

SUPPORTO PER L'ATTIVITÀ PREPARATORIA ALLA PROGRAMMAZIONE EUROPEA 2023-2027 SUGLI “SMART VILLAGES”

Smartness Assessment Locali Report SAL-Documento di sintesi

08/05/2023

Gianluca Lentini, Valerio Mazzeschi, Alessandro Luè

Indice

1.	Introduzione.....	3
2.	Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Grand Combin e Mont-Émilius (primo incontro)	5
2.1	Ordinamento generale.....	5
3.	Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Grand Combin e Mont-Émilius (secondo incontro)	7
3.1	Ordinamento generale.....	7
4.	Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Evançon, Walser e Mont-Rose	9
4.1	Ordinamento generale.....	9
5	Unité des Communes Valdôtaines Valdigne-Mont Blanc	11
5.1	Ordinamento generale.....	11
6	Unité des Communes Valdôtaines Mont-Cervin.....	13
6.1	Ordinamento generale.....	13
7	Unité des Communes Valdôtaines Grand-Paradis.....	15
7.1	Ordinamento generale.....	15
8.	Quale potrebbe essere il valore aggiunto del LEADER?	17
9	Incontro con l'amministrazione del Comune di Aosta	19
10	Conclusioni e considerazioni	21

1. Introduzione

Il presente Documento di sintesi del Report “Smartness Assessment Locali” ha lo scopo di fornire un quadro generale e riassuntivo dei principali risultati emersi dai diversi incontri avvenuti con i portatori di interesse.

Nello specifico sono stati effettuati n°6 Smartness Assessment Locali nelle 5 aree omogenee identificate nel Report “Mappatura degli stakeholder e delle buone pratiche” e che per completezza sono riportate di seguito:

- Gruppo di Unités Grand-Combin e Mont-Émilius
- Gruppo di Unités Evançon-Mont-Rose-Walser (Bassa Valle)
- Unité Valdigne-Mont-Blanc
- Unité Mont-Cervin
- Unité Grand-Paradis.

In particolare, con il Gruppo di Unités Grand-Combin e Mont-Émilius sono stati necessari due incontri in quanto, alla prima riunione, nonostante gli sforzi dell’Autorità di Gestione dei Fondi FEASR di invitare il maggior numero di portatori di interesse, erano presenti soltanto 6 persone. Per tale motivo è stata fatta la scelta di effettuare un nuovo assessment che potesse prendere in considerazione gli input di un numero maggiore di stakeholder.

Inoltre, è stato effettuato anche un incontro con **sindaco di Aosta** e alcuni membri della sua giunta per discutere delle priorità riguardanti le tematiche “smart” delle aree rurali del capoluogo.

A conclusione degli Smartness Assessment Locali è possibile delineare alcune considerazioni sia di carattere generale, paragonando tutte le Unités tra loro, sia di carattere locale, analizzando i risultati delle singole Unités.

Partendo dalle considerazioni generali, vi è stata **un’ottima partecipazione** da parte dei diversi territori, prova di un interesse nella tematica. Nello specifico, ad eccezione della prima riunione svolta con il Gruppo di Unités Grand-Combin e Mont-Émilius dove sono stati presenti solo 6 portatori di interesse, al secondo incontro con le stesse Unités i portatori di interesse sono invece stati **28**, all’incontro con il Gruppo di Unités della Bassa Valle erano presenti **12** portatori di interesse, all’incontro con l’Unité Valdigne-Mont-Blanc erano presenti **18** portatori di interesse, all’incontro con l’Unité Mont-Cervin erano presenti **24** portatori di interesse e infine, all’incontro con L’Unité Grand-Paradis erano presenti **28** portatori di interesse.

Dopo aver completato tutti gli incontri è possibile far emergere che:

- In tutte le Unités, tranne che nel **primo incontro** con il GdU Grand-Combin-Mont-Émilius emergono tra le prime posizioni di prioritizzazione le dimensioni di smartness **Economy, People e Living**.
- Per il GdU Grand-Combin-Mont-Émilius (primo incontro), invece, si trovano come affermazioni prioritarie tutte le affermazioni della dimensione della **Governance**. In questo caso, si evidenzia come, nonostante lo sforzo dell’AdG FEASR di invitare alla partecipazione il numero più alto possibile di rappresentanti delle diverse categorie di stakeholder presenti sul territorio, le persone presenti all’incontro appartenevano solo ad alcune categorie, nello specifico terzo settore, pubblica amministrazione e aziende agroalimentari, riducendo di fatto la possibilità di confronto tra diversi punti di vista.

- La dimensione della Governance nelle Unités diverse dal GdU Grand-Combin- Mont-Émilius (primo incontro) risulta avere sempre punteggi molto bassi e si posiziona nella parte bassa della classifica di prioritizzazione tra dimensioni. Questo risultato è dipeso principalmente da due fattori: la composizione del gruppo di portatori di interesse, che nel caso del GdU Grand-Combin-Mont-Émilius non era rappresentativa di tutte o almeno gran parte delle categorie di stakeholder presenti sul territorio, e la vicinanza dei territori di queste Unités al capoluogo Aosta e quindi alla possibilità di accedere a una serie di servizi contemplati nelle categorie del Living e del People (sanità, scuole, servizi alla persona) che rende, nelle opinioni dei portatori di interesse, non prioritarie queste categorie di smartness. Tuttavia, nonostante la dimensione della Governance non sia stata ritenuta prioritaria nelle altre UCV, il tema dell'**infrastrutturazione digitale** è sempre considerato come fattore abilitante per sviluppare pratiche innovative e nuove tecnologie all'interno delle aziende, soprattutto quelle a carattere agricolo e zootecnico.
- Eccetto che per alcuni casi (UCV Valdigne-Mont-Blanc e UCV Grand-Paradis), anche la **mobilità** ha punteggi sempre molto bassi nelle classifiche. In generale, anche grazie all'esperienza maturata in precedenti incarichi sul territorio valdostano, è possibile constatare che il tema della mobilità in Valle d'Aosta non è considerato prioritario in quanto gli abitanti sono consci della topografia del territorio in cui abitano. Tale topografia rende molto difficoltosa l'implementazione di azioni di mobilità smart e sostenibile (in particolar modo azioni riguardanti la mobilità dolce). Nonostante questo, in tutti gli incontri il tema dell'intermodalità suscita sempre molto interesse sia per il miglioramento del sistema attuale, sia per la possibilità di attrarre un maggior numero di turisti che possano spostarsi senza l'utilizzo delle proprie auto private.
- La dimensione dell'**Environment** si colloca quasi sempre (in particolare nel GdU Grand-Combin-Mont-Émilius, sia nel primo, sia nel secondo incontro, GdU Bassa Valle, UCV Mont-Cervin) in una posizione intermedia di interesse e di prioritizzazione, anche se in alcune riunioni è emersa la volontà di portare, sul territorio, iniziative su alcuni aspetti considerati importanti e strategici (agricoltore come custode del territorio e quindi importante figura per il **monitoraggio** e il tema legato alla produzione di **energia**). Il posizionamento è dovuto, probabilmente, al fatto che gli abitanti sono consapevoli di vivere in una regione ad alta naturalità e ad alto livello paesaggistico. Tale consapevolezza è avallata per di più dalla costante presenza di turisti che sia nella stagione invernale sia nella stagione estiva scelgono le località valdostane per le loro vacanze. Anche per quanto concerne la produzione di energia da fonti rinnovabili, nel territorio valdostano la produzione di energia elettrica è totalmente affidata alle centrali idroelettriche presenti in molti comuni. Da queste considerazioni emerge quindi un interesse non del tutto prioritario per le tematiche presenti all'interno della dimensione di smartness "Environment".
- Il tema della **certificazione biologica**, ad un primo impatto, viene percepito come una tematica controversa. Spesso l'affermazione è accompagnata da commenti riguardanti l'onerosità delle certificazioni sia in termini di tempo sia in termini finanziari. Tuttavia, la controversia viene poi in parte superata quando si introducono i temi della **certificazione di gruppo** (che ha lo scopo di arrivare alla certificazione biologica di una intera zona e non di una singola proprietà) e della **produzione integrata** che può essere considerata come tappa intermedia verso la certificazione biologica.

Nei seguenti paragrafi, per ogni incontro avvenuto, sono state descritte le principali tematiche emerse, è stato riportato l'andamento generale e infine sono stati forniti degli spunti su cui l'approccio LEADER potrebbe dare il suo contributo.

2. Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Grand Combin e Mont-Émilius (primo incontro)

In generale, tematiche delle dimensioni di smartness Living e del People sono ritenute meno importanti perché la vicinanza ad Aosta come capoluogo, soprattutto per l'Unité Mont Emilius, rende meno problematica la fornitura di servizi relativi a queste due categorie (presidi ospedalieri, scuole, ecc.). Invece, il tema **dell'infrastrutturazione digitale (anch'esso incluso nella dimensione Governance)** risulta essere molto importante in quanto, anche se l'infrastrutturazione digitale ha raggiunto tutti i comuni valdostani (con i lavori che hanno installato fibra ottica e hanno aumentato la capacità di trasmissione e ricezione dei dati grazie alla tecnologia della banda larga), allo stato attuale manca ancora la connessione con le realtà puntuali (aziende agricole, case sparse) del territorio al di fuori delle frazioni capoluogo. Tale problematica è stata rilevata soprattutto nel territorio dell'Unité Grand-Combin. Particolare interesse hanno suscitato in questo Gruppo di Unités i temi delle comunità energetiche viste come opportunità di indipendenza energetica anche in relazione all'instabilità attuale del quadro geopolitico globale che impatta sui costi delle materie prime energetiche. Infine, un'ulteriore tematica preponderante che è emersa durante il dibattito è quella del ruolo **dell'agricoltore come custode** e quindi fondamentale contributore al **monitoraggio del territorio**. Infatti, secondo i portatori di interesse, alcuni dei quali rappresentati di aziende agricole, negli ultimi anni si è visto un abbandono sempre più marcato del bosco e della sua cura che ha portato in alcuni punti a situazioni di criticità anche da un punto di vista idrogeologico.

2.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario.

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Vi è un livello adeguato di infrastrutturazione digitale nel mio territorio	Governanc e	15
II	Vi è un livello adeguato di infrastrutturazione digitale nelle aziende agricole e nelle aziende zootecniche del mio territorio	Governanc e	12
III	Le forme organizzate e associative (cooperative, consorzi, contratti, patti collaborativi pubblico-privati, piani di gestione, ...) sono sufficientemente valorizzate nel mio territorio	Governanc e	8
IV	Le Pubbliche Amministrazioni (PA) locali si interfacciano con i cittadini e le imprese e forniscono loro servizi attraverso forme di amministrazione digitale e di e-government	Governanc e	6

V	Nel mio territorio esistono iniziative per la sostenibilità, l'efficienza e l'indipendenza energetica, come ad esempio le Comunità Energetiche	Environment	5
VI	Le aziende e le forme organizzate d'impresa del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica nell'approccio a canali digitali di promozione, ad esempio l'e-commerce	Economy	4,5
VII	Gli agricoltori del mio territorio sono consci del proprio ruolo ambientale e di custodi del territorio , ossia adottano forme di gestione agro-compatibile o forme associative di monitoraggio del territorio (contratti, piani di gestione, ...)	Environment	4,5
VIII	Le aziende agricole a gestione familiare/ forme organizzate d'impresa (cooperative, associazioni e consorzi fra produttori) del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa	Economy	4

Come si può vedere dalla tabella, le prime quattro affermazioni sono tutte relative alla categoria di smartness della Governance. Difatti, i portatori di interesse, durante la somministrazione del questionario hanno precisato che la Governance era di gran lunga la categoria più importante di tutte seguita poi, a pari merito, dalle categorie dell'Economy e dell'Environment. Di conseguenza, tale classificazione è stata rispecchiata anche dall'ordinamento generale delle affermazioni dove, dopo i primi quattro posti occupati dai temi della Governance seguono, in egual numero, le affermazioni dell'Economy e dell'Environment. In particolare, la prima affermazione è 1,5 volte più importante della seconda e circa 4 volte più importante dell'ottava.

3. Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Grand Combin e Mont-Émilius (secondo incontro)

Nel secondo incontro con queste due Unités sono emerse, come tematiche preponderanti, quelle relative alle dimensioni di smartness del **Living, Economy e People**. Tali tematiche sono di particolare importanza per i portatori di interesse locali in quanto comprendono i fattori abilitanti per evitare lo spopolamento dei luoghi, fenomeno di cui la Valle d'Aosta inizia a vedere gli effetti (riduzione del 3% della popolazione nel decennio 2012-2022¹). Infatti, le categorie citate nelle righe precedenti fanno riferimento ai **servizi alla cittadinanza**, in particolare quelli **socio-sanitari** che al momento della redazione del report (aprile 2023) sono una vera e propria emergenza a livello nazionale (si fa particolare riferimento alla mancanza di medici di medicina di base). Inoltre, è centrale la necessità per la popolazione di avere **luoghi infrastrutturali e digitalmente connessi** in grado di fornire supporto nell'incremento del livello di **alfabetizzazione digitale** della popolazione. Un'ulteriore tematica è quella della **imprenditorialità giovanile** che potrebbe favorire, nel breve e medio periodo, un aumento del livello di **digitalizzazione** delle aziende agricole e zootecniche del territorio. Infine, ha suscitato interesse anche il tema della **certificazione biologica**, soprattutto nella prospettiva di implementare, in una prima fase, pratiche di **produzione integrata** in grado di guidare le aziende locali in una transizione verso forme di agricoltura biologica certificata.

3.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario.

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Gli abitanti del mio territorio, attivi in associazioni e organizzazioni, dispongono di spazi di comunità dedicati alla formazione e all' innovazione digitale (es. Digital Innovation Hubs, FabLab, ...).	People	15
II	Nel mio territorio vi sono aziende - agricole o di trasformazione - impegnate nella produzione certificata biologica .	Economy	12
III	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi essenziali alla persona (servizi socio-sanitari, educativi, formativi).	Living	9,6
IV	Il mio territorio è attrattivo dal punto di vista dei servizi educativi e formativi personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione .	Living	9,6
V	Gli abitanti del mio territorio hanno un buon livello di alfabetizzazione digitale , sia per l'ottenimento di servizi sia per l'espletamento di attività	People	9

¹ Fonte: Osservatorio Economico Sociale-Regione Autonoma Valle d'Aosta

	economiche.		
VI	Nel mio territorio sono presenti iniziative di imprenditorialità innovativa , in particolare giovanile, in ambito agricolo, forestale o zootecnico .	People	9
VII	Le aziende agricole a gestione familiare/ forme organizzate d'impresa (cooperative, associazioni e consorzi fra produttori) del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa	Economy	7,2
VIII	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi socio-sanitari personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione .	Living	7,2

Come si può vedere dalla tabella, le affermazioni prioritarie appartengono alle dimensioni del People, del Living e dell'Economy. Nello specifico, la prima affermazioni classificata (spazi di comunità infrastrutturati) è 1,5 volte più importante rispetto alla seconda affermazione (certificazione biologica), e circa 2 volte più importante delle ultime tre affermazioni. In particolare, in questa prioritizzazione, si nota che i punteggi delle affermazioni sono molto vicini, per cui, seppur è possibile definire una classifica, gli statement hanno una importanza reciproca molto bassa, indicando difatti, che tutte le prime 8 affermazioni sono prioritarie per il territorio analizzato.

4. Gruppo di Unités des Communes Valdôtaines Evançon, Walser e Mont-Rose

Tematiche molto importanti sono quelle legate alle dimensioni di smartness **Living e del People**, dimensioni che, nei fatti, risultano avere obiettivi complementari tra loro. Tale risultato è dovuto principalmente alla maggiore distanza geografica che queste Unités hanno rispetto al capoluogo Aosta. Infatti, durante il dibattito, è stato evidenziato dagli abitanti delle Unités che, per poter accedere alla maggior parte dei servizi (sociali, sanitari, scolastici), sono costretti a recarsi fuori regione o a percorrere molti chilometri per raggiungere il capoluogo. In particolare, grazie alla presenza di alcune realtà industriali rilevanti a livello regionale, soprattutto nell'area di Pont-Saint-Martin, emerge in maniera preponderante il tema dell'alfabetizzazione digitale delle persone, dell'innovazione delle aziende e della creazione di spazi infrastrutturati come ad esempio **Fablab**. Tuttavia, in merito all'ultimo argomento (**Fablab**) nonostante la presenza alla riunione del responsabile delle due sedi dello spazio denominato "Pépinière d'entreprises" di Pont-Saint-Martin, il resto degli stakeholders (pubbliche amministrazioni, aziende agricole, rappresentanti del terzo settore, aziende del settore turistico) hanno espresso il loro disaccordo sulla presenza di spazi condivisi infrastrutturati. Tale disaccordo evidenzia come, spesso, seppur gli attori vivano nello stesso territorio, non sempre riescono ad avere una conoscenza approfondita di quali siano le realtà esistenti che operano nell'area. Infine, anche la dimensione di smartness Economy risulta essere prioritaria soprattutto per quanto riguarda l'innovazione e la digitalizzazione delle aziende agricole.

4.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario. Questa classifica qualitativa complessiva permette di individuare, in un confronto reciproco tra dimensioni, dove si concentri l'interesse dell'insieme delle Unité Evançon, Walser e Mont-Rose in termini di direttrici di sviluppo principali:

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Le aziende agricole a gestione familiare/ forme organizzate d'impresa (cooperative, associazioni e consorzi fra produttori) del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa	Economy	12
II	Gli abitanti del mio territorio hanno un buon livello di alfabetizzazione digitale , sia per l'ottenimento di servizi sia per l'espletamento di attività economiche	People	12
III	Gli abitanti del mio territorio, attivi in associazioni e organizzazioni, dispongono di spazi di comunità dedicati alla formazione e all' innovazione	People	12

	digitale (es. Digital Innovation Hubs, FabLab, ...)		
IV	Le aziende e le forme organizzate d'impresa del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica nell'approccio a canali digitali di promozione, ad esempio l'e-commerce	Economy	9,6
V	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi essenziali alla persona (servizi socio-sanitari, educativi, formativi)	Living	9
VI	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi socio-sanitari personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione	Living	9
VII	Il mio territorio è attrattivo dal punto di vista dei servizi educativi e formativi personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione	Living	9
VIII	Il mio territorio veicola la propria identità e il proprio patrimonio agro-silvo-pastorale con mezzi digitali.	People	9

Dalla tabella è possibile notare come nelle prime otto posizioni ci siano le affermazioni riguardanti le dimensioni dell'Economy, del People e del Living. In particolare, le prime tre affermazioni hanno uguale importanza reciproca così come anche le seguenti cinque informazioni hanno tra loro. Di conseguenza, non vi è una vera e netta prioritizzazione, ma solo la differenziazione tra le prime tre affermazioni e le altre cinque affermazioni. Nello specifico, le prime tre affermazioni dell'ordinamento generale sono 1,5 volte più importanti delle restanti cinque affermazioni.

5 Unité des Communes Valdôtaines Valdigne-Mont Blanc

Nella prioritizzazione per l'UCV Valdigne-Mont-Blanc prevalgono le dimensioni di smartness **Economy e Living**, e si trova nelle prime posizioni anche la dimensione della **Mobilità** (soprattutto per i temi riguardanti la mobilità a chiamata e l'intermodalità). Tale risultato rispecchia pienamente la vocazione turistica del territorio che, da un lato vorrebbe fornire maggiori e innovativi servizi al turista (un esempio è il lancio di un "Manifesto per lo Smart Working etico" da parte del comune di Courmayeur) e contemporaneamente rendere maggiormente accessibili le proprie località anche a quelle persone che non sono in possesso di un'auto privata, o che vogliono raggiungere il territorio dell'Unité attraverso l'uso di mezzi pubblici. Inoltre, per quanto riguarda l'Economy, particolare attenzione è stata data al tema **dell'e-commerce, della certificazione biologica e dell'innovazione delle aziende agricole**. In questa Unité le ultime posizioni sono ricoperte dall'Environment e dalla Governance. Nello specifico, per quanto concerne l'Environment, i portatori di interesse considerano il territorio da loro abitato di alto valore naturalistico e paesaggistico per cui non ravvedono una priorità nell'attuare ulteriori politiche di miglioramento dei livelli di smartness. Invece, avendo il questionario somministrato un taglio maggiormente agricolo, in quanto espressione delle necessità dell'Autorità di Gestione dei Fondi FEASR di individuare le priorità nel suo campo di azione, la Governance non è stata ritenuta prioritaria poiché è emerso, durante il dibattito, che sono già presenti piani, programmi e azioni, sia a livello locale sia a livello regionale, di implementazione dell'infrastrutturazione digitale del territorio.

5.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario. Questa classifica qualitativa complessiva permette di individuare, in un confronto reciproco tra dimensioni, dove si concentri l'interesse dell'Unité Valdigne-Mont-Blanc in termini di direttrici di sviluppo principali:

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi socio-sanitari personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione	Living	15
II	Le aziende e le forme organizzate d'impresa del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica nell'approccio a canali digitali di promozione, ad esempio l'e-commerce	Economy	15
III	Nel mio territorio vi sono aziende - agricole o di trasformazione - impegnate nella produzione certificata biologica (anche nella forma di certificazioni di gruppo)	Economy	15
IV	Le aziende agricole a gestione familiare/ forme organizzate d'impresa	Economy	12

	(cooperative, associazioni e consorzi fra produttori) del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa\		
V	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi essenziali alla persona (servizi socio-sanitari, educativi, formativi).	Living	12
VI	Nel mio territorio sono presenti luoghi infrastrutturati e connessi per il lavoro condiviso e/o per l'erogazione condivisa di servizi (es. spazi di co-working , case dei servizi , ...).	Living	12
VII	Il mio territorio presenta un'adeguata diffusione di infrastrutture intermodali di trasporto (ad esempio, treno/stazione bus con co-voiturage, treno/stazione bus con stallo bici in condivisione, ...).	Mobility	12
VIII	Il mio territorio presenta un'adeguata diffusione di forme di mobilità a chiamata e personalizzata	Mobility	12

Dalla tabella è possibile notare come nelle prime otto posizioni ci siano le affermazioni riguardanti le dimensioni dell'Economy, del Living e della Mobility. In particolare, le prime tre affermazioni hanno uguale importanza reciproca così come anche le seguenti cinque informazioni hanno tra loro. Di conseguenza, non vi è una vera e netta prioritizzazione, ma solo la differenziazione tra le prime tre affermazioni e le altre cinque affermazioni. Nello specifico, le prime tre affermazioni dell'ordinamento generale sono 1,5 volte più importanti delle restanti cinque affermazioni.

6 Unité des Communes Valdôtaines Mont-Cervin

Le tematiche principali che emergono sono quelle relative alla sfera della dimensione di smartness del Living, in particolar modo legate ai servizi educativi e formativi, ai servizi socio-sanitari di prossimità e i servizi alla persona. Anche l'alfabetizzazione digitale risulta essere una tematica su cui investire in quanto fattore abilitante per iniziative di innovazione digitale sia per le imprese sia per i cittadini. La preponderanza delle tematiche comprese all'interno della dimensione del Living è concorde alle iniziative messe in atto dall'UCV Mont-Cervin per la definizione della documentazione necessaria alla delineazione della Strategia di area, documentazione programmatica di indirizzo che è parte fondamentale dell'attuazione della Strategia Nazionale per le aree interne (SNAI). Difatti, l'UCV Mont-Cervin, essendo stata individuata a livello regionale come la terza area pilota della SNAI per la Valle d'Aosta, ha come obiettivo principale il miglioramento dei livelli di servizi essenziali alla cittadinanza (sanitari, sociali, scolastici). Per quanto riguarda l'Economy, le tematiche dell'e-commerce, della certificazione biologica e della multifunzionalità sono le tematiche che hanno avuto maggiore risalto e sulle quali potrebbero essere ipotizzate azioni che ne migliorino l'implementazione in tutto il territorio dell'Unité. Infine, così come già evidenziato precedentemente, anche in questa Unité, è stato rilevato uno scarso interesse per le categorie della Governance e della Mobilità.

6.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario. Questa classifica qualitativa complessiva permette di individuare, in un confronto reciproco tra dimensioni, dove si concentri l'interesse dell'Unité Mont-Cervin in termini di direttrici di sviluppo principali:

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Il mio territorio è attrattivo dal punto di vista dei servizi educativi e formativi personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione.	Living	15
II	Nel mio territorio vi sono aziende multifunzionali, ossia aziende che operano in attività agrituristiche, di vendita diretta, o in altre attività per la diversificazione del reddito	Economy	15
III	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi socio-sanitari personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione.	Living	15
IV	Nel mio territorio vi sono aziende - agricole o di trasformazione - impegnate nella produzione certificata biologica (anche nella forma di certificazioni di gruppo)	Economy	15
V	Gli abitanti del mio territorio hanno un buon livello di alfabetizzazione digitale, sia per l'ottenimento di servizi sia per l'espletamento di attività	People	9,6

	economiche.		
VI	Nel mio territorio sono presenti iniziative di imprenditorialità innovativa , in particolare giovanile, in ambito agricolo, forestale o zootecnico .	People	9,6
VII	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi essenziali alla persona (servizi socio-sanitari, educativi, formativi).	Living	9
VIII	Le aziende e le forme organizzate d'impresa del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica nell'approccio a canali digitali di promozione, ad esempio l' e-commerce .	Economy	8

Dalla tabella è possibile notare come nelle prime otto posizioni ci siano le affermazioni riguardanti le dimensioni dell'Economy, del People e del Living. In particolare, le prime quattro affermazioni hanno uguale importanza reciproca. Di conseguenza, non vi è una vera e netta prioritizzazione, ma solo la differenziazione tra le prime quattro affermazioni e le altre affermazioni, che seppur con punteggi diversi non evidenziano particolari prioritizzazioni le une rispetto le altre. Nello specifico, le prime quattro affermazioni dell'ordinamento generale sono circa 1,5 volte più importanti delle restanti quattro affermazioni.

7 Unité des Communes Valdôtaines Grand-Paradis

In questa Unité le tematiche prioritarie abbracciano ben quattro delle sei dimensioni di smartness. In particolare, a prevalere sono le tematiche riguardanti l'**Economy**, il **Living**, il **People** e l'**Environment**. La mobilità (eccetto per quanto riguarda l'intermodalità, che viene considerata strategica), occupa insieme alla Governance la parte bassa della classifica in quanto sono già in atto progetti e iniziative volte al miglioramento del sistema della mobilità all'interno del territorio dell'Unité. Tale caratteristica, riscontrata solo in questa UCV, è riconducibile alla presenza di un **ufficio per lo sviluppo locale**, di pertinenza dell'amministrazione dell'Unité, che ha il compito di coordinare e promuovere iniziative, progetti e azioni per il miglioramento dei servizi all'interno del territorio con lo scopo di ridurre il fenomeno dell'abbandono e incentivare, invece, un flusso di "nuovi abitanti". Nello specifico, i temi dell'Economy riguardano prevalentemente l'innovazione digitale e tecnologica nelle aziende agricole e zootecniche, mentre per le tematiche del Living a prevalere sono la presenza di servizi per la cittadinanza siano essi di carattere formativo e/o sanitario. Infine, risulta di particolare interesse la possibilità di avere sul territorio luoghi infrastrutturati e connessi in cui poter fare innovazione tecnologica (Digital Innovation Hub, FabLab). Tale interesse è emerso anche durante l'implementazione dell'attività pilota del progetto LEADER Transnazionale SEROI+ denominata "sportello digitale". Lo sportello digitale è un servizio di supporto all'alfabetizzazione della popolazione locale che viene espletato in 5 delle biblioteche del territorio dell'UCV Grand-Paradis (Avisé, Aymavilles, Sarre, Cogne, Rhêmes-St-Georges) grazie alla presenza di un facilitatore digitale che aiuta le persone che si recano, tramite appuntamento, in biblioteca, nell'accesso a servizi online della pubblica amministrazione (fascicolo sanitario elettronico, spazio riservato dell'INPS). In una delle ultime riunioni del progetto con i portatori di interesse si è riscontrata la necessità da parte del territorio di trasformare l'iniziativa dello sportello in qualcosa che potesse comprendere anche la partecipazione attiva delle aziende del territorio, soprattutto quelle vitivinicole, nella realizzazione di spazi infrastrutturati e digitalmente connessi al fine di implementare pratiche di innovazione digitale nell'area dell'UCV Grand-Paradis.

7.1 Ordinamento generale

Di seguito è riportato l'ordinamento delle prime otto affermazioni sulle ventiquattro totali. Tale ordinamento è stato basato sia sui punteggi delle singole affermazioni derivanti dal fattore di consenso e dal fattore di competenza autodichiarata sia sulla classifica qualitativa dell'importanza delle categorie di smartness che i portatori di interesse hanno stilato alla fine del questionario. Questa classifica qualitativa complessiva permette di individuare, in un confronto reciproco tra dimensioni, dove si concentri l'interesse dell'Unité Mont-Cervin in termini di direttrici di sviluppo principali:

Ordinamento	Affermazione	Categoria di Smartness	Punteggio
I	Le aziende agricole a gestione familiare del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa	Economy	12
II	Gli abitanti del mio territorio, attivi in associazioni e organizzazioni, dispongono di spazi di comunità dedicati alla formazione e all' innovazione	People	9

	digitale (es. Digital Innovation Hubs, FabLab, ...).		
III	Il mio territorio sta perseguendo l'obiettivo di un'economia circolare e/o a zero sprechi , anche nella filiera agro-alimentare.	Environment	8
IV	Gli agricoltori del mio territorio sono consci del proprio ruolo ambientale e di custodi del territorio , ossia adottano forme di gestione agro-compatibile o forme associative di monitoraggio del territorio (contratti, piani di gestione, ...)	Environment	8
V	Il mio territorio ha un livello soddisfacente di servizi socio-sanitari personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione .	Living	7,2
VI	Il mio territorio è attrattivo dal punto di vista dei servizi educativi e formativi personalizzati e/o di prossimità veicolati dalle tecnologie dell'informazione	Living	7,2
VII	Le forme organizzate d'impresa (cooperative, associazioni e consorzi fra produttori) del mio territorio hanno un adeguato livello di innovazione digitale e tecnologica , ad esempio nella loro produzione e nel monitoraggio della stessa	Economy	6
VIII	Nel mio territorio vi sono aziende - agricole o di trasformazione - impegnate nella produzione certificata biologica (anche nella forma di certificazioni di gruppo)	Economy	6

Dalla tabella è possibile notare come nelle prime otto posizioni ci siano le affermazioni riguardanti le dimensioni dell'Economy, del People, del Living e dell'Environment. In particolare, tra tutte spicca la tematica riguardante il tema dell'innovazione digitale e tecnologica delle imprese a conduzione familiare, seguita dagli spazi di comunità e dal tema dell'economia circolare. Difatti quest'ultimo è stato anche evidenziato come un tema molto importante su cui alcune altre Unité hanno già iniziative in atto. Nello specifico, la prima affermazione è 2 volte più importante dell'ottava e 1,5 volte più importante della seconda (spazi di comunità). In particolare, dai punteggi ottenuti, emerge che, nonostante le differenziazioni, non emerge una chiara e distinta prioritizzazione in quanto le affermazioni hanno punteggi molto simili tra loro e che differiscono di poco.

Infine, sul tema del biologico è stato ribadito che un possibile passaggio intermedio, che potrebbe incontrare il parere favorevole degli agricoltori e degli allevatori, è quello della produzione integrata.

8. Quale potrebbe essere il valore aggiunto del LEADER?

Al termine delle analisi svolte, in questo paragrafo si vuole evidenziare il possibile **valore aggiunto** che l'approccio LEADER potrebbe offrire, sottolineando anche le sue possibili integrazioni con la tematica degli **Smart Villages**.

Nello specifico, le attività del LEADER dovrebbero avere un carattere di tipo **trasversale** incentrato principalmente su aspetti di **animazione territoriale**, **sensibilizzazione delle comunità locali** ai temi propri degli Smart Villages, di **diffusione di buone pratiche** sia a livello locale sia a livello nazionale ed europeo.

Di conseguenza il LEADER ha il compito di fare da tramite tra la popolazione locale e le principali tematiche trattate nei diversi ambiti della smartness. In questo modo, il LEADER ha la **funzione di "antenna"** per i fabbisogni dei territori andando a individuare quali siano i temi che le comunità locali sono pronte a recepire e quali, invece, siano le tematiche che hanno bisogno di un percorso più lungo di **sensibilizzazione**. Per fare ciò il LEADER dovrebbe utilizzare gli strumenti della **partecipazione pubblica** e della **facilitazione** (tavoli dei portatori di interesse, tavoli di discussione tematici, *café citoyen*), per promuovere percorsi che possano portare le Unités valdostane verso livelli di smartness sempre più alti.

Inoltre, è di fondamentale importanza **dare continuità ai bandi e ai progetti** in corso lanciati dalla scorsa programmazione, in modo da proseguire sulle tracce di azioni precedentemente avviate.

Infine, l'approccio LEADER ha anche il compito di creare **una rete di attori locali**, sia pubblici sia privati, che lavorino in maniera interconnessa e integrata per lo **sviluppo locale territoriale**.

Di seguito sono delineate alcune attività che il LEADER potrebbe svolgere all'interno delle sei dimensioni di smartness.

Smart Economy: Campagne di **sensibilizzazione** e di **animazione territoriale** sul tema delle **certificazioni biologiche** e della **produzione integrata**, promuovendone la diffusione, la dimensione territoriale, l'approccio collettivo e anche la commercializzazione. Inoltre, potrebbero essere di interesse attività di **disseminazione di buone pratiche** locali, nazionali ed europee riguardanti le tematiche dell'**e-commerce** e in particolar modo la gestione della struttura logistica e della catena del freddo. Infine, viste le caratteristiche e la vocazione dell'intera Regione Autonoma Valle d'Aosta al **turismo** e la presenza di un alto valore naturalistico e paesaggistico, l'approccio Leader potrebbe valorizzare queste due componenti, continuando, di fatto, il lavoro già avviato dalla precedente programmazione.

Smart Environment: **Eventi informativi** sulle Comunità Energetiche Rinnovabili, evidenziando le loro principali caratteristiche e i loro vantaggi sia per l'ambiente sia per le comunità locali. Inoltre, il LEADER potrebbe condurre **attività di sensibilizzazione e di animazione territoriale** sul tema dell'**economia circolare**, informando le comunità locali sui benefici e sui vantaggi dell'utilizzo degli scarti e dei sottoprodotti delle lavorazioni agricole, rimarcando il valore aggiunto, dal punto di vista ambientale, della chiusura dei cicli di produzione a scala territoriale locale.

Smart Governance: L'approccio LEADER potrebbe effettuare **campagne informative** riguardanti il tema delle forme organizzative e associative a livello territoriale (patti collaborativi tra pubblico e privati, piani di gestione), evidenziando la necessità di instaurare delle solide **reti collaborative** che comprendano tutti gli attori locali (enti, privati, associazioni,) in grado di gestire in maniera sostenibile i territori.

Smart Living: **Disseminazione di buone pratiche** a livello locale, nazionale ed europeo per quanto riguarda l'erogazione di servizi sanitari personalizzati come ad esempio il trasporto di persone anziane e/o con ridotta mobilità verso ambulatori e ospedali per permettere loro la possibilità di effettuare visite mediche. Inoltre, potrebbe essere **facilitato il dibattito** per la creazione e l'individuazione di spazi infrastrutturali digitalmente connessi nei quali la popolazione locale può usufruire di alcuni servizi (**case dei servizi**) o beneficiare della connessione alla rete internet per installare postazioni per il **co-working**.

Smart Mobility: **Attività di informazione e sensibilizzazione** alla popolazione locale sulla necessità di ridurre la mobilità privata su gomma. In particolar modo, il LEADER potrebbe **facilitare il dibattito** per la creazione di una rete di relazioni che possa permettere azioni di car pooling tra gli abitanti di una stessa comunità che condividono gli stessi orari e gli stessi percorsi. Contestualmente, potrebbe essere utile **facilitare il dibattito** sulla creazione di reti di percorsi ciclabili in grado di aumentare anche la fruizione del paesaggio e delle aree naturali attraverso la mobilità dolce.

Smart People: **Attività di sensibilizzazione** sul tema dell'alfabetizzazione digitale della popolazione, facilitando iniziative di supporto digitale alle comunità locali. Tale attività può essere correlata con la **disseminazione di buone pratiche** locali, nazionali ed europee come, ad esempio, quella dello sportello digitale "Grand Paradis". Inoltre, il LEADER potrebbe **facilitare**, con un approccio "dal basso", **il dibattito** per la creazione di **spazi digitalmente connessi (FabLab, Digital Innovation Lab)** in cui le realtà imprenditoriali locali possano fare e ricevere formazione e innovazione su temi agricoli.

9 Incontro con l'amministrazione del Comune di Aosta

L'incontro con il sindaco di Aosta e una parte dell'amministrazione locale è avvenuto il giorno 29 marzo presso la Sala della Giunta del Comune di Aosta. Lo scopo di tale incontro è stato quello di far emergere le dimensioni di smartness che caratterizzano maggiormente le frazioni rurali/montane di Aosta.

La strategia perseguita dal comune di Aosta è quella della “restanza” ovvero implementare una serie di azioni riguardanti diversi ambiti della vita dei cittadini con l'obiettivo di ridurre al minimo il fenomeno dello spopolamento, che sta assumendo una rilevanza sempre maggiore all'interno del territorio valdostano, e cercare di attrarre nuovi abitanti in grado di ripopolare alcune zone del territorio comunale.

Nello specifico è stato ribadito dal sindaco che il comune di Aosta, rispetto agli altri comuni della regione, ha come caratteristica quella di avere delle zone rurali/montane molto vicine al centro urbano. Per tale motivo, è nelle intenzioni del Comune di implementare un servizio di **car sharing** che possa avere come area operativa anche le zone collinari e rurali del capoluogo (**smart mobility**). Tale implementazione è giustificata anche dalla presenza di un pendolarismo di breve durata, ma costante nel tempo, tra le frazioni rurali e l'area urbana. Difatti, con la diffusione nella cultura lavorativa italiana della pratica dello **smart working**, molte persone hanno deciso di ritornare o di andare a vivere nelle zone rurali e collinari del comune di Aosta. A queste persone si aggiungono, in alcuni casi, anche dei **nuovi abitanti “climatici”**, ovvero persone che sono spinte dagli effetti negativi del cambiamento climatico (nello specifico ondate di calore) ad abbandonare le grandi città, molto spesso quelle della pianura padana, per trovare migliori condizioni climatiche in media montagna. Risulta quindi necessario ripensare il sistema della mobilità verso una riduzione dell'uso dell'auto privata a favore di una maggiore **intermodalità** tra sistemi di trasporto maggiormente sostenibili come autobus elettrici, biciclette, **car pooling** (**smart mobility**).

Altra tematica molto interessante per il comune di Aosta è quella delle **Comunità Energetiche Rinnovabili** nelle aree rurali (**smart environment**). Questa tematica ha avuto un forte impulso a partire dall'inizio dell'invasione russa in Ucraina che ha portato la necessità di rendere tutto il territorio nazionale energeticamente indipendente dalle importazioni di gas naturale dalla Russia. Il tema delle Comunità Energetiche Rinnovabili ha rilevanza anche all'interno della popolazione, che vede in queste nuove forme di cooperazione anche la possibilità di diminuire il prezzo dell'energia. Inoltre, le Comunità Energetiche avrebbero il compito di far ricostruire un tessuto relazionale di cooperazione che in ambiente montano c'è sempre stato ma che nel corso del tempo ha perso la sua struttura a causa delle continue migrazioni delle persone verso le grandi città (spesso quelle della pianura padana) o verso l'estero.

Inoltre, al fine di favorire la formazione di una rete di imprese che operino all'interno di un unico sistema territoriale, potrebbe essere importante incentivare la creazione di **percorsi di “prossimità”** (**smart economy**) che vedano coinvolte strutture ricettive, aziende agricole e aziende zootecniche al fine di offrire degli itinerari turistici che portino i visitatori a conoscere le realtà produttive che forniscono i prodotti locali che vengono consumati negli alberghi e nei ristoranti della città.

Tuttavia, è stato rimarcato come nelle zone rurali i servizi di prossimità possono trovare nei canali digitali un elemento di supporto per un loro più facile espletamento, ma devono sempre essere correlate da azioni di relazione fisica sul luogo. Difatti, nonostante il comune di Aosta abbia predisposto un nuovo portale per la **transizione digitale** (**smart governance**) dei servizi offerti dalla pubblica amministrazione (PagoPA, rilascio di certificati), ovvero l'evoluzione degli sportelli in “**sportelli 2.0**”, sta, al contempo, formando alcune figure

di **facilitatori**, ovvero di persone in grado di aiutare i cittadini nella transizione da uno sportello prettamente fisico a uno digitale. La figura del facilitatore risulterà molto importante nelle aree rurali in quanto potrebbero fungere da figure di riferimento per il supporto all'erogazione di diversi servizi. Proprio sul tema dei servizi, un'ulteriore tema di particolare interesse per le zone rurali di Aosta è quello delle “**maison des services**” (**smart people**) ovvero di spazi infrastrutturati e digitalmente connessi in zone rurali in grado di fornire servizi di prossimità (sportelli per la facilitazione digitale, infermiere di comunità) alle persone che vivono in tali aree.

10 Conclusioni e considerazioni

Infine, come si è potuto constatare, seppur ogni territorio analizzato abbia le proprie caratteristiche e le proprie esigenze emergono diversi filoni trasversali. In particolare, è riscontrabile la necessità di lavorare primariamente su due aspetti considerati come fattori abilitanti delle altre azioni: la **connessione** a internet dell'ultimo miglio e il miglioramento dell'**alfabetizzazione digitale** delle persone.

Senza l'implementazione di queste due tematiche, le altre direttrici di intervento non avrebbero gli strumenti necessari per una loro ampia e consolidata diffusione. Ne è un esempio la possibilità di effettuare, all'interno delle aziende agricole e zootecniche, una transizione verso **sistemi di produzione e di monitoraggio innovativi**.

Altre tematiche di rilievo sono tutte quelle relative alla dimensione del **Living**, ovvero quelle concernenti i servizi di base alla popolazione residente. Tali tematiche emergono in modo preponderante soprattutto nelle aree e nei comuni di media e alta montagna e in quelle Unités molto lontane dal capoluogo Aosta.

In conclusione, altra tematica interessante per l'intero territorio è quella della **certificazione biologica**. Tuttavia, seppur durante gli incontri questa tematica abbia suscitato delle perplessità iniziali da parte dei portatori di interesse, l'ostilità verso l'implementazione di questo tema è stata spesso superata grazie alla descrizione di un percorso di avvicinamento a tale pratica che comprenda diversi passaggi intermedi, uno tra i quali è la **produzione integrata**.

Per quanto riguarda le aree rurali del comune di Aosta, in parziale disaccordo con le altre Unités, uno dei temi maggiormente prioritari è risultato essere quello della **mobilità**. Tale (parziale) disaccordo è dovuto al fatto che l'implementazione di forme di mobilità sostenibile (**car-sharing, car pooling, mobilità elettrica**) risulta molto più facile e molto più funzionale in zone direttamente collegate con un grande centro urbano, come possono essere le aree montane/rurali del comune capoluogo. Tuttavia, esistono anche punti di contatto tra le aree rurali di Aosta e le altre Unités. In particolare, si fa riferimento ai temi delle **Comunità Energetiche Rinnovabili** e il tema degli **spazi condivisi digitalmente connessi**. Nello specifico, il tema della Comunità Energetiche Rinnovabili emerge anche a causa dell'instabilità geopolitica globale e con la tendenza di tutto l'Unione Europea di rendere gli Stati Membri energeticamente indipendenti da forniture di paesi terzi. Il secondo tema, quello degli spazi infrastrutturati e digitalmente connessi, riguarda la necessità di fornire alla popolazione dei luoghi in cui da un lato ricevere supporto per l'espletamento di servizi e pratiche in modalità digitale, dall'altro questi luoghi possono essere anche dei punti in cui poter implementare pratiche innovative.