

The background of the entire page is a high-quality photograph of a mountainous landscape. In the foreground, a stone house with a dark roof is nestled among lush green trees on a hillside. The middle ground shows a dense forest of green trees covering a valley. In the background, a range of rugged mountains with snow-dusted peaks stretches across the horizon under a clear blue sky.

# InnovAree

Vado a vivere in montagna:  
risposte innovative per sviluppare  
nuova economia nelle Aree Interne

---

2017-2019

# InnovAree

Vado a vivere in montagna:  
risposte innovative per sviluppare  
nuova economia nelle Aree Interne

---

2017-2019

Partner promotori:



Progetto grafico: Giusti Eventi Comunicazione  
Stampato su carta riciclata.

A cura di

Filippo Barbera  
*(Università di Torino, Collegio Carlo Alberto)*

Andrea Membretti,  
Azzurra Spirito,  
Elisa Bacchetti,  
Laura Orestano  
*(SocialFare)*



Photo credit: MonViso Institute

- 01** ESISTE UNA POTENZIALE INNOVAZIONE PER LE AREE INTERNE? Pag . 6
- 1.1 Aree Interne: di che cosa parliamo?
  - 1.2 Aree Interne e montane del Piemonte
  - 1.3 Le Aree Interne in Piemonte e la “nuova domanda di montagna”
- 02** INNOVAREE: IL PROGETTO PER SVILUPPARE NUOVA ECONOMIA NELLE AREE INTERNE Pag . 16
- 2.1 Il progetto InnovAree: obiettivi e partner
  - 2.2 I settori e beneficiari del progetto
  - 2.3 Percorso per l’attivazione del progetto
- 03** VADO A VIVERE IN MONTAGNA: IL PROTOTIPO SPERIMENTALE Pag . 24
- 3.1 Il prototipo sperimentale Vado a vivere in montagna
  - 3.2 I Service Provider del prototipo sperimentale
  - 3.3 I progetti accompagnati nel prototipo sperimentale
  - 3.4 La nuova domanda di montagna intercettata dal prototipo sperimentale: caratteristiche principali dei partecipanti
- 04** VALUTAZIONE DEL PROTOTIPO SPERIMENTALE Pag . 38
- 4.1 Analisi SWOT del prototipo sperimentale
  - 4.2 Prospettive per l’innovazione per le Aree Interne
  - 4.3 Budget stimato per l’implementazione del modello

# ESISTE UNA POTENZIALE INNOVAZIONE PER LE AREE INTERNE?

# 01

## 1.1 Aree Interne: di che cosa parliamo?

Nella “Strategia Nazionale Aree Interne (SNAI)”<sup>1</sup>, sono definiti convenzionalmente come “Aree Interne” quei territori caratterizzati da una significativa distanza dai principali centri di offerta di servizi essenziali o “servizi di cittadinanza” (salute, istruzione, mobilità collettiva). In relazione ai tempi di percorrenza dai centri di offerta dei servizi essenziali o “servizi di cittadinanza” le Aree Interne sono rintracciabili in aree di distanza definite come: intermedie (20-40 minuti di distanza), periferiche (40-75 minuti di distanza) e ultra-periferiche (oltre i 75 minuti di distanza) (De Rossi, A., 2018). Di seguito una rappresentazione dei principali comuni Italiani in relazione alla classificazione sopra-riportata.

| Classificazione comuni | Numero | %     | Altitudine | Popolazione | %     | Variazione % 1971 - 2011 | Superficie | %     |
|------------------------|--------|-------|------------|-------------|-------|--------------------------|------------|-------|
| Polo                   | 219    | 2,7   | 145        | 21.223.562  | 35,7  | -6,8                     | 29.519     | 9,8   |
| Polo intercomunale     | 104    | 1,3   | 166        | 2.466.455   | 4,1   | 22,7                     | 6.251      | 2,1   |
| Cintura                | 3508   | 43,4  | 215        | 22.202.203  | 37,4  | 35,8                     | 81.815     | 27,1  |
| Intermedio             | 2377   | 29,4  | 395        | 8.953.282   | 15,1  | 11,6                     | 89.448     | 29,6  |
| Periferico             | 1526   | 18,9  | 607        | 3.671.372   | 6,2   | -8,1                     | 73.256     | 24,3  |
| Ultra-Periferico       | 358    | 4,4   | 627        | 916.870     | 1,5   | -5,3                     | 21.784     | 7,2   |
| TOTALE                 | 8092   | 100,0 | 358        | 59.433.744  | 100,0 | 9,8                      | 302.073    | 100,0 |

*Tab.1  
Mappatura dei comuni secondo la classificazione (Polo, Polo intercomunale, Cintura, Intermedio, Periferico, Ultra-Periferico). Fonte: elaborazione DPS su dati ISTAT, Censimento della Popolazione e delle Abitazioni 2011.*

Al contempo, tali aree si caratterizzano per un'elevata disponibilità di importanti risorse ambientali (risorse idriche, sistemi agricoli, foreste, paesaggi naturali e umani) e culturali (beni archeologici, insediamenti storici, abbazie, piccoli musei, centri di mestiere). Si tratta di territori complessi, le cui caratteristiche sono l'esito delle dinamiche dei sistemi naturali, delle scelte di *policy* e dei processi (complementari) di antropizzazione e spopolamento che hanno caratterizzato l'urbanizzazione e l'industrializzazione. Nel loro insieme, tali aree corrispondono al 60% del territorio nazionale, a un quinto della popolazione e a più del 50% dei Comuni.

Oggi, le aree interne risentono di problematiche interconnesse che danno luogo a disagi cumulativi, quali contrazione demografica ed economica, impoverimento dei servizi e carenza di infrastrutturazione. Per la collettività nazionale, lo spopolamento delle aree interne si è tradotto nella progressiva riduzione delle risorse offerte da questi territori ma anche nell'esborso di ingenti risorse economiche per far

<sup>1</sup> <http://www.programmazioneeconomica.gov.it/2018/08/21/strategia-nazionale-delle-aree-interne/>

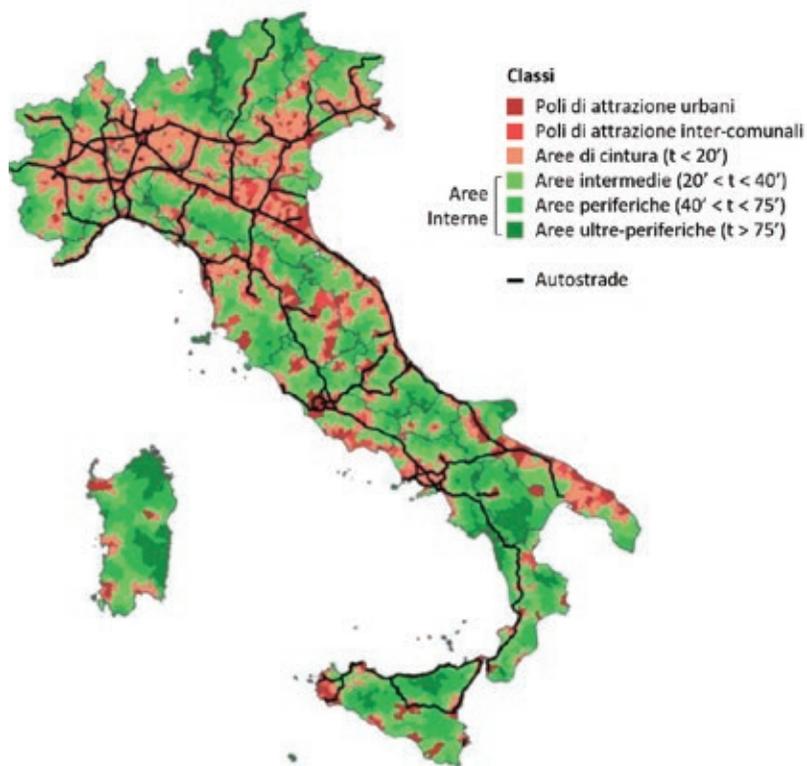


Fig.1  
Mappa delle Aree Interne in Italia.  
Fonte: <http://dps.gov.it/opencms/opencms/it/arint/Analisistatistiche/index.html>

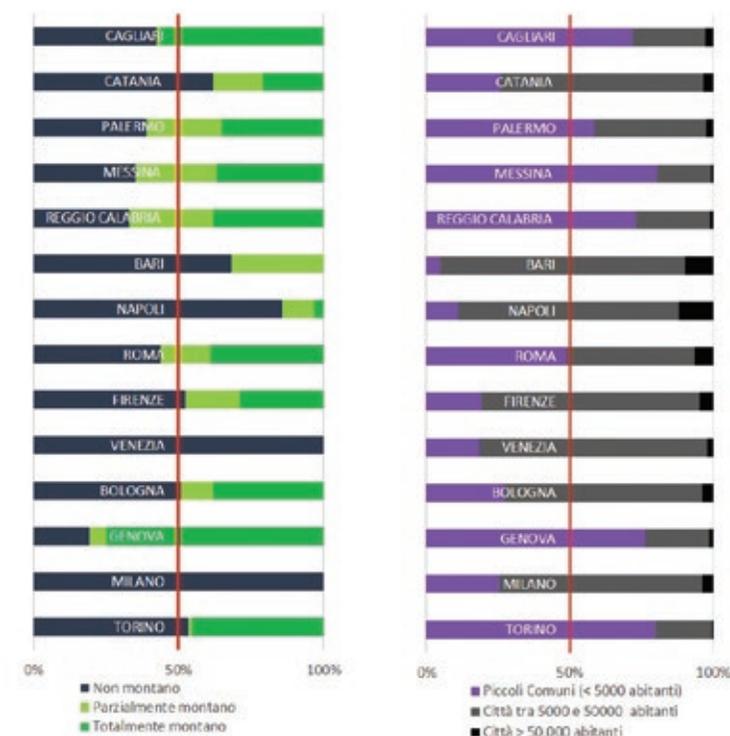
fronte al dissesto idro-geologico, all'avanzata del bosco, all'abbandono del patrimonio architettonico rurale (dalle abitazioni, agli edifici pubblici, ai manufatti della civiltà contadina).

Per affrontare in modo *mission-oriented* questo scenario, la SNAI (SNAI, 2013) ha anzitutto costruito un'immagine strategica del territorio italiano, a cui ha collegato interventi e misure in modo *place-based* (Barca, F., Carrosio, G., S. Lucatelli S., 2018). Infatti, la SNAI, pur essendo una originale *policy* nazionale, si pone obiettivi coerenti con l'idea di uno sviluppo territoriale smart, sostenibile e inclusivo, proposto da diverse agende nazionali e internazionali quali quelli incarnati dai Sustainable Development Goals<sup>2</sup> (SDGs) e dalla Urban Agenda<sup>3</sup>. Tali obiettivi possono essere raggiunti solo attraverso un adeguato coinvolgimento delle aree interne. Infatti, a livello europeo, si è evidenziato come il 16.5% del PIL sia generato prevalentemente in queste aree. Ricerche recenti (Meijers E. J., et al., 2016) hanno inoltre dimostrato come lo sviluppo economico dei centri urbani non sia dato dalle dimensioni delle città, ma dalla connettività delle sue reti con i piccoli centri al di fuori dei confini amministrativi. La *governance* di "area vasta" o il tema delle "city-region" è qui di particolare rilevanza.

Questa chiave di lettura della complessità territoriale assume particolare rilievo anche alla luce della costituzione della Città Metropolitana: fatta eccezione per Milano e Venezia, tutte le città metropolitane italiane sono costituite, in media, dal 50 per cento di Comuni definiti montani o parzialmente montani (cfr. Fig.2). Inoltre, in Italia circa 90 tra capoluoghi di provincia e comuni con più di 50.000 abitanti (di questi, 25 hanno più di 100.000 abitanti) distano meno di 15 km da un'area montana, configurando un potenziale sistema "metro-montano".

In questa prospettiva, le aree interne e montane, nonostante le difficoltà e i vincoli che questi territori stanno scontando, costituiscono un campo di possibili nuove iniziative nel vasto ambito dello "sviluppo locale". Dal punto di vista dei flussi e del loro governo (De Matteis G., et al., 2018) il rapporto montagna-città, quindi, appare oggi sotto una luce decisamente diversa rispetto alla fine del secolo scorso: le terre alte continuano a fornire alle città un capitale umano significativo, tuttavia non più costituito da emigrati, quanto soprattutto da persone che "cuciono insieme" luoghi di vita e luoghi di lavoro in una sorta di doppia presenza territoriale. Troviamo qui il fenomeno dei "nuovi montanari" (in gran parte giovani, spesso con titoli di studio medio-alti) e, più recentemente, quello degli immigrati stranieri (Membretti, A. Kofler, I. e Viazzo, P. P., 2017). Le terre alte forniscono inoltre beni e servizi intan-

Fig.2  
Classificazione di montanità e dimensione dei Comuni delle città metropolitane (%).  
Fonte: elaborazione di I. Salvi (Tesi di Laurea, 2017) su dati ISTAT.



<sup>2</sup> <http://www.programmazioneeconomica.gov.it/2018/08/21/strategia-nazionale-delle-aree-interne/>

<sup>3</sup> <https://ec.europa.eu/futurium/en/urban-agenda>

gibili di importanza collettiva, legati alla cura del territorio, al mantenimento dei paesaggi, alle esternalità positive della gestione agro-silvo-pastorale, alla riproduzione del policentrismo territoriale e della bio-diversità. Mettono inoltre a disposizione tradizionali e nuove fonti di energia, in un'epoca di forte richiesta urbana in questa direzione; e, non da ultimo, offrono spazi e occasioni per la domanda di turismo esperienziale (*slow*, dolce, consapevole, ecc.) che sempre più va connotando ampie fasce di popolazione urbana. Dall'altro lato, la città, ora come in passato, offre alla montagna importantissime risorse, senza le quali quest'ultima difficilmente sopravviverebbe, ma anche in questo caso la natura e la qualità di quanto viene conferito sono decisamente mutati. La città mette sul piatto beni strumentali e di consumo non producibili localmente; servizi di interesse generale oggi sempre più accentrati a valle; visitatori, turisti e, più in generale, un ampio mercato per i beni prodotti in montagna; investimenti finanziari privati e fondi pubblici; *know-how* e innovazione. Tutte queste risorse la città

le mette in campo, tuttavia, non solo perché la montagna ne fa richiesta: è in atto, infatti, un importante cambiamento socio-culturale ed economico interno all'universo urbano, in virtù del quale sono fasce di abitanti urbani a "cercare la montagna". Oggi lasciare la città *costa meno* che in passato: il difficile mercato del lavoro, le barriere del mercato immobiliare, l'insalubrità dell'ambiente sono tutti elementi che tendono ad abbassare il costo-opportunità associato alla scelta di lasciare la città.

**lo sviluppo e l'implementazione di nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che incontrano bisogni sociali, creano nuove relazioni sociali e collaborazioni**

Si delinea dunque oggi una potenziale e nuova convergenza di interessi tra montagna e città/pianura, nell'ottica del reciproco vantaggio e delle potenzialità di innovazione *place-based* (Barca, F., Carrosio, G., S. Lucatelli S., 2018). Perché ciò sia possibile, però, occorre affrontare la questione in un'ottica di governo dei flussi e delle interdipendenze "metro-montane", tramite una programmazione strategica di area vasta, non polarizzata sugli interessi, valori e priorità delle élite estrattive, tanto urbane quanto montane.

Le Aree Interne e montane, del resto, sono una risorsa che, per diventare pienamente generativa, richiede investimenti adeguati e azioni *mission-oriented* che si pongano obiettivi ambiziosi (De Rossi A., 2018). In termini più specifici, il tema delle aree interne ci segnala che l'innovazione sociale, che può definirsi come "lo sviluppo e l'implementazione di nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che incontrano bisogni sociali, cre-

ano nuove relazioni sociali e collaborazioni" ("Guide to Social Innovation"<sup>4</sup>, 2013), non può e non deve essere declinata solo a livello dei grandi conglomerati urbani: esiste, in Italia e in Piemonte, uno spazio importante per l'innovazione sociale rivolta alle aree interne, montane e/o rurali, nonché alle piccole e medie città. Luoghi, questi, dove si concentrano e interagiscono diversi tipi di diseguaglianze, creando fenomeni di deprivazione multipla: diseguaglianze economiche [redditi, patrimoni e ricchezza], diseguaglianze sociali e nell'accesso alle infrastrutture fondamentali della cittadinanza [trasporti, istruzione, servizi], ma anche diseguaglianze di riconoscimento, le più difficili da quantificare ma non per questo meno importanti. Da ciò discende che tutti i temi dell'innovazione sociale sono di assoluto rilievo per lo sviluppo locale delle aree lontane dai servizi: si pensi ad esempio alle "green community", alla costruzione di modelli innovativi nei servizi socio-sanitari, alle filiere agro-alimentari, alla mobilità, alla casa e ai lavori connessi alla ricerca di stili di vita *low profit* (Barbera F., Parisi T., 2018).

## 1.2 Aree Interne e montane del Piemonte

Come prima accennato, in Italia le "Aree Interne" rappresentano il 53% circa dei Comuni italiani (4.261), ospitano il 23 % della popolazione italiana, pari a oltre 13,54 milioni di abitanti, e occupano una porzione del territorio che supera il 60% della superficie nazionale (Barca, F., Carrosio, G., S. Lucatelli S., 2018). La situazione piemontese è, a riguardo, di notevole rilevanza strategica. Dal punto di vista "altimetrico", il territorio piemontese è fortemente caratterizzato da un'importante presenza della montagna, che occupa infatti il 43,3% del territorio regionale. Chiaramente, in questo esteso territorio - caratterizzato da una grande frammentazione amministrativa - risiede poco più del 10% della popolazione, anche se la percentuale varia in base al criterio di classificazione adottato e sale a circa il 20% considerando un criterio orografico, relativo quindi alle 44 valli piemontesi, che include i Comuni di fondovalle.

Inoltre, la montagna piemontese è certamente caratterizzata da una

Tab.2  
Comuni e distribuzione demografica del Piemonte.  
Fonte: Dati ISTAT 2013.

| MONTAGNA<br>(347 comuni) |             | COLLINA<br>(581 comuni) |             | PIANURA<br>(278 comuni) |             |
|--------------------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------------------|-------------|
| Superficie               | Popolazione | Superficie              | Popolazione | Superficie              | Popolazione |
| 10.983 km2               | 496.197     | 7.694 km2               | 1.361.442   | 6.710 km2               | 2.579.159   |
| 43,3%                    | 11,2%       | 30,3%                   | 30,7%       | 26,4%                   | 58,1%       |

<sup>4</sup> [http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Guide\\_to\\_Social\\_Innovation.pdf](http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Guide_to_Social_Innovation.pdf)

elevata percentuale di comuni classificati come “aree interne” (cfr. tab. seguente), ma nel contempo prevalgono i comuni “meno interni”, cioè quelli intermedi (38,3%). La distribuzione sul territorio piemontese delle aree montane non è omogenea rispetto ai bacini provinciali. Infatti, l’area pianeggiante costituisce il 58% della ex provincia di Vercelli, mentre non si rileva pianura nel Verbano-Cusio-Ossola. Caso particolare il territorio collinare astigiano, dove la pianura è quasi del tutto assente, ma anche la montagna. Nel complesso l’incidenza del territorio montano sul totale non è molto diversa tra il Piemonte e l’Italia, mentre la quota percentuale di popolazione che vive in montagna (11,2%) o in collina spesso pre-montana (30,8%) è del tutto allineata ai valori nazionali. In sintesi, quindi, le Aree Interne e montane del Piemonte costituisco-

Tab.3  
Aree Interne del Piemonte.  
Fonte:  
Dati ISTAT 2013.

| AREE INTERNE     | COMUNI MONTANI % | COMUNI MONTANI v. a. |
|------------------|------------------|----------------------|
| Polo             | 0,6%             | 2                    |
| Cintura          | 32,0%            | 111                  |
| Intermedio       | 38,3%            | 133                  |
| Periferico       | 25,9%            | 90                   |
| Ultra-periferico | 3,2%             | 11                   |
| TOTALE           | 100,0%           | 347                  |

AREE INTERNE: 67,4% DEI COMUNI MONTANI

no una porzione molto estesa del territorio regionale e, nel contempo, testimoniano un dualismo rilevante: sono spazi ad oggi sotto-valorizzati e in larga misura spopolati ma, allo stesso tempo, proprio lì si vanno sviluppando attività imprenditoriali, a cavallo tra economia sociale, settore agro-silvo-pastorale e servizi ad elevata intensità relazionale, fortemente innovative e “calibrate” sulle caratteristiche *place-based* dei territori. Se infatti consideriamo il criterio orografico - che tiene insieme i comuni montani con quelli di fondovalle - il peso della montagna nell’economia regionale è di tutto rispetto.

Si tratta di forme di imprenditorialità diffusa e “leggera”, che integra piccole produzioni a elevata qualità con l’offerta di un turismo lento ed esperienziale. Si tratta, inoltre, di realtà capaci di provvedere all’offerta di beni pubblici e collettivi, dai servizi eco-sistemici, alla manutenzione del paesaggio, alla riproduzione innovativa dei saperi della tradizione locale. Di seguito due esempi di imprenditorialità di successo nelle aree interne del Piemonte.



Fig. 3  
Terrazza per attività  
all’aperto del  
Rifugio Paraloup.

**RIFUGIO PARALOUP La montagna che rinasce Rittana (CN)**

Il Rifugio Paraloup offre al pubblico l’utilizzo di spazi ed eventi dove vivere la montagna e la sua storia di vita partigiana, spazi per dormire e mangiare promuovendo i prodotti del territorio. Il rifugio offre passeggiate naturalistiche, cene a tema, equitazione, passeggiate con le ciaspole, laboratori per bambini e noleggio bici ed eventi letterari.

<http://paraloup.it/>

**MONVISO INSTITUTE A place in transition Sere Lamboi, Ostana (CN)**

Il MonViso Institute (MVI) è un laboratorio volto alla ricerca, all’educazione, all’imprenditorialità e a un nuovo modo di vivere la montagna all’insegna della sostenibilità e del design sistemico. La borgata “Sere Lamboi” (significa “terrazza degli alberi Laburnum dalla fioritura giallastra”) abbandonata dagli anni Cinquanta, consiste di sei edifici in pietra su circa un ettaro di cui una parte di terreno boschivo. Grazie al Mon-



Fig. 4  
MonViso Institute.  
Fonte: MonViso  
Institute.

Viso Institute “Sere Lamboi” sta riprendendo vita trasformandosi in un campus universitario di montagna. Il campus, in continua evoluzione, comprende alloggi, uffici, laboratori per la prototipazione e fabbricazione, aree benessere all’aperto, orti in cui si pratica la permacultura.  
<http://monviso-institute.org/>

### 1.3 Le Aree Interne in Piemonte e la “nuova domanda di montagna”

Negli ultimi anni la ricerca territoriale ha registrato la presenza di una importante “domanda di montagna” che ha fatto emergere diversi profili in merito ai suoi nuovi o possibili abitanti:

- nuovi montanari che dalle aree urbane si trasferiscono in montagna (Corrado F., De Matteis G., Di Gioia, A., 2014);
- montanari “di ritorno” che tornano nei luoghi di origine (De Matteis G., 2011);
- stranieri che investono risorse economiche e umane in progetti di impresa nelle aree alpine e appenniniche del nostro Paese (Membretti A., Kofler I., Viazzo P.P., 2017);
- ma anche montanari “per forza”, rifugiati e richiedenti asilo collo-

cati in borghi e piccoli paesi in aree lontane dai servizi (Dematteis M., Di Gioia A. e Membretti A., 2018).

Secondo le ricerche condotte dall’associazione Dislivelli<sup>5</sup> (2017), e secondo le analisi presentate nel recente volume collettivo “Riabitare l’Italia” (De Rossi A., 2018), sarebbero in atto segnali di ripresa rispetto al neo-popolamento delle zone montane che, seppur ancora troppo limitati per essere colti sul piano quantitativo come vere e proprie tendenze, possono comunque indicare un prodromico ritorno di interesse per queste aree. Tali segnali si devono a:

- consolidamento del cambiamento dei valori verso dimensioni “post-materialiste” (sostenibilità ambientale, ecologia, post-crescita, economia circolare);
- rivalutazione delle risorse ambientali in chiave imprenditoriale (risorse culturali, agro-forestali, energetiche, etc.);
- rivalutazione degli stili di vita non orientati alla proprietà e al consumo;
- miglioramento dell’accessibilità e valorizzazione del prodotto come servizio;
- nuove possibilità offerte dalla telecomunicazione e dallo smart working.

Emergono nel dibattito almeno tre motivi per promuovere lo sviluppo locale nelle aree montane. In primo luogo, generare occupazione e benessere nelle comunità residenti in montagna, considerando gli elevati livelli di disoccupazione, giovanile in particolare, che caratterizzano la regione. In secondo luogo, promuovere uno sviluppo socio-culturale capace di valorizzare nel lungo periodo tutti gli aspetti del territorio e dell’ambiente. Infine, riequilibrare la relazione con la città, intervenendo sulla struttura degli scambi. Per fare questo, nuovamente, occorrerebbe radicare nelle comunità che vivono in montagna le attività produttive e i servizi che nel tempo sono scivolati a valle.

Molte sono le esperienze e le sperimentazioni che, tramite attori sia pubblici che privati, hanno iniziato a guardare in modo nuovo alle interdipendenze e alle sinergie tra le aree montane e quelle di pianura: aree deboli e aree forti, “pieni” urbani e “vuoti” delle terre alte, risorse locali e il più ampio contesto nazionale (De Rossi A., 2018). Tuttavia, manca ancora in questo panorama uno strumento che, attraverso innovazioni tecniche, sociali, amministrative, gestionali e imprenditoriali, funzioni da supporto e raccordo tra “l’offerta” e la “domanda” di aree interne/montane<sup>6</sup>.

All’interno di questo quadro di analisi, nel 2017 ha preso vita il progetto **InnovAree: il progetto per sviluppare nuova economia nelle Aree Interne**.

<sup>5</sup> <http://www.dislivelli.eu/blog/>

<sup>6</sup> La nuova legge regionale del Piemonte per lo sviluppo della montagna coglie alcune delle tendenze sopracitate <https://www.regione.piemonte.it/web/pinforma/notizie/una-nuova-legge-per-sviluppo-della-montagna>. Nella stessa direzione si è sviluppato anche il lavoro di UNCEM <http://www.uncem.piemonte.it/>

# INNOVAREE: IL PROGETTO PER SVILUPPARE NUOVA ECONOMIA NELLE AREE INTERNE

# 02

## 2.1 Il progetto InnovAree: obiettivi e partner

Coerentemente con quanto descritto nel capitolo precedente, e con le opportunità evidenziate dall'analisi territoriale, nel 2017 è nato InnovAree, un progetto finalizzato a sperimentare un servizio integrato per promuovere lo sviluppo socialmente innovativo delle zone montane e delle Aree Interne del Piemonte. I partner promotori del progetto InnovAree sono attori che già lavorano a livello culturale, sociale e sul versante imprenditoriale, per favorire il neo-popolamento e la permanenza nelle aree montane e aree interne di persone e di imprese innovative, consapevoli dell'enorme ricchezza materiale e immateriale costituita da questa importante porzione del territorio piemontese.

I partner promotori e i loro referenti interni sono: Accademia Alte Terre (referente Filippo Barbera), Collegio Carlo Alberto (referente Filippo Barbera), UNCEM (referente Marco Bussone), SocialFare I Centro per l'Innovazione Sociale (referenti Andrea Membretti e Azzurra Spirito). Responsabile operativo del progetto è stato Andrea Membretti, sociologo ed esperto in sviluppo delle aree montane.

InnovAree si è posto come progetto di pratica sperimentale, con l'obiettivo di connettere la "domanda di montagna" di tanti soggetti a vocazione imprenditoriale (vedi paragrafo 2.2) con l'offerta di servizi dedicati. A tal fine, InnovAree ha messo a sistema competenze e strumenti diversi per supportare la realizzazione di nuove progettualità e/o il rafforzamento di progettualità esistenti volte allo sviluppo socialmente innovativo delle zone montane e delle aree interne del Piemonte, attraverso l'accompagnamento di esperti di diversi ambiti (dallo sviluppo di modelli di business ad impatto sociale, fino alla dimensione architettonica e urbanistica), attivando gli strumenti del micro-credito e della finanza etica.

Il progetto ha avuto durata di 24 mesi, da Luglio 2017 a Giugno 2019 arrivando ad accompagnare 16 progetti per lo sviluppo montano e delle aree interne del Piemonte.

Il progetto ha prodotto i seguenti output:

- prototipo sperimentale di accompagnamento: "Vado a vivere in montagna", che ha guidato 16 progetti (febbraio 2018 – giugno 2019);
- evento di promozione pubblica del progetto, presso il Museo Nazionale della Montagna di Torino, con la partecipazione di oltre 300 persone e di numerosi stakeholder (24 maggio 2018);
- pubblicazione dei primi esiti del progetto nel volume "Riabitare



l'Italia" (De Rossi A., 2018);

- visibilità sui social media, media locali e nazionali (articoli, rassegne, servizi televisivi);
- pubblicazione del report del progetto (Giugno 2019);
- evento conclusivo del progetto, presso il Collegio Carlo Alberto di Torino (6 Giugno 2019).

Dal punto di vista dell'attenzione mediatica, il progetto ha avuto una buona risonanza: Andrea Membretti, responsabile operativo del progetto, è stato intervistato dal TG3 nazionale, in prima serata, oltre che da vari quotidiani e blog. Il direttore scientifico della ricerca, Filippo Barbera, ha realizzato incontri bilaterali con gli stakeholder locali e di altre realtà regionali (Assessore regionale, Camera di Commercio, Associazioni datoriali, Parlamentari, Fondazione Garrone) in chiave di networking, relativamente all'impiego di risorse e alla definizione di strategie sul versante del microcredito e dell'innovazione sociale, dall'ambito urbano a quello delle aree interne/montane piemontesi, a sostegno di iniziative imprenditoriali a impatto sociale diffuse, alla gestione di beni comuni locali e alla costruzione innovativa di servizi

Photo credit:  
MonViso Institute



di prossimità. Sono arrivati segnali di interesse anche da realtà di altre regioni italiane: in particolare, Andrea Membretti, ha partecipato ad incontri mirati con stakeholder interessati in Trentino Alto-Adige (dove il progetto è stato presentato a Trento, a luglio 2018) e in Friuli Venezia-Giulia (dove è stato presentato al festival Innov-Alp, Tolmezzo, marzo 2019).

## 2.2 I settori e i beneficiari del progetto

Il progetto, in particolare attraverso lo sviluppo del prototipo sperimentale, si è rivolto a quanti (neo-laureati, liberi professionisti a partita Iva, associazioni, organizzazioni non profit, imprese già costituite o costituende, imprese sociali) avevano intenzione di sviluppare progetti di vita e di lavoro nelle montagne piemontesi, a partire dai settori tipici di quei territori:

- agro-silvo-pastorale
- servizi alla persona
- turismo sostenibile
- agricoltura sociale
- energie rinnovabili
- cultura e promozione del territorio
- recupero dell'edilizia dismessa a fini produttivi e comunitari.

I settori sono stati selezionati in relazione alle esigenze di sviluppo e alle potenzialità dei territori montani considerati per lo sviluppo del prototipo sperimentale. La scelta di avere beneficiari diversi (dal singolo, a gruppi, a imprese, etc.) è stata compiuta per rispondere alle domande di montagna espresse da una popolazione variegata, le cui caratteristiche erano solo in parte note al momento dell'avvio della sperimentazione. Infatti, primo obiettivo del progetto attraverso il prototipo sperimentale, era anzitutto quello di capire se esistesse una "domanda di montagna" e, eventualmente, quali fossero le sue caratteristiche.

La risposta è stata senz'altro positiva, come dimostrato dalle più di 60 richieste intercettate (14 febbraio - 31 marzo 2018) in presenza di una strategia di comunicazione costruita quasi esclusivamente attraverso i social media e che è stata connotata dal passaparola spontaneo degli utenti (es. gruppi facebook), citazioni in blog di settore e contatti diretti con i referenti di progetti nell'ambito di eventi legati all'ambito di InnovAree.



## 2.3 Percorso per l'attivazione del progetto

Lo sviluppo del progetto InnovAree ha richiesto la strutturazione di azioni specifiche, nonché il coinvolgimento di diversi attori per renderle operative.

InnovAree si è sviluppato, a partire dal 2017, attraverso il seguente percorso:

- formazione di un'advocacy coalition con il coinvolgimento di un primo gruppo di stakeholder (portatori di interesse) e la loro sottoscrizione di un Memorandum of Understanding;
- raccolta e analisi delle caratteristiche principali della "domanda di montagna", tramite studio della letteratura, realizzazione di colloqui mirati con esperti, analisi di dati e ricerche sul tema;
- progettazione e implementazione del prototipo sperimentale di servizio che ha supportato attraverso capacity building e mentorship lo sviluppo di progetti dedicati alle zone montane e alle aree interne piemontesi;
- valutazione dei risultati raggiunti tramite il prototipo sperimentale.

Il primo passo di InnovAree è stata la creazione dell'advocacy coalition con il coinvolgimento di stakeholder per la definizione di strategie sul versante del credito e dell'innovazione sociale interessati a sostenere iniziative imprenditoriali a impatto sociale diffuse, alla gestione di beni comuni locali e alla costruzione innovativa di servizi di prossimità.

Tale coalizione è stata raggiunta attraverso le seguenti attività:

- evento di kick-off del progetto per presentare agli stakeholder territoriali alcuni casi di successo e aprire il confronto sulla costruzione di una strategia comune di intervento;
- incontri bilaterali e multilaterali con gli stakeholder più interessati per individuare possibili linee di azione e per costruire sinergie e collaborazioni di filiera;
- coinvolgimento di ulteriori attori territoriali necessari per lo sviluppo del prototipo sperimentale del progetto (capacity building, mentoring e coaching);
- firma del Memorandum of Understanding del progetto InnovAree.

Il 27 novembre 2018, presso Rinascimenti Sociali, il Collegio Carlo Alberto e SocialFare hanno promosso l'incontro di kick-off del progetto InnovAree, in continuità diretta rispetto alle azioni intraprese con:

- il programma «Torino e le Alpi<sup>7</sup>» finanziato dalla Compagnia di S. Paolo,



- la costituzione della «Accademia delle Alte Terre<sup>8</sup>» che vede insieme come promotori Università e Politecnico di Torino, Regione Piemonte, Uncem, CNR, Collegio Carlo Alberto e Città di Mondovì.

L'incontro ha consentito di presentare a stakeholder attivi sul territorio piemontese (quali Compagnia di San Paolo, Banca Etica, PerMicro, Ubi Banca, Uncem) alcuni casi di successo che hanno messo in luce come i territori in oggetto, laddove siano presenti risorse umane (endogene ma più spesso esogene, a partire dai cosiddetti "nuovi montanari", spesso di origine urbana) e ambientali di pregio (foreste, terreni agricoli, fonti di energia rinnovabili, saperi tradizionali, patrimoni edili), possano tramutarsi da luoghi abbandonati a spazi per sperimentare forme di innovazione economica e sociale.

In aggiunta, i casi presentati hanno evidenziato le spiccate capacità auto-imprenditoriali di quanti stanno portando avanti questi progetti. Al contempo, hanno fatto emergere la difficoltà, per molte delle esperienze discusse, nel fare un salto di scala, passando da iniziative con redditività a volte ancora minima a vere e proprie imprese in grado di promuovere lo sviluppo locale senza tradire la vocazione sociale e territoriale di chi ne è promotore. In aggiunta, è emersa la difficoltà da parte delle diverse realtà che hanno sviluppato progetti di successo nell'accesso al credito, nel reperire informazioni sulle opportunità presenti (es. finanza etica).

<sup>7</sup> <https://www.compagniadisanpaolo.it/ita/Programmi/Torino-e-le-Alpi>

<sup>8</sup> <https://accademiaalseterre.it/>





Il dialogo con gli stakeholder presenti all'incontro ha permesso di fare emergere le grandi potenzialità del micro-credito e della finanza agevolata rispetto a queste progettualità. La necessità prevalente risulta essere quella di offrire strumenti finanziari *ad hoc* o comunque appositamente calibrati per favorire questo tipo di iniziative, contribuendo così a costruire l'offerta di "montagna" in presenza della domanda e dei trend prima discussi.

Di seguito i casi presentati:

- La casa rotta e nuove rotte<sup>9</sup> (co-housing, agricoltura biologica e accoglienza - Langhe)
- Germinale<sup>10</sup> (agricoltura biologica di comunità - Valle Stura)
- Restart Alp<sup>11</sup> (incubatore per start-up in montagna - Fondazione Garrone, VCO)
- Boschi vivi<sup>12</sup> (start-up, servizio cimiteriale e forestale integrato, Liguria)
- Pantai ES<sup>13</sup> (remunerazione servizi ecosistemici, Val Maira)
- I tesori della terra/Famu<sup>14</sup> (agricoltura bio-dinamica e inclusione di soggetti svantaggiati, Cuneo).

A seguito dell'incontro di kick-off, tra Dicembre 2017 e Aprile 2018, sono stati realizzati con gli stakeholder che hanno manifestato maggiore interesse verso InnovAree, degli incontri bilaterali per indivi-

Photo credit:  
MonViso Institute



duare possibili linee di azione per costruire sinergie e collaborazioni di filiera. Questi incontri hanno consentito, anche sulla base dei dati e delle riflessioni frutto delle ricerche sui "nuovi montanari" già sopra citate, di identificare i contenuti da sviluppare entro il prototipo sperimentale di seguito riportati.

Contenuti proposti per il prototipo sperimentale:

- Analisi della domanda di montagna: mappatura e lettura delle caratteristiche dei partecipanti proponenti e delle progettualità da loro sviluppate;
- Creazione di reti territoriali: networking tra quanti hanno sviluppato progettualità di vita e di impresa in aree interne e/o montane con l'obiettivo di favorire la creazione di sinergie tra di loro;
- Assessment: valutazione delle progettualità rispetto a sostenibilità economica, sociale e ambientale;
- Capacity building: accompagnamento nella revisione della struttura delle progettualità, identificazione di potenzialità ed eventuali punti di fragilità, strutturazione di una roadmap per la sua realizzazione
- Valutazione economica: identificazione del fabbisogno economico dei progetti e delle forme di supporto attuabili;
- Matching: creazione e supporto nel dialogo tra partecipanti proponenti e Service Provider.

Partendo dai contenuti proposti per lo sviluppo del prototipo sperimentale, è stata creata la rete di Service Provider del progetto (cfr. paragrafo 3.2) che hanno portato le proprie competenze (rispetto accompagnamento all'impresa sostenibile e finanziamento attraverso credito - micro ed etico), al fine di supportare i proponenti alla sperimentazione nella strutturazione e implementazione delle loro progettualità. A questo scopo, da gennaio a maggio 2018 sono stati realizzati diversi workshop di co-progettazione che hanno coinvolto i Service Provider di supporto alla strutturazione e implementazione delle progettualità (Service Provider di primo livello) che erogatori di micro-credito e credito etico (Service Provider di secondo livello). Al termine di questa prima fase di indagine e progettazione è stato stilato e firmato congiuntamente dai promotori InnovAree, dai Service Provider e altri attori interessati il Memorandum of Understanding di InnovAree (27 giugno 2018).

<sup>9</sup> <https://www.lacasarotta.com/>

<sup>10</sup> <https://www.alpine-space.eu/projects/pluralps/pluralism-award/italy/germinale-agricoltura-comunitaria.pdf>

<sup>11</sup> <https://www.restartalp.it/>

<sup>12</sup> <https://boschivivi.it/>

<sup>13</sup> <https://www.pantaies.com/>

<sup>14</sup> <http://www.cooptesoribio.it/>

# VADO A VIVERE IN MONTAGNA: IL PROTOTIPO SPERIMENTALE

# 03

## 3.1 Il prototipo sperimentale “Vado a vivere in montagna”

Per verificare sul campo quanto teorizzato e disegnato con i Service Provider, è stato progettato e implementato (da febbraio 2018 a giugno 2019) il prototipo sperimentale **Vado a vivere in montagna**. Coerentemente con gli obiettivi di InnovAree, l'obiettivo di Vado a vivere in montagna è stato raccogliere nuove progettualità per lo sviluppo delle aree montane e interne del Piemonte e supportarne la realizzazione attraverso percorsi di accompagnamento (coaching) con esperti attivabili in relazione alle esigenze della singola progettualità (dallo sviluppo di nuovi modelli di business ad impatto sociale, fino alla dimensione architettonica e urbanistica) e verso l'accesso a forme di micro-credito e finanza etica.

Nello specifico, il prototipo sperimentale ha attivato in modo gratuito le seguenti offerte:

- Sportello di consulenza e orientamento per le progettualità;
- Workshop condiviso di validazione delle progettualità;
- Percorsi di accompagnamento personalizzato one to one.

Lo sportello di consulenza e orientamento, aperto da febbraio a marzo 2018 (6 settimane) presso Rinascimenti Sociali (TO), è stato dedicato all'ascolto dei potenziali partecipanti al prototipo sperimentale e alla raccolta delle loro idee progettuali, attraverso un incontro fisico one to one di circa un'ora con Andrea Membretti. Sulla base di una griglia concettuale, i colloqui di ascolto sono stati finalizzati ad un primo screening delle idee progettuali. Nel periodo di apertura 61 partecipanti hanno contattato il servizio e 46 si sono presentati al colloquio. A seguito del primo incontro tramite sportello, è stata offerta loro la possibilità di prendere parte ad un primo incontro per conoscere gli altri partecipanti alla sperimentazione, scoprire le loro progettualità e identificare possibili sinergie.

Ai partecipanti alla sperimentazione è stata poi offerta la possibilità di prendere parte ad un'attività di workshop (una giornata) presso Rinascimenti Sociali (TO), condotta dai partner promotori del progetto in collaborazione con i Service Provider, dedicata alla validazione delle progettualità in termini di: idea, proposta di valore, beneficiari, punti di forza e di debolezza. Il workshop è stato occasione di primo contatto tra i partecipanti e i diversi Service Provider allo scopo di definire le esigenze di ogni progettualità e indirizzare così il percorso di accompagnamento personalizzato. Dei 19 progetti presentati nel workshop di validazione, 16 hanno scelto di seguire il percorso di accompa-

mento one to one personalizzato, al fine di ottenere supporto per specifiche esigenze progettuali e finanziarie. Ogni Service Provider ha sviluppato singolarmente il percorso di accompagnamento con periodici confronti con i partner promotori di InnovAree. Occasioni di networking sono state pianificate durante il periodo di attivazione della sperimentazione.

Nel complesso, il prototipo sperimentale ha portato allo sviluppo dei seguenti output:

- Più di 60 contatti via mail/tel per informazioni;
- 46 persone incontrate (primo colloquio individuale);
- 19 idee progettuali presentate (workshop di validazione);
- 16 idee progettuali accompagnate (percorso di accompagnamento personalizzato one to one).
- 3.2 I Service Provider del prototipo sperimentale

Fig.5  
Visualizzazione del prototipo sperimentale Vado a vivere in montagna periodo, attività, output.

### Il prototipo sperimentale: Vado a vivere in montagna



### 3.2 I Service Provider del prototipo sperimentale

La realizzazione del prototipo sperimentale ha portato al coinvolgimento di diversi Service Provider afferenti due macro-categorie:

- Service Provider di primo livello attivi sul versante dell'accompagnamento al fare impresa e che hanno erogato i percorsi di accompagnamento personalizzato one to one per ogni progettualità;

- Service Provider di secondo livello attivi nell'erogazione di credito sociale e micro-credito che sono stati coinvolti per il supporto economico in termini di credito etico e di micro-credito in relazione alla necessità di ogni singolo percorso di accompagnamento one to one.

#### Service Provider di primo livello:

##### Accademia di progettazione sociale Maurizio Maggiora

Accademia di Progettazione Sociale Maurizio Maggiora è una associazione nata a Torino nel 2013. Una palestra per allenare i giovani a gestire il cambiamento nella società e nelle organizzazioni. È un vero e proprio centro di conoscenza e competenza che offre ai giovani l'opportunità di scoprire, fare esperienza e acquisire nuove capacità tramite sperimentazioni e realizzazioni di modelli concreti. Dialogo, confronto, sinergie e co-progettazione fra aziende, Università, reti sociali, Centri di ricerca e d'innovazione, Enti del Terzo Settore e altre istituzioni sono i fondamenti dei servizi dell'Accademia e gli strumenti base per generare cambiamento.

[www.accademiamm.it](http://www.accademiamm.it)

Referente per il progetto Livio Frola.



##### Associazione MicroLab onlus

Onlus attiva nella formazione e nell'accompagnamento di micro-imprenditori tramite Mentor volontari, dedica le sue attività a: favorire la valorizzazione, la promozione e lo sviluppo dell'autoimpiego e dell'imprenditoria per giovani e persone che vivono situazioni di svantaggio, come strumento in grado di garantire sviluppo ed inclusione sociale; assistere e sostenere la nascita e lo sviluppo di imprese, microimprese e startup; fornire formazioni sullo sviluppo d'impresa e consulenza professionale per le scelte universitarie, prospettive di lavoro dipendente e di lavoro autonomo per studenti delle scuole superiori.

[www.associazionemicrolab.it](http://www.associazionemicrolab.it)

Referente per il progetto Stefania Guida, Coordinatrice Nazionale dell'Associazione.



##### Reseau Entreprendre Piemonte

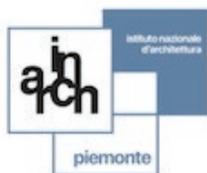
La mission di Réseau Entreprendre è quella di contribuire a creare posti di lavoro e di aiutare le PMI nei nostri territori, Réseau Entreprendre è una rete di leader d'impresa volontari che affiancano degli imprenditori nella potenziale creazione di posti di lavoro aiutandoli a raggiungere il successo nella creazione, nella ripresa o nella crescita di impresa. L'azione di Réseau Entreprendre è fondata su 3 principi fondamentali e indissociabili: l'importanza della persona, il principio del-



la gratuità, lo spirito della reciprocità. I soci di Réseau Entreprendre aderiscono a questi forti valori formando una rete di solidarietà mirata alla creazione di posti di lavoro. Sono convinti che la creazione di posti di lavoro sia imprescindibilmente legata alla riuscita degli imprenditori e si mobilitano di conseguenza apportando tempo, mezzi e competenze in maniera completamente gratuita.

<https://www.reseau-entreprendre.org/piemonte/>

Referente per il progetto Francesco Orlando.



### **Istituto Nazionale di Architettura sezione regionale del Piemonte (IN/Arch Piemonte)**

L'IN/ARCH è un istituto culturale riconosciuto giuridicamente ed è Istituto Scientifico Speciale per il MIUR dal 2004. L'istituto, fondato nel 1959 da Bruno Zevi, promuove i temi legati all'architettura e al territorio nel mondo delle professioni, della politica, dell'impresa e della cultura. Possono essere soci IN/Arch architetti, ingegneri, costruttori, produttori di materiali, componenti edilizie e design, studenti, enti pubblici e privati, associazioni di categoria e istituti bancari, e, in generale, tutti coloro che amano l'architettura.

[www.inarchpiemonte.it](http://www.inarchpiemonte.it)

Referente per il progetto Paola Valentini architetto Presidente di IN/Arch Piemonte, con Franco Lattes e Silvia Minutolo architetti.

### **Service Provider di secondo livello:**



#### **PerMicro**

PerMicro è un intermediario finanziario specializzato nell'erogazione di microcredito all'impresa e alla famiglia. PerMicro si occupa di creare occupazione e inclusione sociale attraverso l'erogazione professionale di crediti e microcrediti, l'educazione finanziaria e l'offerta di servizi di avviamento e accompagnamento all'impresa. PerMicro si rivolge persone con idee imprenditoriali e con esigenze finanziarie primarie (casa, salute, formazione), escluse dai tradizionali canali del credito per insufficiente storia creditizia o precaria posizione lavorativa.

[www.permicro.it](http://www.permicro.it)

Referente per il progetto Monica Bertola.



#### **Banca Etica**

Banca Etica dal 1999 è l'unico istituto di credito in Italia che opera nel rispetto dei principi della finanza etica: trasparenza, partecipazione, sobrietà, efficienza, attenzione agli impatti sociali e ambientali dei finanziamenti erogati. Offre tutti i principali prodotti e servizi bancari per privati e famiglie o per organizzazioni e imprese, proponendo un'e-

sperienza bancaria diversa.

[www.bancaetica.it](http://www.bancaetica.it)

Referente per il progetto Diego Finelli, Direttore.

## **3.3 I progetti accompagnati dal prototipo sperimentale**

I partecipanti che hanno preso parte al prototipo sperimentale sono persone singole, gruppi di amici, giovani adulti, donne e uomini con diverso grado di istruzione (cfr. paragrafo 2.4). Sotto l'elenco dei progetti proposti dai partecipanti e accompagnati entro il prototipo sperimentale.

### **Apicoltura Muande Bellacomba (Rubiana, Località Muande Bellacomba)**

Il progetto prevede la produzione e vendita di miele millefiori di montagna, miele di castagno, miele di flora alpina con rododendro e miele di acacia. In aggiunta, il progetto include produzione e vendita di cera d'api e cera d'api di opercolo.

### **Filrouge (Val Chisone, Zona Fenestrelle)**

Il progetto è dedicato allo sviluppo di uno spazio per l'affinamento di prodotti caseari (es. formaggi locali) e di uno spazio laboratorio per il confezionamento degli stessi.

Photo credit:  
Paolo Meitre  
Libertini



### **I Marroni di Pian del Conte** (*Bassa Valle di Susa, Villar Focchiardo*)

Il progetto vuole valorizzare il marrone Valle Susa attraverso la costituzione di un soggetto economico nuovo che, facendo filiera con il territorio (es. produttori), si occupi della commercializzazione, del marketing e della trasformazione artigianale dei marroni e delle castagne da prodotto fresco a prodotti finiti e semilavorati.

### **Vivabitare** (*Zubiena, Biella*)

Il progetto mira a individuare 5 nuclei famigliari che vogliono ridare vita ad un cascinale a Zubiena (BI), condividendo un progetto di abitazione collaborativa in un contesto agricolo. La proprietà è circondata da terreni agricoli a prato e a bosco, per un totale di 2.4 ettari. Le unità abitative che saranno realizzate, puntando al risparmio energetico e all'utilizzo di materiali naturali, integreranno al loro interno servizi e spazi comuni per promuovere le relazioni tra vicini e per facilitare la gestione della vita di tutti i giorni. Si affiancano spazi per attività di ospitalità diurna di servizi sociali, culturali, etc., nonché spazi da destinare allo sviluppo di attività agricole (coltivazione, apicoltura, etc.).

### **La Bourcetin** (*Vallone di Bourcet, Val Chisone*)

Il progetto ha come obiettivo l'ampliamento dei terreni coltivabili attraverso la riconversione di aree marginali boschive e aderendo a processi di agricoltura biologica. Il progetto inoltre si prefigge di ampliare le coltivazioni esistenti di piccoli frutti e patate. Mettendo a sistema le diverse opportunità produttive, il progetto vuole in ultimo realizzare

Photo credit:  
Paolo Meitre  
Libertini



un servizio di ristorazione offrendo i prodotti coltivati.

### **La casa del sole** (*Località Comba Crosa - Comune di Perrero, Torino*)

Il progetto prevede l'insediamento di un ecovillaggio biovegano con servizi condivisi (co-housing), foresteria (posti letto + ristorazione), rural school (impostazione libertaria) attività di cura e benessere olistici, bio-agricoltura e scuola di agricoltura sinergica e permacoltura, e laboratori artigianali.

### **Le Trune Ecovillaggio** (*Condove, Val di Susa*)

Il progetto è dedicato al recupero di una borgata antica (acquistata) al fine di riportare vita in loco e creare opportunità lavorative (es. coltivazione, allevamento). Il posto vuole essere una sorta di cascina didattica, luogo sperimentale e ricettivo, punto di incontro di persone ed esperienze.

### **Bio? Logico** (*Settimo Vittone*)

Il progetto ha come obiettivo l'ampliamento dell'azienda agricola di famiglia che si occupa di agricoltura biologica, andando ad accrescere il proprio organico e portando così nuovi abitanti e risorse sul territorio.

### **Dzerta Horto** (*Desertes, Cesana Torinese, Val Susa*)

Il progetto si propone, attraverso la produzione e trasformazione di prodotti quali lavanda, fiori alpini, erbe aromatiche, piante officinali e piccoli frutti, di generare una nuova economia locale nel paese di Desertes e che lavori sull'intera filiera. Premessa fondamentale del progetto è la volontà di innescare il motore di riqualificazione e ripristino dei luoghi storici ora abbandonati.

### **Filiera piccoli frutti** (*Rubiana, Val di Viò*)

Il progetto prevede lo sviluppo di un'attività di produzione, vendita e trasformazione di prodotti del territorio in particolare piccoli frutti.

### **Filatura di canapa italiana**

Il progetto si pone come obiettivo la riduzione della filiera fra produzione di canapa, elaborazione e vendita di prodotti finiti ecosostenibili.

### **Water** (*Ostana, Cuneo*)

Il progetto si fa promotore di attività volte a implementare la sostenibilità ambientale delle strutture del Monviso Institute (<http://monviso-institute.org/>) con particolare riferimento al trattamento delle acque.

### **Coltiviamo emozioni** (Coassolo)

Il progetto prevede l'implementazione di un'azienda agricola di prodotti tipici locali: patate di montagna, mele trasformate in succhi e confetture, erbe officinali trasformate in liquori e caramelle. Il progetto inoltre include attività di accoglienza attraverso la disponibilità di due alloggi per affitto indipendente.

### **Spesa Naturale** (Asti)

Il progetto vuole implementare un sito e-commerce e polo fisico-logistico per ottimizzare vendita prodotti a km zero (frutta, verdura, carne), riducendo tempi di incontro tra produttori e consumatori con riduzione contestuale sprechi e la gestione delle eventuali eccedenze prodotte.

### **Grown** (Ostana, Cuneo)

Il progetto si pone come obiettivo di lavorare per la produzione di sci in legno e fibra di canapa.

### **Allevamento capre cashmere** (Brosso, Val Chiusella)

Il progetto è dedicato all'allevamento di capre da cashmere da cui poi ottenere il filato che sarà lavorato con tessitura manuale tramite telaio e colorato con colori naturali coltivati in loco.

## **3.4 La nuova domanda di montagna intercettata dal progetto: caratteristiche principali dei partecipanti**

Photo credit:  
MonViso Institute



Si sono presentati allo sportello di consulenza e orientamento, che ha dedicato a ciascuno un colloquio personalizzato di circa un'ora, 46 soggetti, di cui 27 uomini e 19 donne<sup>15</sup>. La fascia d'età più rappresentata è stata quella compresa tra i 30 e i 39 anni (20 persone), seguita subito dopo dagli over 50 anni (15); non pochi anche i soggetti molto giovani (9, tra i 19 e i 29 anni), mentre sotto-rappresentata è risultata la categoria dei quarantenni (40-49 anni, solo 2). Le caratteristiche socio-anagrafiche dei proponenti hanno evidenziato una maggioranza



Photo credit:  
MonViso Institute

relativa di laureati, anche in possesso di master o dottorati (21 persone, con lauree a loro volta molto diversificate, dal settore agro-alimentare all'ingegneria, sino alla psicologia e alla comunicazione), una quota significativa è stata rappresentata dai diplomati (15, spesso in istituti tecnici) ma si sono presentati anche in un discreto numero quanti hanno conseguito il solo obbligo scolastico (10). La provenienza dei soggetti è stata in gran parte dalla provincia di Torino (30), sia dal capoluogo sia dai comuni delle valli montane, ma non sono mancati soggetti che vivono in altre province piemontesi (Alessandria, Cuneo, Novara, Verbano-Cusio-Ossola) o anche in Lombardia (Varese) ma intenzionati ad operare comunque in Piemonte.

Rispetto al tipo di progetto per cui queste persone hanno chiesto supporto a InnovAree, si sono delineati tre gruppi di dimensioni simili:

- innanzitutto vi sono quanti hanno già avviato, anche da anni, un'attività in montagna (soggetti che spesso rappresentano coppie o famiglie, anche allargate, e più di rado piccole società) e vogliono fare un passo in avanti, allargando o diversificando il proprio campo di intervento (per esempio, unendo alla produzione agricola la ricettività oppure costruendo una nuova stalla per il bestiame o, ancora, creando reti più ampie e strutturate per la trasformazione e la distribuzione dei propri prodotti);
- una seconda categoria è quella di quanti hanno invece solo un progetto ma ben delineato e corredato di ampia documentazione e business-plan: in alcuni casi i proponenti hanno già acquistato

<sup>15</sup> I dati qui presentati sono stati raccolti in parte tramite il colloquio allo sportello e in parte tramite la successiva compilazione di un questionario strutturato, somministrato durante il workshop di gruppo.

immobili e terreni (o sono in procinto di farlo, in aree individuate) e spesso hanno una chiara idea di dove realizzare la propria impresa, dei mezzi necessari, del tipo di relazioni che vanno attivate, ecc.

- infine, c'è la categoria di quelli (spesso giovani ma anche ultracinquantenni) che hanno un'idea appena abbozzata o anche semplicemente che esprimono un forte desiderio di trasferirsi in montagna per vivere e lavorare, senza ancora aver focalizzato l'attenzione su settori specifici o su territori in particolare, magari avendo con alcune valli un legame preesistente, ad esempio per frequentazione turistica.

Tutte queste persone avevano già avviato o erano intenzionati ad avviare attività nelle montagne piemontesi, nelle Alpi, in primis (soprattutto nelle valli torinesi, a partire dalla Val Susa e limitrofe, e in alcuni casi valli cuneesi o in alcune aree del novarese e del VCO), ma anche nelle aree alto collinari, come le Langhe o l'Appennino al confine con la Liguria.

Rispetto al tipo di attività che i proponenti avevano in mente di realizzare (o che avevano già avviato), i principali ambiti a cui si possono ricondurre le proposte sono quello agricolo in senso lato (agricoltura biologica, recupero frutti/ortaggi locali e loro trasformazione, erbe officinali e derivati, apicoltura), quello ricettivo e dell'ospitalità rurale,

*Photo credit:*  
*MonViso Institute*



*Photo credit:*  
*MonViso Institute*

anche in senso culturale e ricreativo, quello dell'allevamento e, infine, quello, al suo interno eterogeneo, dei servizi alla persona. Al di là delle caratteristiche dei proponenti e del tipo di imprese immaginate o già operative, il punto di contatto tra queste varie iniziative si è costituito su due elementi principali: da un lato la forte spinta, spesso fondata su valori e su aspetti etici esplicitati direttamente, verso la vita nelle terre alte, intesa come occasione per sviluppare o per rafforzare progetti lavorativi ed esistenziali ben diversi da quelli che si potrebbero realizzare in città ma non per questo in opposizione alla dimensione urbana. I proponenti avevano prevalentemente in mente una forma di relazione montagna-città come asse portante delle proprie iniziative, sia rispetto allo sbocco dei prodotti realizzati che come bacino di utenza per i servizi offerti, fino anche alla propria sfera personale e familiare, laddove la vita in montagna è stata concepita non come isolamento ma come tensione positiva tra l'ambito della natura e del rapporto con la terra e gli animali, e quello della società urbana (in cui trovare risposta a bisogni culturali, di socialità più ampia, di stimolo all'innovazione, così come servizi e opportunità). Dall'altro, i soggetti che si sono rivolti allo sportello erano tutti accomunati dalla necessità di un supporto concreto e mirato, che li aiutasse a far nascere e crescere la propria impresa montana, così come a trasformare ed ampliare/innovare quella già esistente. Una prima area di bisogni è stata rappresentata dall'accesso ai finanziamenti, sia nella forma del credito agevolato e personalizzato rispetto alle peculiari caratteristiche del fare impresa in montagna, sia in quella del sostegno a fondo perduto: i proponenti hanno evidenziato in diversi casi l'estrema difficoltà nell'accedere al credito convenzionale bancario ma anche nel partecipare a bandi regionali o europei, in relazione innanzitutto alle ridotte dimensioni delle imprese avviate o progettate, così come alle scarse garanzie in senso tradizionale che possono essere da loro offerte a fronte del credito prestato. Una seconda area di bisogni è stata quella dell'accompagnamento alla costituzione dell'impresa, al suo avvio e al suo consolidamento (o alla sua trasformazione/ampliamento, nel caso di attività già avviate), tramite il reperimento delle informazioni utili, l'orientamento, la formazione specifica, la consulenza normativa e fiscale, il mentoring da parte di aziende già avviate in settori simili e il supporto nel cor-



Photo credit:  
MonViso Institute

so del tempo, a fronte del percorso di crescita affrontato. Una terza area di esigenze ha riguardato i rapporti con le istituzioni locali e sovra-locali, che risultano non sempre facili, dalle concessioni edilizie alla burocrazia ma anche rispetto ad agevolare in generale l'insediamento delle imprese nel territorio, per esempio individuando i terreni privati in vendita/affitto o anche concedendo terreni comunali in uso gratuito, senza dimenticare l'offerta dei servizi minimi, necessari al permanere in montagna delle imprese e delle famiglie (scuola, internet, medico,

ecc.). Infine, si è evidenziato il forte bisogno di facilitazione rispetto al networking e alla cooperazione con altri soggetti attivi nello stesso settore o in ambiti complementari, a livello di valle o di area più vasta.

Tramite il questionario somministrato durante il workshop di presentazione, validazione e networking sulle progettualità, è stato anche indagato l'universo dei valori e degli immaginari dei proponenti, rispetto ad alcune dimensioni centrali, a partire da quella lavorativa: da questo punto di vista, la maggior parte dei proponenti si è dichiarata complessivamente soddisfatta del lavoro che svolge (sebbene in molti casi fossero pronti a lasciarlo, per avviare una nuova attività in montagna), del bilanciamento tra impegni lavorativi e tempo libero e del livello di realizzazione personale (vale qui la pena di ricordare che tutti i rispondenti si erano dichiarati occupati). Altri ambiti appaganti per i rispondenti sono risultati essere le relazioni interpersonali e, soprattutto, la sfera familiare, ritenute decisamente soddisfacenti dalla grandissima maggioranza dei soggetti. Se la situazione economica attuale è stata invece valutata poco positivamente da quasi tutti i rispondenti, va notato d'altra parte che al denaro è stato attribuito uno scarso rilievo nella vita personale, mentre sono stati giudicati di grande importanza la professione e la realizzazione personale da un lato, e le dimensioni degli affetti e della socialità dall'altro.

Livello di soddisfazione attuale e importanza attribuita alle diverse sfere si sono riflessi nell'impatto del progetto di vita e lavoro immaginato dai proponenti, in rapporto alla montagna. E' prevalsa infatti l'idea che lo sviluppo del proprio progetto in un contesto montano potesse avere un'influenza consistente su molteplici dimensioni individuali, in primo luogo sulla realizzazione personale e sulla valorizza-

zione delle relazioni sociali, indicate da tutti i partecipanti come ambiti in cui l'impatto atteso è molto o abbastanza di rilievo. Altri aspetti che, nell'opinione dei rispondenti, avrebbero tratto un significativo beneficio dalla progettualità immaginata sono l'impegno civico e sociale, le nuove opportunità lavorative ma anche la gestione del tempo libero. Infine, i proponenti non hanno trascurato l'impatto che l'attività avrebbe potuto avere sulla sfera familiare e su quella economica, con una differenza: mentre nella dimensione degli affetti, che come già visto è risultata estremamente importante e soddisfacente, prevale un'influenza stimata molto rilevante, nella dimensione economica – considerata meno importante e molto poco soddisfacente allo stato attuale – per cui si immagina un impatto di media portata.

L'importanza attribuita alla realizzazione personale è stata dunque direttamente connessa al desiderio di mettersi in gioco e di investire in un progetto lavorativo e di vita nel contesto montano. A questo proposito, si è osservata la prevalenza di un elevato grado di fiducia nella propria capacità di autodeterminazione: su una scala da 1 a 10, la misura in cui si ritiene di poter decidere del proprio futuro, i proponenti hanno indicato in media un punteggio pari a 8. A questa elevata fiducia in se stessi e nella possibilità di determinare la propria vita ha fatto da contraltare una diffusa sfiducia nelle istituzioni, in particolare quelle politiche e di rappresentanza: tutti hanno dichiarato infatti di avere una fiducia scarsa o assente nei partiti politici, nel parlamento e nei sindacati. Appena più elevato è stato il grado di fiducia manifestato nella pubblica amministrazione e nel sistema di previdenza sociale, così come nelle banche e nella Chiesa. Un maggiore credito è stato invece accordato all'Unione Europea, alla magistratura e soprattutto al sistema scolastico e formativo.

Photo credit:  
Paolo Meitre  
Libertini



# VALUTAZIONE DEL PROTOTIPO SPERIMENTALE

# 04

## 4.1 Analisi SWOT del prototipo sperimentale

Alla “domanda di montagna” raccolta, il progetto InnovAree ha risposto costruendo un prototipo sperimentale, basato sull’attivazione di un ampio partenariato sui versanti dell’accompagnamento all’impresa, del credito, e della relazione con le istituzioni locali e sovra-locali.

Tramite il confronto costante coi Service Provider e le periodiche riunioni dedicate al monitoraggio della sperimentazione, è stato possibile rilevare i principali punti di forza così come le criticità del prototipo sperimentale. L’analisi SWOT<sup>16</sup> di seguito presentata riassume i principali dati in merito.

*Photo credit:  
Paolo Meitre  
Libertini*



<sup>16</sup> SWOT = strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (Strengths), le debolezze (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) di un progetto o in un’impresa o in ogni altra situazione in cui un’organizzazione o un individuo debba svolgere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo.

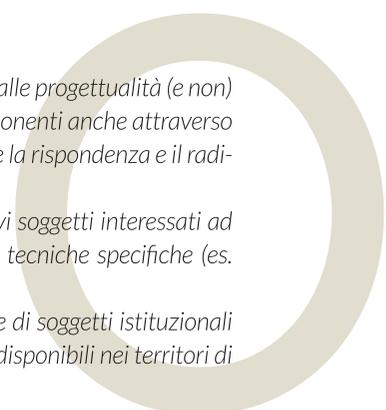
### Strengths

- Capacità di intercettare, far emergere ed incanalare una vasta e diversificata "domanda di montagna";
- Disponibilità e interesse da parte dei proponenti intercettati nello sviluppare le proprie progettualità attraverso logiche di filiera e di sharing economy, lavorando sulla possibile integrazione tra progettualità che mostrano elementi comuni/complementari;
- Sistema di matching con una rete di service provider portatori di diverse competenze, attivabili anche congiuntamente, in funzione delle necessità delle progettualità;
- Adozione e condivisione da parte dei service provider di strumenti di supporto all'accompagnamento;
- Interesse da parte dei proponenti rispetto alla possibilità di attivare servizi addizionali (corsi di formazione, consulenze specialistiche, contatto con esperienze simili, etc.) erogati (e non) dagli stessi service provider;
- Offerta del prototipo sperimentale in modo gratuito in tutte le fasi.



### Opportunities

- Interesse da parte di stakeholder operanti nei territori intercettati dalle progettualità (e non) nell'aprire un dialogo di reciproca conoscenza con i partecipanti proponenti anche attraverso l'esplicitazione dei propri bisogni e delle risorse disponibili per favorire la rispondenza e il radicamento dei progetti accompagnati e/o accompagnabili;
- Manifestazione di interesse rispetto ad InnovAree da parte di nuovi soggetti interessati ad essere Service Provider rispetto al capacity building di competenze tecniche specifiche (es. agropastorali, idrogeologiche);
- Manifestazione di interesse rispetto al progetto InnovAree da parte di soggetti istituzionali in grado di fornire informazioni sui servizi di base e reti di assistenza disponibili nei territori di intervento;
- Sviluppo di nuove policy a livello nazionale e locale dedicate alle aree interne, in dialogo con la Strategia Nazionale per le Aree Interne;
- Potenzialità offerte dalle tecnologie digitali e dalla connettività diffusa;
- Emersione in contesti montani di modelli innovativi e smart quali le "green community" che possono essere replicabili rispetto a servizi socio-sanitari, filiere agro-alimentari, mobilità, casa e in generale ai lavori connessi alla ricerca di stili di vita low profit.



### Weaknesses

- Dimensione "town oriented" della sperimentazione condotta, in quanto basata a Torino e realizzata coinvolgendo esclusivamente service provider urbano-metropolitani;
- Esigenza di rafforzare il valore sociale dei progetti, attualmente concentrato spesso prevalentemente nella scelta di rivitalizzare le aree interne;
- Fragilità della motivazione personale di alcuni proponenti a fronte delle difficoltà incontrate durante il percorso di accompagnamento;
- Disallineamento tra aspirazioni dei proponenti ed effettive necessità dei territori montani lì dove è mancata l'analisi del territorio da parte dei proponenti;
- Difficoltà da parte dei proponenti di identificare in maniera autonoma stakeholder montani in grado di favorire l'accoglienza delle proposte progettuali sul proprio territorio;
- Mancanza/carenza da parte di alcuni dei proponenti non tanto delle competenze relative agli aspetti imprenditoriali su cui si è concentrata la sperimentazione quanto di quelle specifiche richieste dalla loro progettualità (tessitura, pastorizia, etc);
- Esigenza di una mediazione tra proponenti e service provider favorire la connessione con i portatori delle competenze specifiche anche in funzione degli avanzamenti delle diverse progettualità;
- Continuità del progetto vincolata al reperimento di fondi, data la sua natura sperimentale.



### Threats

- Scarsa offerta di una domanda di montagna evoluta;
- Predominanza di un immaginario urbano della montagna;
- Mancanza di canali e strumenti che rendano leggibili le esigenze del territorio e chiara l'offerta verso chi è interessato ad insediarsi;
- Ridotti spazi di raccordo tra la pluralità di attori operanti sui territori e a livello sovra territoriale;
- Ridotti spazi di raccordo tra gli attori locali per un coordinamento a livello sovra territoriale.





Photo credit:  
MonViso Institute

In particolare, si ritiene opportuno intervenire sui seguenti aspetti:

- Rafforzamento del servizio: attraverso un processo di selezione che assuma gli insight emersi, l'ampliamento delle attività di supporto al progetto (ad es. nello sviluppo di strumenti di monitoraggio costante, matching progressivo e valutazione di impatto sociale), l'estensione del capacity building a competenze relative alle attività specifiche (ad es. coltivazione, ), lo sviluppo di nuove attività di accompagnamento dedicate a stimolare il portato innovativo e di impatto delle progettualità, la strutturazione di una rete che possa supportare le attività anche una volta avviate anche attraverso uno storytelling condiviso
- Sviluppo di una dimensione "mountain oriented": attraverso l'identificazione e il coinvolgimento di "territori accoglienti" con cui attuare meccanismi di facilitazione per presentare ai proponenti le caratteristiche del territorio e le opportunità offerte, agevolare l'insediamento e stimolare meccanismi di strutturazione in termini eco-sistemici dell'offerta e creazione di comunità
- Supporto ad una visione integrata di policy: attraverso la facilitazione nello sviluppo di una strategia di coordinamento tra enti locali a vario livello, partendo dal coinvolgimento attivo della Città Metropolitana di Torino.

## 4.2. Prospettive per l'innovazione per le aree interne

La sperimentazione effettuata fornisce più di una indicazione utile per mettere a fuoco il rapporto tra innovazione sociale e aree interne. Anzitutto, in generale, si conferma come la "questione montana" non riguardi solo la montagna. Al contrario, essa è una cartina di tornasole a più ampio spettro che interroga tensioni e ambivalenze del modello di sviluppo e di alcune delle sue più importanti dimensioni costitutive. Il potenziale di sviluppo della montagna richiede infatti di mettere a tema la crisi del modello consumistico urbano, affermatosi negli ultimi due secoli a discapito dei tradizionali insediamenti abitativi in quota.

Su questo sfondo, il fenomeno della scoperta e della colonizzazione delle montagne è stato letto nel dibattito in modi opposti ma complementari, che contrappongono una visione romantica della pura conservazione della montagna ad una visione ludica, caratterizzata dal suo asservimento all'uso consumistico urbano, con il rischio finale di trasformare le aree montane in quel che viene provocatoriamente definito un "deserto verde". Entrambe queste immagini rappresentano forme di appiattimento e di semplificazione che riducono in modo stereotipato la complessità dell'ambiente fisico e sociale della montagna, che potrebbe invece essere alla base di molteplici processi di sviluppo e di riconoscimento.

Concezioni astratte ed estetizzate della montagna, infatti, che sono tipicamente urbano-centriche e rimandano al rapporto distale, spesso estrattivo, patrimonialistico e/o fondato sulla valorizzazione delle amenities, tra città e montagna (De Rossi A., 2018). Estrattivismo, patrimonialismo e romanticizzazione costituiscono tratti comuni a un immaginario urbano della montagna, spesso riservato alle élites che consumano la montagna o la vogliono preservare. Élite che vivono la montagna come arcadia, regno della natura non contaminata dall'attività umana, dove l'ecologia è possibile in quanto *altra* rispetto alla dimensione produttiva. Una città ideale, fatta di politica, cultura, natura e società. Ma senza l'economia, senza il lavoro, senza la trasformazione della materia da parte dell'uomo e della tecnologia. Un immaginario, appunto,

Photo credit:  
MonViso Institute



Un immaginario, appunto,



Photo credit:  
MonViso Institute

tipicamente urbano di chi non vive in montagna.

Contro questa impostazione, occorre oggi una potenziale e nuova convergenza di interessi tra montagna e città/pianura, nell'ottica del reciproco vantaggio e delle potenzialità di innovazione *place-based* (Barca, F., Carrosio, G., S. Lucatelli S., 2018). Perché ciò sia possibile, però, occorre affrontare la questione in un'ottica di governo dei flussi e delle interdipendenze "metro-montane", tramite una programmazione strategica di area vasta,

non polarizzata sugli interessi, valori e priorità delle élite estrattive, tanto urbane quanto montane.

Il punto è ben colto dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne. Il buon governo dei territori non può e non deve essere declinato solo a livello dei grandi conglomerati urbani. Tutti i temi rilevanti per la montagna e le aree interne, lo sono anche per lo sviluppo locale in generale: si pensi ad esempio alle "green community", alla costruzione di modelli innovativi nei servizi socio-sanitari, alle filiere agro-alimentari, alla mobilità, alla casa e ai lavori connessi alla ricerca di stili di vita low profit.

Nelle aree rurali pensiamo ai "nuovi contadini" e ai "nuovi montanari", in quelle urbane all'artigianato tecnologico, alle energie rinnovabili e ai local commons. La riscoperta centralità delle risorse ambientali, le potenzialità delle tecnologie digitali e della connettività diffusa, gli orizzonti dell'economia circolare e dell'innovazione sociale, fanno emergere possibili traiettorie di evoluzione del rapporto tra persone e territorio montano del tutto inedite, collegate alla costruzione di imprese e comunità progressivamente capaci di adottare strategie cosiddette smart e green, specificamente innestate nei contesti ad alta quota.

In modo sempre meno sporadico, anche le aree interne possono essere luoghi in cui realizzare forme di innovazione sociale ai margini - ma non "marginali" (Carrosio G., 2019) - affiancate e sostenute da politiche dedicate. Il riferimento è alle varie forme di sviluppo territoriale in cui il "fare impresa" è connesso a processi di costruzione comunitaria, di messa in campo di forme di governance inclusive, di empowerment individuale e collettivo, a partire dalla creazione e dalla distribuzione di valore economico a impatto sociale. Anche al di fuori dei contesti ur-

bani, dunque, è possibile creare le condizioni favorevoli per soluzioni innovative che provino a contrastare alcune delle criticità tipiche delle aree interne e montane: diseguaglianze economiche e sociali, esclusione da fondamentali servizi "di cittadinanza" quali trasporti, istruzione e servizi.

Un più stretto raccordo tra innovazione sociale e aree interne/montane gioca anche a supporto di un diverso rapporto tra economia-società-ambiente, all'interno dello spazio che Kate Rawthort (2017) ha definito "economia della ciambella": tra il "soffitto" dei limiti ambientali e il "pavimento" della cittadinanza sociale. Ciò però richiede di supportare l'azione di agenti del cambiamento che, nelle aree interne/montane e in connessione con i poli urbani, disegnano nuovi mercati, prodotti, servizi e modelli organizzativi (Barbera F., Parisi T., 2019).

Le azioni di contrasto non possono che partire da qui: dall'innovazione sociale mirata al *ripopolamento vocazionale*. Le aree montane devono tornare a essere luoghi nei quali si *sceglie* di vivere, laddove questa scelta è correlata spesso a mutamenti etici e valoriali in favore di stili di vita improntati alla sobrietà e alla capacità di autodeterminazione. Ciò richiede di pensare alla politica per la montagna in modo sinergico e integrato con la politica per le aree urbane, in un quadro complessivo basato su possibili giochi a somma positiva tra aree deboli e forti, tra opportunità degli uni ed esigenze degli altri, tra problemi locali e

Photo credit:  
Paolo Meitre  
Libertini



questioni nazionali, per il governo dei flussi tra aree urbane e territori montani e a supporto della nuova “domanda di montagna”.

### 4.3 Budget stimato per l’implementazione del modello

In relazione all’esperienza maturata dai Service Provider attraverso gli accompagnamenti intercorsi a cavallo tra 2018 e 2019 e che hanno permesso di guidare 16 progettualità, il costo medio di un accompagnamento è risultato in una stima tra le 15 e le 40 ore di accompagnamento e tradotta in un budget variabile tra i 450 € e i 1000 € ad accompagnamento. A questo si devono aggiungere i costi, per la raccolta e l’analisi delle domande (lo “sportello”), i costi di struttura e di remunerazione del fattore lavoro (progettazione, ricerca, etc.). In sintesi, una stima prudenziale di 50.000 euro/anno garantirebbe l’accompagnamento di 10 progettualità, con un costo medio complessivo di 5.000 euro/annui per ogni progetto accompagnato.

Photo credit:  
MonViso Institute



### Bibliografia

- Barbera F., Parisi T., 2018, *Innovatori Sociali. La sindrome di prometeo nell'Italia che cambia*, Bologna, Il Mulino.
- Barbera F., Di Monaco R., Pilutti S., e Sinibaldi E., 2019, *Dall'alto in basso*, Rosenberg e Sellier (in print).
- Barca, F., Carrosio, G., S. Lucatelli S., 2018, *Le aree interne da luogo di disuguaglianza a opportunità per il paese*, in Paolazzi, L., Gargiulo, T. e Sylos Labini, M. *Le sostenibili carte dell'Italia*, Venezia, Marsilio editore, pp. 167-186.
- Carrosio G., 2019, *I margini al centro*, Roma, Donzelli.
- Corrado, F. De Matteis, G., Di Gioia A., (a cura di), 2014, *Nuovi montanari. Abitare le Alpi nel XXI secolo*, Milano, Franco Angeli.
- De Matteis G., 2011, *Montanari per scelta*, F. Angeli, Milano.
- De Matteis G., Corrado F., Di Gioia A., Durbiano E., 2018, *L'interscambio montagna-città. Il caso della Città metropolitana di Torino*, Milano, Franco Angeli.
- Dematteis M., Di Gioia A., Membretti A., 2018, *Montanari per forza. Richiedenti asilo e rifugiati nella montagna italiana*, F. Angeli, Milano.
- De Rossi A., 2018, *Riabitare l'Italia* (a cura di), Roma, Donzelli.
- Meijers E. J., Burger M. J., Hoogerbrugge M. M., 2016, *Borrowing size in networks of cities: City size, network connectivity and metropolitan functions in Europe*, in *Papers in Regional Science*, Vol. 95, pp. 181-198.
- Membretti, A., Kofler, I., Viazzo, P. P., 2017, *Per forza o per scelta, L'immigrazione straniera nelle Alpi e negli Appennini*, Torino, Aracne.
- Rawhort K., 2017, *Leconomia della ciambella*, Edizioni Ambiente.
- Salvi I., 2017, *Città metropolitane e economia circolare per uno sviluppo sostenibile del territorio*. Rel. Filippo Barbera. Corso di Laurea Magistrale in Cooperazione, Sviluppo e Innovazione nell'Economia Globale, Università degli Studi di Torino, Torino.
- SNAI, 2013, *Accordo di Partenariato 2014-2020 - Strategia nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*.

**InnovArea**

[innovaree@socialfare.org](mailto:innovaree@socialfare.org)