

Cultura e sviluppo locale in montagna: il programma Torino e le Alpi della Compagnia di San Paolo

*Mountain, culture and local development:
“Torino e le Alpi”, a programme of Compagnia
di San Paolo*

GIOVANNA SEGRE, ERICA MENEGHIN

Abstract

La rilevanza anche economica di cultura e creatività è tema ormai centrale nel dibattito teorico e politico sui fattori chiave dello sviluppo dei territori. Questa visione dà l'impronta a un crescente numero di bandi di istituzioni grant-making, tra cui spicca, sia per dimensione dell'operatività sia per qualità delle azioni promosse, la Compagnia di San Paolo di Torino. L'articolo analizza il suo programma triennale “Torino e le Alpi”, attivo tra il 2014 e il 2016, e volto a stimolare l'applicazione e la diffusione di modelli di sviluppo innovativi, con particolare attenzione a quelli di natura culturale adeguati al territorio montano. Attraverso la presentazione degli elementi costitutivi di tale programma di finanziamento, l'analisi della distribuzione spaziale delle azioni e della capacità dei progetti finanziati di costruire reti, vengono evidenziati alcuni elementi chiave per supportare uno scenario di sviluppo locale culture-driven nel territorio alpino piemontese.

The economic relevance of culture and creativity has recently become a central issue in the theoretical and political debate on the key factors of territorial development. This vision gives the imprint to a growing number of calls issued by grant-making institutions, among which the Compagnia di San Paolo in Turin emerges as a major actor according to the size of the operations and the quality of the actions promoted. The present article analyses the three-year program Turin and the Alps (Torino e le Alpi), active between 2014 and 2016, which aims at stimulating the application and diffusion of innovative models of development, with particular attention to those of cultural nature in the mountain areas. Through the identification and description of the principal elements of this funding program, the analysis of spatial distribution of the actions and of the capacity of projects to build networks, some key elements are highlighted in order to support a local-culture-driven development scenario in the Piedmontese Alpine Territory.

Introduzione

La rilevanza anche economica di ambiti quali la cultura e la creatività si è progressivamente affermata come tema centrale nel dibattito teorico e politico sui fattori chiave dello sviluppo. Si guarda alla cultura come elemento essenziale per identificare una nuova strada per la crescita economica che miri a coniugare sviluppo socio-economico, attenzione alle comunità locali e sostenibilità come evidenziato in maniera sempre più focalizzata e precisa negli ultimi anni da molte istituzioni di riferimento, quali ad esempio la Commissione europea¹, UNESCO e UNDP che, in collaborazione, hanno pubblicato nel 2013 un rapporto molto completo² e, più recentemente, l'UNESCO che, tra i molti lavori sul tema del ruolo della cultura per lo sviluppo, ha recentemente pubblicato un focus sullo sviluppo urbano e la

Giovanna Segre, professore associato di Politica Economica al Dipartimento di Economia e Statistica “Cognetti De Martiis” dell'Università di Torino, co-direttore del Master in “World Heritage and Cultural Projects for Development” e co-holder della UNESCO Chair “Sustainable Development and Territory Management”, presidente del CSS-Ebla.

giovanna.segre@unito.it

Erica Meneghin, assistente di ricerca presso il Centro Studi Silvia Santagata - Ebla (CSS-Ebla) di Torino.

eri.meneghin@gmail.com

cultura³ in occasione della terza conferenza delle Nazioni Unite su *Housing and Sustainable Urban Development (Habitat III)* completando il quadro di riferimento. La cultura viene in tutti questi ambiti intesa quale *asset* per lo sviluppo economico, in funzione sia della sua dimensione tangibile sia di quella intangibile, seguendo l'impostazione delle opere seminali di Throsby⁴, Scott⁵ e Florida⁶. Si guarda, in sostanza, al ruolo che il *capitale culturale* può esprimere nella generazione, diretta, indiretta e indotta, di reddito, posti di lavoro e posizionamento competitivo di un territorio, oltre al suo valore intrinseco di tipo intellettuale e ai suoi effetti positivi dal punto di vista sociale, relazionale e identitario.

Questa visione dà l'impronta a un crescente numero di bandi per il finanziamento di progetti di natura culturale destinati a produrre effetti sullo sviluppo dei territori. Tali bandi vengono pubblicati in Italia da diverse tipologie di istituzioni *grant-making*, tra cui spicca, sia per dimensione dell'azione sia per qualità della programmazione portata avanti, la Compagnia di San Paolo, una delle maggiori fondazioni private in Europa per dimensione patrimoniale e importi erogati. Istituita nel 1563 a Torino, oggi classificabile in quanto fondazione di origine bancaria⁷, ha come missione quella di favorire lo sviluppo civile, culturale ed economico delle comunità in cui opera, perseguendo finalità di interesse pubblico e utilità sociale. Nell'ambito di una collaborazione di ricerca nata in seno al Master in "World Natural Heritage Management" della Trentino School of Management, che ha previsto lo svolgimento di uno stage presso la Compagnia di San Paolo sotto la supervisione scientifica del Centro Studi Silvia Santagata EBLA⁸ e dell'Associazione Dislivelli⁹, è stata portata avanti una riflessione applicata al programma *Torino e le Alpi* focalizzata in particolare sui progetti culturali promossi nei territori alpini dalla Compagnia di San Paolo nell'ambito di tale programma¹⁰. Il territorio umanizzato, anche quello montano, è evidentemente luogo di produzione di cultura e pertanto le aree alpine possono costituire un'interessante regione di sperimentazione di modelli di sviluppo locale fondati sulla cultura in linea con quanto espresso da Santagata¹¹. Essi, con le loro risorse intellettuali e materiali, come l'artigianato e il saper fare, le tradizioni, l'architettura, il cibo e la gastronomia esprimono i caratteri costitutivi di un paesaggio culturale.

Il programma *Torino e le Alpi*

Il rapporto dualistico città/montagna da decenni si configura come uno dei principali problemi con cui la società alpina deve interfacciarsi. Con una rilevante porzione del suo territorio occupato da superficie montana il Piemonte è fortemente influenzato dal fenomeno dello spopolamento delle zone montane a favore di territori urbani e collinari e pianeggianti. Tale fenomeno è chiaramente connesso al basso livello di infrastrutturazione materiale

e immateriale delle Terre Alte, soprattutto in alcune valli che risultano essere meno interessanti dal punto di vista del turismo comune. La città di Torino, da sempre un importante polo accentratore di sviluppo, non appare attrezzata invece a contrastare il divario crescente tra città e montagna. In questo contesto si è inserito il programma triennale *Torino e le Alpi*¹² della Compagnia di San Paolo. Quest'ultima da alcuni anni promuove iniziative¹³ che vedono nella ricostruzione dei legami perduti, tra la popolazione cittadina e quella montanara, un fine importante per rafforzare il senso di appartenenza a uno stesso vissuto storico e culturale, attraverso scambi di idee e di esperienze tra i due ambienti, con l'obiettivo di cogliere migliori opportunità sul piano economico e sociale. Nello specifico, lo scopo del programma è di rendere più sistematica l'acquisizione di competenze e conoscenze riguardo il tema suddetto, cercando di stimolare l'applicazione e la diffusione di modelli di sviluppo innovativi. Le iniziative finanziate sono state realizzate sui territori montani di Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria, con l'identificazione di interventi e obiettivi concreti, attraverso la pubblicazione dei seguenti bandi:

1. *bandi per progetti culturali nei territori alpini*, i quali riguardavano le attività culturali, rivolte ad un target giovane, puntando l'attenzione sulle potenzialità creative dell'ambiente alpino e sulla sua capacità di essere pienamente contemporaneo, nel duplice profilo di contesto ispiratore (gli sguardi sulla montagna) e di luogo di produzione culturale (gli sguardi dalla montagna);

2. *bando per progetti di ricerca applicata*, che mirava a raccogliere ricerche e studi di fattibilità su modelli operativi innovativi, buone pratiche di gestione e pianificazione territoriale, esperienze di rivitalizzazione comunitaria e di sviluppo economico, sociale e culturale nell'arco alpino;

3. *bandi per assistenza tecnica all'elaborazione di strategie di sviluppo locale*, attraverso questi il programma intendeva essere di supporto a enti e istituzioni locali per favorire l'accesso a strumenti di finanziamento europeo, utili per la crescita economica e rurale delle aree alpine. Una priorità descritta nei bandi è l'intervento per potenziare le competenze locali e aumentare la capacità attrattiva dell'area alpina.

Nella Tabella 1, una sintesi dei bandi che hanno costituito il programma, in cui vengono evidenziati per ciascun bando: il periodo temporale dall'emanazione del bando alla conclusione dei progetti finanziati; il numero di domande presentate e quello dei progetti ammessi; i finanziamenti e i settori coinvolti dai progetti.

Dalla lettura della tabella si evidenzia generalmente un alto livello di partecipazione ai bandi, che si differenziano tra di loro per quanto riguarda tipologia, settori di attività e modalità di finanziamento.

All'interno del programma triennale, sono stati finanziati ulteriori 39 progetti tra cultura e ricerca, per un totale di quasi € 1.600.000 di erogazioni attribuite. I principali

Programma <i>Torino e le Alpi</i>					
	Bandi per progetti culturali nei territori alpini		Bando per progetti di ricerca applicata	Bandi per assistenza tecnica all'elaborazione di strategie di sviluppo locale	
	2014-15	2015-16		<i>Bando di selezione Aggregazioni Territoriali</i>	<i>Bando di selezione consulenti territoriali</i>
Periodo	2014-15	2015-16	2014-15 Periodo di ricerca: 10 mesi	2015-16 Periodo di assistenza: 10 mesi	
N° domande pervenute	126	78	153	14	-
N° progetti finanziati	12	13	20	5	5
Finanziamento per progetto	80% del budget del progetto (non > € 30.000)		€ 15.000	-	€ 20.000 a consulente
Finanziamento totale	€ 624.500		€ 300.000	€ 170.000	
Settori prevalenti	Culturale		Agropastorale, politiche pubbliche, socio-sanitario	Economico-sociale	

Tabella 1. Sintesi delle informazioni relative ai bandi promossi dal programma *Torino e le Alpi* (elaborazione propria).

soggetti coinvolti nei progetti finanziati sono stati l'Associazione Dislivelli, che ha fornito sostegno all'attività di coordinamento e comunicazione e alla progettualità locale attraverso seminari formativi; CIPRA¹⁴ Italia, con progetti di ricerca sul territorio alpino; Slow Food, rispetto alle eccellenze enogastronomiche dell'arco alpino e della montagna europea, e UNCEM Piemonte¹⁵.

Da notare, inoltre, come nel 2016 si sia creata una continuità tra il programma *Torino e le Alpi* e il bando promosso dalla stessa Compagnia di San Paolo denominato *Stiamo tutti bene*. L'obiettivo di questa iniziativa è di contrastare la marginalità dei territori montani, e gli stereotipi che su di essa si costruiscono per migliorare la qualità di vita degli ambienti dell'arco alpino, sostenendo attività che contribuiscano a promuovere il contrasto alla dispersione scolastica, attraverso offerte educative in orario extrascolastico, rivolte a bambini e adolescenti da 6 a 14 anni, e attraverso interventi volti a promuovere una maggiore responsabilità ed efficacia dei genitori e delle famiglie nella relazione educativa con bambini e ragazzi.

Lo scopo esplicito perseguito attraverso il programma e le ulteriori attività descritte, è di identificare delle opportunità per uno sviluppo concreto delle aree montane, di cui possa trarre beneficio tutto il territorio regionale, a partire da scambi di idee e di esperienze e dal contesto storico culturale comune. L'elemento ricorrente in tutte le azioni del programma è la volontà di diffondere una visione della montagna come risorsa economica, sociale, culturale, sia per i residenti, attuali e potenziali, sia per i turisti.

Il Bando per progetti culturali nei territori alpini e il festival *Torino e le Alpi*

Il bando per progetti culturali dei territori alpini di Piemonte, Valle D'Aosta e Liguria è stato pensato al fine di promuovere iniziative culturali in grado di valorizzare la montagna come ambiente capace di produrre e attrarre cultura e di esprimere potenzialità creative originali e innovative, in una logica di rete territoriale. L'obiettivo principale presente nel bando è quello di contribuire alla creazione di reti di soggetti e luoghi secondo una logica territoriale interregionale, in un dialogo paritario con la città di Torino, che ne ospita e ne accoglie le suggestioni. Tra i bandi relativi a *Torino e le Alpi*, il bando per progetti culturali nei territori alpini è l'unico che ha visto la nascita di due differenti iniziative di finanziamento nel periodo 2014-2016.

Il primo bando è stato emanato a fine 2014 e aveva come termine ultimo di raccolta iscrizioni il 27 febbraio 2015. Delle 126 proposte progettuali pervenute, 107 rispettavano i criteri di ammissione e tra queste ne sono state selezionate 12, che hanno animato l'estate 2015 in 22 località montane differenti. Il secondo bando è stato diffuso a fine 2015 con l'obiettivo di finanziare i progetti meritevoli per permetterne lo svolgimento durante l'estate 2016. Dei 78 progetti candidati, 68 sono risultati ammissibili alla selezione. Di questi ultimi, 13 sono stati i progetti culturali meritevoli di sostegno.

In entrambi i bandi il finanziamento da parte della Compagnia di San Paolo prevedeva un importo massimo

di € 30.000 che comunque non poteva superare l'80% del budget del progetto.

I territori di riferimento, nelle regioni ammissibili, include i territori montani¹⁶ e ha riguardato nello specifico, con i 25 progetti vincitori (2014/2015 e 2015/2016), le seguenti zone:

- 2 progetti nella provincia di Biella (Valle Elvo, Valle Oropa, Valle Cervo, Valle Mosso, Valle Sessera);
- 1 progetto della provincia di Alessandria svoltosi sui territori di tutte e tre le Regioni;
- 5 progetti nella provincia di Cuneo (Valle Stura, Alpi Marittime, Valle Grana, Valle Vermenagna, Valle Gesso);
- 1 progetto nella provincia di Novara (Valle Vigezzo);
- 12 progetti nella Città Metropolitana di Torino (Valle Stura, Valle Po, Valle Grana, Valle Maira, Valle Varaita, Valle di Susa, Valli di Lanzo);
- 1 progetto in provincia di Verbania (Val Ossola);
- 3 progetti in provincia di Aosta (Valle del Lys, Valsesia, Valli del Gran Paradiso, Val di Rhêmes, Valle di Cogne, Valle Orco).

I vincitori hanno presentato progetti che prevedevano la collaborazione e la cooperazione con diverse tipologie di stakeholder: enti locali, associazioni italiane ed estere, personaggi noti nel mondo della montagna (ad esempio Mauro Corona e una serie di famosi alpinisti Piemontesi) e non solo (ad esempio cantautori italiani, stranieri, chef stellati).

I progetti vincitori sono entrati a far parte del programma del Festival "Torino e le Alpi", un evento di 3 giorni con l'obiettivo di dare visibilità alle attività culturali che si sono svolte in area montana, favorendo il collegamento tra la città di Torino alle sue valli alpine. La programmazione e la logistica degli eventi sono stati gestiti internamente dalla Compagnia di San Paolo in collaborazione con l'Associazione Dislivelli, Città di Torino, Museo Nazionale della Montagna, Circolo dei Lettori, Museo Nazionale del Cinema di Torino, Trento Film Festival, Torino Spiritualità, Turismo Torino e Provincia e Paniere dei prodotti tipici della Provincia di Torino.

Il primo anno il Festival si è svolto dal 12 al 14 settembre 2014 ed è stato gestito su due sedi: il Museo della montagna di Torino e il Forte di Exilles dove, oltre alle produzioni dei giovani artisti coinvolti, si sono alternati laboratori, workshops e appuntamenti conviviali.

Il secondo anno si è realizzato dal 10 al 12 luglio 2015 a Torino, dove si è proposto un calendario con numerosi eventi, inclusa un'esposizione di giovani artisti e una rassegna di film di montagna al Cinema Massimo, e nelle valli, dove si sono organizzate iniziative culturali di vario tipo. Rispetto alla prima edizione si è pensato alla realizzazione di un festival diffuso, con l'intento di consolidare una rete di enti e di soggetti capaci di rendere le montagne "protagoniste di cultura".

Infine per l'edizione 2016, nei giorni dal 15 al 17 luglio 2016, l'evento si è svolto tra la Fondazione Merz e la collina di Superga. Quest'ultima manifestazione è stata organizzata in partnership con Fondazione Merz, Teatro della Caduta e Circolo dei Lettori. Viste le criticità riscontrate nelle precedenti edizioni, la Compagnia ha tentato di estendere le istanze culturali, le finalità e le ricadute promosse dal Festival in una logica di rete territoriale, arricchendo il calendario del festival attraverso proposte che richiamassero direttamente le iniziative svolte nel corso di questi anni nell'ambito del programma, con l'obiettivo di non disperdere quanto già concretizzato in termini sia di produzione culturale sia di network attivati.

L'analisi spaziale dei progetti

Si è effettuata un'analisi spaziale per definire la collocazione dei progetti e studiarne la loro concentrazione sul territorio. Questo approccio è utile per verificare l'efficacia dell'azione del programma nelle regioni di riferimento e può fornire uno strumento per definire future linee di azione.

Come si rileva nella Figura 1, la distribuzione spaziale dei progetti può essere considerata in generale omogenea su tutto l'arco alpino occidentale, tuttavia è necessario sottolineare alcune specificità.

Si rileva un buon livello di progettualità soprattutto in provincia di Torino (Valli di Lanzo e Val Susa), nelle valli del cuneese e nelle valli secondarie della Val d'Aosta (in particolare la Valtournenche). Vi sono invece pochissimi progetti provenienti dalla provincia del Verbano-Cusio-Ossola e del Vercellese. Per quanto riguarda la Regione Liguria, le sue aree montane hanno presentato poche candidature.

Da queste considerazioni emerge che le azioni del programma hanno raggiunto con maggior efficacia i territori della Valle d'Aosta e in prossimità dei centri di Torino e Cuneo. Si ipotizza che le ragioni di tale risultato possano essere riconducibili a:

- localizzazione della Compagnia San Paolo nella città di Torino;
- difficoltà di comunicazione dei bandi in territori distanti dalla Città Metropolitana di Torino;
- mancanza di interesse o di capacità ad investire in progettualità in specifiche aree dei territori montani.

Infine è importante sottolineare che alcuni territori, come la provincia del Verbano-Cusio-Ossola, pur non avendo un numero significativo di progetti partecipanti ai bandi, abbiano risposto positivamente agli obiettivi del programma, in paragone alle difficoltà di coinvolgimento che la Compagnia ha riscontrato negli anni passati e in altri programmi. Uno dei motivi principali di questa limitata partecipazione è da ricondurre probabilmente alla loro ubicazione sul territorio: la lontananza geografica da Torino

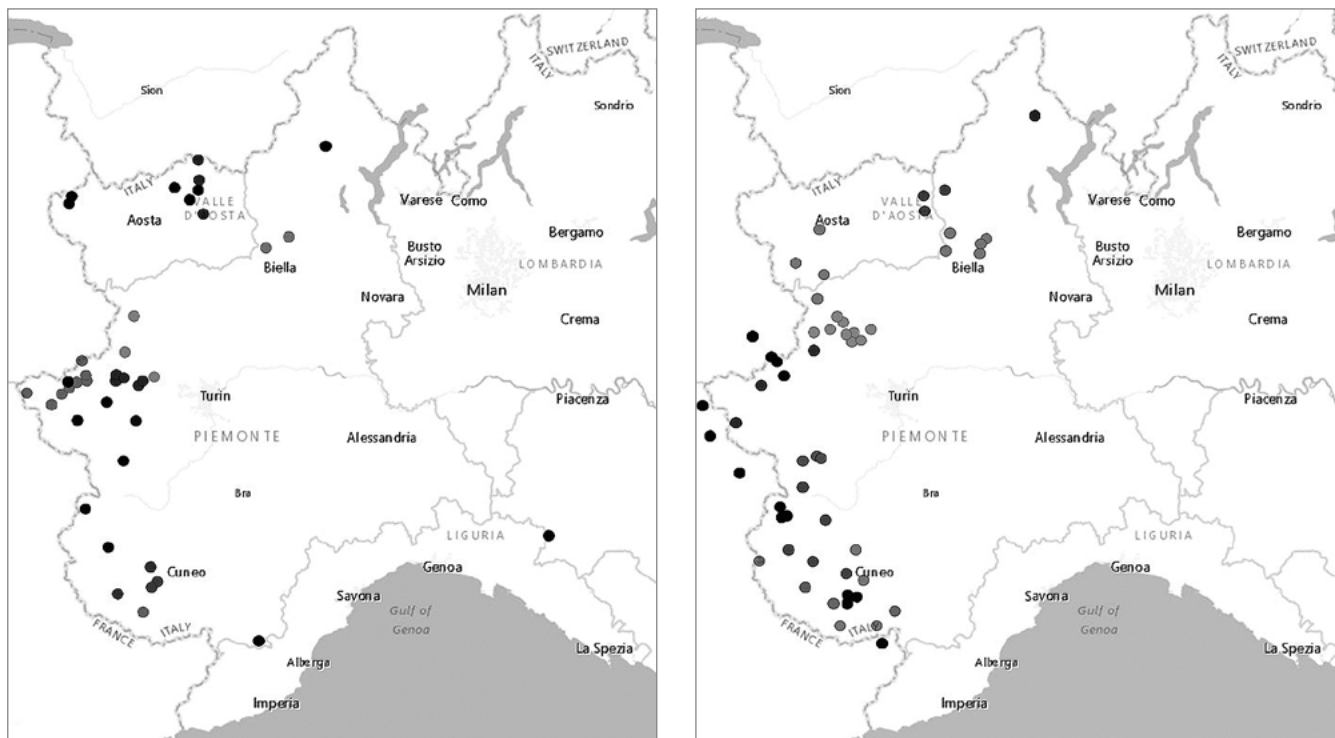


Figura 1. Mappatura dei progetti realizzati nell'ambito del bando per "progetti culturali nei territori alpini", riferiti all'anno 2015 (a sinistra) e all'anno 2016 (a destra). Ad ogni gradazione di grigio corrisponde un unico progetto. Per creare le mappe si è utilizzato il programma ArcGis Online, prodotto da ESRI Inc., una piattaforma cloud per progettare e condividere mappe, applicazioni, dati e contenuti geografici (elaborazione propria).

ha portato queste zone a far riferimento ad altre fonti di finanziamento (nel caso specifico la Fondazione Cariplo).

La Social Network Analysis per i progetti

Per completare l'analisi si sono studiate le reti sociali create durante l'esecuzione dei progetti relativi al *bando per progetti culturali nei territori alpini*. Attraverso il programma UCINET 6.0¹⁷, strumento utilizzato per analizzare le reti, sono stati inseriti in una matrice non simmetrica i progetti culturali (righe) e gli stakeholder con i quali ogni singolo ente capofila si è interfacciato (colonne)¹⁸. All'interno della matrice, sono stati inseriti due valori 1 e 0 a seconda della presenza o meno di relazioni tra stakeholder e enti capofila. L'elaborazione ha portato ai risultati che sono rappresentati graficamente nelle due figure sotto riportate: a) per i progetti relativi al 2015 e b) per progetti relativi al 2016.

L'analisi effettuata, per mancanza di ulteriori dati non è puntuale, ma permette comunque di commentare le reti che i differenti progetti hanno creato. Osservando la figura 2.a), è possibile notare come vi siano degli *egonet* sulla parte sinistra, ovvero dei progetti che non hanno interagito con stakeholder collegati ad altri progetti, ma hanno creato una rete a sé stante. In particolare, il progetto "Marittime Invisibili", invitando e organizzando l'evento con una serie di artisti singoli, non ha creato nessun tipo di rete con altri enti privati o pubblici, così come

l'evento "Alpi Graie" ha creato una piccolissima rete che ha coinvolto due enti scolastici (Istituto alberghiero di Lanzo e Università del gusto di Pollenzo).

Sulla parte destra dell'immagine, è possibile osservare i progetti che hanno condiviso determinati stakeholder. In particolare, la Regione Piemonte si configura come il portatore di interesse che più ha contribuito alla realizzazione dei progetti (numericamente parlando), partecipando a tre progetti. Anche il C.A.I. (Club Alpino Italiano) presenta lo stesso numero di interazioni. Segue il comune di Valloriate, che ha contribuito alla realizzazione di due progetti.

Anche per la figura 2.b), è possibile fare le stesse considerazioni come per la figura 2.a). In questo caso, gli stakeholder che più hanno creato reti sono la Regione Piemonte, la Fondazione Cassa di Risparmio di Torino e Montura, azienda che si occupa di abbigliamento tecnico per la montagna.

La social network analysis descrive un territorio alpino "sfilacciato" e non particolarmente propenso alla collaborazione. Le cause della difficoltà di collaborazione tra stakeholder possono essere legate a fattori storici e strutturali. Tuttavia si ritiene che attraverso lo strumento del bando, progettato con una determinata struttura, si possano favorire relazioni e condivisioni. A questo proposito si evidenzia, seppur con significative differenze, un progetto particolarmente efficace in termini di collaborazione: il bando "#Resistenze" organizzato

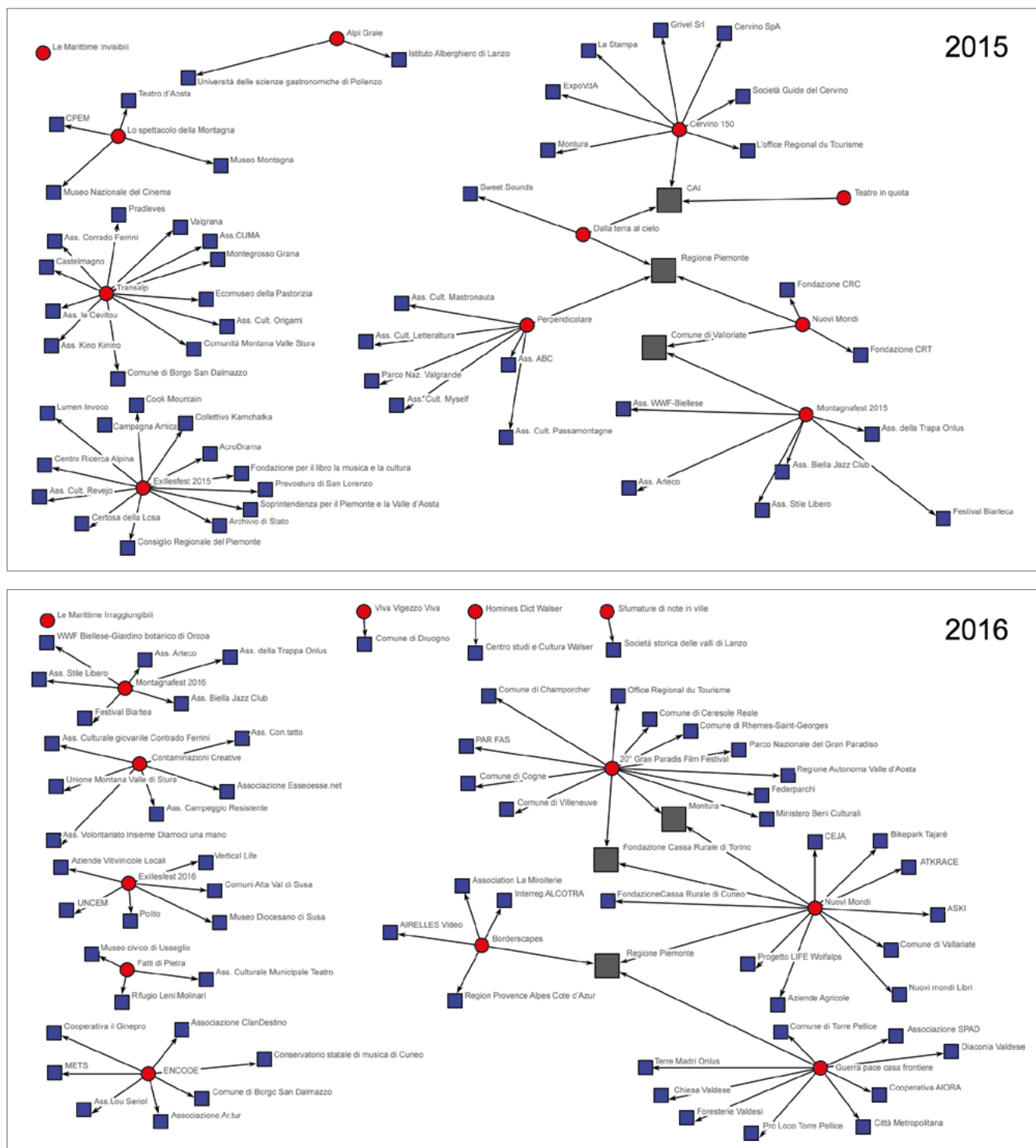


Figura 2. Elaborazione con UCINET 6.0 delle reti per i progetti culturali 2015 (a) e 2016 (b) (elaborazione propria).

dalla Piattaforma delle Resistenze Contemporanee della Regione Trentino-Alto Adige¹⁹ in cui è centrale il tema della condivisione e che si propone tra gli obiettivi la creazione di una rete regionale.

Conclusioni

Dall'analisi del programma *Torino e le Alpi* e nello specifico dei progetti culturali, emergono alcune questioni

fondamentali in materia di sviluppo locale *culture-driven* del territorio alpino.

In primo luogo, emerge come tema fondamentale la necessità di messa in rete di attori e risorse. Risulta necessario informare, formare e connettere gli stakeholder dei territori in modo da favorirne lo sviluppo e le progettualità. La capacità di questi territori di attrarre risorse economiche, in virtù dello sviluppo di capacità progettuali

da parte di soggetti privati e pubblici e di animazione dei territori appare essere ancora limitata. Parallelamente è necessario rafforzare e investire sulle istituzioni, cioè su attori che nel tempo possano acquisire la legittimità di agenzie locali per lo sviluppo. Quest'ultimo fattore ha come presupposto la stabilità dei territori di progetto, l'emergere di riconosciute leadership locali, la costruzione di situazioni di equilibrio, che rendano possibile un coordinamento, considerando che lo sviluppo locale è favorito soprattutto da attori sovralocali. L'intervento a favore dello sviluppo dovrebbe sostenere la crescita di queste risorse e selezionare i luoghi dove siano già presenti o dove vi siano le condizioni per il loro consolidarsi.

In secondo luogo, si sottolinea l'importanza di costruire un sistema in cui si favorisca l'accesso all'innovazione culturale oltre che all'innovazione stessa. A favorire questo aspetto vi sono la concentrazione degli investimenti su di un ridotto numero di interventi selezionati e il sostegno ad attori marginali (outsider), ovvero coloro i quali possono essere portatori di visioni laterali sui territori, rispetto alle loro risorse e prospettive di sviluppo. Parallelamente è necessario sostenere le istituzioni locali, in modo che svolgano un'azione costante di sollecitazione, di scoperta e attivazione di attori.

Una criticità si può riscontrare nel caso vi sia un'elevata produzione di progetti, che può portare ad una dispersione di risorse e la conseguente difficoltà di rinvenire progetti capaci di forti impatti. Per evitare questa condizione, la combinazione di investimenti su infrastrutture e investimenti immateriali deve essere necessariamente focalizzata e circoscritta rispetto ad un preciso programma di sviluppo, così da rendere veramente efficaci l'innovazione e l'accesso all'innovazione.

In conclusione, una raccomandazione. Al termine di questo programma triennale appare fondamentale non disperdere la conoscenza e i materiali che si sono raccolti, la spinta alla condivisione di servizi, di informazione e di strategie che si è creata. La costruzione di politiche di sviluppo integrate e che abbiano una continuità appare di fondamentale importanza e la strada è stata aperta. Oltre a cercare di creare una rete di attori sarebbe necessario che anche le azioni di finanziamento e gestione di progetti in aree alpine fossero coordinate, con il supporto di strategie di gestione comune, che incrementino lo sviluppo locale rafforzando le reti materiali e immateriali e tengano al centro il valore e la forza che la cultura può generare verso un sentiero di sviluppo economico sostenibile, oggi più che mai cruciale per le agende dei governi locali, nazionali, internazionali.

Note

¹ Si veda, tra i molti lavori pubblicati, ad esempio, Commissione europea, *Getting cultural heritage to work for Europe - Report of the Horizon 2020 expert group on cultural heritage*, Directorate-General for Research and Innovation, 2015.

² UNESCO e UNDP, *Creative Economy Report*, UNESCO, Parigi 2013.

³ UNESCO, *Culture Urban Future*, UNESCO, Parigi 2016.

⁴ Si vedano i due lavori principali dell'autore, a cui ha fatto riferimento gran parte della letteratura internazionale successiva: David Throsby, *Cultural Capital*, in «Journal of Cultural Economics», vol. 23-1, 1999, pp. 3-12; *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.

⁵ Allen J. Scott, *The Cultural Economy of Cities*, Sage, London 2000.

⁶ Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York 2002.

⁷ Le Fondazioni di origine bancaria sono soggetti economici non profit italiani nati con la legge 30 luglio 1990, n. 218 (cosiddetta Legge Amato) volta alla riorganizzazione del sistema bancario.

⁸ www.css-ebli.it.

⁹ www.dislivelli.it.

¹⁰ Il rapporto completo redatto al termine dello stage è consultabile su www.css-ebli.it/publicazioni/.

¹¹ Si veda ad esempio il lavoro più recente dell'autore, che nel corso dei suoi studi ha diffusamente pubblicato sul tema: Walter Santagata, *Il governo della cultura, promuovere sviluppo e qualità sociale*, il Mulino, Bologna 2014.

¹² www.torinoealpi.it.

¹³ Si veda su questo tema l'analisi di Andrea Longhi, Giovanna Segre, *Le risorse culturali e paesaggistiche nella progettualità per lo sviluppo territoriale: casi studio recenti in Piemonte e appunti di metodo*, in Chiara Devoti, Monica Naretto, Mauro Volpiano (a cura di), *Studi e ricerche per il sistema territoriale alpino occidentale*, ANCSA – Associazione Nazionale Centri Storico-Artistici, Gubbio 2015 (Collana "Documenti", vol. 1), pp. 258-276.

¹⁴ CIPRA: Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi, www.cipra.org.

¹⁵ www.uncem.piemonte.it.

¹⁶ Territorio montano: trattasi di tutte le terre che si trovano sopra i 600 metri s.l.m. Si intendo comprese nelle zone di montagna, valli, altipiani e analoghe configurazioni del suolo, che sono intercluse tra le zone alpine di maggior altitudine (definizione ISTAT).

¹⁷ Si ringrazia Marco Andrea Micheli per il supporto specifico fornito in questa parte dell'analisi.

¹⁸ Gli stakeholder considerati si riferiscono a quelli citati all'interno delle schede di presentazione dei singoli progetti pervenuti alla Compagnia di San Paolo. Non è stato possibile quindi, inserire la lista completa di ogni singolo ente che ha agito sul territorio di riferimento nella rete progettuale.

¹⁹ www.piattaformaresistenze.it.