

150

1867
2017

LA STAMPA



IL FUTURO DEL NORD OVEST

N

ILLUSTRAZIONE DI MATTIA CERATO

LA DIVERSITÀ CHE SUPERA I SECOLI

MARIO DEAGLIO

L'autonomia valdostana non nasce, come molti credono, con la Costituzione della Repubblica Italiana: a metà del Cinquecento, il Concilio di Trento concesse alla Vallée di continuare a seppellire i morti sotto i pavimenti delle chiese, a differenza di quanto prescritto per quasi tutti gli altri Paesi cattolici, riconoscendo l'eccezionalità degli inverni valdostani che non consentivano sempre il trasporto delle salme dalle borgate alte ai nuovi cimiteri, solitamente più prossimi al fondovalle.

Può sembrare una piccola cosa, è invece il segno del riconoscimento di una diversità, dietro la quale si riconosce un'identità fortissima. A conferma di questo riconoscimento, va ancora ricordato che, all'interno del Regno di Sardegna, la Valle d'Aosta conservò fino all'«unione perfetta» - realizzata nel 1850 con le riforme introdotte da Carlo Alberto - i propri ordinamenti e un notevole grado di autonomia. Tale autonomia fa parte della natura fortemente composita di una terra (pochi abitanti e moltissime «borgate», due lingue «nazionali» e due lingue locali, il patois e il walser) nella quale il temperamento delle esigenze e il sistema dei pesi e contrappesi consentono, e al tempo stesso richiedono, un largo consenso popolare di fondo.

Questa premessa è necessaria per inquadrare bene il cammino degli ultimi 30-40 anni e le prospettive per i prossimi decenni. Non c'è dubbio che la Valle d'Aosta, sempre nei primi posti delle classifiche di qualità della vita, con un reddito medio per abitante «svizzero» più che italiano, abbia usato complessivamente bene - il che non esclude qualche errore - le risorse finanziarie delle quali ha avuto la disponibilità.

STEFANO
SERGI

ell'immaginario collettivo, al di là del confine di Pont-Saint-Martin, la Valle d'Aosta è da sempre «l'isola felice» e poco importa che questa convinzione sia anche farcita di luoghi comuni. Oggi, seppure con molti sorrisi in meno rispetto a un tempo neanche lontano, la regione più piccola d'Italia è ancora una terra dove la bilancia della qualità di vita pende nettamente a favore del benessere. Lo dicono le cifre ufficiali, lo ribadiscono i sondaggi come quello realizzato per La Stampa da Eumetra, dove il 74 per cento degli intervistati pensa che questo sia il luogo migliore d'Italia in cui vivere. Merito del senso di sicurezza che si percepisce, dei servizi di alto livello, delle molteplici attrattive culturali e turistiche. Il ricchissimo (fino a pochi anni fa) bilancio regionale di

cui beneficiavano i 128 mila residenti è servito, tra qualche scivolone, anche a sviluppare settori diventati un esempio non solo in Italia, come l'assistenza socio-sanitaria o il Soccorso alpino. Le eccellenze, spesso sottovalutate da chi è abituato ad avere molto, sono la base su cui costruire il futuro. E il futuro della Valle d'Aosta è nelle mani dei valdostani. Sono loro a dover scegliere se, ad esempio, allargare la già ampia connotazione turistica della regione e puntare su mercati capaci di affollare la Valle per dodici mesi l'anno. Ma se sarà questa la strada, servirà un cambio di marcia

e di mentalità per ridare slancio a un'iniziativa privata che è stata spesso anestetizzata dalle abbondanti iniezioni di capitali pubblici degli ultimi decenni. Oggi più che mai, visto il crollo delle risorse regionali, servono idee per moltiplicare le bandiere delle eccellenze, le uniche che permettono di vincere la sfida della crisi. Sono i singoli a dover fare la differenza, a dover comprendere che un ospite, in una regione che si definisce turistica, ha la legittima aspettativa di cenare in un ristorante alle 18 o alle 23 e vuole trovare locali aperti e cucine pronte a ogni ora o quasi, come accade altrove.

AOSTA

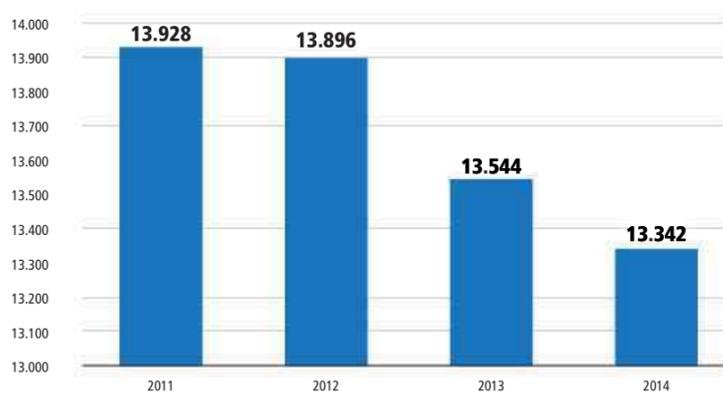
Le energie di una valle

CONTINUA A PAGINA II

CONTINUA A PAGINA III

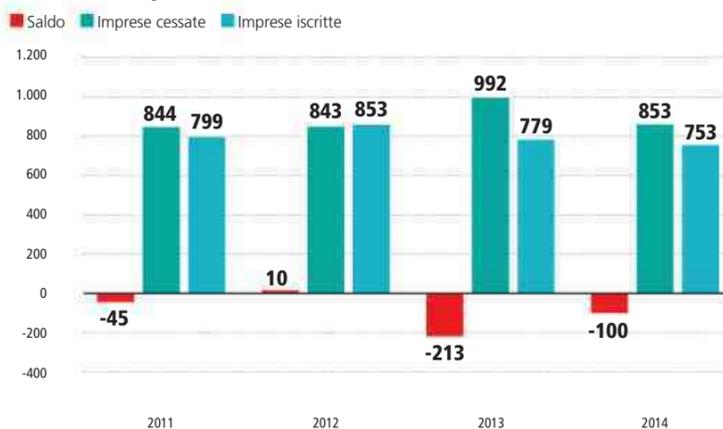
La Valle d'Aosta in cifre

Totale imprese al 31 dicembre



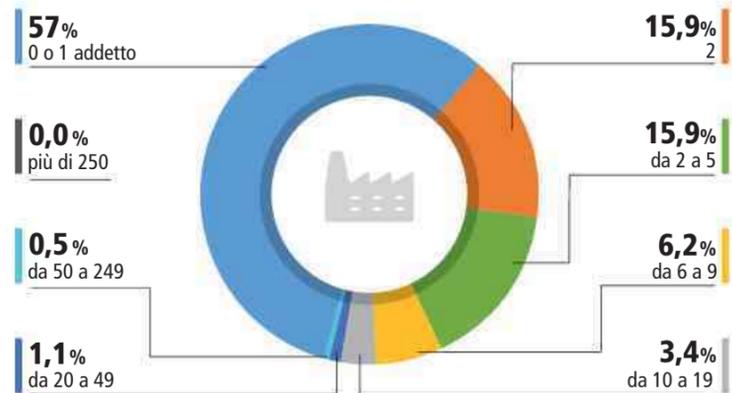
Fonte: Camera di Commercio di Aosta

Variazione imprese



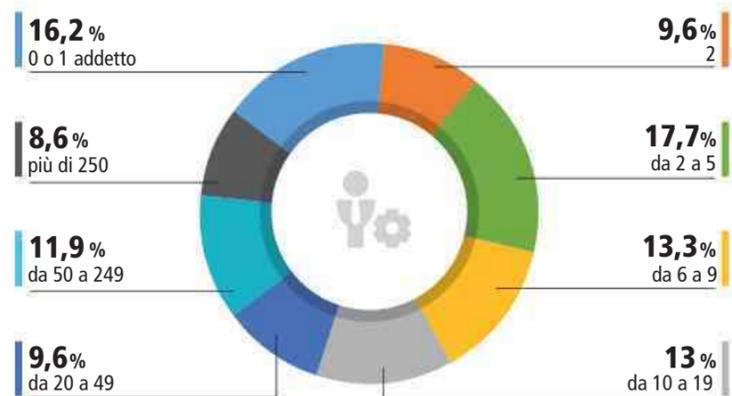
Fonte: Camera di Commercio di Aosta

Percentuale di imprese per numero di addetti



Fonte: Istat, dati del 2011

Occupati per dimensione delle imprese



Fonte: Istat, dati del 2011

Moltiplicare le eccellenze locali per superare lo scoglio della crisi

Ma gli investimenti da soli non bastano, serve una mentalità diversa

STEFANO SERGI
SEGUE DA PAGINA 1

Sono sempre i singoli a dover comprendere che un turista con famiglia al seguito

apprezza trascorrere una domenica in centro con i negozi aperti anziché passare in rassegna una sfilza di serande abbassate. E sono sempre i singoli a dover comprendere che l'ospite viene prima di tutto e si accoglie con un sorriso anche se arriva un'ora in ritardo al check in. Si chiama cultura dell'accoglienza, che ha fatto la fortuna di zone altrimenti svantaggiate sotto il profilo naturalistico (la Riviera Adriatica ne è il miglior esempio) e si è diffusa in Valle d'Aosta con un certo ritardo, pur con lodevoli eccezioni.

Non solo. Se da un lato crescono straordinarie eccellenze enogastronomiche (vini e formaggi hanno ormai valicato da tempo i confini nazionali) dall'altro lato manca un raccordo commerciale che metta assieme queste perle per proporle al turista. A volte può bastare copiare un'idea altrui, tanto banale quanto geniale: Barcellona ha trasformato un semplice mercato coperto di peperoni, melanzane e branzini in una meta visitata da migliaia di turisti ogni giorno. Perché non immaginare la stessa cosa per mettere in vetrina i tesori enogastronomici valdostani?

La difficoltà a cambiare una mentalità attendista emerge anche da un altro aspetto toccato dal sondaggio Eumetra, quello delle attività economiche: «E' il tema - scrive l'istituto di ricerca - che ha l'indice di

soddisfazione meno elevato, segno che tra i valdostani c'è l'aspettativa che le istituzioni riescano a sviluppare l'attrattiva economica della zona sia in termini di turismo sia - anche - come polo di attrazione per nuove attività imprenditoriali».

La Regione può aiutare questa fame di sviluppo cercando di recuperare il tempo perso in alcuni investimenti determinanti come l'alta tecnologia nelle comunicazioni (fibra ottica) e i trasporti. In quest'ultimo ambito, in particolare per quel che riguarda la ferrovia, non

serve fantasticare su opere che non vedranno mai la luce: sarebbe sufficiente far funzionare, bene, ciò che già esiste.

La tratta tra Aosta e Pré-St-Didier, chiusa ormai da un anno e mezzo, è un'occasione persa e un esempio eclatante. Perché non immaginare un sistema turistico su rotaia attraverso l'intera regione, fino alle pendici del Monte Bianco, con fermate a due passi dal Forte di Bard e nelle principali intersezioni con le vallate laterali e i loro impianti sciistici, anziché fare marcia indietro?

Il futuro significa nuovi modelli anche nel lavoro. In una terra dove gli inverni sono lunghi e nevosi, i trasferimenti dei residenti rendono necessario un sistema capillare (anche al netto dei recenti tagli) di collegamenti stradali con il fondovalle. In quest'ottica, il telelavoro potrebbe rappresentare una scommessa futuristica e un investimento su larga scala, sociale e ambientale.

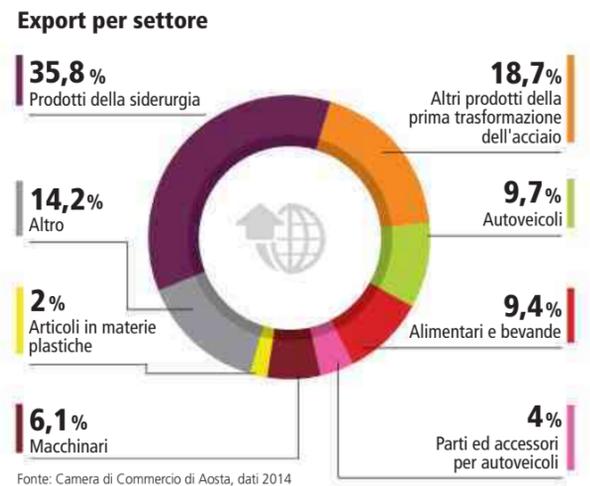
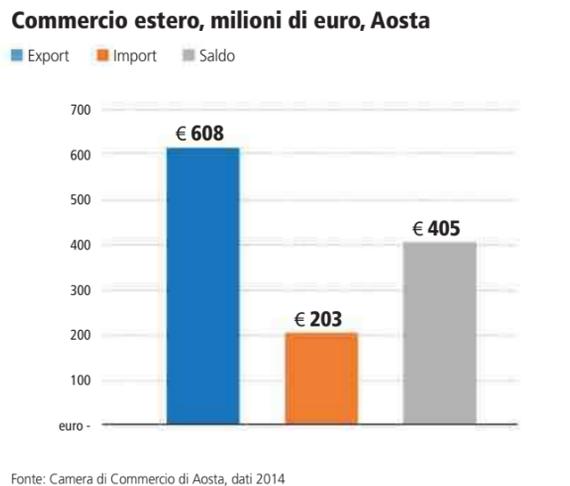
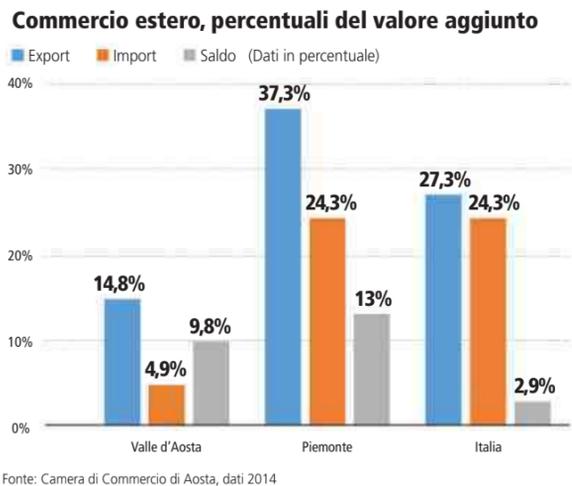
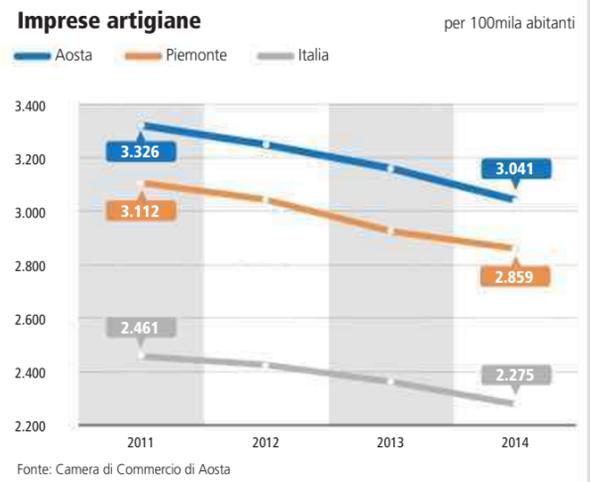
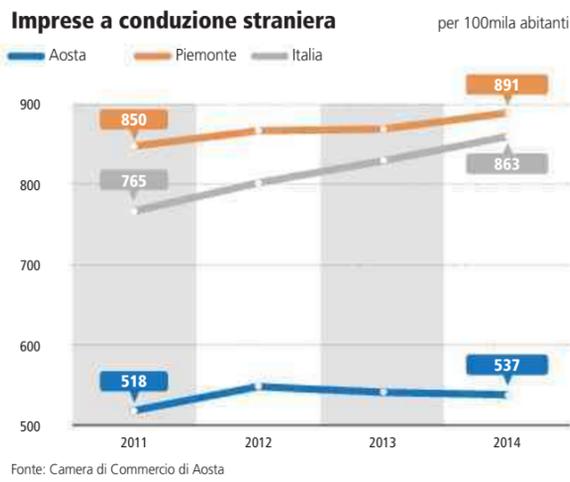
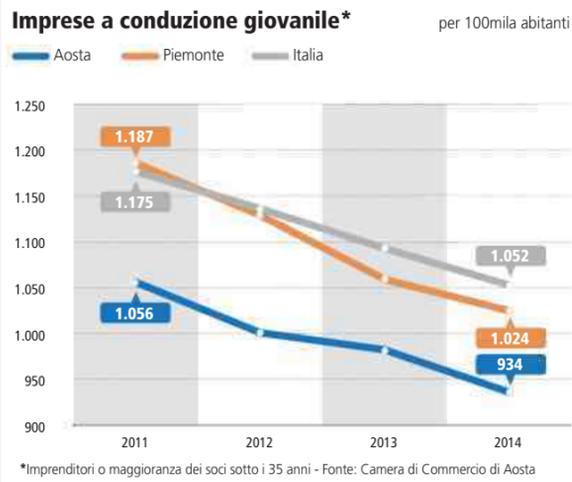
Ma anche in questo caso lo scontro è con una mentalità impermeabile ai cambiamenti. Lo spiega bene Ornella Bader,

capo del personale della Regione, 2800 dipendenti: «Il telelavoro da noi è realtà, ma in totale sono soltanto 35 i lavoratori coinvolti. Colpa di una diffusa diffidenza di molti dirigenti, convinti che il dipendente a casa sia scarsamente produttivo. Accade esattamente il contrario, nel mio staff chi è in telelavoro è molto efficiente e sereno. Vive meglio, quindi lavora meglio. Cambiare certe mentalità non è facile ed è un peccato, sono occasioni perse in prospettiva futura».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Turisti in una visita serale al Teatro Romano di Aosta



Mario Deaglio
Già professore di Politica economica all'Università di Torino ed editorialista de La Stampa

MARIO DEAGLIO
SEGUE DA PAGINA 1

Si è rifiutata di cedere alla cementificazione generalizzata di un malinteso turismo di massa e ha cercato pragmaticamente una propria via tra le esigenze della tradizione e quelle della modernità. In questa ricerca pragmatica, è sintomatico che, a breve distanza di tempo, siano state inaugurate due strutture importanti e, per certi versi, apparentemente opposte: nel 2015 l'avveniristica Skyway del Monte Bianco con grande impiego di tecnologie modernissime e nel 2016 il sito megalitico di Saint Martin de Corléans, un affascinante percorso archeologico con testimonianze di vita e tecnologia che coprono circa quattro millenni a partire dal V millennio prima di Cristo.

Tra Skyway e Saint Martin si colloca un'offerta sportiva, turistica e culturale che va dalle salite rocciose alle discese sciistiche, dai parchi naturali come quello del Mont Avic, ai forti, come quello di Bard, trasformati in musei, e ai musei, come quello di Storia Naturale, ospitati in castelli. Anche le soluzioni alberghiere si vanno rapidamente diversificando, dai campeggi agli «alberghi diffusi» e l'ampio spettro della diversificazione consente due stagioni turistiche piene, quella invernale e quella estiva, nonché manifestazioni di grande richiamo come la Fiera di Sant'Orso e un variegato turismo legato a convegni e congressi.

A fianco del turismo è bene

Una terra ricca di storie di successo nel segno di una secolare diversità

La tecnologia di Skyway e il sito archeologico di St. Martin de Corléans simboli di un turismo che non si accontenta e cerca nuove strade

Le prime 20 aziende della regione per fatturato

C.V.A. TRADING S.R.L.	Commercio di energia elettrica	1.119.002.514
HEINEKEN ITALIA SPA	Produzione di birra	794.116.000
C.A.S. S.P.A.	Metallurgia	467.483.888
COMPAGNIE VALDOTAINE DES EAUX. S.P.A.	Produzione di energia elettrica	171.075.150
GEIE DEL TRAFORO DEL MONTE BIANCO	Gestione di strade, ponti, gallerie	127.432.915
GROS CIDAC - S.R.L.	Ipermercati	76.398.565
CASINO DE LA VALLEE S.P.A.	Altre attività connesse con le lotterie e le scommesse	66.005.166
SOCIETA' AUTOSTRADALE VALDOSTANE S.A.V.	Attività dei servizi connessi ai trasporti terrestri	65.599.351
NUOVA AUTO ALPINA S.R.L.	Commercio all'ingrosso e al dettaglio di autovetture e di autoveicoli leggeri	58.290.771
SOCIETA' ITALIANA PER AZIONI PER IL TRAFORO DEL MONTE BIANCO	Attività dei servizi connessi ai trasporti terrestri	55.017.397
IDEAL CAR S.R.L.	Commercio all'ingrosso e al dettaglio di autovetture e di autoveicoli leggeri	46.036.041
ENGINEERING.MO S.P.A.	Produzione di software non connesso all'edizione	43.666.000
SORGENTI MONTE BIANCO S.P.A.	Industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia	42.733.319
BRABANT ALUCAST ITALY S.R.L.	Fusione di metalli leggeri	39.397.420
MARCO MAMMOLITI S.P.A.	Ingresso di apparecchi e accessori per impianti idraulici, di riscaldamento e di condizionamento	36.773.895
ITW LYS FUSION S.R.L.	Fabbricazione di altri articoli in materie plastiche nca	34.810.406
CORDEE MONT BLANC	Costruzione di edifici residenziali e non residenziali	31.263.857
MARAZZATO SOLUZIONI AMBIENTALI S.R.L.	Raccolta e depurazione delle acque di scarico	31.089.550
DEVAL S.P.A.	Produzione, trasmissione e distribuzione di energia elettrica	30.369.000
PETROLPONT S.R.L.	Commercio al dettaglio di combustibile per uso domestico e per riscaldamento	28.346.788

Fonte: Reportaziende.it, dati 2014

guardare ai vini valdostani, all'artigianato valdostano, all'industria valdostana con eccellenze forse più note all'estero che in Italia, dagli attrezzi per l'alpinismo agli acciai di altissima qualità, fino all'editoria di montagna.

In tutti questi comparti prevalgono storie di successo, sia pure in un orizzonte contrastato, com'è necessariamente quello delle montagne. Così meritano una menzione importante sia l'avventura culturale dell'Università della Valle d'Aosta, che troverà un suo

equilibrio di lungo periodo tra didattica e ricerca, tra un ambito italiano e un ambito europeo. Né possono essere trascurati né il sistema sanitario che ha già compiuto molta strada alla ricerca dell'eccellenza, né l'osservatorio astronomico di Saint Barthélemy, con attività importanti sulle frontiere della ricerca e con la parallela divulgazione del Planetario, né, infine, la Fondazione Montagna Sicura, con un'attività che comprende da un lato lo studio del cambiamento climatico e dall'altro la preven-

zione delle tragedie alpinistiche.

In quest'ampia prospettiva, la crisi del Casinò di Saint Vincent, che ha riempito e continua a riempire le cronache, può essere spiegata con un'insufficiente duttilità dell'offerta di fronte a un rapido mutamento della domanda di giochi d'azzardo e attività collegate, modificata dalla ricomparsa, in versione sofisticata ed elettronica, delle «slot machines».

Questa vicenda mostra l'inesistenza di formule di successo precostituite e, per conseguen-

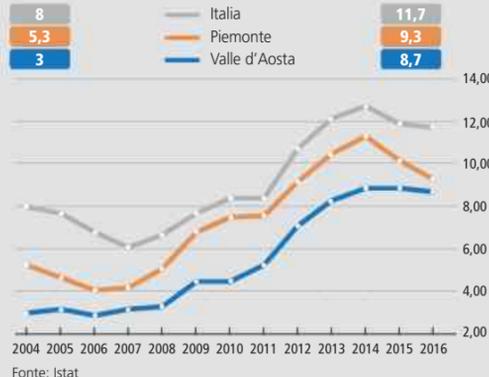
za, la necessità di variare e di rischiare; come recita la scritta su una meridiana a Courmayeur (che mi permetto di tradurre dal patois in italiano), «Bisogna prendere la gente così com'è» - e non come la vorremmo - «il tempo come viene, e i soldi per quello che valgono». La saggezza popolare si unisce qui alle prescrizioni delle teorie manageriali nell'affrontare con buone prospettive un futuro necessariamente problematico.

Piccolo è bello: dai confini più vitalità che limiti

La Valle d'Aosta in cifre

Tasso di disoccupazione 15 anni e più

(Valori percentuali)



Fonte: Istat

Tasso di disoccupazione 15-24 anni

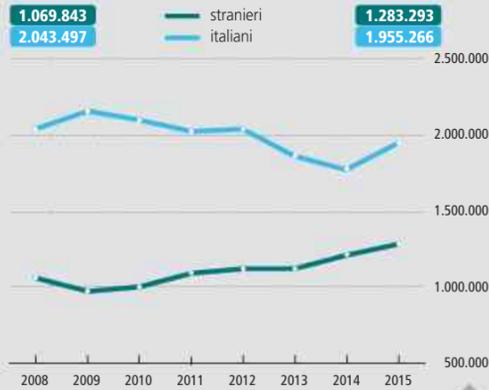
(Valori percentuali)



Fonte: Istat

Presenze, stranieri e italiani

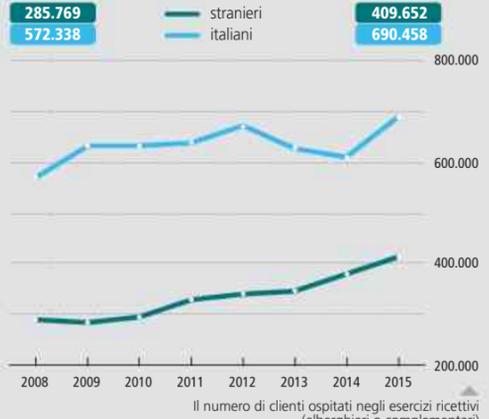
(nel totale degli esercizi ricettivi)



Il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari)
Fonte: Regione Valle d'Aosta su dati Istat

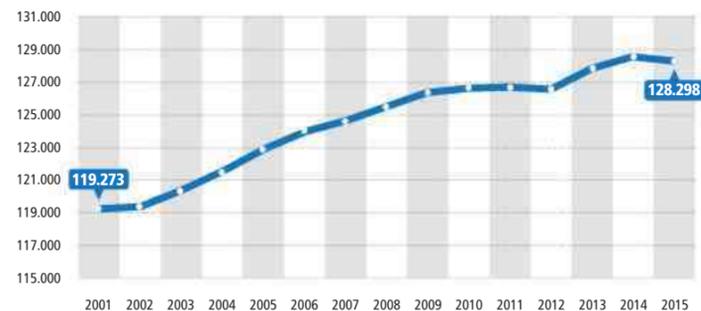
Arrivi, stranieri e italiani

(nel totale degli esercizi ricettivi)

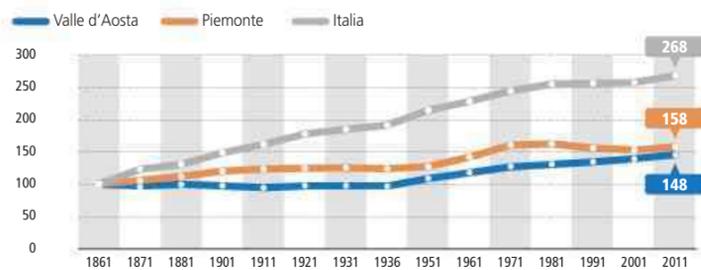


Il numero di clienti ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari)
Fonte: Regione Valle d'Aosta su dati Istat

Popolazione residente 2001-2015



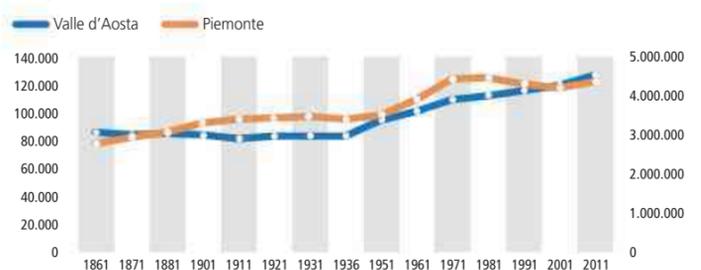
Popolazione, numeri indice 1861=100



	1861	1921	1971	2011
Valle d'Aosta	85.900	83.251	109.150	126.806
Piemonte	2.758.500	3.439.050	4.432.313	4.363.916
Italia	22.176.477	39.396.757	54.136.547	59.433.744

Fonte: Istat

Popolazione (Aosta a sinistra, Piemonte a destra)



Fonte: Istat

Aosta, popolazione straniera



Fonte: Elaborazione Tuttitalia su dati Istat

GIUSEPPE RUSSO

Di norma i sistemi economici locali non sono amici delle «piccole dimensioni».

Se una piccola economia si specializza finisce per legarsi a filo doppio a una sola vocazione, subendone i cambiamenti. Se, all'opposto, è diversificata, corre il rischio di non investire a sufficienza in alcun campo, soffrendo limiti di competitività. La

Valle d'Aosta è l'eccezione della regola. Circa 128 mila abitanti danno infatti vita a un territorio che ha saputo trarre dai confini più elementi di vitalità che limiti veri e propri. Il valore aggiunto (reddito) per abitante di 32 mila euro è superiore di 4 mila euro alla media del Piemonte e di ben 9 mila euro alla media italiana. Il buon successo economico della Valle d'Aosta si esprime sia quando l'economia è in espansione, sia quando l'economia è in recessione. Per esempio, durante la recessione

generale del 2007-2014, il valore aggiunto pro capite è diminuito di appena 4,9 punti percentuali, mentre nel Nord Ovest è diminuito dell'11 per cento e in Piemonte la crisi ha portato via il 15 per cento del reddito pro capite. Quanto alla ripresa economica, essa sta muovendosi nella Valle fin dal 2014, tanto che il tasso di disoccupazione, ossia la misura più evidente del disagio economico, sta flettendo sotto l'8,5 per cento e quello giovanile, in particolare, sta scendendo sotto il 30 per cento (28 per cento). Il

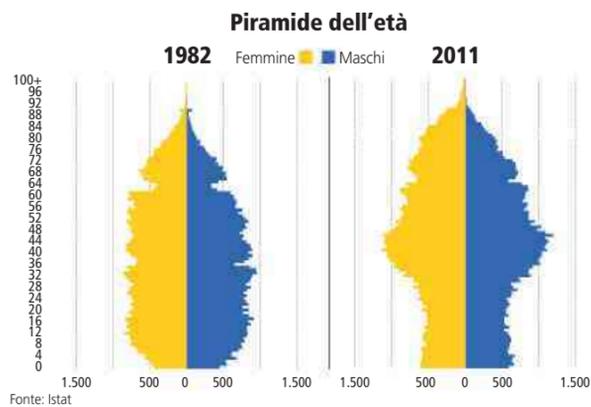
tessuto economico ha saputo affrontare le sfide del nuovo millennio in modo convincente, tanto che la popolazione, dal 2000 in poi, ha mostrato una attitudine a crescere non certo per il saldo naturale (i nati rappresentano annualmente l'8 per mille degli abitanti, mentre i morti il 12 per mille), ma per la capacità di attrarre sia dall'estero che dal resto d'Italia. Siamo infatti di fronte a una regione che possiede un tasso di attività del 72 per cento e un tasso di occupazione del 66 per

Il reddito medio per abitante supera di 9 mila euro la media nazionale

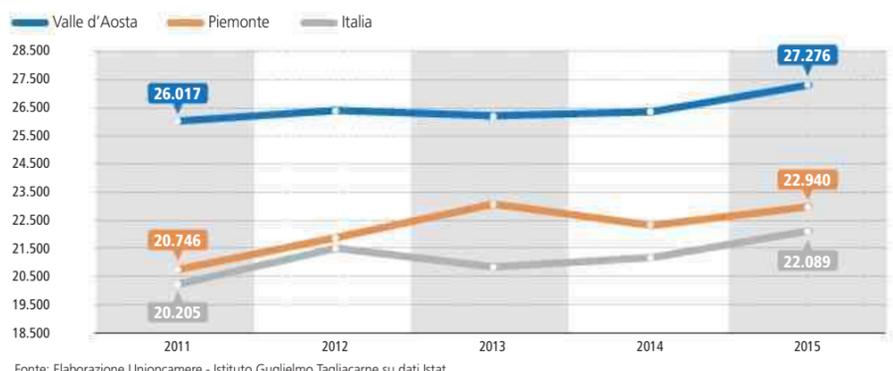
Il successo della Valle d'Aosta si esprime sia quando l'economia è in espansione sia quando è in recessione



La piramide demografica rappresenta la distribuzione della popolazione della Valle d'Aosta secondo il genere (uomini a sinistra e donne a destra della figura) e secondo l'età. In questo grafico, in particolare, le classi di età sono unitarie. L'altezza delle colonne misura pertanto il numero assoluto degli abitanti di ciascuna età. Si può osservare come la base della piramide sia diventata nel tempo più sottile in basso, a segno delle scarse nascite, e più ampia in alto, per l'aumento della durata della vita delle persone.



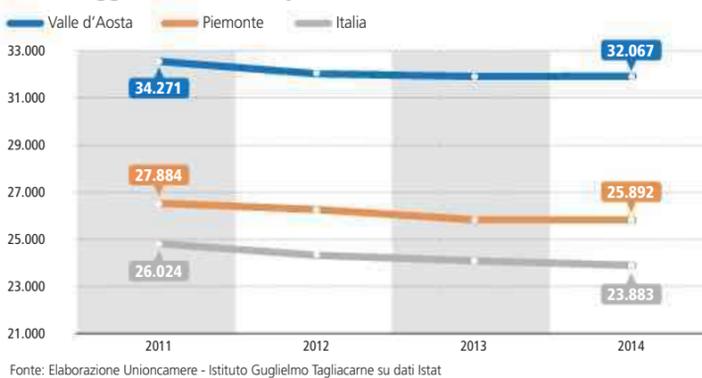
Depositi bancari e postali per abitante



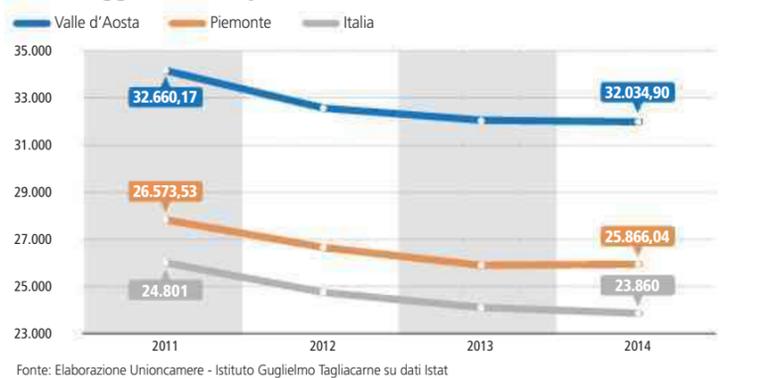
VALORE AGGIUNTO

Il Valore aggiunto per abitante approssima il prodotto interno lordo per abitante, che a sua volta è la base del reddito che viene distribuito e speso. È altresì una misura del benessere economico. I valori nominali sono espressi in euro correnti nell'anno indicato nel grafico. I valori reali ricostruiscono il valore del valore aggiunto storico come se non fossero variati i prezzi nel tempo. In questo senso, i valori reali rappresentano l'effettivo potere di acquisto del prodotto (reddito) degli abitanti della Valle d'Aosta, secondo il potere di acquisto del 2015.

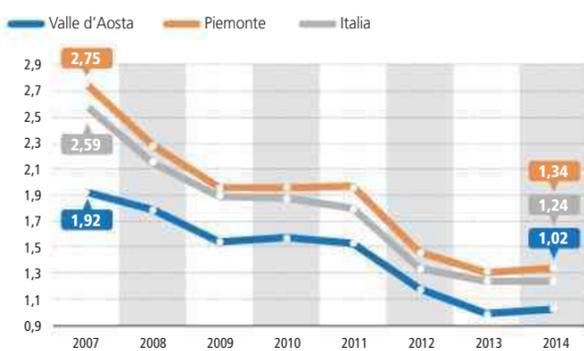
Valore aggiunto nominale per abitante (in euro)



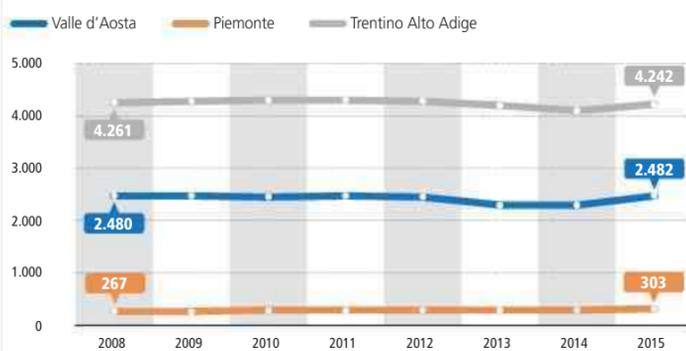
Valore aggiunto reale per abitante (in euro)



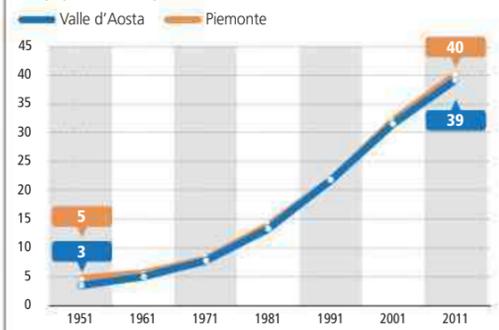
Indice di intensità del mercato immobiliare



Presenze turistiche x 100 residenti



Incidenza laureati e diplomati (su popolazione di più di 6 anni)



La posizione di Biella (su 106 province) nelle classifiche di ICity Rate

(Al 31/12/2015)

	Totale	Economy	Living	Environment	Mobility	People	Governance
VALLE D'AOSTA	57	72	66	26	92	16	52
Genova	29	34	26	19	37	25	32
Imperia	70	84	67	88	89	53	48
La Spezia	39	55	54	27	15	34	19
Savona	41	57	28	28	14	40	58
Torino	11	9	15	81	8	17	3
Novara	43	28	65	8	35	37	47
Vercelli	44	61	64	13	7	42	58
Biella	46	36	59	31	54	56	14
Cuneo	48	52	46	46	25	64	40
Asti	53	66	50	39	67	57	28
Alessandria	56	46	49	77	65	59	41
Verbania	61	63	68	12	77	54	60

Gli elementi di valutazione

ECONOMY Tasso di occupazione; presenza di imprese innovative, di imprese giovani e di imprese femminili; presenza e qualità di università e istituti di ricerca; dotazione infrastrutturale (strade, ferrovie, aeroporti, ma anche infrastrutture telematiche); servizi turistici.	MOBILITY Trasporti pubblici, parcheggi di scambio, zone a traffico limitate, percettuale auto non inquinanti, piste ciclabili, servizi di bike e car sharing...
LIVING Investimenti in cultura e welfare, servizi come asili nido, biblioteche comunali, cinema, consultori, strutture per anziani. Numero di persone sotto la soglia di povertà, il tasso di emigrazione ospedaliera, l'inserimento sociale degli immigrati, la criminalità diffusa.	PEOPLE Livello di istruzione e l'abbandono scolastico, numero di donne che lavora e che ricopre cariche all'interno dell'amministrazione, presenza di studenti stranieri, partecipazione politica, coinvolgimento in associazioni di volontariato, lettura dei quotidiani e partecipazione a eventi culturali.
ENVIRONMENT Qualità dell'aria, la percentuale di raccolta differenziata dei rifiuti urbani, la presenza di spazi verdi in città, l'efficienza e la qualità della rete idrica (dispersione di acqua e depurazione), la presenza di centri di raccolta RAEE (rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche).	GOVERNANCE E-government, dotazione di auto ecologiche, utilizzo di carta riciclata e raccolta differenziata negli uffici comunali, risparmio energetico, adozione di politiche per l'assetto e lo sviluppo del territorio, capacità di fare rete con altri Comuni.

centimetri - LA STAMPA

cento, entrambi di due punti percentuali superiori alla media del Nord Ovest. Grazie a una certa capacità di creare occupazione, non solo la popolazione è cresciuta per immigrazione nelle fasce centrali di età della piramide della vita (ciò che si vede, in figura, confrontando le due piramidi della vita), ma negli ultimi anni si osserva in Valle d'Aosta una lieve tendenza all'accrescimento della base stessa della piramide della popolazione per classi di età: una specie di mini-ripresa della natalità

che si può considerare come un indicatore di benessere delle famiglie della Valle. Dal punto di vista dei settori economici, la Valle d'Aosta mantiene una vocazione industriale che anima in buona parte le esportazioni, ancorché l'assorbimento diretto di manodopera in questo settore è, come ovunque, mitigato dalla introduzione delle nuove tecnologie. I servizi sono dunque il primo settore di impiego degli addetti (53 per cento, più 19 per cento nel settore commerciale)

e segnatamente i servizi che hanno come base la matrice turistica. Questa porta in Valle circa 2.500 presenze turistiche per anno ogni 100 abitanti, più di quante non ne attragga, per esempio, la più attrattiva provincia di mare del Nord Ovest (Savona, che vanta 1.900 presenze ogni 100 abitanti). In questo senso, la Valle sta riuscendo nello sfruttamento del suo potenziale turistico, grazie a una costante integrazione dell'offerta tradizionale collegata agli sport invernali con il turismo

culturale, quello dei parchi, il turismo emozionale che recentemente si è arricchito degli impianti di Skyway, che hanno triplicato le presenze in impianto delle funivie del Bianco, con picchi di alta stagione che si verificano durante la stagione estiva. Per quanto le presenze turistiche relative alla popolazione siano più o meno quelle di dieci anni fa, sono aumentati di almeno un milione gli stranieri che annualmente arrivano in Valle d'Aosta per trascorrere un periodo di relax o di svago, il che

confermerebbe il progressivo miglioramento del posizionamento competitivo della Valle, anche se i numeri generali sono ancora lontani dal traguardo delle 4.200 presenze turistiche in Trentino, ogni 100 abitanti. La Valle d'Aosta ha potuto perseguire gli obiettivi del miglioramento continuo della propria offerta economica non solo per la tenacia della popolazione, da sempre abituata alle sfide della vita in montagna, ma anche grazie a uno statuto che ha permesso alle amministra-

zioni locali di esprimere una spesa pubblica per abitante di 9.500 euro circa per anno, 1.700 euro dei quali spesi destinati a puri investimenti. Un futuro di prosperità non è difficile da immaginare per questa Valle, se continuerà a mostrare inclinazione a investire e ad attrarre i giovani. L'Università che qui ha sede dal 2000 e che si sta ingrandendo è un passo importante, mosso nella giusta direzione. direttore Centro Einaudi russo@centroeinaudi.it

“Il Campus ci aiuterà a riunire la didattica e a crescere ancora”

Il rettore Cassella: “Ma bisogna attrarre ricercatori motivati”

ALESSANDRO MANO



Università della Valle d'Aosta? Ha appena 17 anni, ma «un passato di ricerca e approfondimento fatto da tutti i contributi delle «sociétés savantes», dell'Académie Saint-Anselme, delle diverse Fondazioni sul territorio che costituiscono un riferimento enorme per la nostra attività e che ci fanno guardare al futuro con ottimismo». A dirlo è Fabrizio Cassella, professore di Diritto costituzionale comparato all'università di Torino, rettore dell'UniVdA dal 2011.

Rettore, l'università è nata per stimolare lo sviluppo locale. Finora ci è riuscita?

«Sono d'accordo se parliamo di sviluppo locale, che non è necessariamente uno sviluppo imprenditoriale. Nessun corso di laurea ti insegna a essere imprenditore. Un'università crea condizioni di apertura mentale, di disponibilità a relazionarsi, che possono cambiare il tessuto sociale e attrarre investimenti, professionalità. Può creare condizioni di promozione dei luoghi, può attirare turismo. Non legherei però necessariamente l'università allo sviluppo economico: in questo senso, non la sopravvaluterei. Credo che il nostro ateneo abbia contribuito ad au-

mentare una consapevolezza culturale locale».

Cosa vorrebbe per lo sviluppo dell'università?

«Qualcosa che avremo a breve: un luogo in cui concentrare la didattica, l'attività dei ricercatori, gli studenti e gli ospiti stranieri. Sarà possibile con il primo lotto del campus dell'ex Testa Fochi, che nel 2018 dovrebbe vedere la luce».

Per crescere ancora cosa serve?

«Sarebbe banale rispondere: i soldi. Bisogna poter attrarre, e conservare in Valle, ricercatori nuovi, possibilmente giovani, motivati. Le università si misurano su progetti generazionali, non di un paio d'anni, perché il singolo ricercatore non scopre l'acqua calda. Lo svantaggio, essendo un'università molto giovane, è di non avere un passato. Ma le istituzioni di eccellenza ci sono, e possono costituire quel passato che non abbiamo. Le attività culturali in Valle non mancano, dalle «sociétés savantes» alla Fondazione Montagna sicura, dal Parco del Gran Paradiso all'Osservatorio astronomico. C'è un riferimento enorme, una base culturale gigantesca, professionalità formate e già mature».

E per il futuro?

«L'UniVdA un futuro ce l'ha fintanto che la comunità vuole che lo abbia, se i rapporti con gli altri enti sul territorio sono forti, sani, reciprocamente utili. Oggi mi pare sia così».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Il rettore Fabrizio Cassella



Il docente Andrea Farinet

“La Valle deve puntare sul volano economico della tecnologia digitale”

Andrea Farinet e il suo sogno “Troppe idee rimaste inascoltate”

S piace che tante idee e proposte per far crescere la nostra economia siano

rimaste lì, inascoltate per motivi congiunturali o elettorali. La fragilità politica si è riflessa in una fragilità di visione». Andrea Farinet si definisce un «esule valdostano in terra lombarda». Torna spesso in Valle, ma da osservatore esterno. Ha insegnato per oltre vent'anni alla Sda Bocconi di Milano, dove vive. Ha visto nascere l'Università della Valle d'Aosta, per la quale è stato professore di Economia e gestione delle imprese. Oggi cura lo stesso insegnamento alla Liuc, l'università Carlo Cattaneo di Castellanza, nel varesotto.

Professor Farinet, lei ha cercato di sfruttare il suo ruolo esterno per mettere in fila alcune proposte.

«Nove anni fa, con l'amico Massimo Michaud, abbiamo pubblicato “Il sogno valdostano”, libro in cui immaginavamo come ci sarebbe piaciuta la Valle tra 20 o 30 anni. La nostra proposta partiva dall'idea di una piccola regione con altezza media di 2000 metri, al centro dell'Europa, con paesaggi magnifici e aria pura. L'idea era di un'Aosta capitale della montagna, luogo delle tecnologie e dell'innovazione digitale per pensare a

un'economia legata all'ambiente, alle tecnologie “green”».

In quasi dieci anni cosa è cambiato?

«Il rammarico è che la Valle ha fatto poco sull'innovazione digitale. L'economia si fonda molto sul turismo, una delle filiere economiche più digitalizzate. Oltre il 50 per cento degli acquisti turistici sono anticipati da una navigazione su Internet. Servono operatori formati, agenzie online, politiche sociali».

In tema “green”, stanno spuntando le colonnine di ricarica per auto elettriche.

«A Bolzano, prenoto la ricarica in una centralina, pago 1,50 euro per fare 300 chilometri e, durante la ricarica, ho un'offerta culturale e percorsi turistici. Le stazioni di ricarica sono vicino alle stazioni di risalita, accanto a un polo culturale».

Esiste ancora un sogno valdostano?

«Vorrei che qualcuno capisse che quelle idee che sembravano da matti 8 o 9 anni fa non erano follia. La Valle può diventare un polo di turismo sostenibile, di agricoltura di qualità, un centro di attrazione di talenti con start-up “green”, investimenti nella sostenibilità, una mobilità alternativa, un'edilizia a basso impatto ambientale. In un'economia che vive di turismo per il 60 per cento, un modello economico simile sarebbe un'attrattiva». [A. MAN.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

IL FUTURO DEL NORD OVEST

Scoprite con noi speranze e opportunità di un territorio che cambia.

In occasione dei suoi 150 anni di vita, La Stampa realizza un'inchiesta per raccontare quali sono le migliori energie del Nord Ovest d'Italia.

Insieme con il lavoro dei nostri giornalisti, presenteremo per ogni area un'analisi economica di Mario Deaglio, i dati raccolti dal Centro Luigi Einaudi e - per la prima volta - un'indagine su che cosa pensano gli abitanti delle diverse province.

Non perdetevi l'ultima tappa del tour

TORINO
mercoledì 12 aprile

Scoprite di più su ogni appuntamento e approfondite i temi su: www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest



150
1867
2017
LA STAMPA



La Pépinière d'Entreprises all'Espace Aosta



Maestri di sci sulle piste ai piedi del Cervino

“Per le startup ci sono segnali di ottimismo”

FRANCESCA SORO

Antonio Di Blasi, responsabile Area innovazione e Pépinières di Vallée d'Aoste Structure, gli incubatori di impresa che nel capoluogo si trovano nella zona accanto alla Cogne acciai speciali e, a Pont-St-Martin, nell'ex Ilssa Viola, racconta i segnali di ripresa che si affacciano sul mondo delle startup in Valle d'Aosta.

Come sta andando in Valle il settore startup?

«Dalla seconda metà del 2016 abbiamo avuto concreti segnali di ripresa. Stiamo seguendo una decina di progetti innovativi. Nei primi tre mesi di quest'anno il Comitato di insediamento delle Pépinières ha deliberato parere favorevole per cinque nuove startup, tre ad Aosta e due a Pont-St-Martin».

Si vede una luce dopo un periodo buio?

«Purtroppo negli ultimi anni gli effetti della crisi si sono fatti sentire anche in Valle, con un graduale calo degli insediamenti, soprattutto nella Pépinière di Aosta, culminato nel 2016 con una sola startup insediata a Pont-St-Martin. Oltre a questo calo, abbiamo poi registrato una diffusa “sofferenza”, che, in alcuni casi ha portato ad alcune fuoriuscite anticipate. Per contro però, lo svuotamento delle Pépinières è parzialmente imputabile anche a quei “casi di successo”, come Fastalp, Quintetto, Podium Engineering, Novasis Innovazione ed Hextra. Aziende cresciute in termini di attività, fatturato, personale, che si sono stabilmente insediate in altri immobili messi a disposizione da Vallée d'Aoste Structure o sul territorio valdostano».

C'è una ricetta per attrarre più startup?

«Dipende dalla capacità nel proporre il giusto mix di soluzioni insediative e di servizi a loro misura. Noi abbiamo puntato sia su spazi di coworking, aree attrezzate e laboratori da 50 fino a 350 metri quadrati, sale riunioni e sale conferenze,

servizi, gestione delle aree e dei servizi comuni sia sul potenziamento delle infrastrutture tecnologiche come data center, banda larga, servizi di videosorveglianza e tele-gestione. Le startup insediate nelle Pépinières continueranno a ricevere, per l'intero periodo di incubazione, i contributi per l'abbattimento del 50 per cento del canone di insediamento».

Quasi la totalità delle 8 startup insediate proviene da fuori Valle.

«Per i neo-imprenditori e per gli investitori interessati alla Valle d'Aosta risultano determinanti anche altri fattori, non strettamente legati all'offerta insediativa, come ad esempio i contributi e le agevolazioni che la Regione mette a disposizione per i progetti di Ricerca & Sviluppo, ma anche il posizionamento geografico, la facilità di dialogo con chi opera sul territorio, le condizioni ambientali e il livello di qualità di vita».

La Valle come territorio piccolo e dove le attività agricole e industriali sono complesse. Puntare su digitale e informatica potrebbe essere una soluzione ideale?

«Le linee strategiche di sviluppo regionale sono costruite intorno all'elemento identificativo della montagna: la tecnologia può declinarsi in applicazioni “mobile” per residenti e turisti finalizzate alla sicurezza, all'informazione, alla promozione, alla fidelizzazione, o ancora all'implementazione di reti per il monitoraggio del territorio o centrate su tutela e valorizzazione delle bio-diversità».

Oltre ai recenti insediamenti, ci sono novità?

«Sì. La Regione ha recentemente affidato, con un bando, i servizi di accompagnamento alle imprese e di animazione delle Pépinières d'Entreprises alla fondazione Brodolini-Lattanzio, che per il prossimo triennio, a partire secondo le previsioni da aprile, oltre a mettere in atto azioni specifiche di promozione per l'insediamento di nuovi soggetti, proporrà un nuovo modello di gestione dei servizi e fornirà alle startup che si sono insediate un supporto concreto e personalizzato in termini di accompagnamento allo sviluppo del business plan, internazionalizzazione, networking, mentoring, formazione».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



“I maestri di sci hanno nuove prospettive”

Alla guida da dieci anni dell'Associazione valdostana maestri di sci e vice presidente del collegio nazionale, Giuseppe Cuc parla di situazione e sviluppi futuri di una categoria professionale per la quale oggi, domani e giovedì cominciano le selezioni annuali. A Pila, per lo sci alpino, ci saranno un centinaio di giovani aspiranti. A Valsavarenche, invece, si svolgerà l'appuntamento per i futuri maestri di sci di fondo.

Maestro di sci nel 2017: è una professione sempre valida?

«Direi di sì. Siamo una realtà di 1800 iscritti e ogni anno superano le selezioni 45 nuovi professionisti, un ricambio adeguato. Si tratta di occupazione vera e propria che, per chi vuole, permette di lavorare e guadagnare in modo interessante. Uno dei nostri giovani maestri in questa stagione ha curato 600 ore di lezioni, pari a circa 18/20 mila euro, in 4 mesi: non male. In ogni caso molti genitori ci ringraziano perché i loro figli riescono ad avere un'entrata e a pesare meno sul bilancio familiare».

Perché dice «per chi vuole»?

«Purtroppo alcuni giovanissimi che superano le selezioni non sono poi disponibili a coprire tutti i periodi. E questo è un problema perché la clientela sta crescendo, oltre il 10 per cento in più dell'anno scorso, e stanno crescendo anche le richieste del maestro a giornata e per la settimana intera. Abbiamo comunque un nostro sistema di scambio tra comprensori: adesso che Cogne chiude, i suoi maestri vanno a La Thuile dove invece c'è ancora molta richiesta. Inoltre da qualche anno ci sono circa un centinaio di professionisti che vengono a lavorare sulle nostre piste da fuori Valle».

Al di là dei 100 giorni invernali, ci sono prospettive lavorative estive?

«Oltre alle nevi di Cervinia e Zermatt, dove però si lavora di più se si ha anche la qualifica di allenatore di sci club, quello

che noi auspichiamo e che spingeremo anche davanti al nuovo assessore al Turismo, è la riattivazione dei corsi di formazione per accompagnatori della natura, spariti da 13 anni. C'è molta richiesta da parte della nostra clientela invernale, il maestro di sci avrebbe un'interessante possibilità in più».

Il maestro di sci come operatore turistico: è una direzione strategica verso la quale guardate?

«Stiamo pensando a un progetto per un approfondimento, quasi una specializzazione vera e propria, dedicata ai maestri di sci che vogliono saper proporre anche il patrimonio culturale e enogastronomico della Valle. Un tassello importante per fidelizzare la clientela e farla tornare in stagioni diverse».

A proposito di fidelizzazione, da poco avete lanciato la Aosta Valley Card, la prima carta sconti per sci e acquisti, come sta andando?

«Per il momento ci siamo dedicati a aumentare le convenzioni allargandole oltre i confini regionali, come con Gardaland, per renderle più appetibili ai turisti. Poco tempo fa, con il gruppo di sciatori cinesi che si è riversato nelle nostre piste, ne abbiamo vendute più di 3000».

Ha parlato di Cina, ci saranno sviluppi in questa direzione?

«La Cina, in vista delle Olimpiadi 2020, vuole portare il popolo degli sciatori dai 2 milioni e mezzo attuali a 50 milioni. Per questo sta chiamando gruppi di maestri di sci dalle Alpi che vadano a formare a un livello base i loro maestri. Francesi, svizzeri e austriaci sono già lì e presto andremo anche noi».

Mi dica ancora un obiettivo raggiunto e uno da raggiungere.

«Raggiunto quello dei nostri corsi di sci annuali che ci hanno permesso di far tornare i turisti nelle loro seconde case valdostane: comprando il pacchetto che si snoda su tutti i giorni delle vacanze natalizie e su tutti i sabati e domeniche, le famiglie sono motivate a venire molto più spesso. Per l'obiettivo da raggiungere direi la carta professionale europea per i maestri di sci che permetterà di certificare lo standard del professionista».

[F. S.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Innovazione
Antonio Di Blasi
responsabile Area
innovazione e Pépinières di Vda Structure



«Gli effetti della crisi si sono fatti sentire anche in Valle. Ma alcuni progetti hanno dato vita ad aziende solide»

«Per attrarre candidati serve un giusto mix tra soluzioni e servizi che tengano conto di esigenze su misura»

Antonio Di Blasi
Responsabile Area Innovazione



Giuseppe Cuc
Presidente dei maestri di sci



«Questo mestiere permette di lavorare e poter guadagnare in modo interessante. Consente a giovani di avere un'entrata»

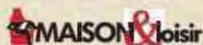
«In Cina il mercato è in grande crescita. Cercano professionisti per dare formazione. È il nostro obiettivo»

Grazie.

Un grazie speciale a chi ha reso possibile realizzare ad Aosta la tappa del tour "Il futuro del Nord Ovest": l'indagine economica, sociale e culturale realizzata in occasione dei 150 anni de La Stampa, per ragionare insieme sulle prospettive di sviluppo del Nord Ovest d'Italia. Provincia per provincia.

IL FUTURO DEL NORD OVEST

in collaborazione con



con il sostegno di



Continuate a seguirci su www.lastampa.it/ilfuturodelnordovest e ogni giorno in edicola.

150
1867
2017
LA STAMPA

