

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA  
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E POLITICHE

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN ECONOMIA E POLITICHE DEL  
TERRITORIO E DELL'IMPRESA

Curriculum: "*Green economy and culture*"

ANNO ACCADEMICO 2023/2024

**TESI DI LAUREA**

**Ripensare il territorio della Bassa Valle d'Aosta,  
tra sfide ed opportunità**

DOCENTE RELATORE: Professoressa Consuelo Rubina Nava



STUDENTE: 22G01336

Alessandro Riccardo Novallet



***Un bel endroit***

*“J’habite un bel endroit. Pas trop chaud ni trop froid.  
J’habite dans un coin du Paradis pas trop loin.  
On y voit le Zerbion et un tas d’autres monts,  
des sommets importants en premier le Mont Blanc.  
On s’éveille le matin à la voix d’un coq malin.  
On s’endort chaque nuit à l’oreille pas un bruit.  
Comme l’eau de la rivière s’écoule notre vie entière.  
Mais dans ce bel endroit mon cœur n’aura pas froid”.*

Jole Trèves

## INDICE

<b>INTRODUZIONE E PRESENTAZIONE DEL LAVORO.....</b>	<b>pag. 6</b>
---	---------------

### PARTE PRIMA

#### Capitolo 1

<b>QUADRO GENERALE SULLA BASSA VALLE D'AOSTA.....</b>	<b>pag. 10</b>
<b>1.1 Le Aree Interne.....</b>	<b>pag. 12</b>
1.1.1 Bassa Valle, Grand-Paradis e Mont-Cervin.....	pag. 14
<b>1.2 La Bassa Valle.....</b>	<b>pag. 17</b>
<b>1.3 Un territorio con un passato a forte vocazione industriale.....</b>	<b>pag. 21</b>
<b>1.4 Attuali criticità dell'area.....</b>	<b>pag. 23</b>
1.4.1 Sanità e servizi socioassistenziali.....	pag. 23
1.4.2 Scuola e formazione.....	pag. 24
1.4.3 Trasporti, mobilità e accessibilità.....	pag. 26
1.4.4 Attività e servizi per i giovani.....	pag. 27
1.4.5 Organizzazione di eventi e manifestazioni.....	pag. 28
1.4.6 Gestione dell'offerta turistica e del patrimonio storico-culturale.....	pag. 30
<b>1.5 Mancanza di identità territoriale?.....</b>	<b>pag. 34</b>

## PARTE SECONDA

### Capitolo 2

#### **PERCEZIONE DELL'IDENTITÀ E DEI FATTORI DI ATTRATTIVA**

#### **DELL'AREA: UN'ANALISI INTEGRATA.....pag. 39**

#### **2.1 Primo strumento di indagine: il questionario.....pag. 41**

##### 2.1.1 Il campione.....pag. 43

##### 2.1.2 La percezione dei valdostani residenti nell'area.....pag. 44

##### 2.1.3 La percezione dei valdostani non residenti nell'area.....pag. 49

##### 2.1.4 La percezione dei non residenti in Valle d'Aosta.....pag. 53

##### 2.1.5 Le differenti percezioni a confronto.....pag. 57

##### 2.1.5.1 *T-test*.....pag. 59

#### **2.2 Secondo strumento di indagine: l'intervista in profondità.....pag. 62**

##### 2.2.1 Analisi *text mining*.....pag. 65

##### 2.2.1.1 Jean-Christophe Nigra.....pag. 66

##### 2.2.1.2 Fiorenza Cout.....pag. 68

##### 2.2.1.3 Luigi Fosson.....pag. 71

### Capitolo 3

#### ***PLACE BRANDING*: UN PUNTO DI PARTENZA PER POSIZIONARE LA**

#### **BASSA VALLE NEL MERCATO TURISTICO.....pag. 73**

#### **3.1 Definire e conoscere il *Place Branding*.....pag. 75**

<b>3.2 Un territorio che riesce a parlare di sé: un'opportunità da non sottovalutare.....</b>	<b>pag. 77</b>
<b>3.3 Analisi SWOT della Bassa Valle.....</b>	<b>pag. 79</b>
3.3.1 <i>Strenghts</i> – punti di forza.....	pag. 80
3.3.2 <i>Weaknesses</i> – punti di debolezza.....	pag. 80
3.3.3 <i>Opportunities</i> – opportunità.....	pag. 81
3.3.4 <i>Threats</i> – minacce.....	pag. 81
<b>3.4 Prospettive per il futuro dell'area.....</b>	<b>pag. 82</b>
3.4.1 Riflessioni personali.....	pag. 83
<b>CONCLUSIONE.....</b>	<b>pag. 86</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>pag. 89</b>
<b>RIFERIMENTI SITOGRAFICI.....</b>	<b>pag. 91</b>
<b>ALLEGATI.....</b>	<b>pag. 94</b>
<b>RINGRAZIAMENTI.....</b>	<b>pag.175</b>

## INTRODUZIONE E PRESENTAZIONE DEL LAVORO

La Bassa Valle rappresenta una delle tre Aree Interne presenti sul territorio della Regione Autonoma Valle d'Aosta.

Con questa espressione ci si riferisce a tutte le aree marginali significativamente distanti dai principali centri di offerta dei servizi essenziali, per le quali è stata introdotta, nel 2014, la Strategia Nazionale per le Aree Interne.

L'obiettivo di questa politica territoriale, in sostanza, è quello di ridurre il divario esistente fra le aree meno favorite e quelle maggiormente sviluppate, ed è finalizzato alla promozione di una crescita armoniosa e d'insieme di tutto il territorio nazionale.

Individuare dei programmi che consentano a tutte le località periferiche di emergere e di restare al passo con quelle più avanzate non è certo semplice.

Nella nostra regione, in riferimento alla Bassa Valle, l'impressione è quella che non siano stati predisposti, nel tempo, degli investimenti sufficientemente adeguati.

Pur trattandosi di un'area con un notevole potenziale, in generale, nei suoi confronti, non si è mai manifestato un profondo interesse.

Mentre su gran parte del territorio regionale, con il passare degli anni, si è assistito ad una progressiva crescita a trazione prevalentemente turistica, l'area oggetto di indagine non si è sviluppata parimenti, rimanendo cristallizzata nel tempo.

Ad oggi, sembrerebbe che qualcosa si stia finalmente smuovendo; innumerevoli sono infatti gli studi ed i progetti messi in atto al fine di valorizzare la Bassa Valle.

Siccome vivo e risiedo in questo territorio da quando sono nato, ho deciso di apportare un mio personale contributo a questa causa mediante la stesura del presente elaborato. Fin dal principio del mio percorso universitario, ho sempre manifestato grande interesse nei confronti dell'economia e dello sviluppo locale; sono infatti innumerevoli i progetti connessi a queste tematiche sui quali ho avuto l'opportunità di lavorare, nell'ambito dei diversi corsi frequentati.

Se poi ad essere coinvolti sono territori che amo e che sento particolarmente vicini, questo tema di studio mi affascina ancora di più.

Partendo da questi presupposti, si è cercato di analizzare, in maniera approfondita, tutte quelle che sono le specificità del territorio: la geografia, i punti di forza, le fragilità ed il potenziale rimasto finora inespresso.

In maniera particolare, è stato conferito ampio spazio all'analisi della percezione del territorio da parte di chi vi risiede e di chi, per differenti ragioni, lo frequenta.

Il fine ultimo della ricerca è quello di promuovere l'elaborazione di alcune riflessioni personali su ciò che si potrebbe fare per riuscire a rendere la Bassa Valle maggiormente attrattiva a livello turistico.

Di fatto, sono principalmente tre le domande di ricerca che hanno guidato la stesura di questo elaborato.

Può essere realmente affermato che la Bassa Valle sia intrisa di criticità che ne ostacolano lo sviluppo?

Quale è la percezione che si ha di questo territorio?

Quali strategie possono essere attuate al fine di consentire uno sviluppo dell'area?

È con il fine di riuscire a rispondere a questi quesiti che è stato possibile definire con chiarezza come strutturare le fasi di lavoro.

In primo luogo, si è ritenuto opportuno effettuare un'attenta analisi dell'area oggetto di indagine, mediante una *review* della letteratura esistente.

Si è reso quindi necessario consultare alcuni volumi, leggere degli articoli scientifici ed esaminare bozze e documenti ufficiali delle strategie già identificate per il potenziamento di quest'area.

Successivamente, con la consapevolezza di come, per l'attuazione di progetti di sviluppo locale, sia di fondamentale importanza cogliere le impressioni che un determinato luogo trasmette a chi lo frequenta, si è reso necessario coinvolgere direttamente tutta una serie di portatori di interesse.

Mediante la somministrazione di un questionario e di tre interviste in profondità, è stato quindi possibile raccogliere ed analizzare un grande quantitativo di dati inediti in riferimento all'area oggetto di studio.

Essendo quello relativo allo sviluppo della Bassa Valle un tema piuttosto attuale, in riferimento al quale numerosi studiosi e ricercatori si stanno esprimendo, si è ritenuto infatti opportuno procedere non solo attraverso la consultazione del materiale esistente, ma anche mediante la raccolta di nuovi contenuti, impiegando le modalità precedentemente descritte.

Una volta acquisito tutto il materiale occorrente, è stato finalmente possibile delineare con precisione la stesura dell'elaborato, suddividendolo in due parti.

Nella prima, composta da un unico capitolo, si è ritenuto opportuno proporre un quadro generale di tutta l'area oggetto di interesse, così come delineata dalla SNAI.

Dopo aver dedicato ampio spazio al tema delle Aree Interne, si è passati alla descrizione della Bassa Valle, dedicando particolare attenzione alla geografia e all'orografia del territorio, alla storica vocazione industriale dell'area, alle attuali fragilità che la contraddistinguono e che ne ostacolano lo sviluppo, nonché al concetto di identità territoriale.

La seconda parte si compone invece di due capitoli.

Nel primo di questi, che rappresenta il cuore dell'elaborato, viene proposta un'analisi integrata sulla percezione soggettiva di residenti e turisti circa l'identità ed i fattori di attrattiva della Bassa Valle, intesa, in questo caso, come un territorio che comprende unicamente 17 dei 23 comuni facenti parte dell'Area Interna definita dalla SNAI.

Ai fini dell'indagine svolta, infatti, si è ritenuto opportuno escludere alcune località della Bassa Valle che, in funzione delle loro specificità, si trovano in un contesto in cui fare turismo è più semplice e sono per questo motivo contraddistinte da una propria e ben definita identità.

In questa sezione, analizzando i dati raccolti, è stato possibile ottenere una panoramica completa dell'area oggetto di studio ed acquisire una visione globale delle sue peculiarità.

È con il terzo capitolo che la mia tesi di laurea si conclude.

Dopo aver ribadito, in questa sezione, l'importanza di riuscire a ritagliarsi uno spazio nel mercato turistico da parte della Bassa Valle, si è ritenuto opportuno proporre una SWOT *analysis* dell'area e formulare alcune riflessioni personali.

Nella consapevolezza di non poter, da solo, promuovere lo sviluppo del territorio oggetto di indagine, spero perlomeno di riuscire, con il presente elaborato, a dimostrare che se finalmente ci si adoperasse al fine di migliorare la Bassa Valle, il mio contributo non verrebbe certamente a mancare.

## PARTE PRIMA

### Capitolo 1

#### **QUADRO GENERALE SULLA BASSA VALLE D'AOSTA**

Ai fini dello studio condotto, si è ritenuto opportuno aprire l'elaborato con una panoramica sull'area oggetto di studio.

Nella mia memoria è ancora impressa una delle innumerevoli lezioni del corso di Economia e politica dello sviluppo locale, in cui il professore Christophe Feder ha introdotto l'argomento delle Aree Interne, proponendo l'esempio della Bassa Valle d'Aosta.

Nonostante io risieda da sempre in uno dei comuni che rientrano in quest'area, devo ammettere che le mie conoscenze pregresse sul territorio non fossero così solide; è stata quindi una grande opportunità quella di poterle approfondire durante la stesura della prima parte di questa mia tesi di laurea.

In prima battuta viene proposta un'analisi piuttosto dettagliata su che cosa sono le Aree Interne e la SNAI, politica avente come obiettivo quello di contrastare il declino demografico che caratterizza le aree periferiche del nostro Paese.

Il capitolo prosegue quindi con un approfondimento su quelle che sono le strategie definite per il periodo di programmazione 2021/2027 dalle tre Aree Interne presenti all'interno dei confini della Regione Autonoma Valle d'Aosta: la Bassa Valle, la Mont-Cervin e la Grand-Paradis.

Dopo tutta una serie di considerazioni iniziali, è con il sottocapitolo 1.2 che si procede con la presentazione analitica del territorio della Bassa Valle.

Con tutte le sue caratteristiche e le sue specificità, esso viene qui analizzato sotto diversi punti di vista: comuni che ne fanno parte (opportunosamente suddivisi all'interno delle rispettive *Unités des Communes* ed in funzione di quella che è la loro altitudine), ma anche popolazione residente, superficie complessiva, variazione altimetrica ed altro ancora.

Grazie allo studio condotto ci si rende immediatamente conto di come l'Area Interna Bassa Valle sia contraddistinta da un forte grado di eterogeneità, uno dei motivi per i quali si rende spesso complesso definire delle politiche di sviluppo territoriale.

Storicamente considerato come un territorio a forte vocazione industriale, ad oggi non è più possibile affermare con certezza che questa sia ancora una determinante fondamentale per l'identità del territorio, nonostante permangano ancora molte imprese all'interno dell'area.

La Bassa Valle, infatti, risulta essere in una fase che può essere ragionevolmente definita come "di transizione".

È proprio questo il tema su cui verte l'elaborato nel sottocapitolo 1.3.

Proseguendo, si è ritenuto opportuno proporre alcune riflessioni su quelle che, ad oggi, risultano essere le criticità che maggiormente contraddistinguono il territorio oggetto di studio. Gli ambiti qui analizzati sono i seguenti: sanità, istruzione, trasporti, mobilità e accessibilità, attività e servizi per i giovani, organizzazione di eventi/manifestazioni e gestione dell'offerta turistica e del patrimonio storico-culturale del territorio.

Ancorché questi non siano gli unici a presentare delle problematiche, sono sicuramente tra quelli che ne possiedono maggiormente.

Sempre sulla scia delle criticità della Bassa Valle, nel sottocapitolo 1.5 vengono proposte alcune considerazioni sul concetto di identità territoriale.

Di fatto, un'idea comune che spesso si riscontra in riferimento al territorio oggetto di indagine è che, ad oggi, questo sembra non aver ancora trovato la propria identità.

Per dare concretezza a tale percezione, si è reso necessario effettuare una ricerca con l'intento di comprendere cosa racchiude, intrinsecamente, l'espressione "identità territoriale".

## 1.1 Le Aree Interne

Secondo il Dossier d'area organizzativo della Strategia Nazionale per le Aree Interne, (2018) con questa espressione si intendono tutte quelle aree “significativamente distanti dai centri di offerta di servizi essenziali (quali istruzione, salute e mobilità), ricche di importanti risorse ambientali e culturali e fortemente diversificate per natura e processi di antropizzazione. Un quarto della popolazione italiana occupa queste aree, in una porzione di territorio che supera il sessanta per cento di quello totale e che è organizzata in oltre 4000 comuni”.

A partire dal secondo dopoguerra, una buona parte delle Aree Interne presenti sul territorio nazionale è stata caratterizzata da un progressivo processo di marginalizzazione, generato fra gli altri fattori da: economie di urbanizzazione e localizzazione, diminuzione della popolazione e invecchiamento demografico (con conseguente incremento del tasso di spopolamento), riduzione dell'occupazione, offerta calante di servizi pubblici e privati e degrado del patrimonio culturale e paesaggistico.

Questo processo è stato inoltre accelerato da alcuni attori pubblici e privati che hanno saputo cogliere in questi territori l'opportunità di effettuare importanti investimenti. Questi ultimi, infatti, più che generare innovazione e rilevanti benefici locali, si sono dimostrati prevalentemente orientati allo sfruttamento delle risorse presenti nelle Aree Interne; mediante la costruzione di stabilimenti ed impianti produttivi, in effetti, tali soggetti hanno tratto profitto a scapito del territorio.

L'attuazione della Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), politica territoriale introdotta nel Piano Nazionale di Riforma (PNR) nell'anno 2014 e definita nell'Accordo di Partenariato 2014-2020, ha come obiettivo quello di migliorare la qualità della vita degli individui che risiedono nelle aree marginali del nostro Paese. L'intervento SNAI, attuato dall'Agenzia per la Coesione Territoriale (agenzia pubblica fondata del 2014, avente come fine quello di sostenere e promuovere progetti per lo sviluppo territoriale), ricade a pieno titolo tra le politiche di Coesione dell'Unione Europea.

“Il termine coesione, in ambito europeo, indica una visione politica volta a ridurre il divario tra i livelli di sviluppo delle varie regioni e a contrastare il ritardo di quelle meno favorite, al fine di promuovere uno sviluppo dell’insieme dell’Unione, di natura economica e sociale, che sia armonico e non lasci indietro alcuna area” (Pioletti, 2021).

La Strategia Nazionale per le Aree Interne è dunque una politica robusta e partecipata che prevede la collaborazione di Stato, Regioni, Comuni e Province in quanto, così come emerge dal Documento tecnico allegato alla bozza di Accordo di Partenariato 2014-2020: “ad una strategia nazionale deve concorrere il protagonismo di comunità locali, aperte ed innovative”.

La SNAI mira a favorire lo sviluppo territoriale mediante l’impiego del capitale culturale, naturale e sociale rimasto inutilizzato nelle aree interessate, a seguito del processo di marginalizzazione sopracitato.

Attraverso fondi nazionali e comunitari (come FESR, FSE, FEASR, FEAMP), infatti, vengono finanziati dei progetti che mirano non solo alla ripresa demografica delle Aree Interne, ma anche ad uno sviluppo intensivo (incremento del benessere e dell’inclusione sociale, a dimensione produttiva data) ed estensivo (aumento della domanda di lavoro, dell’utilizzo delle risorse locali e della scala dei processi produttivi) delle stesse.

Il fine è dunque quello di cercare di minimizzare i costi dell’abbandono del territorio in ogni regione.

Nello specifico, la strategia persegue cinque obiettivi intermedi tra di loro interdipendenti, i quali concorrono a determinare il fine ultimo dello sviluppo e della ripresa demografica delle Aree Interne:

1. Aumento del benessere della popolazione locale;
2. Aumento della domanda locale di lavoro e dell’occupazione;
3. Aumento del grado di utilizzo del capitale territoriale;
4. Riduzione dei costi sociali della de-antropizzazione;
5. Rafforzamento dei fattori di sviluppo locale.

Sono due le classi di azioni attraverso le quali la SNAI ambisce a raggiungere le sue finalità: adeguamento della qualità e della quantità dell'offerta dei servizi essenziali e progetti di sviluppo locale.

La strategia è stata confermata anche per il settennio 2021-2027.

Secondo quanto emerge dal sito ufficiale del Governo italiano, le Aree Interne del ciclo di programmazione 2021-2027 sono:

- 56 nuove Aree 2021-2027, che coinvolgono 764 comuni e 2.056.139 residenti.
- Le 37 Aree identificate nel periodo di programmazione 2014-2020 che sono state confermate senza variazione del perimetro iniziale; trattasi di 549 comuni e 977.279 residenti.
- Le 30 Aree identificate nel periodo di programmazione 2014-2020 che presentano un nuovo perimetro a seguito dell'annessione/esclusione di alcuni comuni; esse coinvolgono 556 comuni e 1.324.220 abitanti.
- Il "progetto speciale isole minori", che coinvolge 35 comuni sui quali insistono le isole e 213.093 abitanti.

In totale, quindi, sono ben 124 le Aree Interne definite su scala nazionale, che coinvolgono complessivamente 1.904 comuni ed in cui risiedono 4.570.731 individui.

### **1.1.1 Bassa Valle, Grand-Paradis e Mont-Cervin**

Nella Regione Autonoma Valle d'Aosta, per il periodo di programmazione 2021-2027 sono state delineate ben tre Aree interne: Bassa Valle, Grand-Paradis e Mont-Cervin.

Le prime due erano già state individuate nel settennio 2014-2020 e sono state riconfermate, mentre l'ultima è stata solo recentemente identificata.

Ad oggi, sono complessivamente 44 i comuni valdostani che rientrano in queste tre Aree: 23 nella Bassa Valle, 13 nella Grand-Paradis e 11 nella Mont-Cervin<sup>1</sup>.

Così come riportato sul sito ufficiale della Regione Autonoma Valle d'Aosta, nella sezione dedicata alla SNAI 2021-2027, anche per questo nuovo periodo di programmazione ogni Area Interna ha dovuto elaborare una propria strategia, con

---

<sup>1</sup> Si veda allegato n.1, pag. 94.

l'obiettivo di definire con chiarezza l'utilizzo delle risorse comunitarie, nazionali e regionali.

Il processo attraverso il quale i territori coinvolti elaborano la propria Strategia d'Area prende il nome di programmazione strategica e trova la propria conclusione mediante l'approvazione da parte del Comitato Tecnico Aree Interne.

Il CTAI è coordinato dal Dipartimento per le politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei ministri ed è costituito dalla Regione Autonoma Valle D'Aosta e dalle amministrazioni centrali competenti per materia.

È solamente al termine dell'*iter* sopracitato che si può procedere con la realizzazione degli investimenti pubblici previsti dalla Strategia d'Area, mediante sottoscrizione di un accordo tra i differenti comuni coinvolti.

Per quanto concerne la dotazione finanziaria, sul sito della Regione Autonoma Valle d'Aosta viene riportato che: “ciascuna nuova Area Interna selezionata per il periodo di programmazione 2021-2027 (nel caso valdostano, l'Area interna Mont-Cervin) riceve 4 milioni di euro di risorse nazionali per il finanziamento degli interventi relativi ai servizi essenziali. Ciascuna Regione/Provincia autonoma è, inoltre, tenuta ad assicurare almeno altrettanti quattro milioni di euro a valere su risorse europee e/o regionali.

Per le Aree interne del ciclo 2014-2020 (nel caso valdostano, le Aree Interne Bassa Valle e Grand-Paradis) sono, invece, previsti 300 mila euro per ciascuna Area per il rafforzamento delle strategie esistenti. Anche in questo caso, ciascuna Regione/Provincia autonoma assicura almeno altrettante risorse”.

La strategia definita dall'Area Interna Bassa Valle, che prende il nome di “Bassa Valle in rete”, si focalizza su otto obiettivi prioritari: realizzazione di un polo scolastico di eccellenza nel comune di Verrès, crescita di una sanità proattiva (supportata dal *not for profit*), diversificazione dell'offerta di mobilità, copertura digitale del territorio, creazione e promozione di un itinerario turistico, sviluppo della filiera agroalimentare integrata con il settore turistico, rilancio della filiera bosco ed insediamento e nascita di nuove imprese.

Secondo quanto sostenuto dalla professoressa Anna Maria Pioletti, inoltre: “il progetto “Bassa Valle in rete”, come dice il nome, dovrebbe mettere in relazione costruttiva, mediante piccoli progetti locali, i comuni della Valle d’Aosta situati ai limiti con il territorio amministrativo della Regione Piemonte; [...] un cambio di mentalità atteso da tempo, che porta i comuni a dialogare tra di loro” (Pioletti, 2021).

La Strategia Aree Interne Grand-Paradis, invece, adotta delle misure che seguono quattro linee di azione principali: istruzione, sanità, mobilità e sviluppo locale.

L’obiettivo della nuova Area Interna Mont-Cervin, infine, è quello di riuscire, tramite la sua strategia, a contrastare lo spopolamento delle località più lontane dai poli urbani, rafforzando i servizi essenziali alla popolazione e valorizzando le potenzialità del territorio, con il fine di promuovere lo sviluppo locale.

Con il decreto-legge n.124 del 19 settembre 2023 è stata istituita a livello nazionale la Cabina di Regia per lo sviluppo delle Aree Interne, responsabile della *governance* dell’intero processo di elaborazione ed approvazione delle Strategie d’Area.

È proprio questo organo che si occupa di approvare il Piano Strategico Nazionale delle Aree Interne (PSNAI), con il quale vengono definiti gli ambiti d’intervento prioritari degli investimenti pubblici (come sanità, istruzione e mobilità).

Così come emerge dal sito ufficiale della regione, inoltre, in Valle d’Aosta la Coordinatrice del Dipartimento politiche strutturali e affari europei è stata individuata come l’Autorità responsabile per le Aree Interne a livello regionale.

## 1.2 La Bassa Valle

Situata all'estremità orientale della Regione Autonoma Valle d'Aosta, l'area della Bassa Valle comprende 23 comuni ripartiti in tre *Unités des Communes* (si veda allegato n.2, pag. 94). La popolazione complessiva, secondo i dati ISTAT aggiornati al 1° gennaio 2024, è di 22.084 abitanti (circa il 18% della popolazione regionale).

I residenti sono suddivisi nei vari comuni come riportato nella tabella seguente (Tab.1):

Unité des Communes	Comune	Numero di abitanti
Evançon	Arnad	1.234
Evançon	Ayas	1.368
Evançon	Brusson	813
Evançon	Challand-Saint-Anselme	713
Evançon	Challand-Saint-Victor	544
Evançon	Champdepraz	726
Evançon	Emarèse	224
Evançon	Issogne	1.292
Evançon	Montjovet	1.751
Evançon	Verrès	2.513
Mont-Rose	Bard	102
Mont-Rose	Champorcher	367
Mont-Rose	Donnas	2.394
Mont-Rose	Fontainemore	431
Mont-Rose	Hône	1.160
Mont-Rose	Lillianes	413
Mont-Rose	Perloz	446
Mont-Rose	Pontboset	171
Mont-Rose	Pont-Saint-Martin	3.535
Walser	Gaby	418
Walser	Gressoney-La-Trinité	324
Walser	Gressoney-Saint-Jean	761
Walser	Issime	384

**Tabella 1.** Fonte: ISTAT - Censimento della popolazione 2024

L'area in oggetto si estende su di una superficie di 802 km<sup>2</sup>, che costituisce circa il 24% del territorio della Valle d'Aosta. Importante da considerare è inoltre la variazione altimetrica che contraddistingue la Bassa Valle; si passa infatti da poco più di 300 metri s.l.m., nei punti più bassi dei comuni del fondovalle, agli oltre 4000 metri s.l.m. del massiccio del Monte Rosa.

Sulla base di quanto riportato nel documento ufficiale della Strategia d'area "Bassa Valle in rete" (Revisione 09), datato 14 giugno 2017: "l'altimetria è una determinante naturale fondamentale per la caratterizzazione dell'area: massicci montuosi elevati,

valli profonde ed estesi versanti dai grandi dislivelli condizionano pesantemente l'accessibilità, il modello insediativo e lo sviluppo delle attività economiche”.

Per quanto concerne la scelta localizzativa dei residenti, infatti, è opportuno evidenziare la presenza di molteplici piccole frazioni sparse su tutto il territorio. I nuclei abitati dell'area sono contraddistinti da un *range* altimetrico di oltre 1700 metri; ancorché la popolazione si concentri prevalentemente nei comuni localizzati più in basso, e quindi maggiormente accessibili, l'indice di dispersione dei residenti è comunque piuttosto elevato.

Secondo quanto emerge dai documenti ufficiali della Strategia Nazionale Aree Interne concernenti la Bassa Valle, al fine di comprendere ed analizzare le dinamiche di sviluppo dell'area si è reso necessario classificare i comuni in tre differenti fasce altitudinali: valle centrale, media montagna e alta montagna (si veda Tab.2).

Fascia altitudinale	Comune	Altitudine <sup>2</sup>
Valle centrale	Arnad	361 m
Valle centrale	Bard	400 m
Valle centrale	Champdepraz	523 m
Valle centrale	Donnas	322 m
Valle centrale	Hône	364 m
Valle centrale	Issogne	387 m
Valle centrale	Montjovet	406 m
Valle centrale	Pont-Saint-Martin	350 m
Valle centrale	Verrès	391 m
Media montagna	Challand-Saint-Anselme	1.030 m
Media montagna	Challand-Saint-Victor	744 m
Media montagna	Emarèse	1.170 m
Media montagna	Fontainemore	760 m
Media montagna	Gaby	1.047 m
Media montagna	Issime	960 m
Media montagna	Lillianes	667 m
Media montagna	Perloz	661 m
Media montagna	Pontboset	780 m
Alta montagna	Ayas	1.698 m
Alta montagna	Brusson	1.338 m
Alta montagna	Champorcher	1.427 m
Alta montagna	Gressoney-La-Trinité	1.635 m
Alta montagna	Gressoney-Saint-Jean	1.385 m

**Tabella 2.** Fonte: [www.tuttitalia.it](http://www.tuttitalia.it) - Altitudine comuni valdostani

<sup>2</sup> L'altitudine di un comune viene misurata nel punto in cui si erge la sede del Municipio.

Nella fascia della valle centrale rientrano tutti i comuni aventi un'altitudine inferiore ai 600 metri s.l.m.

Questa porzione di territorio è caratterizzata da un grado di accessibilità elevato rispetto al resto della Bassa Valle, favorito dalla presenza di grandi arterie di comunicazione e dalla concentrazione di attività produttive e popolazione residente. Di fatto, il 66,5% degli abitanti della Bassa Valle risiede nei nove comuni compresi in questa fascia.

Appartengono invece alla media montagna tutti quelli con un'altitudine che va dai 600 ai 1200 metri s.l.m.

Ubicati in prossimità delle vallate laterali, sono proprio questi i centri abitati della Bassa Valle che risultano maggiormente fragili ed esposti ai fenomeni dello spopolamento e dell'impoverimento economico.

Ancorati ad una dimensione essenzialmente agricola, questi comuni non sono riusciti a sviluppare, nei decenni scorsi, importanti attività imprenditoriali ed economiche né tantomeno ad attrarre rilevanti flussi turistici. La causa principale di tale condizione, secondo gli studi condotti nell'ambito di definizione della SNAI "Bassa Valle in Rete", è riconducibile al minor livello di accessibilità ed alla maggiore lontananza dai servizi che contraddistingue queste porzioni di territorio.

A risiedere nei nove comuni compresi in questa fascia è il 17% degli abitanti totali dell'Area Interna oggetto di analisi.

Rientrano infine nella fascia dell'alta montagna i cinque comuni della Bassa Valle aventi un'altitudine superiore ai 1200 metri s.l.m.

Guardando al numero di impianti di risalita presenti ed alla loro complessità tecnologica (impianti di risalita, seggiovie, funivie), così come ai flussi turistici, Ayas, Brusson, Champorcher, Gressoney-La-Trinité e Gressoney-Saint-Jean possono essere qualificati come comuni a forte vocazione turistica, con un'offerta adeguata sia per la stagione invernale che per quella estiva.

La percentuale di abitanti della Bassa Valle a risiedere in questi cinque comuni è pari al 16,5%.

Dall'analisi sopra effettuata, emerge chiaramente il forte grado di eterogeneità che contraddistingue le località oggetto di studio.

Implementare una politica di sviluppo territoriale per la Bassa Valle, infatti, risulta particolarmente difficoltoso a causa delle peculiarità dei territori che ne fanno parte.

Un altro fattore che sicuramente incrementa il grado di complessità legato alla definizione e all'attuazione di tali politiche nell'Area Interna da me analizzata è rappresentato dall'assenza di collegamenti intervallivi.

Di fatto, per passare da una vallata all'altra occorre inevitabilmente transitare dal fondovalle, ragione per cui si rende necessario percorrere innumerevoli chilometri per raggiungere località che, geograficamente parlando, sono poco distanti.

### 1.3 Un territorio con un passato a forte vocazione industriale

Storicamente, quello della Bassa Valle d'Aosta è sempre stato considerato come un territorio fortemente improntato all'industria.

Non a caso, citando De Rossi (2014), la professoressa Anna Maria Pioletti descrive la Bassa Valle come “un'area con un passato a forte vocazione industriale, sviluppatosi nella metà del XIX secolo grazie alla presenza di condizioni favorevoli all'insediamento industriale del fondovalle, quali la disponibilità della risorsa idrica finalizzata alla produzione di energia e, in secondo luogo, la disponibilità di terreni per impiantare nuovi stabilimenti produttivi” (Pioletti, 2021).

Testimonianze storiche di questa marcata impronta industriale sono, due fra tutte, il cotonificio Brambilla di Verrès e l'azienda siderurgica I.L.L.S.A. Viola di Pont-Saint-Martin, entrambe chiuse definitivamente nella seconda metà degli anni '90.

Al giorno d'oggi, dal mio punto di vista, nonostante permanga sul territorio una discreta inclinazione industriale, non si può certo affermare che questa sia ancora determinante per l'identità del territorio.

In effetti, moltissimi sono gli stabilimenti produttivi abbandonati che si possono incontrare in Bassa Valle, chiaro segnale di un cambiamento di tendenza.

L'area oggetto di analisi, infatti, risulta essere in una fase di transizione da un'area industriale ad una, auspicabilmente, turistica.

Tuttavia, il vero problema è rappresentato dal fatto che, nonostante si assista ad una progressiva diminuzione dell'attività industriale, non è ancora ben chiaro in quale direzione l'identità della Bassa Valle stia andando.

Per condurre un'analisi su quelle che, attualmente, sono le imprese presenti sul territorio, il report “*Tourism and Firm Dynamics in Bardland*”, realizzato dal professore Stefano Tedeschi, si è rivelato essere di fondamentale importanza.

L'autore, nel condurre i suoi studi, si è soffermato sul territorio di “*Bardland*”, che altro non è che l'Area Interna Bassa Valle ad esclusione di sei comuni: Issime, Gaby, Brusson, Ayas, Gressoney-Saint-Jean e Gressoney-La-Trinité<sup>3</sup>.

Secondo l'analisi effettuata, nell'area oggetto di interesse risultano esserci 2.182 imprese; 482 di queste sono collocate nel comune di Pont-Saint-Martin e 373 in quello di Verrès.

Innumerevoli sono i settori in cui le attività economiche di “*Bardland*” sono ricomprese, che variano dall'agricoltura all'edilizia, dal commercio all'enogastronomia, ecc.

Ciò nonostante, secondo l'autore: “*It is worth noting that more than half of the companies located in Bardland belong to ten economic sectors*” (Tedeschi, 2024), di seguito riportati:

- Agricoltura ed allevamento;
- Edilizia;
- Attività edilizie specializzate;
- Commercio all'ingrosso;
- Commercio al dettaglio;
- Trasporti;
- Ospitalità alberghiera (settore ricettivo);
- Enogastronomico;
- Immobiliare;
- Altre attività di servizio alla persona.

Inoltre, secondo quanto emerge dal documento: “*while, for some sectors such as crops and animal production, firms are distributed almost evenly across municipalities, some other sectors, such as wholesale trade or personal service activities, are more localized*” (Tedeschi, 2024).

---

<sup>3</sup> Si veda allegato n.3, pag. 95.

## **1.4 Attuali criticità dell'area**

Pur consapevole del fatto che, al giorno d'oggi, innumerevoli sono le problematiche che affliggono l'Area Interna da me analizzata, ho deciso in questa sezione di soffermarmi su quelle che ritengo essere le più rilevanti. Come già anticipato in sede di introduzione al primo capitolo, infatti, ai fini dello studio condotto ho proposto alcune riflessioni sui seguenti ambiti: sanità, istruzione, trasporti, mobilità e accessibilità, attività e servizi per i giovani, organizzazione di eventi/manifestazioni e gestione dell'offerta turistica e del patrimonio storico-culturale del territorio.

### **1.4.1 Sanità e servizi socioassistenziali**

Quando si parla di sanità in Valle d'Aosta, è opportuno sottolineare in primis che, sul territorio regionale, sono presenti solamente due ospedali, entrambi localizzati nella città di Aosta: l'ospedale regionale Umberto Parini e l'ospedale Beauregard.

Raggiungere tali presidi ospedalieri, per coloro che risiedono nei comuni della Bassa Valle precedentemente qualificati come media ed alta montagna, implica necessariamente il dover percorrere una notevole distanza.

Se si pensa, ad esempio, alla vallata laterale di Gressoney, la distanza che separa i residenti dall'ospedale è di circa 85 km (approssimativamente 1 ora e 30 minuti di percorrenza), distanza notevole da affrontare per chi ha dei problemi di salute.

Questo fattore incide inevitabilmente sui tassi di fuga di molti degli abitanti dell'Area Interna verso il più vicino presidio ospedaliero di Ivrea.

D'altra parte, però, come da me riportato nella mia tesi di laurea triennale "Guardare alla montagna con occhi diversi – Perché e come contrastare lo spopolamento montano" (2022): "non bisogna certo dimenticare che, per il numero di abitanti della nostra regione, le strutture ospedaliere presenti sono sufficienti a garantire una assistenza adeguata all'utenza; investire nella costruzione di ulteriori strutture risulterebbe sicuramente troppo oneroso rispetto ai benefici che verrebbero a generarsi".

Sempre in riferimento al contesto sanitario occorre precisare come, complice l'orografia della Bassa Valle, in quest'area risulti piuttosto difficoltoso organizzare un servizio domiciliare sanitario e socioassistenziale che riesca a soddisfare in maniera adeguata la domanda dell'utenza.

Un ulteriore spunto di riflessione merita di essere approfondito in questa sezione. Sicuramente da non trascurare è la necessità di tutti gli individui di avere, fra le strutture sanitarie più importanti, almeno una farmacia nelle vicinanze.

Secondo quanto emerge dal sito ufficiale dell'Azienda Unità Sanitaria Locale (AUSL) della Regione Autonoma Valle d'Aosta, soltanto 13 dei 23 comuni della Bassa Valle dispongono di una farmacia.

È chiaro che, soprattutto per quanto riguarda le persone anziane, vivere in località sprovviste di servizi essenziali risulta essere alquanto scomodo; se queste non hanno la fortuna di essere assistite ed aiutate nelle faccende quotidiane, anche solo acquistare i farmaci necessari può risultare alquanto difficoltoso.

#### **1.4.2 Scuola e formazione**

L'evidenza empirica dimostra come, a partire dagli ultimi anni, un importante calo demografico stia interessando la Regione Autonoma Valle d'Aosta.

Secondo i dati ISTAT, infatti, nell'arco di poco più di un decennio, la popolazione è passata da 126.686 individui (nel 2010) a 123.018 individui (nel 2024).

Questa riduzione demografica, inevitabilmente, ha avuto delle importanti ripercussioni su contesti differenti, compreso quello dell'istruzione: un numero sempre maggiore di scuole di ogni ordine e grado sta chiudendo.

Alcuni esempi sono rappresentati dalla scuola dell'infanzia di Champorcher, chiusa dal 2022, dalla scuola primaria di Vert a Donnas, dalla scuola secondaria di secondo grado ITCGP di Saint-Vincent, che a settembre 2026 vedrà la chiusura definitiva, e dalla scuola dell'infanzia e primaria di Montjovet Ruelle, chiusa nell'autunno del 2021.

In riferimento a quest'ultima, infatti, il sindaco del comune di Montjovet, Jean-Christophe Nigra, ha affermato che la decisione di chiudere una delle due scuole primarie presenti sul territorio comunale è stata dettata principalmente da una forte riduzione del numero di alunni. In pochi anni si è passati infatti da 150 iscritti ad appena 86<sup>4</sup>.

Questo, senza dubbio, è un forte indicatore dell'incremento della denatalità.

Per quanto concerne la Bassa Valle, al giorno d'oggi, l'unico grande polo di formazione che resiste è quello di Verrès, che comprende tutti gli indirizzi dell'istituzione scolastica tecnica e professionale "E. Brambilla" (ISITIP) e gli indirizzi del Liceo delle scienze umane e del liceo linguistico "Binel-Viglino".

L'accorpamento di innumerevoli corsi di studio in unico centro, dal mio punto di vista, presenta come conseguenza il rischio di generare una sorta di omologazione degli studenti. Di fatto, se è vero che il percorso scolastico intrapreso da un individuo ne influenza il pensiero, l'attitudine e la capacità di fronteggiare le sfide della vita, è opportuno sottolineare come una stessa impronta educativa non consenta la nascita di una pluralità di pensiero, di ragionamento e di abilità cognitive.

È altresì importante rilevare come ulteriore criticità la notevole distanza che tutti gli studenti provenienti dalle vallate laterali (come quella di Gressoney) devono percorrere per raggiungere il comune di Verrès, tenuto conto della totale assenza di strutture convittuali in Bassa Valle.

A questo proposito occorre sottolineare che, grazie alla SNAI, per il periodo di programmazione 2021-2027 sono stati destinati 5.000.000 di euro per la realizzazione di un convitto annesso al polo scolastico di Verrès.

Oltre alle fragilità sopra riportate, ritengo che la chiusura dei plessi e dei rispettivi edifici scolastici generi ulteriori problematiche che non interessano unicamente gli studenti, ma piuttosto la collettività in generale.

---

<sup>4</sup> Si veda allegato n.6 – Interviste in profondità. Intervista n.1: Jean-Christophe Nigra, pag. 109.

Una fra tutte, il graduale allontanamento della popolazione dalla dimensione sociale e culturale.

Da sempre, infatti, le scuole della nostra regione mettono a disposizione della comunità alcuni dei loro spazi per eventi e manifestazioni di vario genere, creando in tal modo occasioni di aggregazione e di scambio.

Con la chiusura degli edifici scolastici vengono dunque a mancare importanti momenti di condivisione per la popolazione residente.

Un esempio che posso riportare perché, purtroppo, mi riguarda da vicino, è quello relativo alla chiusura della scuola di Montjovet Ruelle, che ho frequentato fin dall'infanzia. Sede della Filarmonica, della cantoria di Saint-Germain, dei Vigili del Fuoco Volontari, la struttura ospitava inoltre numerosi corsi di attività fisica e sportiva. La sua dismissione ha segnato la fine di qualsiasi possibilità di incontro, di scambio e di aggregazione per la nostra comunità.

#### **1.4.3 Trasporti, mobilità e accessibilità**

Come già inizialmente anticipato, l'area della Bassa Valle presenta, in termini geografici, alcune criticità che ne ostacolano il processo di sviluppo economico e sociale.

Secondo quanto emerge dal documento ufficiale della Strategia d'area "Bassa Valle in rete" (Revisione 09), datato 14 giugno 2017, infatti, la dispersione dei residenti e l'orografia del territorio generano degli importanti costi di esercizio per il trasporto pubblico.

Inevitabilmente, questi ultimi aumentano per tutti i comuni dell'area in precedenza qualificati come media ed alta montagna; in queste località, infatti, vi sono degli svantaggi relativi e degli "extra costi" connessi alle specificità del territorio.

Con l'espressione "sovraccosti della montagna" si intendono: "[...] gli svantaggi che le famiglie e gli operatori insediati in tali luoghi sopportano nell'esercizio della loro attività, a confronto con quelli che in montagna non sono: si tratta dunque di svantaggi relativi" (Cannata, Folloni, & Gorla, 2007).

Di fatto, per quanto concerne gli spostamenti, è ragionevole affermare che questi risultano essere molto più difficoltosi nei comuni di montagna rispetto a quelli della valle centrale; per la maggior parte dei viaggi da intraprendere è necessario l'utilizzo dell'automobile.

Il minor livello di accessibilità delle località montane e la bassa richiesta da parte dell'utenza (riconducibile all'esiguo numero di residenti), rendono molto complesso predisporre i tradizionali servizi di trasporto pubblico.

Tutto ciò si traduce in una offerta ridotta di corse da parte delle società di trasporto responsabili dell'organizzazione delle autolinee che raggiungono le località più marginali della Bassa Valle.

Proprio per questo motivo, infatti, tutti gli individui non automuniti residenti nei comuni di media ed alta montagna, come ragazzi ed anziani, risultano essere inevitabilmente penalizzati.

È opportuno evidenziare infine come, nell'Area Interna oggetto di analisi, i servizi a favore della mobilità sostenibile, come piste ciclabili, *bike* e *car sharing*, siano ancora ad oggi poco diffusi.

#### **1.4.4 Attività e servizi per i giovani**

Un'ulteriore criticità che contraddistingue la Bassa Valle è rappresentata dalla scarsa offerta di attività e servizi per i giovani.

Personalmente, vivendo in quest'area, posso affermare che, soprattutto a partire dagli ultimi anni, sta diventando sempre più complesso trovare dei luoghi di aggregazione, incontro e condivisione.

Su tutto il territorio oggetto di analisi, infatti, non vi sono dei centri commerciali in cui fare *shopping*, gli impianti sportivi scarseggiano (eccezione fatta per i campi da calcio, numerosi in Bassa Valle) e le discoteche ed i locali notturni sono del tutto assenti; pochissimi sono i bar ed i *pub* che rimangono aperti fino a tarda notte.

Attualmente, l'unico cinema presente in Bassa Valle è ospitato dall'Auditorium SportHaus di Gressoney Saint-Jean, non è vi è invece alcun teatro nell'area oggetto di indagine.

Secondo quanto emerge dal sito ufficiale del Sistema Bibliotecario Valdostano, inoltre, sono solamente undici i comuni della Bassa Valle che dispongono di una biblioteca, importante luogo di sviluppo culturale.

Proprio per i motivi sopra espressi, infatti, i giovani che risiedono in questa Area Interna tendono inevitabilmente, al fine di beneficiare di maggiori opportunità di intrattenimento e culturali, a spostarsi verso zone più centrali e meno isolate, come le città di Aosta o la più vicina Ivrea.

È doveroso però ricordare che, il 16 gennaio 2023, è stata inaugurata a Verrès la Cittadella Bassa Valle. Si tratta di un polo giovanile che vede coinvolti volontari, associazioni ed istituzioni, con l'intento di offrire ai giovani eventi ed attività ricreative e culturali.

Va inoltre sottolineato che, durante la stagione estiva, quasi tutti i comuni dell'area offrono ai giovanissimi la possibilità di partecipare ai centri estivi generalmente organizzati dalle parrocchie.

#### **1.4.5 Organizzazione di eventi e manifestazioni**

Essendo nato e cresciuto in Bassa Valle, ho da sempre avuto la sensazione che, anche per quanto concerne l'organizzazione di eventi e manifestazioni, l'area oggetto di interesse sia meno attiva rispetto ad altre realtà territoriali valdostane.

Al fine di dare concretezza a questa mia percezione, ho deciso assieme alla mia relatrice, la professoressa Consuelo Rubina Nava, di condurre una piccola ricerca sul campo.

Grazie al prezioso contributo dell'Ufficio del turismo di Aosta, nel mese di novembre 2023 siamo entrati in possesso di tutta una serie di file Word concernenti lo storico degli eventi e delle manifestazioni organizzate sul territorio regionale nei mesi di luglio, agosto, ottobre e novembre 2023. L'ufficio ci ha inoltre fornito l'elenco di tutti gli eventi programmati per i mesi di dicembre 2023 e gennaio, febbraio, marzo, aprile e maggio 2024.

Sulla base dei dati in possesso, abbiamo quindi deciso di creare un *database* su Excel, avente come obiettivo quello di classificare tutti gli eventi organizzati in Valle d'Aosta in funzione di alcune variabili.

Ci tengo a precisare che il *file* di cui sopra è stato realizzato mediante l'utilizzo dei soli dati fornitici dall'Ufficio del turismo lo scorso autunno, non è stato quindi aggiornato in funzione delle manifestazioni programmate in seguito al mese di novembre 2023.

In primo luogo, al fine di costruire questa piccola banca dati, ho ritenuto opportuno suddividere gli eventi su base mensile ed annuale.

Per ogni manifestazione, sul documento Excel, ho riportato le seguenti informazioni: denominazione dell'evento, ente organizzatore, tipologia e destinatari dell'evento, giorno di svolgimento, comune in cui la manifestazione ha avuto luogo, breve descrizione ed eventuale costo del biglietto di ingresso.

Per quanto concerne la tipologia di evento, le attività proposte sono state suddivise in funzione di quelle che sono le principali categorie presenti sul sito ufficiale della Regione Autonoma Valle d'Aosta, quindi: mostre, feste tradizionali e processioni, cultura, cinema e teatro, musica, animazione e spettacoli, artigianato/fiere/mercatini, sport, cene e degustazioni ed eventi enogastronomici.

Ho inoltre creato due variabili *Dummy* utili a classificare le manifestazioni; la prima al fine di indicare se il comune in cui l'evento si è svolto rientra nell'Area Interna Bassa Valle o meno (valore 1 se il comune ne fa parte, 0 se ne è escluso), mentre la seconda per evidenziare la necessità di prenotare l'ingresso (valore 1 se la prenotazione è risultata necessaria, 0 per l'ingresso libero).

Dopo aver esaminato ben 325 eventi, sono emersi alcuni importanti spunti di riflessione:

- Sono solamente 46 quelli che hanno avuto luogo in Bassa Valle (una percentuale pari al 14% del totale).
- Tra gli eventi realizzati nell'Area Interna oggetto di analisi, 11 sono stati organizzati dall'Associazione Forte di Bard (il 24% di quelli che hanno avuto

luogo in Bassa Valle); sono invece ben 18 le manifestazioni svoltesi nel comune di Bard.

- Osservando il *database* ci si rende immediatamente conto del fatto che tutti gli eventi proposti in Basse Valle sono stati organizzati direttamente dai comuni coinvolti e da associazioni locali.
- Le attività proposte nella zona oggetto di studio rientrano nelle seguenti categorie: mostre, cultura, feste tradizionali e processioni ed artigianato/fiere/mercatini.

Sulla base di quanto affermato emerge chiaramente che, rispetto a ciò accade in altre realtà territoriali della nostra Regione, scarsa è l'offerta che contraddistingue i comuni della Bassa Valle.

Risulta evidente come il Forte di Bard sia l'unico grande polo culturale presente sul territorio in grado di organizzare manifestazioni in maniera continuativa.

Ad esclusione di quanto da esso proposto, si può constatare come siano prevalentemente associazioni di volontariato locale ad organizzare attività ricreative di tutt'altra natura nei comuni oggetto di interesse.

Si può infine affermare che, seppur le peculiarità del territorio lo consentano, non vi sono in Bassa Valle eventi sportivi ed enogastronomici di rilievo, eccezione fatta per la "Festa del Lardo di Arnad" che, dopo anni di assenza, è stata riproposta nel 2024 e la "Bierfest di Gressoney".

#### **1.4.6 Gestione dell'offerta turistica e del patrimonio storico-culturale**

Quello relativo all'offerta turistica della Bassa Valle è un tema che mi sta particolarmente a cuore ed è riconducibile alla professione che ho svolto negli ultimi anni.

In quanto addetto all'accoglienza degli ospiti ed al "*Front Office*" di una struttura ricettiva situata a Montjovet, spesso mi sono confrontato su una tematica a mio avviso molto importante.

In effetti, ogni qualvolta un turista mi chiede informazioni sui luoghi da visitare nei dintorni, mi trovo fortemente in imbarazzo sui consigli da elargire.

Uno dei problemi maggiormente condivisibili è rappresentato dal fatto che il territorio della Bassa Valle è ricco di punti di interesse a livello turistico (e non solo) i quali, però, ad eccezione di alcuni siti, non sono affatto valorizzati.

Spesso mi chiedo il perché di questo e, fino ad oggi, non sono ancora stato in grado di darmi una risposta.

Una mancanza di sensibilità ed interesse da parte della popolazione residente nei confronti di queste tematiche?

L'assenza di insufficienti fondi (pubblici e privati) necessari per dare nuova luce ai siti culturalmente e turisticamente degni di rilievo?

Moltissime sono le suggestioni che pervadono la mia mente quando mi soffermo a riflettere su questi aspetti.

Secondo quanto ho potuto constatare negli ultimi anni, purtroppo, i turisti che decidono di soggiornare nei comuni della valle centrale dell'Area Interna in questione, non lo fanno per l'offerta turistica da essa proposta, ma piuttosto per una questione di comodità.

Soggiornando in questi luoghi, infatti, i visitatori hanno la possibilità di raggiungere in breve tempo differenti località, grazie alle caratteristiche morfologiche del territorio. È proprio per questo motivo che gran parte della Bassa Valle, esclusi i comuni di alta montagna, viene spesso considerata meramente come un punto strategico di passaggio, maggiormente economico rispetto alle località a forte vocazione turistica della nostra regione.

Di fatto, l'evidenza empirica dimostra che, da sempre, la Bassa Valle risulta essere turisticamente poco sviluppata rispetto ad altri territori valdostani.

Ciò nonostante, essa possiede un patrimonio storico e culturale non indifferente, potenzialmente in grado di soddisfare le esigenze di differenti tipologie di turisti.

Sul territorio, ad esempio, sono presenti innumerevoli siti storici di notevole importanza che possono favorire lo sviluppo di un turismo di tipo culturale; si spazia dalla presenza di testimonianze legate alla formazione morfologica della zona

(impronta dell'azione glaciale quaternaria, dossi di rocce montonate e striate, vallette di escavazione glaciale e massi erratici), agli elementi primitivi legati all'azione dell'uomo in epoca preistorica (incisioni rupestri e necropoli antiche), alla conservazione di importanti vestigia di epoca romana (Via Francigena, resti di ponti e strade), alla presenza di castelli e fortezze la cui costruzione risale a differenti periodi storici (Saint-Germain, Verrès, Graines, Issogne, Bard, Gressoney Saint-Jean) ed agli antichi borghi medievali di Donnas, Bard, Pont-Saint-Martin e Verrès.

Per coloro che apprezzano le manifestazioni tradizionali, vi è inoltre la possibilità di assistere ogni anno ad alcuni eventi, fra i quali i carnevali storici di Pont-Saint-Martin e Verrès, tra febbraio e marzo, e la Napoleonica, rievocazione storica dell'assedio al Forte di Bard da parte dell'esercito di Napoleone Bonaparte.

Non meno importanti sono le eccellenze appartenenti al settore enogastronomico localizzate in Bassa Valle.

A titolo di esempio, fra le più importanti, sono da citare il salumificio "Maison Bertolin", che produce il Lardo di Arnad DOP, il caseificio "Evançon" e l'azienda artigianale alimentare "Alpenzu" di Arnad, così come le cantine sociali "Caves Cooperatives de Donnas" e "Cooperativa la Kiuva" di Arnad.

Degne di nota sono inoltre le due grandi manifestazioni enogastronomiche annuali che attirano da sempre numerosi visitatori: la "Bierfest" di Gressoney e la "Festa del Lardo di Arnad", già citate in precedenza.

Rilevante è quindi l'offerta anche sotto questo punto di vista, fonte di attrazione per i turisti alla ricerca nuovi sapori e sensazioni gustative.

Anche per gli amanti delle escursioni e dello sport all'aria aperta, l'area oggetto di studio offre buone possibilità; innumerevoli sono infatti i sentieri e gli itinerari da percorrere nelle vallate di Ayas, Champorcher e Gressoney per i più esperti, ma vi sono anche dei percorsi meno impegnativi nel fondovalle.

Da citare inoltre la presenza di innumerevoli discese *rafting* sulla Dora Baltea, di altrettante pareti di roccia attrezzate per gli amanti dell'arrampicata, nonché quella di alcuni laghetti per la pesca sportiva.

Secondo il mio punto di vista, quindi, nonostante la Bassa Valle presenti tutti i requisiti per una più ricca, completa e stagionalizzata offerta turistica, è necessario sottolineare come essa, ad oggi, risulti essere disomogenea e poco distintiva del territorio.

Nonostante la ricchezza di capitale territoriale, infatti, la quasi totale assenza di rete tra operatori turistici ed amministrazioni locali, così come l'insufficiente valorizzazione e promozione del territorio limitano la capacità di intercettare la domanda turistica.

Un'ulteriore, ma sicuramente non ultima, ragione per cui l'offerta turistica della Bassa Valle non può ritenersi pienamente soddisfacente è rappresentata dal fatto che molti siti degni di interesse, purtroppo, oltre a non essere sufficientemente valorizzati, si trovano in una condizione di totale degrado ed abbandono.

Durante il corso di geografia dell'ambiente, tenuto lo scorso anno accademico dalla professoressa Anna Maria Pioletti, ho avuto modo di constatare ed analizzare questa problematica nell'ambito della stesura di un piccolo progetto di rivalorizzazione del comune di Montjovet.

Dalle mie ricerche è infatti emerso come, nel piccolo comune in cui vivo, siano presenti innumerevoli siti potenzialmente degni di attenzione che versano in uno stato di totale abbandono.

Ne sono alcuni esempi il castello e le incisioni rupestri di Chenal, il castello di Saint-Germain, la necropoli del Fiusey, il sarcofago romano di Champeriou e la *Pera Hcrita*, importanti siti di interesse storico e culturale per i quali, nel corso degli anni, non sono mai stati presi dei provvedimenti atti a contrastarne la lenta ed inesorabile rovina.

Dal mio punto di vista, purtroppo, la mancata valorizzazione del patrimonio culturale rappresenta la distruzione della ricchezza più grande di un luogo e della sua popolazione.

## 1.5 Mancanza di identità territoriale?

A conclusione di questo primo capitolo, vorrei dedicare un po' di spazio ad alcune riflessioni personali sul concetto di identità territoriale.

Ogni volta che mi confronto con qualcuno su questo tema, riscontro l'idea comune che la zona della Bassa Valle, ad oggi, non abbia ancora trovato la propria identità.

In effetti, a differenza dei territori valdostani a forte vocazione turistica, l'Area Interna oggetto di studio sembra essere sprovvista di una visione condivisa ed unitaria rispetto al luogo che potenzialmente dovrebbe o potrebbe essere.

Al fine di conseguire maggiore consapevolezza e sviluppare un pensiero critico al riguardo, ho effettuato una ricerca con l'intento di comprendere cosa racchiude intrinsecamente l'espressione "identità territoriale".

Molti sono gli studiosi che hanno lavorato alla pubblicazione di scritti contenenti le proprie argomentazioni sul tema; fra questi, in modo particolare, alcuni hanno contribuito maggiormente ad una mia presa di coscienza a riguardo.

Secondo quanto sostenuto da Antonio Grasso, "il concetto di identità territoriale occupa un posto di rilievo nell'analisi geografica. [...] La categoria concettuale di identità può assumere un significato complessivo in quanto definita quale insieme di risorse di vario tipo (umane, istituzionali, economiche, socio-culturali), che ogni comunità organizzata territorialmente possiede e che costituiscono potenziale endogeno per lo sviluppo (Sthor, 1984). [...] Si fa ricorso al concetto di identità con l'obiettivo di caratterizzare un concreto qui, con una specifica identità, a fronte di un altrove". [...] Se il campo di analisi non è la singola città, ma un gruppo di città, o per meglio dire un ambito territoriale più o meno esteso dal sub-regionale al regionale, al concetto di identità viene spesso assimilato quello di omogeneità territoriale, nel senso di un'area con caratteristiche tali da differenziarsi da un'altra area" (Grasso, 1998).

Citando Spaziante (1990), Antonio Grasso riporta inoltre: "l'identità rappresenta l'espressione sintetica di un *mix* originale e non facilmente ripetibile delle

caratteristiche del singolo contesto che è importante riconoscere, ma è difficile pensare di riprodurre artificialmente in altri contesti” (Grasso, 1998).

Secondo questa prima visione, quindi, per identità territoriale si intende unicamente l’insieme delle risorse e delle potenzialità presenti in un determinato luogo.

Questa concezione, seppur condivisibile, non rispecchia appieno il mio punto di vista. Mi trovo infatti maggiormente in linea con il pensiero di un altro autore, che trovo essere maggiormente esaustivo.

Secondo quanto sostenuto da Fabio Pollice, infatti, “l’identità può essere oggetto di interesse geografico quando diviene elemento plasmante degli assetti territoriali o quando determina modificazioni strutturali, relazionali e di senso nello spazio geografico. Non a caso Caldo descrive l’identità geografica come una relazione identitaria che lega una determinata comunità al suo spazio vissuto”.

Con quest’ultima espressione, l’autore si riferisce al processo di integrazione che avviene tra la dimensione fisica e quella socio-relazionale dello spazio antropizzato.

Secondo Pollice, inoltre: “Il territorio può essere inteso come quella porzione dello spazio geografico in cui una determinata comunità si riconosce e a cui si relaziona nel suo agire individuale o collettivo, la cui specificità discende dal processo di interazione tra questa comunità e l’ambiente. [...] Se si attribuisce questa valenza esplicativa al concetto di territorio, si deve convenire che l’accezione più corretta per esprimere il processo di identificazione che si instaura tra una comunità ed il suo spazio vissuto non può che essere quella di identità territoriale” (Pollice, 2005).

È quindi inevitabile asserire che, secondo questa visione, vi sia un legame indissolubile tra il concetto di identità e quello di territorio.

Nella sua pubblicazione, l’autore si interroga su come i processi di sviluppo locale vengano influenzati dall’identità del territorio stesso.

Sul piano terminologico, vi è una netta contrapposizione fra il concetto di identità e quello di sviluppo; il primo si riferisce ad un’entità statica, il secondo ad una di natura dinamica.

In realtà, secondo Pollice, è ragionevole affermare invece che anche l'identità territoriale evolve nel tempo, in quanto “frutto dell'incessante interazione tra una determinata comunità ed il suo spazio relazionale. Ciò non vuol dire negare l'esistenza di valori identitari radicati nel tempo e nello spazio, ma piuttosto evidenziare una cristallizzazione delle identità storiche” (Pollice, 2005).

Personalmente, condivido pienamente quest'ultima asserzione. Secondo quanto precedentemente riportato nel sottocapitolo 1.3, infatti, è chiaro come, nel corso degli anni, l'identità del territorio della Bassa Valle d'Aosta sia cambiata.

Questa opinione è condivisa anche della professoressa Fiorenza Cout che sostiene come: “l'identità cambia a seconda del periodo storico [...] e si lega al momento<sup>5</sup>”.

Citando nuovamente Pollice: “Una forte (e dinamica) identità territoriale contribuisce a stimolare processi di sviluppo endogeno ed autocentrato [...] e può contribuire allo sviluppo e all'implementazione di processi innovativi a scala locale. L'innovazione territoriale ha successo quando è il risultato di scelte condivise da parte della comunità locale e delle forze che operano sul territorio, e tale condivisione è più facile a realizzarsi quando si è in presenza di un forte senso identitario, di un sentire comune (empatia) che è frutto di una sedimentazione culturale di cui il territorio è diretta espressione. L'implementazione stessa del cambiamento richiede la partecipazione di soggetti culturalmente diversi, animati da interessi talvolta contrapposti; in questa fase la valenza aggregativa del senso di appartenenza può risultare determinante, contribuendo a responsabilizzare i soggetti coinvolti e a stimolarne il comportamento proattivo” (Pollice, 2005).

Ecco un'altra osservazione con la quale mi trovo perfettamente in linea. Ritengo infatti che l'identità di un territorio debba rappresentare la forza motrice e propulsiva che sta alla base di ogni azione progettuale.

Secondo quanto affermato da Pollice: “Lo sviluppo endogeno si sostanzia nella capacità della comunità locale di mettere in valore il territorio e, in particolare, quelle

---

<sup>5</sup> Si veda allegato n.6 – Interviste in profondità. Intervista n.2: Fiorenza Cout, pag. 122.

risorse che, oltre a costituirne un elemento di differenziazione, possono divenire in termini proiettivi dei *plus* competitivi attorno ai quali costruire la strategia di sviluppo locale. La valorizzazione di queste risorse non discende solo dalla disponibilità di adeguate competenze locali, ma anche dalla sensibilità della comunità locale che tende ad essere tanto più permeante quanto maggiore è il valore identitario che a tali risorse si riconosce in ambito locale” (Pollice, 2005).

Alla luce di quanto finora emerso, vorrei proporre alcune riflessioni.

Dichiarare a priori che la Bassa Valle d’Aosta disponga di una identità territoriale forte e definita non è possibile, soprattutto perché l’espressione, come visto, è polisemantica e può assumere quindi molteplici sfumature.

Stando al ragionamento proposto da Antonio Grasso, è possibile affermare che l’Area Interna oggetto di studio possiede un *mix* di risorse che la rendono unica, distinguibile e dotata di una propria identità.

Altrettanto non si può asserire prendendo come riferimento il pensiero di Fabio Pollice: al giorno d’oggi la Bassa Valle d’Aosta non sembra possedere i requisiti necessari a qualificarla come un’area contraddistinta da una forte identità territoriale. Dal mio punto di vista, infatti, non sembra che vi sia un processo di identificazione dei residenti con lo spazio vissuto nell’Area Interna oggetto di indagine, ma si assiste piuttosto ad una frammentazione degli elementi essenziali che portano alla determinazione di un chiaro e definito concetto identificativo.

Per cercare di esemplificare quest’ultima affermazione, vorrei proporre una piccola analisi sul caso di Montjovet, uno dei 23 comuni situati nella Bassa Valle d’Aosta.

Con i suoi 1.751 abitanti (ISTAT, 01/01/2024), Montjovet è un’entità territoriale che si sviluppa lungo il corso della Dora Baltea, estendendosi su un’area di circa 19 km<sup>2</sup>. Una delle sue caratteristiche peculiari è la notevole variazione altimetrica che lo contraddistingue: si passa dai 380 metri s.l.m. della frazione Plout ai 2.174 del Mont Lyan.

Un altro connotato di rilievo è rappresentato dal fatto che vi sono ben due parrocchie, quella della Natività della Vergine Maria e quella di Saint-Germain; questo, da sempre,

ha contribuito alla nascita di due comunità tra di loro profondamente diverse all'interno dello stesso territorio comunale.

Complice la morfologia del territorio e la presenza di edifici pubblici ben distinti (chiese, scuole, campi sportivi ecc.), la popolazione di Montjovet non ha mai manifestato un senso di appartenenza comune al territorio.

Per esperienza personale posso infatti affermare che gli abitanti di Saint-Germain, dei quali faccio parte, si identificano principalmente nel limitato spazio geografico da essi vissuto e non, su scala più ampia, in quello dell'intero paese; lo stesso può essere asserito per quanto concerne coloro che risiedono nella parrocchia della Natività della Vergine Maria.

A questo punto alcune domande sorgono spontanee: come si può parlare di un forte senso di appartenenza, di un sentire comune e di scelte condivise in Bassa Valle d'Aosta se, in alcuni casi, nemmeno i singoli comuni che rientrano nell'area dispongono di una chiara identità?

Come si può pensare di trovare un *fil rouge* che accomuni realtà territoriali tra di loro così tanto differenti?

Se è vero che, come affermato da Pollice, una identità territoriale forte contribuisce a stimolare importanti processi di sviluppo locale, è proprio su questo aspetto che si deve ancora lavorare nell'Area Interna da me analizzata.

Utilizzando un luogo comune, si potrebbe affermare: più facile a dirsi che a farsi!

## PARTE SECONDA

### Capitolo 2

#### **PERCEZIONE DELL'IDENTITÀ E DEI FATTORI DI ATTRATTIVA DELL'AREA: UN'ANALISI INTEGRATA**

In questo secondo capitolo, sulla scia di quanto emerso in conclusione della prima parte dell'elaborato, si è ritenuto opportuno proseguire con un'indagine approfondita su quella che è la percezione individuale relativa all'area della Bassa Valle.

È di fondamentale importanza, infatti, ancor prima di implementare dei progetti di sviluppo locale, riuscire a cogliere le impressioni e le sensazioni che un luogo riesce a trasmettere a chi lo frequenta.

Trascendendo quanto affermato in merito a questo concetto da parte degli studiosi, ogni qualvolta si intende effettuare uno studio sull'identità di un territorio è importante coinvolgere direttamente tutta una serie di portatori di interesse.

Chi, infatti, meglio di un residente, di un operatore economico o di un visitatore affezionato conosce bene il territorio?

Se non coloro che, per svariate ragioni, sono profondamente connessi all'area oggetto di interesse, chi altro può elencare i punti di forza e quelli di debolezza, le opportunità e le minacce?

È proprio sulla base di tali convinzioni che si è rilevato di fondamentale importanza, in questa sezione, raccogliere ed esaminare dati provenienti dai conoscitori del territorio attraverso due modalità: la somministrazione di un questionario e la realizzazione di tre interviste in profondità.

Il questionario impiegato per lo svolgimento dell'indagine è stato creato dall'Università della Valle d'Aosta nell'ambito del progetto NODES, con l'obiettivo di condurre una ricerca circa la percezione dell'identità e dei fattori di attrattiva della Bassa Valle da parte di alcune categorie di individui: i residenti dell'area, i valdostani

che risiedono nei comuni non compresi nel territorio oggetto di studio e, infine, i turisti/visitatori.

Dopo aver somministrato, nell'arco di alcuni mesi, il questionario ai soggetti sopracitati ed aver ottenuto un buon numero di risposte, si è ritenuto opportuno effettuare un'analisi dei dati raccolti.

Mediante l'indagine condotta sono emersi alcuni spunti di riflessione interessanti ed è stata rilevata una tendenza piuttosto definita, di cui si è reso necessario verificare la significatività con l'utilizzo di uno strumento statistico: il T-test.

Per quanto concerne le interviste in profondità, invece, si è ritenuto opportuno coinvolgere nella ricerca tre portatori di interesse locali di rilievo: un sindaco, una "memoria storica" ed un albergatore della Bassa Valle.

Anche in questo caso, molteplici sono le argomentazioni emerse in riferimento al territorio oggetto di studio.

Dopo aver trascritto integralmente tutte le interviste, è stato possibile effettuare alcune attività di *text mining* sulle stesse, evidenziando i principali temi affrontati, il *sentiment* del discorso ed alcune considerazioni di notevole importanza.

L'obiettivo ultimo di questa raccolta dati è quello di consentire a chi legge l'elaborato di acquisire una visione completa delle specificità della Bassa Valle.

## 2.1 Primo strumento di indagine: il questionario

Come precedentemente anticipato, il questionario utilizzato è stato ideato dall'Università della Valle d'Aosta come strumento utile al raggiungimento di uno degli obiettivi previsti dal progetto NODES (si veda allegato n.5, pag. 96).

Il progetto “Nord Ovest Digitale e Sostenibile” è l'ecosistema dell'innovazione finanziato dal MUR (nell'ambito del PNRR D.D. n.1054 del 23 giugno 2022), che investe oltre 120 milioni di euro con l'obiettivo di supportare la crescita sostenibile ed inclusiva della Valle d'Aosta, del Piemonte e delle province più occidentali della Lombardia mediante il potenziamento dell'ecosistema innovazione territoriale.

Il progetto, secondo quanto emerge dal sito *web* ufficiale dedicato (progetto NODES, 2024), è organizzato in 7 *spoke*, ognuno dei quali focalizzato su una determinata tematica:

- *Spoke 1*: Industria 4.0 per la mobilità e l'aerospazio.
- *Spoke 2*: Sostenibilità industriale e *Green*.
- *Spoke 3*: Industria del turismo e cultura.
- *Spoke 4*: Montagna digitale e sostenibile.
- *Spoke 5*: Industria della salute e *silver economy*.
- *Spoke 6*: Agroindustria primaria.
- *Spoke 7*: Agroindustria secondaria.

Sono 7 le istituzioni accademiche che, sulla base di una iniziativa congiunta, partecipano al progetto: l'Università della Valle d'Aosta, il Politecnico di Torino, l'Università di Torino, l'Università di Scienze Gastronomiche, Università degli Studi dell'Insubria, l'Università di Pavia e l'Università del Piemonte Orientale.

Ognuno di questi *partner* è incaricato del coordinamento di uno degli *spoke*.

Stando a quanto riportato dal sito *web* dell'Università della Valle d'Aosta (NODES "Nord Ovest Digitale E Sostenibile"- PNRR, finanziato da Next Generation EU, s.d.), l'ateneo coordina lo *spoke 4* e partecipa allo *spoke 3*.

È proprio all'interno di quest'ultimo che si colloca il progetto “Bandiera” *TOEP* (*Tourism Open-ended Experimentation Platform*), avente come obiettivo quello di

identificare strategie adeguate al fine di promuovere il turismo culturale ed esperienziale in destinazioni minori attraverso il riconoscimento e la valorizzazione del patrimonio culturale locale e lo sfruttamento di tecnologie avanzate.

Tra le destinazioni ed i territori ricompresi nel progetto *TOEP*, rientra anche un'area comprensiva di ben 17 dei 23 comuni facenti parte dell'Area Interna Bassa Valle, definita dalla SNAI (si veda allegato n.4, pag. 95).

Tutti i comuni dell'*Unité des Communes* Walser (Gressoney-Saint-Jean, Gressoney-La-Trinité, Gaby, Issime), il comune di Ayas e quello di Brusson, sono stati esclusi dal progetto in quanto, essendo situati in territori media/alta montagna, hanno una loro specificità. Si trovano infatti in un contesto in cui è più facile fare turismo e sono contraddistinti da una propria e ben definita identità.

Tra le varie attività ed analisi che l'Università della Valle d'Aosta sta svolgendo in riferimento all'area oggetto di interesse, vi è anche quella di condurre un'indagine preliminare su quella che è la percezione dell'identità e dei fattori di attrattiva della Bassa Valle, da parte di tutta una serie di portatori di interesse.

Attraverso il questionario precedentemente menzionato, in particolare, l'obiettivo è quello di raccogliere dati ed informazioni circa la percezione identitaria di turisti e residenti.

Avendo ricoperto un ruolo piuttosto rilevante nella diffusione e nella somministrazione del questionario, ho avuto l'opportunità di utilizzare ed analizzare i dati raccolti nell'ambito della stesura di questo elaborato.

Se, da un lato, chiedere la collaborazione ai residenti non è stato affatto complesso, altrettanto non si può asserire per quanto riguarda i turisti.

Al fine di riuscire a coinvolgere un buon numero di essi, mi sono recato in più occasioni al Forte di Bard, grazie all'autorizzazione che mi è stata gentilmente concessa dal suo presidente Ornella Badery e dal Consigliere Delegato Gabriele Accornero.

Lavorando in una struttura ricettiva della Bassa Valle, ho potuto inoltre somministrare direttamente il questionario anche ad alcuni suoi ospiti.

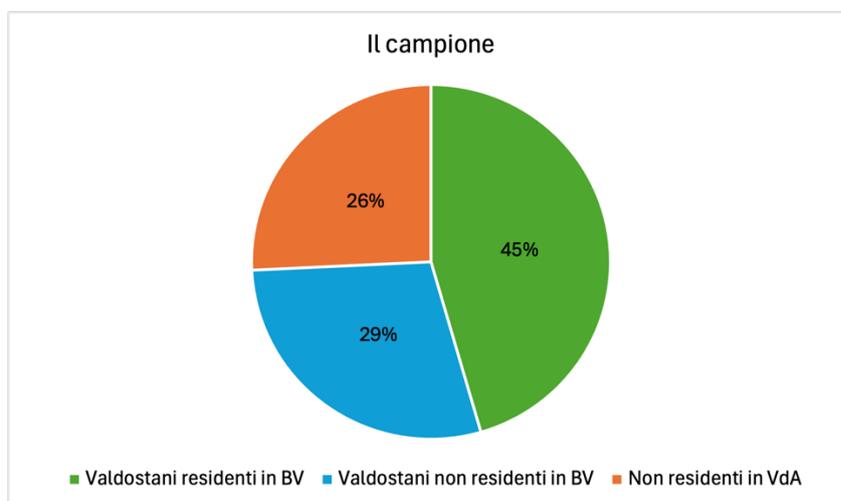
### 2.1.1 Il campione

Complessivamente, dal 5 febbraio al 4 settembre 2024, sono pervenuti 213 questionari compilati, alcuni dei quali non sono però stati presi in considerazione al fine della creazione del campione.

Si è ritenuto opportuno, infatti, escludere tutti quelli che presentavano un elevato numero di *missing values* e, chiaramente, anche quelli la cui autorizzazione al trattamento dei dati personali non era stata concessa.

Il campione oggetto di indagine è costituito quindi da 167 questionari, di cui:

- 76 compilati da individui che risiedono in uno dei comuni compresi nell'area oggetto di indagine.
- 48 redatti da individui che risiedono in comuni valdostani non rientranti nell'area della Bassa Valle.
- I restanti 43 sono stati infine restituiti da individui che non risiedono in Valle d'Aosta ma che la frequentano per motivi di lavoro, studio o turismo.



**Figura 1.** Fonte: Elaborazione propria

Con l'intento di analizzare se vi siano delle differenze circa la percezione dell'identità e dei fattori di attrattiva dell'area da parte delle tre categorie di individui sopracitate (e riportate nella figura n.1), si è reso necessario procedere mediante un'analisi del campione per sottogruppi.

### 2.1.2 La percezione dei valdostani residenti nell'area

Come già precedentemente anticipato, sono 76 i questionari validi compilati da individui che risiedono in uno dei comuni della Bassa Valle.

Di questi, 55 sono stati redatti da donne e 21 da uomini, così come riportato nell'aerogramma seguente (figura n.2):

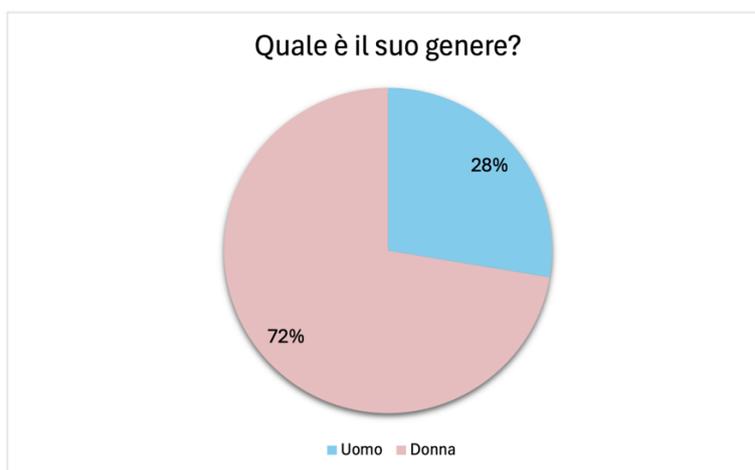


Figura 2. Fonte: Elaborazione propria

L'età media dei partecipanti al sondaggio è di 42 anni, mentre il loro titolo di studio è riportato nel grafico che segue (figura n.3):

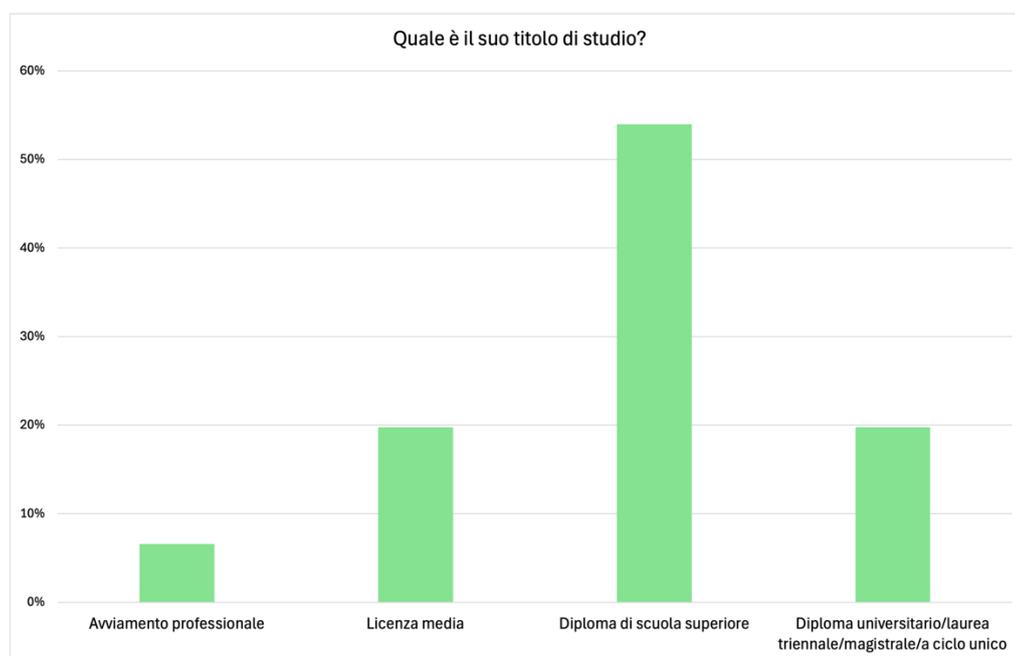
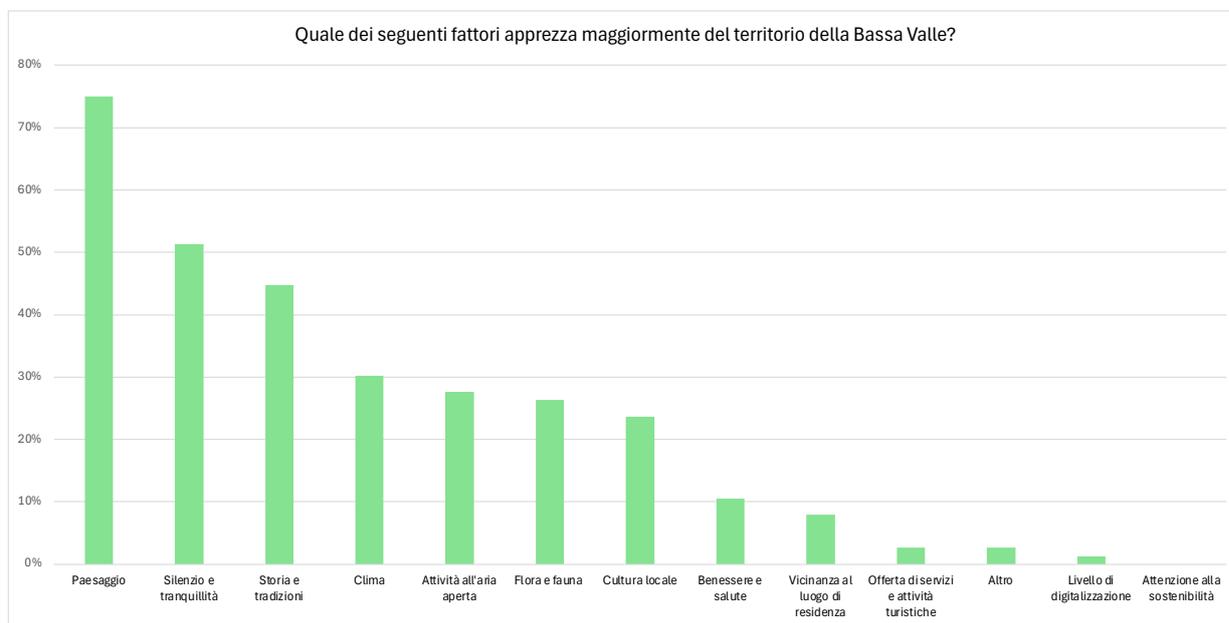


Figura 3. Fonte: Elaborazione propria

Dall'analisi condotta è emerso come i fattori maggiormente apprezzati da parte dei residenti del territorio oggetto di indagine siano i seguenti: paesaggio, silenzio e tranquillità, storia e tradizioni, clima.



**Figura 4.** Fonte: Elaborazione propria

Su una scala da 1 a 10, la soddisfazione dei residenti circa la qualità della vita in Bassa Valle è pari a **7,37**.

Alla domanda “Consiglierebbe questo territorio a un parente/amico per le sue vacanze invernali?”, i residenti hanno assegnato un punteggio medio, sempre su scala da 1 a 10, di **6,87**.

Il voto medio si abbassa invece a **5,97** in riferimento alla domanda “Consiglierebbe a un giovane di vivere in questo territorio?”.

La rilevazione conseguita conferma ulteriormente una delle principali criticità segnalate dallo scrivente nel sottocapitolo 1.4.4, ovvero la scarsa offerta di attività e servizi per i giovani sul territorio della Bassa Valle.

Per quanto concerne la percezione dei residenti circa l'attrattività e la fruibilità dell'area oggetto di indagine, i punteggi medi assegnati, su scala da 1 a 5, risultano essere i seguenti:

- Di grande attrattiva per i giovani: **2,14**.
- Di grande attrattiva per famiglie con bambini: **3,25**.
- Facilmente fruibile da persone anziane: **2,66**.
- Facilmente fruibile da persone con disabilità: **2,37**.

I dati parlano chiaro anche in questo caso: ancora una volta emerge come il territorio della Bassa Valle risulti essere poco attrattivo per i giovani ed anche scarsamente fruibile dalle persone con disabilità e da quelle anziane.

Sorprendentemente, invece, il territorio dell'area oggetto di indagine sembra essere maggiormente attrattivo per le famiglie con bambini.

In riferimento ai temi dell'accessibilità e della sostenibilità, sempre su medesima scala, i punteggi rilevati sono:

- Un luogo ben servito dai trasporti pubblici locali: **2,67**.
- Un luogo ben digitalizzato: **2,47**.
- Un luogo orientato alla sostenibilità (ambientale, sociale, economica): **2,75**.

La rilevazione emersa in riferimento ai trasporti pubblici locali conferma un'altra delle criticità già evidenziate nel sottocapitolo 1.4.3.

Appare inoltre evidente come vi sia ancora parecchio da investire in termini di digitalizzazione del territorio.

Rispetto alle attrattive culturali, naturali, sportive, enogastronomiche e ricreative, la Bassa Valle è percepita dai residenti come (*rating*: 1-5):

- Un paradiso naturale: **3,75**.
- Un paradiso per gli amanti del buon cibo/bere: **3,68**.
- Un luogo vivace con un'ampia offerta di attività ricreative: **2,39**.
- Un paradiso per gli amanti dello sport: **3,39**.
- Un luogo ricco di cultura: **3,57**.
- Un luogo ricco di iniziative, eventi, sagre: **3,33**.
- Un luogo in cui è facile divertirsi e intrattenersi: **2,32**.

Sempre su medesima scala, con un punteggio pari a **3,83**, gli individui che risiedono in Bassa Valle sono in larga parte concordi con la seguente affermazione: “Il territorio oggetto di indagine è un luogo di passaggio/transito verso altre mete”.

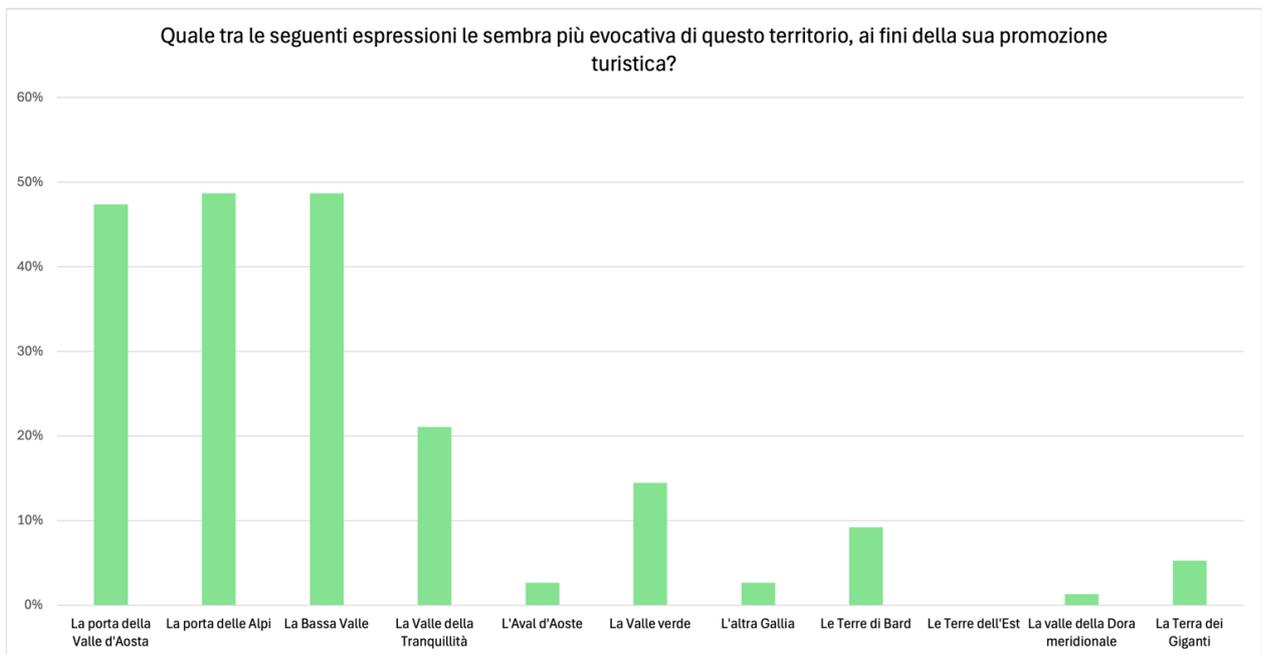
Altrettando non si può asserire in riferimento alla percezione dei residenti circa l’identità della Bassa Valle.

Alla domanda: “Il territorio oggetto di indagine è un luogo con una chiara identità?”, infatti, il punteggio medio assegnato scende a **3,04**.

Secondo quanto è emerso dai dati raccolti, l’espressione “Bassa Valle” per i residenti risulta essere quella maggiormente evocativa del territorio, ai fini della sua promozione turistica, assieme a “La porta delle Alpi”.

Evidentemente, essi non ritengono necessario definire un nome alternativo e di maggiore *appeal* turistico per l’area oggetto di indagine.

Nel grafico seguente (figura n.5) sono riportate le preferenze dei residenti circa tutta una serie di espressioni alternative a quella di “Bassa Valle” che, personalmente, ritengo essere piuttosto insignificante in quanto poco allettante e scarsamente rappresentativa dell’essenza del territorio.



**Figura 5.** Fonte: Elaborazione propria

Per quanto riguarda, infine, la percezione relativa ai turisti da parte dei residenti, i punteggi medi che questi ultimi hanno assegnato, su scala da 1 a 5, sono:

- Sono felice che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta, perché questo genera reddito per il territorio: **4,20**.
- Mi risulta naturale che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta, il loro arrivo non ha effetti negativi su di me: **4,06**.
- Sfortunatamente vedo più effetti negativi che positivi dall'arrivo dei turisti in Valle d'Aosta: **1,67**.
- Al momento i turisti causano solo problemi. Sono troppi e causano fastidio ai residenti. Qualcuno dovrebbe intervenire: **1,58**.
- Non tollero avere turisti vicino a me: **1,58**.

Analizzando questi dati emerge in maniera evidente come i residenti della Bassa Valle siano propensi ad accettare la presenza di turisti all'interno del territorio regionale. Questo dimostra un'apertura verso un eventuale valorizzazione turistica del territorio.

A conclusione di questa prima analisi, si riportano di seguito alcune affermazioni tratte della sezione "commenti liberi" del questionario:

- *“La Bassa valle ha molto potenziale, in quanto più vicina ed accessibile dal Piemonte rispetto ad altre località, ma non vengono istituiti servizi e attività attrattive per i turisti e rimane di conseguenza perlopiù una località di passaggio, dal momento che in inverno non nevica in questa zona. Bisognerebbe puntare di più su digitalizzazione e su attività turistiche che non si basino sulla presenza della neve, in virtù del cambiamento climatico”*.
- *“La Valle D'Aosta è una regione MERAVIGLIOSA che potrebbe vivere unicamente di turismo, invece, purtroppo, ciò non avviene per mancanza di strutture, mancanza di impegno ma soprattutto una mentalità territoriale che non guarda oltre”*.
- *“Abbiamo un territorio con molte potenzialità, ma gente poco in grado di gestirlo”*.

### 2.1.3 La percezione dei valdostani non residenti nell'area

Sono invece 48 i questionari validi restituiti da individui che risiedono nella Regione Autonoma Valle d'Aosta in comuni differenti rispetto a quelli oggetto di studio.

Di questi, 34 sono stati redatti da donne e 14 da uomini, così come riportato nel grafico che segue (figura n.6):

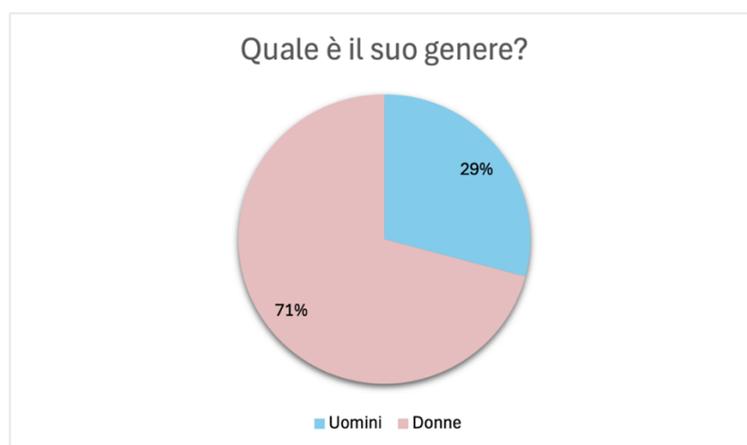


Figura 6. Fonte: Elaborazione propria

L'età media dei partecipanti al sondaggio, anche in questo caso, è di 42 anni, mentre il loro titolo di studio è riportato nel grafico seguente (figura n.7):

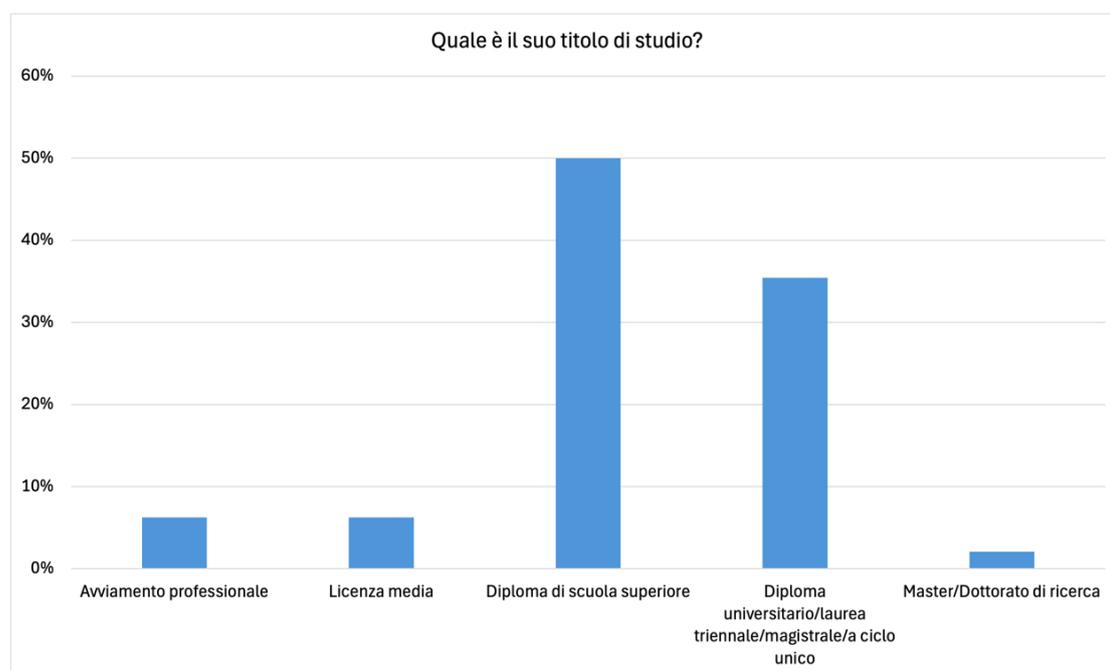
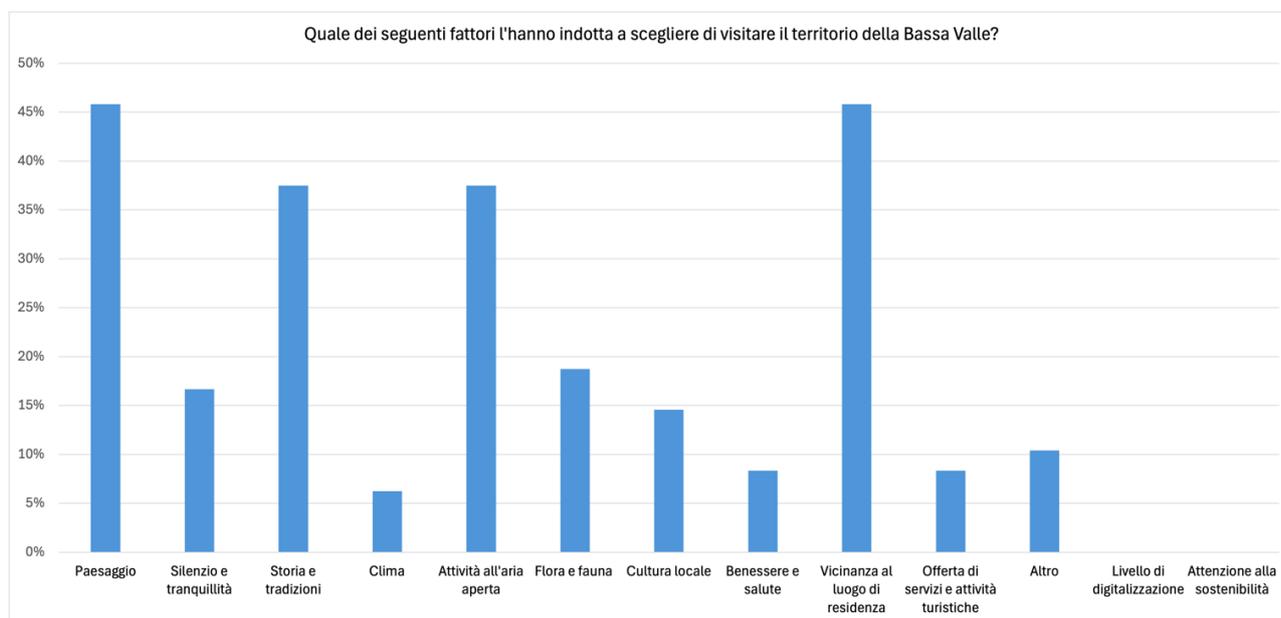


Figura 7. Fonte: Elaborazione propria

Dall'analisi condotta è emerso come i fattori che spingono maggiormente i valdostani non residenti nell'area interessata a visitare il territorio della Bassa Valle siano i seguenti: paesaggio, vicinanza al luogo di residenza, attività all'aria aperta, storia e tradizioni.



**Figura 8.** Fonte: Elaborazione propria

Alla domanda “Consiglierebbe questo territorio a un parente/amico per le sue vacanze invernali?”, i non residenti hanno assegnato un punteggio medio, su scala da 1 a 10, pari a **6,94**.

Per quanto concerne la percezione di questo gruppo di individui circa l'attrattività e la fruibilità dell'area oggetto di indagine, i punteggi medi assegnati, su scala da 1 a 5, risultano essere i seguenti:

- Di grande attrattiva per i giovani: **2,15**.
- Di grande attrattiva per famiglie con bambini: **3,27**.
- Facilmente fruibile da persone anziane: **3,10**.
- Facilmente fruibile da persone con disabilità: **2,79**.

In riferimento ai temi dell'accessibilità e della sostenibilità, sempre su medesima scala, i punteggi rilevati sono:

- Un luogo ben servito dai trasporti pubblici locali: **2,56**.
- Un luogo ben digitalizzato: **2,66**.
- Un luogo orientato alla sostenibilità (ambientale, sociale, economica): **2,98**.

Rispetto alle attrattive culturali, naturali, sportive, enogastronomiche e ricreative, la Bassa Valle è percepita dai non residenti come (*rating*: 1-5):

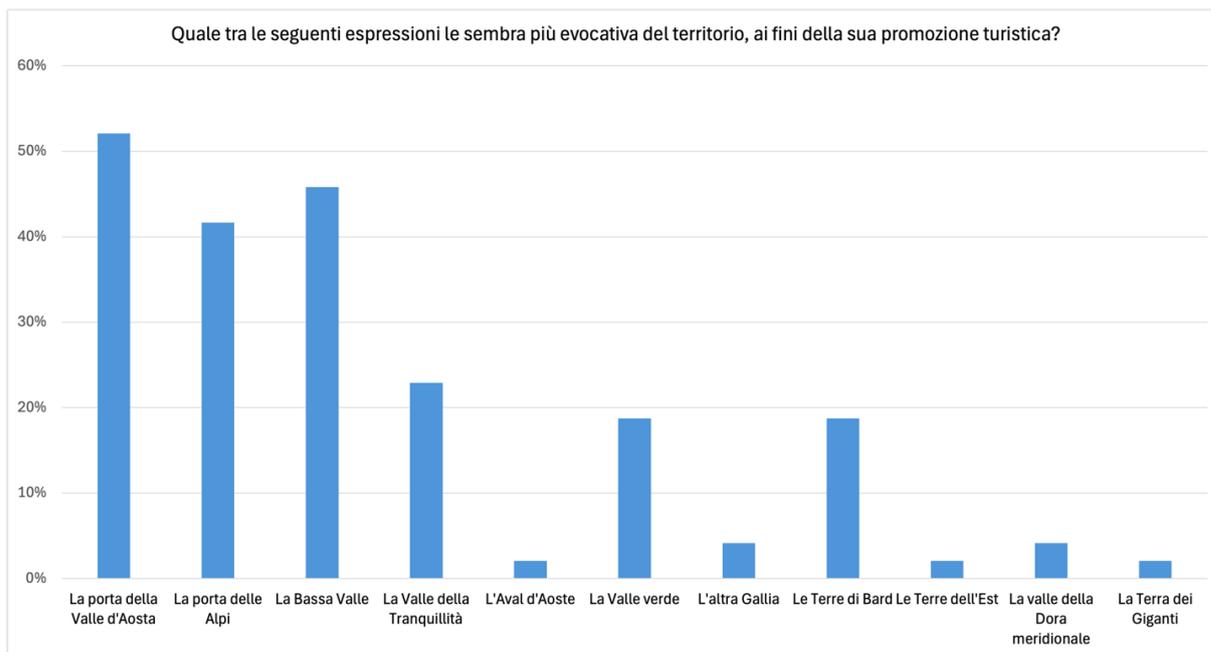
- Un paradiso naturale: **3,45**.
- Un paradiso per gli amanti del buon cibo/bere: **3,91**.
- Un luogo vivace con un'ampia offerta di attività ricreative: **2,48**.
- Un paradiso per gli amanti dello sport: **3,58**.
- Un luogo ricco di cultura: **3,98**.
- Un luogo ricco di iniziative, eventi, sagre: **3,46**.
- Un luogo in cui è facile divertirsi e intrattenersi: **2,46**.

Anche in questo caso, molti dei valdostani non residenti in Bassa Valle ritengono che il territorio oggetto di analisi sia un luogo di passaggio/transito verso altre mete.

Il *rating* medio attribuito a questa domanda è infatti pari a **3,90**.

Alla domanda: “Il territorio oggetto di indagine è un luogo con una chiara identità?”, il punteggio medio assegnato è di **3,13**.

Osservando il grafico riportato nella pagina seguente (figura n.9), emerge chiaramente come, secondo gli intervistati di questo sottogruppo, l'espressione “Bassa Valle” non risulti essere quella maggiormente evocativa del territorio ai fini della sua promozione turistica; l'appellativo “La porta della Valle d'Aosta” ha ottenuto infatti un numero maggiore preferenze.



**Figura 9.** Fonte: Elaborazione propria

Per quanto riguarda, infine, la percezione relativa ai turisti da parte dei valdostani non residenti in Bassa Valle, i punteggi medi che questi ultimi hanno assegnato, su scala da 1 a 5, sono:

- Sono felice che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta, perché questo genera reddito per il territorio: **4,42**.
- Mi risulta naturale che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta, il loro arrivo non ha effetti negativi su di me: **4,21**.
- Sfortunatamente vedo più effetti negativi che positivi dall'arrivo dei turisti in Valle d'Aosta: **1,42**.
- Al momento i turisti causano solo problemi. Sono troppi e causano fastidio ai residenti. Qualcuno dovrebbe intervenire: **1,23**.
- Non tollero avere turisti vicino a me: **1,25**.

Nella sezione “commenti liberi” del questionario, alcuni degli intervistati hanno affermato:

- *“Ampliare sicuramente e necessariamente i luoghi di svago per i giovani”*.
- *“Più pulizia e cura da parte dei comuni rispetto alla flora”*.

#### 2.1.4 La percezione dei non residenti in Valle d'Aosta

L'ultimo sottogruppo oggetto di indagine, come precedentemente anticipato, è costituito da tutti coloro che, in sede di compilazione del questionario, hanno dichiarato di non essere residenti nella Regione Autonoma Valle d'Aosta ma di frequentarla per motivi legati al turismo, allo studio o al lavoro.

I questionari validi pervenuti relativamente a questo sottogruppo sono 43; 27 di questi sono stati compilati e restituiti da individui che si trovano in Valle d'Aosta per motivi legati al turismo, i restanti 16 da individui che si trovano all'interno dei confini regionali per motivi di studio o lavoro.

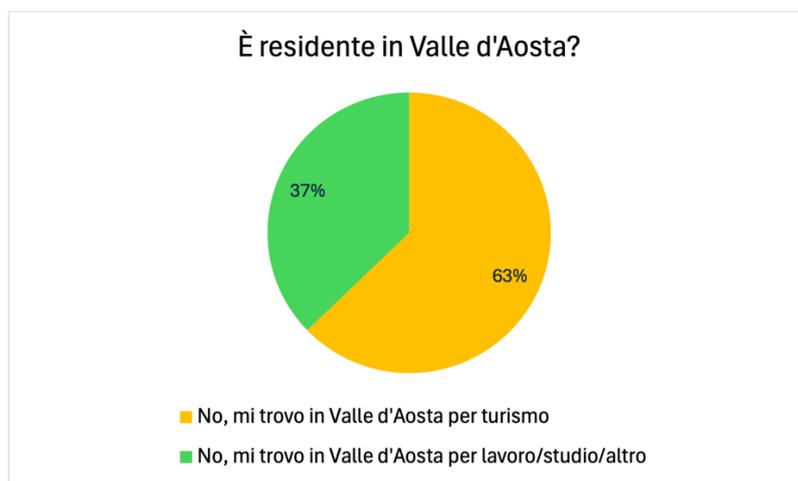


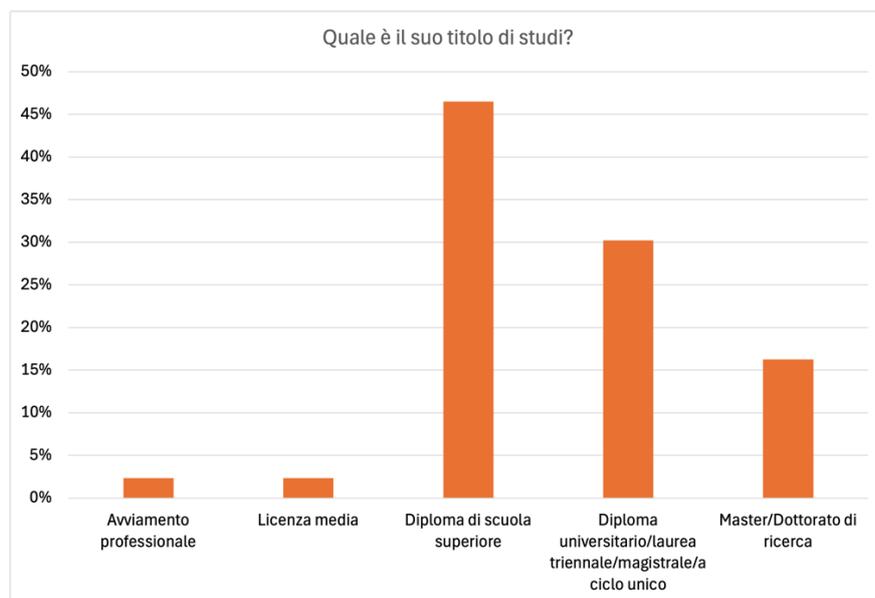
Figura 10. Fonte: Elaborazione propria

In questo sottogruppo, 29 sono le donne che hanno preso parte al sondaggio, 13 gli uomini (si veda figura n.11).



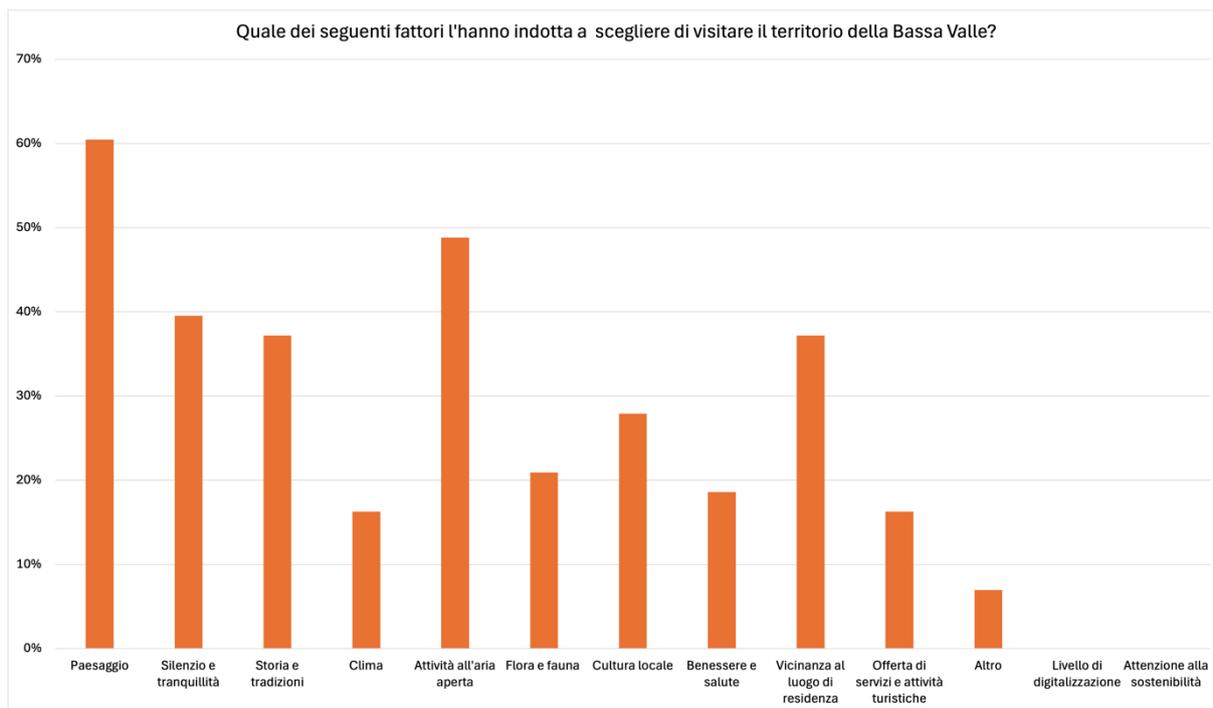
Figura 11. Fonte: Elaborazione propria

L'età media degli intervistati è, in questo caso, di 40 anni, mentre il loro titolo di studio è riportato nel diagramma a barre che segue (figura n.12).



**Figura 12.** Fonte: Elaborazione propria

Analizzando i dati raccolti, è emerso come i quattro principali fattori che spingono i turisti a visitare il territorio della Bassa Valle d'Aosta siano rispettivamente: il paesaggio, la possibilità di svolgere attività all'aria aperta, il silenzio e la tranquillità e la storia e le tradizioni che contraddistinguono l'area oggetto di indagine.



**Figura 13.** Fonte: Elaborazione propria

Su una scala da 1 a 10, la soddisfazione degli intervistati circa l'esperienza turistica all'interno del territorio oggetto di analisi è pari a **7,96**.

Alla domanda "Consiglierebbe questo territorio a un parente/amico per le sue vacanze invernali?", gli individui non residenti in Valle d'Aosta hanno assegnato un punteggio medio, sempre su medesima scala, pari a **7,86**.

Per quanto concerne la percezione dei turisti (e di coloro che frequentano la Valle d'Aosta per motivi di studio/lavoro) circa l'attrattiva e la fruibilità dell'area oggetto di indagine, i punteggi medi assegnati, su scala da 1 a 5, risultano essere i seguenti:

- Di grande attrattiva per i giovani: **2,64**.
- Di grande attrattiva per famiglie con bambini: **3,65**.
- Facilmente fruibile da persone anziane: **3,00**.
- Facilmente fruibile da persone con disabilità: **2,65**.

In riferimento ai temi dell'accessibilità e della sostenibilità, sempre su medesima scala, i punteggi rilevati sono:

- Un luogo ben servito dai trasporti pubblici locali: **2,98**.
- Un luogo ben digitalizzato: **2,86**.
- Un luogo orientato alla sostenibilità (ambientale, sociale, economica): **3,37**.

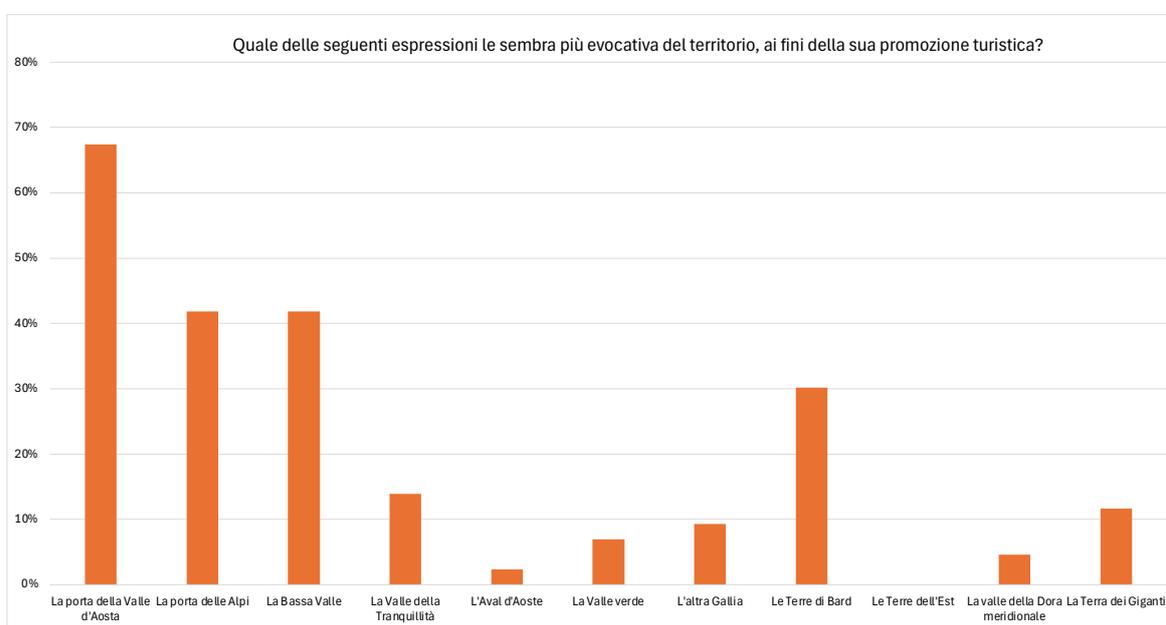
Rispetto alle attrattive culturali, naturali, sportive, enogastronomiche e ricreative, la Bassa Valle è percepita dai turisti come (*rating*: 1-5):

- Un paradiso naturale: **3,93**.
- Un paradiso per gli amanti del buon cibo/bere: **4,23**.
- Un luogo vivace con un'ampia offerta di attività ricreative: **3,16**.
- Un paradiso per gli amanti dello sport: **3,98**.
- Un luogo ricco di cultura: **4,07**.
- Un luogo ricco di iniziative, eventi, sagre: **3,56**.
- Un luogo in cui è facile divertirsi e intrattenersi: **2,98**.

Alla domanda “Il territorio oggetto di indagine è un luogo di passaggio/transito verso altre mete?”, il punteggio medio assegnato dagli intervistati è pari a **3,74** (scala 1-5).

Il punteggio medio che, invece, gli stessi hanno assegnato alla domanda “Il territorio oggetto di indagine è un luogo con una chiara identità?” è pari a **3,60**.

Anche secondo gli intervistati di questo terzo sottogruppo, l’espressione “Bassa Valle” non è certo quella più indicata ai fini della promozione turistica del territorio. L’espressione “La porta della Valle d’Aosta”, infatti, secondo i turisti risulterebbe essere maggiormente rappresentativa dell’area oggetto di indagine (figura n.14).



**Figura 14.** Fonte: Elaborazione propria

Anche in questo caso, si riportano di seguito alcune affermazioni tratte dalla sezione “commenti liberi” del questionario:

- *“La Valle d’Aosta è una regione ricca di storia e di bellezze naturali che, purtroppo, troppi pochi apprezzano ancora”.*
- *“La Bassa Valle, Donnas nel particolare, hanno grandi possibilità storiche, culturali, enogastronomiche che, purtroppo, sono poco sviluppate. Basti pensare che la maggior parte dei pellegrini pensa che il riferimento medioevale della via Francigena fosse Ponte e non Donnas”.*

## 2.1.5 Le differenti percezioni a confronto

Al fine di confrontare le differenti percezioni dei partecipanti al sondaggio, relative all'identità ed ai fattori di attrattiva della Bassa Valle, si è ritenuto opportuno riassumere all'interno della seguente tabella (Tab.3), tutte le risposte alle domande comuni ad ognuno dei tre sottogruppi del campione precedentemente individuati.

	Valdostani residenti in B.V.	Valdostani non residenti in B.V.	Non residenti in Vda	Media
Consiglierebbe la Bassa Valle ad un parente/amico per le sue vacanze invernali? (1-10)	6,87	6,94	7,86	7,22
Il territorio della Bassa Valle è di grande attrattiva per i giovani. (1-5)	2,14	2,15	2,64	2,31
Il territorio della Bassa Valle è di grande attrattiva per le famiglie con bambini. (1-5)	3,25	3,27	3,65	3,39
Il territorio della Bassa Valle è facilmente fruibile da persone anziane. (1-5)	2,66	3,1	3	2,92
Il territorio della Bassa Valle è facilmente fruibile da persone con disabilità. (1-5)	2,37	2,79	2,65	2,60
Il territorio della Bassa Valle è ben servito dai trasporti pubblici locali. (1-5)	2,67	2,56	2,98	2,74
Il territorio della Bassa Valle è ben digitalizzato. (1-5)	2,47	2,66	2,86	2,66
Il territorio della Bassa Valle è orientato alla sostenibilità. (1-5)	2,75	2,98	3,37	3,03
Il territorio della Bassa Valle è un paradiso naturale. (1-5)	3,75	3,45	3,93	3,71
Il territorio della Bassa Valle è un paradiso per gli amanti del buon cibo/berè. (1-5)	3,68	3,91	4,23	3,94
Il territorio della Bassa Valle è un luogo vivace con un'ampia offerta di attività ricreative. (1-5)	2,39	2,48	3,16	2,68
Il territorio della Bassa Valle è un paradiso per gli amanti dello sport. (1-5)	3,39	3,58	3,98	3,65
Il territorio della Bassa Valle è un luogo ricco di cultura. (1-5)	3,57	3,98	4,07	3,87
Il territorio della Bassa Valle è un luogo ricco di iniziative, eventi, sagre. (1-5)	3,33	3,46	3,56	3,45
Il territorio della Bassa Valle è un luogo in cui è facile divertirsi e intrattenersi. (1-5)	2,32	2,46	2,98	2,59
Il territorio della Bassa Valle è un luogo di passaggio/transito verso altre mete. (1-5)	3,83	3,9	3,74	3,82
Il territorio della Bassa Valle è un luogo con una chiara identità. (1-5)	3,04	3,13	3,6	3,26

**Tabella 3.** Fonte: Elaborazione propria

Osservando i dati ottenuti, alcune riflessioni importanti meritano di essere approfondite.

In primo luogo, occorre sottolineare come siano emersi in maniera particolarmente evidente alcuni punti di forza del territorio oggetto di indagine.

A prescindere dalla provenienza geografica degli individui intervistati, è emerso chiaramente quali sono i fattori di attrattiva dell'area Bassa Valle maggiormente apprezzati: paesaggio, storia e tradizioni, silenzio e tranquillità e possibilità di svolgere attività all'aria aperta.

Dall'analisi dei dati effettuata, si è inoltre rilevato come il territorio interessato sia piuttosto attrattivo per famiglie con bambini.

Allo stesso tempo, esso viene da molti considerato come un vero paradiso naturale e come un luogo ideale per gli amanti dell'enogastronomia e dello sport.

Da menzionare infine tra i punti di forza il ricco patrimonio culturale che contraddistingue il territorio.

Proseguendo con l'analisi dei dati relativi all'indagine, sono emerse anche alcune importanti criticità, la prima delle quali fa riferimento al fatto che il territorio della Bassa Valle è universalmente percepito come poco attrattivo per i giovani.

Allo stesso modo, l'area oggetto di studio appare poco fruibile da parte delle persone anziane e non sufficientemente fornita di servizio di trasporto pubblico locale.

È inoltre opportuno evidenziare come l'offerta di attività ricreative sia piuttosto scarsa e come, proprio per questo motivo, non sia facile divertirsi ed intrattenersi in Bassa Valle.

Emerge infine in maniera piuttosto evidente come il territorio in questione venga percepito prevalentemente come un luogo di transito verso altre destinazioni.

Oltre alla rilevazione dei punti di forza e di quelli di debolezza, mediante un'analisi dei dati ancora più minuziosa e sottile, emerge un ulteriore particolare interessante.

Ancorché i punteggi medi attribuiti alle domande del questionario da parte dei tre differenti sottogruppi intervistati siano abbastanza simili<sup>6</sup>, si può notare come in realtà

---

<sup>6</sup> Si veda Tab.3, pag. 57.

emerge una tendenza piuttosto ben definita: più forte è il grado di appartenenza al territorio, leggermente meno positiva è la percezione degli individui circa l'identità ed i fattori di attrattiva dello stesso.

Allo stesso modo, tanto meno è radicato il rapporto con il territorio della Bassa Valle, tanto più positiva risulta esserne la percezione.

Una ragione che, verosimilmente, può trovarsi alla base di tale tendenza è la seguente: coloro che risiedono nell'area della Bassa Valle si trovano a dover fronteggiare quotidianamente tutte le problematiche e le fragilità legate al loro ambiente, mentre per i non residenti ed i turisti è decisamente inferiore la probabilità di imbattersi nelle stesse.

Una migliore percezione del territorio pare dunque essere attribuibile ad una condizione di presenza transitoria sullo stesso.

A titolo di esempio, si può facilmente asserire che, nonostante l'offerta turistica del territorio non sia particolarmente ricca ed attrattiva, è comunque sufficiente a colmare la richiesta di chi vi trascorre un breve periodo. Allo stesso modo, il dover fronteggiare le problematiche e le criticità presenti in Bassa Valle per un periodo limitato di tempo è meno sgradevole rispetto al doverle affrontare abitualmente.

#### **2.1.5.1 T-test**

Il T-test (o *test* T di Student) è uno strumento che viene utilizzato in statistica per determinare se due valori numerici sono significativamente differenti l'uno dall'altro. Sono tre le principali tipologie di T-test esistenti: il T-test a campione singolo (che verifica se la media dei dati di un gruppo differisce da un certo valore specificato), il T-test appaiato o accoppiato (che viene utilizzato quando si sottopone lo stesso gruppo di persone alla medesima indagine per ben due volte, al fine di verificare se la media è cambiata tra la prima e la seconda) ed il T-test a due campioni (che esamina se i valori medi di due gruppi indipendenti sono significativamente differenti l'uno dall'altro).

A seconda del tipo di ipotesi da verificare, è necessario ricorrere al *test* maggiormente adatto.

Un problema piuttosto frequente in un'indagine campionaria è quello relativo al confronto fra due medie.

Di fatto, se si esaminano due campioni di individui e per ciascun soggetto viene misurata una variabile numerica di cui in seguito si calcola la media, come si può essere certi che la differenza tra le medie dei due campioni sia significativa e non dovuta al caso?

Questo è esattamente lo scenario che è venuto a delinearsi in fase di analisi delle risposte al questionario, più precisamente nel sottocapitolo 2.1.5.

Ad esempio, alla domanda “Consiglierebbe la Bassa Valle ad un parente/amico per le sue vacanze invernali?”, i valdostani residenti nel territorio oggetto di studio hanno attribuito un punteggio medio pari a 6,87, i valdostani non residenti in Bassa Valle quello di 6,94 ed i turisti/visitatori di 7,86.

A questo punto, è opportuno chiedersi se tali medie siano tra di loro significativamente differenti oppure se la loro diversità è dovuta al caso.

Ai fini dello studio condotto, con l'obiettivo di verificare se, effettivamente, è vero che la percezione individuale circa l'identità ed i fattori di attrattiva della Bassa Valle migliora al diminuire del grado di appartenenza al territorio, si è ritenuto opportuno ricorrere ad un T-test a due campioni, utilizzando il *software* Excel.

Per alcune delle domande comuni a tutti e tre i sottogruppi, il *test* è stato effettuato mettendo a confronto, rispettivamente, le risposte dei valdostani non residenti in Bassa Valle con quelle dei turisti/visitatori, quelle dei residenti nell'area oggetto di indagine con quelle dei valdostani non residenti in Bassa Valle e, infine, le risposte dei residenti nell'area oggetto di indagine con quelle dei turisti/visitatori.

Guardando al *p-value* (o livello di significatività) restituito dai T-test effettuati, si può constatare come i punteggi medi attribuiti ai vari quesiti da parte dei residenti nell'area oggetto di studio e dei valdostani non residenti in Bassa Valle non siano significativamente differenti.

Non è quindi possibile affermare che queste due categorie di individui percepiscano l'identità ed i fattori di attrattiva dell'area in maniera diversa.

Lo stesso non si può attestare per quanto riguarda i turisti ed i visitatori; sempre sulla base dei *test* effettuati, è possibile affermare che il punteggio medio attribuito da questi ultimi alle varie domande del questionario è significativamente differente rispetto a quello delle altre due categorie di soggetti individuate.

Si può dunque sostenere che la percezione dei turisti e dei visitatori circa l'identità ed i fattori di attrattiva dell'area oggetto di studio sia effettivamente diversa e migliore rispetto a quella dei residenti della stessa e a quella dei valdostani che risiedono in comuni non compresi nella Bassa Valle.

## 2.2 Secondo strumento di indagine: l'intervista in profondità

Oltre alle rilevazioni effettuate tramite la somministrazione del questionario, al fine di arricchire ulteriormente l'indagine si è ritenuto opportuno somministrare tre interviste in profondità ad altrettanti soggetti, importanti conoscitori del territorio della Bassa Valle, al quale sono profondamente legati.

L'obiettivo di questa attività è strettamente connesso a quello relativo al questionario, in quanto, ancora una volta, si è cercato di analizzare la percezione individuale dell'identità e dei fattori di attrattiva della Bassa Valle d'Aosta.

Per ognuna delle interviste realizzate, si è reso necessario procedere con una registrazione vocale, in seguito trascritta integralmente ed inserita nella sezione "allegati" di questo elaborato.

Jean-Christophe Nigra<sup>7</sup>, da nove anni sindaco del comune di Montjovet, è la prima persona a cui mi sono rivolto.

Nato nel 1989 ad Aosta e residente a Montjovet, ha conseguito nel 2014 la Laurea Magistrale in Amministrazione e Controllo Aziendale presso l'Università degli Studi di Torino.

Attualmente, oltre ad occuparsi di pubblica amministrazione, è docente di Economia Aziendale.

Dopo aver raccolto la testimonianza di un sindaco, è parso interessante coinvolgere nella ricerca un personaggio che, in qualche modo, potesse rappresentare una "memoria storica" del territorio oggetto di studio.

Fiorenza Cout<sup>8</sup> si è rivelata fin da subito la persona adatta per una seconda intervista. Nata nel 1958 nel comune Issogne, dove attualmente risiede, si è laureata in Lettere nel 1991 presso l'Università "La Sapienza" di Roma. Guida turistica, ricercatrice, docente ed esperta in etnobotanica, riflessologia e soffrologia, la dottoressa Cout conosce molto bene il territorio della Bassa Valle, in cui è nata e sempre vissuta.

---

<sup>7</sup> Intervista n.1, pag. 109.

<sup>8</sup> Intervista n.2, pag. 122.

L'ultima intervista mi è stata rilasciata da Luigi Fosson<sup>9</sup>, da due anni presidente dell'Associazione degli Albergatori della Valle d'Aosta.

Nato nel 1948 ad Ayas, Fosson è un cantautore in lingua francoprovenzale, albergatore e gestore di pubblici servizi; egli ricopre il ruolo di amministratore unico presso Uno Market s.r.l. (settore del commercio al minuto e della ristorazione) e Chp s.r.l. (Eco-Hotel "Au Charmant Petit Lac").

L'idea di coinvolgere il presidente dell'ADAVA in questa ricerca è stata dettata dalla necessità di raccogliere la testimonianza di un soggetto profondamente impegnato nei settori dell'ospitalità alberghiera e del commercio in Bassa Valle.

In questo sottocapitolo viene redatta una sintesi dei dialoghi avuti con gli intervistati, mediante l'utilizzo di una tabella Excel.

Per ognuna delle domande comuni a tutte le interviste si è cercato di riassumerne i diversi contenuti, con l'obiettivo di metterli a confronto<sup>10</sup>.

Le risposte ottenute sono riassunte nella tabella che segue (Tab.4).

	<b>Che cosa significa, per te, il termine Bassa Valle?</b>
<b>Nigra</b>	Al di là della definizione ufficiale, l'area che va da Montjovet in giù.
<b>Cout</b>	È un territorio che, dal punto di vista geografico, viene chiamato Bassa Valle; è un bacino in cui la valle cambia di direzione, ed un territorio dove c'è della piana, della media montagna e dell'alta montagna.
<b>Fosson</b>	È un termine al quale sono abituato da sempre.
	<b>Quale porzione di territorio include la Bassa Valle?</b>
<b>Nigra</b>	L'area che va da Montjovet in giù, incluse anche la Val d'Ayas e la Valle del Lys.
<b>Cout</b>	Dal punto di vista geografico, da Montjovet fino a Pont-Saint-Martin, valli laterali incluse.
<b>Fosson</b>	Il territorio ad Ovest di Châtillon, Montjovet compreso ovviamente.
	<b>Potresti descrivere il tuo legame con questo luogo?</b>
<b>Nigra</b>	Lo collego in primis al mio comune. La Bassa Valle la sento abbastanza mia.
<b>Cout</b>	Il mio legame con questo territorio è profondo e fortissimo e, ovunque vado, io lo sento.
<b>Fosson</b>	Sono residente ad Ayas e sono un albergatore ed un operatore economico della Bassa Valle.
	<b>Quali sono le caratteristiche uniche della Bassa Valle che ti colpiscono?</b>
<b>Nigra</b>	Il patrimonio storico e culturale e la posizione geografica (accessibilità e collegamenti).
<b>Cout</b>	Tutto, potrei dire. Non c'è nulla che non ritenga particolare. Tutto è unico, perché quello che c'è qui è diverso. Basta conoscere; quando conosci, vedi e, quando vedi, il cuore ti si apre.
<b>Fosson</b>	È un luogo ricco di interesse dal punto di vista storico, culturale, archeologico.

<sup>9</sup> Intervista n.3, pag. 153.

<sup>10</sup> A causa del poco tempo a disposizione, a Luigi Fosson non sono state poste tutte le domande previste. Tuttavia, avendo ricevuto i quesiti con un giorno in anticipo, l'intervistato è riuscito a proporre un discorso che ha toccato tutti i punti oggetto di interesse.

Quali sono i punti di forza di questo luogo?	
<b>Nigra</b>	Il patrimonio storico e culturale e la posizione geografica (accessibilità e collegamenti).
<b>Cout</b>	Tutto!
<b>Fosson</b>	È un luogo con delle grosse potenzialità; ci sono molti castelli, molti punti di interesse dal punto di vista archeologico, molti percorsi come la Via delle Gallie ed importanti fattori di attrattiva per gli sportivi.
Quali sono, invece, quelli di debolezza?	
<b>Nigra</b>	Il principale punto di debolezza è quello legato ai trasporti.
<b>Cout</b>	Sono gli abitanti il punto di debolezza della Bassa Valle.
<b>Fosson</b>	La Bassa Valle è percepita un po' come un mondo a sé stante dai valdostani non residenti nell'area. Il suo patrimonio non è ben valorizzato e la comunicazione è latente. Mancano ricettività e posti letto.
Come è cambiata la tua percezione di quest'area nel tempo?	
<b>Nigra</b>	Dal momento in cui sono diventato sindaco, ho preso coscienza del fatto che, a livello di iniziative ed investimenti, non è semplice intervenire.
<b>Cout</b>	A seguito dello sviluppo industriale dell'area, le scelte politiche per la Bassa Valle sono state poco accorte. C'è stata una perdita di territorio agricolo e di piccolo allevamento. Quando vedo tutti questi capannoni abbandonati, ho la percezione di un qualcosa che mi toglie lo spazio e di un terreno che non viene ripristinato.
<b>Fosson</b>	Io ricordo quando la Bassa Valle era tutta industriale, soltanto industriale. La riconversione al turismo è lenta, ma c'è.
Nel tempo, hai notato dei cambiamenti di tipo culturale?	
<b>Nigra</b>	Si, legati prevalentemente alla presenza di pellegrini lungo la Via Francigena. Ho notato una maggiore attenzione per quanto riguarda la manutenzione dei sentieri.
<b>Cout</b>	I cambiamenti di tipo culturale ci sono stati con l'immigrazione, soprattutto a partire dal 7/800. Anche se i cambiamenti culturali non sono sempre stati letti in modo positivo, per me tutto ciò che è nuovo è vantaggioso.
<b>Fosson</b>	/
Come pensi che sia percepita quest'area dai residenti?	
<b>Nigra</b>	Ci sono due categorie di residenti: quelli che hanno un legame affettivo con la Bassa Valle e quelli che, invece, se la sentono stretta.
<b>Cout</b>	Io penso che i residenti si sentano molto ospiti; sono poche le persone che si sentono veramente della Bassa Valle. Gli unici due comuni della Bassa Valle in cui le persone si sentono radicate sono Arnad e Montjovet.
<b>Fosson</b>	I residenti della Bassa Valle vivono allegramente, sono delle Bassa Valle e non hanno problemi a definirlo. Non si sentono inferiori a nessuno.
E dalle persone che vengono da fuori, invece?	
<b>Nigra</b>	Secondo me, in generale, meglio! Qualche villeggiante sente più quest'area casa propria di quelli che la abitano sul serio.
<b>Cout</b>	I turisti sono sempre molto entusiasti di cosa offre la valle, il problema è che noi residenti della Bassa Valle non conosciamo il nostro territorio e, per questo motivo, non sappiamo offrirlo ai turisti.
<b>Fosson</b>	Per alcuni turisti, in un primo momento, la percezione della Bassa Valle è quella di un territorio che quasi ti rifiuta dal punto di vista geografico. Occorre lavorare su questa percezione perché, di fatto, le montagne proteggono ed accolgono, non respingono.
Secondo il tuo punto di vista, c'è del potenziale turistico ancora inespresso o poco valorizzato in Bassa Valle?	
<b>Nigra</b>	Certo! Partiamo banalmente dalla valorizzazione dei siti che abbiamo (es: castello di Saint-Germain). Manca un po' di attenzione al dettaglio.
<b>Cout</b>	È totalmente inespresso e non valorizzato, eccezione fatta per il Forte di Bard, il castello di Issogne ed il castello di Verrès.
<b>Fosson</b>	Sì. Ci sono alcuni castelli, come quello di Graines e quello di Saint-Germain, che sono abbandonati ed inagibili; occorrerebbe valorizzarli maggiormente. Anche la Via delle Gallie andrebbe ripotenziata e rivista.
Se dovessi immaginare un nome alternativo o d'appeal turistico per l'area che comunemente chiamiamo Bassa Valle, a che nome penseresti?	
<b>Nigra</b>	Non saprei dare una risposta. Se storicamente si è sempre chiamata Bassa Valle, perché non mantenere questo nome?
<b>Cout</b>	Io la chiamerei "Valle d'Aosta", "Area montana" o, semplicemente, "Montagna"; io non riesco a vedere i confini di un territorio, se non quelli naturali.
<b>Fosson</b>	"La porta della Valle d'Aosta". La Bassa Valle è davvero la porta della nostra Regione.

	In riferimento al futuro, come pensi diventerà quest'area?
<b>Nigra</b>	Potrebbe essere positivo il fatto che qualche gruppo o azienda torni ad investire qui, portando della gente.
<b>Cout</b>	Se ci saranno giovani di buona volontà e con tante idee, diventerà meravigliosa. Se, invece, si continua a puntare sull'industria che non c'è più, non ci sarà un grande sviluppo.
<b>Fosson</b>	Se ci fosse maggiore ricettività, potrebbe diventare un'area a forte vocazione turistica.
	Quali cambiamenti positivi ti augureresti?
<b>Nigra</b>	Un incremento demografico ed una maggiore valorizzazione del patrimonio.
<b>Cout</b>	I cambiamenti positivi saranno conseguenti al cambiamento di ogni singolo individuo, sia che viva qua, sia che viva altrove. Non è necessario vivere in un posto per fare riuscire a migliorarlo; basta amarlo.
<b>Fosson</b>	Che la Bassa Valle possa essere accettata ed inserita all'interno del prodotto Valle d'Aosta. La Bassa Valle ed i suoi operatori economici devono essere più presenti nel sistema Valle d'Aosta.
	Quali cambiamenti negativi temi di più?
<b>Nigra</b>	Un incremento della denatalità.
<b>Cout</b>	Non temo cambiamenti in negativo, la mia visione è talmente positiva che non temo nulla.
<b>Fosson</b>	La carenza di ricettività. Senza alberghi o appartamenti che si possono affittare, non c'è possibilità di sviluppo.
	Per concludere, come definiresti, ad oggi, l'identità della Bassa Valle?
<b>Nigra</b>	Un'identità del territorio legata prevalentemente alla sua posizione geografica, quindi al fatto che è un'area di transito obbligatoria/necessaria.
<b>Cout</b>	È un'identità molto precaria.
<b>Fosson</b>	Confusa, perché manca una visione d'insieme da parte degli operatori economici, così come la voglia di intraprendere

**Tabella 4.** Fonte: Elaborazione propria

### 2.2.1 Analisi text mining

Secondo quanto riportato dal sito ufficiale dell'IBM (*International Business Machines*), con l'espressione "text mining" si intende "la pratica di analizzare vaste raccolte di materiali testuali per individuare concetti chiave, tendenze e relazioni nascoste".

Al giorno d'oggi, esistono innumerevoli programmi e *software* che, utilizzando avanzate tecniche analitiche ed algoritmi di *deep learning*, riescono ad estrapolare alcune informazioni a valore aggiunto da dati non strutturati come, ad esempio, testi di notevole lunghezza.

Attraverso l'analisi *text mining*, infatti, è possibile etichettare e categorizzare parti del discorso, evidenziare i principali temi affrontati, rilevare quali sono le parole e le espressioni che emergono con maggiore frequenza e persino analizzare il *sentiment* del testo.

Al fine di estrapolare alcune informazioni essenziali dalle interviste in profondità somministrate, si è ritenuto opportuno procedere con un'attività di *text mining* sulle trascrizioni integrali delle stesse, utilizzando *software online* come ChatGPT, WordCounter e WordClouds.

I dati estratti da ciascuna intervista sono riportati nei sottocapitoli che seguono.

### **2.2.1.1 Jean-Christophe Nigra**

Dall'intervista emerge una visione dettagliata delle sfide e delle opportunità relative alla Bassa Valle; viene inoltre sottolineata l'importanza di un impegno autentico da parte degli amministratori e la necessità di una maggiore valorizzazione delle risorse locali, al fine di promuovere il turismo e migliorare la vita della comunità.

Principali temi affrontati:

- L'identità della Bassa Valle: Nigra esprime la propria opinione circa l'identità dell'area oggetto di studio, evidenziandone il legame con la sua posizione geografica e con il patrimonio storico e culturale che la contraddistingue.  
Il sindaco osserva come il territorio della Bassa Valle venga percepito di secondaria importanza rispetto ad aree a forte vocazione turistica.
- Ruolo del sindaco: Nigra sottolinea la rilevanza di un impegno attivo nell'amministrazione di un piccolo comune, rimarcando la differenza tra una gestione "di facciata" ed un coinvolgimento più profondo.
- Problemi e sfide in Bassa Valle: il sindaco esprime preoccupazioni riguardo alla sostenibilità dei trasporti pubblici (incremento delle corse per un'offerta più adeguata) e alla scarsa valorizzazione del patrimonio storico e culturale.  
Un'ulteriore problematica che emerge è quella relativa alla denatalità, una delle cause determinanti per la chiusura degli edifici scolastici e la riduzione demografica.
- Potenziale turistico in Bassa Valle: Nigra sottolinea come questo, ad oggi, sia ancora fortemente inespreso e parla della necessità di valorizzare i siti storici come, ad esempio, il castello di Saint-Germain e quello di Pont-Saint-Martin.

- Percezione del territorio da parte di turisti e residenti: Nigra afferma che, spesso, i visitatori esterni tendono a valorizzare e ad apprezzare la Bassa Valle in misura maggiore rispetto a coloro che vi risiedono, apprezzandone in particolar modo i fattori naturali.

Parole e concetti chiave:

- Piccolo comune: sottolinea la specificità e le sfide uniche legate alla gestione di un comune di piccole dimensioni come quello di Montjovet.
- Sacrificio: rappresenta l'impegno necessario per un sindaco che ama la propria comunità.
- Carrefour: riferimento alla posizione strategica della Bassa Valle, in quanto area di transito obbligatoria.
- Denatalità: tema preoccupante che, come precedentemente asserito, impatta negativamente sull'area oggetto di studio.

*Sentiment e stile:*

- Atteggiamento riflessivo e realistico: Nigra mostra un forte attaccamento al suo comune ed al territorio della Bassa Valle in generale, così come una profonda consapevolezza di quelle che sono le problematiche dell'area e le sfide da affrontare.
- Stile colloquiale: aneddoti personali che arricchiscono l'argomento e rendono l'intervista accessibile e coinvolgente.

Prospettive per il futuro della Bassa Valle:

- Valorizzazione del patrimonio storico e culturale: è di fondamentale importanza investire in questo ambito.
- Miglioramento dei trasporti: un sistema dei trasporti più efficiente ed accessibile potrebbe aiutare a superare alcune delle attuali problematiche.
- Coinvolgimento della comunità: favorire una maggiore partecipazione alle iniziative locali da parte dei residenti, al fine di rafforzarne il senso di appartenenza.

Le parole e le espressioni che emergono con maggiore frequenza nell'intervista sono: comune/i (18 volte), Bassa Valle (12 volte), Montjovet (9), Valle d'Aosta (6), sindaco (5), territorio (4), patrimonio (4), posizione (4) e trasporti (4).

Al fine di rendere immediatamente visibili i principali termini utilizzati dagli intervistati, si è ritenuto opportuno creare delle nuvole di parole in cui è possibile visualizzare le espressioni chiave maggiormente utilizzate.

Viene di seguito riportata quella inerente all'intervista del sindaco (figura n.15).



*Figura 15. Fonte: Elaborazione propria*

### **2.2.1.2 Fiorenza Cout**

L'intervista esplora l'identità ed il potenziale della Bassa Valle, soffermandosi soprattutto sulla sua storia.

La professoressa Cout sottolinea l'importanza della cultura e del patrimonio locale, evidenziando inoltre le opportunità turistiche inespresse.

L'intervistata sostiene che il futuro dell'area oggetto di studio dipende dalla creatività e dall'imprenditorialità dei giovani ed auspica un approccio inclusivo nella gestione del territorio.

Nonostante tutte le difficoltà e le problematiche emerse, Fiorenza Cout mantiene un atteggiamento ottimista, confidando in un cambiamento positivo che parta da ogni individuo.

#### Principali temi affrontati:

- L'identità e la cultura locale della Bassa Valle: Cout sostiene come l'identità dell'area oggetto di indagine sia precaria e si sofferma sull'importanza di promuovere una maggiore conoscenza della storia e delle tradizioni locali.
- Storia: Cout fa riferimento a differenti periodi storici e ne sottolinea l'impatto sul territorio oggetto di studio.
- Potenziale turistico in Bassa Valle: la professoressa riconosce come vi sia un importante potenziale turistico, rimasto ad oggi inesperto e poco valorizzato.
- Gestione del territorio: l'intervista contiene alcune riflessioni sulla necessità di un approccio di gestione del territorio maggiormente sostenibile ed inclusivo, ed enfatizza l'importanza dell'integrazione tra le differenti culture presenti nell'area.
- Percezione del territorio: Cout esterna alcune critiche in riferimento alla visione limitata dei residenti, dettata da una mancanza di conoscenza del territorio e da uno scarso apprezzamento nei confronti delle risorse e delle bellezze locali.

#### Parole e concetti chiave:

- Identità: riferita alla propria percezione della Bassa Valle.
- Valorizzazione: importanza di riconoscere e promuovere il patrimonio storico, culturale e naturale del territorio oggetto di indagine.
- Unione: necessità di promuovere una maggiore integrazione a livello comunitario, superando confini e divisioni.
- Futuro: in riferimento alla speranza e alle opportunità di sviluppo, si sottolinea il ruolo fondamentale delle nuove generazioni.

#### *Sentiment e stile:*

- Atteggiamento positivo e ottimista: Cout esprime forte fiducia nel potenziale della Bassa Valle e nelle nuove generazioni.
- Atteggiamento riflessivo: Cout mostra grande attaccamento al territorio della Bassa Valle ed una forte consapevolezza di quelle che sono le sue

problematiche; dimostra inoltre un'importante connessione emotiva con l'argomento.

- Stile colloquiale: aneddoti personali che arricchiscono l'argomento e rendono l'intervista accessibile e coinvolgente.

Prospettive per il futuro della Bassa Valle:

- Valorizzare il patrimonio storico e culturale: promuovere una maggiore conoscenza della storia locale, al fine di costruire un'identità territoriale più forte.
- Sviluppo di nuove idee e iniziative: incoraggiare i giovani ad impegnarsi in progetti innovativi, distaccandosi dalle sole opportunità di lavoro pubblico o industriale.
- Collaborazione e integrazione: puntare sull'unione piuttosto che sulla divisione, superare i confini percepiti e creare ponti tra le diverse comunità e culture presenti sul territorio.

Le parole e le espressioni che emergono con maggiore frequenza nell'intervista sono: territorio (52 volte), persone (40), Bassa Valle (38), *patois* (34), Issogne (30), Fleuran (20), piante (16), tradizione (15), cultura (15) e Verrès (15).



**Figura 16.** Fonte: Elaborazione propria

### 2.2.1.3 Luigi Fosson

L'intervista esplora le sfide e le opportunità legate al turismo in Bassa Valle. L'intervistato, con una forte esperienza nel settore, evidenzia la mancanza di capacità ricettiva e la carenza di posti letto come principali ostacoli allo sviluppo turistico dell'area. La percezione del territorio da parte dei turisti, i fattori di attrattiva della Bassa Valle e la necessità di una maggiore intraprendenza degli operatori turistici locali sono solamente alcuni dei temi trattati da Fosson.

Principali temi affrontati:

- Mancanza di posti letto e scarsa capacità ricettiva in Bassa Valle: come precedentemente anticipato, questo tema rappresenta un ostacolo cruciale per lo sviluppo del turismo nell'area oggetto di analisi.
- Offerta e potenziale turistico in Bassa Valle: il presidente dell'ADAVA riconosce come vi siano innumerevoli possibilità in questo territorio, sulle quali occorre però investire notevolmente.
- Percezione del territorio da parte di turisti e residenti: Fosson sottolinea come ci sia una forte eterogeneità circa la percezione del territorio da parte dei turisti, dei residenti in Bassa Valle e dei valdostani non residenti nell'area.
- Sviluppo futuro: Fosson propone alcune riflessioni su quelli che sono gli elementi chiave utili alla promozione turistica del territorio.
- Coordinamento tra enti: è fondamentale incentivare una forte collaborazione tra enti pubblici e privati, al fine di consentire alla Bassa Valle di essere finalmente accettata ed inserita nel “prodotto” Valle d'Aosta.

Parole e concetti chiave:

- Posti letto: per Fosson questo è l'elemento imprescindibile per attrarre turisti.
- Esperienza unica: è di fondamentale importanza riuscire ad offrire un soggiorno unico ai turisti che arrivano in Bassa Valle, raccontando loro il territorio.
- Cooperazione: secondo l'intervistato, è la chiave per il successo nel settore del turismo.

- Identità confusa: rappresenta la mancanza di una visione d'insieme e di un progetto condiviso in Bassa Valle.

*Sentiment e stile:*

- Atteggiamento pragmatico e riflessivo: Fosson esprime preoccupazione per le sfide attuali, ma anche ottimismo per le potenzialità future.
- Stile colloquiale: aneddoti personali che arricchiscono l'argomento e rendono l'intervista accessibile e coinvolgente.

Prospettive per il futuro della Bassa Valle:

- Incentivare la ricettività alberghiera: promuovere un incremento delle strutture ricettive e dei posti letto per riuscire ad attrarre un maggior numero di turisti.
- Rafforzare il coordinamento: favorire una maggiore cooperazione tra gli operatori turistici della Bassa Valle e, su più ampia scala, della Regione Valle d'Aosta.
- Sviluppare pacchetti esperienziali: creare offerte uniche per i turisti, raccontando e facendo loro conoscere le bellezze del territorio.
- Lavorare sull'identità: definire e promuovere un'identità unica in Bassa Valle, consentendo all'area di riuscire ad integrarsi nel "sistema" Valle d'Aosta.

Le parole e le espressioni che emergono con maggiore frequenza nell'intervista sono: Bassa Valle (30 volte), Aosta (11), Bard (11), problema (11), turismo (10), castello (10), prodotto (10), albergo (8), Champoluc (8) e Courmayeur (8).



**Figura 17.** Fonte: Elaborazione propria

***PLACE BRANDING: UN PUNTO DI PARTENZA PER POSIZIONARE LA  
BASSA VALLE NEL MERCATO TURISTICO***

In un contesto come quello valdostano, in cui il settore terziario la fa da padrone, è di fondamentale importanza che anche l'area della Bassa Valle riesca a ritagliarsi uno spazio nel mercato turistico in quanto, ad oggi, essa sembra non esserci ancora riuscita, complici tutte le fragilità che la contraddistinguono.

Come precedentemente anticipato in svariate occasioni, infatti, il territorio oggetto di indagine viene considerato prevalentemente come un'area di transito piuttosto che una destinazione turistica degna di rilievo.

Secondo il presidente dell'ADAVA Luigi Fosson, tra i principali fattori che determinano tale circostanza vi è la scarsa integrazione della Bassa Valle nel prodotto turistico Valle d'Aosta.

Per consentire a questo territorio di emergere, parallelamente a tutti gli investimenti da mettere in atto al fine della sua rivalorizzazione, occorrerebbe definire una buona strategia di *marketing territoriale*, con l'obiettivo di farne un vero e proprio *brand*.

Sono essenzialmente queste le tematiche sulle quali verte il terzo ed ultimo capitolo di questo elaborato.

In prima battuta, si è ritenuto opportuno proporre alcune riflessioni sul concetto di *Place Branding* e sull'importanza di riuscire fare di ogni destinazione un marchio con una forte identità competitiva.

È inevitabile affermare come ogni luogo sia un complesso articolato costituito da tradizioni, storia, cultura e patrimonio.

Attraverso il *Place Branding*, è possibile costruire il senso complessivo di un territorio e riuscire a raccontarne i tratti distintivi, al fine di promuovere un'immagine positiva dello stesso nella mente dei turisti e dei principali *stakeholders*.

A seguire, nel sottocapitolo 3.2, vengono proposte alcune considerazioni su come investire in attività di promozione territoriale sia di fondamentale importanza, oggi più che mai.

Alla luce di quelle che sono le nuove tendenze del turismo, infatti, tutti i territori di nicchia fino ad ora poco conosciuti hanno l'opportunità di emergere facendo leva sulle proprie potenzialità.

L'area della Bassa Valle, adatta per un'offerta turistica destagionalizzata e forte di un importante patrimonio storico e culturale, risulta essere una di queste.

Con la consapevolezza di come, ancor prima di occuparsi della promozione di una destinazione ed implementare progetti di sviluppo locale, sia necessario avere ben chiare tutte quelle che sono le specificità di un luogo, si è ritenuto opportuno arricchire questa sezione con la redazione di un'analisi SWOT della Bassa Valle.

Con questa espressione ci si riferisce ad uno strumento di programmazione strategica indispensabile alla pianificazione di azioni nonché alla presa di decisioni consapevoli nei riguardi di un territorio.

Mediante l'analisi dei dati raccolti con riferimento all'area oggetto di interesse, si è rivelato essere piuttosto semplice identificarne rapidamente i punti di debolezza e quelli di forza, così come le opportunità e le minacce.

È con il sottocapitolo 3.4 che l'elaborato si avvia alla conclusione.

In quest'ultima parte, improntata ad un'analisi di tipo soggettivo, si è ritenuto opportuno proporre alcune riflessioni personali relative ai principali aspetti sui quali occorrerebbe lavorare ed investire al fine di ridare nuova linfa vitale al territorio della Bassa Valle.

### 3.1 Definire e conoscere il *Place Branding*

Effettuando alcune ricerche su questo tema online, mi sono imbattuto in una definizione dell'espressione *Place Branding* che mi ha particolarmente colpito.

In un articolo pubblicato su Medium<sup>11</sup>, il significato che l'autore Domenico d'Alessio propone è il seguente: “*Place Branding* è il processo di scoperta, creazione, sviluppo e realizzazione di idee e concetti per (ri)definire l'identità, i tratti distintivi, il “*genius loci*” di un luogo e, conseguentemente, costruirne il senso complessivo. Un processo di *Place Branding* richiede diversi tipi di investimento: *hardware* (infrastrutture, edifici), *software* (eventi, storie), *orgware* (coordinamento delle strutture organizzative) ed elementi “virtuali” (loghi, azioni simboliche, siti *web*)” (D'Alessio, 2018).

Leggendo questa definizione, mi sono reso conto del fatto che riuscire a delineare una buona strategia di *Place Branding*, dal mio punto di vista, è esattamente ciò di cui la Bassa Valle necessiterebbe al fine di uscire da una situazione di stallo e gettare le basi per un progetto di sviluppo del territorio di più ampio respiro.

In assenza di un'efficace attività di promozione dell'area e delle sue potenzialità, infatti, tutti gli ipotetici interventi di riqualificazione e sviluppo territoriale risulterebbero vani o, comunque, insufficienti.

È proprio questa la ragione per la quale, attualmente, tutte le destinazioni dovrebbero puntare a diventare dei veri e propri *brand*, facendo leva sia sugli aspetti tangibili (architettura, siti ecc.) che su quelli intangibili (emozioni suscitate e ricordi) presenti in loco ed implementando delle buone strategie di comunicazione.

Creare un logo che rappresenti il territorio, realizzare delle campagne pubblicitarie *ad hoc* coinvolgendo dei *testimonial* adeguati ed investire nel *social media marketing* ingaggiando alcuni *content creators*, sono solamente alcune delle attività che

---

<sup>11</sup> Piattaforma *online* di *blogging* e *storytelling*, particolarmente apprezzata da aziende e professionisti.

potrebbero essere svolte al fine di dare visibilità ad un luogo, consentendogli di diventare un marchio riconosciuto da tutta una serie di portatori di interesse.

Va inoltre ricordato, così come sottolineato da Martina La Rosa in un articolo apparso sul sito *web* di Trade Community<sup>12</sup>, che quando si parla di *Place Branding* non si fa riferimento solamente al turismo.

Secondo l'autrice, infatti: "Rielaborare l'identità di un luogo attraverso la definizione del suo *brand*, permette anche di attrarre talenti, [...] cittadini, imprese ed investitori" (La Rosa, 2021).

È proprio sulla base di quest'ultima affermazione che emerge uno spunto di riflessione importante: il *Place Branding* ricopre un ruolo fondamentale nel processo di creazione dell'identità di un territorio.

Secondo quanto emerge dall'articolo "La comunicazione dell'identità turistica nelle aree montane: il caso Valle d'Aosta", "poiché le caratteristiche distintive alla base dei marchi turistici derivano dall'identità di un certo luogo, il *destination branding* deve essere letto come un processo interattivo di costruzione dell'identità che implica un dialogo tra le parti interessate, sia pubbliche che private. In quest'ottica, l'identità turistica territoriale è dunque fondamentale da analizzare, al fine di individuare i processi relativi alla sua costruzione e comunicazione da parte degli attori che compongono lo scenario dell'offerta turistica della destinazione" (Pioletti, Piva, & Prats, 2021).

Ecco, quindi, che si assiste al ritorno di uno dei temi cruciali dell'elaborato: al fine di promuovere una strategia di *Place Branding* occorre in primis delineare quelli che sono i tratti distintivi e gli elementi chiave dell'identità di un territorio.

---

<sup>12</sup> *Community* del Corso di Laurea Magistrale in "Trade e Consumer Marketing" dell'Università di Parma.

### 3.2 Un territorio che riesce a parlare di sé: un'opportunità da non sottovalutare

Al giorno d'oggi, secondo il mio parere, per ogni territorio che intende ritagliarsi uno spazio nel mercato del turismo è di fondamentale importanza riuscire a “brandizzarsi”, proponendo di sé stesso un prodotto da offrire nel vasto oceano della competitività territoriale.

Attraverso il *Place Branding*, di fatto: “un territorio racconta di sé e progetta una vera e propria *value proposition* per intercettare il *target*, che può comprendere i turisti, gli abitanti attuali e potenziali” (La Rosa, 2021).

In effetti, è ragionevole affermare come, allo stato attuale, in un contesto in cui il fenomeno della globalizzazione (e conseguentemente quello della mobilità internazionale) è sempre più radicato, la competizione tra i territori e le destinazioni per accaparrarsi la propria fascia di turisti sia molto elevata.

Parallelamente, con il trascorrere del tempo, la concorrenza si sta intensificando anche a causa delle importanti trasformazioni che il turismo ha subito negli ultimi decenni.

Secondo quanto affermato dalla professoressa Anna Maria Pioletti, infatti: “Come sostengono alcuni autori (Onorati, Giardullo, 2017), il processo avviato a partire dagli anni Ottanta del secolo scorso ha visto il turista medio trasformarsi da consumatore tradizionale, mosso da esigenze ricreative che rispondeva a modelli standardizzati, a cliente mosso da esigenze soggettive” (Pioletti, 2021).

Sempre secondo l'autrice, infatti, con il tempo si è passati da un tipo di turismo legato a predefiniti periodi di vacanza ad uno connesso a quelli che possono oggi essere definiti come “*short break*”: brevi viaggi, spesso all'interno dei confini nazionali, spalmati nell'arco dell'anno.

Proprio a causa della diffusione di un nuovo modo di viaggiare, infatti, attualmente “il turista vuole scegliere in totale autonomia, vuole vedere, fare; vuole selezionare da ogni proposta ciò che è di suo interesse e piacere; vuole poter assemblare in totale autonomia un prodotto su misura per le proprie esigenze” (Antonioli Corigliano, 2002).

Un ulteriore evento che ha sicuramente contribuito in maniera radicale a stravolgere il modo di viaggiare ed il mondo del turismo è evidentemente rappresentato dalla pandemia di COVID-19, che ha “favorito il desiderio di andare in vacanza mantenendo il distanziamento sociale, con una diversa disponibilità economica e con scelta di nuove mete” (Pioletti, 2021).

È quindi chiaro come, ad oggi, il turismo di massa verso mete particolarmente quotate stia lasciando sempre maggiore spazio ad un turismo lento, esperienziale ed anche destagionalizzato, che privilegia la qualità a scapito della quantità.

Quale migliore occasione per tutti quei territori che, proprio come la Bassa Valle, fino ad oggi sono rimasti “nell’ombra”?

Beneficiando di queste nuove tendenze connesse al fenomeno del turismo, infatti, tutte le località finora considerate di nicchia o ancora poco conosciute possono riuscire ad emergere, puntando alla creazione di valore turistico.

Tuttavia, è opportuno sottolineare come, evidentemente, oltre a disporre di un potenziale turistico adeguato, a questi territori occorra delineare delle strategie mirate. Ecco, dunque, come si riveli di fondamentale importanza andare a progettare alcune attività di *Place Branding* che consentano alle località oggetto di interesse di mostrare i propri fattori di attrattiva ai turisti.

### 3.3 Analisi SWOT della Bassa Valle

L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica normalmente utilizzato in economia aziendale, che si caratterizza per essere un efficace supporto alla presa di decisioni.

Questo tipo di analisi, di fatto, consente di evidenziare i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce di un progetto, di un programma o di un'organizzazione e di ragionare sugli obiettivi che si intendono raggiungere, tenendo conto sia delle variabili interne che di quelle esterne.

Le prime, rappresentate dai punti di forza e di debolezza, sono quelle su cui si può intervenire mentre, per quanto riguarda quelle esterne, è possibile esercitare solamente un'azione di controllo; si tratta infatti di minacce ed opportunità.

Al giorno d'oggi, questo strumento viene ampiamente utilizzato anche nell'ambito del *marketing* territoriale, con l'obiettivo di analizzare in profondità le specificità di un territorio e valutarne il potenziale turistico.

In questo caso, per punti di forza e di debolezza ci si riferisce agli elementi positivi e negativi del luogo, mentre opportunità e minacce sono riconducibili ad azioni esterne che possono produrre benefici o pregiudicare la valorizzazione del territorio in esame. L'analisi SWOT rappresenta quindi il punto di partenza per pianificare delle azioni strategiche e prendere decisioni consapevoli finalizzate alla promozione di una destinazione e all'implementazione di progetti di sviluppo locale.

Ancor prima di definire una strategia di *Place Branding*, risulta opportuno effettuare un'analisi di questo tipo sul territorio della Bassa Valle.

In funzione di quanto emerso dai dati che sono stati raccolti, si è reso necessario, in questa sezione, proporre una SWOT *analysis* dell'area oggetto di studio.

Grazie alle risposte ottenute mediante la somministrazione questionario e delle interviste in profondità, è stato possibile ottenere una visione globale dell'area oggetto di studio, sia in termini di punti di forza e di debolezza, che di opportunità e minacce. Vengono di seguito riportati, in maniera schematica, i punti chiave dell'analisi.

### **3.3.1 Strengths – punti di forza**

- Ricchezza del patrimonio storico, culturale ed archeologico.
- Posizione geografica strategica, in quanto zona di transito obbligatoria per chi visita la Valle d'Aosta o si sposta verso altre località (Francia, Svizzera, Piemonte).
- Natura e paesaggio incontaminati.
- Silenzio e tranquillità.
- Territorio fortemente attrattivo per gli amanti delle escursioni e dell'attività sportiva all'aria aperta.
- Vasta offerta enogastronomica per gli amanti del *Food & Wine*.
- Territorio particolarmente attrattivo per famiglie con bambini.
- Area adatta per un'offerta turistica destagionalizzata.
- Clima ideale: meno freddo rispetto ad altre località valdostane in inverno, generalmente mite in estate.

### **3.3.2 Weaknesses – punti di debolezza**

- Insufficiente valorizzazione del patrimonio storico, culturale ed archeologico.
- Territorio poco attrattivo per i giovani.
- Area poco fruibile da persone anziane o con disabilità.
- Territorio non sufficientemente fornito dal servizio di trasporto pubblico locale.
- Scarsa offerta di attività ricreative per turisti e residenti.
- Carenza di eventi e manifestazioni.
- Mancanza di strutture ricettive e di servizi ausiliari al turismo.
- Offerta turistica disomogenea e poco distintiva del territorio.
- Promozione turistica insufficiente e comunicazione latente.
- Identità territoriale non definita, mancanza di una prospettiva a lungo termine.
- Scarsa collaborazione e cooperazione tra enti pubblici e privati.
- Forte individualismo ed assenza di una visione d'insieme.
- Esigua conoscenza del territorio e del suo patrimonio da parte dei residenti.
- Area non sufficientemente digitalizzata.

### **3.3.3 Opportunities – opportunità**

- Territorio generalmente percepito in maniera positiva dai turisti.
- In virtù della storica vocazione industriale del territorio, possibilità di attrarre investimenti da parte di qualche multinazionale o azienda interessata ad investire in Bassa Valle.
- Territorio ideale per soddisfare le esigenze connesse alle nuove forme di turismo: *short break*, turismo lento, esperienziale, culturale e destagionalizzato.
- Ripresa economica a seguito della pandemia di COVID-19.
- Importanti finanziamenti e fondi regionali, nazionali e comunitari di cui poter beneficiare in quanto Area Interna.
- Maggiore e migliore consapevolezza delle potenzialità turistiche del territorio.
- Promozione di uno sviluppo turistico unitario nella Regione Autonoma Valle d’Aosta, volto a superare i confini e l’eterogeneità dei vari territori che la contraddistinguono.

### **3.3.4 Threats – minacce**

- Calo demografico che impatta negativamente sul territorio e sulla sostenibilità dei servizi di pubblico interesse.
- Scarsa considerazione dell’area da parte degli abitanti delle località a forte vocazione turistica della Valle d’Aosta.
- Importante concorrenza esercitata dai bacini turistici maggiormente consolidati.
- Mancata integrazione della Bassa Valle nel prodotto turistico Valle d’Aosta.
- Scelte politiche per il territorio poco accorte, soprattutto a livello di amministrazione regionale.

### 3.4 Prospettive per il futuro dell'area

Per quanto concerne il futuro della Bassa Valle, la sfida è quella di riuscire a proporre quest'area come un prodotto turistico con un'offerta variegata e destagionalizzata.

Attraverso la promozione di una forma di turismo responsabile e sostenibile, si potrebbe finalmente riuscire a portare a termine il processo di transizione da area industriale ad area turistica, iniziato parecchi anni fa.

Secondo la definizione proposta dall'AITR<sup>13</sup> sul suo sito *web*, per turismo responsabile si intende: “Il turismo attuato secondo i principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva integrazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori”.

In funzione dell'analisi finora condotta, è ragionevole affermare come l'area oggetto di studio presenti tutte le caratteristiche necessarie a diventare un territorio a forte vocazione turistica.

In effetti, così come emerso dall'analisi SWOT, il potenziale non manca; si tratta principalmente di farlo emergere.

Attraverso la SNAI, innumerevoli sono le iniziative attuate al fine di favorire lo sviluppo turistico (e non solo) della Bassa Valle.

Si sta cercando infatti di incrementare la copertura digitale del territorio, di promuovere nuovi itinerari turistici, di sviluppare la filiera agroalimentare integrata con il settore turistico e molto altro ancora.

Contemporaneamente, nell'ambito del progetto *TOEP*, anche l'Università della Valle d'Aosta sta lavorando ad alcune iniziative interessanti, tra le quali la creazione di una *web app* volta a favorire una maggiore valorizzazione e digitalizzazione del patrimonio dell'area, la creazione di materiale promozionale e l'ideazione di itinerari turistici

---

<sup>13</sup> Associazione Italiana Turismo Responsabile.

tematici dedicati, ad esempio, alla castanicoltura, alla viticoltura, al plurilinguismo ed ai dialetti.

Un'ulteriore analisi condotta dall'ateneo ha come obiettivo quello di valutare l'impatto che l'organizzazione di un evento culturale (nello specifico un *festival* di musica pop) potrebbe generare sul territorio della Bassa Valle.

### **3.4.1 Riflessioni personali**

In quest'ultima sezione, in funzione di quanto emerso durante la stesura dell'elaborato, ho ritenuto opportuno proporre alcune riflessioni personali su ciò che si dovrebbe fare al fine di rendere il territorio della Bassa Valle turisticamente attrattivo.

La prima battuta occorrerebbe valorizzare il ricco patrimonio dell'area, fino ad ora non sufficientemente apprezzato.

A tal fine, occorrerebbe implementare tutta una serie di attività ed investimenti volti, ad esempio, a mettere in sicurezza siti storici abbandonati, rendendoli accessibili, e a restaurare antichi edifici ed infrastrutture, prestando attenzione ai piccoli dettagli.

Ove necessario, sarebbe inoltre opportuno favorire il ripristino e la manutenzione dei sentieri, inserire pannelli illustrativi e didascalici in corrispondenza dei punti di interesse e fornire indicazioni sui percorsi da seguire.

Al fine di reperire le risorse necessarie a sostenere attività di questo genere, innumerevoli sono i fondi comunitari e nazionali ai quali si potrebbe attingere.

Dal mio punto di vista occorrerebbero soprattutto sensibilità e capacità intuitiva, da parte dei portatori di interesse locali, per poter individuare i punti di forza da mettere in gioco per poter partecipare, tramite progetti funzionali, ai bandi esistenti.

Raggiunto questo primo obiettivo, risulterebbe necessario sviluppare nuove idee ed iniziative al fine di creare itinerari turistici mirati che sappiano raccontare il territorio e le sue specificità: la cultura, i dialetti ed i costumi, la storia e le tradizioni.

Parallelamente, si potrebbero ideare dei "pacchetti esperienziali" da proporre ai turisti, come ad esempio delle giornate organizzate.

Sarebbe questa l'occasione per far vivere ai visitatori un'esperienza immersiva nel territorio della Bassa Valle che coinvolga differenti ambiti: dalla cultura all'enogastronomia, passando per l'attività sportiva ed altro ancora.

Risulterebbe inoltre opportuno incrementare l'offerta di eventi e manifestazioni, ad oggi piuttosto scarsa.

Per la buona riuscita di queste iniziative, occorrerebbe investire maggiormente sulle nuove tecnologie al fine di favorire una migliore digitalizzazione del patrimonio locale.

Dal mio punto di vista, un'ulteriore riflessione merita di essere condotta.

Secondo il pensiero della professoressa Fiorenza Cout, i residenti e gli operatori economici locali ricoprono un ruolo chiave nella diffusione della conoscenza del territorio.

Se, come spesso accade, essi sono i primi ad ignorarne le peculiarità ed i tratti distintivi, è poco probabile che riescano a raccontarlo in maniera esaustiva ed accattivante ai turisti.

È proprio questo un altro aspetto sul quale occorrerebbe lavorare al fine rendere la Bassa Valle maggiormente attrattiva: diffondere la conoscenza del patrimonio locale a livello dei residenti.

Non va inoltre sottovalutata l'importanza di investire nelle strutture ricettive, con l'intento di incrementare il numero di posti letto nel territorio oggetto di studio.

In effetti, secondo quanto emerso dall'intervista in profondità con Luigi Fosson, un'ulteriore criticità dell'area è rappresentata dal fatto che, a causa dell'insufficienza di strutture ricettive, non sia possibile accogliere un soddisfacente numero di turisti.

È quindi opportuno sottolineare come la messa in atto di tutte le strategie sopracitate debba procedere parallelamente ad un adeguamento della capacità ricettiva in Bassa Valle.

Sembrerebbe quasi superfluo, a questo punto, affermare come sia indispensabile equilibrare allo stesso modo non solo servizio di trasporto pubblico locale, ma anche tutti i servizi collaterali al turismo.

In questo contesto, ovviamente, è di fondamentale importanza cercare di favorire un migliore e maggiore coordinamento di tutte le strutture organizzative pubbliche e private, abbandonando l'atteggiamento individualista e lo spirito di campanilismo che, da sempre, contraddistinguono i vari comuni dell'area interessata, impedendone uno sviluppo d'insieme.

Durante tutto questo processo, la preservazione del “*Genius loci*”, o spirito del luogo, deve assumere un ruolo prioritario.

Senza perdere di vista quelle che sono le caratteristiche e la cultura del territorio, i costumi e le tradizioni, occorre trovare il giusto compromesso tra passato e presente, con uno sguardo rivolto al futuro.

Sorge infine spontanea un'ultima considerazione: lo sforzo impiegato nel pianificare e realizzare tutte le azioni atte a promuovere lo sviluppo del territorio risulterebbe vano qualora venisse a mancare un'efficace attività di promozione dello stesso.

Occorrerebbe dunque definire una buona strategia di *marketing* territoriale con l'intento di promuovere il marchio “Bassa Valle” ed attrarre un numero di turisti sempre più elevato.

Disporre di un logo identificativo, ideare spot pubblicitari ad hoc, dedicare un sito *web* all'area ed investire nel *social media marketing*, sono tutti aspetti che, al giorno d'oggi, non possono più essere trascurati.

Attraverso questi strumenti, infatti, dinnanzi agli occhi attenti di chi è alla ricerca di un luogo da visitare, comparirebbe l'immagine completa della località ospitante.

Ecco dunque che, immediatamente, una sensazione di coesione sociale, di rispetto del territorio, di capacità organizzativa e di sana ospitalità pervaderebbe l'animo di chi, navigando in internet, si imbattersse in queste nuove forme di promozione territoriale.

## CONCLUSIONE

Redigere una tesi di laurea sul territorio della Bassa Valle d'Aosta si è rivelato essere interessante e sfidante.

Innumerevoli sono gli aspetti che avrebbero potuto essere trattati in riferimento a questa tematica; ogni argomento affrontato, infatti, avrebbe potuto condurre la ricerca in infinite direzioni.

Con questa consapevolezza, si è cercato comunque di cogliere gli aspetti essenziali dell'argomento.

Inizialmente, forte era in me la convinzione di voler intitolare questo elaborato nel modo seguente: "Riqualificazione e sviluppo territoriale, il caso della Bassa Valle d'Aosta".

Tuttavia, durante le fasi preliminari alla stesura dell'elaborato, ho avuto modo di ricredermi sul fatto che questa fosse la scelta ottimale, principalmente per due motivi. In primo luogo, ad oggi, elaborare un progetto di riqualificazione e sviluppo del territorio risulta essere una sfida ancora troppo ardua, che mi sono reso ben presto conto di non riuscire ad affrontare.

Ho potuto inoltre comprendere come, ancor prima di implementare dei progetti di sviluppo ed investire risorse nell'area oggetto di studio, occorra adoperarsi al fine di riuscire a riscoprirla e, conseguentemente, reinventarla.

Ecco perché credo che sia di fondamentale importanza, come punto di partenza per consentire all'area oggetto di studio di emergere, "ripensare il territorio della Bassa Valle d'Aosta, tra sfide ed opportunità".

Sulla base dell'indagine condotta, è opportuno evidenziare come, effettivamente, quest'area presenti innumerevoli criticità soprattutto in termini di servizi offerti a residenti e visitatori.

Ciò nonostante, in maniera piuttosto inaspettata, si è potuto constatare come vi siano anche numerosi punti di forza che, qualora venissero adeguatamente valorizzati, potrebbero rendere questo territorio fortemente attrattivo.

In funzione di quanto emerso dai dati raccolti mediante il questionario impiegato, può essere asserito che a percepire maggiormente le fragilità del territorio siano prevalentemente i residenti.

Per quanto concerne invece turisti e visitatori, ancorché la loro considerazione nei confronti dell'area oggetto di indagine non sia proprio eccellente, è comunque migliore rispetto a quella di coloro che la abitano.

Questa rilevazione fa ben sperare per il futuro, in quanto è indice del fatto che esiste un potenziale turistico.

Attraverso la somministrazione delle interviste in profondità, sono emersi chiaramente lo stato d'animo e le sensazioni degli interlocutori.

Fortemente legati al proprio territorio, gli intervistati hanno dimostrato di essere pienamente consapevoli dei punti di debolezza che lo contraddistinguono ma, allo stesso tempo, di non perdere la speranza.

Essi sono infatti concordi nel sostenere che le potenzialità non mancano; occorre tuttavia avviare un processo di sviluppo attraverso svariate modalità.

Secondo il sindaco Jean-Christophe Nigra, in funzione della storica vocazione industriale del territorio, una buona opportunità di crescita potrebbe essere rappresentata dalla volontà di qualche azienda o multinazionale di investire nuovamente in Bassa Valle.

La professoressa Cout ha dimostrato invece piena fiducia nelle nuove generazioni. Dal suo punto di vista, infatti, è solamente attraverso l'apertura dei giovani nei confronti dell'innovazione che si potrà assistere ad un significativo sviluppo dell'area.

Secondo il presidente dell'ADAVA Luigi Fosson, invece, la chiave di svolta è rappresentata da un miglioramento della capacità ricettiva in Bassa Valle.

È proprio su questo aspetto che occorre investire al fine di attrarre un sempre maggior numero di turisti e, conseguentemente, favorire una crescita del territorio.

Grazie a questi interessanti elementi di riflessione, è stato per me possibile definire i punti chiave di un'ipotetica strategia di sviluppo territoriale per la Bassa Valle, partendo dalla valorizzazione del ricco patrimonio dell'area, passando attraverso la promozione di nuove idee ed iniziative, fino ad arrivare alla definizione di un'adeguata strategia di *marketing* finalizzata alla promozione del territorio.

Al di là di tutto ciò che è emerso durante il mio lavoro di ricerca, nell'arco di questi ultimi mesi ho avuto modo di maturare una convinzione.

Dal mio punto di vista, una delle cause principali che impedisce alla Bassa Valle di trovare una propria identità e di emergere, è rappresentata dal forte individualismo che contraddistingue i suoi abitanti.

È innegabile che vi sia un profondo attaccamento al territorio da parte di questi ultimi, ma è vero altresì che si tratta di un legame principalmente confinato allo spazio vissuto. Gran parte dei residenti dell'area oggetto di studio, infatti, si sente radicata unicamente alla piccola realtà territoriale che la ospita, senza prendersi cura di ciò che accade a poca distanza.

Sulla base della mia esperienza personale, posso sostenere la veridicità di questa affermazione, così come riportato nel sottocapitolo 1.5.

Durante la somministrazione delle interviste in profondità, è stato sorprendente rilevare come questa tendenza emerga in più parti del territorio oggetto di studio.

È proprio una visione limitata ed "egoistica" di questo tipo ad impedire la definizione di un'identità territoriale univoca per la Bassa Valle, nella quale tutti i comuni dell'area possano riconoscersi.

Se è vero che, al fine di favorire lo sviluppo di un territorio, occorre fare rete e puntare sulla collaborazione superando gli atteggiamenti individualistici, è forse questo ciò che ancora manca in Bassa Valle e su cui si dovrebbero indirizzare gli sforzi collettivi ed eventuali progetti di ricerca futuri.

## BIBLIOGRAFIA

### Capitolo 1 – QUADRO GENERALE SULLA BASSA VALLE D’AOSTA

- Alessandro Riccardo Novallet (2022), tesi di laurea: “Guardare alla montagna con occhi diversi – Perché e come contrastare lo spopolamento montano”, docente relatore: Anna Maria Alessandra Merlo, Università della Valle d’Aosta, Aosta.
- Alessandro Riccardo Novallet (2023), “Progetto di rivalorizzazione del comune di Montjovet”, corso di Geografia dell’ambiente, docente: Anna Maria Pioletti, Università della Valle d’Aosta, Aosta.
- Anna Maria Pioletti (2021), “La strategia nazionale per le aree interne: il caso della Bassa Valle in rete”, Bollettino dell’Associazione Italiana di Cartografia (172, pag. 34-39), Edizioni Università di Trieste, Trieste.
- Antonio Grasso (1998), “Note sul concetto di identità territoriale”, Bollettino della Società Geografica italiana (Serie XII, vol. III, pag. 617-624), Roma.
- Fabio Pollice (2005), “Il ruolo dell’identità territoriale nei processi di sviluppo locale”, Bollettino della Società Geografica italiana (Serie XII, vol. X, pag. 75-92), Roma.
- Formez PA, Regione Autonoma Valle d’Aosta (2018), “La Strategia Nazionale per le Aree Interne e i nuovi assetti istituzionali, Area Interna Bassa Valle, Dossier d’Area organizzativo”.
- Giovanni Cannata, Giuseppe Folloni, Gianluigi Gorla (2007), “Lavorare e vivere in montagna – Svantaggi strutturali e costi aggiuntivi”, Istituto Nazionale della Montagna, Bononia University Press.

- Giuseppe Fragiacomò (1997), “La Valle d’Aosta – paese per paese”, casa editrice Bonechi.
- Orfeo Cout (2010), “Montjovet, storia di un paese e della sua gente”, Le Château Edizioni, Aosta.
- Regione Autonoma Valle d’Aosta (2015), “Area Bassa Valle, Bozza di strategia “Bassa Valle in rete” (Revisione 12), Aosta.
- Regione Autonoma Valle d’Aosta (2017), “Bassa Valle d’Aosta – Strategia d’area” (Revisione 09), Aosta.
- Stefano Tedeschi (2024), “Tourism and Firm Dynamics in Bardland” (version 01), Università della Valle d’Aosta, Aosta.

**Capitolo 3 – *PLACE BRANDING*: UN PUNTO DI PARTENZA PER  
POSIZIONARE LA BASSA VALLE NEL MERCATO TURISTICO**

- Anna Maria Pioletti, Elisa Piva, Lluís Prats (2021), “La comunicazione dell’identità turistica nelle aree montane: il caso Valle d’Aosta”, *Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia*, 33 (1, pag. 75-92).
- Claudia Moroni (2022), tesi di laurea: “Favorire lo sviluppo sostenibile attraverso una strategia di comunicazione per il distretto UNESCO piemontese”, docente relatore: Silvia Barbero, docenti co-relatori: Amina Pereno, Asja Aulisio, Politecnico di Torino.
- GAL Valle d’Aosta (2022) “Une Vallée d’Aoste à soutenir et découvrir en réseau. Strategia di Sviluppo Locale” (versione n.1.5), Aosta.

## RIFERIMENTI SITOGRAFICI

### Capitolo 1 – QUADRO GENERALE SULLA BASSA VALLE D’AOSTA

#### Forte di Bard

- <https://www.fortedibard.it/bassa-valle-daosta-un-viaggio-nella-storia/>

#### Governo italiano

- [https://www.miur.gov.it/documents/20182/890263/strategia\\_nazionale\\_aree\\_interne](https://www.miur.gov.it/documents/20182/890263/strategia_nazionale_aree_interne)
- <https://politichecoesione.governo.it/it/politica-di-coesione/strategie-tematiche-e-territoriali/strategie-territoriali/strategia-nazionale-aree-interne-snai/le-aree-interne-2021-2027/>
- [http://old2018.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree\\_interne/STRATEGIE\\_DI\\_AREA/Bozza\\_della\\_strategia/bozza\\_strategia\\_bassa\\_valle.pdf](http://old2018.agenziacoesione.gov.it/opencms/export/sites/dps/it/documentazione/Aree_interne/STRATEGIE_DI_AREA/Bozza_della_strategia/bozza_strategia_bassa_valle.pdf)
- [https://politichecoesione.governo.it/media/2746/strategia\\_bassa\\_valle.pdf](https://politichecoesione.governo.it/media/2746/strategia_bassa_valle.pdf)

#### ISTAT

- <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=18568>

#### Regione Autonoma Valle d’Aosta

- <https://new.regione.vda.it/europa/fondi-e-programmi/politica-regionale-di-sviluppo/la-strategia-nazionale-per-le-aree-interne-e-le-strategie-d-area-valdostane-2021-27/la-strategia-nazionale-per-le-aree-interne-e-le-strategie-d-area-valdostane>
- <https://new.regione.vda.it/europa/fondi-e-programmi/politica-regionale-di-sviluppo/alla-scoperta-dell-area-interna-bassa-valle>

#### Sistema bibliotecario valdostano

- <https://biblio.regione.vda.it/biblioteche-sbv/>

#### Tuttitalia.it

- <https://www.tuttitalia.it/valle-d-aosta/35-comuni/altitudine/>

Unité des Communes valdôtaines Mont-Cervin

- <https://www.cm-montecervino.vda.it/strategia-aree-interne/strategia-nazionale-aree-interne>

Unité Grand-Paradis

- <https://www.cm-grandparadis.vda.it/territorio-e-turismo/strategia-aree-interne/>

## **Capitolo 2 – PERCEZIONE DELL'IDENTITÀ DELL'AREA, UN'ANALISI INTEGRATA**

*Analisi Text-mining*

- <https://www.ibm.com/it-it/topics/text-mining>
- <https://www.andreaminini.com/text-mining/>
- <https://openai.com/chatgpt/>
- <https://wordcounter.net>
- <https://www.wordclouds.com>

Progetto NODES

- <https://www.ecs-nodes.eu>

*T-test*

- <https://it.surveymonkey.com/mp/t-tests-explained/>
- [https://www.jmp.com/it\\_it/statistics-knowledge-portal/t-test.html](https://www.jmp.com/it_it/statistics-knowledge-portal/t-test.html)
- [https://it.wikipedia.org/wiki/Test\\_t](https://it.wikipedia.org/wiki/Test_t)
- <https://paolapozzolo.it/test-t-student-campioni-indipendenti/>

Università della Valle d'Aosta

- <https://www.univda.it/progetti-di-ricerca/nodes-nord-ovest-digitale-e-sostenibile/>

### **Capitolo 3 – PLACE BRANDING: UN PUNTO DI PARTENZA PER POSIZIONARE LA BASSA VALLE NEL MERCATO TURISTICO**

#### Analisi SWOT

- <http://qualitapa.gov.it/sitoarcheologico/relazioni-con-i-cittadini/utilizzare-gli-strumenti/analisi-swot/index.html>
- [https://it.wikipedia.org/wiki/Analisi\\_SWOT](https://it.wikipedia.org/wiki/Analisi_SWOT)
- <https://turismoformativo.it/analisi-swot-territorio/>
- <https://www.lasiciliainrete.it/analisi-swot-e-piano-di-sviluppo-turistico-territoriale/>

#### *Place branding*

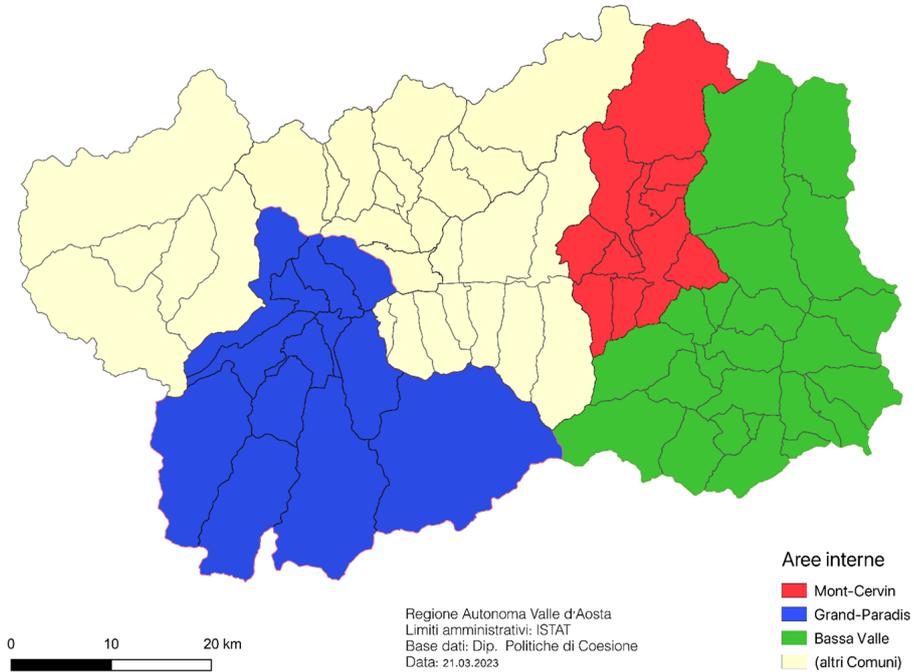
- <https://medium.com/@lombardini22/place-branding-non-solo-logo-c0927a16b4be#:~:text=Place%20Branding%20è%20il%20processo,conseguentemente%2C%20costruirne%20il%20senso%20complessivo.>
- <https://www.tradecomunity.it/2021/08/place-branding-e-turismo#:~:text=Tra%252520gli%252520esempi%252520più%252520lampanti,a%252520identificarsi%252520con%252520la%252520città.>

#### Turismo responsabile

- <https://www.aitr.org/turismo-responsabile>

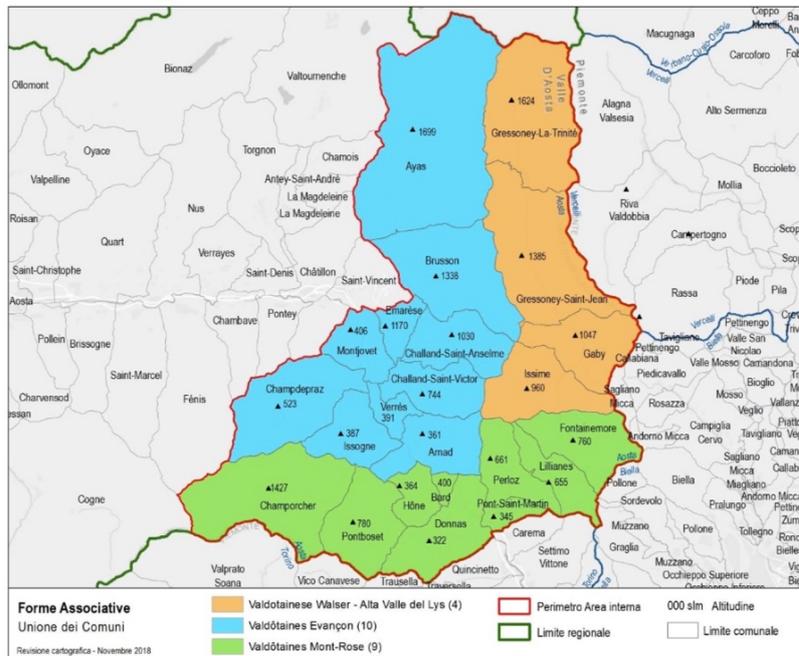
## ALLEGATI

### ALL. N.1 - Mappa delle tre Aree Interne valdostane



Fonte: [www.regionevda.it](http://www.regionevda.it)

### ALL. N.2 - Mappa dei comuni e delle “Unité des Communes” della Bassa Valle



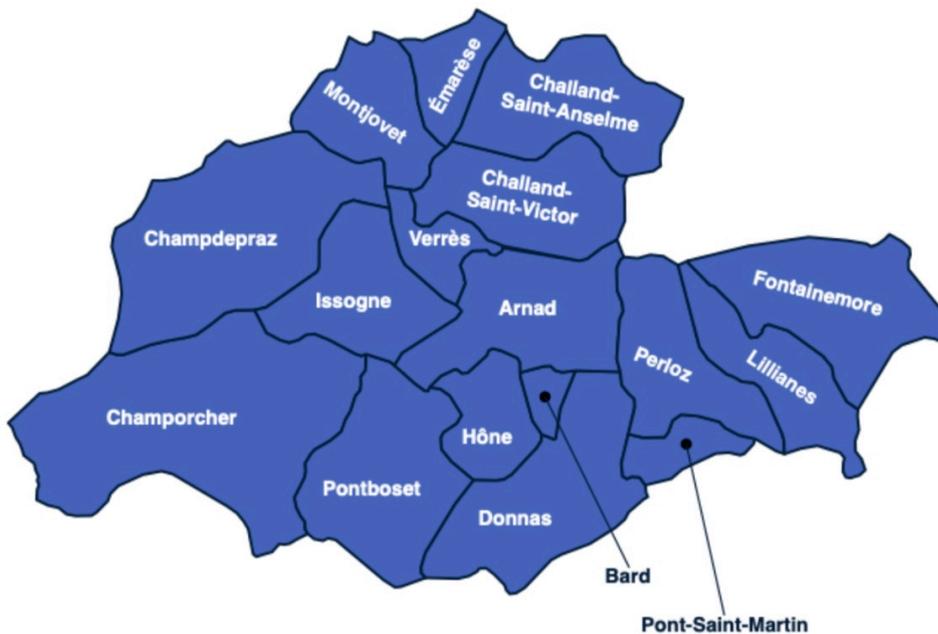
Fonte: Dossier d'area organizzativo Area Interna Bassa Valle, Regione Valle d'Aosta, Aosta

ALL. N.3 - Mappa dei comuni di “Bardland”



Fonte: Tedeschi, Stefano “Tourism and Firm Dynamics in Bardland”, Università della Valle d’Aosta, Aosta

ALL. N.4 - Mappa dei comuni della Bassa Valle ricompresi nel progetto Spoke 3 - NODES



Fonte: Questionario Progetto Spoke 3 -Nodes

## ALL. N.5 – Questionario\_Spoke3

### **Introduzione**

Buongiorno,

L'Università della Valle d'Aosta sta svolgendo uno studio sui fattori di attrattiva e identità turistica dei territori di media montagna collocati nella parte orientale della Valle d'Aosta.

Lo studio è parte del progetto NODES (Nord Ovest Digitale e Sostenibile, [ecs-nodes.eu](http://ecs-nodes.eu)) finanziato su fondi del PNRR.

Le chiediamo, per favore, di compilare questo questionario della durata di circa 5 minuti. La Sua opinione è per noi molto importante e Le assicuriamo che i dati saranno trattati nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di privacy (d.l. del 30 giugno 2003 n. 196, in vigore dal 1 gennaio 2004).

Nel ringraziarla per la sua disponibilità, Le porgiamo i nostri più cordiali saluti,

Consuelo Nava

Coordinatore dello SPOKE3 – Industria del turismo e della cultura, Università della Valle d'Aosta.

### **Consenso**

La/il sottoscritto/a autorizza il trattamento dei dati personali nel rispetto della vigente normativa sulla protezione dei dati personali e, in particolare, il Regolamento Europeo per la protezione dei dati personali 2016/679, il d.lgs. 30/06/2003 n.196 e successive modifiche e integrazioni, come modificato da ultimo dal d.lgs. 10/08/2018 n.101.

Maggiori informazioni sono disponibili qui:

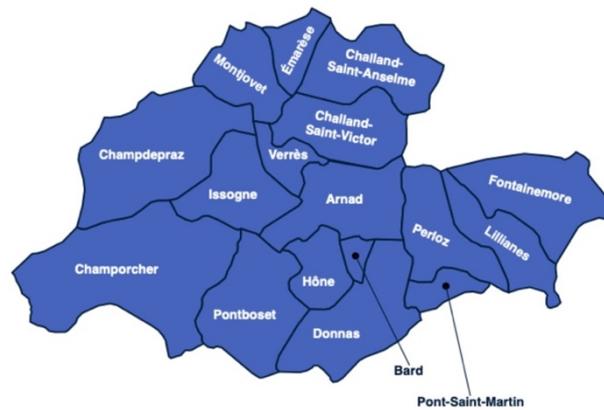
[https://www.univda.it/protezione\\_dati\\_personali/](https://www.univda.it/protezione_dati_personali/)

## Residenza

È residente in Valle d'Aosta?

- Sì, sono residente in Valle d'Aosta.
- No, mi trovo in Valle d'Aosta per turismo.
- No, mi trovo in Valle d'Aosta per lavoro/studio/altro.

La mappa sottostante mostra i territori oggetto di questa analisi.



Per favore, indichi se è residente in uno dei comuni oggetto dello studio o se risiede in un altro comune del territorio valdostano.

- Risiedo in uno dei comuni indicati.
- Risiedo in un altro comune del territorio valdostano.

Per favore, indichi se soggiorna in uno dei comuni oggetto dello studio o soggiorna in un altro comune del territorio valdostano.

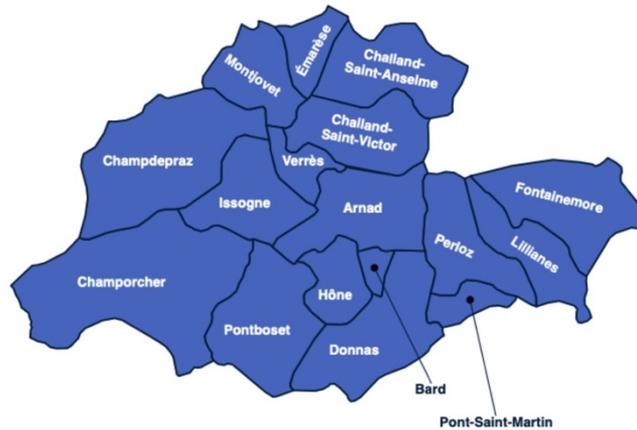
- Soggiorno in uno dei comuni indicati.
- Soggiorno in un altro comune del territorio valdostano.
- Non soggiorno in Valle d'Aosta.

Ha soggiornato o visitato in precedenza la Valle d'Aosta durante la stagione invernale?

- Sì.
- No.

## Fattori di attrattività

Ora le verrà chiesto di rispondere ad alcune brevi domande concernenti l'attrattività del territorio di media montagna collocato nella parte orientale della Valle d'Aosta e nuovamente riportato nella figura sottostante.



Quale dei seguenti fattori l'hanno indotta a scegliere di visitare il territorio indicato nella figura? (Massimo 4 risposte)

- Paesaggio.
- Attività all'aria aperta.
- Clima.
- Flora e fauna.
- Cultura locale.
- Silenzio e tranquillità.
- Benessere e salute.
- Storia e tradizioni.
- Offerta di servizi e attività turistiche.
- Vicinanza al mio luogo di residenza.
- Attenzione agli aspetti di sostenibilità.
- Livello di digitalizzazione.
- Altro.

Quale dei seguenti fattori apprezza maggiormente del territorio indicato nella figura? (Massimo 4 risposte)

- Paesaggio.
- Attività all'aria aperta.
- Clima.
- Flora e fauna.
- Cultura locale.
- Silenzio e tranquillità.
- Benessere e salute.
- Storia e tradizioni.
- Offerta di servizi e attività turistiche.
- Vicinanza al mio luogo di residenza.
- Attenzione agli aspetti di sostenibilità.
- Livello di digitalizzazione.
- Altro.

Su una scala da 0 a 10, in che misura è soddisfatto della qualità della vita in questo territorio?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Su una scala da 0 a 10, in che misura è soddisfatto dell'esperienza turistica su questo territorio?

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Su una scala da 0 a 10, in che misura consiglierebbe questo territorio a un parente/amico per le sue vacanze invernali?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Su una scala da 0 a 10, in che misura consiglierebbe a un giovane di vivere in questo territorio?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

- 9
- 10

Su una scala da 1 a 5, dove 1 significa totalmente in disaccordo e 5 perfettamente d'accordo, esprima un suo giudizio riguardo alle seguenti affermazioni. Il territorio sopra indicato è...

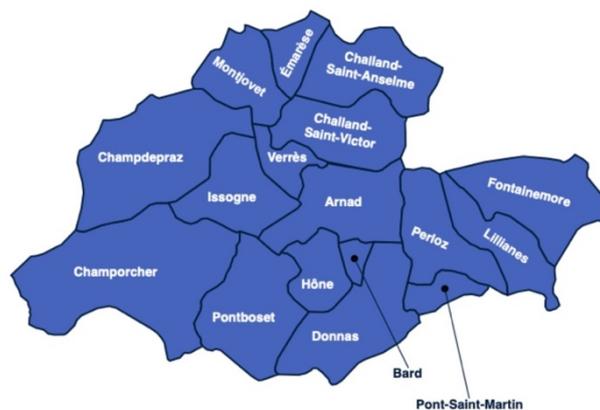
- Di grande attrattiva per i giovani.
- Di grande attrattiva per le famiglie con bambini.
- Facilmente fruibile da persone anziane.
- Facilmente fruibile da persone con disabilità.

Su una scala da 1 a 5, dove 1 significa totalmente in disaccordo e 5 perfettamente d'accordo, esprima un suo giudizio riguardo alle seguenti affermazioni. Il territorio sopra indicato è...

- Un luogo ben servito dai trasporti pubblici locali.
- Un luogo ben digitalizzato.
- Un luogo orientato alla sostenibilità (ambientale, sociale, economica).

### **Identità turistica**

Ora le verrà chiesto di rispondere ad alcune brevi domande concernenti l'identità turistica del territorio di media montagna collocato nella parte orientale della Valle d'Aosta e nuovamente riportato in figura.



Su una scala da 1 a 5, dove 1 significa totalmente in disaccordo e 5 perfettamente d'accordo, esprima un suo giudizio riguardo alle seguenti affermazioni. Il territorio sopra indicato è:

- Un paradiso naturale.
- Un paradiso per gli amanti del buon cibo/bere.
- Un luogo vivace con un'ampia offerta di attività ricreative.
- Un paradiso per gli amanti dello sport.
- Un luogo di passaggio/transito verso altre mete.
- Un luogo ricco di cultura.
- Un luogo ricco di iniziative, eventi e sagre.
- Un luogo in cui è facile divertirsi e intrattenersi.
- Un luogo con una chiara identità.
- Un luogo *pet-friendly*.

Quale tra le seguenti espressioni le sembra più evocativa di questo territorio, ai fini della sua promozione turistica? (Massimo 4 risposte).

- L'aval d'Aoste.
- La valle verde.
- La porta della Valle d'Aosta.
- L'altra Gallia.
- Le terre di Bard.
- La porta delle Alpi.
- La Bassa Valle.
- Le terre dell'Est.
- La valle della tranquillità.
- La valle della Dora meridionale.
- La terra dei giganti.

Su una scala da 1 a 5, dove 1 significa totalmente in disaccordo e 5 perfettamente d'accordo, esprima un suo giudizio riguardo alle seguenti affermazioni:

- Sono felice che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta perché questo genera reddito per il territorio.
- Mi risulta naturale che i turisti vengano a visitare la Valle d'Aosta. Il loro arrivo non ha effetti negativi su di me.
- Sfortunatamente vedo più effetti negativi che positivi dall'arrivo dei turisti in Valle d'Aosta.
- Al momento i turisti causano solo problemi. Sono troppi e causano fastidio ai residenti. Qualcuno dovrebbe intervenire.
- Non tollero avere turisti vicino a me.

Quali delle seguenti attività ricreative svolge in inverno in Valle d'Aosta? (Massimo 4 risposte)

- Visita a parchi/riserve naturali.
- Visita a musei/castelli/monumenti/borghi.
- Wellness (es: spa, terme).
- Shopping per le vie del centro.
- Acquisto di prodotti di artigianato locale.
- Acquisto di prodotti tipici locali.
- Enogastronomia locale.
- Lettura di piacere.
- Vita notturna (pub, discoteche).
- Eventi musicali, culturali, folkloristici ed enogastronomici.
- Altro.

In relazione al suo soggiorno, quali attività ricreative ha svolto/ha intenzione di svolgere durante il soggiorno in Valle d'Aosta? (Massimo 4 risposte)

- Visita a parchi/riserve naturali.
- Visita a musei/castelli/monumenti/borghi.
- Wellness (es: spa, terme).
- Shopping per le vie del centro.
- Acquisto di prodotti di artigianato locale.

- Acquisto di prodotti tipici locali.
- Enogastronomia locale.
- Lettura di piacere.
- Vita notturna (pub, discoteche).
- Eventi musicali, culturali, folkloristici ed enogastronomici.
- Altro.

Quali delle seguenti attività sportive svolge in inverno nel territorio indicato nella figura? (Massimo 4 risposte)

- Escursioni.
- Bike.
- Corsa.
- Trekking.
- Rafting.
- Arrampicata.
- Ciaspole.
- Sci di fondo.
- Sci da discesa.
- Sci alpinismo.
- Pattinaggio/Slittino.
- Golf.
- Tiro con l'arco.
- Altro.

In relazione al suo soggiorno, quali attività sportive ha svolto/ha intenzione di svolgere nel territorio indicato nella figura? (Massimo 4 risposte)

- Escursioni.
- Bike.
- Corsa.
- Trekking.
- Rafting.

- Arrampicata.
- Ciaspole.
- Sci di fondo.
- Sci da discesa.
- Sci alpinismo.
- Pattinaggio/Slittino.
- Golf.
- Tiro con l'arco.
- Altro.

Quanti giorni trascorrerà nel territorio sopra indicato?

Quante ore trascorrerà nel territorio sopra indicato?

Durante la sua permanenza, quante delle sue attività ricreative/sportive sono svolte o verranno svolte nel territorio indicato? (0-100%).

Quanti giorni trascorrerà in Valle d'Aosta?

### **Anagrafiche**

Dove risiede?

- Abruzzo.
- Basilicata.
- Calabria.
- Campania.
- Emilia-Romagna.
- Friuli-Venezia Giulia.
- Lazio.
- Liguria.
- Lombardia.
- Marche.
- Molise.

- Piemonte.
- Puglia.
- Sardegna.
- Sicilia.
- Toscana.
- Trentino-Alto Adige.
- Umbria.
- Veneto.

In quale comune risiede?

Quale è il suo anno di nascita?

Quale è il suo genere?

- Femmina.
- Maschio.

Quale è il suo titolo di studi?

- Licenza elementare.
- Licenza media.
- Avviamento professionale.
- Diploma di scuola media superiore.
- Diploma universitario, laurea triennale/magistrale/a ciclo unico.
- Master/Dottorato di ricerca.
- Nessun titolo.

Quale è la sua professione?

- Dirigente/imprenditore.
- Libero professionista.
- Insegnante.
- Impiegato.

- Operaio.
- Artigiano.
- Agricoltore.
- Pensionato.
- Studente.
- Non occupato.
- Altro.

Quante persone vivono abitualmente con lei?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Più di 6
- Nessun altro oltre a me.

Con quante persone si è recato in vacanza compreso lei?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Più di 6

Quante persone hanno una età inferiore ai dieci anni?

- 0
- 1
- 2

- 3
- Più di 3

Che tipo di alloggio sta utilizzando durante questo soggiorno in Valle d'Aosta?

- Casa di mia proprietà.
- Casa di amici o parenti.
- Hotel.
- B&B e case vacanze.
- Altro alloggio in affitto per le vacanze.
- Ostello.
- Campeggio/Camper/Roulotte.
- Altro.

Quante stelle ha la struttura che la ospita?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Non so/non è specificato.

Inserisca qui un commento se lo ritiene opportuno.

Powered by Qualtrics

## ALL. N.6 – Interviste in profondità

[Le interviste sono state riportate senza alcuna correzione, rielaborazione linguistica o miglioramento.]

### INTERVISTA N.1: Jean-Christophe Nigra

**Liberatoria per partecipazione all'intervista e utilizzo delle informazioni personali**

**Registrazione, trascrizione e pubblicazione del contenuto dell'intervista**

**(In conformità con il Regolamento UE 679/2016 (GDPR), i dati personali raccolti saranno trattati in modo lecito, corretto e trasparente, garantendo la riservatezza e la sicurezza delle informazioni fornite).**

Io sottoscritto/a JEAN-CHRISTOPHE NIGRA (Nome e Cognome), dichiaro di aver compreso le informazioni relative alla tesi di laurea "Ripensare il territorio della Bassa Valle d'Aosta, tra sfide ed opportunità" condotta da Novallet Alessandro Riccardo presso l'Università della Valle d'Aosta/Université de la Vallée d'Aoste.

**Scopo dell'indagine:** Somministrare alcune interviste in profondità al fine di condurre un'analisi circa la percezione individuale dell'identità e dei fattori di attrattività della Bassa Valle d'Aosta.

**Utilizzo delle informazioni:** Le informazioni raccolte durante l'intervista verranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca.

L'intervista verrà trascritta integralmente ed inserita all'interno della tesi di laurea.

Il mio nome ed il mio cognome verranno inclusi nella trascrizione dell'intervista.

**Divulgazione dell'identità:** Sono consapevole che il mio nome ed il mio cognome saranno menzionati nella tesi di laurea e che le mie risposte verranno attribuite a me personalmente.

**Diritti dell'intervistato:** Sono consapevole di poter ritirare il mio consenso e di interrompere l'intervista in qualsiasi momento. Posso anche richiedere la rimozione delle mie risposte dai dati raccolti prima della pubblicazione della tesi.

**Consenso alla divulgazione:** Con la presente, acconsento esplicitamente alla divulgazione del mio nome, cognome e delle informazioni da me fornite, sia durante la scrittura della tesi di laurea che in ambito di discussione della stessa.

Firma: 

Data: 12/09/2024

Scheda anagrafica

**Nome:** Jean-Christophe Nigra

**Data di nascita:** 31/05/1989

**Luogo di nascita:** Aosta

**Professione:** Sindaco del comune di Montjovet (dal 11/05/2015), docente di Economia Aziendale.

**Titolo di studio:** Laurea Magistrale in Amministrazione e Controllo Aziendale

**Località dell'intervista:** Montjovet

**Ambiente dell'intervista:** Ufficio del sindaco

**Data dell'intervista:** 12/09/2024

**Durata dell'intervista:** 28:34 minuti

**Intervistatore:** Alessandro Riccardo Novallet

**A:** Ok. Innanzi tutto, grazie Jean del tuo tempo, che mi dedichi per questa intervista. Prima di iniziare ti chiedo appunto il permesso di poter registrare l'intervista per poi poterla riascoltare e trascriverne il contenuto.

**J:** Grazie a te Ale, nessun problema.

**A:** Ok, partiamo. Grazie!

Allora, in che anno sei stato eletto? Questo è il tuo secondo mandato, giusto?

**J:** Sì, ehm...secondo mandato, ho iniziato a maggio 2015.

**A:** Perfetto. Che cosa significa, al giorno d'oggi, essere il sindaco del comune di Montjovet?

**J:** Ma ehm... farei un'analisi un po' più ampia, nel senso più volta ai piccoli comuni se vogliamo. Perché nella nostra realtà valdostana, che è rappresentata da un mosaico di 74 comuni, noi che siamo circa 1800 ehm... siamo nella fascia medio-alta.

Ovviamente, sugli 8000 comuni valdostani, scusa italiani, fa abbastanza ridere perché siamo... saremmo un comune molto molto piccolo.

Perché ho fatto questa premessa? Perché... ho capito, soprattutto andando avanti negli anni con l'esperienza, che ehm... fare il sindaco di un piccolo comune ti impone determinati comportamenti. Nel senso, non è solo un discorso semplice di rappresentanza che può essere quello, adesso vado nella banalizzazione, di taglio del nastro, piuttosto che vengo in comune e dico al segretario: "Fai così!" e gli uffici non li vedi neanche.

Fare il sindaco in comuni come i nostri significa essere presente... avere a che fare con gli uffici, perché quasi tutti i comuni hanno un segretario quindi, vedi, dirigente e responsabile tendenzialmente condiviso con un altro ente, quasi tutti. E ehm... questo ti pone davanti, a mio parere, ad un bivio; uno: metterti sotto e sacrificarti, ma sacrificarti con un'accezione positiva, perché uno deve farlo, deve fare l'amministratore, perché tiene al suo paese e quindi, come tante altre cose, quando uno ha una passione e tiene a qualcosa, sa che deve cedere qualcosa... ma lo fa con piacere. Oppure fare, come ho detto prima, ehm... come magari fa qualcuno, non lo so, lo faccio di... di facciata più che altro per dire che sono il sindaco.

Ehm... sono due... l'ho ovviamente banalizzata, però andando avanti con gli anni mi sono accorto di questa cosa.

Quindi, per riassumere, significa secondo me, facendo un breve elenco: essere il rappresentante di una comunità, e soprattutto della tua comunità se ti senti legato, che è fondamentale, e cercare di portare il tuo apporto per fare del bene alla tua comunità; nel breve termine, quindi gestione ordinaria, taglio erba, per dire, pulizia delle strade... a tutto il discorso di investimenti che ovviamente, a mio parere, è la cosa più affascinante di tutte perché il discorso di andare a reperire i finanziamenti, perché noi non siamo un comune che ha delle entrate ehm... proprie ehm... o comunque certo che ne ha, però ben poche perché consideriamo che su 450mila euro che incassiamo di IMU, 300mila euro più 97 e rotti vanno allo Stato, senza considerare la categoria D, quindi la cifra sarebbe molto elevata ehm... noi viviamo su ehm... reperire i finanziamenti, perché questo è.

**A:** Ok. Quali sono le problematiche più rilevanti che fronteggi nell'amministrare questo comune? Forse, in parte, qualcuna me l'hai già citata...

**J:** Esatto! In effetti non ho.... Non ci ho fatto caso, un *match* l'ho fatto ma ehm... le problematiche forse sono legate più che altro a... agli imprevisti forse sul personale. Personale intendo il *turnover* di personale. Considera che io sono entrato qua e c'erano 15 dipendenti... adesso sono 1,2... non contiamo il segretario... 3,4,5,6... 7,8,9,10. Ma non è tanto la quantità, perché secondo me è importante la qualità, adesso per fortuna in quantità siamo messi bene e anche di qualità ehm... anche i nuovi entrati, insomma, qualcuno con più difficoltà, qualcuno meno, però pare che ci sia la buona volontà... il discorso è che, sempre in un piccolo comune, il fatto che la ragioniera storica, il tecnico storico o quant'altro vadano via... può...può crearti dei problemi. Quindi le problematiche, secondo me, sono più che altro sul discorso di gestire bene il personale... sia quando ce l'hai, sia quando manca.

**A:** Ok...

**J:** Anche per il segretario, scusa. Perché noi siamo... visto che il nostro segretario ha avuto dei trascorsi imposti dall'alto complicati... sugli ambiti ottimali... poi adesso il nostro segretario è in maternità e abbiamo un supplente che viene un giorno a settimana... e mi collego a prima, se non siamo noi amministratori che cerchiamo di dare una mano e mettere un po'... metterci dentro un po' noi di testa ehm... non facciamo niente!

**A:** Cosa significa, per te, il termine Bassa Valle e quale porzione di territorio include?

**J:** Ma allora ehm... noi ce lo siamo detti prima, la Bassa Valle è da Montjovet in giù. Ehm... al di là della definizione ufficiale, però... a mio parere è proprio da Montjovet in giù. Qualcuno ti dice: "dalla *Mongiovetta* in giù!", però... io scindere un paese, tra l'altro il paese in cui sono nato e cresciuto e quant'altro ehm... no!

E, con il punto 5 [Quale porzione di territorio include la Bassa Valle?], intendo anche tutta la Val d' Ayas e tutta la Valle del Lys.

**A:** Ok, quindi anche le vallate.

**J:** Anche le vallate!

**A:** Perfetto! Potresti descrivere il tuo legame con questo luogo?

**J:** Mah... allora... io lo collego, beh in primis con il mio comune, con quanto detto prima. Poi io lo vedo anche nelle piccole cose, vedi riunioni al CELVA o quant'altro... c'è una sorta di... come dire... non so se sia un fatto di conoscenze, perché ovviamente ti conosci di più... però la sensazione è che ci sentiamo un po' più legati ehm... in quella che appunto è chiamata Bassa Valle. Cioè... me la sento abbastanza mia.

E adesso io non so se anticipo qualcosa, però ehm... la sensazione che ho sempre avuto... in verità non solo io... è che, per dire, dall'Alta Valle siamo sempre stati un po' *snobbati* noi. Ma io non so se è un discorso di alto, basso, perché... con un assessore regionale anni fa ehm... relativamente al Cammino Balteo aveva proprio detto: "Non lo chiamiamo... il Cammino Balteo non chiamiamolo Bassa Via, perché Bassa Via è un discorso di *marketing*", quant'altro... io onestamente non la dividevo come cosa però, evidentemente, questo assessore che è dell'Alta Valle... conferma un po' quello che ho detto. Che siamo forse considerati di serie B dal lato Nord-Ovest, più che altro Ovest, della Valle.

**A:** Ok, grazie. Poi... Quali sono le caratteristiche uniche della Bassa Valle che ti colpiscono?

**J:** Beh, la cosa secondo me fondamentale ehm... al di là del patrimonio storico e culturale che abbiamo che quello, per fortuna, è comune in tutta la Valle d'Aosta e... e noi non è che siamo... siamo da meno.

È ovvio ehm... ci sono delle località, ma stiamo parlando di realtà proprio diverse tipo Courmayeur che, insomma non sono paragonabili... al di là dei numeri anche come tipologia se vogliamo... e... però, la cosa piuttosto fondamentale è, da un lato, anche se sembra strano, un discorso di accessibilità o, meglio, collegamenti; soprattutto la nostra area qua.

La cosa comoda è che... ed è una delle cose che mi ha stupito di più quando sono diventato sindaco, sono andato a vedere gli incassi delle imposte di soggiorno e quindi delle presenze.

Montjovet ha, e aveva, una media, più o meno eh, di presenze che va dai 10mila ai 12mila all'anno. Che, ripeto, per un comune come il nostro è tanta roba... se io mi avvicino anche solo ai comuni limitrofi, anche solo Verrès... Verrès non si avvicina minimamente. Qua c'è una forte presenza di strutture ricettive.

Perché ho fatto questo discorso? Perché io trovo che in questa parte qua e quindi anche, secondo me, la parte più in basso, più a Sud, sia ehm... considerata... e potrebbe ancora essere considerata di più, come una sorta di *carrefour*.

Quindi il discorso è: io arrivo... io magari non mi posso permettere di andare a villeggiare o stare in vacanza, settimana bianca o *week-end*, quello che vogliamo, boh... a Gressoney piuttosto che Brusson o Ayas. Però ho la macchina, vado a vedere... ah... da Montjovet in giù ci sono dei posti che mi costano decisamente meno... preferisco andare lì e fare mezz'ora di macchina, quindi un'ora andata e ritorno, tutti i giorni e... secondo me questa è una cosa piuttosto importante, nel senso che tanto noi non possiamo pretendere di avere, non lo so io, le piramidi o piuttosto che. Quindi bisogna cercare di sfruttare quello che abbiamo e una caratteristica importante, secondo me, è la posizione rispetto ai comuni... della nostra Area Interna, quindi la nostra... in quelli che chiamano i comuni più turistici, ma anche solo Valtournenche. Alla fine, questo è.

**A:** Sì, questo te lo confermo perché... lavorando... avendo lavorato tanti anni nel settore del turismo... molti turisti dicono che scelgono Montjovet, proprio anche in inverno, per non vincolarsi in una località turistica magari anche in montagna e per avere la possibilità ogni giorno di spostarsi.

**J:** Esatto, esatto! E quindi, forse, ho risposto anche alla 8? [Quali sono i punti di forza di questo luogo?].

**A:** Esatto, abbiamo già risposto anche alle 8! Quindi mi confermi che, secondo te, i punti di forza sono prevalentemente quello legato al patrimonio storico-culturale ed alla posizione geografica.

**J:** Esattamente, esattamente.

**A:** Ok, va bene. E quali sono, invece, i punti di debolezza della Bassa Valle, ad oggi?

**J:** Eh, allora... ehm... una cosa che forse accomuna anche un po' tutta la Valle, o buona parte, è il discorso dei trasporti. Perché prima ho fatto un bel discorso che va bene, però... è ovvio che è un discorso che vale se hai la macchina. E invece, se non ce l'hai, è complicato. Per la carità, sempre con i soldi, tanto delle Aree Interne è stato potenziato... sono stati potenziati dei servizi... vedi quello che porta, nella bella

stagione, a Champdepraz Mont-Avic, piuttosto che a Coumarial Fontainemore... e va bene tutto... però, onestamente, non la trovo neanche una cosa sostenibile il fatto di dire... non so... incrementiamo le corse... cioè, o viene studiata molto bene però, sennò, la vedo quasi come un bagno di sangue. Perché sì, io posso anche dire: “Ah, che bello, metto la navetta che passa ogni mezzora e parte da qui davanti e va tutti i giorni ad Ayas”, quindi stiamo parlando di una ventina di corse, quello che è. Però, poi, quanto viene sfruttato? Quindi... sarebbe un tema interessante, però va veramente studiato come si deve e di... temo di difficile risoluzione.

Secondo me il principale punto di debolezza è il...

**A:** Quello legato ai trasporti...

**J:** Quello dei trasporti!

**A:** Ok. Come è cambiata la tua percezione di quest'area nel tempo? Se è cambiata, ovviamente.

**J:** Mah... più che altro forse ad un livello personale/gestionale. Cioè, non so se è inerente ma lo dico lo stesso. Ehm... quanto entri in amministrazione e vuoi ehm... capire come funziona e quant'altro, ti rendi conto di come funzionano le cose. Quindi, magari, da quello che uno può chiamare il cittadino medio se vogliamo... dice: “Ah ma questo posto... ah ma quella roba dovrebbe essere così, bisognerebbe fare così e quant'altro” ... quando poi tu entri dici: “Ah, beh... ma quell'area è così perché c'è un motivo”. Perché non ci puoi mettere le mani, perché tutta una serie di perché. Quindi, a livello personale mio non è cambiata. Nel senso che io mi sento comunque legato. A livello, comunque, invece di ehm... vogliamo dirlo? Interventi e quant'altro, adesso non parlo solo di Montjovet, però negli anni... negli anni è cambiata.

**A:** Perché hai acquisito una consapevolezza legata proprio...

**J:** Mah, in verità ci sono due accezioni. Uno dal punto di vista di interventi realizzati ma, ripeto, non a Montjovet, adesso... non è che voglio portare l'acqua al mio mulino, ma in generale... però proprio anche sul lato... non so come definirlo... sul fatto che ehm... se tu guardi una cosa da un altro punto di vista, un po' ti fa cambiare quella che appunto è la tua percezione.

**A:** Certo. Hai notato dei cambiamenti di tipo culturale nel tempo?

**J:** Mhmm... ni...ho trovato... visto che forse tu sei più del settore qua... che la Via Francigena ha fatto tanto, perché dal... tra l'altro più o meno eh, perché ehm... è un po' partito il tutto intorno al 2000, più o meno quando ho iniziato io... è iniziato prima, ovviamente, e poi forse è più maturato dal 2016/2017. Il fatto che passino molti turisti, perché ne passano veramente un sacco soprattutto nella... adesso, autunno e poi primavera, inverno forse un po' meno... il fatto che, come al solito, tu hai a che fare con più persone, anche indirettamente... avere a che fare con più persone indirettamente vuol dire: io sono qua, vado a comprare... a bermi il caffè e a prendere il pane. Vedo che c'è un plotone di gente che passa, non una volta... lo vedo che passano abbastanza sovente ehm... qualcosina, secondo me, può aver aiutato. Sul resto, non saprei molto ehm... la cosa davvero che forse ho notato di più è questa e... un po' di attenzione sul discorso manutenzione di quelli che sono i sentieri.

Dico solo sentieri non in generale perché, molto banalmente, i rifiuti... uno può puntare il dito su qualsiasi istituzione o... cittadino ecc... però su alcune cose, secondo me, siamo un po' indietro perché... noi non possiamo neanche pretendere ehm... cioè, se vogliamo progredire dobbiamo... progredire inteso prima singolarmente e poi possiamo progredire tutti. Perché sul discorso dei rifiuti, se noi ehm... dappertutto questo... ci troviamo... ci sono sempre le stesse persone che buttano i sacchetti o quant'altro... poi non posso neanche lamentarmi che magari il territorio è sporco e poi, peggio ancora da un lato, il turista viene... tanto basta poi una cosa eh... basto io turista che arrivo e vedo un sacchetto lì e... le solite cose...

**A:** L'immagine è già compromessa.

**J:** Sai le cose tipo Napoli... ste cose... sti *cliché* un po' ehm... particolari. Quindi, secondo me, da un lato sì, ma da tanti altri lati non penso tanto.

**A:** Ok, grazie. Allora, come pensi che sia percepita quest'area dai residenti?

**J:** Mah. Allora... ehm... forse divisa in due fasce. Quelli tipo me, nel senso come ho detto prima, che mi sento legato e... a me piace, nel senso... io sono contento di abitare qua. Dovessi avere la scelta e mi dicono: "Vai ad abitare a boh...Milano!" ... No! Cioè, se ci sono motivi di lavoro e quant'altro se ne parla, ma sennò... no, onestamente. E... e invece quelli che se la sentono... se la sentono stretta! Ma è un po' il discorso che

facevamo prima... che il giardino del vicino è sempre più bello. È abbastanza da essere umano il fatto di dire... di lamentarsi.

Poi, come mi è successo, tra l'altro ieri, con una persona che è andata via da un posto di lavoro, mi ha proprio detto: "Ah, prima io mi lamentavo di una serie di cose di dove ero... adesso sono andato da un'altra parte e... apriti cielo!".

**A:** Magari ancora peggio...

**J:** Ma, mi ha detto: "Li si stava non bene, di più!". Quindi forse è legato anche un po' alla 11 [Hai notato dei cambiamenti di tipo culturale nel tempo?] sul discorso di apertura e di conoscenza di... di vita, se vogliamo.

**A:** Ok. E invece, come pensi che sia percepita, sempre l'area della Bassa Valle, dalle persone che vengono da fuori? Quindi turisti e visitatori?

**J:** Mah. Secondo me, in generale... sempre, vabbè, poi non è che sono tutti uguali e siamo tutti uguali... secondo me meglio! Cito un esempio e poi cerco di parlare più in generale. La nostra frazione del Grand Höel.

Nella frazione del Grand Höel ci sono... c'è una struttura ricettiva, c'è un *Bed and Breakfast*, e i residenti che stanno lì tutto l'anno sono 4 se non sbaglio... 4 sì, dovrebbero essere. Tutti gli altri sono dei villeggianti provenienti da Vercelli e dintorni, qualcuno Milano. Loro si sono innamorati di... non dico solo del Grand Höel nello specifico, ma di tutta l'area. Ma perché? Perché ehm... hanno trovato questo posto che, per loro che arrivano dalla città... sembra di essere altroché Courmayeur o Cogne... e... e se lo sono coccolato. Se lo sono coccolato vuol dire che si sono messi lì loro a sistemare delle cosine... delle piccole cose fino ad arrivare a dire: "Sistemiamo la chiesetta, la cappella del villaggio!". E... lo sentono... qualche villeggiante sente più quest'area casa propria che quelli che la abitano sul serio.

E come succede lì, succede anche in altri posti perché... questa cosa io ogni tanto lo dico... la dico a dei miei colleghi e a qualcun altro perché comunque fa piacere, ecco. Infatti, quando riesci a... a venirgli incontro in qualche maniera... lo faccio volentieri ma per il motivo che ho appena detto. Quindi, per chiudere, alla fine della fiera secondo me, davvero, ci sono forse più affezionati quelli che vengono da fuori... perché noi tendiamo... diamo per scontato delle cose perché le vediamo tutti i giorni. Anche solo il fatto di arrivare in autostrada e vedere le montagne a destra e a sinistra per noi è

normale... chi abita in città... io ho un matrimonio di un amico sabato e viene delle gente che abita in... parecchi sono in città e qualcuno... un po' di gente in zone dell'Argentina, però in zone non montane, e... e sono arrivati l'altro giorno e lo sposo mi ha detto: "Questi qua sono arrivati, hanno visto tutte queste montagne che noi diamo per scontate ma... per qualcuno sono... già solo quella è un'attrazione!".

**A:** Certo! Va bene... allora, secondo il tuo punto di vista, c'è del potenziale turistico ancora inespresso o poco valorizzato in Bassa Valle?

**J:** Partiamo dal discorso che si può sempre fare meglio. E... certo! Certo, intendo... partiamo banalmente dalla valorizzazione dei siti che abbiamo.

Adesso forse lo incentro troppo su Montjovet, però sono stato per l'ennesima volta in Assessorato per il castello di Saint-Germain che è uno dei manieri più importanti della Valle d'Aosta... ma non lo dico per amor di patria, lo dico perché quando passi in Valle d'Aosta ci sbatti contro... e... quello è uno dei siti che risulta, di fatto, abbandonato. Quindi, qualcosa si può fare sicuramente. Non so quantificare il livello di raggiungimento dallo 0 al 100% quanto manca... ehm... però si può sicuramente partire dal discorso... vabbè andare a vedere il discorso di cui parlavo prima dei trasporti, anche se è complicatissimo, e poi valorizzare un po' più di 0 il patrimonio ancora non valorizzato o pochissimo valorizzato che abbiamo in queste aree... ma che può essere anche il Castellaccio di Pont-Saint-Martin. Lo so che anche quello è un rudere, più rudere del nostro... però sono delle cose... io ho visto che, delle volte, basta anche solo, non lo so... una targhetta sul sito.

Forse manca un po' di attenzione al dettaglio, non dappertutto, però... perché delle volte... ah, abbiamo la pancia piena e... va bene così, ecco.

**A:** Ok. Questa domanda è un po' difficile...

**J:** Eh, lo so...

**A:** Se dovessi immaginare un nome alternativo o d'*appeal* turistico per l'area che comunemente chiamiamo Bassa Valle, a che nome penseresti?

**J:** Allora, questo per il progetto NODES... è... nelle riunioni che abbiamo fatto è una domanda che è stata ricorrente e, tra tutti, onestamente, cioè davvero non saprei dare una risposta... perché da un lato dico: beh, se storicamente si è sempre chiamata Bassa

Valle... perché no? Dall'altro lato dico: come dicevamo prima... forse non ha... dal punto di vista del *marketing* non ha *appeal* come nome e... quindi potrebbe essere giusto ehm... pensare a qualcos'altro.

Tra le cose che erano uscite era... è uscito qualcosa in inglese tipo... relativo ai cancelli, alle porte della Valle d'Aosta, una roba del genere mi sembra di ricordare. Però io sono davvero in difficoltà. Perché davvero io il Cammino Balteo l'avrei chiamato Bassa Via. Perché l'Alta Via e Bassa Via sono tutte e due vie e si pubblicizzano l'una con l'altra se vuoi.

**A:** E quindi, provando a rigirare un po' la domanda, dal tuo punto di vista non è una priorità così fondamentale quella di cambiare il nome dell'area? Cioè, secondo te potrebbe anche essere mantenuto questo nome?

**J:** Perché no?

**A:** Ok. In riferimento al futuro, come pensi, o come ti auguri, che possa diventare quest'area?

**J:** Mah. Prima si parlava di discorso industriale... perché discorso industriale? Perché penso anche un po' al discorso della denatalità, è vero che è la guerra dei poveri eh... perché vuol dire che... cioè la denatalità non c'è solo in Valle d'Aosta, c'è in tutta Italia e non solo in Italia. Però, visto che abbiamo delle aree che sono abbandonate... e sono state abbandonate da dopo il boom e quant'altro... forse, così a brucio e senza stare a pensarci troppo... potrebbe essere positivo il fatto che qualche gruppo, azienda o come vogliamo chiamarlo, torni ad investire qui, portando della gente. Portando della gente vuol dire cercare di non abbassare troppo la popolazione sostanzialmente e, perché no, portare un qualcosa di... una ventata di nuovo se vogliamo e... e questo. Oltre a quello che ho detto prima ovviamente del discorso del patrimonio valorizzato.

**A:** Ok. Quindi questa a domanda abbiamo già risposto [Quali cambiamenti positivi ti augureresti?].

**J:** Ah, si...

**A:** E invece quali sono i cambiamenti negativi che temi di più, per il futuro?

**J:** Ah, il primo è quello che ho detto prima, della denatalità. Perché lo vediamo già solo dalle scuole. Noi, banalmente, siamo passati dall'averne un...un totale in tutto... perché nel 2021... o 22... 21 mi sembra, abbiamo chiuso una scuola... vabbè, quello da un lato siamo partiti da un discorso ehm... più che altro strutturale, per poi aprire gli occhi e vedere quante persone c'erano, quanti erano i nati e... a chiuderla...a chiudere il plesso e arrivare solo ad un plesso. Quindi, un totale di 150 iscritti e adesso non arriviamo a 100. O meglio, 85, 86... che è quasi la metà! Quindi è parecchio... è veramente tanto, e questa è la cosa che mi...

**A:** Preoccupa di più!

**J:** Sì, sì sì sì...

**A:** Ok. Ultima domanda... per concludere, come definiresti, ad oggi, l'identità della Bassa Valle?

**J:** Ehm....

**A:** Questa è un'altra domanda difficile!

**J:** Difficile... ma collego a quello che ho detto prima delle porte della Valle d'Aosta. O meglio, tu per andare... venire in Bassa... scusa, in Valle d'Aosta, quindi i Cogne e Courmayeur di turno, qua ci devi passare. Quindi, secondo me, noi siamo un passaggio obbligato. E... questa è un'ottima cosa. E... non so bene come rispondere alla... ehm... alla Bassa Valle, ma... cioè noi siamo veramente un passaggio obbligato, tu da qui devi passare, punto. Che sia a piedi, Via Francigena, che sia in macchina, in treno, vabbè adesso di treno non ne parliamo... ma in qualsiasi caso qua ci... ci devi passare. So che non ho proprio risposto... non so come...

**A:** No... un'identità del territorio legata... ancora una volta prevalentemente alla sua posizione, quindi al fatto che è un... un'area di transito obbligatoria, necessaria.

**J:** Esatto. Secondo me sì, la posizione è veramente importante.

**A:** Ok, va bene... perfetto. Grazie...

**J:** A te!

**A:** Ti ringrazio ancora per il tuo tempo e per... per la disponibilità!

**J:** A te, Alessandro.

**A:** Grazie Jean!

**J:** Di niente!

## INTERVISTA N.2: Fiorenza Cout

**Liberatoria per partecipazione all'intervista e utilizzo delle informazioni personali**

**Registrazione, trascrizione e pubblicazione del contenuto dell'intervista**

**In conformità con il Regolamento UE 679/2016 (GDPR), i dati personali raccolti saranno trattati in modo lecito, corretto e trasparente, garantendo la riservatezza e la sicurezza delle informazioni fornite).**

Io sottoscritt/a Fiorenza Cout (Nome e Cognome), dichiaro di aver compreso le informazioni relative alla tesi di laurea "Ripensare il territorio della Bassa Valle d'Aosta, tra sfide ed opportunità" condotta da Novallet Alessandro Riccardo presso l'Università della Valle d'Aosta/Université de la Vallée d'Aoste.

**Scopo dell'indagine:** Somministrare alcune interviste in profondità al fine di condurre un'analisi circa la percezione individuale dell'identità e dei fattori di attrattività della Bassa Valle d'Aosta.

**Utilizzo delle informazioni:** Le informazioni raccolte durante l'intervista verranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca.

L'intervista verrà trascritta integralmente ed inserita all'interno della tesi di laurea.

Il mio nome ed il mio cognome verranno inclusi nella trascrizione dell'intervista.

**Divulgazione dell'identità:** Sono consapevole che il mio nome ed il mio cognome saranno menzionati nella tesi di laurea e che le mie risposte verranno attribuite a me personalmente.

**Diritti dell'intervistato:** Sono consapevole di poter ritirare il mio consenso e di interrompere l'intervista in qualsiasi momento. Posso anche richiedere la rimozione delle mie risposte dai dati raccolti prima della pubblicazione della tesi.

**Consenso alla divulgazione:** Con la presente, acconsento esplicitamente alla divulgazione del mio nome, cognome e delle informazioni da me fornite, sia durante la scrittura della tesi di laurea che in ambito di discussione della stessa.

Firma: Fiorenza Cout

Data: 14/03/2024

Scheda anagrafica

**Nome:** Fiorenza Cout.

**Data di nascita:** 01/05/1958

**Luogo di nascita:** Issogne

**Professione:** Guida turistica

**Titolo di studio:** Laurea in Lettere

**Località dell'intervista:** Issogne

**Ambiente dell'intervista:** Abitazione dell'intervistata

**Data dell'intervista:** 14/09/2024

**Durata dell'intervista:** 1:23:56 minuti

**Intervistatore:** Alessandro Riccardo Novallet

**A:** Eccoci. Allora, innanzitutto grazie mille Fiorenza per il tuo prezioso contributo, e prima di iniziare ti chiedo il permesso di registrare l'intervista, così che io possa avere l'opportunità di riascoltarla e trascriverne il contenuto.

**F:** Certamente, ringrazio per avermi presa in considerazione.

**A:** Grazie mille.

Allora, cominciamo. Allora, di che cosa si è occupata in passato e che cosa fa attualmente?

**F:** Eh... mi sono occupata di tante cose, anche legate agli studi che ho fatto, e ho sempre lavorato molto sul territorio.

I miei studi mi hanno portato ad andare fuori dalla Valle, prima a Torino e poi a Roma, poi ho lavorato in alcune sovrintendenze, perché mi sono laureata in Archeologia.

Poi avevo iniziato una specializzazione in Antropologia, che non ho sostenuto poi la tesi... la cosa finale... ma, sinceramente, questo mi ha permesso poi, quando sono

ritornata a vivere in Valle, di occuparmi di ricerca etno-antropologica, comunque, perché le basi ce le avevo.

E ho fatto, e sto facendo, perché non è che questa cosa l'ho lasciata perdere... sto facendo da più trent'anni, raccolgo materiale legato alla memoria orale sui metodi di cura, *les soins*, in pratica.

Perciò mi sono occupata di formule di guarigione, che qui chiamiamo, in Bassa Valle, *Prejires* e in Media-Alta Valle *Le Secret*, mi sono occupata di *Rabeilleur*, mi sono occupata di Santi, mi sono occupata di piante... e le piante sono il mio grande amore. Le erbe, le erbe che curano, le piante... perché non ci sono solo le erbe, ci sono anche le piante che curano.

E, praticamente, ho raccolto materiale della memoria orale incontrando le persone di tutta la Valle. Io non ho mai avuto... non ho mai scelto un territorio, praticamente ho raccolto in tutti i paesi della Valle. E la cosa che mi aveva molto stupita, quando nel '93 ho iniziato questo... questo lavoro, è che quando intervistavo le persone anziane, erano sempre un po' reticenti, dicendomi... perché io raccoglievo le interviste in *patois* perché, per me, la lingua è quella... la lingua con la quale viene trasmesso qualcosa è la lingua madre, per noi...

**A:** Il *patois*!

**F:** La lingua madre è il *patois*, il francoprovenzale che parliamo qui in Valle. Poi, quando le persone non parlavano *patois*, non erano *patoisant*... ho raccolto in italiano, ho raccolto anche in francese. Questo dipendeva un po' dal... però poco, poco quel materiale.

Tutto questo materiale è stato consegnato al B.r.e.l, al *Bureau Ethno-Linguistique*, ed è tutto, penso, in questo momento raccolto a Saint-Nicholas, se... se non erro.

E... queste persone mi avevano colpita perché, soprattutto le persone anziane mi dicevano “*ma t'a pa fata de no demandé s'en ecchie? T'a pa fata? I'et lo médehin, i'et la famarcie, i'et le medeceunne*”. E invece, per me, rimaneva raccogliere la memoria orale come qualcosa di una base da cui partire, perché... io vengo da una tradizione dove ho avuto una nonna che mi ha insegnato tutte le piante che lei utilizzava, praticamente tutto quello che c'era a disposizione, e me le ha tutte trasmesse in *patois* queste conoscenze. Mia mamma ha continuato, perciò io ero forte di questo bagaglio alle spalle.

La cosa che mi colpiva è che queste persone mi dicevano: “Ma cosa ci vieni a chiedere? Perché vuoi sapere queste cose?”.

Ho trovato molta più apertura e molta più disponibilità con le persone di trenta, quarant'anni più giovani. Quando andavo dai settanta a salire, ho proprio notato come le persone mi dicevano: “Guarda eh, svegliati! C'è una medicina ufficiale, c'è la medicina allopatrica, c'è l'ospedale, ci sono i medici di famiglia, c'è la farmacia, ci sono i farmaci...”.

Perciò, la cosa mi aveva molto stupita. E questo mi ha fatto proprio continuare quello che... che continuo a fare anche oggi, che è quello di ehm...

Siamo nel '99 quando, a fianco di... poi ho fatto anche altri lavori per vivere eh... ho insegnato come docente esterno, oggi non c'è più l'abitudine di organizzare i corsi di aggiornamento, ma io ho insegnato a molti insegnanti, sia di scuole elementari, che medie e superiori, a conoscere il territorio della Valle e la storia locale.

E poi accompagnavo, essendo anche guida turistica conosco la mia realtà e perciò, poi, tutto quello che raccontavo dal punto di vista più teorico andavamo a vederlo sul territorio e... capire, leggere un territorio. Quello che a noi manca, è la capacità di leggere un territorio. È un po' questo.

E le persone che, in questi anni, con questi corsi che io poi, con pazienza, tutti gli anni dal '99 organizzo... sanno che quando fanno con me delle uscite sulle piante, io lavoro sul territorio. Perciò, se c'è un'edicola votiva, c'è una cappella, c'è una testimonianza, c'è un sentiero che porta a... non so, ad una testimonianza più antica, ad un masso a coppelle, no? Queste cose... io spiego questo... faccio entrare un po' nel... in quella che è la conoscenza di un luogo dove si vive. Quello che a noi manca è la conoscenza di un luogo dove si vive.

Viviamo, ma siamo un po' come... è vero che noi siamo ospiti sulla Terra, però possiamo essere ospiti sulla terra in modo consapevole o... così, lasciandoci un po' vivere e trasportare dal tutto.

Se io sono consapevole e sono radicata nella mia cultura, lì rimango... e, ovunque vado, anche se viaggio, anche se viaggio in Italia, anche se viaggio all'estero... io ho gli stessi occhi e le stesse basi, le stesse conoscenze per leggere quello che vedo.

A: Grazie...

F: E poi, adesso non... continuo ad organizzare corsi, perché *les soins* e i metodi di cura della tradizione, per me, sono sempre di grande interesse. Non ho mai disdegnato la cultura ufficiale, perché mi dà delle basi... mi dà delle basi, no?

A: Certo!

F: Ma... la cultura... io rimango del parere che la cultura dotta è limitata. Perché è una cosa teorica e limitata nel suo contenuto.

La tradizione e le differenti tradizioni che io incontro intorno a me, invece, hanno un'apertura e vanno... e viaggiano nel tempo. Per cui, qui in Valle, noi abbiamo ancora dei culti che risalgono al periodo preromano. Questo per me è la tradizione. La tradizione non è la festa del *Teteun* o della *Fiocca*... la tradizione, per me, è conoscere e, attraverso anche la storia, unire queste cose.

Poi, ad un certo punto della mia vita, ho anche insegnato... sono stata anche la tua insegnante di italiano e storia... ho anche insegnato e ho amato molto insegnare, perché l'insegnamento ed il trasmettere, per me, è un qualcosa che lo sento... che mi...

A: Che ti appartiene!

F: Che mi appartiene! Io ho sempre bisogno di raccontare e di trasmettere qualcosa.

Poi ho lasciato la scuola, perché non riuscivo ad entrare in quelle che erano le regole, in quella che era la burocrazia. Non riuscivo ad entrare in quelle che erano delle cose dettate dall'alto... dove mi si diceva: "Non puoi dire questo, non puoi dire quello...". Io... penso che la cultura non ha confini. E, di conseguenza, nessuno viene a dirmi dove io posso o dove io non posso dire. Nel senso che, se io ho conoscenza, la trasmetto.

Magari può non piacere, la conoscenza... avere conoscenza, in questo momento storico, non piace. Perché la conoscenza rende liberi... è l'unica cosa che rende liberi. E poi la morte rende liberi, perché abbandoniamo questo... questo corpo che invecchia e... anche quella rende liberi.

E... adesso mi occupo di tutt'altro.

Io nel 2017 ho lasciato la scuola, e... forte di queste mie conoscenze sulle piante, ho pensato di occuparmi... di aiutare le persone a riconnettersi con quello che sono le conoscenze passate, e mi sono occupata... ho fatto della formazione con delle tecniche anche di... quella che è la riflessologia, ho fatto una formazione a Toulouse in

riflessologia endonasale, ho fatto una formazione di sofrologia e, adesso, uso queste tecniche per aiutare le persone a... aprire la loro anima a se stessi e... non solo a curare il corpo, ma curare anche l'anima. Perciò, quello che sto facendo in questo momento, è aiutare le persone in questo cammino, andando verso quello che accennavo prima... il bello, il buono e l'etica.

**A:** Perfetto, grazie... grazie davvero. Allora, in quale comune risiede attualmente?

**F:** Risiedo ad Issogne, nella frazione *Fleuran*.

**A:** Ok.

**F:** Lo sottolineo, ma spiego perché lo sottolineo. Perché Issogne e *Fleuran*...c'è sempre stata una diatriba. Tutto quello che... ancora adesso c'è questa cosa, no? Quelli di *Fleuran* sono considerati dei poverini... difatti qui ci chiamano "*Isse de la revire*". I giovani non sanno più questa cosa... *la revire*, la riviera... perché *Fleuran* prende il sole tutto l'anno.

Se andiamo all'età romana, qui c'erano i *vergers*. C'era la zona coltivata della villa romana che... sotto il castello di Issogne sono state trovate le tracce. Perciò, tutta la zona coltiva era in questa zona qua, che andava da *Fleuran* e *Favà*... la zona che prende più sole, lungo la Dora, pianeggiante e facile da coltivare. Era la zona, diciamo così, proprio dei *vergers* e di... quello che produceva.

Perché Issogne, per tre mesi, rimane... siamo all'*envers* e rimane privo di sole.

Questa cosa che, dove c'è l'attuale cimitero di Issogne, c'era un castagno... separava un po'. Era il confine tra Issogne e *Fleuran*. Perciò, quelli che andavano... i poverini di *Fleuran* che andavano a scuola ad Issogne, quando oltrepassavano il castagno potevano essere picchiati, malmenati, offesi... quelli di Issogne che oltrepassavano il castagno verso *Fleuran* potevano essere...

**A:** Allo stesso modo...

**F:** Picchiati, malmenati e offesi. Stesso identico modo! Però c'è sempre stato... e ancora adesso... se si fa una cosa a *Fleuran* quelli di Issogne non partecipano. E c'è sempre questa cosa, e io su questo ci gioco, faccio battute... ogni tanto mi dicono: "Tu sei partigiana!". "Vedrete che riuscirò a fare il comune a *Fleuran*!" Dico quando... sai, perché, siamo quattro gatti, no? Non è che possiamo...

Comunque, a parte le battute che posso fare, c'è una ragione storica.

*Fleuran, Favà e Mure*, appartenevano al feudo dei *De Torillia*, che dipendevano dai signori *De Verretio* prima e poi dagli *Challant*.

Questo territorio non era del feudo di Issogne. Perciò, a *Fleuran, Favà e Mure*, si parla anche un *patois*...

**A:** Diverso...

**F:** Che non è lo stesso *patois* di Issogne. Un comune e una frazione! No? Sembra assurdo, ma non è lo stesso *patois*.

Ma non avendo conoscenze e radici storiche, quando noi non capiamo le cose, non amiamo o odiamo... rifiutiamo. Nel momento che tu le conosci, le integri e... per me, non c'è nessun problema. Rimane il fatto che c'è ancora adesso, anche se ci sono giovani generazioni... rimane questa cosa che *Fleuran* non fa parte di Issogne. E, sinceramente, noi non ci sentiamo parte di *Issogne*! Perché è come se... c'è una specie di difesa naturale. E anni fa, quando un collega che insegnava a Verrès ha trovato casa a *Fleuran*... questo signore veniva da fuori valle... mi ricordo di aver fatto una battuta, e lui mi aveva guardato e mi aveva detto "Ma sei un po' terribile, eh?". E io faccio: "No, io non sono... è il comune di Issogne, ma io sono di *Fleuran*!". Avevo sottolineato questa cosa. Quando è venuto a vivere qua che ha trovato casa a *Fleuran*, un giorno viene qua a trovarmi, perché voleva vedere anche i fiori di mamma, e mi dice: "Ma è incredibile... voi siete un altro mondo!".

Allora, è vero che c'è il Sole tutto l'anno. E il Sole è un aiuto. La mancanza di Sole modifica molto il carattere delle persone. Perciò il Sole è qualcosa di fondamentale per l'essere umano.

Ecco perché quando ci hanno chiuso in casa durante quel periodo che hanno chiamato con un termine inglese che io non approvo... *lockdown*... non mi piace, perché tutto quello che è inglese forse non mi piace anche per quello... ci hanno tolto il Sole, ci hanno tolto la luce, ci hanno tolto qualcosa che faceva bene a noi.

E... di conseguenza, se io conosco la storia, io integro. Poi posso fare la battuta...

**A:** Certo!

**F:** Ciò non toglie che io non ho niente... dal mio punto di vista non ho niente.

Però rispetto molto il mio *patois*. Perché il mio *patois* è più musicale, è meno chiuso. E... e ha molti termini in comune con il *patois* di Arnad, il *patois* di *Fleuran*, *Favà* e *Mure*. Perché era un po' il *patois* parlato dai *De Torillia*, parlato a Verrès... è un *patois* diverso, cambia tutto. Per esempio, nonna diciamo “*la Granda*” ... ad Issogne dicono “*la Groùsa*”. Il nonno diciamo “*lo Grand-Papà*”, e loro dicono “*Lo Groù*”.

Perciò cambia, c'è proprio...è qualcosa di forte, di sentito.

Perciò sottolineo... per quello che sottolineo che sono di Issogne, comune di Issogne, ma io sono nata anche qua... questa casa qua. Fiera, eh...

A: Quindi mi conferma che ha sempre vissuto qui?

F: No, io ho vissuto... ho vissuto anche in mezza Italia. Ho vissuto a Torino, ho vissuto a Roma, ho vissuto per un periodo a Firenze, per un periodo a Genova... quando poi lavoravo per le sovrintendenze mi... mi spostavo, ero sempre... Sì, ho vissuto anche fuori Valle, sì.

Ma, naturalmente, sempre legato a studio e lavoro eh... non legato ad una passione.

A: Ok. Allora, che cosa significa, per lei, il termine Bassa Valle?

F: È un territorio che, dal punto di vista geografico, viene chiamato Bassa Valle e sul quale io ho sempre molto giocato.

Perché *en Veulla*... quando andavo *en Veulla* a lavorare... ad Aosta...

A: Sì...

F: Ogni tanto mi dicevano: “Ah, voi...” con questo gesto un po', no? Come di rifiuto... “Voi della Bassa Valle...”, no? E io, un giorno... mi chiedono: “Allora, dove vai in vacanza quest'anno?” e io: “Al Sud!”. “Ah, sì? Dove? In quale regione?”. “Mah, in terronia, in generale...”. “Ma in quale regione vai? Sicilia, Calabria?”. “Ma no! A *Fleuran*, dove abito! Io in vacanza non ci vo'... vivo a *Fleuran*”.

E allora poi mi guardavano un po' così, come a dire: “Ma cosa fai ste battute?”.

Ma ti racconto una cosa interessante. In una intervista che feci ad una signora molto anziana di La Thuile, questa qui... eh, abbiamo dovuto capire un po' i nostri *patois* prima eh... perché non erano proprio...

A: Certo!

F: Io ho imparato i *patois* di tutta la Valle, se non tutti il *patois* i termini più utili per confrontami, per capire e per farmi capire quando ponevo le domande alle persone. E questa qui mi dice: “Da dove vieni?”. Ed io dicevo: “Eh, da Issogne. *Bas d’Issuegne*, Issogne”. “Ahhh...”. Poi continuiamo l’intervista e, dopo un momento, mi dice: “Ma dove vivi tu?”. Perché questo *patois* era un po’ diverso dal suo, quello che io parlavo, no? “Sempre *Bas d’Issuegne! Issogne! Bassa Val!*”. “Ahhh...”. Mi lascia di nuovo porre domande, chiacchierare, e alla fine mi dice: “No, ma...non ho capito da dove vieni!”. E io, di nuovo: “*Issuegne! Bassa Val!*”. “Ah! *Ue, ue, ue, ue, ueee. Tot près de Saint-Chreitoblo!*”. Cioè, a Sud di Aosta mi ha messo!

A: Sì, sì!

F: Perché per lei la Valle finiva ad Aosta! Perché lei abitava a La Thuile, sarà venuta quelle due o tre volte nella sua vita ad Aosta, oltre non andata. Perciò aveva messo la Bassa Valle lì.

Questa è la percezione che abbiamo. Allora, quando io capisco la percezione che abbiamo di un territorio... se io lo conosco, ho una percezione, ma se io non lo conosco, non ce l’ho.

Perciò la Bassa Valle è questo territorio dove la Valle cambia di direzione per me, no? Dal punto di vista geografico la *Mongiovetta*, e perciò da Montjovet fino a Pont-Saint-Martin, le valli laterali, è la zona della Bassa Valle. Perché io ci metto le valli laterali!

A: Certo!

F: Perché è un... per me è un bacino, è un territorio. Poi la Dora arriva e mi raccoglie l’acqua dell’*Evançon*, dello *Chalamy*, dell’*Evançon*, del *Lys*, del torrente di... della... della valle di Champorcher, che adesso non mi viene... l’*Ayasse*, l’*Ayasse*.

Perciò, per me, è questo. È un territorio dove c’è della piana, dove c’è della media montagna e dove c’è dell’alta montagna. Per me è un bacino, non è... perché qualcuno la Bassa Valle mi dice: “Ah sì, lì... Pont-Saint-Martin, Arnad, Verrès”. No? Così, un po’ spa... No! È un territorio che raccoglie... un po’ tutto.

E c’è una differenza di *patois*... e poi, nella Bassa Valle abbiamo anche la valle Walser; perciò, abbiamo anche questi due dialetti Walser, il *Töitschu*, parlato ad Issime, e il *Titsch*, parlato nei due Gressoney. Perciò c’è una ricchezza di *patois* che...certo che ci capiamo! Ma sono diversi.

**A:** Certo!

**F:** Sono molto diversi tra di loro! Perciò è un... la Bassa Valle è un patrimonio, come tutto il resto della Valle. Come se vado in Piemonte, come se vado in... come se vado, che ne so, in Toscana! Cioè, è un patrimonio... i dialetti sono il patrimonio. Sono quelle piccole differenze che intervengono per definire, soprattutto nella tradizione, degli oggetti...

E c'è un'altra cosa. Io che ho insegnato italiano, la cosa che mi ha sempre stupita è che in italiano c'è una incredibile difficoltà a trovare i termini corretti di ogni singolo pezzo per riparare un oggetto agricolo. Nella tradizione no. La tradizione ha tutto! Perciò la ricchezza del dialetto è una ricchezza che mi porta a identificarmi in un territorio e a radicarmi, ma è anche una differenza... è anche una ricchezza linguistica.

Esempio: la pianta dei mirtilli. *Brevaco, Beaco, Breuvaco, Ambrocalle, Lofie*. Ma qui ci sarebbe da studiare quanto? Su questa cosa, su questa ricchezza e questo patrimonio botanico che noi abbiamo nella lingua... nella nostra lingua.

Perciò capisci che possiamo spaziare.

**A:** Certo. Allora, la domanda successiva... mi ha già risposto! Quale porzione di territorio include la Bassa Valle? Quindi questo l'abbiamo già...

**F:** Ben identificato!

**A:** L'abbiamo già assodato e ben identificato. Forse in parte anche alla successiva, però gliela pongo lo stesso. Quali sono i valori che associa a questo luogo?

**F:** Ma... quando io conosco, tutto ha valore! Dal filo d'erba alla più bella chiesa che possiamo avere... tutto!

**A:** Tutto...

**F:** Tutto ha valore, perché dietro ogni cosa c'è vita. Io non riesco a non pensare che ci sia vita nelle rocce di queste montagne. Quando cammino in montagna, che trovo spazio, che salgo, che vedo... io sento la vita che mi arriva, sento un'energia che mi arriva dalla terra. Sento un'energia che mi arriva dal cielo. Perciò tutto ha vita, non c'è niente che non ha vita.

Allora, dobbiamo uscire dal concetto religioso che solo gli umani hanno un'anima. Il *Secret* mi ha insegnato che gli animali hanno un'anima, perché il *Secret* si faceva anche sugli animali. Perciò: il *Secret* si fa solo se c'è un'anima, allora l'animale ha l'anima! Se io vado a discutere con un uomo di chiesa, dal punto di vista religioso quest'uomo di chiesa mi dirà: "Ma no, ma cosa dici? Noi umani...".

Allora, non esistiamo solo noi umani. Il mondo che ci appartiene è fatto di tre regni. Noi apparteniamo a uno dei tre regni, ma il regno minerale e il regno vegetale sono vivi, le piante sono vive, noi siamo vivi.

Deduco, ultimamente, che non siamo più così vivi... che dipendiamo da questi aggeggi che si chiamano *smartphone* che ci controllano. Perché noi abbiamo un controllo con questo... ne sono convinta. Ci danno queste cose... ce le danno con troppa *nonchalance*, e tutto ciò che viene dato con troppa *nonchalance*, o gratuitamente, non è per il bene dell'essere umano. È per il bene di qualcuno che sta a monte e che ha bisogno di usare. Perché noi siamo merce. Io, nella tradizione, non sono mai merce. Oggi, nel mondo di oggi, io sono merce... perché sono un'acquirente. E perciò vengo martellata da pubblicità e da tutto... che mi arrivano. Ma perché? Perché io devo comprare, io devo... io devo fare per poter avere e comprare.

Invece, il concetto della tradizione è che si lavora, si produce finalizzato alla vita. Perciò la... i valori che io associo sono sempre valori legati a tutto. Perché tutto quello che mi circonda vive...

A: Ha un valore!

F: Ha un valore... tutto! Un sassolino ha valore... poi nell'orto lo tolgo perché nell'orto mi da fastidio quando zappo... e allora lo tolgo! Adesso la nuova moda: "Non togliete i sassi perché tengono la terra leggera". Ma come non tolgo i sassi? Qui siamo in mezzo ai sassi... se non tolgo i sassi! Non zappo sassi!

A: Eh, certo! Allora... può descrivere il suo legame con questo territorio?

F: Eh... il mio legame è un legame fortissimo. E... ovunque vado io sento il mio legame qua.

Io ho viaggiato tanto nella mia vita, e tanto in Italia. E ovunque sono andata io, vedendo le cose, mi sentivo a casa. Mi sentivo a casa perché ritrovavo profumi, ritrovavo forme

geometriche, arte... ritrovavo oggetti legati alla... all'archeologia, al passato, a ciò che l'uomo ha lasciato come testimonianze.

Perciò io ho un... ho un legame con questo territorio profondo. Ma il legame così profondo io ho incominciato a capirlo quando ho cominciato ad uscire dalla Valle, quando altre persone mi ponevano delle domande.

Quando ero a Roma, venivo invitata... perché, facendo Archeologia a Roma avevo come gruppo di... di studenti, di miei colleghi, degli studenti di famiglie molto agiate, perché l'archeologia era una cosa un po' riservata a chi ha i soldi, perché non dà tanto di che vivere. Allora chi ha i soldi può fare anche l'archeologo. E... perciò io ero invitata da queste famiglie molto abbienti e mi ricordo che, dopo un momento, io mi ritrovavo seduta in una poltroncina con tutte le persone sedute...

**A:** Raccolte intorno...

**F:** Accovacciate intorno... e io che raccontavo le *conte* in *patois*. E poi gliele traducevo. E questi restavano così... e io mi ricordo che un giorno mi dissero: "Sì ma sai, ma come capisci, il tempo, no..." perché poi parlavano tutti un po' così... poi io avevo l'erre moscia, perciò nessuno pensava che fossi valdostana, ma che fossi napoletana di buona famiglia... perché questa erre moscia è molto napoletana, no? Sai perché parlavano in francese... c'erano molti francesi, parlavano il francese a Napoli, no? Il dominio dei francesi che sono scesi, di Carlo quinto.

E allora... questa cosa è un po'... e ho raccontato, devo aver raccontato una cosa di questo tipo. Mia nonna mi aveva insegnato ad ascoltare gli uccelli. Diceva: "Gli uccelli raccontano il tempo che farà". E allora mi ha insegnato ad ascoltarli. E io ancora adesso lo faccio. Io ascolto... gli uccelli mi dicono se piove, gli uccelli... perché parlano in *patois* no, gli uccelli quando....

**A:** Cinguettano!

**F:** Cinguettano. E io devo aver raccontato sta cosa. Io, da quel momento, ero invitata sempre, perciò non ho fatto brutta vita a Roma... ma sempre, quando c'era qualche festa in casa, così... io venivo invitata. Che fosse un compleanno... "Raccontaci..." E poi adoravano le *conte de la Senagoouga*, le *conte de la Feuseucca*. Raccontavo sempre tutto in *patois* e poi traducevo tutto. Perciò anche la voce, la musicalità del *patois*... questi erano affascinati. Perché loro vivevano a Roma, erano persone...

abbienti. Perciò i dialetti se ne guardavano bene dal parlarli. Erano molto forbiti nell'uso della lingua italiana, perché cresciuti così.

E lì mi sono resa conto del patrimonio che io avevo.

Allora, uscendo dalla Valle, confrontandomi con altre realtà poverelle... cioè ricche di soldi, di belle case, di tutto, ma povere di cultura di questo tipo... io mi sono resa conto di cosa possedevo.

Perché finché rimanevo... sono rimasta qua in Valle, venivo un po'... mi sentivo un po' schiacciata dal giudizio dei primi turisti che arrivavano in Valle, che andavano ad affittare case a Verrès alla buona, no? Non le ville su per le valli laterali. Affittavano degli alloggi a Verrès, passavano... le mogli e i figli potevano permettersi di passare tutta l'estate in vacanza e il marito, da Milano, Torino, Genova o da queste città, arrivava il venerdì sera e ripartiva la domenica sera.

Perciò io avevo queste persone che venivano qua da mia mamma a comprare le uova, la frutta e la verdura, tutte ben vestite con i completini e io qua con dei vestiti un po' smessi, un po' laceri, un po' logori, un po' *freuht* si dice in *patois*, no? Un po' usati... Ciabatte ai piedi o niente, piedi pieni di terra.

Arrivavano queste e sentivo queste bimbine, più o meno della mia età o più piccole e facevano: "Mamma, andiamo a casa che qui puzza, c'è puzza!". E io ci stavo male, no? Dicevo: "Ma guarda, io vivo nella puzza, quelli vivono nel profumo..."

Poi, quando sono andata a vivere in città, ho scoperto che di profumi in città...

**A:** Non ce n'erano!

**F:** Non c'è proprio niente! Non c'è neanche un filo d'erba, perciò neanche gli odori delle piante, neanche i profumi delle piante questi... al massimo di qualche geranio sul balcone, che non è un gran profumo quello del geranio, se pensiamo.

Perciò io mi sono sempre sentita un po' schiacciata qua in Valle e, uscendo, ho scoperto che io avevo una ricchezza e un patrimonio da dare...

**A:** Da condividere!

**F:** Da condividere... proprio da... da dare, più che condividere. Perché poi questi non è che mi dividevano il loro, perché non c'era. Non c'era... erano proprio...

Quando io sono dentro una lingua ufficiale, che è la lingua dotta, io ho un limite. Nella tradizione no, perché basta che io vada a Challand e parlo già un altro *patois*. E ciò che acquisisco è una parola nuova.

Vengono a fare i corsi con me le persone di... di mezza Valle. Ognuno mi porta i nomi delle piante nel suo *patois*. Ecco che io ho già una ricchezza. Questo è la ricchezza. Perciò, quello che a noi manca è far capire la ricchezza che abbiamo. Che è immateriale eh, la cultura è immateriale.

**A:** Perfetto, grazie mille! Altra domanda, quali sono le caratteristiche uniche della Bassa Valle che la colpiscono?

**F:** Mah... non c'è nulla che mi... Tutto! Tutto potrei dire. Perché non c'è nulla che non ritengo particolare. Cioè, io... quando... quando vado, conoscendo, avendo sempre fatto tanti lavori e fatto tante cose e conoscendo... per esempio, io mi... mi entusiasmo sempre quando, in autostrada raramente perché non prendo l'autostrada in Valle d'Aosta, ehm... quando viaggio sulla statale, e faccio quel tratto tra Arnad e Hône e guardo, a scendere, guardo sulla mia destra e vedo queste rocce che sono in verticale, questo sollevamento in verticale... io rimango entusiasta a guardare questo! Quando guardo il *Mont Carogne*, io rimango entusiasta. Dico: "Guarda, un pezzo di Africa sta qui accanto a me". Perciò la terra, quando si è un po' ribaltata insomma nei... nei milioni di anni, mi ha portato un pezzo di roccia africana.

Sono entusiasta quando vedo dove hanno messo il castello di Verrès. Però è tutto. Non riesco a trovarti qualcosa... perché ovunque io guardo ci trovo qualcosa.

Oppure quando vedo la cascata lì, del... di quel piccolo torrentello del... che noi chiamiamo *lo Cu dou Rivou*, è quel piccolo torrentello che scende e, ad un certo punto, vedi l'acqua che entra come dentro una pozza e poi riesce. È una marmitta dei giganti lasciata da... dal ghiacciaio quaternario, dall'ultima glaciazione.

Perciò è... è tutto... e gli occhi per vedere, è tutto. Penso che non c'è niente che non sia unico, tutto è unico! Perché quello che c'è qui è diverso. Questa marmitta dei giganti è diversa da quella che c'è dove sorge... il monticco dove sorge il Forte di Bard, sono diverse. Perciò è tutto così particolare.

**A:** Basta solo avere l'occhio per...

**F:** Basta solo conoscere, quando conosci vedi. Se vedi, è come se il cuore ti si apre. Ed è quello che faccio, che cerco di fare, e di fare vedere, di far conoscere... per far sì che qualcuno viva le cose come me. Perché questa è la... è poi la mia finalità. Quando cerco di fare questo, questo lavoro... non quando cerco, quando faccio questo, durante le uscite dei corsi che organizzo, è proprio questo di vedere. Di aprirsi. E più io mi apro, più non ho confini. E non ho bisogno di andare a farmi un viaggio in Tibet. E non ho bisogno di andarmi a fare un mese in un deserto dell'Africa. Cioè, capito? Che poi ho fatto queste cose io, eh. Perché la curiosità è... è umana... è umana. Però non hai più bisogno. È come se tu, qua, hai la ricchezza che ti riempie.

**A:** Molto interessante questo punto di vista.

Questa domanda si ricollega un po' alla precedente, forse. Quali sono i punti di forza di questo luogo?

**F:** Tutto!

**A:** Tutto, sì! L'abbiamo già appurato con la domanda numero otto.

E invece quelli di debolezza? Quali sono i punti di debolezza della Bassa Valle, se ritiene che ce ne siano.

**F:** No, no. Ma ci sono i punti di debolezza ed è gli abitanti... sono gli abitanti della Bassa Valle il punto di debolezza della Bassa Valle.

Faccio sorridere, ma è così. Perché la Bassa Valle, soprattutto Pont-Saint-Martin, Verrès, hanno avuto uno sviluppo industriale a partire da... da un secolo fa, insomma. Proprio un... perché noi abbiamo uno sviluppo già di tipo industriale precedente, ma è legato un po' allo sfruttamento minerario. Qui in Bassa Valle non avevamo miniere, perciò questa zona qua della Bassa Valle incominciano con... la Brambilla a Verrès l'I.L.S.S.A. Viola a Pont-Saint-Martin, che hanno dato un'impronta e hanno portato a vivere in valle, in questi comuni e anche nei comuni limitrofi, molte persone di altre regioni italiane.

E... questo fatto ehm... in alcuni casi, le persone, soprattutto alla Brambilla che sono arrivate donne, molte donne si sono sposate con degli uomini qui della valle.

E quelle che io ho conosciuto, che venivano dal Veneto soprattutto, alla fine tutte parlavano *patois*. E qui c'è stata un'integrazione.

Quando noi abbiamo avuto una immigrazione... un'immigrazione più legata al Sud dell'Italia, lì c'è stata una grande difficoltà.

Noi avevamo una percezione del Sud molto negativa. Questa percezione negativa ci ha fatto mettere un po' le mani avanti e loro, un po' troppo... soprattutto i calabresi, un po' troppo suscettibili... e anziché esserci un'integrazione c'è stato sempre un po' di... di scontro.

Perciò, il grosso problema della Bassa Valle è che questi centri come Pont-Saint-Martin... che poi Pont-Saint-Martin andava su Donnas, Verrès andava su Arnad e Montjovet ed anche le valli laterali... la parte bassa delle valli laterali... ha creato dei problemi, e non pochi.

Perciò, questa mancanza di integrazione. Perché ogni cultura... anche se mi arrivi... anche se tu mi arrivi dalla Calabria, tu sei portatore di una tua cultura, di una tua tradizione, che è diversa dalla mia. Ma ciò non toglie che mangiavano in modo diverso, e noi li consideravamo più stupidi, meno... meno capaci.

Questo è un po'... il fatto che non... la comunità locale non è stata aiutata a capire questo. Ma non c'era nessun interesse a farlo capire. Perché io ho ancora conosciuto una persona che mi ha raccontato di suo padre che arrivò in valle, trovò lavoro, perciò arrivò in valle avendo questo lavoro, e nessuno gli aveva affittato nemmeno una stanza. Ma nemmeno un sottoscala. E suo padre, per un po' di tempo, visse sotto un ponte. Con le sue cose lì, e dormiva app... seduto per terra, appoggiato.

E mi fa: "Come posso io accettare questo?". E io ho detto: "No, ma tu non è che devi... tuo padre non è colpevole e neanche gli altri, perché non è che ci hanno messi in condizione di accogliere". Perché se io non conosco, io ho anche paura. Perciò una cultura che non conosco è una cultura che mi fa paura. Un modo diverso... poi, l'Italia si è fatta un po' alla volta. Perciò chi arrivava dal Sud non parlava italiano, ma parlava il suo dialetto. La difficoltà di comprensione... perciò la lingua nazionale è... pensa che la lingua nazionale ce l'ha insegnata la televisione.

Mi dispiace, devo proprio ammetterlo, ma questo famoso maestro alla TV insegnò a leggere, a scrivere e insegnò l'italiano. E l'italiano è la lingua che ci unisce tutti, e la ricchezza dell'Italia è la differenza... sono le differenze regionali.

Come qui la valle, tu la puoi dividere in bassa, media, alta valle. Le differenze le unisci e diventano ricchezza e patrimonio.

Se non riusciamo a capire questo, la difficoltà è lì.

Però, al sistema che ci governa da sempre... chi ci governa, non è interessato all'integrazione. È interessato a poter comandare con più facilità. Più le persone sono divise, più tu governi con facilità.

**A:** Più è facile, sì.

**F:** Allora, io non sono molto legata alla politica. Lo ero forse a vent'anni, perché facevo politica e poi mi sono totalmente ricreduta con gli... passando gli anni. E adesso penso che la politica è quella che io faccio ogni giorno lavorando con le persone.

E quelli che ci amministrano li chiamo "politicanti" e quelli che ci danno l'informazione li chiamo, con molta gioia, "pennivendoli". E questo è...

**A:** Va bene, grazie mille. Allora, facendo leva sui suoi ricordi, sa dirmi come è cambiata l'area della Bassa Valle nel tempo? Mi ha già parlato un po' di quella che era la vocazione industriale del territorio

**F:** Sì... sì, è cambiata perché la vocazione industriale ha cercato di trasformarsi.

Non è riuscita a trasformarsi e perciò c'è stata una scelta a livello regionale, di amministrazione regionale, di finanziare le aziende che si trasferivano in valle, costruendogli la... il fabbricato per accogliere... per lo spazio lavorativo. E sono state finanziate in tutti i modi per farci lavorare, che io ho sempre detto: "Ci date un finanziamento a noi e avete risolto e non mi distruggete il territorio", perché il territorio della Bassa Valle, se io lo guardo dall'alto quando salgo in montagna che guardo dall'alto il territorio della Bassa Valle, io lo vedo con questi capannoni abbandonati. Perché non c'è quasi più nulla. Ci sono delle piccole boite che lavorano quei quattro o cinque operai... o qualcosa in più forse se andiamo a Hône. Ma ormai anche a Pont-Saint-Martin, l'area dell'I.L.L.S.A. Viola è diventata la *Pépinière d'Entreprises*, tutto mezzo chiuso...

Perciò, le scelte politiche per la Bassa Valle sono state delle scelte politiche poco accorte e... e non hanno fatto il bene della Bassa Valle.

Perché poi le persone sono rimaste qui, le persone immigrate non se ne sono mica andate, sono rimaste qui. C'è stato tutto uno sviluppo, necessario, abitativo. Perciò c'è stato lo sfruttamento di tutte queste aree coltivate che prima erano esclusivamente

sfruttate dal punto di vista agricolo. C'è stata una perdita di territorio agricolo, una perdita di piccolo allevamento...

Ecco, il cambiamento è stato questo. Si è passato da una piccola realtà di allevamento e coltivazione, a delle realtà di stalle più grandi... e uno sfruttamento del territorio e degli animali che a me non garba assolutamente, perché non sono le stalle con le cento mucche che mi fanno... che mi mantengono un territorio. Quelle non mi mantengono proprio nulla. Perché poi devono comprare il fieno che viene da fuori valle e... non mantengono il territorio in valle, ci sono delle scelte che poi gli animali vanno... sono chiusi in spazi che, secondo me, non sono consoni, perciò hanno bisogno di un veterinario costante, di farmaci costanti. E questo non è bene per la nostra alimentazione, perché poi noi mangiamo formaggi, beviamo latte che non sono proprio il meglio.

In più, un'altra cosa che non è stata fatta e che abbiamo tolto anche alle persone la capacità di capire, che un territorio si mantiene se io ho un allevamento e... e allevo animali che mi vanno a mantenere un territorio. Le capre avevano una funzione incredibile, le pecore erano per l'alta montagna e poi a scendere, durante l'inverno, erano i pascoli della pianura... non quella valdostana eh, della pianura verso il Piemonte.

Perciò, le capre che avevano una funzione di mantenimento del territorio e, con questo anche tutti i sentieri... noi adesso dobbiamo pagare qualcuno che pulisce, che taglia i rovi e mantiene i sentieri. E... sì... stanno cambiando delle strategie.

Il territorio è un territorio sempre più fragile, perché le strade in montagna... sì hanno permesso il recupero dei villaggi un po' in quota, ma le strade in montagna... io ho... posso raccontarti del territorio alle spalle di casa mia, che io ho percorso in lungo e in largo a piedi, raccogliendo di tutto: dai mirtilli, ai funghi, alle fragole, ai lamponi. Adesso ci salgo in macchina ma, se mi fermo, non raccolgo più nulla. Perché le strade tagliano, modificano completamente un sistema di circolazione dell'aria... dell'aria... e vanno a colpire soprattutto le falde freatiche e tutte le piccole sorgenti. Vengono a mancare le piccole sorgenti, cambia il sistema di circolazione dell'aria, diventa... zone che erano ricche di mirtilli neanche più le piante ci sono. Perché il freddo le fa morire. Perciò, prima, io salivo a piedi e scendevo con un secchio di mirtilli. Adesso salgo in macchina e non raccolgo più neanche...

A: Niente...

F: Non ho neanche più le piante in alcune aree che conoscevo benissimo! Perciò, noi... e poi abbiamo cementato i torrenti, altro problema che crea difficoltà ogni volta che piove... crea delle grosse difficoltà perché, a monte, il bacino non è mantenuto e perciò, quando l'acqua scende... è vero che siamo su dei conoidi. Tutti i villaggi sono su dei conoidi di deviazione del torrente. Però ciò non toglie che il territorio non è mantenuto, e quello che si fa non è sufficiente. Perché i soldi per mantenere un territorio pagando non esistono. Non esistono nella realtà.

Perciò, questo sviluppo industriale della Bassa Valle, in questo momento, con i capannoni abbandonati... quando io salgo un po' in alto, salgo a *Vesey* e guardo giù, è... per me è triste, è molto triste. È un qualcosa... come qualcosa che mi toglie lo spazio... mi toglie lo spazio, proprio è... ho una percezione di questo tipo.

È come se lì, quella cosa, è inutile, non si toglie, non si ripristina un territorio... si lasciano cadere a pezzi questi capannoni... non ci lavora più nessuno ed è... a parte che è brutto da vedere, ma va a togliere dello spazio a qualcosa di più... di più utile per la comunità.

E poi... il fatto anche che, in valle, tutti hanno questa mira di lavoro nel pubblico impiego... e perciò abbiamo questi comuni che si ingrossano come dipendenti e la Regione che ha più dipendenti del necessario, molti più del necessario... poi sono al 20%, al 30%, in verticale, in orizzontale, al 50. Ormai, abbiamo un sistema che va completamente rivisto, perché è marcio, non funziona più...

Perciò, se noi vogliamo recuperare la Bassa Valle, dobbiamo partire su un recuperare dal punto di vista del territorio. Creare il bello... se io lascio un capannone arrugginito, per il turista che arriva e che mi scende dal treno o che arriva in autostrada... arriva con la macchina e usa l'autostrada... e... vuole passare oltre, vuole andare oltre!

Non si ferma se incomincia a vedere...

A: Certo!

F: Cose arrugginite o cose non belle. Perché un turista va in vacanza per vedere delle cose, non va in vacanza così per... a caso.

A: Ha notato dei cambiamenti di tipo culturale nel tempo? Forse anche questo è un discorso che abbiamo già in parte...

**F:** Sì, abbiamo in parte toccato. Perché i cambiamenti culturali ci sono stati con l'immigrazione. Allora... di immigrazione... soprattutto 7/800, è un'immigrazione più di uomini, legata al lavoro in miniera. Perciò arrivavano dalla... dalla... dal Nord Italia. Erano bergamaschi, erano... persone che arrivavano però con una preparazione, che sapevano lavorare. E... l'immigrazione a partire dagli anni Venti del 900 è un'immigrazione di gente che lascia la campagna perché lì non ha di che vivere. O per causa di terremoti, o per causa... boh, cause proprio anche del posto. O perché l'essere umano vuole, desidera cambiare... avere delle cose buone e belle, no?

Perciò, le persone che si spostano sul pianeta... io apprezzo questa cosa, perché vuol dire che io sono alla ricerca, io vado verso un qualcosa che mi può fare stare bene. Perché no? Ne ho il diritto... vivo sul pianeta... per un certo periodo di tempo, per qualcuno dura più a lungo, per altri meno, ma ciò non toglie che noi andiamo alla ricerca di qualcosa.

Perciò l'immigrazione non è, di per sé, lo spostarsi. Lo spostarsi perché tu, dove sei, muori di fame... qui è successo anche qui... perché noi abbiamo una forte emigrazione verso la Francia e verso la Svizzera. Tantissimi valdostani sono andati all'estero... anche lì, c'era la ricerca di un benessere, di... di avere qualcosa in più. Però noi abbiamo compensato l'emigrazione verso la Francia con questa immigrazione del Sud Italia.

Nel Nord Italia c'è stata più integrazione perché tutto l'arco alpino ha una cultura che è più o meno uguale...

**A:** Comune, sì.

**F:** è comune... può cambiare, ma è comune. Se noi andiamo al Sud Italia, c'è una cultura diversa che parte dall'alimentazione, dalla lingua, da tutto.

Perciò, sicuramente, i cambiamenti ci sono stati, e non sempre sono stati letti in modo positivo.

Forse oggi, con l'immigrazione di terza/quarta generazione... l'immigrazione più difficile non è il... il signore che è immigrato e con lui la moglie, ma sono i figli che non si sono integrati. E... già i nipoti incominciano... terza e quarta generazione non senti più questo. Ma con la seconda generazione, perciò quelli che più o meno hanno la mia età, o anche un po' più vecchi, lì senti la difficoltà.

Poi, sempre nei miei giri di conoscere le persone nei vari paesi, io ho notato che quelli che sono immigrati a Pont-Saint-Martin, Verrès, sono rimasti abbastanza chiusi... quelli che già sono andati a vivere a Issogne o ad Arnad, che non amava molto gli... i cosiddetti “stranieri”, erano gli “stranieri”, eh? Ad Arnad, nessun... nessuna... la prima famiglia che è riuscita ad ottenere una casa in affitto ad Arnad era una famiglia di sardi. E tutti parlavano *patois*. Perché o parli *patois* o nessuno ti risponde. E loro hanno imparato il *patois*, i figli hanno imparato il *patois* e la cosa è andata e... per fortuna questa cosa è stata superata.

Però è un po' questo... chi, per esempio, ha trovato casa ad Issogne... eh poi i bambini andavano a giocare con gli altri bambini, hanno imparato il *patois* e ci sono questi qua che parlano il calabrese... io mi ricordo questo mio amico che abita a Issogne, con i suoi genitori parlava in calabrese e poi si girava e con me parlava in *patois*. E questa, per me, è la bellezza. Perché non ha perso la conoscenza dei suoi genitori, ma ha acquisito un qualcosa in più.

Perciò i cambiamenti culturali ci sono stati... qui, quando c'era mia nonna, nessuno piantava i pomodori.

Adesso piantiamo tutti... è vero che è cambiato anche un po' il clima, ma... per dire, piantiamo i pomodori, piantiamo i peperoncini. Che non erano proprio... la nostra tradizione, no? Perciò era più una tradizione che ci arrivava dal Sud.

E poi noi abbiamo... sono molte le cose che abbiamo preso e abbiamo integrato e adesso sembra quasi che sia normale... ma mia nonna i pomodori non li metteva proprio nell'orto, io non mi ricordo. Mia mamma sì. Mia mamma sì ma mia nonna, che io ricordi, no. Non era una cosa... e pensare che lei aveva fatto la cuoca in Liguria, a Genova e poi a Sarzana da giovane; perciò, lei è tornata qui nel 1919... perciò lei non usava il pomodoro, per esempio. Non era una sua conoscenza nella cucina, e lei ha sempre fatto la cuoca.

Perciò... ci sono dei cambiamenti. Per me tutto è positivo, perché... tutto quello che... che porto di nuovo, io sono... io poi avevo una mamma che tutto quello che qua non avevamo lei doveva comprare la pianta, piantarla e vedere che cosa fruttificava da quella pianta. Se viveva in inverno, non viveva... perciò io sono cresciuta con questa cosa di... di aprirsi al mondo.

Siamo stati i primi in valle a piantare i kiwi, perché un amico di mio cugino aveva cominciato a frequentare i mercati delle piante in Toscana e perciò portava in Piemonte queste cose. E noi siamo stati i primi a comprare le piante di kiwi e a piantarle qua. In valle. Perché non c'era nessuno che l'aveva.

Perciò è un po' questo, no? Questo bisogno di andare sempre un po' alla ricerca di cosa offre il mondo... e gli scambi... sono utili, perché gli antropologi, e io amo molto questa cosa, sostengono che i frutti puri impazziscono.

E questo è vero... e questo ce lo insegna che cosa? Ce lo insegna... soprattutto, dal punto di vista antropologico, gli animali. Quando gli animali rimangono isolati, dopo un po' di secoli, si arriva al nanismo. Perciò, quando si... cominciano ad incrociare solo fra di loro, diventano consanguinei e si arriva... per esempio, io ho visto l'elefante nano quando sono andata a Malta. Lì, mancando l'acqua nel Mediterraneo, non c'è più stato il passaggio e... no, tornando l'acqua nel Mediterraneo, perché prima era completamente privo di acqua, non c'è più stata la possibilità di scambio e perciò gli elefanti sono diventati nani.

Perciò, i frutti puri impazziscono. Noi, sul pianeta, siamo uno. Non è che abbiamo dieci razze. Abbiamo *sapiens sapiens*. Che poi *sapiens sapiens* che vive in Oriente ha bisogno di avere le palpebre con un po' più di grasso, un po' più pesanti perché il sole... dà fastidio... perché sai...

**A:** Certo!

**F:** Oppure, in Africa c'è bisogno di sviluppare melatonina perché sennò il Sole ti... ti distrugge... perciò noi ci adattiamo all'ambiente, però sul pianeta siamo *sapiens sapiens*. Neanderthal sì, c'è ancora traccia del Neanderthal dal gruppo zero. Chi ha il gruppo zero è Neanderthal... cioè, è Neanderthal... è ancora quelle testimonianze, insomma, di uomo che era in Europa e poi il *sapiens* l'ha... l'ha sopraffatto, ha avuto la meglio perché aveva più capacità e più... e dal punto di vista fisico aveva più possibilità.

**A:** Certo. Allora, ad oggi come pensa che sia percepita l'area della Bassa Valle dai residenti? Dai suoi residenti...

**F:** Io penso che si sentano molto ospiti. Sono poche le persone che si sentono veramente della Bassa Valle.

Forse il paese dove le persone si sentono di più appartenenti alla Bassa Valle... sono due comuni. Uno è Arnad e l'altro è Montjovet, dove io conosco le persone che si sentono radicate. Ma se io parlo con persone di Pont-Saint-Martin, anche Donnas abbastanza, e Verrès... non si sentono... è come se loro vivessero lì come ospiti, no? E invece ci sono dei comuni dove le persone si sentono ancora legate a dove vivono.

A: Ok...

F: Questa è la mia percezione eh!

A: Certo, certo, certo... E dalle persone che vengono da fuori, invece? Come turisti e visitatori?

F: Ma i turisti sono sempre molto entusiasti di cosa offre la valle. Facendo la guida, posso veramente dire che, sulla Bassa Valle, lavoro veramente poco. E ogni volta che cerco di proporre qualcosa di diverso, le agenzie mi bocciano subito le proposte. Perché voglio tutti visitare i castelli... i castelli o Aosta... o il Forte di Bard.

Far conoscere un territorio è estremamente difficoltoso a me come guida. Naturalmente poi, quando riesco ad avere qualche gruppo che mi accetta di fare questa cosa, le persone sono incredibilmente entusiaste.

Io considero il castello di Issogne, in assoluto, il castello con una ricchezza incredibile... poi io sono un'appassionata di Giorgio di Challant, chi mi conosce lo sa. E... ho difficoltà. Perché vogliono tutti il castello di Fenis. Che è un castello rifatto! In parte rifatto... cioè, dove c'è difficoltà... sì, certo che puoi raccontarla, se sei bravo ne racconti di cose anche lì... c'è tantissimo, è bello, è tutto... però c'è una percezione... ma questo anche... succede anche qua, proprio qua, localmente... perché quando facevo i corsi con gli insegnanti e poi gli insegnanti mi facevano lavorare con le loro classi, c'è... non c'è una conoscenza su delle cose base del Medioevo. Perciò noi guardiamo quello che è il Medioevo attraverso i castelli e non sappiamo... non conosciamo. Perciò, non conoscendo, non sappiamo leggere. Perciò, il castello di Verrès è un castello medioevale, Fenis è medioevale, Issogne è intonacato... non è medioevale. Ma che balle! Nel Medioevo i castelli erano tutti intonacati. E adesso che qualcuno lavora sui computi, sui conti... che, tenuti per la gestione di queste strutture... si scopre che chiese e castelli erano tutti intonacati. E l'intonaco è caduto nel corso del tempo.

Ma se fossero stati a pietra viva, non ci sarebbero più i muri! Perché l'acqua si infiltra e... la calce ha una durata e una tenuta che è abbastanza limitata.

Allora... noi non... e... tocco sempre poi lo stesso punto! Noi non conosciamo. Non c'è conoscenza e tutto viene letto un po' così...

Anche questo fatto, che ho passato anni a chiedere un'ora di visita al castello di Issogne perché, secondo me, mezz'ora... fai così: tic, tic, tic... c'è questo, c'è questo, c'è questo... e poi te ne esci. Non l'ho mai ottenuto un'ora di visita in un castello.

Noi abbiamo tanta gente, che scelgono in genere Fenis e Issogne, tutti gli altri sono molto meno visitati. E perciò anche qui... non c'è una percezione del territorio.

Verrès... Verrès è un castello meraviglioso dal punto di vista architettonico, visitato poco perché bisogna salirci a piedi. Eh...

L'età media... l'età media di chi adesso va in vacanza o eh... comunque in gruppo... è un'età media molto alta. Un giorno, ad Aosta, ho avuto la persona più giovane del gruppo che aveva 80 anni. E la media era dagli 80 ai 92 anni. E questi mi hanno seguita... certo che ci ho messo tre ore anziché un ora e tre quarti/due ore... ma tutti mi hanno seguita! È meraviglioso! Solo che ho dovuto avere una pazienza... molto grande. Ciò non toglie che tutto è possibile.

Ma quello che noi... continuo a dire... è una mancanza di conoscenza del territorio. Perciò non sappiamo offrirlo, perché non lo conosciamo. Per offrire io devo conoscere.

**A:** Eh beh, certo!

**F:** Se io non conosco che fanno dei buoni biscotti, non li vado a comprare. No? È la stessa cosa... poi possiamo usare queste cose, queste similitudini qua.

Ma... ciò non toglie che rimane il fatto che i turisti percepiscono ciò che gli viene venduto a monte. Perciò, o il turista mi arriva qui da solo e io quello non lo incontro, o chi mi viene in gruppo... io questa... io ho questa lettura... mi viene in gruppo e l'agenzia gli vende quella cosa che viene proposta.

Io, molto spesso, al Forte di Bard faccio il museo delle Alpi, che secondo me non è... solo se il gruppo è microfonato mi capisce. Perché gli spazi sono piccoli. Eh... questo museo delle Alpi andrebbe in stanzoni molto grandi, in una struttura costruita per quello. Lì hanno usato una fortezza con degli spazi abbastanza piccoli; perciò, se io posso portare dentro fino a 30 persone con me... io entro con 30 persone e ce le ho sparpagliate su due, tre salette. Perché sono piccine. Se sono microfonati mi sentono...

io spiego, poi arrivano e vedono... io, quasi sempre, faccio arrivare alla... scendono con me, non faccio l'ultimo... non faccio l'ultimo ascensore, ma scendo a piedi e inserisco la chiesa e il borgo. Non lo fa nessuno! Perché, comunque, è tempo che tu ti prendi... oppure loro non hanno il tempo, perché hanno un'altra cosa e... hanno altri orari, hanno delle cose da rispettare. Quando posso, io faccio scendere a piedi, due cose sulla chiesa... perché non è che ci sia chissà che... e faccio il borgo. E questi dicono: "Ma nessuno ci ha detto che c'era una cosa così da visitare!". No?

Allora, è come noi... dobbiamo anche imparare ad offrire. Eh, noi non sappiamo offrire. E, sinceramente, anche chi viene in gruppo non ha tutto questo... più che altro è: "Poi andiamo a pranzo".

Vi posso dire... ti posso dire tranquillamente questo. Ogni volta che io ho il pranzo con il gruppo, io faccio quasi dieta. Perché questi... non so, le agenzie gli tengono i prezzi bassi penso... e... si mangia... tutt'altro che bene. Io, almeno, non mangio bene. Perciò... io quando mi dicono che ho il pranzo con il gruppo sono sempre... "Beh... Ah, sì? Si mangia bene?". "Sì, sì, sì... dipende da cosa... da cosa voi avete messo come *budget*", dico a quelli dell'agenzia. Perché se tenete il *budget* basso, quelli offrono per il *budget* che voi date.

Io, una volta, mi ricordo che sono riuscita a mangiare... in un posto dove si mangia molto bene tra l'altro... sono riuscita a mangiare un... una cucchiata di polenta, proprio perché ormai c'era la fame, e... e il dolce. Non sono riuscita a mangiare nient'altro. Solo l'odore che mi arrivava era... cioè... "Eh no, ma perché non posso, mi fa male...". Sai? Eppure, è un ristorante dove io sono già andata a mangiare e si mangia molto bene. Perciò lì devono aver tenuto...

Cioè, il turista che percezione ha quando parte dalla valle?

Posso dirti cosa mi chiedono sempre. Chi viene da fuori valle, la prima domanda... io saluto... saluto, dico: "Benvenuti in Valle d'Aosta, benvenuti a Bard, benvenuti a Issogne, benvenuti a Fenis, benvenuti a Aosta...". Prima cosa che mi chiedono: "Perché, qui, è tutto scritto anche in francese?".

**A:** Ecco...

**F:** Questa è una cosa che irrita gli italiani! Li irrita all'inverosimile!

E io ho detto: "È una questione storica. Se voi volete ascoltarmi, io cercherò di essere molto breve, però devo partire dal 1191".

Eh, o mi ascoltate, da quando Tommaso... Tommaso I di Savoia concedette le franchigie... se noi abbiamo lo statuto speciale è grazie a quello! Ai Savoia che hanno avuto questo territorio per quasi mille anni.

Allora, è un po' questo. Ma se tu glielo racconti, quelli sono contentissimi! Hanno acquisito un'informazione in più. Però, quasi sempre, prima di iniziare a raccontare dove sono, io devo spiegare sta cosa del francese. Perché me la... me lo chiedono! Partono così! E, dopodiché, tu gli racconti e vedi che loro... aprono. E dicono: "Ah, ma è così! Ah, ma è la storia. Ah...". Sì, poi i Savoia... "Eh, ma i Savoia erano in Italia". "Sì, ma i Savoia, nel 1032, diventano Signori di questo territorio con la Savoia, la *Maurienne* e la *Tarentaise*. Poi questo sarà il territorio che terranno fino all'ultimo re, perché diventano re... principi di Piemonte, re di Sardegna, poi... re d'Italia.

E perciò questa è un po' la storia.

Allora, se noi non riusciamo a capire... se noi non abbiamo conoscenze non solo del territorio, ma anche storiche... eh, noi non ne usciamo. Noi siamo stratigrafia di storia. È come quando entri in una chiesa, c'è una stratigrafia architettonica dei vari... delle varie fasi costruttive di una chiesa. Se vai a San Lorenzo, vai dal quarto secolo dopo Cristo fino al 1600. È questo...

**A:** Allora...

**F:** Ti ho incasinato molto questa tua... questa intervista!

**A:** No, no, no. Assolutamente. Allora, secondo il suo punto di vista, c'è del potenziale turistico ancora inespresso o poco valorizzato in Bassa Valle?

**F:** È totalmente inespresso! È totalmente non valorizzato! A parte il Forte di Bard e il castello di Issogne, il castello di Verrès poco... È totalmente... totalmente!

**A:** sono d'accordo!

**F:** C'è... c'è un... c'è una possibilità, su questo territorio, io penso... molto importante!

**A:** Se dovesse immaginare un nome alternativo o di maggiore *appeal* turistico per l'area che comunemente chiamiamo Bassa Valle, a che nome penserebbe? Anche il nome Bassa Valle potrebbe andare benissimo, eh...

F: Beh... a me questa cosa di Bassa Valle, Media Valle, Alta Valle, è più... è più un qualcosa che io uso da un punto di vista... da un punto di vista di... per leggere il territorio e per capire dove ci sono i cambiamenti fisici del territorio, no?

Io chiamerei “Valle d’Aosta”, “Area montana” ... “Montagna”. Perché comunque, anche qua, anche se io sono a... un po’ meno... a 390 metri di quota, e non è montagna... ma sono in una condizione di clima montano. Perciò, che io... certo che se poi cambio di quota, mi cambia tutto.

A: Ad esempio, a livello di questionario che abbiamo somministrato ai turisti, un nome che loro riterrebbero magari un po’ più adeguato per quest’area è, ad esempio, “Le porte della Valle d’Aosta”, o “La porta delle Alpi”. Un nome che...

F: Allora, “La porta delle Alpi” no... perché le Alpi sono molto estese. Non è una... È una porta della Valle d’Aosta, ma... una porta bisogna aprirla, poi... e... una porta, per me, ha un senso di chiusura. Non riesco a vedere una porta.

Quando sento dire: “Pont-Saint-Martin è la porta della Valle d’Aosta”, io... io dico: “Mah, se devo vedere una porta lì, mi... mi viene anche un po’ di ansia”, no? Poi devo aprirla. Se non la apro cosa succede?

Il territorio... io penso che... noi abbiamo bisogno di confini, no? Perché c’è una suddivisione anche di gestione. Piemonte ha una gestione, Valle d’Aosta ha un’altra gestione. Quella dei confini di un territorio... io non riesco a vedere i confini.

Ci sono, possono essere fisici... perché la mia montagna mi dà un confine fisico, però c’è uno spartiacque... infatti io non riesco a capire la diatriba del Monte Bianco. Per me lo spartiacque è il confine! L’acqua cola di là, è un territorio. L’acqua cola di qua, diamogli un altro nome. Ma questa cosa di spostare i confini e andarsi ad almanaccare tutti i documenti degli archivi storici... per me non ha senso!

Io... vedo un confine più di gestione del territorio. Ma non riesco a vedere un confine, come non riesco a vedere una porta.

Non... non ho... io non ho confini. Io ho i confini naturali per dividere... la montagna a me mi dà una divisione, ma tutto il resto no.

Il confine può essere il passaggio della Dora. È un confine, no? L’acqua mi separa, io devo costruire qualcosa che unisce le due sponde. Oppure devo trovare un punto di passaggio... una volta si passava... si passava così, no?

Oppure si metteva... si andava con la... la teleferica, si andava da una parte all’altra.

Ho visto questa cosa in una foto di fine 800. Sono stata a Graglia e lì nel ristorante a Graglia c'è una foto... che attraversavano questo... il Sesia in questo modo. No? Con... con la gerla sulle spalle. Dove mettevano anche il fieno, passavano... le donne attraversavano... la gerla e il rastrello. Attraversavano così, non c'era un ponte...

Allora, quello è un confine naturale. Allora cosa ha fatto l'uomo? Costruisce i ponti. Unisce.

Io... vedo più la capacità di unire dei territori, che non chiuderli... non... non riesco a pensare ad una chiusura. Va in una direzione che non è il mio modo di vedere. E penso che questo è un po'... l'apertura che dobbiamo avere per lavorare sul territorio, così.

**A:** In riferimento al futuro, come pensa che diventerà quest'area?

**F:** Se ci saranno giovani di buona volontà e con tante idee... che non pensano al lavoro pubblico... diventerà meravigliosa!

Se, invece, continuiamo a cercare... lavoro nell'industria che non c'è più, o lavoro nel pubblico impiego... non avrà una grande... non avrà un grande sviluppo.

**A:** Ok. Quali sono i cambiamenti positivi che si augurerebbe per il futuro della Bassa Valle?

**F:** C'è una cattiveria, ma non posso dirla... questa qui, mi freno da sola. Mi... mi autocensuro.

Ma, i cambiamenti... a me... adesso questo, a parte le battute, le cose che vengono... io sarei, e so che un giorno si arriverà a questo... ma proprio perché siamo in questo cambiamento, dove... vedo... vedo nei bambini, lo vedo. Vedo che c'è questo cambiamento, anche nelle persone adulte, che c'è desiderio di aprirsi su un piano ehm... anche spirituale e non solo culturale. Io confido molto in questo.

Perciò, sono sicura che i cambiamenti saranno conseguenti al cambiamento di ogni singolo individuo. Sia che viva qua, sia che non viva qua. Non è necessario vivere in un posto per far qualcosa per un... per quel posto, per quel luogo. Basta amarlo.

Perciò, il lavoro che io sto facendo con le persone, in questo momento, è un lavoro di crescita spirituale. Perché la crescita spirituale va di pari passo con il rispetto di quello che è il corpo. Per me, il corpo è un tempio. Un tempio che conserva qualcosa di speciale... che conserva l'anima.

E l'anima... quando io prendo contatto con l'anima, non da un punto di vista religioso, eh... prendo proprio... mio, di persona, di individuo, di essere umano... io posso entrare nel tutto.

Quando entro nel tutto, tutto è possibile. Tutto.

A: Quali sono i cambiamenti negativi che teme di più?

F: Non temo cambiamenti in negativo. Perché ho una visione talmente positiva... che non temo nulla!

A: Ok.

F: Non temo negatività. Poi ci saranno delle cose che fanno, che continuano a fare... ma... io guardo... guardo avanti, non guardo al futuro ma guardo avanti. Il futuro è un qualcosa che è un tempo indefinito, che non posso definire... guardo avanti. Guardando avanti non so quale è il tempo, ma guardando avanti io vedo i cambiamenti in positivo dell'umanità.

A: Ultime due domande... per concludere, come definirebbe, ad oggi, l'identità della Bassa Valle?

F: Molto precaria. È un'identità molto precaria. Perché... non basta essere *patoisant*, non basta vivere... essere nati e cresciuti e vissuti anche nella casa di famiglia a vita. Per capire le cose, dobbiamo essere noi che sentiamo il bisogno. Perciò, finché non siamo noi che sentiamo il bisogno... ehm... è un'identità, in questo momento per me... per quello che io conosco... precaria! E io qui conosco abbastanza. Però, sempre con questa grande visione positiva e fiduciosa che ho, io... penso che... le nuove generazioni, quelli che stanno nascendo, i piccolini... io vedo nei piccoli una potenzialità incredibile. Li vedo belli, soprattutto quelli che non frequentano più la scuola pubblica.

A: E... in riferimento a questa... questa definizione dell'identità della Bassa Valle che lei mi ha... mi ha suggerito, ci sono stati degli eventi storici e culturali che, in qualche modo, hanno contribuito a definire e a creare questa sua percezione dell'identità della Bassa Valle?

F: Ma... è un'identità che cambia a seconda del periodo storico. Perché... noi siamo ancora qui, poverini... quando io ho frequentato la scuola elementare, la mia insegnante mi ha... mi ha trasmesso, come informazione, che il Medioevo si chiamava Medioevo, ossia periodo buio, perché... io che, facendo la guida, ho sempre tanto... anche tanto studiato, tanto osservato, tanto... e conosco un po', il Medioevo è di una ricchezza incredibile, però il Medioevo si esprime in simboli.

Noi non sappiamo leggere i simboli, non capiamo cosa loro ci raccontano attraverso questa simbologia. E noi siamo qui a dire che il Medioevo è buio... certo, l'umano non viveva come oggi.

Sicuramente, se io fossi vissuta nel Medioevo... nelle mie condizioni, che non ero né nobile né borghese, non avrei avuto la possibilità di avere una casa e... o di avere la vita che ho oggi. È indubbio questo!

Ciò non toglie che l'identità è un qualcosa che cambia... che cambia con il periodo storico. E che cambia con gli avvenimenti che succedono più in grande, che poi ricadono anche su di noi...

Adesso... io mi ricordo che la mia passione, quando studiavo, era Federico Chabod. E in un concorso io mi sono permessa di parlare di Federico Chabod, trent'anni fa.

E sono stata esclusa dal concorso perché avevo risposto in modo non corretto.

Il primo presidente della regione Valle d'Aosta e... ha rischiato di essere buttato dalla finestra e lui poi ha lasciato questo incarico.

Federico Chabod diceva che l'identità deve partire dal piccolo per arrivare al grande. Mentre il concetto è quello di partire dal grande per arrivare al piccolo, no? Perciò è interessante questa cosa... perciò, quando qualcuno mi chiede a me, Fiorenza: "Come ti senti? Ti senti europea? Italiana?". Io comincio a dire: "Io sono di *Fleuran*, che fa parte del comune di Issogne, che fa parte della Regione Autonoma Valle d'Aosta, che fa parte dell'Italia. E l'Italia che fa parte, per grande disgrazia, dell'Europa".

E poi dico: "E poi l'Europa fa parte del Pianeta Terra".

Perciò io sono un umano, *sapiens sapiens* come origine, che vive sul Pianeta Terra.

Allora, dal momento che io arrivo lì, la mia identità è quella che vivo in questo momento.

Perciò l'identità cambia... cambia la percezione. Perché cambia il momento... e... e le scelte... le cose... cambia la cultura del momento.

Perciò l'identità si lega al momento. Se io andassi a vivere in Nord Africa, penso che la mia identità sarebbe quella di legarmi a quel territorio. A quella cultura, a quel cibo, a... a sentire i profumi di quella terra, che sono diversi dalla mia.

Però potrei andare lì e dire: "Che schifo! Qui non c'è questo... che brutto! Qui non c'è quello... oh, non sento più questo profumo". Eh, impari a sentirne altri.

Allora, quando noi ci spostiamo, se riconosciamo i nostri profumi, riconosciamo i profumi di quel luogo.

Le piante cambiano, sì... in parte. Ma la famiglia poi rimane quella, eh. Qui ci sono delle Artemisie che non ci sono in Africa e in Africa ci sono delle Artemisie che qui non... non vivono. Sempre Artemisie sono!

Allora, quale è l'odore di base? Quello dell'Artemisia. Che poi cambia nelle sfumature: la terra, il calore, l'acqua, la mancanza di acqua... È questo.

**A:** Va bene. Allora...

**F:** Quanto ti ho confuso le idee?

**A:** No, no, no, no. Ci sono veramente tanti, tanti spunti interessantissimi.

Veramente, grazie molte... dal profondo del mio cuore, per questa intervista e per questa testimonianza importantissima. E... non posso che ringraziarla!

**F:** Grazie Alessandro, grazie Alessandro. Io ho avuto un gran bel ricordo di Alessandro mio allievo all'IPRA; perciò... più che mai contenta di poter rispondere a tutto questo.

**A:** Davvero, grazie ancora! Grazie mille, professoressa Cout, grazie!

**F:** Prego!

## INTERVISTA N.3: Luigi Fosson

### **Liberatoria per partecipazione all'intervista e utilizzo delle informazioni personali**

#### **Registrazione, trascrizione e pubblicazione del contenuto dell'intervista**

**In conformità con il Regolamento UE 679/2016 (GDPR), i dati personali raccolti saranno trattati in modo lecito, corretto e trasparente, garantendo la riservatezza e la sicurezza delle informazioni fornite).**

Io sottoscritto/a LUIGI FOSSON (Nome e Cognome), dichiaro di aver compreso le informazioni relative alla tesi di laurea "Ripensare il territorio della Bassa Valle d'Aosta, tra sfide ed opportunità" condotta da Novallet Alessandro Riccardo presso l'Università della Valle d'Aosta/Université de la Vallée d'Aoste.

**Scopo dell'indagine:** Somministrare alcune interviste in profondità al fine di condurre un'analisi circa la percezione individuale dell'identità e dei fattori di attrattività della Bassa Valle d'Aosta.

**Utilizzo delle informazioni:** Le informazioni raccolte durante l'intervista verranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca.

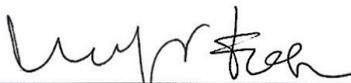
L'intervista verrà trascritta integralmente ed inserita all'interno della tesi di laurea.

Il mio nome ed il mio cognome verranno inclusi nella trascrizione dell'intervista.

**Divulgazione dell'identità:** Sono consapevole che il mio nome ed il mio cognome saranno menzionati nella tesi di laurea e che le mie risposte verranno attribuite a me personalmente.

**Diritti dell'intervistato:** Sono consapevole di poter ritirare il mio consenso e di interrompere l'intervista in qualsiasi momento. Posso anche richiedere la rimozione delle mie risposte dai dati raccolti prima della pubblicazione della tesi.

**Consenso alla divulgazione:** Con la presente, acconsento esplicitamente alla divulgazione del mio nome, cognome e delle informazioni da me fornite, sia durante la scrittura della tesi di laurea che in ambito di discussione della stessa.

Firma: 

Data: 25/08/2024

Scheda anagrafica

**Nome:** Luigi Fosson

**Data di nascita:** 01/09/1948

**Luogo di nascita:** Ayas

**Professione:** Presidente dell'ADAVA (dal 03/10/2022), albergatore ed operatore economico della Val d'Ayas

**Titolo di studio:** Diploma di Geometra

**Località dell'intervista:** Aosta

**Ambiente dell'intervista:** Polo Universitario della Valle d'Aosta

**Data dell'intervista:** 25/09/2024

**Durata dell'intervista:** 43:11 minuti

**Intervistatori:** Alessandro Riccardo Novallet, Consuelo Rubina Nava

**L:** La prima domanda [Di che cosa si è occupato in passato e che cosa fa attualmente?] è una domanda che mi faceva anche mia figlia quando studiava... e diceva: "Quando mi chiedono che cosa fai, non sappiamo mai cosa rispondere!", quindi... io... mi sono occupato da sempre di turismo, ma... direttamente e indirettamente, perché ho fatto... io negli anni '70 ero geometra, ho fatto tutta quell'*escalation* come ufficio vendite, costruttore... quando c'è stato il *boom* della speculazione edilizia degli '70. Poi mi sono prima dissociato e poi pentito e mi sono dedicato ad altre cose. Comunque, ho fatto... sempre seguito un po' il mondo del turismo e del commercio. Quindi da... da sempre.

**A:** Perfetto...

**L:** Adesso sono... in questo momento sono albergatore nonché, immeritadamente, ma... non posso dare la colpa a nessuno... anche presidente dell'ADAVA.

**A:** Ok. Che cosa significa, al giorno d'oggi, essere il presidente dell'ADAVA?

**L:** Essere il presidente dell'ADAVA, secondo me... ci sono diversi approcci.

L'ADAVA è una struttura che, comunque, ha... funziona di suo, perché ha una struttura, dal punto di vista sindacale della difesa degli interessi della categoria ma soprattutto del conoscere le leggi, i provvedimenti e queste cose qui, perfettamente funzionante, molto... molto sul pezzo. Il direttore e i dipendenti sono ottimi da questo punto di vista...

Quindi, la funzione del presidente non è nemmeno di coordinamento di questo tipo di attività. Io credo, ma poi lì ognuno ci mette del suo quando arriva, credo che sia fondamentale avere in testa un po' di progettualità di... di vedere le cose che non funzionano e che mancano. Ma non soltanto proprio agli albergatori... che mancano nel mondo del turismo in generale.

Quindi, è un ruolo che mi è più congeniale... il ruolo che mi è più congeniale è quello di animatore, cioè mettere in campo delle idee e dire: "Proviamo a lavorare su questa cosa qui!" ... poi lo condividi e cerchi di farlo condividere agli altri.

A volte sei nel momento sbagliato e non nel momento giusto... altre volte invece, magari, trovi terreno fertile. Di solito, si trova terreno fertile quando si è già in ritardo. Però, purtroppo, questo succede...

**A:** In quale comune risiede?

**L:** Risiedo ad Ayas.

**A:** Cosa significa, per lei, il termine Bassa Valle?

**L:** Il termine Bassa Valle... è un termine al quale sono talmente abituato, da sempre... Quando mi chiedi quale porzione di territorio include la Bassa Valle... nel '73 ero nel consiglio direttivo della neonata comunità montana Evançon.

**A:** Sì...

**L:** Quindi 9 comuni della comunità Evançon.

Noi abbiamo preparato lo Statuto... allora si faceva ancora politica, si discuteva animatamente... per cui c'era Enzo Cout di Issogne, comunista e... io indipendentista, facevamo delle discussioni sulle virgole negli articoli della... tutto, come si dice in

*patois*, “*Bouillon pe li mort*”, cioè brodo per i morti, perché non è servito assolutamente a niente.

Però, la coscienza e il... diciamo l'integrazione tra i comuni, questa sì. E ricordo, allora, che c'era questa visione per cui le testate di valle dovevano essere collegate tra di loro. Si diceva: “Queste comunità montane non servono a niente!”.

Per cui Gressoney, Ayas, Valtournenche e via, via, via... Cogne... dovevano essere una specie di comunità. Poi c'era la media valle e poi c'era il fondovalle.

In realtà, sarebbe stata una cosa demenziale... per fortuna non è mai stata fatta.

Però ehm... la questione della Bassa Valle è una questione... che quelli della Bassa Valle vivono allegramente, cioè, sono della Bassa Valle e non hanno problemi a definirlo. Ma ad Ovest di Châtillon, quindi quella che è la Bassa Valle... perché comprende Montjovet, ovviamente... ad Ovest di Châtillon io dico sempre che, per il resto della Valle d'Aosta, siamo come la costa libica ai tempi dei romani.

“*Hic sunt leones*”, cioè sappiamo che esiste ma non ce ne frega niente!

**C:** Non sappiamo neanche cos'è!

**L:** Ogni volta che invito qualcuno a venire a Champoluc da me, mi dicono: “Sì, verrei volentieri ma... è così lontano!”. Come se per me da Champoluc venire ad Aosta fosse...

**A:** Fosse vicino!

**L:** Vicino! Allora... però è una mentalità. E... questo... io sto saltando un po' i tuoi punti ma, secondo me, è molto importante da fare capire. Cioè... uscire dalla logica... poi concentrarsi sulla Bassa Valle e vedere cosa c'è va benissimo... ma uscire dalla logica che ci sia un'Alta Valle, una Media Valle, la Media Valle del Cervino c'è addirittura... e considerare che nell'Arco Alpino, che è vastissimo e che va dalla Slovenia, al Piemonte, alla Francia... io me la immagino spesso come una grande torta di panna, perché c'è la neve... in mezzo a questa enorme torta c'è una ciliegina.

Noi siamo... la Valle d'Aosta è una ciliegina... come numero di abitanti, come dimensioni di territorio, come eccezionalità del territorio... dal punto di vista naturalistico, perché le montagne... i quattromila... dal punto di vista architettonico, perché c'è Aosta... tutto il mondo archeologico, storico... sono risorse enormi!

Aosta sta diventando una... una destinazione, una meta di destinazione... quest'anno ha fatto il botto come presenze...

A: Sì...

L: Perché la gente viene ad Aosta per stare ad Aosta. Se mi chiedi perché uno deve venire ad Aosta per stare ad Aosta, con le strutture che ci sono adesso... ci sono le stesse attrattività che può avere la Bassa Valle. Non c'è grossa differenza... a parte che è una città romana, ma... ehm... nella Bassa Valle c'è il Forte di Bard, c'è il castello di Issogne, c'è il castello di Verrès, ci sono un sacco di...

C: Poi c'è Pont-Saint-Martin, ci sono...

L: Ci sono un sacco di... dal punto di vista archeologico. C'è un percorso che è le vie... la Via delle Gallie, quindi... quello andrebbe, per esempio, potenziato e rivisto. E si arriva su fino al ponte romano di Saint-Vincent che adesso non vedi più. Il ponte romano di Saint-Vincent non si vede più perché è pieno di vegetazione, no?

E... e tutto questo patrimonio, se viene giustamente inserito all'interno di un prodotto Valle d'Aosta, cioè se non ci si chiude ognuno... lo dice un ex feroce campanilista eh, perché noi a Champoluc, con quelli di Antagnod, che sono dello stesso comune, abbiamo sempre avuto delle grosse lotte di campanilismo... ma è sempre una questione così... un retaggio culturale ma molto fatto di sfottò, nulla di concreto.

Ma dal punto di vista concreto, per poter fare vivere la Bassa Valle, c'è bisogno che... il primo atto importante sia quello che venga inserita e accettata nella Valle d'Aosta. E questa è un'operazione molto più complicata e complessa di quanto possa sembrare. E allora, è per questo che quando si potenziano le stazioni... si potenzia la stazione della Val d'Ayas o di Gressoney e si crea un comprensorio sciistico di prim'ordine collegato con Alagna, in quel momento li hai già fatto una grossa operazione.

Però, comunque, non schiodi l'abitante di Aosta per andare a sciare nel Monterosa Ski, perché c'è Pila a due passi, e lo capisco... ma quando va a Courmayeur a sciare, che ha un comprensorio che vale un terzo rispetto a quello che abbiamo... e si prende la strada, si prende l'autostrada e del tempo... potrebbe andare tranquillamente su e vivere una giornata completamente diversa.

A: Certo!

L: Quindi, la percezione grossa sulla Bassa Valle va fatta in valle. Questo è un po'...

C: Posso chiederle una cosa? Mi perdoni eh, io sono un po'... non riesco a stare zitta, è un mio grande difetto! No, però questa è una cosa interessante... cioè quindi, secondo lei, la Bassa Valle è una valle nella valle? Praticamente è un mondo un po' a sé stante, percepito un po' così?

L: Ma... percepito così dai valdostani.

C: Dai valdostani!

L: Sì, sì... dai valdostani sì. E non è percepito così da... soprattutto dai valdostani di Aosta e dintorni è percepito un po' così.

Difatti, quando vedono arrivare me ehm... la frase di qualcuno che non mi vede da due settimane, dice: "*Tie désarpà?*"

A: Hai fatto la *désarpa*?

C: Sì, sì!

L: Perché è quella l'idea di uno di lassù. Non lo dicono di uno di Courmayeur che arriva giù.

C: Che più o meno è la stessa cosa...

L: Sì. Ma capisco che Cogne sia a... veramente a un quarto d'ora, venti minuti da Aosta... quindi è molto più semplice arrivarci, se la strada è aperta... ma da noi che la strada è sempre aperta, però, ci mettiamo cinquanta minuti, ma questa percezione... e questo è anche difficile farlo capire dal punto di vista politico. Per cui, ehm... tutto il periodo, piccola parentesi, tutto il periodo "rollandiniano", ha incentrato... avrebbe potuto incentrare questo discorso sulla Bassa Valle, cioè farla riscoprire.

Ma il problema è che la gente non andava da Rollandin, era la Rollandin che andava dalla gente ad Aosta. Quindi è proprio il concetto completamente diverso.

Avere, per esempio, un paio di Assessori come Grosjacques e come Bertschy che sono molto radicati sul territorio... si sentono molto più che non Caveri, Caveri è un po' più un misto... è importante per noi, perché sposta la percezione.

Avere il presidente del... del CELVA, dei sindaci... Alex, di... di Hône... sono tutti aspetti che fanno capire che lì, nella costa libica, c'è comune vivacità, no?

A: C'è qualcosa, certo...

C: Sì!

L: Per cui...

C: E... scusi eh, io adesso non riesco... sono curiosa quindi devo chiedere per forza. Questa vivacità è più legata alla parte diciamo di tutto quello che è un po' l'indotto dei comprensori sciistici d'estate e in inverno, o è... perché quello che forse è un po' complesso, almeno così parlavano, ci raccontavano un po' anche i sindaci, no? È far vivere la parte bassa della valle, cioè la parte diciamo di centro...

A: La vallata centrale.

C: E media montagna, non l'alta... diciamo non l'alta montagna.

L: Sì, è evidente che, e questo è una questione anche ...ehm... per esempio, Courmayeur, Cervinia hanno una connotazione turistica di stazioni molto conosciute eccetera e molto colonizzate dai milanesi diciamo, dai lombardi in genere.

Noi abbiamo, con un ritardo di vent'anni, abbiamo subito meno questa colonizzazione perché eravamo un po' più attrezzati. Nel frattempo, ci eravamo attrezzati e siamo stati sempre per una crescita lenta.

Io ho partecipato dal 1970... a ventidue anni ero nel consiglio di amministrazione delle funivie di Champoluc; quindi, ho visto tutto lo sviluppo turistico, perché ne sono uscito nel '99.

C: Certo...

L: Dujany mi aveva nominato come rappresentante della Regione per tre anni e sono rimasto ventinove. Quindi, per dire che lo sviluppo che abbiamo avuto è stato più lento. Nel '71 Savoretti ha rivoluzionato Courmayeur. Noi eravamo molto indietro da questo punto di vista.

Però la crescita lenta ci ha dato modo di: primo rimanere abbastanza proprietari del nostro territorio, secondo fare la tara di tutti i difetti milanesi tra virgolette, anche nei comportamenti dei valdostani per cui noi abbiamo un atteggiamento... ecco quello che posso dire è che abbiamo un piccolo complesso ma... dal punto... buono, di superiorità. Nel senso che non ci sentiamo... ehm... inferiori a nessuno, ecco.

C: No ma è giusto, certo!

L: No! Però questa cosa non era così avvertita a Cervinia o a Courmayeur. Quando arrivava il milanese ti diceva una...cagata... eh... la ascoltavano.

Noi...se un milanese o un valdostano dice una cagata... è una cagata!

C: glielo dici!

L: E finita lì! Questo... questo, diciamo, scudo nei confronti della colonizzazione ha protetto noi. L'atteggiamento verso la Bassa Valle è molto recente... Il fondo valle della Bassa Valle è molto recente.

Io da cinque o sei anni... predico a *receptionist*, a noi valdostani di mandare gente a visitare il Forte di Bard. Forte di Bard è nato nel 2006.

Io avevo un alberghetto su a Frachey e mi ricordo che, dopo un anno che era aperto, e che per me non esisteva, è arrivato un inglese che soggiornava da noi e mi ha detto: "Sono andato a vedere il forte di Bard. È bellissimo! Avete un museo splendido" eccetera. Io, dall'indomani, ho cominciato a mandare gente giù.

Ma il problema grosso, che viene sempre percepito, è quello delle distanze. Per cui salire in montagna e ridiscendere per vedere qualcosa del fondo valle, viene interpretato male.

Se noi andiamo in Salento e andiamo in una .... qualunque... non fattoria, come si chiama... va beh, quella roba lì. In qualunque posto, con la macchina facciamo 60,70 chilometri al giorno per andare a vedere altre località.

Quindi, il turista, ovunque vada, va spinto, va... allora c'è la comunicazione che è, in questo caso, latente.

Per dire quanto ci siamo fiondati, adesso, su questo problema, noi abbiamo preso da maggio, in gestione, l'hotel Ad Gallias.

A: A Verrès?

C: Ah, veramente?

L: Sì. Quindi stiamo vivendo le due realtà. E devo dire che, a me, il fondo valle... lo vedo con delle grosse potenzialità, perché può veramente... però manca ricettività.

C: Eh, è quello. Cioè era il punto a cui volevo...

L: Quello è il punto di partenza. Se... il problema grosso è, per esempio, a Champorcher. Stiamo cercando di lavorare, soprattutto con Gigi e con Giulio, sul rilancio di Champorcher. Perché Champorcher ha degli impianti, avrebbe bisogno di avere un albergo consistente che possa veicolare... possa ospitare un numero adeguato di persone per alimentare anche gli impianti. Ma poi da vita a tutto... perché se gli impianti girano bene a Champorcher, noi all'Ad Gallias con una navetta che va su e giù, organizzata...

C: Porti su!

L: Possiamo mandare ospiti tutti i giorni! Possono fare una settimana bianca in basso, per esempio. O possono fare una settimana integrata con tre giorni di sci, due giorni di castelli, un giorno di un'altra stazione, cioè... ci sono mille possibilità.

Il problema è questo, cioè riuscire a lavorare insieme... cioè riuscire a far capire che, se mando qualcuno d'estate da Ayas a Cogne a farsi una giornata di Cogne, non rischio di perdere un ospite. Rischio di guadagnarne due, perché va a vedere e... porterà un amico perché abbiamo fatto questa cosa, insomma. E il sistema Valle d'Aosta cresce.

C: Certo...

L: Tutto sommato, quello che ci interessa è che cresca il sistema Valle d'Aosta. Allora, però, la Bassa Valle ha bisogno di essere più presente. Ma sono gli operatori che devono essere presenti. Noi abbiamo realtà importanti, anche industriali perché c'è l'industria...

C: Certo!

L: C'è... ci sono anche industrie locali tipo Bertolin per dirne una, no?

A: Sì!

L: V.I.T.A. è un'industria enorme sui trasporti... quindi loro fanno già lavorare molta gente. Io ricordo quando la Bassa Valle era tutta industriale eh, soltanto industriale. Quindi, la riconversione al turismo è lenta, ma c'è!

Il problema è che bisogna fare dei posti letto, avere dei posti letto... che siano in case affittate con Airbnb... io, fortunatamente, da quel punto di vista lì sono assolutamente laico e... noi siamo riusciti a ottenere... di avere la legge sui B&B da quando sono

presidente, proprio perché la mia posizione era assolutamente laica. Io li vedo come dei... dei colleghi, non qualcosa che va contro gli alberghi.

Gli alberghi noi li possiamo riempire e possiamo riempire anche gli appartamenti.

La Bassa Valle ha tutte le possibilità, perché la Dora è utilizzata... ehm... sto pensando solo al *rafting* e... può essere moltiplicata. L'arrampicata di Arnad...

C: In Bassa Valle ci sono dei massi veramente meravigliosi...

L: Vale un sacco! Poi ci sono problemi di sgancio... affrontiamoli, ma cerchiamo di rendere quella palestra nota a livello internazionale! Addirittura, sotto il Forte di Bard c'è un posto... delle palestre.

A: Sì!

C: Certo!

L: Quindi, le attrattive ci sono. Soprattutto per un pubblico che è sempre più sportivo. Le *E-bike*, al posto della *bike* muscolare, sono un mercato enorme. Poi... gli itinerari soliti che conosciamo, la Via Francigena che, comunque, ogni anno qualcosa cresce. Courmayeur sta vivendo l'estate con il *Tour du Mont-Blanc*, per il quale Courmayeur non ha fatto nulla! Perché hanno fatto tutto gli svizzeri a Chamonix.

C: Infatti, ho visto...

L: Da Chamonix... ehm, Svizzera... I francesi a Chamonix! Da Chamonix continuano a organizzare il *tour*, c'è un'agenzia... un'agenzia... che fa girare intorno al Monte Bianco. Ci sono le condizioni anche, dal punto di vista... diciamo dei percorsi, ma... cose di questo genere tra Champorcher, il Mont Avic e di lì a scendere ce ne sono... in Bassa Valle ce ne sono così! Il Mont Avic è un'altra grossissima attrattiva! Abbiamo... mi sa che abbiamo... ehm... sono stato poco schematico.

C: Ah, ma poi...

A: No, ma poi tanto questo lo aggiustiamo noi. Quindi, questo sì...

C: Ci piace uscire dagli schemi, perché le cose escono... poi io insegnando statistica posso dire che...

L: Quindi, vabbè, i punti di forza sono questi. Io mi augurerei... per esempio, a Brusson c'è un castello, che è il castello di Graines.

Ho visto castelli abbandonati in Scozia in questi giorni che sono stato su... ce ne sono di... senza nessuno che ti guida a fare niente, però con dei pannelli che riescono a spiegarti dove sei, che cosa fare ma, soprattutto, che sono indelebili... cioè, dopo tre anni non sono da prendere e buttare.

Il castello di Graines... io mi augurerei una grossa operazione di flessibilità mentale, per esempio. Per cui, in certi posti... il castello di Graines è uno di questi ma lì, la sovrintendenza... ha una cappella bellissima che non rimane più, non c'è più il tetto, non c'è più niente. Ma qualche pezzo in legno a delimitare, a far capire, a spiegare come era la... c'era un'abitazione grossa, c'era una chiesetta bella... qualche cosina che sia smontabile in qualunque momento ma che spieghi e ti faccia capire come era l'ambiente.

La stessa cosa a Saint-Germain, perché continua ad essere inagibile ed è un grosso peccato.

A: Eh, si...

L: Anche perché noi indipendentisti non riusciamo più ad andare a fare la scritta: "*Val d'Aoste libre*", perché non si può... che era un bel ingresso in valle. Arrivavi in Valle d'Aosta e...

C: Ogni volta vedevi...

A: Quando si arriva in autostrada è proprio lì, lo vedono tutti...

L: E poi, comunque, ecco... parlando di definizioni, se c'è una cosa che può essere la Bassa Valle è veramente la porta della Valle d'Aosta. È la porta. Lo è per, diciamo, chi arriva da... dal Sud, ma è tutta la valle che è così. Perché arrivi già a Pont-Saint-Martin e hai già subito un castello lì, hai l'ingresso di una valle con un Castel Savoia che è un'altra di quelle attrattive... difatti è veramente uno dei castelli più frequentati.

C: Bellissimo quel castello!

L: Nonostante sia un castello giovane... io ho avuto la fortuna di visitarlo in un'occasione con la... con la Regina, Maria José.

C: Veramente?

L: Sì. Perché l'ultima volta che è venuta in... l'ultima... anzi, si è stata l'ultima volta, ma era da tanti anni che non veniva... è venuta in Valle d'Aosta e con Maria Gabriella è andata a visitare il Castel Savoia.

E... e quindi, vederla lì, è stata una cosa tutto sommato emozionante... ti rendi conto di com'era...

A: Cavolo, sì!

L: Ma poi le valli erano molto collegate. Tutte le valli sono molto collegate.

A: E infatti sa che adesso che ha accennato questa idea della porta della Valle d'Aosta, una... una delle cose sulle quali si lavora proprio nel progetto è anche quella di capire se, effettivamente, il nome "Bassa Valle", per un turista, è un nome che effettivamente rappresenta bene l'area oppure se si potrebbe pensare, magari, ad un nome alternativo. E molti turisti, proprio fra varie scelte che sono state date in un questionario che abbiamo fatto compilare, hanno detto che, secondo loro, "La porta della Valle d'Aosta" potrebbe essere una buona alternativa, rispetto a "Bassa Valle".

L: Sì, anche perché "Bassa Valle" induce ad un equivoco. Cioè si... qualcuno considera la Bassa Valle la parte centrale, il fondovalle, c'è questa...

C: Esatto.

L: Se si potesse richiamare il fondovalle "Fondovalle" e "La porta della Valle d'Aosta" ... perché "La porta della Valle d'Aosta" è poi... è un po' all'ombra del Monte Rosa, un po' all'ombra del Mont Avic, quindi da anche questi....

Però, porta della valle secondo me è una cosa che... della Valle d'Aosta proprio!

A: Certo... ehm... poi...

C: Però chissà se i residenti poi si sentirebbero appartenenti alla porta della valle... no, secondo me no...

L: Sì...

C: Sì?

L: No ma poi... i residenti... cioè, chi fa turismo è sempre aperto all'ultima operazione di *marketing* che serve a portare più gente.

C: Però... scusi eh se io devo sempre chiedere delle cose, sono curiosa. Però, effettivamente, una delle cose che... quando magari uno frequenta un po', non so, Verrès e questi comuni che non sono quindi fortemente attrattivi per chi magari va a sciare e quindi vive più diciamo la parte di montagna che, anche a livello paesaggistico, ha degli aspetti un po' diversi... in realtà, spesso uno si rende conto che, quella che è un po' l'attività commerciale e quello che potrebbe essere poi un indotto interessante, perché la gente viene e vuole però magari anche vedere dei bei negozi, avere delle... in realtà, poi, non c'è.

Magari c'è la Posta, ci sono dei bar, a volte anche un po' tristi, e quindi forse anche questo era un aspetto che si discuteva con alcuni sindaci, no?

Cioè... è difficile anche perché chi, magari, non fa turismo direttamente in termini di attività alberghiera ma è un po' collaterale, quindi con il negozio di abbigliamento, il negozio magari dei *souvenir*, il bar eccetera... però in realtà è una... come dire, un pochino più...

L: Noi abbiamo carenza... a Champoluc, noi abbiamo carenza di esercizi di questo tipo. Non abbiamo una gioielleria, non abbiamo un ottico, non abbiamo... mancano tante... abbiamo dei gran negozi di articoli sportivi, uno dopo l'altro, che, un po' alla volta, con la complicità di Amazon, lavorano sempre di meno, quindi...

E poi, le firme vanno... aprono a Courmayeur, un po' meno al Breuil, non da noi. Non sono interessate. Ma è una... direi che è abbastanza un problema.

Il problema grosso, l'unico vero grosso problema per sviluppare il turismo, è la ricettività. Cioè, senza alberghi o senza appartamenti che si possono affittare, non c'è possibilità di sviluppo.

In nove giorni che siamo stati a... in Scozia, mia moglie ha sempre prenotato lei su Airbnb e abbiamo cambiato nove case. Anzi, no... otto case, perché una era particolarmente carina e ci siamo fermati due notti, ma erano tutti regolarmente in mezzo al nulla. Perché noi volevamo visitare la Scozia, che è molto più grande della Valle d'Aosta.

E quindi, se vuoi venire in Valle d'Aosta e conoscere la Valle d'Aosta, se sai che ci sono un mare di castelli... e il mio penultimo figlio che ha 17 anni li conosceva tutti,

sapeva tutto... e quindi abbiamo speso molto di più di musei e castelli che non di... ecco, siamo andati in Scozia, a vedere le bellezze naturali.

A maggior ragione, per otto mesi l'anno che non c'è la neve, la Valle d'Aosta... solo che dobbiamo puntare su questo, ma dobbiamo dare le occasioni di fermarsi ovunque. Allora se sono, ripeto, in Salento e devo venire su... a me è successo il primo anno che abbiamo tenuto aperto il nostro albergo, quindi il 2019... sì.

Noi abbiamo tenuto aperto tutto l'autunno, lo facciamo ormai sempre... ma non sapevo se sarebbe venuto qualcuno o meno.

Una settimana, sono arrivati una coppia che hanno fatto dal lunedì al venerdì e un'altra coppia che ha fatto dal giovedì alla domenica. Entrambi... poi, ovviamente, li intervisto sempre per capire, soprattutto all'inizio, come mai siete arrivati qui. Allora, le risposte erano esattamente le stesse... li ho interrogati separatamente, eh... arrivavano tutte e due dal Salento. Abbiamo scoperto che abitavano a dieci chilometri di distanza. Poi si sono conosciuti lì, non si conoscevano ed entrambe avevano fatto questo tipo di scelta: "andiamo sulle Alpi". Bene. "Dove andiamo sulle Alpi? Vediamo l'albergo". La prima cosa che hanno fatto è stata trovare un albergo. "Facciamo una vacanza bella, cerchiamo un albergo a cinque stelle". Sono andati a vedere i cinque stelle delle Alpi.

In quel periodo lì era ottobre... il sessanta per cento erano chiusi. Quindi hanno trovato quelli che erano aperti. Poi hanno guardato un po' di siti e il nostro, non so... l'hanno trovato più accattivante, evidentemente... altri saranno andati da altre parti, quelle due coppie, per combinazione, hanno scelto il nostro albergo.

E... "Ma dov'è? In Valle d'Aosta. Ah, non ci siamo mai stati!". Cioè, prima l'albergo e poi la Regione. "Ma dov'è in Valle d'Aosta? A Champoluc. Mai sentito nominare!". Tutte e due le stesse cose... ma le stesse identiche risposte!

Quindi, questo la dice lunga sul fatto che se non hai il posto per ospitarlo il turista, non serve attrarlo.

Cosa lo porti a fare a Verrès, che ha il record mondiale di bar, perché ne ha trentaquattro...

**C:** Pensavo proprio a Verrès prima che lo dicesse!

**L:** Verrès è il posto che ha più bar al mondo, ma quando hai girato tutti i bar o ti sei ubriacato o... vai a vedere la collegiata, vai a vedere il castello, che è uno dei meno

attrattivi oltretutto... è bello lassù ma, non c'è niente... vai a Issogne, ma che ci fai? Ma poi non hai ricettività.

C: Eh, esatto... questo è il tema...

L: Il problema grosso è quello. Cioè, il punto principale per sviluppare il turismo sono i posti letto. Non ci sono Santi... e sono i posti letto caldi. Perché le seconde case, da noi, vengono frequentate per diciotto, venti giorni all'anno. Costano... i servizi come gli alberghi, costano... di qualunque roba, le navette viaggiano per loro per pochissimi giorni... per i nostri turisti viaggiano molto di più, vengono molto più utilizzate. Siamo sempre tutti carenti di posti letto, soprattutto il fondovalle della porta della valle.

A: E, invece, un'altra domanda che volevo farle è: sulla base della sua esperienza, ha avuto modo di constatare, una volta che i turisti arrivano qui in Bassa Valle, come la percepiscono? Cioè se sono soddisfatti dell'esperienza turistica che hanno qui, oppure se... se magari si lamentano che c'è poco da fare, che è poco valorizzata.

L: Beh, io ho un'esperienza limitata a...

A: A Champoluc.

L: A un posto che però è della Bassa Valle ma che, ripeto, ha i posti letto.

A: Certo...

L: Ma... non se avete sentito la *Lectio magistralis* di Antonio Manzini, quando l'ha fatta un paio di anni fa sulla Valle d'Aosta.

C: Sì, sì... ero lì.

L: L'autore di Rocco Schiavone. Io, tra l'altro vi do del tu... datemi del tu per favore, perché...

C: Sì, sì... con piacere!

A: Va bene...

L: Te l'ho detto, i vecchi discotecari hanno dei problemi a dare del Lei. E con Antonio...

C: I discotecari...

L: Sì, a vent'anni ho avuto il Galion... ho tenuto il Galion di Champoluc, che voi non conoscete ma i vostri... madri e qualche nonno frequentavano.

A: Sicuramente sì!

L: Lo sa tutta la Valle d'Aosta, era un punto molto aggregante e non era lontano neanche per quelli di Introd.

C: Mancano anche quelli adesso...

L: Sì, non ci sono più.

C: Io verrei, cioè... per la discotecara che sono!

L: Antonio è venuto in Valle d'Aosta, lui andava sempre in Sud Tirolo, il primo anno perché sua sorella Laura dell'Omo, con suo marito, venivano da noi in rifugio al Crest... poi l'hanno convinto a venire. E lui diceva... ha detto: "Siamo arrivati in Valle d'Aosta e mi sono visto il Forte di Bard. In mezzo alla valle. Le montagne che si chiudevano...", perché era abituato ad altri paesaggi aperti... "sembrava che mi dicesse: torna indietro! No?". Poi ha salito la valle, poi ha conosciuto la valle, poi... il primo romanzo, Pista nera, è ambientato al Crest. L'assassina è mia figlia...

C: Ah!

A: Ah...

L: Sì, sì, sì... e salendo una sera, un po' intisanato, il pistone perché le funivie non funzionavano, con il gatto, ha detto a sua sorella: "Immagina se adesso il gatto passasse sul cadavere!". E, nella Pista nera, c'è un gatto passa su un cadavere.

Questo per dirvi che la sua percezione è stata quella di una valle che quasi ti rifiuta, no? Dal punto di vista geografico... però c'è anche l'ipotesi, e su quella bisogna lavorare, del fatto che si è protetti dalle montagne. Sei in Valle d'Aosta, protetto dalle montagne.

C: Certo!

L: Non chiuso tra le montagne. Quindi è un altro punto visuale. Noi dobbiamo cercare di metterci dal punto di vista del... della percezione del turista e spiegare l'esatto contrario. Perché i famosi difetti sono delle potenziali grandi virtù. E noi le abbiamo

tutte queste, cioè... sei in una Regione protetta, che ha pochi cataclismi... ci sono posti che sono più fortunati, noi in Val d' Ayas non abbiamo mai la strada chiusa per valanghe, mai un'alluvione, insomma... siamo più fortunati.

Cogne meno, ogni due per tre la strada è chiusa. Anche Cervinia per esempio... anche Gressoney. Noi, in mezzo, stiamo da Dio e siamo fortunati.

Però, tutto il fondovalle può essere veramente un posto da sviluppare e che si sviluppa. Poi i negozi belli a... per dirne una, quelli a Verrès e Pont-Saint Martin, possono nascere. Arnad può essere veramente molto attrattivo dal punto di vista dei localini più da... da merenda *sinoira*, queste cose qui... tutte queste realtà hanno delle potenzialità, però se la gente non ci dorme...

C: Lo so, non ci dorme però mi diceva una... una tua collega che ha due strutture, una in alto e una proprio nel centro valle, dice: "Ma io in alto lavoro benissimo, in basso faccio una fatica... chi me lo fa fare di tenere aperto sotto, in basso?"

L: Sì, io capisco anche il punto di vista di Giorgia.

C: Ah, non volevo dire! No, detto così era una provocazione...

L: Però, ehm... però...

C: È un turista diverso forse, no?

L: Siamo carenti... no, dobbiamo spiegare cose diverse! Noi abbiamo fatto una promozione con una *community* svizzera appena arrivati lì al Forte di Bard, abbiamo fatto questa promozione... l'avevamo già fatta su per portare turismo svizzero da noi, che non viene perché è ad Est di Châtillon. Quelli sono venuti... ma quelli di... per il Forte di Bard, loro vendono per quarantotto ore... sul sito... vendono un qualche cosa. Vendono un telefonino, una macchina, un'automobile, vendono... ho visto un giorno che vendevano anche i *gadget* erotici e... qualunque roba. E ti vendono un pacchetto, una notte in un albergo. Su al Charmant siamo riusciti a venderne, in quarantotto ore, 470.

C: Porca miseria!

A: Mamma mia...

L: A Bard, nelle quarantotto ore, ne abbiamo venduti 789 o 790.

Quindi ci sono... bisogna trovare il sistema di farli venire. Vengono, fanno una notte lì e quando vengono...

C: Fanno un'esperienza!

L: Fanno degustazione per esempio, da noi, di vini. Hanno un'ora di *private* spa in cima alla torretta guardando... solo per loro, con un aperitivo solo per loro. Gli costruisci un pacchetto. È chiaro che se pretendi di ospitarli e...

C: E poi guardarli...

L: E poi dici: "E poi uscite. Non so, andate a vedere un po' in giro". Non funziona così.

C: No, chiaro. Sono d'accordo...

L: È chiaro che per Giorgia, abituata a doversi inventare qualcosa, vai su e dici... è semplice, la passeggiate sono qui d'estate e d'inverno vai a sciare. Risolto il problema. Ma non funziona più così, neanche da noi. Noi abbiamo, in albergo, le due giornate di yoga, abbiamo la guida che li accompagna a piedi, anche con il fuoristrada... cioè... devi dare tutta una serie di servizi.

C: Da fargli vivere forse un'esperienza unica, no?

L: Sì, devi andare a...

C: E raccontargli cos'è quel territorio.

L: Esatto, esatto.

A: Che è un po' questo che manca da noi mi sa...

C: Però ecco, tanto è lasciato... cioè adesso, io dico... lo dico io, poi non so se è un pensiero condiviso, no? Io dico sempre, il privato... il privato si lamenta e dice: "Guarda, non viene fatto niente, si fa poco" eccetera. Forse uno dei temi è anche proprio quello di provare a coordinare un po' le azioni degli enti pubblici e dei privati. Perché per comunicare che cos'è quel territorio, non può partire da... cioè parte dalla conoscenza del territorio che alcuni di voi hanno. Però è difficile che poi ci sia una comunicazione univoca.

Se uno va a Matera, tutti gli raccontano la stessa storia. Tutti gli dicono: “Guarda che il sasso è meraviglioso, bellissimo, ed è la cosa più bella che puoi vedere in tutta la tua vita!”. Ed è un po’ quello che, forse, un po’ qua manca. Faccio un esempio stupido per far passare il concetto.

**L:** Allora, io sono stato per anni in Monterosa ski. Quindi, Monterosa ski è nato nell’80/81. E avevo otto amministratori di impianti... perché allora erano otto le società e la mia attività è stata soprattutto quella di fare in modo che si fondessero... e nel ‘99 abbiamo fatto l’ultima fusione. Ma loro, siccome io mi occupavo della parte del *marketing* e, in generale, della promozione, mi dicevano spesso: “Mah, bisognerebbe uscire, bisognerebbe fare, bisognerebbe ehm... pubblicizzare!”, e io dicevo: “Facciamo tutto quello che volete, ma alla base di qualunque vendita c’è il prodotto!”. Se non hai il prodotto, tu puoi avere... cito un esempio.

Lo Chanteclair è nato, credo, nel... lo grassatore eh, dico... nel ‘99, 2000, più o meno. Io avevo delle vecchie porte di... di fienili, tutte sporche. Le stavamo lavando, avevo un marocchino che lavorava con me che era bravissimo, le abbiamo messe davanti... spostate davanti al negozio e ho detto: “Spostiamole qui perché c’era la gomma e possiamo a lavarle”. E abbiamo provato a lavarle. Non c’è stato verso. Non venivano... erano sporche anche di petrolio, insomma... ad un certo punto, entro dentro il negozio e vedo questa... questo grassatore e dico: “Proviamo questo!”. Ho spruzzato questo sgrassatore e tutto... poi me ne sono dimenticato perché era l’ora di pranzo e siamo andati a mangiare. Siamo tornati un’ora e mezza dopo. Ho provato a sciacquare e... pulitissime.

Vi giuro, io ho fatto una pubblicità a quel prodotto pazzesca! E quel prodotto è esploso. Lo sgrassatore Chanteclair, dopo tre anni, sapevano tutti che cos’era.

**A:** Sì...

**C:** Certo, infatti...

**L:** Perché il prodotto c’era! Non perché c’era il galletto sulla cosa... perché il prodotto c’era. Se hai il prodotto, già solo con il passaparola riesci a venderlo.

Ma se non hai il prodotto... e il prodotto è fatto di notti. Se non c’è il posto dove dormire, non funziona niente. La cosa più dura è farlo capire ai sindaci. Perché loro sono disposti anche ad organizzare dei servizi, ma devono fare delle cose incentivanti

da questo punto di vista qui. I piani regolatori devono essere incentivati, devono essere vietate tutte le seconde case. Tutte...

C: In questo momento sì...

L: Tappeti rossi per chi fa un albergo. Cioè, proprio un cambio di mentalità. Sta avvenendo. Noi, ad Ayas, abbiamo avuto la fortuna di avere per dieci anni il sindaco Giorgio Munari, che non so se conoscete ma... sembra il fratello di Gérard Dépardieu, anche nei modi di esprimersi. È uno che... da turpiloquio perenne però, diciassette anni fa ha detto: "Basta seconde case, il piano regolatore prevede soltanto alberghi. E alberghi con ristorante, neanche RTA". E questo ha dato la svolta.

C: Secondo me, questo... cioè, nel senso, è il connubio di una visione comune che consente di...

L: Esatto. E poi uscire dalla propria mentalità piccola... del proprio piccolo comune perché è tutto lì dentro. Cioè... cosa ci fai? Io capisco che non puoi dire a quelli di Bard di fondersi... rifondersi con Hône perché... però, lavorare in strettissima sinergia è fondamentale. A Bard ci sono settanta persone.

C: E a Hône penso... forse un po' di più.

L: Due uffici. Due uffici tecnici che sono il vero dolore di tutta la Valle d'Aosta.

C: Sì, è vero. Eh...

L: Uffici tecnici e Sportello Unico, sono... quelli meriterebbero veramente una ricerca e una tesi, soprattutto lo Sportello Unico.

C: La proponiamo a qualche futuro studente... mi hanno chiesto la tesi in tre nel giro di due giorni, sono disperata!

A: Ecco.

L: Se c'è qualcuno che fa economia...

C: Sì, io insegno solo su economia.

L: Ecco qualcuno che fa economia, capire... fare semplicemente un'indagine. Io l'ho chiesta due anni fa, continua a non esserci un'indagine. Ma una cosa banale.

Perché la parte commerciale... cioè, la parte legata al commercio ed al turismo... funziona lo Sportello Unico. Perché compili tutto quanto, presenti... al massimo ti chiedono un'integrazione... ed è fatta. E tu, nel momento in cui hai presentato l'apertura di un negozio, l'apertura di un bar/ristorante, sei a posto. Apri l'indomani, cioè... quel giorno stesso.

Nella... nell'edilizia, c'è di tutto. Ci sono undici cappelle, nelle quali fanno il giro i professionisti prima, poi preparano il progetto, lo portano allo Sportello Unico che fa... rifà il giro delle undici cappelle per chiedere i pareri che ci sono già.

Cioè, demenziale... e i tempi sono eterni. Una ricerca che andasse allo Sportello Unico e prendesse tutte le pratiche edilizie dicendo: "Questa è stata iniziata il ventisette febbraio dell'80. Quando si è conclusa? Quali sono stati i passaggi?".

Ecco, avere una ricerca di questo tipo aprirebbe gli occhi anche ai sindaci che gestiscono...

C: Le mando un tesista adesso. Le mando un tesista!

L: D'accordo.

C: Stavo cercando qualcosa di interessante...

L: Lo facciamo appoggiare dalla Chambre, tanto... su questo ci starebbe.

Io vi chiedo scusa ma, se avete ancora qualcosa poi vado che...

A: Io faccio solo un'ultimissima domanda, molto rapida. Siccome stiamo lavorando appunto sull'identità della Bassa Valle, se tu dovessi provare a dare una definizione di quella che oggi è l'identità della Bassa Valle, quale sarebbe? Non è facile...

L: Un sostantivo? Un aggettivo è: confusa. Perché non c'è... non c'è proprio uno sguardo. Ma perché gli operatori non hanno ancora questa visione.

Il fatto che Giorgia dica: "Io su lavoro bene e giù tribulo" ... sei dentro in borgo, in un posto incantevole e carinissimo. È chiaro che, se sei da solo, *l'è dura*, no?

Allora, provare anche... c'è un albergo, il Ponte Romano a Pont-Saint Martin che è chiuso lì da anni e stanno cercando di rilanciarlo e non trovano chi lo gestisca.

È sulla piazza. Il bar e il ristorante, secondo me, sarebbero già autosufficienti.

Non c'è questa grande attenzione anche per il nostro tipo lavoro, eh. Non c'è questa gran voglia di intraprendere.

Per me, l'Università in questo potrebbe fare veramente tanto per cambiare la mentalità. Nel senso di dire: uscite, laureatevi, andate in giro per il mondo e poi, quando vi siete stufati di prendere gomitate in un palazzone di Milano perché c'è qualcuno che vi deve scavalcare o vi vuole scavalcare e niente... trovate un'altra dimensione di lavoro, un'altra dimensione di vita.

Mia figlia ha fatto la Cattolica a Milano... appena prima di laurearsi ha fatto uno *stage* nella settimana della moda. Ha passato il tempo, era nell'ufficio stampa, a correggere i comunicati stampa di queste che non sapevano manco scrivere, però avevano *tailleur* e tacchetti che non ti dico...

**C:** Meravigliosi!

**L:** E quelle hanno continuato a fare carriera. Lei ha detto: "Io un posto così non lo voglio". Fa la rifugista al Crest. E...niente.

**A:** Va bene.

**L:** Va bene, grazie mille a voi!

**C:** È stato un piacere!

**A:** Grazie!

## **RINGRAZIAMENTI**

Alla professoressa Consuelo Nava, colonna portante dell'Università della Valle d'Aosta, che con la sua professionalità e la sua immensa disponibilità mi ha seguito durante tutti questi mesi;

Alla mia mamma che, da sempre, riesce a riempire gli spazi vuoti tra le parole.

A lei devo tutto;

Al mio papà che, silenziosamente, mi supporta senza mai farmi mancare nulla;

Alle mie sorelle, che ammiro e amo oltre ogni confine;

A Giulia, il mio raggio di Sole, che da due anni a questa parte mi ha reso lo zio più fortunato del mondo;

A tutta la mia splendida famiglia, che è un'isola felice;

Al mio migliore amico, che è la persona più forte che io conosca, anche se non sa di esserlo;

Ai miei amici più cari che, con uno sguardo ed un sorriso, illuminano cuore e anima.

Loro sanno;

Ai miei compagni, in particolare a Ylenia, Mariapaola, Nadège, Gabriele e Manuel.

Senza di loro questi due anni non sarebbero stati gli stessi;

A Fiorenza, Luigi e Jean-Christophe, che hanno contribuito alla realizzazione del mio elaborato attraverso tutte le informazioni generosamente condivise;

A Sara, Eugenio e al Napoleon, con la promessa che un pezzetto del mio cuore resterà per sempre lì con loro;

All'unica persona che ho sempre saputo di voler essere e che, un passo alla volta, sto cercando di diventare;

Ad un altro traguardo raggiunto e tutti gli obiettivi futuri;

A me, che anche quando penso di non essere all'altezza, in realtà, lo sono;

**GRAZIE**