



L.R. n.28 del 13 luglio 2017  
"Legge sulla Partecipazione"



## Comunità in Movimento

Un processo di partecipazione per individuare azioni e strategie per la destagionalizzazione dell'offerta turistica e la nascita di una rete locale di persone che sviluppi e gestisca nuovi servizi per i cittadini e i visitatori.



## Comunità in Movimento

Un processo di partecipazione per individuare azioni e strategie per la destagionalizzazione dell'offerta turistica e la nascita di una rete locale di persone che sviluppi e gestisca nuovi servizi per i cittadini e i visitatori.

Il **processo chiede** a operatori, Associazioni e cittadini di Ugento di co-progettare la destagionalizzazione dell'offerta turistica di questo territorio a partire da un processo di conoscenza e capacitazione su quelle che solo le prerogative e le valenze della città e delle sue frazioni/località e di quelle che sono le criticità riscontrate in termini ambientali, occupazionali e di servizio sia durante la stagione turistica sia nel periodo di inattività turistica.

La cooperazione fra operatori, associazioni e cittadini e fra questi e l'Amministrazione comunale ha l'intento di rendere il territorio sempre più una Comunità Ospitale e addivenire alla costituzione di una Cooperativa di Comunità per la gestione di servizi alla popolazione, ai turisti e al territorio.

In questa occasione l'azione del co-progettare (termine di solito usato nella collaborazione tra pubblico e terzo settore) avrà numerosi significati e implicazioni:

**innovare il sistema delle risposte:** un pensiero nuovo su come creare e come partecipare a creare lavoro e servizi da parte degli stessi cittadini;

**pensare a liberare energie per costruire** risposte dirette: a partire dall'ascolto di esperienze positive di altri territori, pensare di "costruire impresa" che coinvolga anche i giovani, gli inoccupati e le donne, introducendo nuovi servizi e attività culturali, costruendo eventi, nuove attività artigianali e di servizio, di cura dell'ambiente, riutilizzo, trasporti a breve raggio, ecc.

**fare rete:** promuovere la capacità associativa e quella di networking tra operatori del territorio e pubblica amministrazione al fine di qualificare l'offerta e innovarla periodicamente e durante tutto l'arco dell'anno;

**stimolare l'emergere di una capacità individuale e collettiva** di "guardarsi dentro", responsabilizzarsi e agire per "costruire una missione" ovvero aumentare il livello di qualità di vita, di benessere e di felicità della comunità locale, generando vantaggi: reddito, servizi, solidarietà, pari opportunità, coesione sociale.

**Il processo partecipativo è anche propedeutico** all'eventuale necessaria introduzione da parte dell'Amministrazione di norme e regolamenti che agevolino ulteriormente la destagionalizzazione dell'offerta turistica, che viene considerata fondamentale per arginare situazioni di pesante disagio economico e sociale nei mesi di inattività turistica.

In effetti l'auspicata (da parte di tutti gli operatori e dell'amministrazione) destagionalizzazione dell'offerta turistica, accompagnata dall'introduzione di nuovi servizi per la collettività oltre che per il turismo (fruizione culturale nei mesi di bassa stagione, posti letto "aperti" in bassa stagione, servizi diversi rispetto all'offerta balneare, ecc.), **ovvero l'oggetto del processo partecipativo**, richiede il necessario coinvolgimento e volontà di investimento (non necessariamente economico) da parte degli operatori turistici ma anche dell'associazionismo in genere, e dell'apporto in termini di contenuti, idee e condivisione dei cittadini.

COMUNITA' IN MOVIMENTO vede capofila il Comune di Ugento e quali partner della candidatura e dell'attuazione:

Associazione Borghi Autentici d'Italia

AIG-Associazione Italiana Alberghi della Gioventù

Pro Loco Ugento e Marine

Pro Loco Gemini-T.S.Giovanni-Torre Mozza "BEACH"

CARU – Consorzio Attività Ricettive Ugento

Parco Culturale Ecclesiale De FinibusTerrae

Fondazione ITS Regionale della Puglia per l'industria dell'ospitalità e del turismo allargato

Il processo partecipativo è cofinanziato dalla Regione Puglia a valere sul'avviso di selezione di proposte di processi partecipativi di PUGLIAPARTECIPA, che rappresenta una delle azioni attuative della Legge Regionale n.28 del 2017, della Regione Puglia, sulla Partecipazione.

## Le fasi

---

### Presentazione alla cittadinanza del progetto

Il 28 settembre 2019 si sono riuniti i partner di progetto ed insieme al comune Capofila e al partner tecnico Borghi Autentici d'Italia si è presentato alla cittadinanza il progetto, le sue finalità e le diverse fasi di svolgimento.

La finalità di COMUNITA' IN MOVIMENTO è di allargare l'arena decisionale locale circa la predisposizione di azioni e strategie per il potenziamento dell'offerta turistica e la nascita di una rete locale che sviluppi e gestisca nuovi strumenti in tale destinazione, indicando come desiderata del percorso quelli di avviare la costituzione di due strumenti operativi proposti dalla rete dei Borghi Autentici d'Italia che sono la COMUNITA' OSPITALE e la COOPERATIVA DI COMUNITA'.

Il primo intervento è del Sindaco di Ugento Massimo Lecci il quale ha da subito presentato l'ambizione del progetto che, si guarda al tema della destagionalizzazione, ma si pone come obiettivo ultimo quello di *“potenziare la rete di risorse territoriali al fine di mettere in dialogo le risorse locali materiali, immateriali, sociali con le infrastrutture recenti (velostazione di Ugento, rigenerazione urbana e delle aree parco con interventi di ingegneria naturalistica, dragaggio del porto in risposta all'erosione costiera, costituzione di nuove aree protette, il progetto di mobilità a chiamata all'interno della Strategia delle Aree interne, etc..) per una reciproca valorizzazione e fare in modo di capitalizzare gli investimenti fatti per fare sì che territorio di Ugento raggiunga l'obiettivo della destagionalizzazione come un sistema composto da più elementi che funzionano all'unisono”*. Una suggestione dell'intervento è rappresentata dallo sforzo richiesto ai presenti di essere tutti animatori di questo progetto all'interno della comunità e di affrontarlo con uno sguardo innovativo, provando a ragionare sulla possibilità della nascita di strumenti nuovi capaci di affrontare la sfida; si ringrazia qui la disponibilità del partner tecnico Borghi Autentici d'Italia che ha messo a disposizione le sue esperienze e conoscenze in tema di Comunità Ospitali.

E ancora *“il pubblico non può arrivare ovunque, però può infrastrutturare il territorio in modo da fornire un contesto stabile affinché si possano sviluppare dei servizi fondamentali per una destinazione turistica di qualità; questa iniziativa vuole strutturare un modello ope-*

*rativo che consenta di coprire tutta una serie di servizi che per carenze strutturali non si riescono a mettere in campo e che il pubblico non riesce a realizzare tempestivamente. In termini di risorse non ci manca nulla, dobbiamo provare a lavorare insieme come azione di responsabilità provando ad utilizzare nuovi strumenti che ci aiutino ad attuare e completare un insieme di azioni ed interventi per far crescere il nostro territorio”.*

A seguire Vincenzo Passaseo, membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia che ringrazia la comunità, i partner e il Comune di Ugento per aver creduto nell'Associazione e nel suo lavoro costante a fianco dei comuni medi e piccoli di tutta Italia: *“questo territorio vive un momento difficile a causa del comparto agricolo che sta ricevendo duri colpi, dal problema della Xylella, all’assenza di una serie di servizi che rendono difficile destagionalizzare un turismo balneare che è caratterizzato da una presenza di massa in periodi specifici. Borghi Autentici d’Italia non celebra soltanto la bellezza dei piccoli borghi, ma qui come in circa 300 altri comuni medi e piccoli distribuiti in 16 regioni cerca di affiancare i propri associati affinché si inneschino processi virtuosi facendoli diventare borghi a forte attrazione turistica. Siamo un’associazione operativa che non perde di vista le sfide globali della difesa dell’ambiente, ma che con uno sguardo locale prova a dare risposte globali ad esempio allo spopolamento dei piccoli borghi o all’invecchiamento delle comunità”.* Invita i presenti a farsi portatori di entusiasmo affinché la comunità tutta comprenda la portata della sfida e si renda partecipe di un cambiamento che direttamente o indirettamente riguarda tutta la comunità. L’obiettivo che ci si pone sicuramente è di creare un sistema territoriale funzionale attraverso la messa in campo di progettualità strategiche step by step che coinvolgano gli operatori turistici, le strutture (soprattutto quelle medio piccole), ristoranti tipici, i produttori a km0, gli animatori di iniziative culturali, etc.. Uno degli strumenti strategici è rappresentato sicuramente dalla Cooperativa di Comunità che potrebbe creare nuove opportunità di lavoro mediante la produzione di beni e servizi, una nuova governance in grado di occuparsi di una serie di servizi e dare riposta anche al problema della disoccupazione. Secondo Passaseo, infatti: *“Ugento vive sacche di fragilità e potere dare risposta a questa parte di comunità mi sembra un obiettivo importante da parte della Pubblica Amministrazione e dei partner di progetto; siamo qui per supportare, il Comune ha fatto un passo avanti ora c’è bisogno della Comunità e per i prossimi incontri è importante il suo coinvolgimento. Ogni comunità è diversa, si possono copiare e replicare i metodi e le strategie ma ogni comune ed ogni comunità ha delle caratteristiche delle quali*

*tenere presente valorizzando la propria autenticità e trovando il modo giusto per costruire la propria comunità ospitale”.*

Dopo gli interventi istituzionali è intervenuto l'arch. Cirino Carluccio coordinatore locale del progetto, consulente dell'Associazione BAI, ringraziando per gli interventi precedenti che hanno dato senso ed intensità agli obiettivi che la proposta progettuale si pone di raggiungere, ringraziando Marina Castaldini coordinatore generale del progetto, i partner e soprattutto l'Assessore Graziano Greco. *“Partecipare è diventato difficile per cui ringrazio chi mette a disposizione il proprio tempo, che è una risorsa scarsa, in un processo di partecipazione complesso in cui mettere in gioco diverse risorse immateriali (reti e risorse relazionali); più che un progetto questo è un percorso fatto di tappe e tante relazioni per questo vi chiedo di essere costanti nella presenza e farvi voi stessi animatori del percorso all'interno della comunità”.* Si palesa l'obiettivo nell'individuazione dei quadri conoscitivi locali per attivare nuovi strumenti per la destagionalizzazione del turismo ugentino, perchè: *“Non partiamo da zero c'è Borghi Autentici d'Italia con i propri strumenti, ci sono i partner con la propria attività costante sul territorio; ora l'obiettivo è coinvolgere la comunità di Ugento che vuole investire o che già investe nel settore turistico per far sì che le scelte che usciranno dal percorso siano frutto di una coprogettazione e per questo più inclusive e sostenibili: dietro ogni partner c'è un mondo di relazioni che può dare tanto, facciamo capire che questo percorso non vuole parlare della comunità di Ugento ma vuole parlare CON la comunità, e che ci possono essere ricadute se la comunità diventa soggetto attivo di questo processo di costruzione di soluzioni, diventando protagonisti della propria crescita e di quella del proprio territorio”.* E si presentano anche due strumenti di Borghi Autentici d'Italia utili al raggiungimento di tali obiettivi, che in questa fase rappresentano dei desiderata, ma che attraverso un processo di contestualizzazione, sia dal punto di vista spaziale che relazionale, possono diventare strumenti fondamentali per lo sviluppo del territorio di Ugento e cioè: la **Comunità Ospitale** e la **Cooperativa di Comunità**.

A seguire viene presentato il canovaccio dell'intero percorso di progettazione partecipata:

### **Fase I:Costruzione condivisa dello scenario attuale del territorio ugentino.**

Questa fase serve per costruire una visione più condivisa possibile dei punti di forza e di debolezza del territorio al fine di aumentare le conoscenze sul territorio, affinare i linguaggi e costruire rete tra i soggetti locali. La fase si compone di 3 incontri aperti presso la Sala Eventi della Chiesa S.Filomena di Ugento. I primi due per l'analisi Swot e il terzo per ap-

profondire il tema della Comunità Ospitale come modello di offerta riconoscibile nel panorama nazionale ed internazionali. L'output di questa prima fase è un'analisi SWOT condivisa.

### **Fase II: Dialogo partecipato con buone pratiche locali a confronto**

Verranno presentate due esperienze che già si sono dotate di strumenti utili alla costruzione di una comunità ospitale e che aiuteranno Ugento a capire come contestualizzare sul proprio territorio una serie di strumenti operativi. Questa fase si compone di due conferenze cittadine con dei testimoni, la prima sull'esperienza della Comunità Ospitale e della Cooperativa di Comunità di Biccari, la seconda sulla Cooperativa di Comunità di Melpignano. L'output di questa fase è il potenziamento di una rete territoriale forte e la conoscenza delle modalità più adatte alla contestualizzazione di strumenti strategici.

### **Fase II: Bar camp - costruzione della visione di scenario possibile**

A partire dall'analisi SWOT sulle risorse, le debolezze, le minacce e le opportunità del territorio, forti degli strumenti che si possono mettere in campo, questa fase serve a progettare la visione comune e condivisa di Ugento come destinazione turistica stagionalizzata e di come attuare un sistema di azioni concrete da mettere in campo per raggiungere questo obiettivo, anche attraverso l'assunzione di responsabilità da parte del gruppo di lavoro con azioni specifiche da calendarizzare. La fase si compone di 3 incontri: primo incontro - Bar Camp per l'avvio della progettazione e la creazione di un nuovo scenario a cui tendere; secondo incontro - restituzione in plenaria dei lavori dei gruppi; terzo incontro - individuazione di strumenti, ruoli, responsabilità individuali e collettive.

Qui la parte pubblica smette di aver il ruolo di guida per lasciare spazio ad un soggetto intermedio, la Comunità Ospitale che vorrebbe rappresentare l'output di progetto.

Si dettagliano, inoltre, i vari canali informativi per seguire l'intero percorso e ricevere informazioni:

- pagina facebook: Comunità in movimento
- mail: [comunitainmovimentougento@gmail.com](mailto:comunitainmovimentougento@gmail.com)
- presso le sedi dei partner.

A seguire sono intervenuti i partner di progetto presenti. La Proloco Ugento e Marine ha manifestato soddisfazione ed orgoglio per il coinvolgimento in questo progetto, non solo perché alcuni obiettivi di progetto sono parte integrante dello statuto della stessa, come

*l'aggregazione sociale o il saper fare buona accoglienza, ma anche perché consapevole che questa è un'occasione di fare rete e sinergia territoriale e siccome "l'amministrazione non può fare tutto, è arrivato il momento che i cittadini organizzati si mettano in moto. Ugento è la terza destinazione turistica regionale, da sempre è meta turistica anche se non sufficientemente organizzata. E' un bene che la comunità partecipi a trovare soluzioni per far diventare Ugento una vera destinazione turistica. Siamo qui per sederci attorno al tavolo e comprendere le criticità e come trovare le soluzioni adatte. Oggi i turisti cercano i luoghi con identità, con stili di vita e pratiche quotidiane da narrare; per cui la comunità è parte attiva ed integrante di essere una meta e per questo è fondamentale sentirsi coinvolti. Anche il termine "destagionalizzare" è un termine complesso sovrautilizzato, qui la stagione dura 8 mesi, siamo strategici per le aree interne. Dobbiamo provare a cancellare la negatività del "niente va bene", e innanzitutto approfittare di questa occasione per costruire comunità e appartenenza in un'ottica di accoglienza; far sì che le nuove generazioni attivino e si sentano essi stessi parte integrante della comunità. La nostra economia si basa soprattutto su valori immateriali ed è questo che bisogna mettere a sistema e rendere sinergici; per questo abbiamo deciso di partecipare e mettere in campo competenze e far sì che la comunità possa credere e sentirsi parte del brand Ugento e rafforzare la comunità - i prossimi incontri andremo nelle piazze cercheremo luoghi di partecipazione, dobbiamo saperli avvicinare e fare in modo che credano che la propria comunità non faccia sentire straniero il turista ma lo sappia integrare".*

A seguire la Proloco di Gemini "Beach" ha manifestato la propria soddisfazione nel coinvolgimento del progetto e ha ribadito che il compito della proloco è promuovere il territorio oltre che cercare di sostenere le attività economiche, le tradizioni enogastronomiche locali e le tradizioni locali in generale e sposano l'idea rappresentata dal nome stesso del progetto e cioè la comunità che rappresenta la volontà corale di mettere in moto un cambiamento. Hanno evidenziato, poi, una criticità che questo progetto potrebbe contribuire a risolvere: *"qui la stagione va da aprile a settembre dopodiché le strutture spariscono, per cui uno degli obiettivi principali è fare rete proprio perché come è obiettivo del progetto la crescita del territorio, si capisca che se cresce Ugento, cresciamo tutti noi".*

La Fondazione ITST Regionale per l'industria dell'ospitalità e del turismo allargato ritiene questo percorso di fondamentale importanza per i giovani e soprattutto per qualificare sempre più la formazione degli stessi. *"L'individualismo d'oltranza che caratterizza il nostro*



*territorio e che fa sì che i nostri giovani non abbiano formazione per lavorare in team e lavorare in prospettiva. Si parla oggi di formazione in divenire, non basta acquisire il titolo di studio per entrare nel mercato del lavoro, ma bisogna riconoscere l'importanza della formazione continua. Per questo ritengo importanti tutte quelle attività che permettano di imparare anche senza docenti, come questo laboratorio di progettazione partecipata. Questo progetto spinge i nostri giovani a relazionarsi con altri soggetti operanti nel settore, a capire quali sono i fondamenti per fare parte di una territorio ed essere soggetti attivi della crescita del territorio (che racchiude cultura, tradizioni, produzioni etc.). Abbiamo diverse frecce nel nostro arco, come le tradizioni storiche o il turismo delle radici che sono un giacimento per capire comprendere e promuovere. I giovani devono imparare a far parte di una comunità e per farlo devono avere informazioni e conoscenze sulla stessa per poi appropriarsi dei luoghi in cui nascono e farli crescere. Comunità in movimento è un'idea di Ugento e quello di Borghi Autentici è un ruolo di guida, un modello a cui aspirare e da costruire". Il Presidente della Fondazione, ha poi voluto allargare lo scenario dando valore alle relazioni indirette per mettere al centro la comunità allargando lo spettro di questa stessa comunità: "Costruire una destinazione di successo significa condividere anche con le comunità limitrofe quest'obiettivo al fine di rafforzare tutto un sistema se vogliamo puntare sull'identità del Salento che è unica, non in maniera egoistica ma come comunità che con orgoglio spinga ad un senso di appartenenza e di costruzione comune di identità, la differenza la fa l'umanità ognuno di voi è un germe ed è nostra responsabilità diffondere il seme per costruire una comunità ospitale, ognuno è riferimento per altri, si provi a condividere le cose che si dicono qui dentro al fine di avvicinare più persone possibili".*

In ultimo il Centro Provinciale per l'Istruzione degli Adulti di Lecce - CPIA ha ritenuto doveroso ricordare che le sacche di fragilità che compongono oggi la nostra società (e che spesso rappresentano la gran parte dell'utenza del centro di formazione) possono costituire una ricchezza per il territorio ed attivarli in questo percorso e nella creazione di strumenti per lo sviluppo del territorio è di fondamentale importanza. Hanno poi dichiarato di sposare in pieno l'obiettivo ultimo del progetto in quanto lo ritengono un obiettivo comune, quello di fare rete ed offrire soluzioni stabili a giovani ed anziani, inoccupati e disoccupati, che sono portatori di risorse interessanti ma che difficilmente riescono a metterle a frutto. Diverse le suggestioni dal pubblico nel confronto che si è aperto a seguire. Tra queste sicuramente rilevante è stata la considerazione di dover coinvolgere maggiormente i giovani, attraverso azioni comunicative ad hoc, per trasmettergli l'importanza di diventare parte

di una comunità attiva, ma anche l'indicazione di coinvolgere anche le persone che sono migrate per studio e lavoro in altre parti d'Italia e del mondo cosicché possono essi stessi farsi vettori di conoscenza del territorio ugentino in un'ottica di destagionalizzazione; o ancora di alcune possibilità che possono rappresentare nuove forme di accoglienza per destagionalizzare il turismo e con tutto il tema del turismo scolastico o del turismo sportivo. Suggestioni che sono state raccolte e che verranno rilanciate nelle successive fasi del percorso.

## Sommario

Giovedì 17 ottobre 2019 ore 17:00.....	10
Ci presentiamo, ci conosciamo ed avviamo insieme la lettura del territorio.....	10
Giovedì 24 ottobre 2019 ore 17:00.....	15
Completamento del quadro conoscitivo locale condiviso.....	15
Giovedì 31 ottobre ore 17:00 .....	21
La comunità si allarga e si guarda intorno: conosciamo gli strumenti - Comunità Ospitale e della Cooperativa di Comunità.....	21
Giovedì 7 novembre 2019 ore 17:00.....	31
Comunità Cooperativa di Melpignano.....	31
Giovedì 14 novembre ore 17:00.....	42
Contestualizziamo lo strumento Comunità Ospitale a Ugento.....	42
Giovedì 5 dicembre ore 16:00 .....	52
BAR CAMP .....	52
Giovedì 12 dicembre ore 18:00 .....	63
Approfondimento idee progetto del Bar Camp .....	63
Giovedì 19 dicembre ore 18:00 .....	66
Approfondimento idee progetto Bar Camp.....	66

# DIARIO DI BORDO

**Giovedì 17 ottobre 2019 ore 17:00**

## **Ci presentiamo, ci conosciamo ed avviamo insieme la lettura del territorio**

Questo appuntamento rappresenta il primo incontro della 1° fase del percorso di progettazione partecipata e si pone l'obiettivo di costruire in maniera condivisa lo scenario attuale del territorio ugentino e aumentare le conoscenze sul territorio, affinare i linguaggi e costruire una prima rete di soggetti locali. L'appuntamento ha preso il via con una breve illustrazione degli obiettivi di progetto ricapitolando gli elementi già emersi durante l'evento di lancio del progetto e con una presentazione di ognuno degli iscritti al percorso a cui è stato chiesto anche di esprimere le proprie aspettative. La parola d'ordine di quasi la totalità dei presenti è stata curiosità, la curiosità di tratteggiare una comunità in movimento, la curiosità di capire cosa si può fare tutti insieme se ci si pone lo stesso obiettivo di crescita del territorio, curiosità sul come poter contribuire singolarmente a questo processo. Sicuramente un'altra suggestione emersa in questo brainstorming iniziale è stato proprio il tema della "comunità" e l'interrogativo se esista ancora la possibilità di salvaguardare uno spazio intermedio tra pubblico e privato capace di pensare alla crescita e alla cura dei propri beni in un'ottica anche di opportunità e crescita economica, non solo del comparto turistico ma di tutti gli operatori economici; quindi il tema di sfruttare questa occasione per conoscere i punti di forza di Ugento e trovare una direzione comune da percorrere.

Altre indicazioni hanno richiamato l'importanza di conoscere il proprio territorio al fine valorizzarne le potenzialità.

Di notevole interesse l'intenzione di superare il tema della destagionalizzazione, introducendo piuttosto il concetto della stagionalizzazione del turismo e cioè migliorare la qualità dell'offerta turistica in ciascuna stagione sottolineando il fatto che ci sono diversi tipi di turismo che possono occupare diversi periodi dell'anno (turismo sportivo, turismo scolastico, turismo balneare, turismo sanitario, etc.). Una considerazione di cui tenere conto è che, sebbene la platea fosse composta da privati cittadini, da imprese commerciali ed artigiane e da imprenditori dell'ospitalità minuta, non è mancata la presenza anche di operatori turistici di grande scala i quali hanno dimostrato tutto l'interesse di far parte di questo progetto

perché sebbene “possano brillare di luce propria” ritengono comunque un atto di responsabilità civile far parte di un percorso che fa della crescita del proprio territorio un obiettivo.

Si è poi entrati nel vivo del laboratorio in un *setting* organizzato in forma circolare e con la visualizzazione a muro di due grandi fogli che richiamavano l'attenzione sull'obiettivo dell'attività, l'avviamento dell'analisi SWOT del territorio di Ugento, una matrice densa, in grado di fare emergere i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce di un territorio. Dal punto di vista metodologico i facilitatori si sono soffermati sui punti di forza e di debolezza lasciando ad un secondo momento la decodifica, la distinzione tra forze e opportunità e tra debolezze e minacce. Nel primo incontro la domanda chiave sulla quale si è chiesto ai presenti di ragionare è stata:

**- quali sono i punti di forza che esprime il territorio e la comunità ugentina?**

I partecipanti hanno scritto su biglietti adesivi le proprie indicazioni prioritarie sulle forze del territorio ugentino; una volta popolati i cartelloni di riferimento si è fatta una lettura ad alta voce integrando delle indicazioni secondo la conduzione classica del Metaplan, andando poi a clusterizzare gli adesivi secondo degli aggregati di senso per fare emergere gli elementi chiave e le risorse cruciali.



## Cluster

### Centro Storico e Borgo antico

Le considerazioni maggiori rispetto a questo argomento hanno riguardato l'autenticità del centro storico e dei borghi sia di Ugento che della località di Gemini, sua frazione; si tratta di borghi abitati con una forte caratterizzazione popolare e per questo in grado di raccontare le pratiche di vita, le abitudini di una comunità, come le funzioni e le pratiche che si svolgono ancora oggi nel sistema delle case a corte. Ulteriori punti di forza sono i Palazzi storici, i musei, le chiese in particolare in via Castello e via Porta Paradiso ad Ugento e in via Fontana a Gemini. Sebbene il centro storico con la sua conformazione sia ritenuto un punto di forza, nell'ottica di una sua valorizzazione è stato individuato anche un punto di debolezza che riguarda l'assenza totale di attività del piccolo commercio o della ristorazione che potrebbero rendere ancora più attrattivo questo brano di città.

### Patrimonio materiale ed immateriale

In questo cluster abbiamo riunito tutte le indicazioni che hanno riguardato la valorizzazione dei beni culturali e dei suoi contenitori come l'artigianato locale (la storia della tradizione ceramica da recuperare), i musei in particolare quello di recente costituzione come quello archeologico (**ndr. [sistemamusealeugento.it/index.html](http://sistemamusealeugento.it/index.html)**), le chiese, i frantoi ipogei, le cave di Torre San Giovanni (per eventuali eventi culturali) ma anche la tradizione delle opere murarie. Abbiamo accorpato anche tutto il tema delle risorse immateriali che si trovano su un territorio come le tradizioni locali, le tradizioni culinarie ed enogastronomiche (come la pasta fresca, colture enologiche a valle), le leggende (come quella cinquecentesca della "Mammaria"), la musica e la danza tradizionale comune a tutto il Salento (pizzica), i giochi antichi, ma anche tutto il tema delle tradizioni religiose e degli eventi come la via crucis vivente, le *Focareddhre* di San Giuseppe a marzo, la festa patronale di San Vincenzo con la rievocazione del Santo a cavallo il 22 gennaio o ancora il Premio Zeus o gli eventi musicali itineranti, la tradizione delle festività in piazza (Natale e Capodanno) o ancora le compagnie teatrali dei giovani. Il tema che qui emerge nella discussione è la necessità di una maggiore valorizzazione di queste risorse che spesso risultano sconnesse

tra loro e non proprio frutto di una programmazione di senso. Ad esempio si immagina ad un cartellone di eventi interessanti anche durante il periodo invernale, spostando magari alcuni eventi come il Premio Zeus, premio di archeologia, che non per forza deve essere associato ad un periodo balneare, ma potrebbe essere organizzato durante l'autunno o l'inverno valorizzando anche le strutture e gli spazi culturali presenti nella comunità in un'ottica di destagionalizzare l'attrattività del territorio. E' emerso, inoltre, come attraverso attività di ricerca si possa recuperare tutto un patrimonio di conoscenze utile alla valorizzazione di Ugento, si è parlato di attività di ricerca per ricostruire la tradizione ceramica di un tempo che si è persa ma di cui ci sono oggi ancora diverse testimonianze, recuperandola e valorizzando anche le competenze manuali ed artigianali locali.

### *Il Parco Naturale e il paesaggio diffuso*

In questo cluster ritroviamo il tema della bellezza del paesaggio come maggiore punto di forza, il paesaggio collinare e il fronte mare, le altimetrie (in termini di diversità dal resto del paesaggio salentino), la presenza di bacini e canali, il mare (ed in particolare il mare d'inverno), il tema dell'acqua e dei percorsi e delle architetture rurali, del clima ma soprattutto il tema del Parco Naturale Regionale Litorale di Ugento e la fruizione dei suoi percorsi. La discussione che ne è emersa riguardava sicuramente l'importanza di preservare la bellezza esistente ma anche di valorizzarla attraverso attività di cura e manutenzione, attività di riscoperta anche da chi vive abitualmente il territorio perché solo praticandolo lo si può preservare e soprattutto trasferire la bellezza ai visitatori temporanei.

E' emerso un quesito di notevole interesse legato a questo tema che meriterebbe un approfondimento ulteriore e cioè: potrebbe il Parco rappresentare la nostra identità, la nostra tipicità e unicità all'esterno?

### *Ospitalità*

Le indicazioni raccolte in questo cluster sono sia di carattere materiale e quindi la presenza sul territorio di un'offerta ricettiva variegata e cioè una diversità di strutture che coprono diverse fasce di prezzo e di clientela, aumentando la possibilità di scelta, ma anche aspetti più immateriali legati maggiormente a predisposizioni caratteriali come l'ospitalità innata, l'accoglienza, la disponibilità ad accogliere o ancora la qualità della vita che risulta di alto livello (conciliazione dei tempi, vita all'esterno, relazioni di prossimità) tale da poter interessare i visitatori.

### Turismo sportivo

I punti di forza raccolti sono riferiti alla possibilità del territorio ugentino di accogliere, per conformazione territoriale e per il clima diverse forme di turismo come per esempio un tipo di turismo che per sua natura è destagionalizzato come quello sportivo. Si è richiamata la presenza di piste di Kart, la possibilità di usare il Parco per il turismo sportivo (podismo, trekking, equitazione etc..) o anche per semplici passeggiate a cavallo o per sport invernali in mare o ancora la possibilità di valorizzare maggiormente la squadra di pallavolo locale che ha ottenuto ottimi risultati nelle stagioni precedenti militando in categorie di interesse.

### Iscrizione al laboratorio in presenza:

1° incontro - 17 ottobre n°28 partecipanti

## **Giovedì 24 ottobre 2019 ore 17:00**

### **Completamento del quadro conoscitivo locale condiviso**

Durante il secondo appuntamento si è completato il quadro conoscitivo locale per condividere il più possibile un'analisi sui punti di forza e di debolezza del territorio ugentino. In questo incontro si sono approfonditi i PUNTI di DEBOLEZZA. Ai partecipanti è stato chiesto di indicare su un biglietto adesivo, questa volta con un cromatismo diverso dal precedente, 3 punti di debolezza ciascuno, per poi fare una lettura condivisa e passare da un punto di vista singolo ad una visione comune. La platea, già consapevole del metodo, si è messa prontamente al lavoro elaborando un disegno piuttosto organico sulla domanda chiave:

**- quali sono i punti di debolezza che esprime il territorio e la comunità ugentina?**





## Cluster

### Tessuti storici poco attrattivi

Abbiamo raccolto tutte le indicazioni che riguardavano il tema del centro storico, ritenuto poco attrattivo, perché sebbene abitato e quindi autentico (come indicato nei punti di forza) risulta essere privo di servizi con attrattività turistica, dal negozio di gadget turistici (che potrebbe incentivare la produzione artigianale locale), a laboratori e botteghe artigiane passando per l'assenza di ristorazione e spazi culturali moderni. Il timore è che si vada verso la tendenza di un'alta concentrazione di piccola ospitalità (B&B) ma con poca offerta di servizi complementari attrattivi e con il rischio di perdere nel contempo l'autenticità.

### Fruibilità Beni culturali

Un ulteriore punto di debolezza è stato riscontrato nella bassa fruibilità dei beni culturali presenti e dalla quasi totale assenza di spazi aggregativi locali più moderni (a sola eccezione dello spazio oratorio). Si fa riferimento qui ad orari poco fruibili di chiese e del Castello, quest'ultimo aperto poco più che due giorni a settimana per due ore, orari di difficile conciliazione con la tipologia di turismo che caratterizza il territorio, sia balneare che culturale; si riscontra un malfunzionamento dei servizi turistici in particolare dovuto all'assenza di coordinamento tra soggetti che determinano anche l'assenza di itinerari con meta Ugento. Si faceva notare, infatti, che ad oggi sarebbe difficile organizzare una visita guidata di mezza giornata nel borgo a causa dell'assenza di punti di ristoro che possano contenere un gruppo organizzato o ancora all'assenza di aree soste per i pullman che vorrebbero fermarsi. **E' emersa come punto di debolezza la scarsità di coordinamento nella comunicazione dei punti di forza presenti, nella valorizzazione degli stessi sia ad Ugento che a Gemini ed una quasi totale assenza anche di comunicazione verso l'esterno degli eventi e delle attrattive turistiche locali.**

### Trasporti

Uno dei temi che ha rappresentato una maggiore densità in termini di indicazioni è stato sicuramente il tema dei trasporti e dell'assenza di servizi dedicati. Questo tema è stato affrontato in una duplice direzione e cioè da una parte la scarsità dei collegamenti tra Ugen-

to e gli hub principali del trasporto nazionale e regionale dal quale arrivano i turisti e cioè l'aeroporto e le stazioni e dall'altra la difficile situazione dei trasporti urbani (anche solo da stazione a centro storico) ed interurbani tra centro storico e località balneari indicati come poco efficienti o del tutto assenti (come la fermata del Salento in bus a Torre Mozza). Fattori che determinano una situazione di isolamento della comunità e che in qualche modo limitano le presenze turistiche. Si è ritenuto importante anche ragionare sui prezzi dei collegamenti, quelli privati ad esempio sono risultati troppo alti, elemento che induce non solo a non sceglierli ma che producono anche una serie di esternalità negative per tutto il territorio (più traffico e maggiore congestione sulla litoranea). Il tema dei prezzi è emerso non tanto per l'alto costo, ma in termini di buon rapporto qualità/prezzo che riguarda non solo i trasporti ma l'accoglienza in genere (ristorazione e accoglienza turistica) elemento, inoltre, molto importante in un'ottica di destagionalizzazione. Approfondendo la discussione è emersa come criticità il sistema delle licenze NCC (noleggio con conducente) caratterizzato da un numero di licenze rilasciate che però risultano fittizie e cioè attive ma non utilizzate, fattore che va a bloccare un sistema di licenze limitato e che non permette ad altri di potervi accedere. Diversa dalle licenze NCC poi sarebbero le licenze per taxi locali che potrebbero invece rispondere a questa domanda di trasporto. Il Comune ha dimostrato l'interesse su questo tema comunicando alla platea che è in corso una verifica su questa dinamica delle licenze fittizie. La discussione che ne è nata si è sviluppata sul significato di collegamento, è plausibile pensare ai collegamenti come prerogativa esclusiva del trasporto pubblico o è possibile pensare ad un servizio di trasporto collettivo ma non pubblico? L'idea che un soggetto comunitario possa gestire un tale servizio con prezzi competitivi e con un buon servizio di rete tra operatori turistici che funzioni sia per gli abitanti abituali che quelli temporanei è sembrata una possibile risposta.

### Incuria e abbandono

Una criticità evidente è risultato essere il tema dell'incuria dei beni e degli spazi pubblici che caratterizza tutto il territorio ugentino tra erbacce, rifiuti abbandonati, strade sconnesse e ruderi pericolanti, Parco naturale compreso che vive un basso livello di manutenzione, pulizia e in alcuni punti un alto grado di antropizzazione. **E' stato fatto presente, inoltre, che c'è poco coordinamento tra enti che gestiscono il parco e soggetti che potrebbero renderlo fruibile con attività tutto l'anno.**

### Eventi

La criticità emersa in questa direzione riguarda la quasi totale assenza di pianificazione di eventi diversi da quelli estivi, in grado di rendere la comunità ugentina e i suoi borghi un luogo attrattivo capace di chiamare visitatori e in grado di rivitalizzare la comunità stessa. Si è detto che gli eventi culturali sono poco comunicati e poco curati. Incentivare eventi invernali è di notevole importanza, magari a partire dagli eventi che oggi funzionano ma che se supportati potrebbero crescere ancora di più come *Cibus in Fabula* o il *Premio Zeus*, premio di archeologia.

### Formazione

In questo cluster abbiamo riunito le indicazioni inerenti alla formazione ma in una duplice veste; se la platea ha sottolineato la mancanza di formazione professionale legata ai mestieri artigiani, alla manualità in genere o all'agricoltura di qualità, dall'altra parte è stato riscontrato un'assenza di formazione su aspetti più moderni legati al turismo: dalla digitalizzazione dei servizi, al tema gestionale di qualità o ancora alla scarsità di conoscenza delle lingue straniere. Su questo punto una criticità evidente di sistema è stata riscontrata da una persona che si occupa di formazione che ci ha indicato come il sistema dei corsi finanziati dalla Regione per le lingue in campo turistico, richiesti come obbligatori, possano essere organizzati solo in periodi in cui il personale è assunto e quindi in periodo estivo, limitando di molto la frequentazione degli stessi,

### Giovani e socialità assenza spazi pubblici

Tra le criticità è stato indicato anche il tema della scarsa partecipazione alla vita sociale della comunità da parte dei giovani, poco stimolati a partecipare molto probabilmente per l'assenza di spazi di socialità capaci di stimolarne il pensiero e la proposta culturale. La presenza di un contenitore culturale, diverso dall'oratorio, ed in grado di stimolare i più giovani su diversi temi, un luogo aperto al confronto anche con realtà esterne alla comuni-

tà favorirebbe una vivacità ed un pluralismo associativo che oggi manca completamente. Durante la discussione è emersa l'importanza di usare un linguaggio giovanile e fare leva su tutto ciò che può coinvolgere: *“Oggi c'è un po' di rassegnazione e ci si congela rispetto alla possibilità di fare cose, chi ama la poesia, l'ambiente, il cinema deve essere incentivato a fare attività da condividere”*.

### Attitudini

In questo cluster sono state raccolte tutte le indicazioni della platea che riguardano le attitudini e il carattere di una comunità, visto sicuramente da un punto di vista negativo, e quindi come una minaccia alle possibili nuove proposte progettuali, ma che in qualche modo possono essere governate con delle risposte collettive positive, propositive che stimolano processi imitativi. In questo gruppo si è fatto riferimento all'invidia, alla mancanza di collaborazione tra gli addetti del settore, alla scarsità di confronto con altre realtà, alla mentalità, alla mancanza di cultura imprenditoriale, del rischio e dell'investimento, alla bassa partecipazione dei cittadini alle diverse attività locali, al basso livello di cooperazione o di affezione per il territorio o ancora all'incapacità di fare squadra e di costituire aggregati per costruire una destinazione anche breve di qualità (bar-negozi-ristoratori-attività culturali-servizi- aree sosta, etc..)

Conclusa la parte analitica e la condivisione di questo schema da parte di tutti i partecipanti, sono state presentate le fasi successive del percorso, avanzando un quesito sulle aspettative dei presenti sugli strumenti operativi che sarebbero stati presentati nei prossimi incontri. La domanda posta è stata:

**- Comunità ospitale e Cooperativa di Comunità: quali le vostre aspettative e quali temi vorreste approfondire con i relatori?**

L'attenzione dei presenti si è rivolta sicuramente verso le strategie, gli obiettivi e i metodi per fare comunità e in particolare sullo schema delle priorità che si sono dati i soggetti che hanno avviato queste strategie operative.

Iscrizione al laboratorio in presenza:

II° incontro - 24 ottobre n°26 partecipanti

## II FASE

**Giovedì 31 ottobre ore 17:00**

**La comunità si allarga e si guarda intorno: conosciamo gli strumenti - Comunità Ospitale e della Cooperativa di Comunità**



La seconda fase del processo partecipato “Comunità in Movimento” è stato immaginato come un dialogo partecipato con buone pratiche locali; si sono selezionate esperienze che si sono dotate di strumenti utili alla costruzione di una comunità ospitale al fine di accompagnare la comunità di Ugento a trovare la formula per contestualizzare sul proprio territorio una serie di strumenti operativi. Questa fase si compone di due conferenze cittadine con dei testimoni, una sul percorso per la costituzione di una Comunità Ospitale, con la

partecipazione della dott.ssa Smeralda Tornese, consulente Borghi Autentici d'Italia, e l'altra sull'esperienza della Cooperativa di Comunità di Melpignano alla presenza del Sindaco di Melpignano Ivan Stomeo e della Presidente della Comunità Cooperativa di Melpignano, Grazia Giovannetti. L'output di questa fase è il potenziamento di una rete territoriale forte e la conoscenza delle modalità più adatte alla contestualizzazione di strumenti strategici.

## **Comunità Ospitali**

L'incontro si è avviato con un breve riepilogo da parte del referente locale di Borghi Autentici d'Italia, arch. Rino Carluccio, sugli esiti della prima fase del percorso evidenziando alcuni elementi emersi nella stesura dell'Atlante di senso condiviso sui punti di forza e di debolezza del territorio ugentino, favorendo un ragionamento per ribaltare l'approccio ed inducendo i presenti ad immaginare di passare dai punti di debolezza guardandoli come delle opportunità di azione su cui nuovi soggetti economici possono investire ed invitando a tenere presente questi elementi al fine di ascoltare cosa succede nel "mondo" e nei territori che già hanno avviato progetti comunitari. Viene presentata l'esperta dott.ssa Smeralda Tornese, facilitatrice ed agente di sviluppo locale, esperta di Comunità Ospitale per Borghi Autentici d'Italia e spiegato dal punta di vista operativo la giornata di lavoro. A seguito della presentazione dell'esperta della Comunità Ospitale e degli strumenti operativi per realizzarla vengono aperte tre manche di discussione (ognuna correlata a tre fattispecie di strumenti) nelle quali si è potuto ragionare con i presenti su *cosa esistesse già sul territorio* e su *cosa, invece, è indispensabile ed è possibile fare* nella direzione di tali strumenti.

La dott.sa Tornese ha ritenuto necessario condividere con i presenti alcune premesse e concetti chiave utili alla comprensione di tematiche di sviluppo territoriale strategico, tendenze in atto in tema di marketing turistico e territoriale e più in generale del significato di costruire nuovi rapporti collaborativi e cooperativi tra gli attori di una comunità. Per facilità di esposizione li accomuneremo sotto dei macro titoli ma che fanno parte di un discorso sincronico e sono soprattutto interdipendenti tra loro.

### Competizione Territoriale

Oggi i territori dal punto di vista del marketing territoriale e della capacità attrattiva vivono la sfida della competizione ed è una competizione feroce perché è il risultato di un connubio tra abilità, conoscenza, tecnologia e velocità; *"arriva prima chi ha più abilità, più cono-*

*scenza, più tecnologia etc*". La risposta alla sfida della competizione è il **network**, mettersi in rete stabilire alleanza per ripensare l'organizzazione e la gestione dei patrimoni territoriali (culturale, ambientale, di how how, etc) attraverso l'individuazione di obiettivi e strategie che permettano la creazione di nuovi servizi. Nel tempo i territori cambiano, come cambiano le sfide e gli strumenti che vengono utilizzati è importante ricordava l'esperta "*saper gestire l'eredità del passato, interpretare il presente per progettare il futuro*". Vi sono alcune premesse strategiche per lo sviluppo del territorio: autenticità, esperienza di consumo, ricerca di valori in relazione alla loro condivisione e fruizione come un "vissuto" unico, proprio ed originale. Si rende necessario, quindi, reinterpretare questi elementi immateriali sul territorio, elaborare, anche con l'ausilio della tecnologia, **nuove forme di fruizione innovativa** che superi i campanilismi e la sindrome dello stop and go e cioè quella tendenza ad azzerare ogni progresso fatto localmente in virtù del cambio di colore delle amministrazioni locali. Per elaborare strategie efficaci, però, è necessario innanzitutto comprendere profondamente che cosa è un "**territorio**" e cioè un'insieme di caratteri materiali ed immateriali (lingue tradizioni, linee del paesaggio, etc), la parte superiore di un iceberg dove la parte che non si vede è costituito dall'identità. Per cui il territorio può essere visto come un *sistema di relazioni tra elementi tangibili ed elementi intangibili* come il patrimonio artistico culturale, il sistema di valori civici e sociali, l'efficienza dei sistemi giuridico amministrativi, la qualità delle risorse umane, la posizione geografica e le caratteristiche morfologiche di una territorio o ancora la struttura urbanistica e il patrimonio immobiliare e lo spirito del luogo, etc.. In sostanza, dice Tornese, l'ecosistema territoriale è composto da diversi livelli e tra questi c'è un continuo scambio dialogico ad esempio tra la realtà territoriale di livello nazionale o tra il livello internazionale e il livello regionale, il territorio deve rapportarsi ai diversi livelli e stabilire tra essi una relazione interdipendente. Questa premessa per far comprendere che dietro al concetto della Comunità Ospitale che funziona ci deve essere una comunità forte.

### Rete ed interdipendenza

Una comunità forte significa che esiste un'interdipendenza tra gli attori che vi operano, le risorse che attrae, produce e scambia, tra le attività svolte e le relazioni che in essi si creano. Una comunità forte è legata alla sua identità, ma il concetto di identità ha senso solo se gli elementi che la compongono vengono trasferiti attraverso la conoscenza, solo se diventa un elemento condiviso da parte di tutti, l'identità è un concetto plurale in evoluzione così come la conoscenza, è uno scambio dicotomico tra l'attaccamento alle radici ed inno-



vazione, può esserci attaccamento alle radici ma va anche valorizzato e condiviso. Le identità non si possono creare artificialmente, vanno sedimentate e fatte conoscere a tutto il territorio e come riorganizzare queste identità in servizi ed offerte è uno dei compiti della comunità ospitale o meglio la comunità ospitale è lo strumento per la valorizzazione e l'innovazione della proposta territoriale

### Comunità Ospitale

Emerge, quindi, il concetto di “**Comunità Ospitale**”, successivamente CO, come un sistema capace di offrire un territorio nei suoi aspetti di autenticità ed identità in un’ottica di qualità. La comunità ospitale è ispirata dall’intenzione di conservare le risorse locali, di garantire lo sviluppo equilibrato del territorio, di distribuire benefici a tutti e dal minimizzare gli impatti negativi.

La comunità ospitale è lo strumento per rendere attrattivo ed interessante un territorio soprattutto in un’ottica di destagionalizzazione. Alla base della sua costruzione ci sono diversi interrogativi strategici che riguardano il come attrarre nel territorio turisti ed imprese, come sviluppare le competenze per far crescere il capitale umano, come mettere al centro di un territorio le persone che lo abitano e come valorizzare e promuovere i saperi ed i sapori artigianali. Naturalmente quando si parla di turismo bisogna considerare i cambiamenti in atto negli ultimi anni, dal profilo del turista, ai nuovi modelli di prodotto turistico ma anche ai nuovi modelli di commercializzazione e distribuzione di tali prodotti. Una comunità per essere realmente ospitale deve comprendere che il turista è il protagonista del cambiamento, ma nello stesso tempo è il territorio nella sua unicità di relazioni e risorse immateriali e materiali, che valgono sia per gli abitanti che per gli abitanti temporanei, ad offrire al turista un’esperienza unica “seamless” (senza soluzione di continuità). Il territorio, nello stesso tempo, è un’identità viva, che non bisogna standardizzare o rendere omogenea, ma è necessario che venga sempre ripensato e reinterpretato a partire da un assioma valoriale dato. Fare comunità ospitale significa conoscere la strategia a livello turistico che si vuole adottare, nella pratica significa dialogare ed interagire tra vari livelli, significa riconoscere l’interdipendenza che esiste tra gli attori di un territorio (*“il ricettivo non può fare a meno del gastronomico, l’enogastronomia non può fare a meno dell’agricolo, l’agricolo dei servizi, etc”*) e riconoscere il concetto di sistema facendo sì che ogni soggetto che lo costituisce assuma la consapevolezza delle interdipendenze che lo correlano.

Comunità Ospitali è in sostanza un **progetto di valorizzazione turistica del borgo** che si sviluppa attraverso un'idea di turismo di comunità, che coinvolge tutti, tutti quelli che all'interno della comunità possono entrare in contatto con i turisti viaggiatori.

**Come si diventa, quindi, Comunità Ospitali?** Facendo rete. Stabilita una comunione di intenti ("Facciamo qualcosa insieme per rilanciare il nostro territorio e promuovere il turismo") è necessario elaborare progetti comuni che soddisfino ogni componente del sistema, che garantiscano a tutti un introito economico per facilitarne la concretizzazione, collaborando tra pari, ognuno con le proprie caratteristiche e competenze distinte all'interno del sistema, ma che dall'esterno viene visto come un unico, originale sistema. Il dispositivo Comunità Ospitali si basa sul presupposto che in un borgo vi siano le condizioni per costruire e sviluppare una coalizione fra gli attori dell'ospitalità (strutture ricettive, ristoratori, servizi complementari all'accoglienza, soggetti collettivi di animazione ed organizzazione eventi, anche il Comune con i suoi servizi). *La coalizione dialoga e mette a punto una strategia integrata condivisa sia di valorizzazione che di accoglienza, una strategia univoca di offerta.* La Comunità ospitale è un luogo una destinazione, è una motivazione di viaggio, in cui gli ospiti/viaggiatori si sentono **Cittadini temporanei**. Chi visita vuole identificarsi nel ritmo della vita del borgo, vuole usufruire delle opportunità di servizi disponibili, conoscere ed apprezzare i beni materiali ed immateriali che lì vengono prodotti ricevendo nuovi apporti e stimoli culturali. La CO è quindi un luogo dove trovare una dimensione più vera ed autentica, *"come i panni stesi all'aperto o i culacchi (racconti) degli anziani, la spontaneità che è un valore soprattutto se si paragona a realtà urbane medio grandi dove si perde questo tipo di relazione"*.

La dott.ssa Tornese, infine, ricapitola i vantaggi dell'elaborazione di una strategia unica condivisa di accoglienza come la CO:

- l'elaborazione di una visione comune come un viaggio alla scoperta dei particolari;
- maggiore comunicazione e visibilità: un'immagine univoca e coordinata del borgo e del suo territorio come destinazione turistica, culturale, ambientale produttiva e sociale e una comunicazione unica e coordinata (sito web, animazione social, ufficio stampa, etc.);
- promozione di un sistema di sviluppo e di commercializzazione integrati della destinazione turistica mediante l'elaborazione di politiche di marketing e di commercializzazione integrate (basate sulla destinazione): piano annuale e condiviso, rapporti con reti di distribuzione e buyer, partecipazione unitaria a fiere ed eventi, campagne coordinate di promozione e commercializzazione sul web, etc..;

- la creazione di nuove opportunità economiche mediante l'attivazione di un dispositivo integrato e coordinato di accoglienza ed ospitalità: tutor dell'ospite, casa dell'ospite, punti informativi centralizzati, nuovi servizi di accoglienza collettivi ed innovativi: servizio transfer coordinato, supporti integrati per fruizione del territorio come guide ed accompagnatori, etc..

Si procede, poi, alla condivisione degli **strumenti operativi** della **Comunità Ospitale** che Borghi Autentici ha stilato come opzioni pratiche per implementare questa interdipendenza tra attori diversi di una comunità. Per facilità di esposizione sono stati riuniti per assonanza alcuni di loro e successivamente aperta una manche di discussione con i presenti a partire da due domande *cosa esiste ad oggi sul territorio?* e *cosa è indispensabile fare?* tenuto conto dei punti di forza e di debolezza evidenziati nei precedenti incontri.

#### Gli strumenti operativi

- 1) Stabile collaborazione fra strutture ricettive e ristorative per creare servizi di accoglienza comuni ed economie di scala gestionali (es. approvvigionamenti collettivi), favorire l'adozione di una disciplina volontaria sulla qualità (es. carta ospitalità in cui vengono indicati diritti e doveri di chi si occupa di accoglienza e di chi viene ospitato);
- 2) condivisione tra ristoranti e trattorie di un protocollo per valorizzare l'uso di ricette e materie prime agroalimentari del territorio, nei menu in un'ottica di valorizzazione del patrimonio enogastronomico attraverso azioni di *storytelling*; approccio rispettoso della biodiversità del luogo, basato sul basso impatto ecologico (es. creazione menu distintivi legati alle tipicità);
- 3) aziende di prossimità che si occupano di produzioni agroalimentari ed enogastronomiche di qualità e tipiche nonché quelle dell'artigianato tradizionale;
- 4) la possibilità, laddove non ci sono servizi ristorativi, di ricorrere alla creazione di *Home Restaurant*.

#### **Cosa esiste oggi sul territorio?**

Durante la discussione è emerso che ad oggi esiste una relazione tra ospitalità minuta, come *Bed & Breakfast*, e ristoratori che si accordano per far degustare le tipicità locali in esperienze di degustazione, cosa che però a quanto riporta la platea non esiste per la

grande ospitalità alberghiera in quanto propongono già all'interno della struttura soluzioni *all inclusive* (che in qualche modo non esclude l'adozione di tipicità locali, ma che esclude il mondo della ristorazione per via delle maestrie culinarie interne). Così per la proposta di Home Restaurant che in una forma ristretta agli ospiti esiste in quanto è lo stesso B&B ad organizzarla, ma non in una forma di maggiore condivisione di spazi e di persone. Le aziende di prossimità sul territorio esistono anche se sono impegnate nella grande distribuzione, ma comunque si potrebbero intercettare alcune nuove esperienze che si occupano di agricoltura sinergica e che potrebbero essere interessate per volume e qualità a rifornire un target diverso dalla grande distribuzione. Non esiste ad oggi un vero e proprio protocollo sulle ricette tipiche, ma esiste la Rete Salento Km0 che riunisce produttori, associazioni e consumatori per la promozione delle produzioni agricole tradizionali in un'ottica di promozione della biodiversità; rete di cui diverse realtà locali fanno parte, in particolare a Torre S. Giovanni, e che hanno contribuito ad elaborare una guida sulle produzioni agricole autoctone e che potrebbero essere coinvolte. Si suggerisce, inoltre, che bisogna incentivare nuovi piccoli commerci nel centro storico, enogastronomie, artigianato e piccoli rivenditori a km 0, con la necessità però di andare in deroga ai regolamenti comunali.

### ***Cosa è indispensabile fare?***

La suggestione che emerge da questo interrogativo riguarda in particolare due aspetti, il tema della necessità di rafforzare la rete locale di soggetti che, in parte il percorso partecipativo sta costruendo, e la necessità di dover integrare maggiormente le conoscenze sul e del territorio a favore di tutta la rete. Per quanto riguarda il primo aspetto si è valutato come il nucleo operativo che si sta costituendo a seguito del percorso di progettazione partecipata Comunità in Movimento può essere un apripista, ma che deve agire per un maggiore coinvolgimento delle realtà locali che sebbene non abbiano tempo da dedicare a questo percorso molto probabilmente sono interessate a partecipare attivamente in una seconda fase più operativa. Questo aspetto si integra con il secondo e cioè sulla necessità di una maggiore conoscenza del territorio, delle tipicità, delle aziende che vi operano e sulle possibilità legislative. Per questo un'azione plausibile potrebbe essere quella di fare uno screening su produzioni locali e filiere esistenti, su menu, ristoratori e sulla legislazione in materia di Home restaurant che a detta di qualche partecipante è ancora composta da molte zone grigie.

- 1) Programmazione annuale degli eventi attraverso la creazione di un calendario unico degli eventi su base annuale, l'ottimizzazione dell'uso delle risorse come fattore attrattivo su cui integrare aspetti dell'offerta;
- 2) proposte di "esperienze", la CO si dota di un programma di fruizione del territorio e delle sue risorse (minimizzando gli impatti d'uso); un tour esperienziale composto da laboratori di pasta fatta in casa, alla degustazione di buon vino legata alla passeggiata in vigna, a laboratori artigianali dalla ceramiche alla cesteria con i polloni d'ulivo, ma anche una passeggiata nella piazza del comune per ascoltare racconti e culacci antichi;
- 3) tutor dell'ospite come una figura relazionale essenziale all'interno del meccanismo dell'ospitalità, come consigliere del viaggiatore, una figura dedicata alla presa in carico dell'ospite durante il suo soggiorno (il suo punto di riferimento) affinché l'esperienza possa diventare memorabile.

### ***Cosa esiste oggi sul territorio?***

In riferimento a questi strumenti operativi i partecipanti hanno condiviso che una programmazione annuale esiste a cura del comune, ma che potrebbe essere non solo integrata ma che dovrebbe essere migliorata in termini di qualità, magari attraverso delle azioni di indirizzo di politica culturale da parte dell'amministrazione con dei temi annuali specifici attraverso i quali poi selezionare delle proposte culturali non solo locali ma anche regionali e nazionali. Ad oggi il Comune invita le associazioni locali ed insieme concordano il programma, ma risulta dalle considerazioni dei presenti che molto spesso ci sono difficoltà di coordinamento, in particolare sugli aspetti della comunicazione, o ritardi nella stesura dei programmi e conseguentemente anche nella promozione degli stessi. Sarebbe più efficiente concordare sempre con gli stakeholder locali una *vision sulla politica culturale locale* e dopodiché incaricare qualcuno per l'elaborazione del programma in tempi rapidi e cioè entro novembre e stimolare così anche chi si occupa localmente di produzione di eventi culturali e di intrattenimento a fare parte di questa vision condivisa.

Per quanto riguarda le proposte "esperienziali" ad oggi ve ne sono diverse organizzate dalle Proloco, ad esempio i laboratori di chiacchiere durante il carnevale, i laboratori di biscotti con i ragazzi, il laboratorio di cucina, di ricamo e intaglio o ancora i Laboratori di formaggi freschi. La difficoltà riscontrata qui è sicuramente legata alla difficoltà di raggiungere il visitatore sia dal punto di vista promozionale che comunicativo, da difficoltà nei ritardi

della programmazione e a volte in difficoltà logistiche che nascono dalla quasi totale volontarietà dei soggetti che organizzano queste proposte. Sarebbe necessario affinare la logistica, lavorare sulla programmazione e sulla proposta e rendere più economico il tutto anche utilizzando canali promozionali più professionali.

Esiste, inoltre, Cibus, un percorso di degustazione enogastronomico con il racconto di scene di vita vissuta che si sviluppa nel centro storico, con la rievocazione del rito delle “mammarie”, percorsi teatrali guidati; anche qui la difficoltà maggiore riscontrata riguarda la difficoltà nella programmazione che risulta tardiva, così come la comunicazione. Si è, inoltre, discusso dell'importanza della capacità di vendita del prodotto, magari elaborando delle strategie mirate alla ricettività extralberghiera.

### ***Cosa è indispensabile fare?***

La premessa condivisa da questa posizione di discussione è sicuramente che una risorsa del territorio non è automaticamente un prodotto turistico fruibile ed organizzato. Anche in questa seconda manche di discussione l'urgenza maggiore è quella di conoscere il proprio territorio, condizione *sine qua non* una rete locali funzioni. E' indispensabile, inoltre, lavorare sulla tempistica della programmazione, sulla creazione di un sistema di condivisione di informazioni, sulla consapevolezza dell'interdipendenza del sistema locale. Chi organizza deve poter contare su chi promuove le attività, su chi fornisce i dovuti permessi, su chi può occuparsi dell'eventuale accoglienza.

^^^^^^^^^^^^^^^^^^^^

- 1) Casa dell'ospite locali dove la CO colloca le proprie funzioni organizzative (es. *booking* centralizzato, servizio di prenotazione ed informazione) e dove vengono svolte attività collettive e di sistema (salone della festa con attrezzature di cucina, meeting e corsi professionali, *show room* per esposizione dei prodotti del territorio, enoteca comunale, etc.);
- 2) “Seconde case” e cioè abitazioni non utilizzate o sottoutilizzate che potrebbero essere valorizzate ai fini turistici attraverso la creazione di una rete ricettiva diffusa (gestione commerciale ed operativa centralizzata) che potrebbe costituire il presupposto per lo sviluppo di un organismo economico a partecipazione locale (es. Cooperativa di comunità).

### ***Cosa esiste oggi sul territorio?***

I partecipanti convergono sull'idea che la casa dell'ospite possa vedere il ruolo, rivisitato, delle Proloco per le attività che già fanno nelle loro sedi, ma che potrebbe essere implementato se solo si riuscisse a rispondere della carenza degli spazi pubblici a disposizione sul territorio comunale. Un'ulteriore suggestione riguarda la già troppa concentrazione di locali adibiti all'ospitalità minuta che qualora dovesse aumentare rischierebbe di far perdere elementi di autenticità del centro storico e dei borghi.

### ***Cosa è indispensabile fare?***

E' stato ritenuto di notevole importanza il tema dello screening delle attività locali che si occupano di ospitalità minuta e capire se è possibile coinvolgerle in un sistema di rete e di gestione centralizzato a partire magari dalla condivisione di alcune regole e prassi della buona ospitalità per elevare e qualificare il sistema di accoglienza e soprattutto per normalarlo e regolarizzarlo dal punto di vista amministrativo. I partecipanti, poi, si sono interrogati sul soggetto che potrebbe avviare e gestire queste operazioni, in quanto se a detta dell'esperta la CO è un dispositivo volontario, la valorizzazione identitaria della comunità e la gestione pratica di alcune proposte sono necessariamente legate alla costituzione di un soggetto giuridico come la Cooperativa di Comunità. Anche qui il tema della rete, della pianificazione e della comunicazione sono risultate azioni indispensabili alla realizzazione di tali strumenti.

### **Riflessione conclusive**

La dott.sa Tornese lascia alla discussione finale alcune riflessioni che sono emerse dalla giornata e a cui tenere presente nel percorso Comunità in Movimento; innanzitutto la considerazione che un territorio è ospitale per i turisti se prima lo è per i cittadini che lo abitano, e così una località "smart" è una località dove le persone partecipano perché vogliono partecipare, perché lo possono fare. E ancora il legame dei cittadini con il loro territorio è un ingrediente per costruire una Comunità Ospitale ed il futuro di una comunità lo si progetta con la comunità stessa.

**Giovedì 7 novembre 2019 ore 17:00**  
**Comunità Cooperativa di Melpignano**

Testimonianze:

Ivan Stomeo, Sindaco di Melpignano

Grazia Giovannetti, Presidente della Comunità Cooperativa di Melpignano



L'appuntamento è dedicato all'incontro con chi sul territorio salentino ha intrapreso un'attività economica in un'ottica di servizio della comunità per la comunità. Il referente locale di Borghi Autentici Rino Carluccio ha inizialmente riepilogato le fasi precedenti del percorso Comunità in Movimento per poi condurre i partecipanti verso l'incontro con l'esperienza della Cooperativa di Comunità di Melpignano attraverso una premessa; alla base dell'uso di tale strumento c'è un intendimento ben preciso della Pubblica Amministrazione, una volontà di guida, di indirizzo e di stimolo per la comunità, ma questo è un percorso di natura



partecipativa per cui è stato chiesto ai partecipanti di sentirsi liberi di fare domane, di interrompere e di partecipare attivamente durante gli interventi. Così l'arch. Carluccio ha invitato i presenti a fare lo sforzo di confrontare le realtà ma tenendo ben presente che si parla di territori diversi per cui le attività che si possono immaginare sono ben diverse e da contestualizzare; ha invitato, inoltre, a provare ad immaginare quali azioni e idee attivare invece sul territorio ugentino. Vengono poi presentati gli argomenti degli interventi successivi:

- Ivan Stomeo, Sindaco di Melpignano *“Le condizioni politico istituzionali per la nascita della cooperativa di comunità e nuovi equilibri tra parte pubblica e nuovi soggetti economici”*;
- Grazia Giovannetti, Presidente della Comunità Cooperativa di Melpignano, *“Azioni, proposte e futuro della cooperativa di comunità”*

Stomeo, a premessa della descrizione del percorso che ha portato alla nascita della Cooperativa di Comunità, successivamente CC, ha considerato che nonostante si sostenga che quella di Melpignano sia la prima nel suo genere, in realtà ci sono diverse esperienze di soggetti che si prendono cura dei beni comuni e che riescono anche ad avere una sostenibilità economica anche se magari non si chiamano Cooperativa di Comunità. A ulteriore premessa generale e di contesto di Stomeo: il deficit di legalità e trasparenza che si vive in Italia, cosa che genera una diffidenza nella gestione e cura dei beni comuni e la crisi del modello di sviluppo oggi dominante, dove il mercato e lo Stato non bastano più a sopperire alle esigenze della comunità e questa, spesso, non è al centro del discorso politico. L'idea che c'è alla base della CC è la richiesta della pubblica amministrazione di operare insieme ai cittadini e rispondere insieme ai fabbisogni della comunità, non secondo un modello standard, perché non tutte le comunità sono uguali e nemmeno le CC (è un vestito che si cuce addosso alla comunità che decide di fondarla), ma stilando insieme una gerarchia di bisogni della comunità.

A Melpignano il punto di partenza e le esigenze a cui si volevano dare risposte riguardavano il depauperamento dei suoli agricoli in ragione della prevista possibilità di installare impianti fotovoltaici medio grandi anche in suoli agricoli, con il vantaggio del Conto energia nazionale e secondo le direttive regionali. La domanda che si sono posti è se non fosse più interessante, anziché fare grandi impianti, fare dei piccoli impianti senza deturpare il paesaggio, sfruttando quindi i solai delle abitazioni, aprendo anche il dibattito sulla transizione energetica.

Un'occasione determinante per questo ragionamento è stato l'incontro del Sindaco Stomeo con Giuliano Poletti, allora Presidente Legacoop, diventato successivamente Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali 2014-2018, con il quale si sono interrogati sull'esistenza o meno di un soggetto che sapesse occuparsi di queste grandi sfide, che avesse all'interno una componente di cura del bene comune, ma che nello stesso tempo sapesse portare nuove energie economiche sul territorio; durante l'incontro, avvenuto ad un convegno sul turismo responsabile a Cefalù, Poletti accennò ad un'idea ancora allo stato embrionale: **creare le condizioni affinché i cittadini di un borgo si possano organizzare per autogestire lo sviluppo del proprio territorio.** Da Sindaco, Stomeo, intuì subito una grande opportunità di crescita, non solo economica, che la sua comunità poteva avere e si mise a disposizione per una prima sperimentazione sul campo. Dopo un mese era già nato un gruppo di lavoro con i rappresentanti di Legacoop nazionale e una delegazione dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia. Prese forma in quei giorni l'idea di sperimentare a Melpignano, per la prima volta in Italia, un modello di nuova cooperazione.

Contestualmente l'amministrazione aveva avviato uno studio di fattibilità in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria ed innovazione tecnologica dell'Università del Salento e la Cooperativa Sociale Officine Creative di Lecce, per comprendere la disponibilità e la idoneità delle abitazioni dei cittadini di Melpignano (inclinazioni, max di ore luce al giorno, etc..) ed emerse che 180 famiglie erano idonee ad ospitare impianti fotovoltaici sui propri solai; per cui la risposta è arrivata da sé non era necessario attendere le grandi multinazionali dell'energia, ma si potevano mettere insieme professionisti, maestranze locali e cittadini per rispondere allo stesso momento ad un potenziale depauperamento del territorio e al fabbisogno energetico dei cittadini, con energie pulite. I Soci-cittadini hanno potuto installare 179,67 kW di impianti fotovoltaici distribuiti tra 33 impianti solari, di cui 29 impianti di proprietà della Cooperativa con una potenza installata di 159,93 kW, soddisfacendo quasi totalmente il fabbisogno energetico elettrico di altrettante famiglie e con evidenti benefici ambientali: si evitano così, all'anno 118.892 kg di emissioni di CO<sub>2</sub> e 336 kg di emissioni di NO<sub>x</sub>. L'investimento di circa 400 mila euro, reso possibile in virtù di un mutuo erogato da Banca Etica, ha permesso non solo un risparmio economico importante per le famiglie ma anche lo sviluppo di un'economia locale virtuosa grazie all'utilizzo delle risorse umane e professionali della Comunità (ingegneri, elettricisti, fabbri). Stomeo informa che quando hanno avviato lo studio di fattibilità, in realtà non stavano ancora pensando alla CC, e addirittura avevano fatto un bando rivolto a ditte private per le installazioni e gli im-

pianti, bando al quale nessuna ditta privata ha partecipato visto che risulta molto più conveniente fare un impianto enorme piuttosto che 180 piccoli. Così ci si è posti la domanda se non fosse più conveniente mettersi insieme ed andare a chiedere un finanziamento per la realizzazione di impianti piccoli diffusi e comunitari.

A febbraio 2011 hanno avviato un processo di partecipazione aperto a tutta la comunità e anche ai cittadini fuori sede per studio e lavoro per scrivere insieme un progetto. Il 18 luglio 2011 si sono ritrovati nella Piazza del paese, p.za San Giorgio, 71 soci fondatori ed hanno sottoscritto alla presenza di un notaio lo statuto della cooperativa. La forza del progetto, sostiene Stomeo, sta nell'aver creato un'economia virtuosa, responsabilizzando cittadini e comunità, con un progetto che non andava a deturpare il contesto urbano (nessuno degli impianti è visibile dalla strada, perché "la strada è di tutti e non va rovinata"), fornisce energia gratuita ai soci e soprattutto l'introito (parte dell'incentivo del Gestore dei servizi energetici è percepito dalla cooperativa) circa 21mila euro il primo anno è stato reinvestito per nuove attività a vantaggio di tutta la comunità, in questo caso grazie all'acquisto dell'erogatore **Casa dell'acqua**. Come nel caso degli impianti fotovoltaici, anche su questa progettualità si è partiti dalla condivisione di una necessità, la riduzione della plastica per ridurre l'inquinamento. Oggi la CCM gestisce 42 case dell'acqua in tutta la provincia, vengono erogati 30mila litri di acqua al giorno al costo di 0,05 centesimi al litro, acqua minerale refrigerata e filtrata, impiegando circa venti tra elettricisti, idraulici ed artigiani locali per tutta la manutenzione necessaria. Solo a Melpignano sono stati erogati 460 mila litri di acqua generando un risparmio ambientale ed economico in termini di bottiglie di plastica non prodotte e di quantità di CO2 non emessi in atmosfera. L'aspetto centrale è che i ricavi sono stati reinvestiti per l'acquisto dei libri di testo per 63 ragazzi di famiglie a basso reddito e per il contributo al pagamento della mensa scolastica. Ha raccontato il Sindaco *"Quando è arrivato un genitore di uno di questi ragazzi per ringraziarmi per aver creato la CCM perché stava pagando 300,00 euro di libri a rate, mi sono reso conto che la comunità aveva toccato il fondo, perché una famiglia che si trova a dover pagare 300 euro a rate significa che la comunità non mangia; l'azione della CCM non solo ha risolto un problema al sindaco ma a tutta la comunità, perché non vengono sostenuti solo i ragazzi dei soci, ma tutti (anche chi critica per questioni politiche la CCM non rinuncia però al bonus)".* Con gli introiti negli anni è stato acquistato un terreno vicino al Convento degli Agostiniani con l'obiettivo di riqualificarlo, così come la riqualificazione del parco giochi di Melpignano, un investimento di 150mila euro che difficilmente rientrerà in termini di utile

all'interno delle casse della CCM ma che risulta una forte azione di investimento nella comunità, nei suoi spazi di socializzazione e di iniziativa culturale.

**Un elemento sicuramente importante di questa operazione è rappresentato dalla sinergia che si è stabilita tra pubblico e privato**, operazione capace di dare risposta a livello economico e sociale ad una comunità; la forte sinergia tra pubblico e privato ci deve essere per dare la possibilità ai cittadini di organizzarsi e per immaginare un soggetto capace di fare crescere tutta la comunità. In assenza di tale sinergia è difficile pensare di costituire una cooperativa di comunità, ma piuttosto semplici cooperative, perché la volontà di reinvestire per la crescita di tutta la comunità è fondamentale, gli utili che la CCM fa, una volta pagati i costi anche del lavoro, va reinvestito; *“la CCM non è assimilabile ai vecchi ‘lavori socialmente utili’, come non può essere uno strumento per fare favori a qualcuno”*.

L'amministrazione, secondo Stomeo, si deve mettere a disposizione e creare corsie preferenziali, sempre rispettando la legge in particolare quella sui contratti ed appalti pubblici, ma deve sostenere la crescita di questo esperimento, ad esempio non prevedendo la nascita di più cooperative di comunità, non è un gioco di fazioni, ma una comunità che collabora. La Cooperativa di Comunità oggi è disciplinata in Puglia da una speciale legge regionale L.r n° 23/2014, uno strumento utile per sostenere le realtà comunali che ha previsto anche dei canali diretti per sostenerli, attraverso l'emanazione di bandi a sostegno di queste realtà; oggi le CC di Biccari, di Galatone e anche quella di Melpignano hanno avuto accesso a questi fondi per poter fare crescere nuove progettualità.

A seguire è intervenuta la Presidente della CCM, Grazia Giovannetti, per approfondire gli aspetti pratici, le attività e le nuove sfide della cooperativa. Giovannetti ha ammesso di *“essersela trovata bella e pronta la cooperativa”*, costituita da 5 anni e con un buon livello di maturità, quando è subentrata nella carica. Costituita da 71 soci, oggi sono 289, ha riscontrato che le persone si avvicinano mano a mano che trovano interesse e che percepiscono un'opportunità; prima veniva guardata con sospetto, oggi, invece, all'interno della comunità è familiare, non per forza chi si avvicina si aspetta qualcosa direttamente, alcuni vengono per il piacere di esserci e come si vedrà i benefici si calano su tutta la comunità, nessuno ha da rimetterci ma tutto di cui guadagnare. Sicuramente uno degli aspetti positivi è avere costituito questa realtà attorno ad un progetto concreto che ha permesso di generare dei piccoli utili che hanno stimolato la creatività per ragionare su nuovi modi per

spenderli all'interno della comunità. Così è stato per quanto riguarda il reinvestimento degli utili degli impianti delle casette dell'acqua, un progetto diffuso in Italia, per nulla innovativo, ma che in provincia di Lecce non si era ancora diffuso. L'amministrazione allora socia della CCM avrebbe voluto installarla ma non aveva capacità economica (il costo è di circa 18mila euro), così è stata la CCM ad installarla, apportando benefici alla comunità non solo in termini di benefici ambientali, ma anche favorendo nuovi spazi di socialità, come era nel passato quando ci si trovava attorno ad una fontana del paese.

Tutti i progetti sui quali ragiona la CCM, racconta Giovannetti, si basano su **tre criteri fondamentali**: deve essere un progetto a **favore della comunità**, deve avere dei **benefici ambientali** e deve prevedere un **ritorno alla comunità** (mediante il reinvestimento degli utili).

Oggi, racconta la Presidente, sono state installate 55 casette dell'acqua in tutta la Provincia con la diffusione anche di buone pratiche di risparmio energetico e di materiali: *“ mediamente eroghiamo 30mila litri di acqua al giorno, che diversamente sarebbero arrivati attraverso un tir al giorno, abbiamo quindi risparmiato 660 kg di plastica e diversa CO2 prodotta dai mezzi di trasporto”*.

E' risultata un'idea vincente perché ha generato dei veri e propri utili che hanno permesso la nascita di diversi servizi per la comunità, dai corsi estivi per ragazzi, alla nascita di stand gastronomici per la promozione e il marketing dei prodotti culinari locali, hanno permesso di riqualificare il parco giochi che versava in uno stato di abbandono e di degrado. A tal proposito il Comune aveva emanato un bando per affidare il parco giochi chiedendo un'attività evidente di riqualificazione. La CCM, grazie agli utili, si è potuta permettere un investimento di 150 mila euro, che non torneranno in forma di nuovi utili, ma che hanno lasciato alla comunità uno spazio di socialità, inclusivo realizzando camminamenti per disabili, nuovi impianti e giochi, un luogo dove organizzare eventi culturali che avvicinano tutte le fasce di età rappresentate dalla comunità. Oggi questa è un'opportunità per diversi giovani del luogo, che lavorano nella gestione del punto ristoro e altri servizi di manutenzione (*“oggi ci lavorano 3 ragazzi a tempo indeterminato e 2 a tempo determinato che però si stanno trasformando in tempo indeterminato, mentre d'estate ci sono 12 giovani in totale che ci lavorano”*).

La L.R. a sostegno delle cooperative di comunità e soprattutto i bandi regionali a sostegno delle stesse, hanno stimolato la CCM ad elaborare nuove proposte e nuove iniziative, ad

esempio, il progetto SCAMBIO, che mira a combattere le solitudini involontarie quelle delle persone che sono rimaste fuori della società per vari motivi, gli anziani soli con autonomia ridotta, le disabilità fisiche e psichiche; l'idea è di lavorare per recuperare queste solitudini attraverso una serie di servizi da erogare. Questa nuova idea nasce da un percorso di progettazione partecipata che la CCM ha avviato (*" e devo ringraziare per questo la grande professionalità di Rino e Lea che ci hanno accompagnato in questo percorso"*) perché, sostiene la Giovannetti, chi lavora abitualmente per la CCM sono le persone all'interno del CdA mentre *" a me interessava interagire con tutti i soci e la comunità per capire quali fossero le esigenze e tirare fuori idee interessanti da realizzare; il tema dell'autonomia degli anziani ma anche dei giovanissimi che vogliono spostarsi in sicurezza, ad esempio con un taxi sociale, e non possono se non con l'aiuto delle famiglie è stato un tema ricorrente. Così abbiamo preso nota e tenute nel cassetto tutte queste progettualità e quando è venuto fuori il bando della Regione abbiamo aperto il cassetto ed iniziato a lavorare su queste proposte"*.

E' stato realizzato, inoltre, un piccolo apiario di comunità nella pineta del paese, non tanto per una produzione diffusa di miele, ma soprattutto come azione di sostegno alla biodiversità riportando un insetto che sta scomparendo e che è molto importante per il territorio, cercando anche di recuperare dei metodi colturali antichi, grazie alla collaborazione dell'associazione APIS; progetto che è stato possibile realizzare anche grazie alla scelta della pubblica amministrazione di normare l'uso dei pesticidi mettendoli al bando. Vengono realizzati poi laboratori per bambini gestiti da nonni, il laboratorio di archeologia, i laboratori di arte circense. Oggi il numero dei soci è ragguardevole, abbiamo 5 dipendenti a tempo indeterminato e due a tempo determinato e decine di professionisti al lavoro e fornitori. *" Non voglio convincervi con i numeri a realizzare la cooperativa di comunità.."* ha dichiarato Grazia Giovannetti *"..perché la cosa fondamentale per realizzarla è avere un'idea forte e sicuramente un po' di fortuna"*.

Uno spunto alla riflessione sul reinvestire a beneficio della comunità arriva dall'aneddoto del sostegno alla mensa, che non risulta un beneficio solo per le persone meno abbienti, ma per tutta la comunità: *" Parlando con mia figlia che frequentava la scuola mi faceva notare che la mattina a scuola erano in 40 mentre il pomeriggio solo la metà. Durante il mattino venivano concentrate le attività educative mentre il pomeriggio venivano svolte solo attività di intrattenimento; oggi, con il sostegno alla mensa a chi ne ha bisogno, rimangono tutti i bambini e le maestre possono fare più attività distribuite nell'arco della giornata, in-*

*vestire nella cultura paga sempre, abbiamo acquistato anche le lavagne LIM, idee ce ne sono tante, questa è la nostra cooperativa”.*

La Presidente conclude il suo intervento con un consiglio pratico che riguarda lo statuto: *“Lasciatelo più aperto possibile, perché è uno di quegli aspetti che ti blocca quando ti vengono idee, noi abbiamo dovuto modificarlo ed è un passo costoso, per cui partite con un’idea concreta che possa aggregare persone e creare un po' di utili, ma lasciatevi comunque la possibilità di modellarvi con il tempo, datevi la possibilità di fare sempre nuove cose”.*

Il confronto poi apertosi tra i partecipanti e gli ospiti ha riguardato aspetti pratici relativi, ad esempio, alla normativa ed anche interventi più indirizzati a suggestioni di senso e di opportunità.

#### La CCM è un soggetto giuridico a tutti gli effetti?

“Sì lo è..” risponde il Sindaco Stomeo ed aggiunge “..quando siamo nati abbiamo incontrato due o tre tecnici perché non esisteva un soggetto giuridico specifico nel quale far rientrare un’operazione come l’avevamo pensata noi; per questo vi dico che non è tanto la forma, lo statuto si può immaginare insieme, ma è la mentalità con la quale si ragiona in essa che fa la differenza. Se una signora di 80 anni può alzare la mano in assemblea e decidere e partecipare è chiaro che il tema fondamentale che ne risalta è il tema della comunità che si sta costruendo, è un’operazione molto socializzata, sul suo funzionamento interno, ma anche sulle attività economiche che si scelgono di portare avanti, attività che un soggetto economico singolo probabilmente non sceglierebbe mai perché non riscontra delle opportunità di guadagno immediate. Vi porto l’esempio della Cooperativa di Comunità di Miglierina in provincia di Catanzaro, un comune di 600 abitanti che si trova arroccato tra lo Ionio e il Tirreno; loro hanno in gestione dal comune un albergo diffuso, un ristorante a km0 e 7 ragazze hanno riscoperto la lavorazione della ginestra, sono diventati una località attrattiva ed interessante e se su 600 anime 10 vengono occupate stai già contribuendo a risolvere il problema del lavoro in una piccola comunità. Se il comune avesse fatto un bando indirizzato ai privati, questo sarebbe andato deserto.

Che quota di popolazione deve diventarne socia per essere definita CC?

Risponde la Presidente: “Sotto i 3000 abitanti deve diventarne socio il 10% mentre sopra i 3000 il 3%; Ugento che ha 12000 residenti deve iscrivere a socio 360 persone e paradossalmente sono meno quelle che dovete iscrivere voi di quelle che abbiamo dovuto iscrivere noi (il 10% e cioè 230). Comunque queste porzioni sono necessarie per l'iscrizione all'albo delle CC, iscrizione che non è obbligatoria fare alla nascita della CC, questa può avviarsi e poi con il tempo crescere nei numeri”.

Come si sostiene la CCM?

Risponde la Presidente “Il tema della sostenibilità sicuramente è un tema centrale, non è facile ed è frutto di un lavoro costante e quotidiano di programmazione ed ideazione; il CdA si riunisce ogni due settimane, fino ad oggi si è riunito su base volontaria, oggi, invece, abbiamo previsto un gettone di presenza perché siamo tutte persone che tolgono tempo a famiglia e lavoro ed è giusto riconoscerlo. Oggi stiamo immaginando di creare una vera e propria struttura, come un'azienda, anche se un po' è così oggi c'è un presidente, poi una sorta di segretario personale e diverse collaborazioni; con una struttura aziendale riesci a tenere sotto controllo tutto, e si dà più valore al tema della responsabilità delle scelte”.

I soci pagano una quota?

Il Sindaco, risponde: “I soci pagano una quota minima di 25 euro che gli viene restituita se lasciano la cooperativa; si possono comprare più quote anche in un'ottica di sostegno dell'operazione, come aveva fatto il Comune comprando inizialmente 100 quote restituite quando è uscito dalla compagine sociale”.

La CCM ha una sede?

“Attualmente abbiamo una sede in affitto dal Comune” risponde Giovannetti.

Quali attività gli possono essere affidate ad esempio la manutenzione del verde pubblico?

“Sì, sotto una certa soglia possono essere affidati tutta una serie di servizi, dalla manutenzione del verde pubblico, alla segnaletica, o la pulizia di parchi e spiagge” risponde Stomeo.



E' una cooperativa a responsabilità limitata?

“Si lo è, per tutte le informazioni di carattere legale comunque esistono grandi strutture come Legacoop alle quali afferire per avere assistenza su aspetti tecnici” risponde Stomeo

Nel settore turistico, invece, ritenete si possa fare qualcosa con la CC?

“Melpignano non ha una vocazione turistica come il territorio ugentino, non abbiamo elementi paesaggistici rilevanti come voi, tra costa, mare, bacini parco; abbiamo anche noi i nostri valori paesaggistici ma probabilmente per un altro tipo di turismo legato più alle tipicità, ed è per questo che abbiamo in mente la possibilità di creare una destinazione turistica a Melpignano” risponde Giovannetti e poi aggiunge l'arch. Carluccio “E' pur vero che loro sono partiti da un'idea lancio ideale, ma la motivazione che ha spinto ogni loro azione è legata alla risoluzione di criticità territoriali; in questo percorso abbiamo indicato diversi punti di debolezza che sembrano insormontabili, ma che modificando l'approccio di lettura possono diventare delle soluzioni, delle nuove opportunità economiche. Ci sono diverse criticità nel territorio ugentino, come i problemi della mobilità interna, delle connessioni con i nodi centrali, queste criticità sono anche una necessità del territorio lo strumento della CC può avere maggiore occasione di successo se si applica questo capovolgimento tra debolezze e necessità per costruire nuove opportunità. La CC è un soggetto privato ma composto e rivolto alla comunità; la questione del turismo è più complessa perché probabilmente la CC non è il soggetto giusto per fare ospitalità, visto che ci sono diversi soggetti economici locali che popolano questo settore anche con grande qualità, però potrebbe occuparsi di tutta una serie di servizi che il pubblico non riesce a realizzare (ad esempio come la casa dell'acqua a Melpignano) ma che migliorerebbero l'esperienza di Ugento come nuova destinazione turistica stagionalizzata. Lo sforzo che qui tutti dovremmo fare è uno screening di piccoli servizi per la comunità di residenti ed abitanti temporanei e ragionare affinché queste azioni ed attività possano diffondersi su tutto il territorio”.

Durante la discussione sono emersi anche dubbi e proposte di iniziativa. Circa i dubbi: i partecipanti hanno fatto riferimento alla mancanza di cultura di rete nel territorio ugentino che anche in ragione della sua densità abitativa è molto diversa da Melpignano e l'unica idea che potrebbe smuovere il territorio è la capacità di creare reddito. Sulle proposte di iniziativa, invece, è emersa la possibilità di intervenire anche nel settore agricolo che sta attraversando un momento di crisi non indifferente a causa del batterio della Xylella e del

disseccamento rapido dell'olivo; si è pensato alla produzione di generi alimentari che possono servire i villaggi turistici e i soggetti che fanno ospitalità.

Il Sindaco Stomeo risponde ad entrambe le suggestioni; per quanto riguarda i dubbi e le preoccupazioni ha chiesto ai presenti di considerare non solo gli aspetti economici e gli utili che potrebbe generare la CC, ma a tutta una serie di effetti positivi che si generano all'interno della comunità. *“Quando è nata l'idea di realizzare gli impianti è venuta la trasmissione Ambiente Italia per raccontare questa esperienze, mettendola a confronto con un'altra meritevole iniziativa e cioè un gruppo di acquisto per il fotovoltaico che sfrutta economie di scala per l'acquisto collettivo di materiali e per la realizzazione degli impianti; lo ho provato a spiegare la differenza tra CC e GAS: il gruppo d'acquisto è di per sé positivo, riduce i costi di acquisto permettendo a più persone di fare scelte in difesa dell'ambiente, ma la CC è diversa, ha un ritorno maggiore del GAS o meglio il ritorno riguarda tutta la comunità e non solo per coloro che compongono un gruppo, la differenza è sostanziale”.* Il Sindaco invita tutti i presenti a non perdere lo spirito di comunità e non guardare alla CC esclusivamente come un soggetto economico; ha, infine, condiviso con la platea una serie di esperienze di CC come quella di Zollino che produce e commercializza il pisello nano che si trova persino in farmacia o la CC di Biccari dove il comune aveva un vivaio in disuso, diverse case da gestire ed un convento e grazie allo strumento della CC ha potuto creare una nuova destinazione turistica gestendo una nuova offerta turistica, una bubble room per dormire dentro una bolla immersi nella natura dei Monti Dauni, e proponendo una serie di altre attività come un parco avventura e vari pacchetti escursionistici. Uno dei segreti, conclude Stomeo, è sicuramente l'intersettorialità e la capacità di rispondere continuamente al cambiamento in un'ottica di continuo miglioramento per la CC e per tutta la comunità.

**Giovedì 14 novembre ore 17:00**

## **Contestualizziamo lo strumento Comunità Ospitale a Ugento**

Questo appuntamento è stato dedicato ad un'attività laboratoriale in cui è stato chiesto ai partecipanti al percorso Comunità in Movimento di ragionare sullo strumento operativo della Comunità Ospitale in particolare attraverso un'azione di contestualizzazione di tale strumento all'interno della comunità ugentina.

La dott.sa Smeralda Tornese ha introdotto nuovamente che cosa è la Comunità Ospitale e cioè un *“percorso di valorizzazione fatto dalla comunità i cui vantaggi sono rappresentati dal fatto che le azioni sono elaborate dalla comunità per la comunità, con un ruolo fondamentale di supporto della pubblica amministrazione”*.

Ha poi invitato i presenti a tenere presente che il settore turistico è in continua evoluzione e che ragionare su una comunità ospitale significa reimmaginare le esigenze del turista, che non è più esclusivamente un visitatore, ma vuole essere un abitante temporaneo, per cui è importante lavorare per migliorare la godibilità dei luoghi per tutti, residenti ed abitanti temporanei. Infine ha elencato le regole base per costruire la comunità e le azioni prioritarie necessarie per la sua realizzazione.

Il facilitatore Rino Carluccio ha introdotto le “regole del gioco” con l'ausilio di una tecnica di visualizzazione a muro.

Ogni azione/progetto prioritario che compone la comunità ospitale è stato appeso su un cartellone a muro e su questo è stato chiesto ai partecipanti di indicare per ciascuno **esiste già...chi, come, cosa, punti di debolezza, punti di forza e azioni necessarie da realizzare**. Ogni cartellone/progettualità è interdipendente dagli altri, è stato chiesto loro di segnare i partecipanti ed un referente che avrebbe riferito in plenaria. La scelta di indicare partecipanti e referenti è connessa all'importanza che i presenti adottino i progetti come una sorta di presa di responsabilità.

Erano presenti 10 cartelloni/progettualità ed è stato chiesto ai partecipanti di dividersi in gruppi in base ai propri interessi e competenze e di lavorare al tavolo per ragionare e compilare tali informazioni. Si sono formati 3 gruppi che per 3 manche hanno elaborato delle indicazioni su ciascuna progettualità; ogni manche è stata intervallata da un momento di restituzione dei lavori in plenaria.

#### **1) STABILE COLLABORAZIONE TRA STRUTTURE RICETTIVE E RISTORATIVE/**

#### **4) HOMERESTAURANT**

partecipanti: Pierpaolo Marigliano, Enzo Primiceri, Paolo Piscopiello, Michael Manco

referente: Paolo Piscopiello, Michael Manco

#### **esiste già..chi, come, cosa**

Carparu (1990), Caru

#### **Punti di forza**

Alto numero di attori

Know how

#### **Punti di debolezza**

Individualismo

Poca comunicazione

#### **Azioni**

Progettazione e stesura di un Manifesto e di un Business Plan

Raccolta di manifestazioni di interesse

Implementazione in termini di sviluppo, valorizzazione e tecnologie

Produzione in termini di pubblicizzazione del progetto e presentazione al pubblico

## **2) PROTOCOLLO PER VALORIZZARE USO RICETTE E MATERIE PRIME AGROALIMENTARI DEL TERRITORIO NEI MENU**

partecipanti: Emanuela D'arpa Marco Cosentino, Annamaria Greco

referente: Annamaria Greco

### **esiste già..chi, come, cosa**

Non esiste un protocollo vero e proprio ma alcune ricette locali "estive" che vengono promosse durante eventi

### **Punti di forza**

Ricchezza, varietà e specificità

Verdure ed ortaggi locali

Aziende di eccellenza

### **Punti di debolezza**

Assenza di coordinamento per la valorizzazione di alcune ricette e materie prime in particolari per i prodotti tipici "invernali"

Manca di percezione delle potenzialità di alcuni ortaggi e prodotti agroalimentari in genere

Scarsità di conoscenza delle realtà produttive

Manca un metacoordinamento

### **Azioni**

Coinvolgere tutti gli attori: trattorie, produttori agricoli, aziende agroalimentari

Creare una mappatura dei prodotti specifici

Definire un regolamento di comunità

Condivisione degli esiti

### 3) AZIENDE DI PROSSIMITA'

partecipanti: Rosanna Coletta, Anna Maria Colaci, Erika Nutricati, Loredana Brigante, Mauro Mauramati, Antonio Mastria, Luciano Congedi

referente: Loredana Brigante, Mauro Mauramati

#### **esiste già..chi, come, cosa**

Azienda di muratura pietra a secco di Congedi Luciano

Agricola Lucrezia - azienda olivicola e frantoio di Antonio Mastria

Azienda agricola naturale di coltivazione piante officinali per estrazione di oli essenziali di Mauro Mauramati

Artigianato artistico (pittura, tessitura, ecoprint,tintura,sartoria,cartapesta, scenografia teatrale).

#### **Punti di forza**

Dimensioni aziendali ci si abitua facilmente ai cambiamenti

Potenziale alta qualità

Bagaglio culturale (saperi e competenze)

Esclusività in termini di nuove opportunità di crescita

#### **Punti di debolezza**

Piccole dimensioni, piccole entrate

Mancanza di rete

Competitività basata su una scarsa professionalità

Scarso utilizzo di media marketing

Assenza di spazi (espositivi e di fablab)

## **Azioni**

Mappatura delle realtà esistenti

Attività formative per la promozione digitale

Creazione di una piattaforma digitale comune e costituzione di un organo di gestione e controllo

Ricerca di spazi comuni di coworking e di fablab

Creazione di corsi/percorsi/corsi vacanze per l'arte, l'artigianato, l'agricoltura e muratura a secco da fare nelle aziende di prossimità

Giornate promozionali dedicate (artigianato, agricoltura)

## **5) PROGRAMMAZIONE EVENTI ANNUALE**

partecipanti: Pierpaolo Marigliano, Marco Cosentino, Antonio Mastria, Anna Maria Colaci, Enzo Primiceri

referente: Enzo Primiceri

## **esiste già..chi, come, cosa**

La pianificazione annuale da parte del Comune

### **Punti di forza**

Numerosità dei soggetti

Opportunità

Varietà

### **Punti di debolezza**

Scarsa qualità eventi

Comunicazione tardiva

Scarso coinvolgimento

Stagionalità

### **Azioni**

Coordinamento dei vari soggetti promotori degli eventi

Calendarizzazione per tempo

Migliorare la qualità (meno eventi, più qualità)

Maggiore comunicazione (sia interna che esterna)

Distribuzione degli eventi su tutto l'anno

Creare un indotto (interazione tra evento e operatori)

### **6) PROPOSTE DI “ESPERIENZE”**

partecipanti: Loredana Brigante, Luciano Congedi, Rosanna Coletta, Andrea Baldassarre, Mauro Mauramati, Michael Manco

referente: Loredana Brigante

### **esiste già..chi, come, cosa**

Percorsi trekking nel Parco Naturale

Attività nel bosco Monticolomi

Pescaturismo

Ospitalità rurale

Attività di sport acquatico

Equitazione

Cicloturismo

Visite guidate

Cibus Uxenti



Scuole

### **Punti di forza**

Ottimi presupposti e potenzialità

Saperi e competenze locali

### **Punti di debolezza**

Depauperamento del territorio (dal punto di vista paesaggistico ed ambientale)

Forte antropizzazione

Mancanza di destagionalizzazione (troppa densità delle presenze in alcuni periodi)

Scarsa promozione/conoscenza delle attività esistenti

Mancanza di salvaguardia del paesaggio e dei beni culturali materiali

### **Azioni**

Mappatura delle attività

Difesa del territorio e delle tipicità (non solo gastronomiche)

Creare sinergie tra competenze diverse (tra soggetti locali e enti di ricerca)

Organizzazione dell'offerta con azioni di promozione al turista sensibile attraverso attività ricettive e canali promozionali internazionali

Creazione del "turista sensibile" sponsorizzando il concetto dell'abitante temporaneo

Connessione tra produttori ed esperienze didattiche e turisti

Orientare l'offerta verso esperienze per le scolaresche

### **7) TUTOR DELL'OSPITE**

partecipanti: Emanuela D'Arpa, Paolo Piscopello, Anna Maria Greco

referente: Anna Maria Greco

**esiste già..chi, come, cosa**

Non esiste una figura riconosciuta affidabile (un professionista dell'accoglienza)

**Punti di forza**

Ufficio Infopoint

Proloco

Servizio civile

Alternanza scuola lavoro

**Punti di debolezza**

Molta improvvisazione

Manca un tutor linguistico

Manca il coordinamento per costruire un sistema di accoglienza di qualità

Mancano i "giovani" formati ed orientati

Manca un servizio 24h

**Azioni**

Creare un team di supporto 24h (reperibilità)

Creare una rete di servizio tra info point - proloco - tutor

Orientare e formare una figura professionale

Divulgare gli esiti

Creare un'APP con informazioni di base e gestirla

**8) CASA DELL'OSPITE**

partecipanti: Marco Cosentino, Luciano Congedi, Antonio Mastria, Andrea Baldassarre, Loredana Brigante, Anna Maria Colaci, Mauro Mauramati, Michael Manco

referente: Loredana Brigante, Andrea Baldassarre

**esiste già..chi, come, cosa**

Non esiste nulla di simile

**Punti di forza**

Patrimonio immobiliare esistente

Creazione e coordinamento delle attività

**Punti di debolezza**

Mancanza di Governance

**Azioni**

Promuovere la cultura della condivisione

Cercare strutture idonee

Dotarsi di tecnologia IT

Coordinazione tra le attività

**9) SECONDE CASE COME UNA RETE RICETTIVA DIFFUSA**

partecipanti: Emanuela D'Arpa, Enzo Primiceri, Pierpaolo Marigliano, Anna Maria Greco

referente: Anna Maria Greco

**esiste già..chi, come, cosa**

Non esiste una soluzione del genere e l'esperienza di Ostello diffuso è stata fallimentare

**Punti di forza**

Immobili da recuperare

**Punti di debolezza**

Stagionalità

Mancanza di abitazioni comunali disponibili

Mancanza di fondi per il recupero

**Azioni**

Mappatura degli immobili

Verificare la disponibilità dei proprietari per recupero e gestione dell'immobile

Ricerca di finanziamenti

Protocolli d'Intesa tra cittadini ed ente comunale per riduzione della transizione

**Giovedì 5 dicembre ore 16:00**

**BAR CAMP**



La giornata di lavoro è stata immaginata secondo la formula del Bar Camp, una non conferenza in cui il contenuto della discussione è proposto dagli stessi partecipanti, la regola fondamentale è che nessuno sia spettatore, ma che tutti contribuiscano alla riuscita dell'evento presentando un'idea, una proposta, un progetto. L'obiettivo dell'attività era definire insieme ai presenti la modalità e le attività sulle quali costruire una Cooperativa di Comunità. Si sono avviati i lavori a partire proprio da questo domanda generale posta di fronte ai partecipanti, posizionati in semicerchio; è stata condotta un'introduzione da parte dell'arch. Carluccio, consulente BAI, che ha ricapitolato le varie fasi del processo partecipativo, spiegato l'obiettivo del progetto e della giornata di lavoro, definito i tempi e le modalità di lavoro. A seguire è stato condiviso con i presenti lo scenario zero e l'analisi SWOT effettuata nei primi appuntamenti del percorso partecipativo con un breve inquadramento di Ugento a cura della dott.ssa Sodano, consulente BAI. Il tema della giornata era comprendere operativamente quali servizi, alla luce del percorso effettuato, potrebbe attivare una cooperativa di comunità a Ugento. A questo proposito si è ritenuto necessa-

rio condividere con i presenti le caratteristiche della Cooperativa di Comunità, tema già affrontato in un appuntamento specifico, ma che è servito ad introdurre il focus della giornata e far comprendere la portata delle opportunità insite in questo strumento; per fare ciò è tornata ad un Ugento la Presidente della Comunità Cooperativa di Melpignano, Grazia Giovannetti.



A seguire sono partiti i lavori in plenaria in un setting a grande semicerchio con un focus centrale dove è stata posta su dei pannelli la domanda principale; una volta definita meglio la domanda, tutti i presenti sono stati invitati a rispondere proponendo un'attività, un progetto da sviluppare e scrivendolo su un cartoncino colorato e posizionandolo all'interno di una matrice che riportava i due tempi di lavoro e 5 diversi spazi di lavoro caratterizzati cromaticamente. Chi ha proposto un'idea di lavoro è stato invitato ad illustrarla per indirizzarla verso un'azione/attività che possa essere sviluppata dalla cooperativa di comunità nel futuro. Una volta costruita la matrice accorpando alcune proposte per somiglianza i

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

presenti si sono iscritti ad un tema di discussione secondo i propri interessi per ogni turno, quindi ognuno ha potuto sviluppare due idee per ogni tempo.

	Spazio blu	Spazio rosso	Spazio giallo	Spazio verde	Spazio arancione
Primo turno ore 17.00/18.00					
Secondo turno ore 18.15/19.15					



Ciascuno spazio di lavoro differenziato cromaticamente è stato seguito da un facilitatore che ha avuto il compito di stimolare la discussione, far emergere i suggerimenti e le suggestioni di ciascun partecipante, spiegare l'obiettivo e dettare i tempi di lavoro; a ogni gruppo, infatti, è stato fornito un modello CANVAS come guida per stimolare il ragionamento sull'idea proposta. Il Canvas, da compilare, avrebbe facilitato la reportizzazione nella plenaria conclusiva. Ogni gruppo aveva il suo attore proponente che era la persona che ha proposto l'idea e che doveva seguire il lavoro in tutta la sua durata e poi condividere con la platea la discussione avvenuta nel gruppo.

Il modello Canvas è uno strumento utile per rendere la discussione più organica rimanendo sempre in tema e stimolando i partecipanti a lavorare su un piano per sviluppare un piano di business. Per ciascuno spazio di lavoro sono state proposte due idee; di seguito l'elenco e i modelli canvas compilati:

**SPAZIO GIALLO**

I°tempo: Vista Parco

II°tempo: Vivi la pietra

**SPAZIO VERDE**

I°tempo: Destination Management System

II°tempo: costituzione DMO (Destination Management Organization) gestita da una CC

**SPAZIO ROSSO**

I° tempo: sistema di azioni per la valorizzazione del Centro storico

II°tempo: Proposta di fruizione del patrimonio rurale vegetazione erbe spontanee

**SPAZIO BLU**

I°tempo: Scuola d'arte e mestieri

II°tempo: Costruzione di un calendario di eventi con ricostruzioni storiche



spazio lavoro	<b>giallo_I°tempo</b>
proponente	Francesco Pacella
attori del gruppo	
IDEA	VISTA PARCO
RIFERIMENTI	
OBIETTIVO IDEA	Creazione di identità, sistemare il Parco Litorale e renderlo fruibile
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- attivare l'ente ad individuare risorse esogene per la sistemazione;</li> <li>- affidamento della gestione del parco alla Cooperativa di comunità;</li> <li>- attività di valorizzazione (storytelling, visite naturalistiche, percorsi benessere, realizzazione di un'app);</li> <li>- istituzione di una reception e di uno shop nel Parco;</li> </ul>



#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- servizi di sorveglianza con visite continue e presenza con le attività, sensibilizzazione alla cura del bene pubblico con scuole e genitori;</li> <li>- ripristino cartellonistica nel parco;</li> </ul>
TEMPI	circa 2 anni "a tempo pieno"
COSTI	almeno 600000 (dipende da chi sistema inizialmente il parco, se l'ente o la cooperativa)
partenariati	Consorzio di bonifica, Ente Parco
modello di Gestione	Diretta, da parte delle persone che compongono la Cooperativa di Comunità

spazio lavoro	<b>giallo_II° tempo</b>
proponente	Annalisa Sgaramella
attori del gruppo	
IDEA	VIVI LA PIETRA VIVA
RIFERIMENTI	villaggi rurali in Grecia e Sardegna
OBIETTIVO IDEA	Mettere a valore il patrimonio rurale e renderlo occasione di sviluppo
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerca storica e mitologica;</li> <li>- formazione nei cantieri, turismo esperienziale nei cantieri;</li> <li>- richiesta terreni in concessione (da pubblico e privati);</li> <li>- reperire finanziamenti pubblici (GAL, Regione);</li> <li>- istituzione di cantieri per il recupero del patrimonio;</li> <li>- costruzione del villaggio rurale (dove si dorme, si mangia, ci si raccontano storie, si conosce la cultura locale);</li> </ul>
TEMPI	12 mesi
COSTI	oltre 500.000,00
partenariati	Agraria UniBa; Ingegneria Civile UniSalento; Prebenda Parrocchiale, privati
modello di Gestione	Tour Operator della Cooperativa di Comunità

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

spazio lavoro	<b>verde_1° tempo</b>
proponente	Michael Manco
attori del gruppo	Antonio, Alessandro, Sergio, Vito, Giovanni, Enzo, Carmelo, Giovanni
IDEA	Realizzazione di una DMS (Destination Management System) per la promo-commercializzazione del prodotto/offerta turistica nel territorio di Ugento. In relazione ad una DMO.
RIFERIMENTI	Trentino, Paganella
OBIETTIVO IDEA	Promuovere e commercializzare l'insieme del pacchetto di servizi turistici (tour, attività, esperienze, ricettività alberghiera/extralberghiera) erogati dagli operatori del territorio di Ugento
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collezionare gli stakeholders;</li> <li>- Implementare il portale MPF;</li> <li>- On-boarding degli stakeholders sul portale;</li> <li>- Definire la strategia e le azioni di promozione on/off line;</li> <li>- Commercializzazione del pacchetto di servizi turistici (intermediazione tra operatore e fruitore)</li> </ul>
TEMPI	Creazione di un modulo: start-up (6 mesi) follow-up (6 mesi). Replicabile e scalabile
COSTI	30k € per l'infrastruttura tecnologica 100k € per 4 risorse umane
partenariati	comune, attori economici ricettività, promoter, associazioni categoria e associazioni in genere
modello di Gestione	Il modello di business si basa sulla creazione di margini di revenue derivanti dall'intermediazione. I ricavi sono costituiti da quota parte dei servizi/prodotti venduti dagli stakeholders della rete.
note	I partecipanti hanno sottolineato che l'idea progettuale viaggia in stretta connessione con l'idea di DMO e ne costituisce un ramo operativo. Nel corso della discussione si è sottolineato il tema del ruolo degli operatori turistici locali in giustapposizione ai grandi operatori turistici operanti sul territorio di Ugento: per entrambi l'idea progettuale costituirebbe un volano di crescita.

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

<b>Comunità in Movimento BarCamp Modello Canvas</b>	
SPAZIO LAVORO	<b>rosso I° tempo</b>
PROPONENTE	Giuseppe Franz
attori del gruppo	Antonella Brigante, Angelo Minenna, Rosa, Anna Maria Greco, Andrea Baldassarre
IDEA	Valorizzazione centro storico
RIFERIMENTI	i centri storici di Specchia, Altamura, Martina Franca, Presicce, Taviano, Valle d'Itria
OBIETTIVO IDEA	far conoscere il centro storico e promuovere la destinazione sia nei confronti del turista che dei tour operator, gestione della domanda e promozione, story telling dei luoghi
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- creazione di un brand/ marchio/ racconto sulla località</li> <li>- customizzare la proposta per singoli turisti e per tour operator</li> <li>- creazione front office (incoming, DMO) con strumenti digitali (app, piattaforma)</li> <li>- rafforzare sinergia con l'amministrazione (tavolo permanente del Turismo, area sosta e programmazione gestione reinvestimento taxa di soggiorno nella qualità città ad esempio illuminazione, piano colore, basolati)</li> <li>- servizio di mobilità innovativo sia per residenti che per turisti con un piano di sostenibilità</li> </ul>
TEMPI	attivazione 9 mesi
COSTI	servizi storytelling 10 mila euro start up servizio mobilità 70 mila euro front office 40 mila euro
ALTRI PARTNER DA COINVOLGERE	Comune, Raggruppamento di comuni "Aree Interne Sud Salento", tour operator, Proloco, Musei, enti gestori beni pubblici (Musei, parco), attori ricettività
Modello di gestione/sostenibilità	
allegati	

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

<b>Comunità in Movimento BarCamp Modello Canvas</b>	
SPAZIO LAVORO	<b>rosso II° tempo</b>
PROPONENTE	Alessandra Mauro
attori del gruppo	Anna, Gerardo, Salvatore, Daniel, Samuel, Fabio, Maria Assunta, Dolores, Giovanna, Simona, Assunta, Natalia
IDEA	Creazione di una proposta di fruizione del patrimonio rurale vegetazione ed erbe spontanee
RIFERIMENTI	
OBIETTIVO IDEA (molto concreto e puntuale)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tutela e cura del paesaggio</li> <li>- far conoscere le ricchezze del territorio</li> <li>- favorire una maggior conoscenza territoriale delle giovani generazioni</li> <li>- conoscere uso delle piante (cosmesi, cucina, salute, arte) e recuperare pratiche antiche</li> </ul>
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mappatura e conoscenza delle risorse vegetazioni e floreali sul territorio</li> <li>- creazione di un Parco per piantumazione ed spazio per trasformazione (cucina, saponi, oli essenziali, tintura artigianali)</li> <li>- Laboratori per la promozione delle pratiche d'uso</li> <li>- brandizzare i prodotti per assicurarsi una fetta di mercato</li> <li>- creazione evento specializzato</li> <li>- tour dimostrativi</li> </ul>
TEMPI	attivazione 6 mesi laboratori 12 mesi
COSTI	30 mila euro
ALTRI PARTNER DA COINVOLGERE	forestale, Parco Naturale Regionale, Aziende agrituristiche, Comune, Scuole
Modello di gestione/sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vendita e commercializzazione prodotti - vendita piante</li> <li>- laboratori a pagamento</li> <li>- eventi specializzati</li> </ul>
allegati	

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

<b>Comunità in Movimento BarCamp Modello Canvas</b>	
SPAZIO LAVORO	<b>blu I° tempo</b>
PROPONENTE	Annamaria Colaci
attori del gruppo	Loredana Brigante, Erika Nutricati, Mauro Mauramati, Marco Cosentino, Pierpaolo Marigliano
IDEA	Scuola d'arte e mestieri   Ecoarte per Moda e Costume, Tintura, Pittura, Tessitura, Stampa, Cartapesta, Metallo, Legno, Pietra, Giunco, Ricamo, Aguglieria
RIFERIMENTI	Scuole d'arte presenti sul territorio
OBIETTIVO IDEA (molto concreto e puntuale)	Attivare una Scuola che non sia esclusiva formazione, ma utile anche ad attivare una rete tra artigiani da inserire all'interno della scuola, creare corsi per turisti e residenti, produzione e vendita dei manufatti, creazione di eventi per la promozione.
AZIONI DA COMPIERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trovare un luogo idoneo per le attività</li> <li>- Mettere inizialmente a disposizione attrezzature e conoscenze personali</li> <li>- Strutturare la rete</li> <li>- Piano di comunicazione</li> <li>- Piano economico</li> </ul>
TEMPI	attivazione 6 mesi laboratori 12 mesi
COSTI	30 mila euro
ALTRI PARTNER DA COINVOLGERE	Chimico botanico Coltivatore piante tintorie Comune di Ugento
Modello di gestione/sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vendita e commercializzazione prodotti</li> <li>- laboratori a pagamento</li> <li>- eventi specializzati</li> </ul>
allegati	

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

<b>Comunità in Movimento BarCamp Modello Canvas</b>	
SPAZIO LAVORO	<b>blu II° tempo</b>
PROPONENTE	Marco Cosentino
attori del gruppo	Pierpaolo Marigliano, Annamaria Colaci, Alba
IDEA	Costruzione di un calendario di eventi con ricostruzioni storiche
RIFERIMENTI	Brindisi di Montagna
OBIETTIVO IDEA (molto concreto e puntuale)	Destagionalizzazione del territorio di Ugento, Implementare l'afflusso di turisti nel centro, Ridare vita al centro storico e al borgo antico riportando in luce le tradizioni storico-religiose
AZIONI DA COMPIERE	Indagine storica minuziosa sugli usi e costumi nella città di Ugento per le diverse epoche Coinvolgimento degli attori locali Creazione di un calendario Preparazione degli eventi in modo continuativo e puntuale
TEMPI	1 anno
COSTI	30 mila euro Per scenografie, impianti e costumi
ALTRI PARTNER DA COINVOLGERE	Comune Pro-Loce Ass. culturali/teatrali Artigiani Strutture ricettive
Modello di gestione/sostenibilità	
allegati	

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

Una volta terminati i lavori di gruppo tutti i Canvas sono stati appesi in plenaria e a turno sono stati presentati dai diversi proponenti dei gruppi e i presenti sono stati invitati a fare eventuali integrazioni o domande. Si è ribadito al termine delle presentazioni che questo era solo l'inizio che le idee emerse sono le prime ma che per riempire il "contenitore" della



cooperativa di comunità è necessario un lavoro di approfondimento ma che le persone che erano presenti ai lavori rappresentano un gruppo a-pripista per ogni idea e di non scoraggiarsi. Sono stati invitati i presenti a seguire e concludere il percorso per approfondire ulteriormente le idee e le proposte in due altri appuntamenti.

**Giovedì 12 dicembre ore 18:00**

## **Approfondimento idee progetto del Bar Camp**

L'appuntamento si è posto l'obiettivo di approfondire alcuni progetti emersi durante il Bar-Camp, come un momento di analisi ulteriore e di costruzione dell'idea progettuale.



Sono stati selezionati, in ragione della presenza dei referenti tre idee progetto:

VISTA PARCO. Un progetto con diverse aspirazioni, la più condivisa delle quali è gestire alcune attività legate alla fruizione del Parco Naturale Regionale Litorale di Ugento, un contesto ricco al contempo di potenzialità (un ecosistema completo, la biodiversità, il carattere originale del territorio di Ugento) e criticità (i villaggi turistici e la pressione antropica stagionale). Per il proponente, la più immediata delle cause dell'abbandono e dell'incuria del Parco sarebbe da attribuire alla mancanza di un attuale, adeguato gestore. Il tema del parco, già emerso durante l'analisi swot, è legato alla opportunità di valorizzarlo al fine di rendere il Parco Litorale di Ugento identitario per la comunità ugentina (di riconoscimento



non solo all'esterno della comunità) e la sua sistemazione affinché possa essere fruito. Il Comune di Ugento si sarebbe già candidato ad un bando con la proposta di rendere navigabili i canali e i bacini che si trovano nel Parco (per fini turistici, escursione, leisure). Il comune è il primo tra i non aggiudicatari del bando e potrebbe esserci un ripescaggio. Emerge anche un breve profilo storico dell'area del Parco (*“prima della bonifica si coltivava il cotone, la vigna e si allevavano bufali”*) e la conoscenza di un progetto secondo il quale la strada provinciale che attualmente attraversa il parco andrebbe convertita, ristretta in sezione e parzialmente chiusa al traffico. Il progetto pare sia decaduto. Si ragiona, poi, in merito alla prima azione di Vista Parco, l'attivazione dell'ente gestore per un investimento importante sulla sistemazione e pulizia. Sarebbe competenza del Comune e, dunque, si stralcia dalle azioni che dovrebbe intraprendere la cooperativa di comunità. **Ci si chiede più concretamente cosa potrebbe fare la cooperativa di comunità:** storytelling di cosa? chi lo fa? a chi è rivolto? Visite naturalistiche: chi le guida? chi le organizza? Un ulteriore intervento mette in evidenza una criticità: l'incoerenza tra l'ambiente tutelato del Parco e le campagne limitrofe (se non incluse) nelle quali si coltivano patate facendo uso di diserbanti chimici. Il focus si sposta sulla produzione delle patate in questi terreni, attività molto ricorrente: da criticità (coltivata con diserbanti, poco remunerativa sul mercato) potrebbe diventare opportunità: la patata seglinde del Parco Litorale di Ugento. Quale sarebbe il ruolo della cooperativa? Supportare gli agricoltori nell'approvvigionamento delle sementi e nella produzione, con una figura tecnica come quella di un agronomo (agronomo di comunità?), nella commercializzazione con un marketing specifico per questo target di prodotti “ricercati”. Si potrebbe costituire una consulta dei produttori che, con le attività agricole, incida sulla sostenibilità dei processi, possa influenzare anche altri agricoltori, che possa comprendere sia chi commercializza sia chi produce per consumo domestico. Sullo storytelling: cosa si può raccontare? la storia? la trasformazione del paesaggio da palude a terra coltivabile? delle fatiche umane per la bonifica e la messa a coltura?

### **Referenti di Vista Parco: Enzo Primiceri, Annalisa Sgaramella, Marco Cosentino**

VIVI LA PIETRA VIVA. Le idee un po' confuse raccolte durante il barcamp cominciano a chiarirsi: l'ideale sarebbe partire con un progetto pilota sulla ricettività turistica (albergo diffuso), il complesso della Masseria Cocola, e coinvolgere via via i privati che hanno trulli e terreni adiacenti. La cooperativa di comunità potrebbe gestire la Masseria Cocola, stimolare i confinanti, eventualmente pensare a forme di acquisto/concessione e ripristino dei trulli etc. Potrebbe essere anche un campo scuola per scuole edili o prodotto di turismo espe-

rienziale. Ma come venderlo? Autocostruzione? Autorecupero? E una pubblicazione sulle diverse identità del tessuto storico e rurale? Raccontare la filiera? La risorsa pietra? Il paesaggio?

**Referenti di Vivi la Pietra Viva: Luciano Congedo, Francesco Gianfreda**

FRUIZIONE RISORSE VEGETAZIONALI ERBE SPONTANEE. Il terzo progetto che si approfondisce è sulle erbe spontanee e le essenze naturali.

Si parla di un progetto preesistente, portato avanti dagli scout. Un progetto di una cucina di comunità che sia laboratorio delle erbe spontanee (come riconoscerle, cucinarle, impiegarle per altri usi). La cucina sarebbe da realizzarsi in un immobile confiscato alle mafie.

Una delle azioni proposte durante il barcamp è l'organizzazione di un evento specifico. Una specie di sagra? una festa? un mercatino? A chi è rivolto? Creazione di un marchio? Vendita di prodotti? Come si fanno i prodotti?

**Referenti: nessuno si propone, proponente e interessati sono assenti.**

L'arch. Carluccio pone alla platea un quesito *“Ci sono le condizioni oggi per costruire questa entità (cooperativa comunità)?”*

Considerato il percorso di progettazione partecipata, si è rilevato e condiviso che ad oggi esiste un nucleo di partenza, costituito da una ventina circa di persone, un nucleo di persone attive che hanno intenzione di investire il proprio tempo nella cooperativa invece che sviluppare altre idee in forma individuale, anche se si dimostrano di essere in grado di farlo.

Conclude la giornata l'Assessore Greco sottolineando come questo percorso non debba concludersi in questa fase, per non sprecare il tempo investito, ma soprattutto le energie e si possa portare a compimento il raggiungimento dell'obiettivo e cioè quello di costituire un soggetto giuridico concreto che si occupi dei servizi per la destagionalizzazione turistica. L'assessore ha poi comunicato che il Comune di Ugento crede in questa opportunità e che continuerà a mettersi in gioco perché quella della Cooperativa di Comunità *“è una scommessa che dipende dalla voglia di ciascuno; la Cooperativa si può costituire subito, si può aspirare a farla diventare “di Comunità” anche gradualmente ma è importante partire con un'idea concreta che la faccia crescere”*.

**Giovedì 19 dicembre ore 18:00**

### **Approfondimento idee progetto Bar Camp**

La giornata si è posta l'obiettivo di fornire uno spazio di approfondimento sulle idee emerse durante il Bar Camp in particolare in riferimento a:

- realizzazione di una DMS (Destination Management System) per la promocommercializzazione del prodotto/offerta turistica nel territorio di Ugento;
- costituzione di una DMO gestita da una cooperativa di comunità;
- valorizzazione centro storico.



A tale proposito risultando il tema un po' ostico ai più e molto specialistico si è ritenuto necessario l'accompagnamento di un esperto di marketing territoriale e digitale, dott. Antonio Mileti del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università del Salento e curatore della comunicazione del Parco Naturale Regionale Otranto S.M. di Leuca. Prima ancora di entrare nel dettaglio delle proposte progettuali l'esperto ha ritenuto doveroso fare un pas-

saggio alla luce del percorso fino ad oggi portato avanti da Comunità in Movimento. Sostiene Mileti che leggendo il diario di bordo balza all'attenzione "l'assenza di una chiara identità ugentina; di norma chi si occupa di marketing territoriale necessita di una forte identità sulla quale costruire una strategia". Mentre l'immagine "Salento" esiste così come quella legata alla "Puglia", da questo percorso non emerge una chiara identità specifica. "Se non ho l'immagine strategica del territorio o non ho neppure un'immagine percepita, è difficile costruire una strategia. I territori sono in concorrenza per cui se non conosco il mio posizionamento è difficile concorrere. L'immagine si costruisce automaticamente nella mappa mentale del consumatore mano a mano che conosce ed interagisce con un determinato territorio, il posizionamento dello stesso cambia, se il territorio non parla e non parla in maniera programmata il consumatore si fa un'idea superficiale, ed è per questo difficile da posizionare correndo il rischio di posizionarsi solo per immagine di costi o per altri aspetti superficiali e non duraturi".

"Se gli obiettivi del progetto sono quelli di creare una soggettività è possibile che essa stessa elabori una personalità del territorio", e continua Mileti, "...l'analisi del posizionamento è un percorso lungo, sono processi gradualmente ed interdipendenti". L'immagine turistica di un territorio si costruisce principalmente grazie e attraverso tre elementi:

- il territorio le sue peculiarità e la sua conformazione, il modo più primitivo per promuoversi;
- un tema attraverso cui raccontare il territorio, come è stata la taranta per Melpignano o il Barocco per Lecce, o la ricerca etnografica di De Martino per Galatina, o il volo dell'angelo per Pietra Pertosa;
- un testimonial, un opinion leader, un opinion maker che abbia la capacità di attrarre l'attenzione di un vasto pubblico per incanalare informazioni su un determinato territorio e farlo conoscere.

Secondo l'esperto Ugento è dotato sicuramente del primo elemento e dell'ultimo, forse gli manca l'elemento "tema". Si chiede, infatti, il perché nel diario di bordo non siano emersi se non in parte il tema dei Messapi, conoscendo l'origine dello Zeus di Ugento (una statua raffigurante Zeus saettante della cultura messapica oggi custodita nel Museo Archeologico di Taranto), o altri elementi storici legati alla città (il vecchio conio pontificio, la sede vescovile, etc..).

**Si apre un dialogo con i partecipanti proprio sul concetto di immagine e di identità che Ugento ha secondo loro ed emergono molti elementi raccolti già nell'analisi**

**Swot in corrispondenza dei punti di forza ma anche qualche novità interessante su cui ripartire per elaborare un'immagine su cui fondare una strategia.**

Alcuni partecipanti intervengono condividendo la medesima percezione che Ugento non restituisca una chiara immagine e che nonostante i numeri alti dei visitatori rispetto ad altre località, Ugento non si distingua. Uno dei pochi elementi è che grazie ad un'offerta ricettiva variegata si riescono ad intercettare diverse tipologie di turisti, ma dal tema della quantità di turismo non si è mai passati al tema della qualità delle presenze, capaci di mettere in moto meccanismi duraturi.

Un primo passo per capire il proprio posizionamento è capire quale è l'immagine già costruita. Per fare questo i partecipanti hanno risposto con un aggettivo o una breve descrizione alla domanda "secondo voi come è percepito il territorio di Ugento?" ; per capire il posizionamento del proprio territorio è necessario raffrontarlo con i territori che vengono considerati concorrenti al proprio, capire cosa offrono questi territori e cosa può offrire il proprio a partire da un'immagine chiara.

Da qui sono emerse numerose indicazioni che in buona parte erano già state evidenziate in sede di Swot.

Il territorio di Ugento è trascurato, bello, ma ha bisogno di cura, è esteso, attraente per i 13 km di spiaggia e i 3 di costa (cosa che nessun altro comune ha), spiaggia estesa come larghezza, forti venti che favoriscono sport (kite, surf), diversificazione di habitat e paesaggio (paesaggio della bonifica), nuova meta di vita (per molti che cercano territori più ospitali e tranquilli per passare la pensione o nuovi periodi di vita), passeggiata turistica pedonale lungo il mare, il Borgo antico, la Scuola Internazionale di cucina nel Castello, rievocazione storica durante Cibus Uxenti (percorso enogastronomici guidato e teatralizzato), archeologia, tre musei, la Curia vescovile (Cattedrale) una delle più antiche sedi vescovili da quasi 900 anni, seminario vescovile, premio Zeus (premio internazionale di archeologia), la Festa dei Santi Medici (uno dei giorni di festa era dedicato alla fiera bestiame e cibi trasformati tipo conserve), trofeo Caroli (febbraio, squadre giovanili di calcio, pallavolo, basket).

Dal punto di vista enogastronomico se ne restituisce un'immagine legata a:

patate nel parco, leguminose antiche, erbe spontanee, scurdigliata (brodo di legumi, piselli, erbe spontanee fritte, zanguni, agnello), una zuppa di legumi con gnommareddhri (brodo di castrato).

Ancora dal punto di vista storico emergono:

i Messapi, Ugento come città principale della Messapia (nata prima di Roma), famiglie nobiliari e signorili come i Principi d'Amore, Famiglia Colosso, una città ricostruita per ben sette volte dopo le invasioni turche, c'erano la zecca del Vaticano, le monete, rimane la Cripta del Crocifisso (intorno al 1000 la persecuzione ottomana in Grecia ha provocato la fuga di monaci greci in Puglia. In questo tratto di strada del percorso Calabria-Puglia ci sono molte cripte riconoscibili anche perché nelle volte ci sono croci templari).

Sono emersi elementi identitari connessi ad una storia più recente di maestrie legate in particolare all'elemento della pietra edilizia:

l'elemento della PIETRA EDILIZIA restituisce un'immagine di Ugento riconoscibile a partire dalla presenza sul territorio di dolmen, menhir, ma anche per l'uso in edilizia di una pietra chiamata volgarmente pietra muccusudal toponimo della contrada dove è insediata la cava (verso Lido San Giovanni); le caratteristica particolare di questa pietra, una sorta di concio di tufo ma con una porosità maggiore, era data dal suo colore più rossiccio. Per un lungo periodo è stata sotto utilizzata, perché friabile e colorata, ma grazie alla sua durezza ha iniziato a prendere piede e proprio per il suo colore particolare è diventato un materiale distintivo per la costruzione di volte a stella o a botte in tutto il territorio ugentino. Un altro elemento distintivo dell'area rispetto ai paesi limitrofi è rappresentato dalle altezze di costruzione delle volte che erano maggiori rispetto alle altre località, elemento che racconta di una maestria edilizia di alto livello. In campo artigianale sono presenti altri elementi di memoria storica che raccontano di un territorio sapiente come la fabbrica del sapone, i cui locali e ciminiere sono ancora presenti e che potrebbero essere recuperati, ma anche dalla lavorazione del cotone, del lino e della canapa (in diverse abitazioni private si trovano ancora i telai per la lavorazione di questi materiali) o ancora la testimonianza di maniscalchi che lavoravano anche grazie alla presenza di diversi allevamenti di bufale, oggi non più presenti, ma che costituiscono la memoria storica da Ugento tanto da definire la toponomastica di alcune aree come la zona denominata "bufala ria".

A seguire sono stati affrontati i temi sopraindicati emersi dal Bar Camp. A proposito dei primi due DMO e DMS si è convenuto che sono due progetti dalla grande ambizione, ma che non sono settati, in ragione anche della normativa regionale in elaborazione la cui bozza indica la possibilità di creare un Destination Management Organization in ambito territoriale più vasto, intra provinciale, è difficile quindi immaginare che si possa strutturare un nuovo soggetto su piccola scala ad Ugento.

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO

Si sono però considerati come comunque perseguibili gli obiettivi e le azioni indicate nelle schede in un'ottica di promozione del territorio e creazione di un gruppo operativo di stakeholder.

A proposito del tema della valorizzazione del centro storico, invece, si è ribadita l'importanza di creare un'immagine ed un tema forte che renda attrattivo il borgo di Ugento, dopodiché elaborare una serie di eventi come punte di diamanti capaci di trascinare e dare maggiore attrattività alla città stessa (scavando nel passato si può rilanciare nel futuro). Su questo tema che è abbastanza trasversale perché si parla di promozione, ma anche di mobilità ed infrastrutturazione la presenza e la sinergia con la pubblica amministrazione è di fondamentale importanza.

#PUGLIAPARTECIPA  
UGENTO COMUNITÀ IN MOVIMENTO  
DIARIO DI BORDO



PREMIO INTERNAZIONALE DI ARCHEOLOGIA  
DELLA CITTÀ DI UGENTO - II ANNUALITÀ

# PREMIO ZEUS

spettacolo di Teatro Musica e Danza  
sul mito antico  
ideato per la consegna del premio

Premio alla carriera  
Gestione museale  
Trasmissione televisiva/documentario archeologico

Restauro Archeologico  
Giovani laureati in Archeologia in Italia e all'estero  
Innovazione e Tecnologia

## BALLETTO DEL SUD

ATTORE  
ANDREA SIRIANNI

VOCE RECITANTE  
DONATO CHIARELLO

RÉGIA E COREOGRAFIE  
FREDY FRANZUTTI

PRESENTA  
LIVIA AZZARITI

2019  
sabato  
**21**  
Settembre

# UGENTO

Lecce  
ore 20,30

Piazza San Vincenzo

per informazioni: 0984/201211  
PROLOCO DI UGENTO  
Tel. 0984/201211