
Dalla Gerla a Internet

Progetto Montereggio Paese dei Librai

INDICE

1. PREMESSA	Pag. 2
2. IL SEL 1 – LUNIGIANA	Pag. 2
2.1 La struttura del territorio	Pag. 4
2.2 Popolazione	Pag. 5
2.3 La struttura economica	Pag. 6
3. ANALISI SWOT	Pag. 7
3.1 Punti di forza del territorio	Pag. 7
3.2 Punti di debolezza del territorio	Pag. 8
3.3 Minacce ed opportunità	Pag. 9
4. DALLA GERLA AD INTERNET: UNA OPPORTUNITÀ NELLE OPPORTUNITÀ	Pag. 9
4.1 Breve descrizione del borgo di Montereccio e della sua storia	Pag. 10
4.2 Il contesto culturale in cui si colloca l’iniziativa	Pag. 11
5. DA MONTEREGGIO “PAESE DEI LIBRAI” A MONTEREGGIO “PAESE DEL LIBRO”	Pag. 14
5.1 Strategie di quadro ed assi prioritari di intervento	Pag. 15
5.2 Misure ed azioni	Pag. 16
5.3 Quadro Economico	Pag. 19

1. PREMESSA

L'iniziativa che si intende proporre riguarda la valorizzazione di un borgo minore della Lunigiana che può essere considerato il paese di origine dei librai attraverso l'identificazione del borgo con la sua storia e con i contenuti culturali e produttivi legati al circuito del libro al fine di coniugare vecchi mestieri e nuove tecnologie.

La descrizione del contesto che si premette, ha lo scopo di identificare il paese all'interno di un'area, la Lunigiana, che complessivamente mantiene le caratteristiche ambientali e paesaggistiche che costituiscono uno sfondo di valore per il progetto che si propone. Tale contestualizzazione è inoltre riprova del rapporto diretto che il progetto proposto viene ad avere con la programmazione locale, nazionale e comunitaria: il riferimento è ai Fondi Strutturali Europei, ma anche al Piano di Sviluppo della Comunità Montana ed in particolare al Leader plus e al Docup 2000-2006.

2. IL SEL 1 – LUNIGIANA

Si premettono alcuni dati che individuano il territorio all'interno del quale si colloca l'intervento.

I dati disponibili si riferiscono al territorio del SEL1 comprendente i 14 Comuni della Lunigiana tra cui Mulazzo, nel cui territorio si trova l'area di interesse. La descrizione del contesto all'interno del quale si colloca l'iniziativa che si intende proporre

INDICATORI DI BENESSERE SOCIO-ECONOMICO E DEMOGRAFICO

Le persone e la casa	Valori percentuali ed indicatori	Numero Indice* Toscana=1
Dipendenza demografica	35%	1,15
Dipendenza demografica infantile	10%	0,86
Indice di gioventù della popolazione	19%	0,88
Indice di invecchiamento della popolazione	13%	1,43
Indice di istruzione superiore	0,24	0,81
Indice di istruzione universitaria	3%	0,54
Indice di istruzione secondaria	32%	1,02
Indice di evasione scolastica	10%	0,78

Indice di affollamento abitativo	0,55	0,92
Abitazioni in proprietà	79%	1,15
Abitazioni con doppi servizi	13,87%	0,73
Il lavoro ed il reddito		
Reddito disponibile pro capite (in migliaia di lire)	17.326	0,81
Tasso di disoccupazione	12%	1,09
Tasso di disoccupazione giovanile	42%	1,29
Tasso di attività femminile	25%	0,76
Tasso di occupazione	51%	0,90
Grado di imprenditorialità	3%	0,80
"Upper class" su attivi	7%	0,74
"Upper class" su "middle e lower class"	8%	0,73
Liberi professionisti e dirigenti su attivi	3%	0,68
I servizi e l'ambiente		
Dotazione di servizi socio-sanitari	12,58	0,80
Dotazione di scuole materne	633,58	1,07
Corsi di formazione professionale	23,28	1,05
Abitanti equivalenti per km2	86,68	0,20
* I valori in grassetto rappresentano il dato normalizzato fatto cento il valore della Toscana		

Commento di sintesi

Dall'analisi degli indicatori di benessere economico, demografico e sociale, si ricava un giudizio tutt'altro che lusinghiero sullo stato di salute della Lunigiana. Il reddito disponibile pro capite è fra i più bassi della Toscana ed inferiori alla media regionale sono anche tutti i dati sulla occupazione, così come la percentuale di case occupate con doppi servizi e la quota di popolazione appartenente agli strati sociali più abbienti e dinamici sul mercato del lavoro. Particolarmente grave sembra essere la dipendenza demografica, per la presenza di molti anziani; bassi i livelli di istruzione. Positivo, una delle poche note lieti, il dato sul carico ambientale stimato.

2.1 La struttura del territorio

La maggior parte del territorio lunigianese, oltre il 95%, è costituito da aree montane e di collina, la tabella e il grafico seguenti evidenziano in sintesi la suddivisione del territorio dal punto di vista altimetrico.

AREA	m.s.l.m.	Ha	%
PIANURA	< 100	4.375	4,7
COLLINA	100 ÷ 600	8.166	63,1
MONTAGNA	> 600	29.667	32,2

- *Viabilità e collegamenti*

La Lunigiana è un'importante area di transito tra l'Italia settentrionale ed il Tirreno. La più importante arteria è l'autostrada A15 (Autocamionale della Cisa), sulla quale ogni anno transitano quasi 13 milioni di automezzi, di cui solo circa il 17% esce dai caselli autostradali lunigianesi di Aulla e Pontremoli; di notevole importanza è anche la strada statale N° 62 "della Cisa" che si snoda in un percorso di fondovalle lungo la riva sinistra del fiume Magra, fino al Passo della Cisa, arteria sulla quale confluiscono tutti i collegamenti con i centri collinari e montani della Lunigiana, lungo l'antico percorso storico della Via Francigena.

Altre importanti strade di collegamento interregionale e interprovinciale risultano:

- ◆ La Statale N° 63 del Cerreto che collega partendo da Aulla la Lunigiana con la provincia di Reggio Emilia;
- ◆ Le regionali che:
 - attraverso il Passo del Lagastrello unisce la Lunigiana con le province di Parma e Reggio Emilia;
 - collega la Lunigiana con la Garfagnana, attraverso il Passo dei Carpinelli;
 - collega la Lunigiana con la provincia di La Spezia, Carrara e Massa.

Per quanto concerne i collegamenti ferroviari, il più importante è quello rappresentato dalla "Pontremolese" che collega il Nord Italia con il Tirreno. Altro collegamento di secondaria importanza, ma che può essere interessante dal punto di vista turistico, è quello tra Aulla e Lucca, passando per Equi Terme e Castelnuovo Garfagnana.

Infine, importanti collegamenti sono l'aeroporto di Pisa (a circa 50 minuti) facilmente raggiungibile via autostrada ed i porti di Carrara (a 40 Km) e di La Spezia (a 30 Km).

2.2 Popolazione

Nella Lunigiana, negli ultimi quattro decenni si è verificato un forte calo demografico, dovuto ad elevati flussi migratori, con un saldo negativo di oltre 27.300 unità. Infatti, secondo i dati del dipartimento della Programmazione della Regione Toscana, elaborati dai dati desunti dai vari Censimenti nazionali, la popolazione è passata da 80.459 residenti rilevati nel censimento del 1951 a 56.335 residenti rilevati al 1/1/1999 dalla C.C.I.A.A. di Massa Carrara.

Lo spopolamento ha riguardato in misura maggiore i Comuni situati nella parte settentrionale della Lunigiana, meno i centri a ridosso della fascia costiera, più vicini ai centri economici della provincia di La Spezia e Massa Carrara..Si è passati da una diminuzione del 13,31% nel decennio 1951-1961 ad una diminuzione dello 0,31% nel periodo 1991-1998.

Considerato che la Comunità Montana si estende su una superficie di 974,6 Km², la densità degli abitanti per Km² che si è registrata nell'anno 1998 è di 58; il picco si è raggiunto con il censimento del 1951 con oltre 82,55 abitanti per Km².

2.3 La struttura economica

La Lunigiana che secondo recenti studi dell' IRPET viene definita per caratteristiche specifiche quale SEL (Sistema Economico Locale) differenziato dall'altro SEL della Costa Apuana, sta attraversando più di altre aree della provincia, una fase involutiva che fino ad ora ha prodotto un tasso di disoccupazione superiore alla media nazionale. Il dato relativo alla disoccupazione media è del 12 %, oltre un punto percentuale superiore alla media nazionale, con il minimo di Villafranca L. dove il dato è del 11% anche se stime empiriche attestano il tasso di disoccupazione reale della Lunigiana intorno al 20%.

La Lunigiana è caratterizzata da un elevato tasso di invecchiamento della popolazione, infatti oltre un quarto dei residenti ha più di 64 anni di età. L'indice di vecchiaia (rapporto fra il numero di residenti con oltre 64 anni e quelli con meno di 14) era pari a 2,42 nel 1991, con un aumento di quasi il 50% rispetto al 1981, anno in cui l'indice si attestava attorno a 1,62.

La crisi dei bacini produttivi limitrofi dove trovavano occupazione gran parte dei cittadini lunigianesi, ha prodotto un'emorragia di posti di lavoro che purtroppo non sono stati rimpiazzati a causa della mancanza di adeguate iniziative capaci di crearne alternativi.

La disoccupazione coinvolge soprattutto i giovani, come dimostrano le cifre, in cui su un totale di 2.018 disoccupati, 1584 sono in cerca di prima occupazione (Fonte C.C.I.A.A. al 31/12/1997).

Le imprese registrate presso la C.C.I.A.A sono circa 3600 di cui il 50% imprese commerciali ed esercizi pubblici, 16% nell'edilizia, 6% nei servizi, seguono in ordine decrescente altri settori produttivi tra i quali: trasporti e comunicazioni, credito ed assicurazioni, attività industriali, agricoltura, attività estrattive.

La popolazione attiva si attesta attorno ad un tasso del 37,2% che evidenzia una bassa partecipazione della base demografica al mercato del lavoro, determinando così un P.I.L. pro-capite di Lit. 19,37 milioni al 1996.

All'interno del settore extra-agricolo, il GAL Sviluppo Lunigiana Leader II S.c.r.l., nell'ambito dell'I.C. Leader II, ha attivato azioni incentivanti alla nascita di nuove aziende ed al miglioramento della competitività delle imprese esistenti.

Per quanto riguarda il settore agricolo, esso continua a costituire per lo più un'integrazione al reddito delle famiglie: infatti la gran parte degli occupati è rappresentato da donne e anziani, mentre gli uomini in età lavorativa svolgono l'attività agricola in modo part-time per integrare il salario percepito nell'industria delle aree limitrofe.

3. ANALISI SWOT

3.1 punti di forza del territorio

Costituiscono punti di forza del territorio della Lunigiana:

- *Collocazione territoriale*, che si configura quale *cerniera* tra tre importanti Regioni quali la Toscana, la Liguria e l'Emilia Romagna e che anticamente ne ha caratterizzato la natura di crocevia di culture e popolazioni lungo il corso dell'antica Via Francigena come pure la presenza di raccordi viari importanti che la rendono facilmente raggiungibile;
- *Paesaggio*, che presenta un elevato indice di eterogeneità dell'uso del suolo, con un'attività agricola non intensiva a scarso impatto ambientale, ampie superfici boscate, prati pascolo e pascoli di altura, presenza di antiche sistemazioni idraulico agrarie per la coltivazione su terrazze dell'olivo e della vite;
- *Ambiente* preservato di grande valore testimoniato dalla presenza di 9 siti proposti di importanza comunitaria (PSIC), una zona a protezione speciale (ZPS) un sito di interesse regionale (SIR), ma anche da siti geologici ed ambientali di grande interesse turistico, naturalistico e speleologico, come le gole di Giaredo e le grotte di Equi; inoltre parte del territorio si trova all'interno del perimetro del Parco Regionale delle Apuane;
- Significativa *biodiversità* e ricchezza di un ecosistema che è cerniera tra ambiente mediterraneo e tipologia montana continentale con particolare riferimento all'ambiente fluviale del bacino del Magra;
- *Patrimonio culturale* storico e antropologico caratteristico delle aree rurali ma specificamente connotato dalle vestigia degli antichi insediamenti: difatti, accanto al patrimonio edilizio rurale costituito dai cascinali tipici dei boschi, testimonianza di grandi tradizioni e cultura contadina, abbiamo la presenza di un sistema di castelli, pievi e borghi di grande interesse, già inseriti nei percorsi turistico-culturali della Regione Toscana;
- *Attività economiche* non conflittuali e che presentano forti potenzialità di integrazione;

- *Prodotti e produzioni tipiche locali* significative ed importanti sia per quantità che per peculiarità riferibili sia al settore agroalimentare e zootecnico sia a manufatti artigianali;
- Presenza di alcuni significativi esempi di *coordinamento ed integrazione tra le diverse attività* imprenditoriali (es: consorzi) e disponibilità alla partnership pubblico-privata;
- Forte *identificazione della popolazione* con il proprio territorio, le proprie radici, la propria cultura e il proprio vissuto come testimoniano i collegamenti con gli emigranti anche attraverso le loro associazioni, e spesso il ritorno, alla fine del “periodo lavorativo”, alla propria terra d’origine ;

3.2 Punti di debolezza del territorio

- Elevato *indice di invecchiamento* della popolazione e al contempo spopolamento delle zone montane con maggior concentrazione della popolazione residua nelle aree di fondovalle;
- *Scarso spirito di iniziativa* imprenditoriale da parte dei giovani;
- *Debole identificazione* della popolazione, soprattutto giovane, con talune attività agricole, ritenute di scarsa accettabilità sociale e mancanza di servizi di prossimità e di sostituzione alle aziende agricole;
- *Superfici agricole* connotate da un’elevata polverizzazione della proprietà e con collocazione e caratteristiche morfologiche svantaggiate;
- *Struttura produttiva* caratterizzata da piccola e piccolissima dimensione delle imprese;
- *Mancanza* di realtà imprenditoriali significative nel settore primario e secondario in grado di attivare processi di ricaduta di know-how;
- *Carenza della rete* dei servizi pubblici e privati;
- *Scarsa pubblicizzazione* del territorio lungo i raccordi viari;
- *Terziario di tipo tradizionale*, scarsamente professionalizzato, imprese caratterizzate da una cultura del "far da sè" con difficoltà ad avviare rapporti di collaborazione;
- *Parcellizzazione* della proprietà di unità abitative all'interno dei borghi;

3.3. Minacce ed opportunità.

Rispetto a questi punti di forza e di debolezza esistono *minacce ma anche opportunità* da perseguire nell'ambito della strategia o tema unificante perseguita dal programma

- *per quanto riguarda il territorio e la sua collocazione logistica:*

sussiste il rischio che le direttrici di traffico e i raccordi attuali ed in previsione e/o attuazione costituiscano un mero attraversamento senza ricadute positive per il territorio per cui sarà necessario mettere in atto opportune azioni per intercettare e dirottare sul territorio flussi di traffico turistico che percorre la direttrice autostradale;

- *Rispetto al paesaggio:*

la persistenza del fenomeno di abbandono delle coltivazioni e avanzamento del bosco, produrrà nel breve un conseguente stravolgimento del paesaggio e modifica degli habitat naturali ed antropici; a ciò si aggiunge un aumento dei rischi di franosità ed incendi.

Occorrerà pertanto, oltre che mettere in atto le opportune azioni per la persistenza e l'implementazione dell'attività agricola e la prevenzione idrogeologica ed antincendio utilizzando appieno le risorse di altri idonei strumenti quali il Piano di Sviluppo rurale e gli strumenti di programmazione e gestione del territorio degli Enti Locali, agire per far crescere la coscienza del valore del paesaggio attuale attraverso opportune strategie di identificazione.

- *Rispetto al patrimonio storico-culturale- antropico*

Vi è il rischio che le consistenti somme già utilizzate attraverso il FERS per il restauro dei castelli non si traducano in una fruizione dei manufatti e alla loro effettiva introduzione in un circuito virtuoso di sviluppo integrato del territorio, come pure che il persistente abbandono dei borghi storici ne acceleri il degrado: oltre alle necessarie politiche di intervento per il recupero e la valorizzazione è pertanto necessario agire per creare un sistema fruibile e coordinato di azioni collaterali: tra queste costituisce una opportunità la possibilità di collegare al contesto sopradescritto manifestazioni importanti e consolidate di eventi storici rievocativi (disfida degli arcieri di Fivizzano, mercato medioevale di Filetto ecc.).

4. DALLA GERLA AD INTERNET: UNA OPPORTUNITÀ NELLE OPPORTUNITÀ

In questo contesto occorre evidenziare, particolarmente, la coerenza che, rispetto all'analisi sopra esposta, viene ad assumere la valorizzazione del libro in Lunigiana con particolare

riferimento al borgo di Montereccio, dal quale provengono gran parte degli editori che hanno contribuito, attraverso pubblicazioni e traduzioni, alla diffusione e conoscenza della cultura italiana anche all'estero.

Costituisce infatti una ulteriore importante opportunità la possibilità di agire sulle tradizioni che partono dalla identificazione storica di Montereccio, il paese dei librai e che attraverso un ponte con le moderne tecnologie, portano alla identificazione del "paese del libro", dimensione non fisica e coincidente con il solo borgo montereccino, ma piazza virtuale che stabilisca le possibili necessarie connessioni ad esempio con la tradizione di Pontremoli, ma anche con il circuito dei paesi del libro esistente in Europa. In tale contesto è naturale il collegamento con premi di importanza nazionale già esistenti nell'area (Premio Bancarella - Città del Libro di Pontremoli che valorizza l'antica tradizione dei librai lunigianesi, Premio Lunezia di Aulla in favore dei migliori testi musicali italiani, Premio Lunigiana Storica riguardo la ricerca storica sulla Lunigiana) e loro diffusione in territori limitrofi e nell'ambito delle analoghe realtà europee.

4.1 Breve descrizione delle caratteristiche del borgo di Montereccio e della sua storia

Montereccio, nel comune di Mulazzo si sviluppa lungo la via principale sopra un'altura (650m.) che domina la Lunigiana. Dista 140km. Da Milano, 120 da Firenze, 60 da Parma, 40km. Dalla Versilia.

- *Montereccio è protagonista di una delle storie più interessanti di tutta la Lunigiana.*

Con la bella stagione gli uomini di Montereccio partivano dal piccolo paese con la gerla piena di libri e raggiungevano prima Pontremoli, poi la pianura, per andare a vendere la loro "merce" nelle città "del Nord", dove peregrinavano a lungo, fino al ritorno del freddo, quando ritornavano a casa. Il primo, nel Cinquecento, fu Sebastiano da Pontremoli, che si trasferì a Milano dove apprese l'arte della stampa. Lo seguirono altri, come i Viotti, suoi compaesani, che a poco a poco aprirono anche una bancarella. Piano piano la fama dei librai si estese oltre la valle e con l'aumento del lavoro molti andarono a portare i libri sempre più lontano, anche in Germania.

I Viotti, ad esempio, proseguirono l'attività per molte generazioni nel XVI e XVII secolo e sul loro esempio la schiera dei librai di Montereccio si allargò arrivando al massimo sviluppo nell' '800. Molti librai non sapevano leggere ma capivano comunque l'importanza della "merce" che trattavano.

Offrivano almanacchi, lunari e spesso libri "proibiti", fatti circolare clandestinamente di Stato in Stato (i librai vendevano anche pietre da rasoio per poter occultare alla polizia austriaca gli scritti dei più noti patrioti).

Da ambulanti con la gerla sulle spalle diventarono ben presto bancarellai, molti aprirono librerie, alcuni diventarono editori, ad esempio Maucci che impiantò librerie a Buenos Aires e a Barcellona e,

per primo, stampò in lingua spagnola le traduzioni dei classici.

Ad oggi circa 150 di loro hanno librerie, come i Ghelfi, i Bertoni, i Fogola oppure i Tarantola a Milano, Brescia e Venezia e ancora, i Lazzarelli a Novara.

A Montereccio 50 anni fa diedero vita al "Premio Bancarella", destinato a diventare uno dei premi letterari più ambiti in Italia.

Grazie allo stretto rapporto mantenuto con il paese d'origine, queste famiglie hanno fatto di Montereccio uno dei borghi meglio conservati della Toscana spesso ravvivato da eventi legati al mondo editoriale. Le strade che portano al monumento al libraio, vicino alla chiesa fortificata di Sant'Apollinare, sono tutte dedicate ai più celebri editori italiani: Borgo Feltrinelli, Piazza Mondadori, Via Einaudi

4.2 Il contesto culturale in cui si colloca l'iniziativa

La tribù degli appassionati del libro

Scrivono Franco Ferrarotti in "Leggere Leggersi" che la tribù degli appassionati si avvicina al libro "come ad un pasto prelibato, lo adora, lo annusa, gode anche di quella polvere che si insinua dappertutto.

Provoca il prurito alle mucose nasali e scorre come un a cipria sotto le dita".

E' una tribù in continua crescita che cerca nei libri di seconda mano, non necessariamente rari e preziosi, l'oggetto di piacere dall'enorme valore affettivo.

Per i "mangialibri" l'ideale è una Disneyland del libro, un paese dove rivenditori e bancarelle sono moltiplicate all'infinito, insomma un "paese del libro".

Il fenomeno dei paesi del libro

Nel 1961 Richard Booth lascia Oxford e compra il locale che ospitava la sala cinematografica di Hay-on-Wye (un paese di 1500 abitanti nel Galles) per trasformarlo in una libreria che vendeva principalmente libri di seconda mano. Il successo del negozio spinge Booth ad acquistare la stazione dei pompieri (dismessa), una vecchia warehouse e il castello, riempito da subito con libri antichi. A partire dal 1970 Hay-on-Wye diventa il primo "paese del libro" al mondo e il suo successo (più di 300.000 visitatori all'anno) sono dovuti anche a questa originale formula.

Oggi Hay-on-Wye conta quasi 40 librerie, 17 tra ristoranti, caffè e bistrot, una stamperia, due legatorie, negozi di antichità e curiosità varie oltre a negozi e attività tradizionali.

Questo sviluppo assolutamente imprevisto non ha minimamente danneggiato Hay-on-Wye. Tutte le nuove attività sono sorte utilizzando spazi dismessi e per risolvere i problemi legati all'accoglienza sono stati privilegiati bed and breakfast e pensioni agli alberghi (sono più di cento nel territorio).

Per anni Hay-on-Wye è stato visto come un paese eccentrico ma a partire dagli anni '90 iniziative del tutto simili sono sorte in Belgio (Redu nel 1984), Francia (Montolieu nel 1989), Olanda (Bredevoort nel 1992), Norvegia (Fjaerland nel 1996) e in Svizzera (Fontenoy-la-Joute, 1996).

La caratteristica che li accomuna il fatto di essere paesi inseriti in un contesto di declino rurale, senza nessuna vocazione turistica, con pochi abitanti (Redu 450), con attività commerciali e spazi pubblici abbandonati utilizzabili (a seguito di semplici interventi di recupero) per ospitare libri.

Ma oltre alla vendita di libri, i paesi si sono caratterizzati per eventi legati al libro (Ad Hay-on-Wye a maggio si svolge il tradizionale festival della letteratura, Montolieu sviluppa parallelamente un progetto sulle arti grafiche e da giugno a settembre presenta un programma dal titolo "L'estate del libro e delle arti" con mostre, letture ecc.)

Il turismo del libro raro, antico e di seconda mano

La Sezione di Ricerca sul Turismo della Strathclyde University a partire dai primi anni '90 ha avviato un progetto per verificare gli effetti del "turismo del libro" in zone agricole periferiche quali Hay-on-Wye. I risultati (pubblicati nel 1996 e nel 1997) hanno dimostrato che la crescita di Hay-on-Wye, Montolieu, Redu, Bredevoort, Fjaerland quali paesi del libro ha avuto effetti straordinari sull'economia dell'intera regione.

Dalla ricerca risulta che il "turismo del libro" è un modello esemplare di sviluppo sostenibile per zone rurali periferiche perché:

... usa risorse esistenti (spazi abbandonati ecc.)

... è un'economia in piccola scala che non richiede trasformazioni che rischiano di danneggiare o cambiare i "caratteri" dei singoli paesi, prevede la ristrutturazione piuttosto che la costruzione e per questo è un ottimo esempio di "sostenibilità"

... i costi dello start-up e i rischi sono molto piccoli rispetto a quelli previsti per altri tipi di sviluppo turistico.

... il ritorno che genera in termini economici non si disperde al di fuori dell'area ma rimane all'interno della comunità locale

... genera immediatamente la nascita di nuove attività (bed and breakfast, ristoranti, legatorie, stamperie, caffè, negozi di antichità ecc.)

... ha un profilo nazionale

... non ha limiti stagionali

... genera un turismo internazionale

... genera un turismo di qualità

... i visitatori sono indotti a tornare per una caratteristica specifica del "turismo del libro": i libri sono costantemente cambiati

In tutti i paesi del libro il turismo ha le seguenti caratteristiche:

1. la macchina è il mezzo di trasporto utilizzato

2. i visitatori percorrono una considerevole distanza per raggiungere il paese (100, 150 km. dai centri principali)

3. dal punto 2 consegue con evidenza che un'alta percentuale dei visitatori si ferma almeno una notte (a Fjaerland più del 50%)

4. un paese del libro può attirare da 20.000 a 300.000 visitatori in un anno

5. il profilo sociale dei visitatori è costituito principalmente da coppie e gruppi familiari e include una significativa proporzione di professionisti e persone di mezza età che rappresentano il principale mercato per beni specializzati quali il libro antico e raro.

6. la ricerca della Strathclyde University definisce i paesi del libro "self renewing attractions" (attrazioni auto rinnovanti). I visitatori vi tornano infatti più di una volta. A Redu almeno il 30% dei visitatori torna, a Montolieu il 50%

7. alla base del successo l'estrema specializzazione dei paesi del libro. I contatti avvengono grazie alla fitta rete di biblioteche e librerie (potenziali luoghi di promozione per i paesi del libro) ma soprattutto grazie alle nuove tecnologie che permettono di intercettare la comunità degli appassionati che oggi usa internet per scambiarsi informazioni oltre che per acquistare libri.

I paesi del libro e internet: il progetto BookTownNet

L'obiettivo del progetto BookTownNet (avviato nel 1998, concluso, per la prima parte a giugno del 2000) è di fornire un supporto telematico per garantire da un lato la collaborazione tra i paesi del libro e dall'altro la comunicazione con potenziali acquirenti e visitatori nell'ambito della comunità mondiale degli amanti del libro.

Di seguito alcune caratteristiche dei servizi internet disponibili nel sito www.booktown.net

... *Accesso ad informazioni relative al singolo "paese del libro"*

1. informazioni sul paese

2. la storia del paese

3. elenco delle librerie e informazioni sulle stesse
4. elenco degli eventi e informazioni sugli stessi
5. mappa del paese
6. informazioni turistiche

... Accesso ad informazioni sulla singola libreria

1. Descrizione del negozio
2. Elenco delle specialità
3. immagini

... Accesso ad informazioni sugli eventi

1. Descrizione con data e luogo

... Accesso a notizie e novità sui singoli paesi del libro

... Accesso ad informazioni sul progetto in generale

Esistono poi una serie di facilitazioni Intranet per la comunicazione tra i paesi del libro e per la gestione del sito

BookTownNet: sviluppi futuri

Nel mese di Novembre 2000 si sono incontrati i rappresentanti dei paesi del libro che hanno dato vita al progetto BookTownNet (concluso nel settembre 2000).

Nell'incontro è stato deciso che la proprietà del sito verrà trasferita alla nascente Organizzazione Internazionale dei Paesi del Libro il cui presidente onorario è Richard Booth, fondatore del primo Paese del Libro.

E' prevista la collaborazione (sono ancora da verificarne i termini) con la società tedesca JustBook (società che possiede due siti internet , uno tedesco e uno inglese, per il commercio elettronico di libri)

Nel 2002 verrà organizzato il Festival Internazionale dei Paesi del Libro.

Dall'incontro è scaturita anche una bozza di statuto che comprende la possibilità di nuove adesioni.

Un nuovo "paese del libro" per aderire all'Organizzazione Internazionale dei Paesi del Libro deve pagare una tassa d'ammissione più una tassa annuale (da pagare dal secondo anno in poi).

A febbraio il nuovo incontro a Redu.

5. DA MONTEREGGIO “PAESE DEI LIBRAI” A MONTEREGGIO “PAESE DEL LIBRO”

In Italia non esiste ancora un "paese del libro" ma esiste una tribù del libro che si muove sia per seguire un evento tradizionale quale il Salone del Libro di Torino sia per partecipare alla assoluta novità costituita

dal Festival della letteratura di Mantova.

Si stanno poi affermando i mercati mensili del libro (come a Milano e a Torino) e nei mercatini dell'antiquariato sempre più spesso si incontrano banchi specializzati nel commercio del libro.

Perché non far diventare Montereccio "paese del libro"?

Montereccio ha caratteristiche che lo accomunano a Hay-on-Wye, Montolieu, Redu, Bredevoort, Fjaerland.

Inoltre rispetto agli altri paesi ha quale valori aggiunti:

... una storia esemplare che lo lega al libro e lo rende assolutamente unico nel panorama dei "paesi del libro"

... i librai montereccini ancora oggi attivi sono i primi interessati a promuovere l'iniziativa (anche attraverso le librerie che gestiscono) in virtù del legame che hanno mantenuto col paese d'origine.

E ancora.

Il progetto "calza" perfettamente con il "rinnovamento rurale" auspicato dal LEADER+.

5.1 Strategia di quadro e assi prioritari di intervento

Valorizzazione del borgo storico di Montereccio puntando sulla storia e sulla tradizione locale del libro (vedi sopra storia del libro).

Strategia fondamentale

Fare emergere il circuito sommerso degli "appassionati del libro antico" con l'identificazione nel Paese dei Librai.

Valori aggiunti

Non solo Montereccio ma tutta l'area viene interessata dallo sviluppo di questo piano: attività turistiche e attività produttive in perfetta armonia con la natura del territorio.

A parte quello turistico e agroalimentare l'indotto che si crea è quello rivolto alle tecnologie avanzate ed al lavoro intellettuale con forte potenzialità di favorire un flusso di ritorno dalle cosiddette capitali dell'editoria e delle comunicazioni. Possono svilupparsi attività di e-commerce in diversi settori e attività di servizi telematici ed editoriali.

La straordinaria storia di Montereccio, punto di partenza, e della Lunigiana, via di transito di merci, uomini e cultura, può ripetersi con le stesse genti, per vocazione, e con le tecnologie più avanzate.

La peculiarità di questa zona è un patrimonio che non va disperso.

5.2 Misure ed azioni

ASSE 1 EMERSIONE DEL CIRCUITO SOMMERSO DEGLI APPASSIONATI DEL LIBRO ANTICO/CREAZIONE DI MONTEREGGIO CITTÀ DEI LIBRAI.

Misura 1)

Booktown.net,

Adesione al circuito delle città del libro

Ingresso di MontereGGio in Booktown.net, nel circuito dei paesi del libro

Misura 2)

Librerie e mercato reale

Due librerie fisse, una nella Piazza della Chiesa e l'altra nella Piazza Principale.

Per quanto riguarda la libreria nella Piazza Principale va recuperato uno spazio nell'ambito del Castello.

La libreria in Piazza della Chiesa è già parzialmente operativa e richiede piccoli interventi di struttura.

Ulteriori altre librerie potranno essere aperte da privati.

Verrà allestito un mercato (6-7 bancarelle) una domenica al mese da Maggio a Settembre.

Vi potranno partecipare i commercianti incentivati dalla disponibilità delle strutture espositive e dalla promozione che andremo a fare.

Misura 3)

Sito internet e mercato virtuale

Nel sito verrà illustrata la storia di MontereGGio e dei suoi librai con una mappa che ne illustra i movimenti in Italia e nel mondo dalle origini a oggi. Il sito sarà a disposizione dei librai montereGGini oggi operativi e di quanti intendono utilizzare questo strumento per la vendita di libri vecchi e rari. Sul sito verranno pubblicizzate edizioni messe via via fuori catalogo che potranno così essere acquistate direttamente dall'utente finale. Il sito dedicherà spazio al turismo culturale e gastronomico in Lunigiana e in Toscana con possibilità di ospitare attività turistico/alberghiere, gastronomiche e immobiliari particolarmente rappresentative del territorio e il relativo commercio.

Verranno concordati "link" di riferimento sui siti degli editori italiani in quanto MontereGGio appartiene al loro patrimonio culturale. Ciò potrà dare occasione di incontro con milioni di navigatori in Internet.

Verrà tradotto in Inglese inizialmente e poi in Tedesco e Francese tenendo conto del grande interesse mondiale per l'antiquariato librario. Verranno fatti collegamenti con i maggiori siti mondiali di editoria, turismo e gastronomia.

Il sito diventerà il centro motore di tutto il Progetto MontereGGio sfruttando l'enorme potenzialità data dai

collegamenti con i siti editoriali di tutto il mondo, e questo con grande effetto anche sull'attività turistica.

Misura 4)– **Laboratorio editoriale elettronico**

Il luogo e l'atmosfera intrinsechi di storia libraria sono ideali per favorire attività di editing, impaginazione e grafica rivolti sia all'editoria cartacea che all'editoria elettronica. Prevediamo almeno tre postazioni di "desktoppublishing" finalizzate sia alle attività suddette sia ai servizi all'industria editoriale. E' previsto il coinvolgimento delle case editrici giovani.

ASSE 2 PROMUOVERE MONTEREGGIO COME CITTÀ DEL LIBRO USATO E ANTICO

Misura 1) **Organizzazione eventi:**

-Premio "il libro parla del libro"

Spesso gli scrittori rendono il libro "protagonista" del romanzo. Basti ricordare "Il nome della rosa" di Eco, "Il coraggio del pettirosso" di Maggiani e "Il periplo di Baldassare" di Maalhouf. L'idea è dare un premio ogni anno al miglior "libro che parla del libro".

- Notte del libro

D'estate (potrebbe essere San Lorenzo) una notte intera dedicata al libro con letture, incontri, spettacoli fino all'alba.

- Festa del libro e delle castagne

La festa verrà organizzata il primo fine settimana di Ottobre, giornata in cui i librai incontreranno editori, autori, commercianti e critici letterari.

Verranno premiati coloro che a loro giudizio hanno più meritato nel corso dell'anno nell'attività di diffusione del libro.

-Settimana del libro

Ogni anno a fine estate il paese ospiterà un editore che utilizzando le strutture del paese e le proprie, potrà organizzare fiere, mostre, presentazioni, incontri con gli autori e la stampa, incontri commerciali con i librai e ovviamente vendere.

- Iniziativa complementare: "soggiorni per artisti"(questa azione potrebbe coordinarsi anche con la misura 2)

Nel corso dell'anno viene offerta ad autori di libri la possibilità di trascorrere periodi di soggiorno/lavoro a Montereccio, durante i quali possono essere organizzati incontri con il pubblico e con la stampa. L'autore/scrittore potrà usufruire dei servizi tecnici del laboratorio nel frattempo allestito .

-Incontro annuale sull' e-commerce editoriale e segnalazione dei migliori siti.(coordinabile con la misura 2)

Questa è un' assoluta novità. Avviene qui in maniera consapevole il trapasso tra i vecchi modi di gestire la diffusione del libro e le nuove tecnologie. Un'occasione straordinaria per favorire l'incontro tra chi rappresenta il vecchio mondo commerciale librario e gli operatori della new-economy, con tutte le possibili sinergie fra contenuti e vecchi e nuovi mezzi di comunicazione.

Misura 2) **Attività di integrazione con “Pontremoli città del libro”**(da approfondire e concordare)

- Comitato d'onore dei librai
- Organizzazione eventi comuni
- Pubblicizzazione all'interno del Premio Bancarella

ASSE 3 SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ CONNESSE

Misura 1) **Sviluppo di attività di e-commerce** , servizi telematici ed editoriali

Misura 2) **Incentivazione alla creazione di attività ricettiva minore** (Bed&breakfast) con almeno quattro disponibilità alloggiative realizzate attraverso la ristrutturazione di spazi esistenti favorendo l'introduzione nel territorio di una cultura di ospitalità già molto diffusa in Europa. Incentivi ad attività commerciali e di servizi coerenti e compatibili .

Misura 3) **Recupero di vecchi fondi commerciali** da dedicare al mercatino del libro “di magazzino” (rimanenze delle case editrici), che si terrà in Pontremoli il fine settimana