

Tavolo territoriale Alta Valle Grand-Combin, Grand-Paradis e Valdigne-Mont-Blanc

Sala Polivalente, Arvier, 7 novembre 2026

Documento di restituzione

Sommario

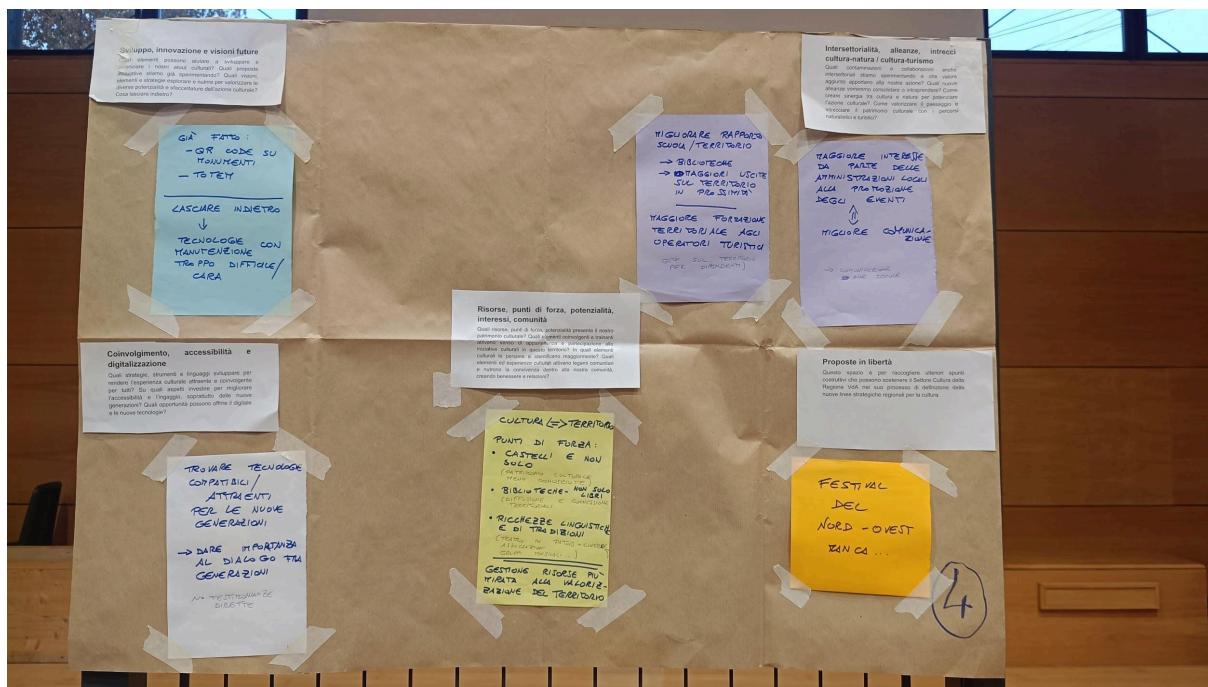
Contesto e metodologia	2
1. Risorse, punti di forza, potenzialità, interessi, comunità	4
2. Sviluppo, innovazione, visioni future	5
3. Coinvolgimento, accessibilità e digitalizzazione	5
4. Intersetorialità, alleanze, intrecci cultura-natura/ cultura-turismo	7
5. Altre proposte	7

Contesto e metodologia

Questo documento presenta una sintesi delle riflessioni emerse durante il tavolo territoriale tenutosi ad Arvier, venerdì 7 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 del 7 novembre - indirizzato in particolare agli attori impegnati in Alta Valle, complessivamente **34 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 ad Arvier

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

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

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;
- intersettoralità, 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 ad Arvier

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?*

Punti di forza

- **Patrimonio archeologico e architettonico.** La regione possiede un patrimonio archeologico considerato di primo ordine, con monumenti importanti e rilevanti. Il patrimonio di castelli è ritenuto unico. La compresenza della città romana e dell'ambiente montano è notata e apprezzata dai visitatori. Oltre ai grandi attrattori, sul territorio è presente un importante patrimonio diffuso, con siti di grande interesse.
- **Natura e paesaggio.** La natura e il paesaggio costituiscono atout culturali peculiari e spettacolari della regione. Il patrimonio culturale è strettamente legato al contesto ambientale.
- **Patrimonio immateriale e linguistico.** Il multilinguismo della regione, che include la valorizzazione del francese e del franco-provenzale, è un elemento di grande ricchezza. Sono state sottolineate l'importanza delle tradizioni e delle radici culturali. La memoria è stata evidenziata come un veicolo intergenerazionale, da trasmettere attraverso testimonianze orali, fotografie, filmati e documenti, con l'obiettivo di far conoscere alle nuove generazioni la loro storia.
- **Comunità e volontariato.** Il territorio mantiene un alto grado di autenticità. La regione vanta tantissime associazioni di volontariato che si dedicano attivamente a portare avanti le tradizioni. Questa attività genera un forte senso di appartenenza. La dimensione ridotta del territorio è un vantaggio, facilitando la conoscenza reciproca e la canalizzazione delle risorse.
- **Sistema bibliotecario.** Le biblioteche sono considerate il fulcro della cultura regionale, non solo per i libri, ma per la diffusione e la connessione con il territorio. La Valle d'Aosta dispone di 54 biblioteche e il sistema bibliotecario è riconosciuto come molto efficiente, facilitando il reperimento di materiale regionale ed esterno.
- **Supporto istituzionale.** È stato riconosciuto l'investimento e la vicinanza dell'Amministrazione regionale nei confronti degli operatori culturali negli ultimi anni.

Criticità

- **Sostegno professionale.** La cultura non può vivere soltanto di volontariato. Le piccole associazioni incontrano difficoltà burocratiche, amministrative, fiscali e di gestione della sicurezza.
- **Dispersione degli eventi.** La presenza di una vasta offerta di eventi può portare alla dispersione dei messaggi e alla sovrapposizione delle manifestazioni.
- **Trasmissione della memoria.** Si evidenzia una criticità nella trasmissione della memoria e del patrimonio storico alle nuove generazioni, in particolare nei contesti urbani (come Aosta), dove il divario con le realtà territoriali è più marcato.
- **Le difficoltà delle piccole associazioni di volontariato.** Il volontariato è considerato una risorsa fondamentale del territorio per mantenere vive le piccole

attività culturali e i piccoli siti dislocati sul territorio. Questi micro operatori si scontrano con la difficoltà di trovare finanziamenti adeguati (le risorse sono orientate a premiare progetti più strutturati), e sono schiacciati da compiti amministrativi e burocratici troppo onerosi. È perciò essenziale creare un punto di riferimento che supporti le piccole associazioni fornendo il necessario aiuto amministrativo e favorendo il coordinamento tra gli attori locali.

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?*

Visioni e strategie per il futuro

- **Approccio esperienziale e qualitativo.** È cruciale potenziare l'elemento esperienziale dell'offerta culturale, superando la figura del visitatore passivo. L'unione di patrimonio (immateriale o materiale, archeologico) con lo spettacolo (musica o altro) crea un'esperienza memorabile.
- **Innovazione e attualizzazione.** È necessario rinnovare continuamente le tradizioni e la cultura, attualizzando la produzione culturale. L'identità non deve essere trasmessa come un ricordo nostalgico del passato, ma come una cultura che crea il presente e il futuro. Esempi attuali includono il teatro in Patois o l'uso della lingua inglese in alcune attività culturali.
- **Visone a lungo termine.** È fondamentale elaborare una prospettiva che superi la contingenza, proiettandosi su un orizzonte temporale a lungo termine, al fine di consolidare una duratura abitudine alla frequentazione culturale.
- **Efficienza economica e qualità.** La qualità e la sostanza devono prevalere: è preferibile puntare su eventi di nicchia di qualità piuttosto che su eventi generalisti di massa. Per una spesa più efficiente, si suggerisce di valorizzare gli spazi esistenti e di unire le forze, evitando di attendere fondi esterni per progetti di costruzione ex novo (come un nuovo museo).
- **Formazione e riconoscimento.** L'educazione al patrimonio e la formazione continua sono fondamentali per tutte le età. È importante che le attività per i giovani siano co-progettate con loro e non imposte dall'alto. È altresì necessario il riconoscimento delle figure con competenze specialistiche in ambito culturale, spesso date per scontate.
- **Adattamento ai flussi turistici.** Nelle strategie future, è necessario tenere conto del cambiamento dei flussi turistici, con presenze che iniziano già a giugno e si protraggono fino a settembre, oltre ai weekend invernali.

Cosa lasciare indietro

- È fondamentale abbandonare l'**autoreferenzialità** per concentrarsi sul lavoro collaborativo.
- Si deve evitare l'**omologazione** e valorizzare, invece, le peculiarità locali.

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?*

Strategie di coinvolgimento e accessibilità

- **Coinvolgimento intergenerazionale.** Il coinvolgimento deve partire dalle famiglie e dai nuclei, attraverso l'alleanza con le scuole e gli altri attori della comunità educante. Eventi come quello del "pane nero" sono esempi di come le famiglie possano portare i giovani a partecipare attivamente.
- **Superamento delle barriere economiche.** La barriera economica all'accesso è evidente, come dimostrato dal sold out degli eventi gratuiti, a fronte della scarsa affluenza a eventi a pagamento (anche con costi minimi). Si suggerisce di promuovere e diffondere l'utilizzo di strumenti esistenti, come l'Abbonamento Musei, che offre accesso illimitato annuale a un costo contenuto.
- **Mobilità.** La mobilità pubblica è una criticità da migliorare; ad esempio, l'impossibilità di raggiungere castelli importanti come il Castello di Fénis con i mezzi pubblici la domenica è un problema per residenti e turisti che non arrivano in auto.

Digitalizzazione e rapporto umano

- **Ruolo del digitale.** Le tecnologie digitali sono potenti alleate per censire, conservare e valorizzare il patrimonio materiale e immateriale. L'Intelligenza Artificiale può fungere da facilitatore per l'informazione (sulle esperienze culturali, nella lingua dell'utente), ma non può sostituire l'esperienza diretta.
- **Giovani e tecnologia.** È fondamentale che la tecnologia sia utilizzata come strumento e vettore per rendere la cultura più accessibile e attraente per le nuove generazioni. Per raggiungere specificamente i giovani, è cruciale adottare strumenti che si adattino al loro linguaggio, e l'uso dei social media è stato identificato come essenziale per l'efficacia della comunicazione. È stato notato che i giovani spesso non aprono i siti web, ma utilizzano canali come Instagram e TikTok per informarsi e per la promozione degli eventi.
- **Strumenti specifici.** Si propone l'uso di QR code sui monumenti e di totem informativi nelle zone chiave per una comunicazione più diretta. È essenziale fare attenzione a non sprecare risorse economiche in tecnologie costose o di difficile gestione (es. pannelli multimediali malfunzionanti) e scegliere soluzioni compatibili, attraenti e adattabili alle condizioni territoriali e climatiche.
- **Capitale umano e formazione.** È necessario investire su nuove professioni digitali e sulla formazione continua, coinvolgendo i giovani che sanno utilizzare al meglio queste tecnologie.

- **Valore della testimonianza diretta.** Parallelamente al digitale, è cruciale valorizzare il rapporto generazionale e le testimonianze dirette degli anziani, che possono trasmettere la storia e la cultura con le proprie emozioni, creando un'atmosfera magica che arricchisce l'esperienza.

Una questione aperta

- **Numeri e sostenibilità.** È stato evidenziato che gli eventi di successo, come le visite teatralizzate in Patois o le visite ai cantieri (es. Arco di Augusto), spesso sono organizzati per numeri piccoli. Questa limitazione è dovuta sia alla capienza dei siti sia alla necessità di mantenere l'autenticità dell'esperienza, rendendo difficile replicare l'evento su larga scala. L'approccio e i numeri ridotti pongono la questione della sostenibilità.

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?*

Collaborazioni e valore aggiunto

- **Un asset strategico.** La connessione tra cultura, natura ed enogastronomia è un asset strategico per lo sviluppo, poiché l'enogastronomia e il paesaggio sono parte integrante della cultura.
- **Esempi di contaminazione.** Esistono già esempi virtuosi: passeggiate culturali organizzate in sinergia tra associazioni, alpini e pro loco, che potrebbero essere potenziate coinvolgendo associazioni di flora e fauna. Esperienze di successo includono attività che combinano passeggiate e rappresentazioni teatrali (es. personaggi in francoprovenzale), visite guidate con percorsi legati all'enogastronomia (es. vigne valdostane con gruppi folcloristici) e il trekking urbano.
- **Alleanze fondamentali.** È necessaria l'implementazione di reti territoriali tra attori locali, enti, comuni limitrofi e anche al di fuori della regione. L'offerta culturale deve essere integrata per mettere a sistema tutti gli ambiti. Le alleanze strategiche includono la partnership tra pubblico e privato e il rapporto sinergico tra scuola e territorio.

Formazione turistica e consapevolezza territoriale

- **Formazione territoriale.** È urgente migliorare la formazione territoriale per gli operatori turistici, intesi come titolari di negozi, bar, ristoranti, alberghi e, in particolare, per i dipendenti stagionali che provengono da fuori. Questi operatori devono essere in grado di fornire informazioni accurate ai visitatori sui siti di interesse, attraverso gite organizzate o formazioni sul territorio.

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?*

Strumenti a supporto delle reti di collaborazione

- **Facilitatore della rete.** È emersa con forza la necessità di creare una figura di facilitazione o una struttura deputata alla creazione e mantenimento del dialogo tra organizzazioni. Questo Ufficio dovrebbe agire come un punto di riferimento in grado di fare rete, favorire le interconnessioni e supportare le associazioni di volontariato ad affrontare le difficoltà burocratiche, amministrative e legali (come la gestione della sicurezza o questioni fiscali). L'obiettivo è far comunicare i vari mondi, senza rivestire un ruolo istituzionale (che è proprio della Regione).

Iniziative ispiratrici e grandi progetti

- **Festival della Montagna.** Si propone di istituire un Festival della Montagna di grande respiro (culturale, sportivo, letterario, cinematografico), che non sia una mera copia del Trento Film Festival. La Montagna deve diventare il "filo rosso" (ascensione, percorso, cordata, gioco di squadra) che collega la moltitudine di eventi e proposte delle varie valli, valorizzando il concetto intrinseco di montagna nell'identità valdostana.
- **Passaporto culturale "Nati con la Cultura".** Adottare il progetto "Nati con la cultura", che prevede la consegna di un passaporto culturale ai bambini appena nati, garantendo accesso illimitato per 1000 giorni al patrimonio culturale regionale per il bambino e la sua famiglia. Questa pratica, già presente in altre regioni italiane (Piemonte, Lombardia), è vista come un modo per trasmettere l'eredità culturale fin dalla nascita. Si suggerisce di estendere questo passaporto anche ad attività legate alla natura (escursioni, rifugi).
- **Ambasciatori locali.** Si propone di estendere ad altri comuni l'esperienza dei "Greeters" (persone fisiche che custodiscono memorie e raccontano il patrimonio locale), creando degli ambasciatori che rappresentino e trasferiscano la conoscenza dei luoghi.
- **Coinvolgimento dei giovani valdostani all'estero.** È cruciale non perdere i legami con il capitale umano costituito dai giovani valdostani che lavorano nel settore culturale all'estero (Milano, Parigi, New York). Devono essere coinvolti e valorizzati anche a distanza, poiché la loro competenza è enorme.
- **Didattica e territorio.** Incentivare le uscite didattiche sul territorio e in montagna per le scuole elementari e medie, superando i problemi di costi per le attività con guide alpine o accompagnatori.

Supporto logistico

- **Spazi per le associazioni.** Fornire più spazi coperti e attrezzati a disposizione delle associazioni, anche tenuto conto delle condizioni climatiche della Valle.