puglia | Promuovono eventi e curano storytelling.                        |

### 3. Processi invisibili (Backstage)

| Attività interne                       | Responsabili                                    |
|--|---|
| Curatela contenuti e calendario eventi | Museo del Territorio + AIS + partner culturali. |



|  |   |
|--|---|
| Allestimento spazi e fornitura materiali   | Staff tecnico museo + artigiani locali. |
| Gestione logistica e ospitalità relatori   | Ufficio amministrativo museo.           |
| Monitoraggio qualità esperienze e feedback | Comitato di valutazione.                |

#### 4. Supporti e infrastrutture

| Tipologia   | Descrizione  |
|-------------|--|
| Fisiche     | Area degustazione, sala multisensoriale, deposito strumenti, cucina didattica. |
| Digitali    | Piattaforma eventi, archivio video, canali social del museo.                   |
| Relazionali | Rete AIS/ONAV/FISAR, cantine e produttori locali, scuole, artisti.             |
| Formative   | Toolkit narrativi, guide didattiche, materiali audiovisivi inclusivi.          |

#### 5. Evidenze fisiche (Physical Evidence)

| Elemento tangibile                          | Funzione nel servizio   |
|---|---|
| Percorso sensoriale interattivo             | Coinvolge il pubblico e rappresenta l'identità del vino pugliese. |
| Tavole Territoriali                         | Esperienze culinarie narrative e di connessione culturale.        |
| Archivio multimediale delle storie del vino | Memoria viva delle persone e dei luoghi.                          |
| Festival del Vino Narrato                   | Evento annuale di restituzione e networking culturale.            |

#### 6. Output e impatto

| Livello   | Risultato atteso  |
|-----------|---|
| Culturale | Diffusione della cultura del vino come patrimonio identitario.              |
| Sociale   | Coinvolgimento di pubblici diversi in un'esperienza inclusiva e collettiva. |
| Economico | Promozione di cantine e produttori locali tramite eventi e storytelling.    |
| Turistico | Creazione di itinerari esperienziali connessi al museo e al territorio.     |

#### 7. Metriche di valutazione (KPI)

- Numero eventi e partecipanti annuali.
- Diversità del pubblico coinvolto (età, provenienza, competenze).
- Feedback qualitativo raccolto post-evento.
- Collaborazioni attivate con enti, artisti e produttori.
- Copertura mediatica e engagement social.

#### 8. Visione evolutiva

Vinea Narrans potrà evolversi in un museo diffuso del vino pugliese, integrato nella rete della Dieta Mediterranea e nei sistemi turistico-culturali regionali.



## CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

Il secondo incontro del Living Lab ha rappresentato un passaggio decisivo: dalla narrazione e dall'ascolto del primo incontro si è passati alla **progettazione generativa**, producendo quattro prototipi di servizio fortemente radicati nei bisogni delle personas e nelle risorse del territorio.

Gli output — le quattro schede servizio e i rispettivi blueprint — costituiscono una prima infrastruttura concettuale dell'Hub della Dieta Mediterranea. Da essi emergono alcuni elementi comuni:

- centralità della **narrazione** come strumento identitario,
  - valorizzazione dei **saperi locali** e delle relazioni,
  - bisogno di **spazi fisici** e digitali per la comunità,
  - tensione verso modelli di servizio **inclusivi, collaborativi e intergenerazionali**,
  - attenzione alla **sostenibilità**, sia culturale che ambientale.

Questi prototipi saranno ora utilizzati nella fase successiva, dedicata al **Testing**, per verificare con utenti reali la desiderabilità, la funzionalità e la potenziale fattibilità dei servizi proposti. Il Living Lab prosegue così il suo percorso di costruzione collettiva, mettendo al centro le persone, il territorio e la Dieta Mediterranea come sistema vivente di identità e innovazione sociale.





## CREDITS

### GRUPPO DI LAVORO

Anna Intronà – Regione Puglia

Michele Cera – Regione Puglia

Laboratorio Partecipativo a cura di

Andrea Gelao – Conetica

Design e Facilitazione di Metodologie e Tecniche Partecipative

