

Tavolo territoriale Bassa Valle Walser, Mont-Rose e Évançon

MAB Maison des Artistes, Bard, 8 novembre 2025

Documento di restituzione

Sommario

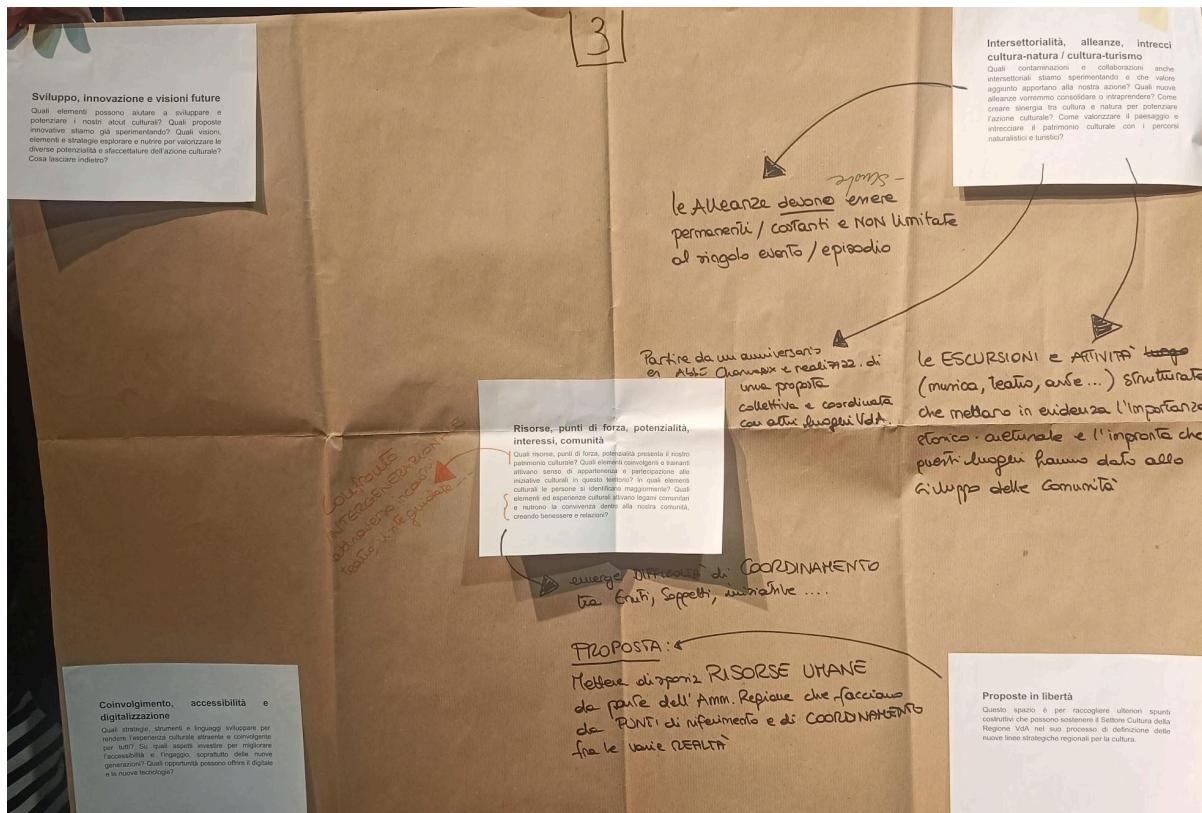
Contesto e metodologia	2
1. Risorse, punti di forza, potenzialità, interessi, comunità	4
2. Sviluppo, innovazione, visioni future	5
3. Coinvolgimento, accessibilità e digitalizzazione	6
4. Intersetorialità, alleanze, intrecci cultura-natura/ cultura-turismo	7
5. Altre proposte	8

Contesto e metodologia

Questo documento presenta una sintesi delle riflessioni emerse durante il tavolo territoriale tenutosi a Bard, al MAB - Maison des Artistes Bard, sabato 8 novembre 2025, organizzato nell'ambito del percorso partecipativo **Cantiere Cultura**, promosso dal Dipartimento Soprintendenza per i beni e le attività culturali della Regione Autonoma Valle d'Aosta. Il percorso è indirizzato a **raccogliere visioni, idee e proposte concrete** utili alla definizione delle nuove linee strategiche che il Settore Cultura della Regione redigerà nei prossimi mesi e coinvolge rappresentanti di organizzazioni, enti, associazioni, agenzie, imprese e gruppi che producono, creano, organizzano, gestiscono, curano, valorizzano o promuovono beni e attività culturali in Valle d'Aosta.

Il tavolo territoriale dell'8 novembre - indirizzato in particolare agli attori impegnati in Bassa Valle, complessivamente **31 persone** - è stato condotto con un metodo partecipativo scelto per favorire il coinvolgimento attivo di tutti i presenti. Il metodo ha previsto l'utilizzo dello strumento **canvas** e la tecnica del **brainstorming strutturato**.

Il canvas è un canovaccio di carta organizzato in una matrice di domande e frasi guida che rappresentano in modo sintetico e ordinato i temi da affrontare: una griglia operativa che aiuta a collegare e stimolare la riflessione sugli argomenti oggetto del confronto e a tenere traccia degli esiti della discussione. Il canvas è quindi uno strumento per orientare le riflessioni di gruppo, favorendo l'approfondimento degli spunti emersi¹.



Il canvas - organizzato in domande e frasi guida - utilizzato nei sottogruppi di confronto a Bard

¹ Maino G., Canvas nella formazione: uno strumento per coinvolgere, Percorsi di Secondo Welfare, 12 gennaio 2022

Il brainstorming strutturato ha previsto la suddivisione della plenaria dei partecipanti in cinque sottogruppi di confronto e di lavoro, ciascuno invitato a discutere e riflettere sulle medesime questioni, con l'obiettivo di far emergere idee comuni e differenze di prospettiva. I cinque sottogruppi hanno riflettuto su **quattro domande** (ricavate da un precedente confronto con i dirigenti e funzionari del Settore cultura) relative a:

- risorse, punti di forza, potenzialità, interessi, comunità;
- sviluppo, innovazione, visioni future;
- coinvolgimento, accessibilità e digitalizzazione;
- intersettorialità, alleanze, intrecci cultura-natura/ cultura-turismo.

Uno spazio del canvas è stato inoltre riservato a raccogliere "proposte in libertà" dei partecipanti.

Le idee emerse nei cinque sottogruppi sono state condivise e integrate in una sessione conclusiva di restituzione in plenaria.



Lo spazio per il brainstorming strutturato in sottogruppi di lavoro al MAB a Bard

1. Risorse, punti di forza, potenzialità, interessi, comunità

Domande guida: *Quali risorse, punti di forza, potenzialità presenta il nostro patrimonio culturale? Quali elementi coinvolgenti e trainanti attivano senso di appartenenza e partecipazione alle iniziative culturali in questo territorio? In quali elementi culturali le persone si identificano maggiormente? Quali elementi ed esperienze culturali attivano legami comunitari e nutrono la convivenza dentro alla nostra comunità, creando benessere e relazioni?*

Valutazione del territorio e delle sue risorse

- **Cultura come patrimonio collettivo.** La cultura è definita come patrimonio collettivo, materiale e immateriale, da tutelare, mettere a sistema, rinnovare e trasmettere attivamente, operando nel presente e per il futuro. Il territorio valdostano è descritto come "raccolto", paragonabile a "un quartiere di Torino" in termini di popolazione, stimata intorno ai 120.000 abitanti. Nonostante le sue dimensioni ridotte, presenta una notevole diversificazione, caratterizzata da una valle centrale e dodici vallate laterali, le quali presentano differenze significative a livello di organizzazione e fruizione turistica.
- **Risorse istituzionali.** Le risorse istituzionali attive sul territorio, quali biblioteche, uffici del turismo, scuole e musei, sono riconosciute come i principali punti di forza. Si suggerisce di potenziare e tutelare queste istituzioni esistenti, anziché investire nella creazione di nuove strutture.

Criticità

- **Concentrazione di iniziative.** Il problema più evidente emerso è la sovrapposizione temporale e territoriale delle manifestazioni. Questa eccessiva concentrazione di iniziative, promosse da enti pubblici, privati e para-pubblici, porta a un rischio di "eventificio", dove l'offerta è talmente densa da saturare l'utenza locale, che è già ridotta. Si è osservato che in alcuni periodi, come ottobre, sarebbero necessari quattordici weekend, non quattro, per coprire la quantità di eventi. A questa saturazione segue il "deserto" culturale in altri mesi dell'anno, in particolare novembre e aprile. In controtendenza, alcuni giovani partecipanti hanno ritenuto che il proliferare di eventi sia interessante in quanto offre opportunità a pubblici diversi, suggerendo piuttosto di valorizzare le varie proposte culturali disponibili.
- Questa situazione è particolarmente critica in ambiti geograficamente vicini, come ad esempio la bassa valle, dove molti eventi si sovrappongono.

Coinvolgimento della comunità

- **Comunità al centro.** È fondamentale mettere la comunità al centro e prediligere progetti che siano più centrati sulle risorse locali, pur essendo magari meno spettacolari. La cultura è un potente strumento per creare legami comunitari, favorire il benessere individuale e collettivo, consolidare le relazioni e attivare energie creative.
- **Valore della cultura.** Alla cultura deve essere riassegnato il suo pieno valore: antropologico, sociologico, pedagogico, storico, economico e politico.

- **Welfare culturale.** L'investimento nella cultura incide direttamente sullo stato di benessere fisico e mentale della comunità. E' importante promuovere a livello locale la partecipazione ad attività teatrali e culturali, come servizi essenziali al pari di farmacie. Sostenere questo approccio può condurre a un incremento del benessere delle persone e a una diminuzione dell'accesso ai servizi sociali e sanitari.

2. Sviluppo, innovazione, visioni future

Domande guida. *Quali elementi possono aiutare a sviluppare e potenziare i nostri atout culturali? Quali proposte innovative stiamo già sperimentando? Quali visioni, elementi e strategie esplorare e nutrire per valorizzare le diverse potenzialità e sfaccettature dell'azione culturale? Cosa lasciare indietro?*

Superamento delle criticità

- **Visione settoriale.** Per sviluppare appieno gli atout culturali, è necessario superare la visione settoriale, in cui ogni macroarea o assessorato opera esclusivamente nel proprio ambito. La cultura, intesa in senso ampio (patrimoni ambientali, saperi stratificati, beni artistici), richiede uno spirito di ricerca, scoperta e creatività.
- **Uniformità dell'offerta.** Gli eventi tendono a concentrarsi su storia, passato e gastronomia (castagne e mele), con una sottorappresentazione di altre forme d'arte (ad esempio, balletto, opera lirica,). L'innovazione e le visioni future richiedono l'apertura a forme nuove per valorizzare le potenzialità locali, confrontandosi anche con le tendenze culturali esterne e altri linguaggi. Occorre prestare attenzione ad evitare un appiattimento della narrazione: tradizioni, enogastronomia.
- **Finanziamenti per la diversificazione.** È stata evidenziata la necessità di finanziamenti pubblici che vadano nella direzione di favorire la diversificazione dei linguaggi e delle proposte.

Pianificazione, fiducia, sviluppo

- **Décalage della programmazione.** Per affrontare la sovrapposizione e la saturazione di eventi, è essenziale implementare un décalage nella programmazione. Si potrebbe ad esempio "riempire" maggiormente di eventi culturali i mesi di novembre e aprile, attualmente un po' vuoti. Si è citato l'esempio della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne (25 novembre), che vede una mobilitazione più ricca ad Aosta, e che potrebbe essere estesa ad altri poli territoriali come la Bassa valle.
- **Fiducia come base per l'innovazione.** Per intraprendere percorsi innovativi, specialmente quelli che non promettono risultati immediati (ad esempio un museo che dirotta fondi verso un progetto a lungo termine per la comunità anziché verso il turismo), gli attori culturali hanno bisogno di costruire una relazione di fiducia sia con la comunità che con l'Amministrazione.
- **Percorsi culturali versus eventi culturali.** Privilegiare, al posto di eventi singoli, i percorsi, ovvero diverse iniziative legate da un filo conduttore tematico, che favoriscano l'approfondimento, la riflessione, la creazione.
- **Crescita economica e professionale.** La cultura è un elemento di sviluppo che può favorire la crescita economica. Questo sviluppo non deve limitarsi alla creazione di grandi opere, ma deve creare un contesto politico favorevole e adeguato affinché

nascano e prosperino tanti liberi professionisti nel settore culturale. Le iniziative individuali devono potersi collegare a un contesto strutturato.

3. Coinvolgimento, accessibilità e digitalizzazione

Domande guida: *Quali strategie, strumenti e linguaggi sviluppare per rendere l'esperienza culturale attraente e coinvolgente per tutti? Su quali aspetti investire per migliorare l'accessibilità e l'ingaggio, soprattutto delle nuove generazioni? Quali opportunità possono offrire il digitale e le nuove tecnologie?*

- **Raggiungere tutti.** Per rendere l'esperienza culturale attraente e coinvolgente, è necessario investire su strategie, strumenti e linguaggi che raggiungano tutti. L'obiettivo è coinvolgere tutte le comunità, con particolare attenzione a bambini e giovani.
- **La scuola come atout.** La scuola è riconosciuta come un'agenzia educativa fondamentale e un centro di democrazia poiché raggiunge il cento per cento della sua utenza target.
- **Il ruolo dell'emotività.** Il canale privilegiato per "agganciare" i giovani agli eventi è la relazione umana. L'apprendimento e la memoria sono indissolubilmente legati al canale emotivo.
- **Confronto intergenerazionale.** Un meccanismo fondamentale per stimolare la partecipazione e il senso di appartenenza è il confronto intergenerazionale, mettendo in dialogo gli anziani (che offrono conoscenze e ricordi) con i giovani (che vedono valorizzata la loro identità territoriale).
- **Linguaggi e arti.** Le attività culturali sono particolarmente efficaci quando collegate ad altre arti, in particolare musica, teatro e spettacolo, per la loro capacità di "arrivare al cuore delle persone". È cruciale abbinare aspetti tradizionali con concetti e linguaggi moderni, affiancando attività manuali a quelle digitali.
- **Oltre il digitale.** Si avverte il rischio di ridurre l'esperienza culturale a un mero QR code; la presenza di qualcuno che racconta la storia e l'elemento umano rimangono cruciali.

Accessibilità e mobilità territoriale

- **Accessibilità culturale.** L'accessibilità rappresenta un requisito fondamentale per la partecipazione culturale e richiede l'abbattimento di tutte le barriere: linguistiche, architettoniche, economiche e sociali.
- **Criticità della mobilità territoriale.** Data la specificità del territorio e delle vallate laterali, la mobilità costituisce un rilevante problema logistico, in particolare per i visitatori e le classi scolastiche. Per i giovani senza un veicolo proprio, spostarsi per eventi dislocati risulta, di fatto, impraticabile.
- **Proposta di carpooling.** Si propone, come soluzione logistica ed ecologica, di promuovere il carpooling. Ciò permetterebbe di ridurre l'inquinamento, facilitare l'accesso a località remote e stimolare la conoscenza reciproca. È stata inoltre suggerita la creazione di un partenariato con le aziende di trasporto locali.

Digitalizzazione e comunicazione efficace

- **Piattaforme contemporanee.** I canali privilegiati per i giovani sono Instagram e TikTok.

- **Proposta digitale.** Si propone di creare una pagina Instagram dedicata e costantemente aggiornata, magari suddivisa per ambiti culturali differenti, che permetta agli utenti di sapere immediatamente cosa c'è in Valle d'Aosta in un dato giorno.
- **Multicanalità.** Per garantire un'efficace diffusione, è imprescindibile adottare un approccio di multicanalità che integri i canali digitali (come i social, pur nella loro dinamicità) con il fondamentale canale cartaceo. Quest'ultimo serve una vasta porzione di popolazione non digitalizzata. Pertanto, la proposta digitale deve ampliare e non sostituire i canali di comunicazione tradizionali.

4. Intersetorialità, alleanze, intrecci cultura-natura/ cultura-turismo

Domande guida. *Quali contaminazioni e collaborazioni anche intersetoriali stiamo sperimentando e che valore aggiunto apportano alla nostra azione? Quali nuove alleanze vorremmo consolidare o intraprendere? Come creare sinergia tra cultura e natura per potenziare l'azione culturale? Come valorizzare il paesaggio e intrecciare il patrimonio culturale con i percorsi naturalistici e turistici?*

Coordinamento e alleanze permanenti

- **Criticità del coordinamento.** Esiste una cronica mancanza di coordinamento tra le iniziative. Un esempio lampante è l'anniversario della morte della Regina Margherita, per il quale sono previste almeno cinque iniziative sciolte tra loro nella vallata di Gressoney, rischiando di creare un "pasticcio".
- **Strumenti di coordinamento regionale.** Si è avanzata la proposta che l'amministrazione regionale metta a disposizione risorse umane (mediatori) che fungano da punto di riferimento e coordinamento fra le diverse iniziative e realtà.
- **Alleanze strutturali.** Le alleanze devono essere il più possibile permanenti e costanti, non limitate al singolo evento. Una soluzione immediatamente attuabile con risorse già esistenti è l'istituzione di tavoli di pianificazione e collaborazione permanenti tra le istituzioni di una stessa area territoriale (ad esempio, le Unité des Communes). Questo consentirebbe di raggiungere il massimo risultato con un minimo dispendio di risorse, coordinando l'azione integrata delle istituzioni, partendo dalle istituzioni capillarmente presenti (scuole, biblioteche, uffici del turismo).

Intrecci cultura-natura-turismo

- **Visione sostenibile.** La valorizzazione del patrimonio culturale e naturale deve superare la "visione passatista" (il pensare che una volta fosse tutto meglio) e proporsi come un modello di economia circolare e di gestione sostenibile del territorio.
- **Esempi di integrazione.** Le erbe sono citate come un "ottimo tramite tra le persone", collegando natura, memoria, cucina e sperimentazione condivisa (ad esempio la preparazione di tisane). La cucina in generale è ritenuta un elemento culturale sempre più marcato.

5. Altre proposte

Domanda guida. *Quali altri spunti costruttivi per sostenere il Settore Cultura della Regione VdA nel suo processo di definizione delle nuove linee strategiche regionali per la cultura?*

- **Design culturale su misura.** È fondamentale applicare un "design culturale fatto **su misura**" - o "abiti cuciti su misura" - per il luogo e il contesto specifico. L'obiettivo è riuscire a "focalizzare le cose giuste con le persone giuste al momento giusto".
- **Preparazione e collaborazione dal basso.** La cultura non deve essere "calata dall'alto", ma deve emergere dal basso con il contributo di più persone possibili. Dietro a ogni evento è necessaria una preparazione lunga, pensata e co-pensata. Eventi più complessi e meno immediati (come una mostra sulla condizione femminile in Afghanistan) necessitano di essere spiegati e promossi meglio rispetto a quelli di fruizione più immediata (come un evento gastronomico).
- **Evoluzione degli Uffici turistici.** Si suggerisce che gli uffici turistici evolvano. Invece di considerarli come distributori di opuscoli, potrebbero avere un ruolo anche nella fase di programmazione, agendo come veri e propri facilitatori, capaci di costruire e poi consigliare esperienze su misura (sport, cultura, ecc.).
- **Valorizzazione delle competenze locali.** È necessario trovare modi per far emergere e conoscere i talenti e le competenze presenti sul territorio, che spesso sono misconosciuti.