

Università del Piemonte Orientale

Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche Economiche e Sociali

Master in Sviluppo Locale

Teorie e Metodi per la Pubblica Amministrazione

# DISTRETTO PALEONTOLOGICO dell'Astigiano e del Monferrato

---

Governance e partecipazione nei Distretti Culturali

TUTOR ACCADEMICO Professor Carlo SALONE

TUTOR AZIENDALE Gianfranco MIROGLIO

Elaborato di Micol OGGIONI

Anno Accademico 2018-2019



**DISTRETTO  
PALEONTOLOGICO**  
dell'Astigiano e del Monferrato

*“Credere in un progetto vuol dire lavorare con passione, lasciarsi coinvolgere,  
valorizzare il presente puntando a traguardi sempre più significativi per il futuro.  
Vuol dire conoscere il proprio territorio, i suoi punti di forza, i suoi bisogni, le sue aspettative!  
Vuol dire coinvolgere studiosi ed esperti, amministratori e cittadini,  
ma soprattutto giovani, tanti giovani per i quali un breve incarico può divenire  
un banco di prova per un lavoro futuro, ma sempre e comunque  
un’esperienza gratificante di crescita.”*

**Simona Ferrarini**  
Presidente del Distretto Culturale della Valle Camonica<sup>1</sup>

Ringrazio tutte le persone che hanno collaborato con me a questo progetto.  
Grazie per la disponibilità, il sostegno, l'affetto e l'amicizia.

---

<sup>1</sup> Testo tratto dall'Editoriale di *Tam Tam*, Magazine del Distretto Culturale della Valle Camonica, n. 4, anno 2014

## Indice

SINTESI	4
ABSTRACT	6
INTRODUZIONE e METODOLOGIA	7
1. ANALISI DELL'ESISTENTE	8
1.1 La struttura del Distretto	8
1.2 I soci del Distretto	10
1.3 L'economia	12
1.4 Le attività e i progetti del Distretto	14
1.5 La comunicazione del Distretto	18
1.6 Cosa è emerso dagli studi precedenti	20
2. I RISULTATI DELL'INDAGINE E DEL LAVORO SUL CAMPO	22
2.1 Il Questionario e i dati raccolti	22
2.1.1 Il campione	22
2.1.2 Sezione I: Percezione del Distretto, Relazioni e Problematiche	23
2.1.3 Sezione II: Comunicazione Interna ed Esterna	26
2.1.4 Sezione III: Progettualità	28
2.2 Nuovi possibili contatti per il Distretto Paleontologico	30
2.3 Consigli e suggerimenti operativi	32
2.3.1 Organizzare il Distretto	32
2.3.2 Finanziare il Distretto	34
2.3.3 Comunicare il Distretto	35
2.4 Analisi SWOT del Distretto	37
3. GOVERNANCE E PARTECIPAZIONE Il Distretto Culturale della Valle Camonica	38
3.1 Il Distretto Culturale della Valle Camonica	38
3.1.1 Il progetto	38
3.1.2 Governance e funzioni del Distretto	39
3.1.3 Cultura è partecipazione: il tema delle relazioni e delle competenze	42
3.1.4 Come si finanzia il Distretto	43
3.1.5 Comunicare in modo innovativo	43
3.1.6 Il turismo nel Distretto	44

3.1.7 Organizzare e gestire un distretto: principali difficoltà	45
3.1.8 Altri elementi emersi durante l’intervista	47
3.2 Governance e integrazione delle relazioni	47
3.3 Partecipazione e comunicazione	48
3.4 Best Practices per il Distretto Paleontologico	49
CONCLUSIONI	50
ALLEGATI	52
1. Nominativi dei nuovi referenti indicati nel questionario	52
2. Nominativi delle aziende segnalate nel questionario da parte dei soci	52
3. Gruppi di interesse per le attività del Distretto	52
4. Contatti e recapiti per il Distretto	54
APPENDICE	56
BIBLIOGRAFIA E FONTI	63
INDICE DELLE FIGURE	64

## SINTESI

L'Associazione "Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato" nasce nel 2017 con l'obiettivo di valorizzare la ricchezza del patrimonio fossilifero dell'Astigiano e del Monferrato attraverso la promozione di iniziative culturali, turistiche ed enogastronomiche. Capofila di questo distretto è l'Ente di Gestione del Parco Paleontologico Astigiano.

A due anni dalla fondazione, i vertici dell'Associazione, pur mantenendo alto lo spirito e la passione per il progetto, iniziano ad accusare le prime fatiche e difficoltà legate alla ridotta partecipazione dei soci alle attività organizzativo-gestionali, alla limitata disponibilità finanziaria e, di conseguenza, alle poche possibilità di poter disporre di risorse umane impegnate attivamente ed esclusivamente nel progetto. Non solo, a causa delle imminenti elezioni elettorali la dirigenza del Distretto teme una perdita del consenso verso il progetto e uno sfilacciamento delle relazioni costruite in questi anni.

L'obiettivo della ricerca è stato dunque indagare lo «stato di salute» e le fragilità del Distretto per comprendere come risolvere le problematiche più urgenti e dare un assetto più stabile al sistema di relazioni dell'associazione, in vista dei numerosi progetti in cantiere e della futura candidatura del territorio a Geopark Unesco.

L'analisi è stata condotta utilizzando alcuni strumenti della ricerca sociale: la realizzazione di interviste, la redazione e la somministrazione di un questionario, l'osservazione sul campo. Lo studio dei dati raccolti, una breve analisi della letteratura e l'intervista a Sergio Cotti Piccinelli, Direttore del Distretto Culturale della Valle Camonica, hanno permesso di restituire al Distretto elementi utili per il consolidamento della rete dei partner e il suo sviluppo futuro, comprese alcune linee guida per migliorare la sua operatività.

L'Associazione conta un centinaio di aderenti raccolti in un'Assemblea composta da 73 Amministrazioni Comunali e una trentina tra enti collaboratori e soci privati, fra questi si trovano Camera di Commercio e Unione Industriale, organizzazioni di categoria, GAL, associazioni culturali, produttori locali, consorzi e cantine sociali. Alcuni Comuni aderenti fanno parte del Sito Unesco "*I paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato*" iscritto dal 2014 nella Lista dei Patrimoni mondiali dell'Umanità. Il numero dei membri è in continuo aumento, a breve infatti entreranno nella rete nuovi soci, segno del costante interesse del territorio per il progetto distrettuale.

Il Distretto è impegnato in varie attività tra cui l'ampliamento degli spazi espositivi del Museo Paleontologico Territoriale dell'Astigiano, la ristrutturazione dell'ex-Chiesa del Gesù, il miglioramento e la valorizzazione della rete sentieristica nelle riserve naturali e in alcuni Comuni, l'organizzazione del Centro Congressi di Isola d'Asti e la promozione del Marchio territoriale del Distretto. Tutte queste operazioni sono propedeutiche per la costruzione del dossier di candidatura del "Geopark Unesco dell'Astigiano e del Monferrato", uno dei progetti più importanti del Distretto. L'economia del Distretto si basa quasi esclusivamente sulle quote dei soci. La comunicazione e la promozione dell'Associazione sono molto limitate e avvengono tramite comunicati redatti e pubblicati dall'Ente di Gestione del Parco Paleontologico Astigiano: ciò comporta nel lungo periodo confusioni in merito ai ruoli e alle funzioni dei diversi enti e pone il Distretto in una posizione subordinata.

L'adesione al Distretto Paleontologico viene considerata utile dalla maggior parte dei soci, alcuni però mostrano delle perplessità non solo rispetto all'utilità di fare parte del Distretto, ma anche riguardo a quanto è stato fatto fino ad oggi dall'Associazione, ciò probabilmente a causa di

una comunicazione limitata e inadeguata delle attività. Le occasioni di collaborazione tra i soci sembrano essere prevalentemente con l'Ente del Parco Paleontologico e molti soci percepiscono delle difficoltà a cooperare gli uni con gli altri descrivendo la collaborazione come scarsa o del tutto assente. Inoltre, i soci chiedono miglioramenti nella gestione del marketing del Distretto e della comunicazione interna. A tal proposito è stato redatto un elenco con alcuni nominativi segnalati dai soci al fine di migliorare gli scambi e la trasmissione di informazioni e comunicazioni all'interno del Distretto: le persone individuate costituiscono dei referenti con cui la dirigenza dell'Associazione può interfacciarsi direttamente e avere la certezza di essere ascoltata.

L'interesse per le attività è elevato, il consenso verso il progetto è ancora ampio e l'Associazione è considerata una realtà positiva ed unificante, un'occasione per conoscere altri enti e raccontare al meglio la storia del territorio. La maggior parte dei soci infatti rinnoverebbe la partecipazione al Distretto, visto come un'opportunità concreta per lo sviluppo del territorio, e dichiara di essere disposta a collaborare e ad attivare energie localmente per richiamare l'attenzione sulle sue attività, tra questi però quasi 3 soci su 5 ammettono di non sapere cosa possono fare per contribuire positivamente allo sviluppo dell'ente. Per questo si è pensato di approfondire l'analisi classificando i soci che hanno partecipato al sondaggio in base alle preferenze date sulle singole progettualità in modo tale da poter organizzare in futuro degli eventuali gruppi di lavoro al fine di coordinare le iniziative e aumentare la partecipazione all'interno del Distretto. Alcuni soci hanno anche fornito informazioni utili su possibili produttori locali potenzialmente interessati ad adottare il Marchio del Distretto.

Gli elementi di fragilità e debolezza (partecipazione, risorse e comunicazione), come i punti di forza (consenso e apprezzamento verso il progetto), non sembrano essere cambiati nel corso di questi primi due anni di lavoro del Distretto. Si registra qualche novità per quanto riguarda le opportunità che potrebbe avere il Distretto per incrementare la propria rete di relazioni sul territorio, opportunità che se non colte potrebbero anche trasformarsi in possibili minacce (concorrenza di distretti culturali in formazione, esclusione dalle dinamiche di promozione territoriale da parte di ATL e consorzi turistici locali).

Per questo occorre che il Distretto si organizzi attuando dei cambiamenti nella gestione delle risorse relazionali ed economiche. La struttura associativa del Distretto, infatti, se non è ben organizzata non è adatta all'eventuale gestione operativa e/o al perseguimento di eventuali obiettivi economici dello stesso. Servirebbe pertanto redigere con modalità partecipative, dei piani di gestione (piano organizzativo, piano economico-finanziario, piano della comunicazione) al fine di conferire all'ente una struttura più solida, operativa, riconoscibile e accreditata. Il Distretto ha la possibilità di rivestire un ruolo importante per promuovere, organizzare e soprattutto sensibilizzare il territorio verso uno sviluppo sostenibile e culturale dell'area, ma per fare tutto ciò deve dotarsi di strumenti adeguati.

## ABSTRACT

Organizzare e gestire un Distretto Culturale non è un'operazione facile: servono competenze e particolari strumenti operativi. Non bisogna costruire solo il consenso intorno al progetto, ma anche pianificare ruoli e compiti, comunicare le idee progettuali e costruire una rete partecipata. Il Distretto Paleontologico dell'Astigiano e del Monferrato è all'inizio di questo percorso di ascolto e servizio per il territorio, con gli strumenti giusti e prendendo spunto da altri distretti culturali potrà con successo portare avanti la sua *mission* - valorizzare la ricchezza del patrimonio fossilifero attraverso la promozione di iniziative culturali, turistiche ed enogastronomiche - e i suoi progetti più ambiziosi: la candidatura a Geopark Unesco.

## INTRODUZIONE e METODOLOGIA

L'Associazione "Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato" nasce nel 2017 con l'intento di valorizzare la ricchezza del patrimonio fossilifero attraverso la promozione di iniziative per facilitare la fruizione culturale e turistica dell'Astigiano e del Monferrato. Capofila di questo distretto è l'Ente di Gestione del Parco Paleontologico Astigiano.

A due anni dalla fondazione, i vertici dell'Associazione, pur mantenendo alto lo spirito che contraddistingue il progetto, iniziano ad accusare le prime fatiche e difficoltà legate alla ridotta partecipazione dei soci alle attività organizzativo-gestionali, alla limitata disponibilità finanziaria e, di conseguenza, alle poche possibilità di poter disporre di risorse umane impegnate attivamente ed esclusivamente nel progetto. Non solo, a causa delle imminenti elezioni elettorali la dirigenza del Distretto teme una perdita del consenso verso il progetto e uno sfilacciamento delle relazioni costruite in questi anni.

L'obiettivo della ricerca è dunque indagare lo «stato di salute» e le fragilità del Distretto per comprendere come risolvere le problematiche più urgenti e dare un assetto più stabile al sistema di relazioni dell'associazione, in vista dei numerosi progetti in cantiere e della futura candidatura del territorio a Geopark Unesco.

Al fine di approfondire la conoscenza del Distretto è stata fatta inizialmente un'analisi dell'esistente attraverso lo studio delle tesi precedenti, la visione dello Statuto dell'Associazione, la lettura di articoli di giornale, l'osservazione sul campo e la realizzazione di alcune interviste alle figure dirigenziali del Distretto<sup>2</sup>. Successivamente è stato redatto un questionario ed è stato somministrato a tutti i soci: uno degli obiettivi dell'indagine era quello di dare voce ai membri del Distretto al fine di far emergere eventuali criticità e punti di debolezza sui quali lavorare per migliorare il funzionamento e l'organizzazione dell'Associazione.

L'indagine tramite il questionario è stata inoltre accompagnata da ulteriori interviste, momenti di osservazione e di lavoro sul campo (partecipazione ad inaugurazioni, manifestazioni, riunioni, assemblee e convegni sul tema) che hanno portato alla raccolta di nuovi possibili contatti da inserire nel network del Distretto Paleontologico e hanno permesso di definire ulteriormente l'analisi SWOT dell'Associazione.

Grazie all'analisi dei dati raccolti dalle attività effettuate, dall'intervista a Sergio Cotti Piccinelli, Direttore del Distretto Culturale della Valle Camonica e da una breve analisi della letteratura è stato possibile individuare alcuni suggerimenti operativi e *best practices* per lo sviluppo e l'organizzazione del Distretto Paleontologico. L'attività di ricerca ha inoltre permesso di realizzare dei documenti utili per consolidare e allargare la rete dei soci del Distretto (Allegati).

---

<sup>2</sup> Sono stati intervistati Gianfranco Miroglio, Carlo Alberto Goria e il collaboratore Andrea Camarlinghi.



# 1.

## ANALISI DELL'ESISTENTE

L'Associazione "Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato", nata il 23 febbraio 2017, è volta a valorizzare il patrimonio fossilifero (Museo Paleontologico e geositi) attraverso la promozione di iniziative per facilitare la fruizione culturale e turistica dell'astigiano e del Monferrato. Capofila di questo distretto è l'Ente di Gestione del Parco Paleontologico Astigiano, che ha sotto la sua gestione i geositi presenti nel Parco naturale di Rocchetta Tanaro e nelle Riserve delle Valli Andona, Valle Botto, Valle Grande e della Val Sarmassa.

Il Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato rappresenta il primo caso in Italia di «*distretto culturale paleontologico*». L'obiettivo del Distretto è costruire un incubatore di sviluppo locale culturale, un sistema di relazioni ben consolidate che generino e promuovano la cultura, il turismo e lo studio scientifico del territorio. L'intento è unire i fossili e la memoria del passato con l'ambiente, il paesaggio, l'enogastronomia e lo sviluppo turistico attraverso un network di enti, imprenditori vitivinicoli e operatori del turismo, della cultura e dell'ambiente. Il Distretto sembra dunque avere più di una natura: non solo un'anima *scientifico-culturale*, ma anche una *turistico-enogastronomica* e infine l'interesse per la *produzione di beni e servizi* per la comunità.

La sinergia delle parti è considerata fondamentale per poter lavorare e produrre all'interno di un distretto: è necessario, dunque, fare sistema tra tutte le componenti coinvolte nella valorizzazione di una risorsa rara e unica come il patrimonio paleontologico, che può trasformarsi in una importante risorsa economica per il territorio.

Il programma del Distretto prevede la massima interconnessione tra tutte le sue componenti: dall'analisi scientifica e dall'osservazione del territorio alla programmazione, dalla comunicazione museale alla promozione e alla valorizzazione territoriale, dai progetti per le scuole all'editoria, all'arte e agli eventi, dall'artigianato all'accoglienza turistica e all'enogastronomia. Gli obiettivi sono numerosi e, nonostante i due anni già compiuti, il percorso del Distretto è solo all'inizio.

Le principali difficoltà incontrate fino ad oggi sono legate alla disponibilità finanziaria e di conseguenza alle scarse possibilità di poter disporre di risorse umane impegnate attivamente ed esclusivamente nel progetto. La Dirigenza descrive così il Distretto: "*è come un bambino ed è nato da poco, ci vuole tempo prima che cominci a camminare da solo*"<sup>3</sup>. Il territorio può diventare una nuova risorsa e il turismo rappresenta il futuro di quest'area. Il Distretto può giocare un ruolo importante per promuovere, organizzare e soprattutto sensibilizzare il territorio verso uno sviluppo sostenibile dell'area.

### 1.1 La struttura del Distretto

L'Associazione non ha scopo di lucro e non può distribuire utili. L'Assemblea è composta da tutti i soci fondatori del Distretto e si riunisce una o due volte all'anno. Nelle assemblee i soci vengono aggiornati sulle progettualità e approvano il bilancio annuale del Distretto, possono inoltre nominare i componenti del Consiglio e proporre eventuali modifiche allo Statuto.

---

<sup>3</sup> Intervista a Carlo Alberto Gorla.

L'assemblea rappresenta un'occasione importante per le relazioni del Distretto, tutti i soci sono invitati a partecipare e a prendere decisioni riguardo al bilancio e alle attività dell'ente.

Il Consiglio direttivo è composto da 12 membri del Distretto nominati dall'Assemblea, il mandato dura 3 anni ed è rinnovabile per un periodo di ulteriori 3 anni. La carica di Presidente e di Vicepresidente è ricoperta da alcuni componenti del Consiglio di Amministrazione nominati dall'Assemblea, le cariche sono ricoperte a titolo gratuito e hanno una durata di tre anni.

I 12 membri del Consiglio di Amministrazione sono così suddivisi:

- 1 per la Provincia di Asti
- 1 per il Comune di Asti
- 1 per l'Ente Gestione Parco Paleontologico
- 1 per ASTISS
- 5 rappresentanti per Comuni, Unioni di Comuni ed Enti Pubblici
- 3 rappresentanti per i soci privati (Fondazioni, imprese e associazioni).

**Di diritto**

Il Consiglio propone il bilancio preventivo e il conto consuntivo da sottoporre all'Assemblea, delibera le iniziative e i programmi di attività, redige gli ordini del giorno delle Assemblee dei soci, elegge il Presidente e il Vicepresidente, definisce l'organizzazione di eventuale personale e assegna incarichi di collaborazione e consulenza. Il Presidente convoca e presiede l'Assemblea e il Consiglio, provvede agli atti di esecuzione e di deliberazione, infine riveste il compito di tesoriere dell'Associazione: si occupa della richiesta delle quote associative e di erogare i pagamenti.

L'attuale Presidente è Carlo Alberto Gorla (Consigliere comunale di San Paolo Solbrito), mentre il Vice-presidente è Gianfranco Miroglio (Presidente dell'Ente di Gestione del Parco Paleontologico Astigiano). I Consiglieri sono:

- Gilio Brondolo (Sindaco del Comune di Cortiglione – Amm. provinciale)
- Guido Cavalla (Sindaco del Comune di Villafranca d'Asti)
- Andrea Lajolo (Sindaco del Comune di Vinchio)
- Luigi Mauro Pelissero (Sindaco del Comune di Camerano Casasco)
- Giovanni Rosso (Consigliere comunale di Isola d'Asti)
- Renato Berzano (Assessore del Comune di Asti)
- Elisabetta Tovo (membro di diritto per l'Università)
- Livio Negro (rappresentante soci privati)
- Silvano Roggero (rappresentante soci privati)
- Fabiano Bau' (rappresentante soci privati)

Il Consiglio si riunisce una volta al mese, la dirigenza comunica con i soci via mail (principalmente via PEC) e trasmette tutte le informazioni riguardo alle convocazioni e agli esiti delle riunioni consiliari e alle attività in corso, ma l'Assemblea resta l'occasione più importante di comunicazione e relazione con tutti i partecipanti del Distretto.

Dalle interviste emergono come principali animatori del Distretto il Presidente Carlo Alberto Gorla e il Vicepresidente Gianfranco Miroglio; in particolare la governance sembra essere tutta nelle mani del Vicepresidente Miroglio, che inizia ad accusare le prime fatiche dovute alla ridotta collaborazione dei soci e mostra una certa preoccupazione riguardo alla coesione del Distretto. Le sue preoccupazioni nascono anche dal fatto che nei prossimi mesi potrebbe lasciare la dirigenza dell'Ente Parchi e di conseguenza il suo ruolo all'interno del Distretto, ciò potrebbe mettere a rischio la struttura del network, ancora fragile e non del tutto consolidata.

Nonostante sia largo il consenso nei confronti della dirigenza e del progetto, in seguito alla nomina dei membri del Consiglio (organizzati per aree) l'entusiasmo e la partecipazione che

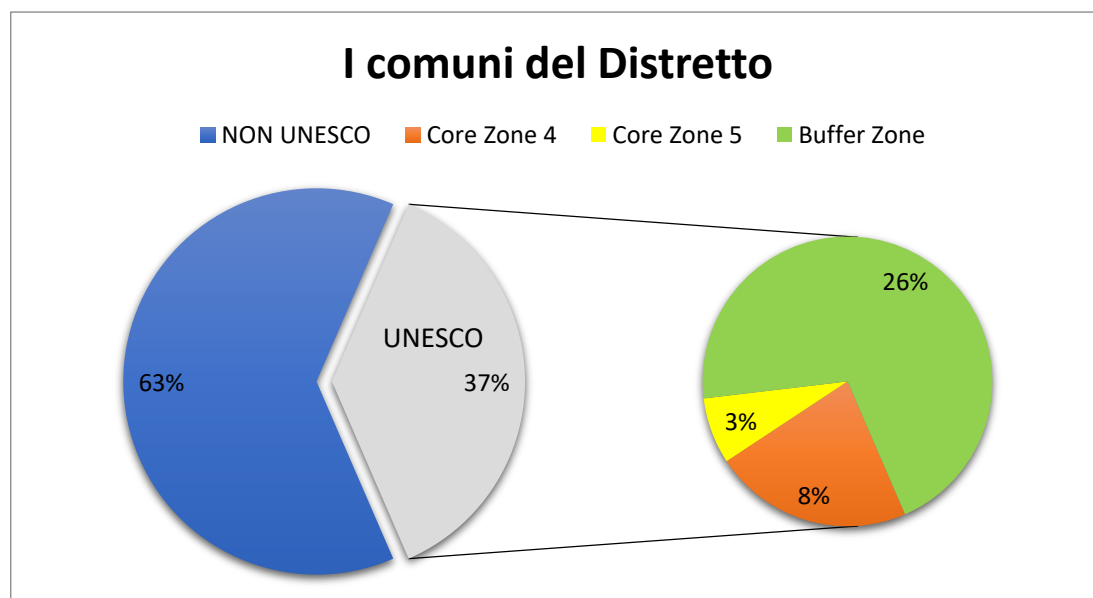
avevano contraddistinto lo slancio iniziale per la costituzione del Distretto Paleontologico si sono ridotti: «*come se i soci avessero delegato i Consiglieri ad occuparsi di tutto*»<sup>4</sup>. Tuttavia, il Consiglio stesso fatica a riunirsi e i membri presenti raramente raggiungono il numero adeguato e necessario per discutere e deliberare, infatti per superare questo ostacolo operativo si sta pensando di modificare alcuni articoli dello Statuto.

Si riscontrano alcune difficoltà anche nella gestione dei contatti all'interno del Distretto, che ormai conta più di 100 membri. Le condizioni in cui versa l'ente e i progetti in cui è coinvolto non danno la possibilità di ulteriori assunzioni, servirebbe pertanto una forma organizzativa più articolata, una vera e propria struttura operativa all'interno del Consiglio che sia in grado di delegare, stabilire compiti definiti e coinvolgere maggiormente i soci non solo nel processo decisionale, ma soprattutto nelle attività progettuali.

## 1.2 I soci del Distretto

L'idea di scegliere la paleontologia come *brand* sembra essere stata ben recepita, tanto dalle amministrazioni quanto dalle associazioni e dagli enti privati. Il Distretto conta oggi più di 100 soci: 73 Comuni partecipanti e 35 tra enti collaboratori e soci privati, tra cui si trovano Camera di Commercio e Unione Industriale, organizzazioni di categoria, GAL, associazioni culturali, produttori locali, consorzi e cantine sociali. Il numero dei membri è in continuo aumento, a breve infatti entreranno nella rete nuovi soci, segno del costante interesse del territorio per il progetto distrettuale.

Dei 73 comuni 27 fanno parte de *"I paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato"* iscritti dal 22 giugno 2014 nella Lista UNESCO dei Patrimoni dell'Umanità, in particolare: 8 comuni sono tra i 29 comuni della Core Zone (Componente 4: Nizza Monferrato e il Barbera; Componente 5: Canelli e l'Asti spumante), e 19 sono i comuni compresi nella Buffer Zone.



**Grafico 1:** Distribuzione aree UNESCO nei comuni del Distretto

All'interno del sito UNESCO le aree tampone (dette buffer zone) racchiudono le Core Zone e hanno lo scopo di garantire una maggiore protezione del sito dando anche una certa continuità al paesaggio delle singole aree di cui è composto. Il sito è protetto inoltre da un articolato

<sup>4</sup> Intervista a Carlo Alberto Gorla.

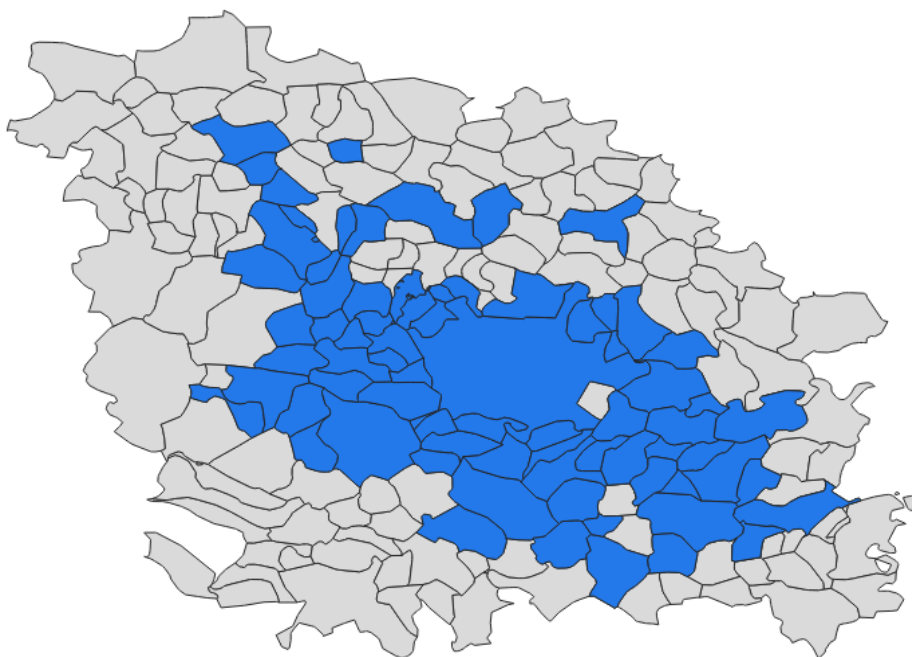
sistema di tutela che comprende le diverse scale di pianificazione territoriale, oltre che leggi di tutela nazionali. Il coordinamento della gestione di tutte le iniziative, anche congiunte, di valorizzazione, tutela e sensibilizzazione è affidato all'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato in attività da gennaio 2011.

Comuni della Core Zone Componente 4 (interamente o in parte) <i>Nizza Monferrato e il Barbera</i>	Comuni della Buffer Zone (interamente o in parte)
Agliano, Mombercelli, Montegrosso d’Asti, Nizza Monferrato, Vaglio Serra, Vinchio	Masio, Asti, Belveglio, Calamandrana, Castagnole delle Lanze, Castelnuovo Belbo, Cortiglione, Costigliole d’Asti, Fontanile, Incisa Scapaccino, Isola d’Asti, Moasca, Mombaruzzo, Mongardino, Montaldo Scarampi, Rocca d’Arazzo, Rocchetta Tanaro, Vigliano d’Asti, Moncalvo
Comuni della Core Zone Componente 5 (interamente o in parte) <i>Canelli e l’Asti spumante</i>	
Calosso, Canelli	

**Tabella 1:** I Comuni Unesco del Distretto Paleontologico

Avendo al suo interno un così alto numero di Comuni, il Distretto Paleontologico tocca oggi circa 15 Unioni Collinari, una particolare forma istituzionale-amministrativa che dovrebbe avere il compito di favorire l'esercizio associato delle funzioni dei comuni di minore dimensione demografica. Tuttavia, le Unioni Collinari stanno vivendo anni di crisi e scarso sembra essere il ruolo istituzionale di questi enti. Il Distretto conta circa 189.000 abitanti. Analizzando geograficamente la copertura territoriale del Distretto (Figura 1) emergono alcune discontinuità, potrebbe essere utile per le finalità del Distretto provare (o riprovare) a coinvolgere le amministrazioni comunali confinanti con esso.

#### La copertura territoriale del Distretto Paleontologico



**Figura 1:** Comuni soci del Distretto Paleontologico (in blu)

La maggior parte dei soci privati ha sede nella Provincia di Asti, 12 sono invece i soci che risiedono nella città di Asti, dove si concentrano le principali confederazioni e unioni camerali. La natura pubblica della maggior parte dei soci del Distretto rischia di minarne la stabilità a causa della fragilità interna degli enti pubblici stessi e del ciclico cambio delle dirigenze amministrative. Queste ultime a causa di diverse visioni e interessi potrebbero allontanarsi dalla *mission* del Distretto e decidere di abbandonarlo definitivamente.

Le imminenti elezioni amministrative (26 Maggio 2019) potrebbero rappresentare un fattore di rischio per la tenuta del Distretto. Sarà necessario informare e coinvolgere i nuovi eletti fin da subito, proprio per questo la direzione vorrebbe organizzare una seconda Assemblea dei soci, successiva a quella svolta per l'approvazione del bilancio<sup>5</sup>, con i futuri Sindaci. Uno dei compiti del Distretto è dunque quello di cercare di mantenere costante il sostegno degli associati individuando dei referenti stabili, non solo all'interno dei territori attraverso associazioni, produttori e coinvolgendo le pro-loco, ma anche all'interno delle amministrazioni pubbliche, in modo tale che i cambiamenti elettorali non possano spezzare i solidi legami del network che si vuole creare.

Il sostegno dei Sindaci è fondamentale per le progettualità del Distretto, sono loro i "manager" del territorio, e la loro collaborazione è importante per progettare nuovi percorsi di sviluppo, segnalare attività e punti di interesse da inserire e promuovere all'interno del Distretto. I vertici del Distretto percepiscono però una certa inerzia e passività da parte degli enti pubblici, per lo più abituati a lavorare da soli e solitamente orientati sul "*day by day*" per risolvere le problematiche più urgenti per i cittadini (riguardanti l'agricoltura e la viabilità) e rispettare i programmi elettorali. Tuttavia non sono rare le difficoltà riscontrate dai Sindaci nel gestire i numerosi adempimenti istituzionali ai quali andrebbero ad aggiungersi anche le richieste di attenzione e collaborazione da parte del Distretto. Una possibile soluzione potrebbe essere la nomina di un referente comunale interessato al progetto e che funga da tramite per le comunicazioni e le relazioni fra il Distretto e la Pubblica Amministrazione.

Per quanto riguarda le relazioni con i soci privati il principale referente è il Vicepresidente Gianfranco Miroglio. I due GAL che cooperano con il Distretto sono molto attivi e recentemente sono iniziate delle importanti collaborazioni con il CAI di Asti e le associazioni locali di Nordic Walking, con i quali si stanno costruendo e attrezzando alcuni sentieri lungo il territorio astigiano e un parco per il Nordic Walking. La presenza delle Camere di commercio e delle Confederazioni all'interno del Distretto è molto importante perché relazionandosi con i loro iscritti è possibile incrementare il network e le attività progettuali.

Le principali urgenze che si riscontrano nelle relazioni con i soci riguardano gli aspetti della comunicazione e della partecipazione; serve dunque migliorare il coinvolgimento degli aderenti al Distretto attraverso piani di comunicazione mirati ed attività che trasformino i membri passivi in cooperanti attivi dello sviluppo locale e culturale. Infine potrebbe essere utile coinvolgere altre associazioni culturali e di volontariato operanti sul territorio.

### 1.3 L'economia

Il bilancio del Distretto si basa fondamentalmente sul versamento delle quote di partecipazione da parte dei soci per un totale di circa 30.000 € annui. I soci privati pagano una quota *una tantum* al momento dell'iscrizione, essa varia a seconda della grandezza dell'associazione o del produttore (50€ i soci più piccoli, 200€ quelli più grandi), mentre gli enti comunali pagano ogni anno una quota fissa e una quota per abitante (0,05€ per ab.) secondo la seguente tabella:

---

<sup>5</sup> Avvenuta in data 16/05/2019

Numero Abitanti	Quota Fissa	Quota per abitante
Da 0 a 1.000 abitanti	100€	0,05€
Da 1.001 a 3.000 abitanti	130€	0,05€
Da 3.001 a 5.000 abitanti	150€	0,05€
Da 5.001 a 10.000 abitanti	200€	0,05€
Da 10.001 a 20.000 abitanti	220€	0,05€
Da 20.001 a 50.000 abitanti	300€	0,05€
Oltre i 50.000 abitanti	400€	0,05€

Tabella 2: Distribuzione quote Comuni

Il sistema adottato dal Distretto, pur tentando di distribuire equamente le quote a seconda della grandezza demografica dei Comuni, in realtà avvantaggia i Comuni di maggiore dimensione a discapito di quelli più piccoli. Ad esempio prendendo in considerazione la città di Asti (76.211 abitanti) e Moransengo, il comune meno popoloso del Distretto (198 abitanti) e facendo gli opportuni calcoli, risulta che complessivamente il comune di Asti paga 0,06€ ad abitante mentre Moransengo ben 0,56€ per abitante. Le quote degli enti pubblici salgono gradualmente dai 6-7 centesimi per i comuni più grandi ai 40-50 centesimi per i Comuni con meno abitanti.

COMUNE	N. Abitanti	Quota fissa	0,05 €	quota tot	quota/ab
Moransengo	198	€ 100	€ 9,90	€ 109,90	€ 0,56
Asti	76.211	€ 400	€ 3.810,55	€ 4.210,55	€ 0,06

Tabella 3: Distribuzione delle quote per abitante

Occorre forse una revisione dello Statuto dell'Associazione per meglio calibrare e distribuire le quote tra i soci del Distretto, sia pubblici che privati, anche in base ai futuri impegni finanziari del Distretto per l'avviamento di importanti cantieri progettuali.

Bisogna poi prestare attenzione non solo alle capacità che ha il Distretto di aumentare il valore patrimoniale dei beni, ma anche a quelle di generare entrate attraverso le attività e i servizi resi. Se il valore generato dal distretto culturale per il patrimonio culturale e per il sistema economico locale è in grado di far convergere su di sé le aspettative e gli interessi di attori diversi, è necessario individuare la giusta formula in grado di configurare delle reciproche modalità di riconoscimento per il beneficio creato. I soggetti che traggono direttamente o indirettamente vantaggio dal processo distrettuale, sia dal punto di vista patrimoniale, sia reddituale, si appropriano concretamente di una rendita, se chi gestisce le diverse fasi, dagli studi di fattibilità alla realizzazione completa, non è in grado di chiedere ai percettori un congruo corrispettivo<sup>6</sup>. Si pensi, ad esempio, alle dinamiche economiche e ai benefici distribuiti innescati dalla costruzione e dal mantenimento di un sentiero di medio-lunga percorrenza adatto al trekking e al cicloturismo in un'area storico-naturalistica: richiamo di flussi turistici, consumo di servizi di assistenza (infopoint, ciclofficine, guide escursionistiche), compravendita di materiale editoriale, guide e pacchetti turistici, pagamento della tassa di soggiorno, impulso alle attività economiche (ristorazione, servizi legati all'ospitalità, vendita di prodotti locali, negozi di articoli sportivi) e culturali (visite ai musei e ai siti di interesse storico-culturale), ecc....

<sup>6</sup> Barbetta, Cammelli e Della Torre (2013).

Uno dei principali problemi da affrontare quindi, oltre al recupero puntuale delle quote (spesso i Comuni del Distretto non effettuano o ritardano il pagamento), è la stesura di un piano economico finanziario che comprenda modelli e strumenti in grado di *catturare* il valore generato dal processo di distrettualizzazione culturale al fine di riorientare, almeno in parte, le rendite che verranno generate.

Naturalmente il piano economico del Distretto non può basarsi esclusivamente sulle quote associative, ma va alimentato con i fondi strutturali, attraverso i piani di progettazione territoriale nazionali e comunitari, e i finanziamenti delle Fondazioni a cui ora il Distretto Paleontologico può accedere avendo compiuto il secondo anno di attività<sup>7</sup>.

Per le richieste di finanziamento il Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato si appoggia a Corintea, una società di progettazione, di consulenza, di assistenza e di formazione mirata alla valorizzazione del territorio dal punto di vista agronomico, ambientale, culturale, economico e sociale, che fornisce pacchetti di servizi integrati ad enti pubblici e privati. La società ha sede a Torino e collabora con il Comune di Asti da 4 anni, ha seguito il Distretto durante la sua formazione e ora collabora con esso come agenzia di consulenza per la compilazione dei bandi e la progettazione di alcuni servizi, ad esempio: la creazione del Marchio del Distretto, la valorizzazione dei siti paleontologici e la candidatura a Geopark-Unesco.

#### **1.4 Le attività e i progetti del Distretto**

L'Associazione "Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato" ha come principale obiettivo la valorizzazione del patrimonio fossilifero presente sul territorio e vorrebbe inoltre promuovere iniziative per facilitare la fruizione culturale e turistica dei siti paleontologici e dei Comuni aderenti. Tra gli obiettivi di medio-lungo periodo si trovano:

- la costruzione di una rete solida che permetta di programmare attività di valorizzazione e promozione del Distretto, anche attraverso il potenziamento e la diffusione del proprio marchio identitario, su prodotti e servizi del distretto;
- miglioramento dell'accessibilità e della fruizione del patrimonio artistico e culturale del Distretto attraverso la messa in rete dei beni e l'avvio di uno specifico sistema culturale che aggrega attorno al progetto del museo diffuso le identità turistico culturali che insistono sul territorio (enogastronomia, coltivazioni di nicchia, percorsi naturali ....);
- favorire l'incontro della rete dei servizi turistici con le opportunità culturali offerte dal patrimonio territoriale per la creazione di percorsi di visita ed itinerari turistici complementari.

Per quanto riguarda le attività più recenti, l'Ente Parco Paleontologico Astigiano, principale promotore del Distretto, ha acquisito negli ultimi anni una maggiore visibilità insieme al Museo Paleontologico Territoriale dell'Astigiano, cuore scientifico del Distretto, che conta un crescente numero di visitatori (le presenze del 2017 hanno superato di più del 20% quelle del 2016). Questo grazie anche al nuovo allestimento delle collezioni fossili nella sala ipogea, all'organizzazione di numerosi eventi, tra cui particolari esposizioni e suggestive escursioni nelle riserve. Numeri importanti in un momento in cui numerosi musei piemontesi registrano una flessione. Recentemente si è anche intensificata l'attività di promozione sul web: nuovo sito internet per il Museo e aumento dell'attività sui *social network*, ormai diventati strumenti indispensabili per il marketing.

---

<sup>7</sup> Alcuni bandi limitano l'accesso ai fondi in base alla data di costituzione dell'organizzazione richiedente.



Vi è inoltre la ferma volontà di ampliare lo spazio espositivo attraverso il pieno recupero degli ambienti dell'**ex-Chiesa del Gesù**<sup>8</sup> anche grazie ad alcune collezioni arrivate ad Asti a seguito della riorganizzazione del Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino (chiuso da agosto 2013 a seguito dell'esplosione di una bombola anti-incendio)<sup>9</sup>. Il progetto è alla ricerca di possibili finanziamenti tramite i bandi delle fondazioni bancarie e del Fondo Ambiente Italiano (la chiesa è stata inserita nel censimento nazionale "*I Luoghi del Cuore*" promosso dal FAI<sup>10</sup> ed è al 18° posto della classifica 2018).

Numerosi sono i progetti in cantiere, in parte già parzialmente sviluppati, che riguardano lo sviluppo e il potenziamento del patrimonio sentieristico regionale sul territorio:

- ***Il cammino dei fossili*** è un progetto ideato in collaborazione con il CAI astigiano, si tratta di itinerari pedo-ciclabili incentrati su aspetti e epoche della paleontologia. Il progetto è finanziato attraverso il bando 7.5.1 incluso nel Psr regionale 2014-2020, in cui l'Ente Parchi compare come ente capofila. L'obiettivo è quello di disegnare, includendo alcuni geositi, 7 percorsi tematici che verranno attrezzati dai volontari CAI anche attraverso il contributo e la collaborazione di alcuni Comuni membri del Distretto. I sentieri sono da arricchire con indicazioni date dai Comuni su servizi di accoglienza, didattica, punti di interesse storico-culturale, ecc... Sono già stati avviati alcuni contatti con i Comuni coinvolti per 3 dei 7 percorsi: gli incontri tenutisi presso i Comuni di Villafranca e Castelnuovo hanno riscosso successo e molta attenzione da parte degli attori coinvolti, mentre l'ultimo incontro in ordine di tempo, presso il Comune di San Damiano d'Asti, ha avuto esito negativo: le risposte al questionario e all'invito di fornire alcune informazioni sono state modeste. I GAL coinvolti nel progetto dovrebbero avere in teoria una banca dati dei servizi presenti sul territorio, tuttavia pare non sia molto affidabile, per questo i Sindaci coinvolti avrebbero dovuto fornire informazioni più attendibili - ma nell'ultimo caso ciò non si è verificato.
- ***Il Nordic Walking Park*** nasce da un'idea sviluppata con le associazioni locali di Nordic Walking. Alcuni tratti sono già stati ultimati e attendono la certificazione da parte della Scuola Italiana di Nordic Walking. Il progetto, finanziato con i bandi dei GAL (op. 7.5.2) e in parte con le risorse del Distretto (da bilancio), coinvolge circa una decina di Comuni associati dove sono presenti aree con sentieri in terra battuta e altri sentieri di tipo misto da riadattare per il Nordic Walking. Il progetto ha avuto molta attenzione da parte degli stakeholder coinvolti. Il tecnico che si sta occupando del progetto è l'Ing. Renato Morra ([info@studiomorra.eu](mailto:info@studiomorra.eu)).

<sup>8</sup> Affascinante struttura che attende risorse e la messa in moto del cantiere per recuperare gli affreschi di Gian Carlo Aliberti e accogliere i grandi cetacei fossili. Diventerà la sala principale del Museo Paleontologico.

<sup>9</sup> Si tratta di oltre 155 reperti fossili facenti parte delle collezioni del Museo di Geologia e Paleontologia dell'Università di Torino, depositati al Museo Regionale di Scienze Naturali del capoluogo piemontese e da tempo non visibili al pubblico. Asti diventerebbe la città del Centro Studi sui cetacei fossili piemontesi, un progetto che prende forma sulla carta con l'ambizione di ottenere fondi e diventare realtà nella metà del 2020: un *unicum* a livello nazionale ed europeo, con esemplari da venti a due milioni di anni fa. Promotori del progetto inviato alla Fondazione CRT con richiesta di finanziamento, sono il Dipartimento di Scienze della Terra dell'Università di Torino, il Parco Paleontologico Astigiano, la Struttura di Radiodiagnostica dell'ospedale Cardinal Massaia e il Distretto Paleontologico Astigiano.

<sup>10</sup> Il FAI, in collaborazione con Intesa Sanpaolo, chiede a tutti i cittadini di votare piccoli e grandi tesori a cui sono legati e che vorrebbero salvare dall'incuria e dall'abbandono. L'organizzazione de "*I Luoghi del Cuore*" è strutturata in due fasi alternate: quella di censimento dei luoghi più amati, che si tiene negli anni pari e coinvolge tutti i cittadini, e, negli anni dispari, quella degli interventi sostenuti su alcuni dei luoghi più votati, anche con l'erogazione di contributi economici.



- **La via del mare astigiano e Dalla Langa al Monferrato** sono due itinerari che consentiranno a cittadini e turisti di muoversi attraverso 17 Comuni<sup>11</sup>, situati prevalentemente a sud del Tanaro. I percorsi avranno belvedere arredati, una passerella sospesa sul rio Tiglione e saranno valorizzati dalle installazioni artistiche dello scultore Sergio Omedè che caratterizzeranno sei punti di osservazione del paesaggio<sup>12</sup> e avranno anche il compito di denunciare compromissioni e danni causati dall'intervento umano sul territorio. Il progetto è finanziato al 90% attraverso la misura 7.5.1 del Programma di sviluppo rurale della Regione Piemonte e la restante parte dal Parco Paleontologico. Il costo complessivo è di 250 mila euro, finalizzati anche ad interventi di valorizzazione del territorio a fini turistici (pannelli informativi, infopoint, organizzazione di eventi...) <sup>13</sup>.
- **Il Pachamama Pathway** presentato il 27 marzo 2019, unisce la Riserva naturale del Baraccone, posta alla confluenza tra il Po e la Dora Baltea, con il Parco naturale di Rocchetta Tanaro. L'itinerario individuato connette anche due centri educativi (l'ostello Pacha Mama, gestito dall'omonima associazione, e il Lago degli Aironi, gestito dal Centro natura Parco Bric) e tre siti UNESCO (la Riserva di Biosfera CollinaPo, i territori dei Paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato e il Sacro Monte di Crea). La fruizione di questo nuovo itinerario rappresenterà una grande opportunità per lo sviluppo di un turismo lento e sostenibile, legato all'enogastronomia, alla natura e alla cultura, che trova nei territori attraversati una presenza già diffusa di punti di interesse e di attività economiche del settore turistico.

Alla realizzazione dei percorsi contribuisce anche la Rete Sentieristica Regionale, finanziando la realizzazione di sentieri solo già accatastati in passato: pur costituendo un importante aiuto finanziario il sistema rappresenta una forma molto rigida di organizzazione territoriale che non consente di apportare molte modifiche ai disegni già esistenti, sebbene le esigenze e il territorio si siano modificati nel corso del tempo.

Un'altra importante azione sarà l'inaugurazione del **Centro Congressi di Isola**, uno spazio ricavato da un'ex-cantina sociale oggi in disuso e che sarà dedicato ai soci del Distretto. La struttura è dotata di un ampio salone che potrà essere utilizzato per convegni, conferenze e giornate di studio. Nei locali verranno allestiti prossimamente spazi museali e didattici dove i Comuni del Distretto e i musei locali potranno esporre alcuni oggetti che li rappresentano. Il Comune di Vigliano, patria della più grande balena ospitata al Museo Paleontologico di Asti, arricchirà la collezione con i *Delfini* in cartongesso di Aldo Alciati<sup>14</sup>; Montaldo Scarampi con abiti contadini, Cortiglione e Mombercelli con attrezzi del mondo rurale; Cerro Tanaro con una delle biciclette protagoniste del *Museo Sarachet*. Gli spazi ospiteranno anche gli alunni delle scuole che il Parco Paleontologico conduce in Val Tiglione<sup>15</sup> nell'ambito delle attività didattiche sui fossili. Si pensa inoltre di inserire nel progetto un infopoint per le informazioni turistiche dell'area.

Il legame con la struttura risale ad alcune collaborazioni nate durante un precedente progetto di valorizzazione e sviluppo locale, *Le colline del mare*, sempre promosso dal Parco Paleontologico Astigiano. La convenzione tra il Comune di Isola e il Distretto per l'utilizzo degli spazi è in via di definizione, mentre l'inaugurazione della struttura, inizialmente fissata a

<sup>11</sup> I percorsi toccano i Comuni di Azzano, Belveglio, Calosso, Castagnole Lanze, Castelnuovo Calcea, Coazzolo, Costigliole, Isola, Mombercelli, Mongardino, Montaldo Scarampi, Montegrosso, Rocca d'Arazzo, Rocchetta Tanaro, San Marzano Oliveto, Vigliano, Vinchio per poi diramarsi verso altri centri e province.

<sup>12</sup> Situati a Mombercelli, Mongardino, Montaldo Scarampi, Rocca d'Arazzo, Rocchetta Tanaro e Vigliano.

<sup>13</sup> Comune di Asti (3), 2018.

<sup>14</sup> Oggi ospitati nel chiostro di Palazzo del Michelerio.

<sup>15</sup> Comune di Asti (2), 2018.

dicembre 2018, è slittata a data da definirsi poiché attualmente l'edificio ospita alcune classi di un istituto scolastico della zona dichiarato inagibile. Il Centro Congressi potrebbe divenire un importante punto di riferimento per l'organizzazione, la promozione e la divulgazione del Distretto Paleontologico.

**Il Marchio territoriale del Distretto** è già stato disegnato ed è pronto per essere utilizzato: esso contribuirà a promuovere le produzioni ed i servizi presenti sul territorio e offerti dal Distretto. Si tratta di un marchio di certificazione territoriale che dovrebbe garantire un vantaggio biunivoco: grazie all'uso del marchio da parte dei produttori il Distretto verrebbe ulteriormente diffuso e riconosciuto, contemporaneamente ai produttori locali si offre la possibilità di legarsi a nuovo brand in formazione. I principali obiettivi del marchio sono:

- aumentare il livello qualitativo dell'offerta turistica e produttiva del territorio garantendo la salvaguardia dell'ambiente naturale attraverso specifici disciplinari di produzione;
- favorire la conoscenza e la fruizione del patrimonio naturale, geopaleontologico e paesaggistico del territorio;
- offrire ai consumatori servizi e prodotti a minor impatto ambientale e rispettosi del territorio;
- coinvolgere e stimolare gli imprenditori a produrre beni e servizi in modo compatibile con il territorio valorizzando le risorse geopaleontologiche e ambientali presenti in esso;
- unificare le attività di promozione attraverso la valorizzazione di un'immagine unitaria che l'utente finale possa riconoscere quale indicazione della qualità e della varietà offerte dal territorio.

L'uso in concessione del marchio potrà essere dato a: imprese artigiane, agricole e di trasformazione di prodotti agricoli (singole o associate), aziende zootecniche, imprese ricettive, della ristorazione e di servizi turistici, associazioni che realizzano progetti e servizi turistici all'interno del territorio e che valorizzano le produzioni alimentari ed artigianali tipiche. Nel Regolamento d'uso del "Marchio di Qualità del Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato" sono presenti i requisiti per l'ottenimento della concessione d'uso per le attività ricettive, le attività di ristorazione e di produzione agroalimentare con particolare attenzione alle produzioni di miele, zafferano, frutta, ortaggi, cereali e trasformati.

Tutti questi progetti sono propedeutici per la costruzione del dossier di candidatura del **"Geopark Unesco dell'Astigiano e del Monferrato"**, uno dei progetti più impegnativi per il Distretto. La scrittura del dossier per la candidatura a Geopark-Unesco è affidata alla società Corintea e in particolare al consulente Andrea Camarlinghi. La candidatura è ancora in fase di compilazione – va ultimata l'analisi territoriale – e si prevede la chiusura della pratica per l'inizio dell'estate. La domanda sarà presentata nel 2020 unitamente dal Parco Paleontologico Astigiano e dall'Associazione Distretto Paleontologico dell'Astigiano e del Monferrato, pertanto sarà necessario definire un formale *Protocollo di intesa* fra i due soggetti. Un'azione importante a sostegno del progetto è stato sicuramente l'inserimento dei geositi più rappresentativi e visivamente apprezzabili presenti sul territorio astigiano all'interno del censimento Nazionale dei Geositi promosso dall'ISPRA.

Il principale ostacolo alla candidatura del Distretto Paleontologico è costituito dai vincoli di candidatura imposti dall'UNESCO: ogni nazione infatti può presentare massimo 2 domande di valutazione all'anno e molte realtà nazionali hanno già inviato la loro richiesta. I tempi dunque sono ancora lunghi e il Distretto è solo all'inizio dell'opera: bisogna ultimare i sentieri, organizzare e animare il territorio, costruire il piano di gestione, promuoverne la visibilità, stringere relazioni e cooperare non solo con le comunità locali, ma anche con gli altri Geoparchi presenti nella rete Globale Unesco.

Con un finanziamento di Fondazione CRT sono state finanziate le attività per la creazione del marchio, dei disciplinari d'uso e l'apertura delle procedure per la candidatura Unesco. Inoltre sono stati organizzati dei corsi di formazione per la produzione di miele, zafferano e altri prodotti secondo i disciplinari del Distretto in collaborazione con ASCOM (Programma For.Ter.).

Sebbene alcuni soci privati si dimostrino attivi, sembra mancare una certa disponibilità di relazioni e di intelligenze sia all'interno del Comune di Asti, sia nel territorio e nell'istituzione provinciale. Adesione formale a parte, non sembra esserci una vera e propria mobilitazione riguardo ai temi proposti e alle progettualità in cantiere. Il Distretto, ora più che mai, necessita di un adeguato piano di comunicazione e di un programma di coinvolgimento partecipato del territorio per poter realizzare in breve tempo i progetti e iniziare a vedere i primi frutti del lavoro di coordinamento.

Un elemento che potrebbe rappresentare una minaccia per gli sviluppi futuri del Distretto è relativo all'inclusione dei Comuni e dei soci all'interno delle iniziative sviluppate sul territorio. I progetti del Distretto coinvolgono solo alcune amministrazioni comunali, ciò potrebbe costituire un fattore di rischio perché i Comuni non coinvolti direttamente potrebbero sentirsi in qualche modo esclusi dal processo di sviluppo e potrebbero voler uscire dalle dinamiche del Distretto.

Nell'impossibilità di organizzare attività all'interno di ogni singola amministrazione comunale, è bene comunque cercare di coinvolgere tutti nella progettazione in base anche alle risorse e alle particolari vocazioni territoriali. Bisogna spronare Comuni e soci privati a lavorare insieme per il territorio, magari organizzando concorsi interni per attività progettuali parzialmente finanziabili o giornate di formazione utili per creare futuri rapporti di collaborazione. Non solo ai soci deve essere richiesta la presenza alle attività distrettuali, ma a sua volta anche il Distretto dovrebbe essere presente alle principali manifestazioni comunali, soprattutto presso i Comuni in cui non sono attivi progetti specifici, in modo tale da dimostrare vicinanza al territorio e mantenere sempre vivo l'interesse e la curiosità per le azioni progettuali.

## 1.5 La comunicazione del Distretto

Uno degli aspetti già emerso in precedenza che bisognerebbe migliorare per dare continuità alla strategia complessiva del Distretto è la comunicazione, sia interna che esterna.

Il Distretto attualmente è promosso esclusivamente sul sito web dell'Ente Parco Paleontologico Astigiano, in una posizione non immediatamente individuabile a fondo pagina. La pagina web dedicata è ricca di informazioni interessanti sul Distretto, ma risulta poco accattivante dal punto di vista della grafica e dei temi proposti: la sezione "*Comunicati Stampa*" viene aggiornata saltuariamente e per questo motivo non vengono riportate tutte le comunicazioni e le ultime notizie provenienti dal Distretto, mancano le informazioni culturali sull'area distrettuale (nonostante siano stati fatti dei censimenti sui beni ambientali e culturali), non c'è una sezione "progetti in corso e realizzati" che potrebbe essere utile per far conoscere e monitorare il lavoro del Distretto, e non è presente uno spazio dove i membri dell'Associazione possano promuovere eventi o la propria attività. Quest'ultimo tema in particolare è emerso durante una riunione (28/02/2019) con i soci privati del Distretto, che desiderano avere uno spazio sul web e un luogo fisico dove poter vendere i propri prodotti: è stata suggerita l'idea di organizzare "*il mercatino del Distretto*" in collaborazione con Coldiretti e Camera di Commercio.

L'interesse per questa attività non ha ancora avuto dei risvolti pratici, il Distretto ha delegato i soci privati ad informarsi ed organizzarsi, ma forse è ancora troppo presto per chiedere agli associati di gestire alcuni aspetti organizzativi: non sembrano esserci ancora dei forti legami di collaborazione, il ruolo di controllo e coordinamento della dirigenza distrettuale è ancora

necessario, ma si scontra con la mancanza di personale dedicato all'assistenza dei soci e con le conseguenti difficoltà organizzative.

Infine, per quanto riguarda la comunicazione attraverso i *social media*, non sono attivi canali sui social network. Gran parte della comunicazione del Distretto passa attraverso le pagine web dell'Ente Parco e del Museo Paleontologico, e ciò comporta nel lungo periodo confusioni in merito ai ruoli dei diversi enti e pone il Distretto in una posizione subordinata rispetto agli altri due. A causa di questi difetti nella comunicazione il Distretto sembra essere percepito ancora da pochi, in pratica è noto solo agli addetti ai lavori. Il cittadino corre il rischio di associare il Distretto all'Ente Parco e al Museo, che in realtà hanno ruoli e finalità molto diverse da quelle del Distretto (Figura 2).



**Figura 2: Funzioni e ruoli degli Enti**

Contribuisce alle difficoltà comunicative la mancanza di un vero e proprio riconoscimento istituzionale del Distretto Paleontologico da parte della Regione Piemonte e della Provincia, che a seguito della sua costituzione non hanno mostrato particolare interesse né rispetto alle progettualità né rispetto alle difficoltà affrontate dal Distretto. Un riconoscimento istituzionale, che si traduca anche in azioni di collaborazione e ascolto del territorio, può essere utile per portare interessi e investimenti più ampi all'interno della rete.

La redazione del piano di comunicazione non dovrebbe essere sottovalutata all'interno della gestione di un distretto culturale, né ridotta soltanto al sistema di regole d'uso dei loghi. Il piano di comunicazione definisce non solo gli strumenti e le forme di promozione che il distretto intende adottare per costruire una immagine efficace e accattivante, ma anche gli effetti comunicativi delle scelte adottate dal gruppo di lavoro per la gestione dei diversi aspetti organizzativi (gestione degli spazi, delle infrastrutture, dei servizi resi ad abitanti e visitatori...)¹⁶. Tra le componenti dell'organizzazione del distretto si trovano anche le modalità per la gestione

¹⁶ Usai (2015) e Barbetta, Cammelli, Della Torre (2013)

dei rapporti tra i soggetti e della loro partecipazione nei processi decisionali. Questi due aspetti appartengono alla sfera della comunicazione interna all'ente.

All'interno del Distretto Paleontologico le comunicazioni vengono date ai soci prevalente via mail (PEC) e durante le riunioni plenarie annuali dell'Associazione: si tratta prevalentemente di informazioni riguardanti le ultime decisioni del Consiglio e gli aggiornamenti in merito ai progetti in corso di realizzazione. Queste modalità di comunicazione interna non sembrano però essere efficaci: la dirigenza lamenta infatti una scarsa attenzione alle comunicazioni e una bassa partecipazione alle attività da parte dei membri, alcuni Sindaci non hanno ancora ben chiaro cosa sia un distretto culturale e quali siano le sue funzioni. Bisognerebbe cercare di capire le cause di questo atteggiamento passivo e trovare delle forme comunicative più coinvolgenti. Una soluzione potrebbe essere individuare dei referenti "attivi" nelle comunità e all'interno delle pubbliche amministrazioni: persone che seguano, trasmettano le comunicazioni e siano coinvolte nell'organizzazione del Distretto. Altri utili strumenti possono essere la costruzione di gruppi di lavoro aperti, reti intranet, *cloud* e banche dati accessibili ai soci. Se si vuole "fare sistema" la circolazione delle informazioni e la condivisione di idee, saperi e progetti deve essere facilitata e deve divenire una pratica usuale.

## 1.6 Cosa è emerso dagli studi precedenti

Viene fatta di seguito una breve analisi degli studi fatti precedentemente sul Distretto Paleontologico Astigiano.

- **Gaito E., *Il Distretto Paleontologico Astigiano*, 2016**

A seguito di un'indagine effettuata tramite questionari è emerso che gli enti pubblici sarebbero disposti a dare al Distretto Paleontologico Astigiano preferibilmente un contributo per lo sviluppo e il miglioramento della rete sentieristica, poiché costituirebbe un'azione facilmente collegabile con il PSL e vari finanziamenti del PSR di Regione Piemonte. Al secondo posto si trovano "attività per l'accoglienza turistica ed eventi": i Comuni possono offrire molto al territorio e al Distretto grazie alle numerose iniziative enogastronomiche che ogni anno vengono organizzate nelle terre astigiane. Solo un Comune (rilevazione parziale) si è offerto per dare un contributo a livello comunicativo: un aspetto che ancora fatica a prendere piede all'interno della promozione turistica di questi territori, che necessiterebbero di veri e propri piani di comunicazione su base territoriale. Un segmento, quello della comunicazione, su cui il Distretto Paleontologico dovrà lavorare e sopperire per sponsorizzare le iniziative ed attrarre ulteriori visitatori.

L'analisi delle tematiche e le progettualità inizialmente individuate, riguardanti i prodotti del territorio, fanno emergere un particolare interesse per le erbe officinali, il vino, il miele, la canapa e lo zafferano. Tra i Comuni rilevati i primi quattro temi sono molto sentiti; da notare l'attenzione di alcuni aderenti che chiedono di non snaturare l'associazione, mantenendo al centro del Distretto la paleontologia<sup>17</sup>.

Il direttivo del Distretto deve avere un ruolo forte, deve essere presente, riconoscibile e attivo sul territorio. In caso contrario si rischierà uno sfilacciamento, dove il Distretto giocherà un ruolo di secondo piano rispetto alle realtà già presenti sul territorio. Al turismo viene data una posizione prioritaria per la funzionalità del Distretto che deve produrre azioni concrete e operare in maniera non episodica. La gran parte degli amministratori indicano nella comunicazione l'aspetto da correggere maggiormente, un tassello fondamentale per chi vuole occuparsi anche di turismo. Saper vendere il proprio territorio è fondamentale nella società dell'informazione e

---

<sup>17</sup> La voce non era indicata nel questionario, ma è stata scritta volontariamente dagli intervistati.

della digitalizzazione, il Distretto potrebbe funzionare come vera e propria agenzia di sviluppo locale, dando un impulso forte per tutti gli attori del distretto. Questo consentirebbe di avere un'ulteriore punto di contatto tra amministrazioni municipali e chi gestisce il Distretto Paleontologico. Ci sono tuttavia due problemi aperti: da una parte vi è la necessità di reperire fondi per il funzionamento e le attività del Distretto, dall'altra - a detta di alcuni amministratori - molti Sindaci non hanno ancora compreso completamente la natura del Distretto e la sua utilità.

- **Ollino G., Rafforzare l'identità del Distretto Paleontologico Astigiano: lo sviluppo del marchio, 2017**

La struttura di gestione del Distretto ha deciso di puntare alla promozione di azioni tese ad avanzare, nell'arco di pochi anni, la candidatura dell'area a Geopark UNESCO. Da ciò deriverebbero indubbi vantaggi sia a livello economico, sia a livello culturale e costituirebbe sicuramente un ottimo biglietto da visita oltre che per il Distretto stesso anche per le aziende che operano sul territorio, in primis quelle legate al settore dell'enogastronomia e dell'agricoltura.

La cultura e la creatività sono due elementi estremamente interconnessi per promuovere lo sviluppo locale di un territorio. Uno dei punti di forza di un distretto culturale è rappresentato dalla costruzione di un'atmosfera creativa, in grado di avvolgere e guidare le forze dello sviluppo locale nei settori ad elevata produzione di beni e servizi culturali e di favorire le condizioni per il dispiegarsi di vantaggi reciproci, positivi e condivisi dagli attori. Le idee e le informazioni sono liberamente disponibili e molti piccoli produttori, cercando di sfruttare le stesse opportunità, si rendono conto dei vantaggi della cooperazione, soprattutto di quella istituzionale e di quella altrettanto importante implicita nello sviluppo del capitale sociale. Così i diritti, i marchi, i consorzi tra imprese, le banche, le Camere di Commercio, le agenzie di promozione turistica e le associazioni di artigiani diventano il collante per lo sviluppo dell'industria del distretto, la leva per accrescere la reputazione collettiva del distretto.

Le caratteristiche del Distretto Paleontologico Astigiano lo avvicinano a quello che viene definito "distretto culturale istituzionale" che è essenzialmente basato sull'assegnazione di diritti di proprietà e su forti valori simbolici basati sulla creatività e sulla tutela del patrimonio culturale e della proprietà intellettuale strettamente legata alla comunità di origine. Il diritto di proprietà intellettuale si attua tramite la creazione e l'uso di marchi e segni distintivi applicati sui beni prodotti localmente. In questo modo si intende generare nel consumatore fiducia e apprezzamento, ancor prima di pervenire all'acquisto stesso. Per fare ciò è sicuramente necessario un ingente costo informativo iniziale, il quale però potrà ridursi nel costo del tempo. Un marchio collettivo che solo i produttori locali possono sfruttare: la creatività viene trasferita nella cultura e la cultura in beni e servizi suscettibili di valutazione economica.

Questa potentissima connessione con l'ambiente sociale e la sua evoluzione storica è la fonte del principale vantaggio competitivo all'interno di questo tipo di organizzazioni territoriali. Non solo, sarà possibile implementare e salvaguardare il patrimonio mediante la partecipazione a bandi regionali o europei che abbiano ad oggetto la valorizzazione a rete delle risorse culturali, i cui obiettivi sono rivolti a favorire lo sviluppo civile, culturale ed economico per il tramite di progetti fondati sull'integrazione tra le risorse e gli attori locali. La messa in rete delle risorse culturali e paesaggistiche connesse a un'idea guida, sia su scala urbana, sia su scala territoriale più vasta, fortemente radicata nel contesto in cui si intende operare, può rappresentare un modello in grado di generare numerose opportunità di crescita.

## 2. I RISULTATI DELL'INDAGINE E DEL LAVORO SUL CAMPO

Al fine di monitorare lo “stato di salute” del Distretto e l’andamento delle attività organizzate in questi primi anni dalla fondazione si è pensato di redigere un questionario da sottoporre a tutti i soci. Uno degli obiettivi era anche dare voce ai membri del Distretto per far emergere eventuali criticità e punti di debolezza sui quali lavorare nei prossimi mesi per migliorare il funzionamento e l’organizzazione dell’Associazione in vista delle progettualità future.

L’indagine tramite il questionario è stata inoltre accompagnata da interviste, momenti di osservazione e di lavoro sul campo (partecipazione ad inaugurazioni, riunioni, assemblee e convegni sul tema) che hanno portato alla raccolta di nuovi possibili contatti da inserire nel network del Distretto Paleontologico.

L’analisi dei dati raccolti dalle attività effettuate e una breve analisi della letteratura hanno permesso di individuare alcuni suggerimenti operativi per lo sviluppo del Distretto Paleontologico e di definire ulteriormente l’analisi SWOT dell’Associazione.

### 2.1 Il Questionario e i dati raccolti

Il questionario presentava una breve parte anagrafica iniziale da compilare indicando il nome dell’ente di appartenenza, la sua natura (pubblico o privato) e il nome del responsabile rispondente, cui seguivano 28 domande suddivise in tre sezioni (v. Appendice):

1. Percezione del Distretto, Relazioni e Problematiche
2. Comunicazione Interna ed Esterna
3. Progettualità.

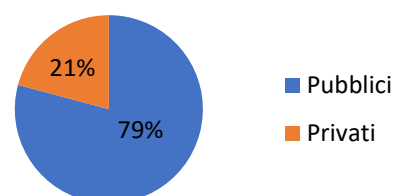
Il questionario era costituito prevalentemente da domande strutturate per le quali era prevista una serie di risposte predefinite tra cui il rispondente poteva selezionare solo una singola preferenza. Erano presenti anche alcune domande a risposta multipla e alcune domande aperte in cui gli intervistati potevano esprimere liberamente la loro opinione o aggiungere suggerimenti.

#### 2.1.1 Il campione

Il “Questionario di valutazione del Distretto Paleontologico dell’Astigiano e del Monferrato”<sup>18</sup> è stato inviato a tutti i soci ed ai principali collaboratori dell’Associazione per un totale di 108 enti coinvolti (73 pubblici e 35 privati). Le risposte ricevute sono state 48 (44,4%): hanno partecipato 37 Comuni ed un’Unione Collinare<sup>19</sup> (circa il 52% del totale degli enti pubblici), e 10 soci privati (circa 29% sul totale dei privati).

Da un primo sondaggio sulla disponibilità a

**Percentuale di risposte per  
enti pubblici e privati**



**Grafico 2:** Dettaglio delle risposte ricevute

<sup>18</sup> Il testo del questionario è presente in Appendice.

<sup>19</sup> Unione dei Comuni delle Colline tra Langa e Monferrato

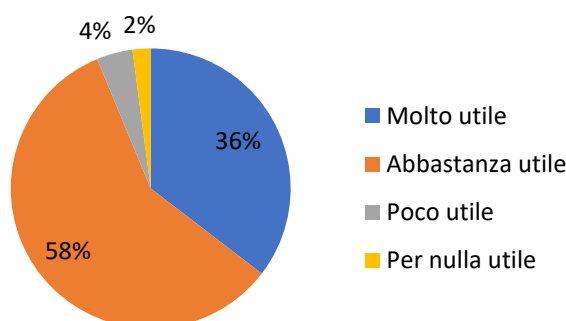


partecipare al questionario, 4 enti comunali (Albugnano, Buttigliera, Fontanile e Valfenera) hanno deciso di non prendere parte all'indagine a causa dell'assenza di referenti specifici per le relazioni con il Distretto o perché non abbastanza coinvolti nelle attività progettuali: potrebbe essere utile capire le cause di eventuali malumori e stringere dei legami di collaborazione più solidi, prima che questi soci decidano di abbandonare il network del Distretto.

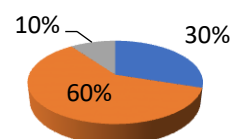
### 2.1.2 Sezione I: Percezione del Distretto, Relazioni e Problematiche

L'adesione al Distretto Paleontologico viene considerata utile dalla maggior parte dei soci rispondenti, alcuni però mostrano delle perplessità non solo rispetto all'utilità di fare parte del Distretto, ma anche riguardo a quanto è stato fatto fino ad oggi dall'Associazione.

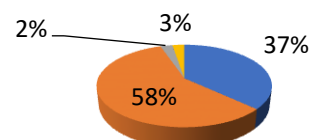
#### Ritiene che sia utile per il suo Comune o la sua attività l'adesione al Distretto Paleontologico?



#### Soci Privati



#### Enti Pubblici



#### Come valuta l'operato del Distretto?

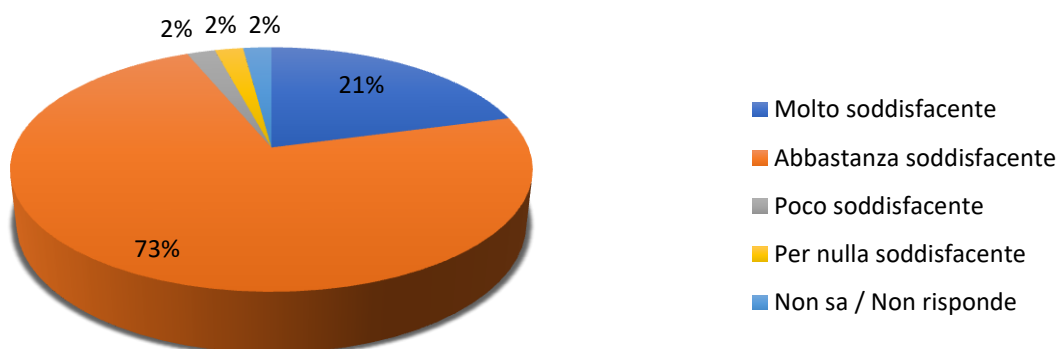


Grafico 3: Utilità e soddisfazione

Per quanto riguarda i benefici desiderati (Grafico 4), i soci mostrano una certa preferenza per il settore turistico: le azioni intraprese dal Distretto dovrebbero puntare a richiamare un maggior numero di visitatori sul territorio. Segue poi la sfera dei benefici infrastrutturali (rinnovamento poli museali, siti paleontologico-naturalistici, sentieri, reti culturali, trasporti, mobilità) e il desiderio di nuove opportunità di collaborazione (benefici relazionali).



### Che tipo di benefici si aspetta dall'adesione al Distretto Paleontologico?

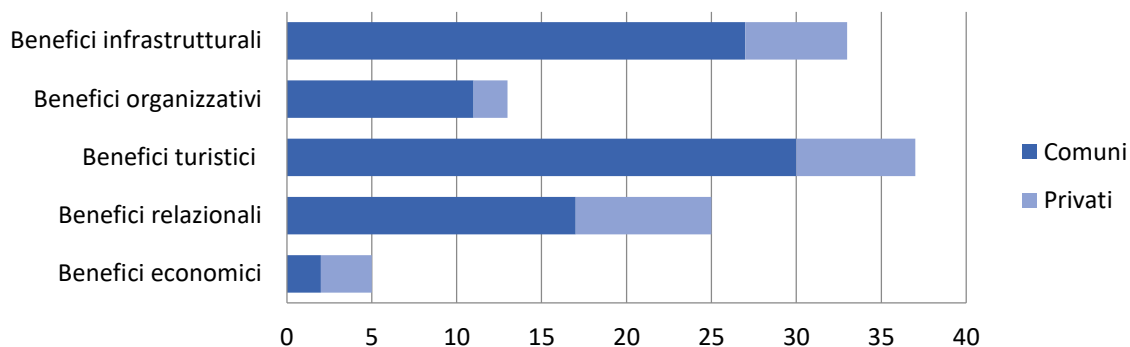


Grafico 4: Benefici desiderati dai soci

In particolare i soci privati prediligono maggiormente le possibilità in termini di relazioni che può dare l'adesione al Distretto Paleontologico.

Al Distretto vengono attribuite diverse funzioni, tra queste le principali riguardano la valorizzazione e la promozione del patrimonio materiale e immateriale (siti paleontologici, musei, biblioteche, arte e tradizioni, eventi, festival), della cultura e del territorio in generale. Particolare attenzione è stata posta sull'accessibilità del territorio e il potenziamento della rete sentieristica e naturalistica. Inoltre si sottolinea l'importanza della funzione "mediatrice" del Distretto che dovrebbe mettere in rete enti, associazioni e produttori.

### Quali ritiene che debbano essere le principali funzioni del Distretto Paleontologico?

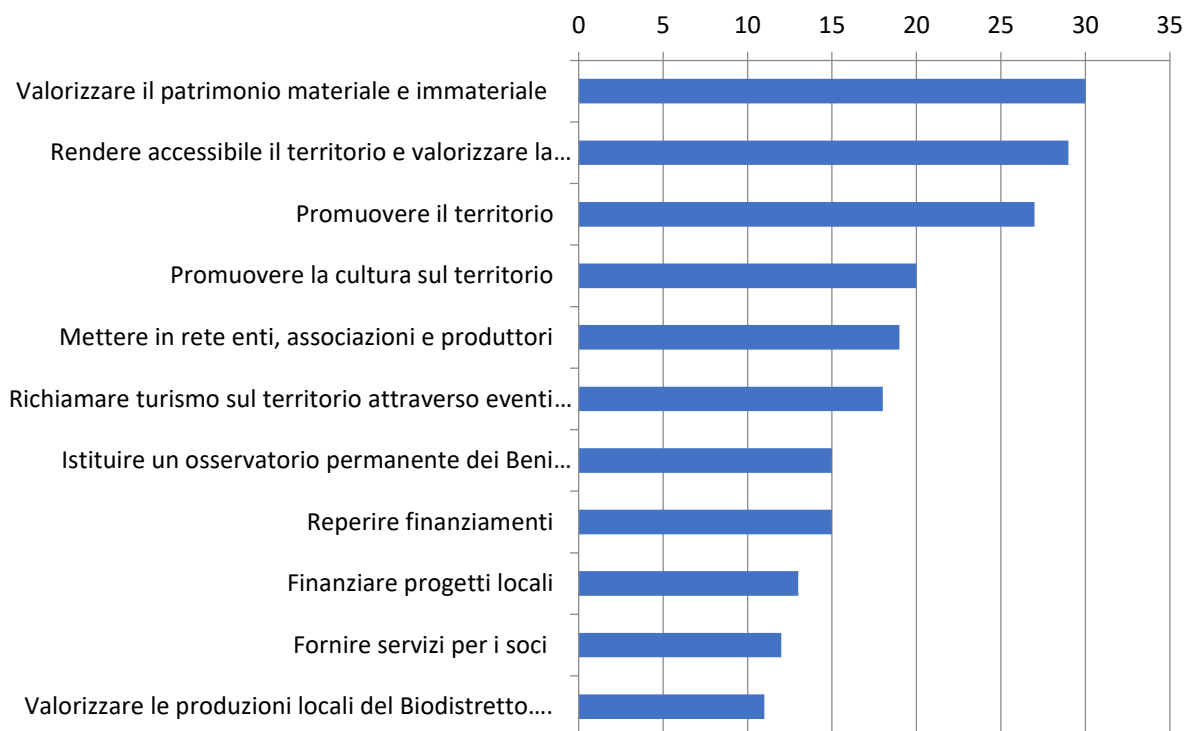


Grafico 5: Le funzioni del Distretto

## Vi è collaborazione tra i soci del Distretto Paleontologico?

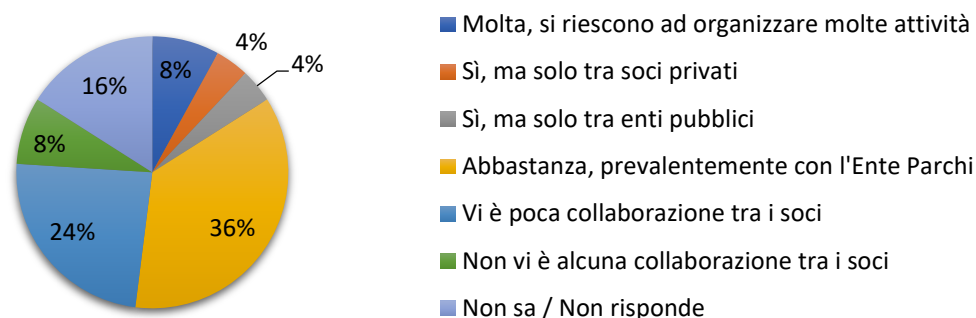


Grafico 6: La collaborazione all'interno del Distretto

Le occasioni di collaborazione tra i soci sembrano essere prevalentemente con l'Ente del Parco Paleontologico. Molti soci percepiscono delle difficoltà a cooperare gli uni con gli altri descrivendo la collaborazione come scarsa o del tutto assente. Infine il 16% dei rispondenti dichiara di non sapere quali relazioni e collaborazioni siano presenti all'interno del Distretto (Grafico 6).

L'interesse per il lavoro dell'Associazione è elevato: tutti i soci hanno risposto positivamente e la maggior parte ha dichiarato inoltre di partecipare e seguire molte delle attività organizzate dal Distretto (51%). Notevoli però sono le percentuali dei soci che dichiarano una partecipazione limitata: il 24% dei rispondenti dichiara di prendere parte esclusivamente alle riunioni dei soci, il 12% partecipa solo agli eventi che coinvolgono direttamente il proprio Comune, il restante 10% partecipa poco o non ha mai partecipato (2%).

Il 96% dei soci rinnoverebbe la partecipazione al Distretto, visto come un'opportunità concreta per lo sviluppo non solo dei singoli Comuni, ma di tutto il territorio. L'associazione è considerata una realtà positiva ed unificante, un'occasione per conoscere altri enti e raccontare al meglio la storia del territorio. Solo due amministrazioni comunali esprimono perplessità in merito al rinnovo dell'iscrizione: lamentano lo «scarso interesse» dimostrato dal Distretto e l'assenza di «riscontri effettivi» del suo operato nei due Comuni.

Per quanto riguarda le principali problematiche interne del Distretto e le azioni da adottare per migliorare l'efficienza del Distretto Paleontologico, molti soci hanno espresso liberamente la propria opinione: «Dal mio punto di vista ci sono due problematiche principali: primo, non tutti hanno capito le finalità del Distretto; secondo, difficoltà nell'effettuare incontri periodici fra tutti i soci in modo da informare sull'andamento o sulle iniziative del Distretto».

Il coinvolgimento dei soci sembra essere una questione importante, percepita non solo dalla Dirigenza del Distretto, ma anche dai membri stessi: «La partecipazione di molti Enti pubblici risulta solamente sulla carta e non effettiva nel concreto», in generale si rileva «poca partecipazione e condivisione dei progetti, occorre [...] "costringere" ad una maggiore partecipazione i soci».

Un'altra problematica rilevata attiene al campo della comunicazione: bisogna «migliorare comunicazione e promozione», all'interno del Distretto vi è «poca informazione, poca rete, scarsa capillarità e promozione», servirebbe «una maggiore attività di marketing» anche per «aiutare a comprendere l'importanza del progetto, alcuni non credono in esso».

Viene evidenziata anche l'assenza di fondi e di risorse: «occorrerebbero maggiori finanziamenti per le attività del Distretto», mancano «risorse per poter valorizzare i siti

*paleontologici, anche quelli che sono sulla rete sentieristica o in punti specifici. Non tutti devono essere di alta rilevanza». C'è inoltre chi suggerisce di «finanziare progetti con borse di studio per studenti», di «aumentare gli spazi museali del Distretto» e di ascoltare il territorio: «mi sembra che il Distretto percorra sentieri già trattati senza troppo coinvolgimento nelle richieste provenienti da altre località».*

Infine emergono i temi delle competenze e delle relazioni: «*probabilmente bisognerebbe implementare le figure tecniche per supportare le iniziative in ottica futura*», serve «*personale dedicato*», il Distretto appare «*poco identificativo, disperso sul territorio*» sarebbe utile «*interfacciarsi di più con le altre organizzazioni di tutela presenti sul territorio*».

### 2.1.3 Sezione II: Comunicazione Interna ed Esterna

La maggior parte dei soci (71%) ritiene che le funzioni e le attività del Distretto Paleontologico siano poco conosciute al di fuori dell'organizzazione. Pertanto l'Associazione dovrebbe promuoversi maggiormente attraverso il sito web, i *social media* e in collaborazione con i principali enti di promozione territoriale (ad esempio le ATL locali). Vengono considerati importanti strumenti di promozione anche la produzione di materiali editoriali da diffondere agli eventi (sagre, manifestazioni, fiere) e l'organizzazione eventi di intrattenimento e informazione.

#### Su quali canali di comunicazione e con quali modalità dovrebbe promuoversi il Distretto Paleontologico?

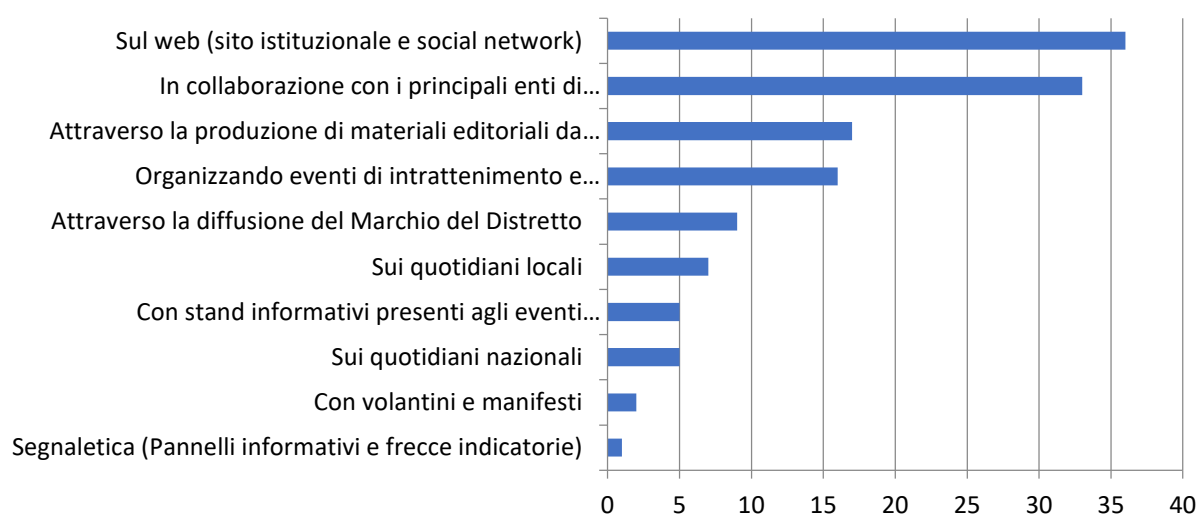


Grafico 7: Modalità e canali di promozione

Il 79% dei rispondenti si definisce “abbastanza attento” rispetto alle comunicazioni inviate dal Distretto. Il mezzo preferito per comunicare all'interno del Distretto resta la posta elettronica, anche se in molti hanno espresso delle preferenze per gli strumenti più recenti di messaggistica istantanea (Grafico 8).

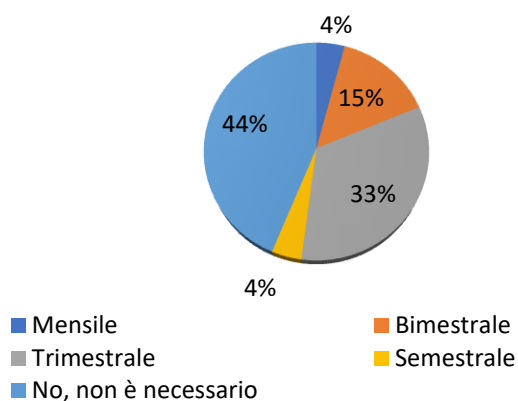
Per quanto riguarda la frequenza dell'invio di comunicazioni da parte del Distretto, la maggior parte dei soci, sia privati che pubblici, desidererebbe ricevere informazioni e aggiornamenti mensilmente. Un aumento della frequenza delle riunioni tra i soci non è considerato necessario, anche se nell'analisi separata dei dati i soci privati mostrano preferenze più contrastanti: si potrebbe valutare un approfondimento della tematica esclusivamente tra i soci privati per capire meglio le tendenze emerse (Grafico 9).

### Su quali canali dovrebbe essere gestita la comunicazione con i soci del Distretto?

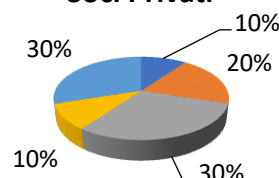


Grafico 8: Strumenti per la comunicazione interna

### Aumenterebbe la frequenza delle riunioni con i soci e il Consiglio? Con che frequenza?



### Soci Privati



### Enti Pubblici

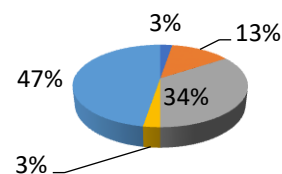


Grafico 9: Frequenza delle riunioni

La maggior parte dei soci viene aggiornata con regolarità dal proprio referente all'interno del Consiglio, è comunque rilevante il dato che compare per i restanti rispondenti: 12 soci su 48 (25%) non conoscono chi sia il proprio rappresentante all'interno del Consiglio o non ricevono aggiornamenti. Ciò denota una certa confusione nella comunicazione dei ruoli e nell'assegnazione dei compiti all'interno del Consiglio.

Sebbene la maggior parte dei soci riesca a seguire efficientemente la comunicazione e le relazioni con il Distretto e gli altri associati, due soci su 10 (il 23%) ammettono di avere delle difficoltà. Per questo è stato chiesto ai membri del Distretto di indicare o eventualmente pensare ad una persona che si potesse occupare personalmente della gestione dei contatti con il Distretto: l'83% dei rispondenti si è dimostrato disponibile a valutare la possibilità di individuare un collaboratore, tra questi alcuni hanno anche scritto il nominativo della persona scelta (Allegato 1).

Numerosi sono anche i suggerimenti lasciati dai soci per migliorare la comunicazione del Distretto: viene consigliato l'uso dei social network per promuoversi via web, l'installazione di *banner* informativi davanti alle scuole e una maggior partecipazione e organizzazione di eventi in

collaborazione con gli studenti. Utile potrebbe essere anche richiamare l'attenzione dei media televisivi («documentari»). Emerge poi la necessità di produrre e mettere a disposizione dei soci materiali e informazioni sulle iniziative da poter comunicare all'esterno, in questo modo anche i membri del Distretto possono diventare promotori in prima linea delle attività dell'Associazione.

Per quanto riguarda la comunicazione interna viene consigliato oltre all'uso della posta elettronica, anche quello di newsletter e di WhatsApp. Per alcuni il tema della comunicazione è strettamente legato alla partecipazione: sarebbe utile individuare «persone (*Sindaci o altri*) veramente interessate», coinvolgerle «*su specifiche azioni sviluppabili su argomenti che oggi pochi conoscono*», «*trovarsi in gruppi più limitati e per zona per concordare progetti di area*». Viene suggerito inoltre l'individuazione di personale dedicato alla trasmissione delle informazioni ai soci e all'esterno del Distretto: «*una persona di riferimento, competente in materia con passione per l'attività, che abbia cura di divulgare capillarmente le news con gestione di marketing dedicata*» e che mantenga aggiornate le rubriche dei contatti in modo che referenti e soci siano sempre raggiungibili.

#### 2.1.4 Sezione III: Progettualità

Rispetto alle progettualità la maggior parte dei soci si sente abbastanza coinvolta, ma dall'analisi emerge che 3 membri su 10, prevalentemente enti comunali, si sentono poco (27%) o per nulla (4%) coinvolti nelle attività progettuali.

La creazione del marchio del Distretto è nota ai più, ma 13 dei soci rispondenti non ne erano al corrente. In generale la diffusione e il riconoscimento del Marchio del Distretto sul territorio sono considerate molto utili. Il possibile interesse per l'adozione dello stesso da parte di aziende agricole e artigiane è valutato diversamente, infatti emergono alcune perplessità: alcuni non sanno quantificare l'interesse o il valore aggiunto portato dall'uso del Marchio, altri credono che potrebbe essere scarso (Grafico 10). Infine, uno dei partecipanti al sondaggio suggerisce in una postilla: «*sarebbe opportuno coordinare iniziative di questo tipo perché sono molto numerose e si rischia di arrivare ad avere una serie eccessiva di marchi, il che vanificherebbe la bontà dell'iniziativa*».

#### Pensa che le aziende agricole e artigiane potrebbero essere interessate ad adottare il Marchio del Distretto Paleontologico?

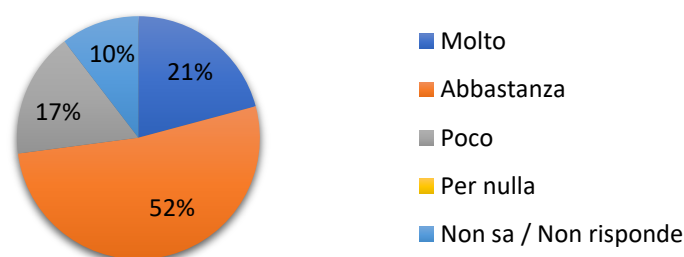


Grafico 10: L'interesse dei produttori

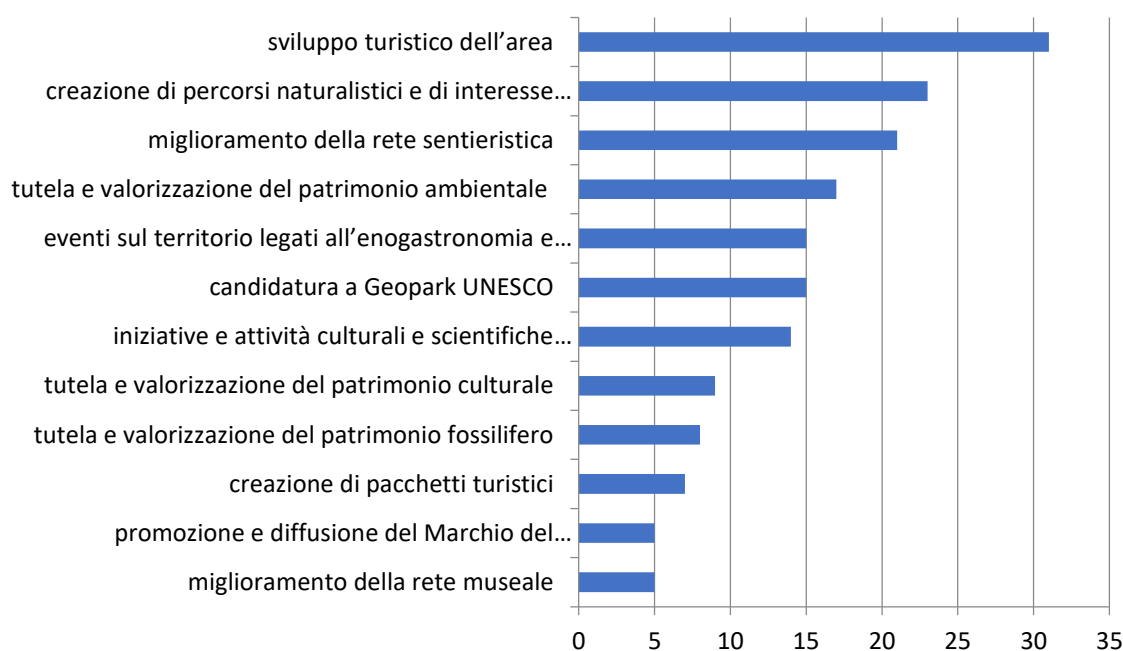
Dei rispondenti, 33 si rendono disponibili a segnalare le aziende agricole e le imprese potenzialmente interessate ad adottare il Marchio, alcuni lo hanno fatto direttamente nello spazio dedicato all'interno del Questionario (Allegato 2). Potrebbe essere utile organizzare degli incontri individuali con le aziende suggerite in cui siano presenti anche gli enti che hanno

proposto il nominativo, in questo modo si rafforzerebbe l'immagine del Distretto, mentre l'ente proponente si sentirebbe parte attiva del processo di formazione del network.

Per quanto riguarda l'avanzamento della candidatura del Distretto a Global-Geopark Unesco i rispondenti si dividono quasi nettamente a metà: solo il 52% era al corrente della proposta, in pratica un socio su due. L'importanza del progetto richiede un'adeguata informazione di tutti i soci rispetto ai tempi, alle aree toccate e ai vantaggi che questa candidatura potrebbe portare nel breve e nel lungo periodo. Complessivamente i partecipanti all'indagine ritengono che la creazione del Geopark potrebbe essere vantaggiosa per il proprio ente o la propria attività, alcuni soci (16%) però non sanno o preferiscono non rispondere.

Rispetto alle progettualità in cantiere e le attività del Distretto, è stato chiesto ai soci in quali vorrebbero essere maggiormente coinvolti (Grafico 11). Lo sviluppo turistico del territorio sembra essere il campo di maggiore interesse. Seguono la creazione di percorsi naturalistici e di interesse scientifico-culturale, il miglioramento della rete sentieristica e la tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale, indice della particolare attenzione dei membri del Distretto per le tematiche ambientali e la mobilità lenta in grado di attirare particolari target turistici.

**Vorrebbe che il suo ente, o la sua attività, fosse  
maggiormente coinvolto/a nei progetti del Distretto  
relativi a....**



**Grafico 11:** Le preferenze dei soci

Significativo l'interesse mostrato per l'organizzazione di eventi sul territorio legati all'enogastronomia e al turismo, e per le attività dedicate alla candidatura a Geopark UNESCO che superano in termini di preferenze le azioni per la diffusione e promozione del Marchio del Distretto. A quest'ultimo sono particolarmente legati i soci privati, nello specifico le aziende agricole, che esprimono quasi la totalità delle preferenze per questa voce. Nessun socio privato, invece, ha manifestato un esplicito interesse per la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale.

Un'ulteriore analisi delle risposte ha permesso di classificare i soci in base alle preferenze date in modo tale da poter organizzare in futuro degli eventuali gruppi di lavoro sulle singole

progettualità per meglio coordinare le iniziative e aumentare la partecipazione all'interno del Distretto (Allegato 3). Infine il 77% dei rispondenti dichiara di essere disposto a collaborare e ad attivare energie localmente per richiamare l'attenzione sul Distretto e le sue attività, di questi però quasi 3 su 5 ammettono di non sapere cosa possono fare per contribuire positivamente allo sviluppo dell'Associazione. Un socio manifesta totale disinteresse, mentre il restante 21% non sa o preferisce non rispondere.

## 2.2 Nuovi possibili contatti per il Distretto Paleontologico

Dall'analisi dei dati raccolti e dall'attività sul campo, costituita prevalentemente dalla partecipazione ad alcuni eventi organizzati sul territorio<sup>20</sup> e dal colloquio avuto con il Sindaco del Comune di Montafia, sono emersi nuovi possibili contatti utili per il Distretto Paleontologico (nell'Allegato 4 sono presenti i recapiti).

- **Associazione InCollina, Turismo nel cuore del Piemonte**

Suggerita da Marina Conti, Sindaco di Montafia e volontaria del progetto *Rete Romanica di Collina* creato dall'Associazione InCollina. Tutte le prime domeniche di ogni mese (da maggio a ottobre) i volontari del progetto accompagnano i visitatori alla scoperta delle abbazie e delle chiese romaniche tra il Po e il Monferrato. La *Rete* coinvolge i comuni di Albugnano, Andezeno, Brusasco, Castelnuovo Don Bosco, Cavagnolo, Cerreto d'Asti, Cortazzone, Marentino, Mombello di Torino, Montafia, Montiglio Monferrato, Tonengo, molti dei quali sono anche parte del Distretto Paleontologico. Non solo, il progetto comprende inoltre i Cammini del Romanico che percorrono il territorio collinare accompagnando i visitatori di chiesa in chiesa.

L'associazione ha creato un *infopoint* turistico a Castelnuovo Don Bosco che durante tutto l'anno raccoglie, organizza e restituisce al pubblico tutte le informazioni provenienti da Pro Loco, Comuni, Enti Pubblici e Privati riguardanti eventi musicali o teatrali, fiere patronali, feste o degustazioni dedicate alle famiglie, proposte di visite guidate ai monumenti o percorsi dedicati ai ciclisti e camminatori. Inoltre l'organizzazione ha ricevuto un importante riconoscimento organizzando in collaborazione con la Regione Piemonte la prima edizione di *Piemonte Romanico*, un'intera giornata di eventi diffusi sul territorio dedicati al romanico (visite guidate, tour in bus, concerti, mostre e convegni).

Potrebbe essere utile per il Distretto allargare la propria rete attraverso l'Associazione InCollina non solo perché si occupa di turismo, cultura e promozione territoriale, vi aderiscono alcuni comuni del Distretto e sembra una realtà ben organizzata (sito web aggiornato, disponibilità di materiali informativi), ma anche perché potrebbe contribuire ad aumentare l'offerta culturale all'interno del Distretto.

- **Creativamente Roero – Referente: Monica Chiabrando**

Il progetto prevede la creazione di un network sul territorio del Roero, volto alla promozione di alcuni luoghi legati a vino e creatività, e in particolare alla valorizzazione dei Borghi storici del Roero: una rete di Residenze d'Artista rivolte ad artisti nazionali e internazionali con l'obiettivo di integrare la proposta turistica con un programma artistico e creativo permanente, in grado di promuovere una visione culturale di alto valore per il territorio e contemporaneamente essere ulteriore elemento di attrazione per i visitatori. Il programma viene rinnovato ogni anno con nuove proposte e arricchito anche grazie alla collaborazione con altre realtà legate all'arte contemporanea. L'intento finale è quello di creare un museo diffuso che, attraversando i Borghi e i Castelli del Roero, rimanga come elemento permanente di valorizzazione del territorio.

<sup>20</sup> Golosaria 30/03/2019 e Evento formativo per giornalisti sui Distretti Culturali 05/04/2019

Ogni anno vengono organizzate residenze d'artista localizzate nei Borghi aderenti al progetto. Le residenze hanno una durata di circa 3-4 settimane suddivise in momenti diversi e coordinate in 3 fasi specifiche: sopralluogo degli artisti (primavera-estate), realizzazione dell'opera (settembre) e presentazione delle opere (ottobre). L'organizzazione conta numerosi partner, sia pubblici che privati, collabora con l'Ente turismo Langhe Monferrato Roero e diverse associazioni culturali, è patrocinata dall'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe Roero e Monferrato e sostenuta da alcune fondazioni bancarie (Fondazione CRC, Fondazione CRT, Compagnia di San Paolo).

Il tema scelto per l'edizione del 2019 è il bosco, quello del 2020 sarà invece sui fossili presenti nel territorio. Proprio in vista di quest'ultimo uno dei project manager, Monica Chiabrando, ha partecipato a delle giornate formative sulla paleontologia e sarebbe interessata ad approfondire ulteriormente l'argomento. Le opportunità date da questo contatto potrebbero essere costituite da un reciproco scambio di *know-how*, da nuove collaborazioni su aree non ancora incluse nell'Associazione, ma ricche di giacimenti fossiliferi, e da un'ulteriore diversificazione dell'offerta culturale del Distretto.

- ***Canale Ecologia – Referente: Ettore Chiavassa***

Canale Ecologia nasce nel febbraio 1991 con il patrocinio del Comune di Canale. L'associazione, legalmente riconosciuta, opera senza fini di lucro per la tutela e salvaguardia dell'ambiente e per la costituzione di oasi e parchi naturali. L'associazione si occupa della tutela e della salvaguardia dell'ambiente anche attraverso il reperimento di aree per rimboschimento e costituzione oasi naturalistiche e biotopi. I partecipanti sono attivi nella sensibilizzazione dei cittadini sui rischi locali e planetari, e hanno recentemente partecipato all'esordio albese di "*Friday for future*" unendosi alla protesta pacifica avviata dalla 15enne svedese Greta Thunberge. L'associazione inoltre sostiene e pubblicizza forme di agricoltura biologica, organizza gite sociali nei parchi naturali ed eventi sui temi dell'ecologia e della sostenibilità ambientale.

Ad un primo breve colloquio Ettore Chiavassa, ottimo conoscitore e appassionato di storia locale del Roero, si è mostrato interessato alle attività organizzate nelle Riserve Naturali del Parco Paleontologico Astigiano. Un'eventuale collaborazione con l'associazione potrebbe contribuire a far conoscere le aree protette dell'Astigiano, le attività organizzate e i prodotti del Biodistretto nei territori in cui opera Canale Ecologia (Albese, Langhe e Roero).

- ***Club per l'UNESCO di Alba, Langhe e Roero – Referente: Roberto Negro***

Il Club per l'Unesco di Alba, Langhe e Roero ha ruoli e obiettivi differenti dall'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe Roero e Monferrato: il primo organizza l'animazione culturale del territorio, mentre la seconda si occupa della tutela del sito Unesco e della sensibilizzazione di cittadini e turisti.

Il Club per l'UNESCO di Alba, Langhe e Roero è stato fondato il 18 Ottobre 2011 ed è iscritto al Registro Onlus della Provincia di Cuneo. Il principale scopo del Club per l'UNESCO è di promuovere la comprensione e il sostegno della missione, delle priorità e dei programmi dell'UNESCO, a livello della società civile. Numerosi sono i progetti che verranno organizzati nel corso del 2019, tra questi vi sono sia concorsi letterari sia iniziative artistiche di richiamo internazionale. Il club è molto attivo sul territorio e collabora spesso con le scuole locali producendo anche materiali editoriali di interesse locale.

Il Club ha iniziato ad organizzare dei tavoli tecnici per la coprogettazione di un Distretto Culturale basato su una rete di attori interessati alla conoscenza, valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale di Langhe Roero e Monferrato. L'obiettivo è quello di pervenire "dal basso" alla costruzione del distretto e alla sua animazione, infatti hanno aderito a questa prima rete di contatti numerose associazioni culturali locali.



Se il progetto venisse realizzato, il Distretto Paleontologico non costituirebbe più un'unicità territoriale, ma potrebbe subire la concorrenza del vicino distretto in formazione. Di fondamentale importanza è quindi evitare che nascano "enti fotocopia" che si contendano spazi e compiti sociali. Potrebbe essere utile collaborare attivamente con il nuovo distretto fin da subito e rafforzare la presenza di entrambi sul territorio, senza escludere la possibilità di un progetto di più ampio respiro dove ai diversi enti vengano distribuiti compiti specifici. Il Distretto Paleontologico potrebbe ampliare la rete per il controllo e la tutela dei siti fossiliferi (diffusi anche nelle Langhe e nel Roero) e aumentare il numero degli aderenti al marchio del Biodistretto.

Infine la partecipazione all'evento *Golosaria 2019 "I cammini del vino"* è stata utile per conoscere cantine e aziende che producono anche nei territori del Distretto Paleontologico, e come si promuovono durante questo tipo di manifestazioni. Erano presenti due importanti soci del Distretto: il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, e la Cantina Sociale di Vinchio-Vaglio Serra. L'evento poteva essere una buona occasione non solo per ampliare la rete del Biodistretto e diffondere il Marchio, ma anche un'opportunità per i produttori già membri del Distretto di promuovere i propri prodotti.

A questo proposito è consigliabile per il futuro del Biodistretto entrare nel network del **Club di Papillon** fondato ad Alessandria nel 1992 dal critico enogastronomico Paolo Massobrio e che organizza le rassegne itineranti di *Golosaria*, arrivate oggi alla XIII edizione e dedicate ogni anno al meglio delle segnalazioni recensite sulla guida enogastronomica de *ilGolosario*.

Il Club è un'associazione nazionale che ha come finalità la riscoperta dell'originalità di una cultura popolare attraverso il gusto, e conta ad oggi oltre 6.000 soci e 50 gruppi dislocati nelle principali regioni italiane. Ogni club locale ha vita propria e organizza, nell'ottica di favorire un legame sempre più stretto con il territorio, incontri dedicati al gusto, corsi di cucina e di degustazione di vini, e serate culturali. I momenti aggregativi dei Club di tutta Italia si chiamano *Giornate di Resistenza Umana*: sono organizzati nelle diverse regioni e costituiscono un omaggio a quelle persone che "resistono" nel produrre la qualità enogastronomica in luoghi spesso poco conosciuti o poco frequentati dal turismo e dal grande pubblico.

Potrebbe essere molto vantaggioso per i produttori del Distretto Paleontologico avvicinarsi ad un network enogastronomico così importante e riconosciuto.

## 2.3 Consigli e suggerimenti operativi

L'analisi dei dati raccolti dalle attività effettuate e una breve analisi della letteratura hanno permesso di individuare alcuni suggerimenti operativi per lo sviluppo del Distretto Paleontologico. Le maggiori urgenze riscontrate non sembrano essere cambiate nel corso degli anni, ciò è dovuto in parte alla giovane età del Distretto, che deve ancora consolidare il suo network e vedere realizzati i primi progetti, e in parte alla costante mancanza di personale che rallenta le procedure di progettazione, comunicazione e sviluppo dei progetti stessi. Le principali problematiche evidenziate sono: difficoltà nelle relazioni sia tra la dirigenza e i soci, sia tra i soci stessi; mancanza di fondi; assenza di un piano di marketing e di comunicazione.

### 2.3.1 Organizzare il Distretto

Le condizioni in cui versa l'ente e i progetti in cui è coinvolto non danno la possibilità di ulteriori assunzioni, servirebbe pertanto una forma organizzativa più articolata, una vera e propria struttura operativa all'interno del Consiglio che sia in grado di delegare, stabilire compiti definiti e coinvolgere maggiormente i soci non solo nel processo decisionale, ma soprattutto nelle attività progettuali.

Date le difficoltà emerse durante le riunioni del Consiglio (i membri presenti raramente raggiungono il numero adeguato e necessario per discutere e deliberare) oltre a valutare la modifica di alcuni articoli dello Statuto, potrebbe essere consigliabile una sostituzione dei rappresentanti che non riescono a partecipare attivamente alle riunioni dirigenziali. I membri eleggibili del Consiglio dovranno essere personalità attraverso le quali i soci si sentano rappresentati e possano affidarsi per le principali comunicazioni con il Distretto. I membri di diritto, in qualità del loro ruolo, devono essere presenti e partecipare attivamente alle discussioni portando gli interessi degli Enti che rappresentano.

Per quanto riguarda la gestione dei contatti servirebbe un più attento lavoro di segreteria: il Distretto ormai conta più di 100 membri e si corre il rischio di perdere qualcuno nelle comunicazioni perché le liste sono lacunose o non aggiornate. Il Distretto dovrà cercare di mantenere costante il contatto con gli associati individuando dei referenti stabili, non solo all'interno dei territori attraverso associazioni, produttori e coinvolgendo le pro-loco, ma anche all'interno delle amministrazioni pubbliche, in modo tale che i cambiamenti elettorali non possano spezzare i solidi legami del network che si vuole creare. A tal proposito sono state redatte per il Distretto delle rubriche aggiornate con mail, contatti telefonici e i nominativi segnalati dai soci per migliorare la comunicazione interna.

Studiare strategie per aumentare la partecipazione all'interno del Distretto sarà uno dei compiti futuri del Distretto. Se da un lato la dirigenza lamenta un certo lassismo da parte di alcuni soci, dall'altra parte i membri del Distretto denunciano l'assenza di informazioni dettagliate sui progetti e la mancanza di coinvolgimento rispetto alle attività organizzate. Serve dunque migliorare il coinvolgimento degli aderenti al Distretto attraverso piani di comunicazione mirati ed attività che trasformino i membri passivi in cooperanti attivi dello sviluppo locale e culturale.

Un elemento che potrebbe rappresentare una minaccia per gli sviluppi futuri del Distretto riguarda l'inclusione dei Comuni e dei soci all'interno delle iniziative sviluppate sul territorio. I progetti del Distretto coinvolgono solo alcune amministrazioni comunali, ciò potrebbe costituire un fattore di rischio perché i Comuni non coinvolti direttamente potrebbero sentirsi in qualche modo esclusi dal processo di sviluppo e potrebbero voler uscire dalla rete del Distretto. Nell'impossibilità di organizzare attività all'interno di ogni singola amministrazione comunale, è bene comunque cercare di coinvolgere tutti nella progettazione in base anche alle risorse, alle particolari vocazioni territoriali, e agli interessi manifestati. Per questo è consigliabile la creazione di tavoli di lavoro più ristretti e specifici, all'interno dei quali vengano assegnati ruoli e compiti per l'ideazione di progetti o l'organizzazione di eventi. Sulla base delle risposte fornite nel questionario è stata redatta una possibile suddivisione dei gruppi di lavoro sulla base delle preferenze espresse (Allegato 3).

Bisognerebbe inoltre spronare i Comuni e soci privati a lavorare insieme per il territorio, magari organizzando concorsi interni per attività progettuali parzialmente finanziabili o giornate di formazione utili per creare futuri rapporti di collaborazione. Infine potrebbe essere utile coinvolgere altre associazioni culturali e di volontariato storicamente attive e operanti sul territorio.

Non solo ai soci deve essere richiesta la presenza alle attività, ma a sua volta anche il Distretto dovrebbe essere presente alle principali manifestazioni comunali, soprattutto in quei Comuni in cui non sono attive particolari progettualità, in modo tale da dimostrare vicinanza al territorio e mantenere sempre vivo l'interesse e la curiosità per le attività progettuali.

Adesione formale a parte, non sembra esserci una vera e propria mobilitazione da parte della Città di Asti, della Provincia e della Regione riguardo ai temi proposti e alle progettualità in cantiere. Il Distretto, ora più che mai, necessita di un adeguato piano di comunicazione e di un

programma di coinvolgimento partecipato del territorio per poter realizzare in breve tempo i progetti e iniziare a vedere i primi frutti del lavoro di coordinamento.

### 2.3.2 Finanziare il Distretto

Per quanto riguarda il piano economico del Distretto, occorre forse una revisione dello Statuto dell'Associazione per meglio calibrare e distribuire le quote tra i soci del Distretto, anche in base ai futuri impegni finanziari del Distretto per l'avviamento e il consolidamento dei progetti.

Bisognerebbe poi prestare attenzione alle capacità che ha il Distretto di aumentare il valore patrimoniale dei beni e di generare entrate attraverso le attività e i servizi resi: è necessario individuare la giusta formula in grado di configurare delle reciproche modalità di riconoscimento per il beneficio generato che crei un vantaggio economico anche per il Distretto e non solo per i soci. Chi gestisce le diverse fasi, dagli studi di fattibilità alla realizzazione completa, di un progetto deve essere in grado di chiedere un congruo corrispettivo agli stakeholder coinvolti che saranno i maggiori beneficiari dell'azione realizzata. Uno dei principali problemi da affrontare quindi è la stesura di un piano economico finanziario che comprenda modelli e strumenti in grado di catturare il valore generato dal processo di distrettualizzazione culturale al fine di riorientare, almeno in parte, le rendite che verranno generate verso il Distretto. Per questo motivo è consigliabile rinnovare il versamento delle quote annualmente anche per i soci privati che potrebbero trarre numerosi vantaggi dalla partecipazione al Distretto.

Il piano economico del Distretto non può basarsi esclusivamente sulle quote associative, ma va alimentato con fondi strutturali, attraverso i piani di progettazione territoriale nazionali e comunitari. Se l'intento è quello di incentivare e attuare trasformazioni spaziali, economiche e sociali del territorio distrettuale, potrebbe essere utile sovrapporre alla strategia "per progetti", tipica del distretto culturale tradizionale, una strategia "per programmi" avvalendosi «degli strumenti della programmazione nazionale e comunitaria per affrontare le problematiche del patrimonio culturale secondo un approccio olistico destinato anche ad ampliare le fonti di finanziamento»<sup>21</sup>.

L'inquadramento del Distretto all'interno della pianificazione paesaggistica gli consentirebbe di ricevere risorse dalla programmazione comunitaria (HORIZON 2020, COSME, PON e POR), dalla pianificazione paesaggistica, dalle politiche urbane nazionali, dalle iniziative ministeriali (bandi MIUR, MiBAC<sup>22</sup> e MiPAAFT<sup>23</sup>) e dalla programmazione economica regionale (programmi regionali di sviluppo). In ambito comunitario può fare riferimento anche ai programmi nati per favorire l'integrazione urbanistica, territoriale ed amministrativa: INTERREG, il network di URBAN, *gli Integrated Territorial Investments* (ITI) per la programmazione 2014-2020<sup>24</sup>, e il CLLD (Community Led Local Development) a cui già partecipa attraverso i bandi dei GAL.

Un'altra importante strategia potrebbe essere la creazione di una stretta collaborazione con l'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato che ha lo scopo di coordinare tutte le attività di governance e di pianificazione integrata dei progetti che riguardano il sito. I Siti UNESCO infatti godono di bandi specifici per la loro valorizzazione e tutela, sia a livello regionale sia a livello nazionale (Legge n.77 del 20/02/2006): una

<sup>21</sup> Usai (2015).

<sup>22</sup> Strumenti integrati per il patrimonio culturale (Codice Urbano): programmi di valorizzazione e piani strategici di sviluppo culturale previsti dal Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio.

<sup>23</sup> Per il DL n. 86 del 12/07/2018, le funzioni in materia di Turismo sono trasferite dal 1 Gennaio 2019 al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

<sup>24</sup> Ibidem.

cooperazione tra i due enti potrebbe permettere di realizzare più azioni progettuali e portare benefici ad entrambe le reti di soggetti.

Le Fondazioni stanno acquisendo un ruolo importante e sempre maggiore all'interno delle dinamiche che contribuiscono allo sviluppo locale. In Piemonte sono presenti 11 Fondazioni bancarie e il trend delle erogazioni è cresciuto negli ultimi anni: numerosi sono i bandi per la tutela e la promozione dei beni culturali e per lo sviluppo locale, in particolare nel 2017 per questi due settori sono stati erogati circa 76 milioni di euro.

Fondamentale per intercettare i finanziamenti è la presenza di personale dedicato e preparato per la ricerca continua, la progettazione e la compilazione dei bandi: "il tempo è denaro", per ottenere i finanziamenti bisogna essere tempestivi, competenti e coordinati. Tempestivi nella ricerca delle informazioni, competenti non solo per quanto riguarda le risorse valorizzabili all'interno del Distretto, ma anche per quanto riguarda le modalità e le tipologie di bandi a cui è possibile candidarsi, e infine è necessaria una buona coordinazione tra gli stakeholders interessati e coinvolti nella progettazione.

Dovendo coordinare un così alto numero di enti, e non avendo un sostegno forte e presente né da parte del Comune di Asti né da parte della Provincia, il Distretto potrebbe in futuro assumere il ruolo effettivo di un'agenzia di sviluppo locale. Il compito di questa agenzia sarà non solo di coordinare le azioni progettuali, ma anche di offrire informazioni costantemente aggiornate e servizi di consulenza e sostegno ai soci del Distretto. È consigliabile dunque la costituzione di un ufficio dedicato a questo tipo di attività: un buon esempio a cui ispirarsi è l'Ufficio Europa del Comune di Modena, un caso di successo non solo grazie alle competenze e allo spirito di servizio di chi vi lavora, ma anche grazie allo sviluppo di una efficace strategia di comunicazione interna ed esterna<sup>25</sup>.

### 2.3.3 *Comunicare il Distretto*

Per quanto riguarda la comunicazione esterna è importante e assolutamente necessario lanciare il segnale che il Distretto esiste ed è attivo. I soci chiedono una maggiore presenza sul web, la produzione di materiali editoriali da diffondere agli eventi (sagre, manifestazioni, fiere), l'organizzazione di eventi di intrattenimento e informazione in cui le aziende agricole e gli imprenditori possano anche vendere i propri prodotti.

L'organizzazione della comunicazione deve essere sistemica, è necessario capire quali siano le potenzialità dei mezzi comunicativi e quali potrebbero essere i più utili al Distretto per autopromuoversi. La presentazione del marchio, la sua diffusione e la candidatura a Geopark-Unesco costituiscono due importanti operazioni di marketing, ma rischiano di cadere nel vuoto se non verranno supportate da un'adeguata comunicazione: l'efficacia del rapporto con i media richiede un adeguato investimento e adeguate professionalità. Il coinvolgimento della carta stampata è essenziale operando in una comunità ancora affezionata ai quotidiani locali e all'inserito su Asti de "La Stampa", successivamente sarebbe auspicabile anche un coinvolgimento dei *media* televisivi.

Un altro tassello importante per "comunicare il Distretto" potrebbe essere il suo inserimento all'interno di altri *network* nazionali, europei e internazionali in diversi settori: reti della paleontologia, Global Geopark-Unesco, reti del turismo esperienziale e per le famiglie, rete dei musei di storia naturale e dei piccoli musei, network dell'enogastronomia...

Un'altra modalità di presentazione e diffusione dell'ente potrebbe essere quella di partecipare a fiere ed eventi locali, manifestazioni sportive, fiere turistiche ed enogastronomiche

---

<sup>25</sup> Mastrodonato (2007)

con stand, volantini, mappe del territorio e con la vendita diretta dei prodotti del Distretto e di pubblicazioni editoriali.

Tra gli obiettivi del Distretto vi è una particolare attenzione alla vocazione turistica del territorio, per questo l'Associazione dev'essere in grado di comunicare in modo adeguato le risorse presenti nell'area gestita. A livello di marketing territoriale il Distretto rappresenta una rarità all'interno della Regione Piemonte, infatti non sembrano essere presenti altri distretti culturali. I beni paleontologici custoditi e la biodiversità presente sul territorio dovrebbero garantirgli particolari mercati di riferimento (studenti, escursionisti, *geoturisti* e turisti interessati all'enogastronomia) e attrarre così visitatori nelle aree delle riserve, nel Museo Paleontologico e nei Comuni coinvolti.

Date le difficoltà di gestione a causa della mancanza di personale dedicato, la promozione del turismo nell'area e la creazione di particolari pacchetti turistici andrebbe fatta in collaborazione con le principali ATL locali, alle quali fanno riferimento anche i singoli Comuni soci del Distretto. Nel passato il rapporto con l'ATL *AstiTurismo* non ha prodotto risultati significativi probabilmente a causa dello scarso radicamento dell'ente turistico all'interno delle dinamiche territoriali e degli scarsi investimenti da parte del Comune di Asti: ciò è dimostrato dalla migrazione di molti Comuni verso l'Ente turismo *Alba, Bra, Langhe e Roero* e dal più recente accorpamento di *AstiTurismo* sotto i suoi vertici organizzativi, anche per effetto della legge Madia.

L'intento dell'unione dei due ambiti territoriali sotto un'unica ATL è *in primis* quello di garantire un sistema di governance turistica unico per il territorio assicurando una maggiore efficienza della struttura amministrativa. Il Comune di Asti crede in questa unione e desidera incrementare il turismo in città e in provincia tanto che ha deciso di aumentare gli investimenti nel settore: *«oggi il Comune di Asti “investe” 5.000 euro l'anno nella sua ATL, in quella nuova puntiamo ad investire fino a 150.000. L'obiettivo, insieme agli altri soci astigiani, è mettere insieme circa 400.000 euro per acquisire il 35% della nuova ATL Asti, Langhe e Roero»*<sup>26</sup>. Potrebbe essere il momento giusto per stringere rapporti con la nuova ATL al fine di promuovere il Distretto e le sue attività.

La redazione del piano di comunicazione non dovrebbe essere sottovalutata all'interno della gestione di un distretto culturale, né ridotta soltanto al sistema di regole d'uso dei loghi. Il piano di comunicazione definisce non solo gli strumenti e le forme di promozione che il distretto intende adottare per costruire una *immagine esterna* efficace e accattivante, ma anche le modalità per la gestione dei rapporti tra i soggetti e della loro partecipazione ai processi decisionali (comunicazione interna). Tra le soluzioni consigliate si segnalano l'individuazione di referenti "attivi" nelle comunità e all'interno delle pubbliche amministrazioni, che seguano, trasmettano le comunicazioni e siano coinvolti nell'organizzazione del Distretto.

I soci suggeriscono l'invio mensile di comunicazioni e aggiornamenti. Potrebbe essere valutabile un aumento delle riunioni con i membri, magari con una suddivisione dei partecipanti per categorie (soci pubblici e soci privati), per aree (unioni collinari, zone di intervento...) oppure per tavoli tematici. Altri utili strumenti possono essere l'uso di applicazioni per la messaggistica istantanea, la costruzione di gruppi di lavoro aperti, reti intranet, cloud e banche dati accessibili ai soci. Se si vuole "fare sistema" la circolazione delle informazioni e la condivisione di idee, saperi e progetti deve essere facilitata e deve divenire una pratica usuale.

---

<sup>26</sup> Santagati (2018).

## 2.4 Analisi SWOT del Distretto<sup>27</sup>

	Punti di forza - STRENGTHS	Punti di debolezza - WEAKNESSES
	Fattori interni	Fattori esterni
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autorevolezza e volontà dei promotori del Distretto</li> <li>- Copertura di una vasta area territoriale</li> <li>- Distretto che comprende diversi settori del mercato (cultura, intrattenimento, turismo, natura, produzioni agroalimentari)</li> <li>- Ampiezza e diversificazione del patrimonio culturale disponibile (fossili, arte, tradizioni, paesaggio...)</li> <li>- Presenza sul territorio di eccellenze enogastronomiche, produzioni e coltivazioni di nicchia dalle grandi potenzialità (Biodistretto)</li> <li>- Presenza di territori UNESCO (core e buffer zone)</li> <li>- Alcuni attori sono particolarmente attivi sia per quanto riguarda le progettualità sia per il reperimento dei fondi necessari</li> <li>- Realtà attiva da due anni</li> <li>- L'Ente capofila (Parco Paleontologico) è un ente solido e riconosciuto</li> <li>- Candidatura Geopark UNESCO</li> <li>- Numerosi progetti in corso di realizzazione, anche se con ritardi</li> <li>- Creazione e diffusione del marchio del Distretto</li> <li>- Ampliamento del Museo</li> <li>- Consenso dei partecipanti al Distretto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discontinuità nella copertura territoriale e territorio troppo vasto: difficoltà nella gestione, nella distribuzione di risorse e nel controllo</li> <li>- Gestione economico-finanziaria → modello associativo</li> <li>- Natura pubblica di molti aderenti → Costi di investimento e bilanci "risicati" da parte dei soggetti pubblici, ritardi nel pagamento delle quote associative</li> <li>- Scarsa propensione alla partecipazione ad assemblee e consigli da parte dei soci</li> <li>- Tendenze campanilistiche da parte degli attori → scarsa collaborazione</li> <li>- Scarsa attenzione alle comunicazioni e poca circolazione delle informazioni</li> <li>- Mancanza di collaboratori, di referenti, di ruoli e compiti specifici definiti all'interno dell'organizzazione del Distretto</li> <li>- Mancanza di piani comunicativi specifici e di coordinamento, sia per il Distretto sia per i singoli enti che ne fanno parte</li> <li>- Confusione e incertezza sulle funzioni del Distretto</li> <li>- Difficoltà nel coinvolgere attraverso i progetti tutti gli attori presenti all'interno del Distretto</li> <li>- Assenza di collaborazione con altri enti che si occupano di promozione e tutela del territorio</li> </ul>
	Opportunità - OPPORTUNITIES	Minacce - THREATS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing territoriale costruito su un'unicità locale: vantaggio competitivo rispetto ad altre aree regionali e nazionali</li> <li>- Possibilità di intercettare maggiori finanziamenti dalle diverse "nature" del Distretto</li> <li>- Possibilità del Distretto di essere coinvolto in diversi progetti sul territorio, estensione dei riconoscimenti e della notorietà (aumento dei soci aderenti)</li> <li>- Attrattività nazionale ed internazionale grazie alla possibilità di fare formazione paleontologica specialistica</li> <li>- Preservazione e studio dei geositi sul territorio: possibilità di estendere il territorio controllato e aumentare attenzione e tutela della biodiversità</li> <li>- Connessioni con sviluppo economico locale e possibilità di diventarne uno dei motori principali</li> <li>- Vetrina strategica dei prodotti agroalimentari locali</li> <li>- Sfruttare la singolarità a livello nazionale del Distretto Paleontologico: diffusione di <i>best practices</i>, creazione e inserimento in network della paleontologia</li> <li>- Sviluppo di prodotti e soddisfacimento di diversi target turistici, in parte già presenti nei territori coinvolti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si fa fatica a distinguere tra Distretto Paleontologico ed Ente Gestione Parco: rischio che il Distretto appaia come ulteriore ente fotocopia</li> <li>- Il Distretto potrebbe essere vittima di tensioni, giochi e interessi politici esterni e degli attori interni (cambi di strategia e di governo da parte degli enti pubblici aderenti).</li> <li>- Perdita di consenso sul progetto: gli aderenti potrebbero decidere di abbandonare il Distretto</li> <li>- Rischi legati alla particolare situazione economico-finanziaria</li> <li>- Poca capacità di attrarre investimenti esterni e finanziamenti</li> <li>- Possibili confusioni sugli obiettivi dei diversi progetti</li> <li>- Scarso riconoscimento esterno del Distretto (comunicazione)</li> <li>- Concorrenza, a livello organizzativo, di altri enti che si occupano di cultura e turismo (musei, uffici turistici ecc.)</li> <li>- Sviluppo di nuovi distretti culturali nelle aree circostanti</li> </ul>

<sup>27</sup> Revisione e aggiornamento delle precedenti analisi SWOT con l'aggiunta delle ultime informazioni raccolte.



### 3.

## GOVERNANCE E PARTECIPAZIONE

### Il Distretto Culturale della Valle Camonica

Il Distretto Culturale della Valle Camonica è stato il primo tra i distretti culturali approvati e co-finanziati da Fondazione Cariplo tra il 2009 e il 2010 all'interno del progetto *Distretti Culturali*. Un'esperienza unica in Italia per durata e dimensioni nata dalla volontà da parte di Fondazione Cariplo di promuovere la valorizzazione del patrimonio culturale in una logica di sviluppo del territorio. Il Distretto Culturale della Valle Camonica compie nel 2019 i primi 10 anni di attività, per questo si è deciso di analizzarlo con l'intenzione di ricavarne delle possibili *best practices* per la *governance*, l'organizzazione e la promozione dei distretti culturali. Gli elementi in comune tra i due Distretti sono molti a cominciare dalla presenza di aree Unesco sul territorio, riserve naturali e un patrimonio culturale di inestimabile valore.

Seguono a conclusione del capitolo due brevi approfondimenti su alcuni temi trattati nel corso dell'elaborato: *governance* e partecipazione.

#### 3.1 Il Distretto Culturale della Valle Camonica<sup>28</sup>

##### 3.1.1 Il progetto

Il Distretto Culturale della Valle Camonica nasce all'interno di una programmazione ideata da Fondazione Cariplo con l'intento di spingere i territori a valorizzare il proprio patrimonio culturale. Nel 2005 la Fondazione lancia una sfida per la creazione di distretti culturali sul territorio di Regione Lombardia e nella Provincia del Verbano-Cusio-Ossola (VCO): «Viene pubblicato il bando in cui vengono messe a disposizione delle risorse sia per la progettazione che per l'esecuzione. Si candidano una ventina di progetti, quello della Valle Camonica è uno dei primi 10 selezionati».

Regione Lombardia aveva anche sottoscritto un Protocollo d'Intesa con Fondazione Cariplo al fine di cofinanziare il progetto dei Distretti Culturali che era diviso in 4 fasi operative ben distinte:

1. Nella prima fase (2005-2006) Fondazione Cariplo aveva condotto uno studio generale di pre-fattibilità per individuare aree omogenee in cui creare i distretti;
2. Nella seconda fase (2007-2008) erano stati selezionati, attraverso un bando, 11 territori in cui realizzare studi di fattibilità operativa per la verifica delle condizioni istituzionali ed economiche necessarie allo sviluppo dei distretti;
3. Nella terza fase (2008-2010) gli 11 territori selezionati hanno dovuto lavorare sugli studi di fattibilità, con il supporto tecnico di Fondazione Cariplo che ha messo a disposizione un Comitato di esperti, linee guida e ha organizzato alcune giornate di formazione. La Fondazione ha poi valutato gli studi e ne ha selezionati 6, che hanno ricevuto un contributo per la creazione. Ogni distretto è stato sostenuto da Fondazione Cariplo con un importo fino a 3,8 milioni di euro, a fronte di un cofinanziamento di pari valore da parte di altri soggetti del territorio;

<sup>28</sup> I virgolettati all'interno del testo sono tratti dall'intervista a Sergio Cotti Piccinelli, Direttore del Distretto Culturale della Valle Camonica e Responsabile del Servizio Cultura e Valorizzazione del Territorio della Comunità Montana della Valle Camonica. Le informazioni più tecniche sono tratte dai materiali forniti dal Distretto.

4. Nella quarta ed ultima fase, i 6 distretti approvati sono partiti concretamente: Valle Camonica (marzo 2009), "Dominus. Oltrepo' Mantovano" (aprile 2010) , "Le Regge dei Gonzaga" (luglio 2010), il "Distretto Culturale di Monza e Brianza" (luglio 2010), il "Distretto Culturale della Provincia di Cremona" (luglio 2010) e il "Distretto Culturale della Valtellina" (settembre 2010)<sup>29</sup>.

La Comunità Montana della Valle Camonica già tra il 2004 e il 2005 aveva iniziato a fare sul territorio delle operazioni di messa a sistema dei vari servizi culturali: era stato creato un sistema bibliotecario, era stato organizzato il sistema museale, erano stati avviati dei percorsi per l'aggregazione di alcuni servizi e attività al fine di migliorarne la gestione. Inoltre, nel 2007, la Comunità aveva partecipato e vinto un altro bando di Fondazione Cariplo sulla creazione di sistemi culturali<sup>30</sup>, ideato proprio per accompagnare il processo di formazione del futuro distretto culturale. La Valle aveva già cominciato a ragionare sull'integrazione territoriale costituita non solo dai singoli servizi distribuiti sul territorio, ma da un lavoro di coordinamento più ampio che coinvolgeva tutti gli aspetti del territorio e che aveva portato anche alla creazione di poli aggregativi e del logo: *«In sostanza, quando viene pubblicato il bando di Fondazione Cariplo, la Valle è già pronta e possiede già tutti gli strumenti per la creazione del Distretto Culturale»*. Era stato avviato infatti un processo di costruzione di un "paesaggio culturale unitario" tale da indurre la cultura ad essere motore di sviluppo locale.

Per la partecipazione al bando e per la costruzione del Distretto è stata costituita una comunità di progettazione composta da funzionari e tecnici qualificati, definito uno studio di fattibilità e un successivo piano di lavoro, inoltre sono stati organizzati workshop, gruppi di lavoro, manifestazioni ed eventi per approfondire alcune tematiche specifiche e ascoltare le realtà politiche, sociali, culturali ed economiche del territorio.

Il finanziamento erogato dalla Fondazione è stato di 3.700.000 euro, suddivisi in 3 anni. In concomitanza il Distretto è riuscito a mettere insieme una serie di strumenti finanziari, derivanti anche dalla programmazione regionale ed europea, che gli ha permesso di implementare delle importanti azioni progettuali per un totale di ulteriori 11.554.000 €. Il percorso di formazione e di finanziamento si è concluso nel 2013: *«Ora il Distretto continua a lavorare ed è stato in grado nel corso degli anni di diversificare il proprio operato: si è passati dalle questioni più culturali di messa a sistema e di creazione di progetti e linguaggi innovativi, al più recente obiettivo della promozione turistica del territorio»*.

### 3.1.2 Governance e funzioni del Distretto

Il piano del Distretto aveva originariamente 3 principali linee di azione:

1. Studiare una *governance* complessiva del progetto;
2. Individuare e valorizzare i linguaggi e le produzioni culturali più innovative;
3. Fare del territorio un laboratorio per l'impresa (tema delle imprese culturali creative, incubazione di società e cooperative innovative).

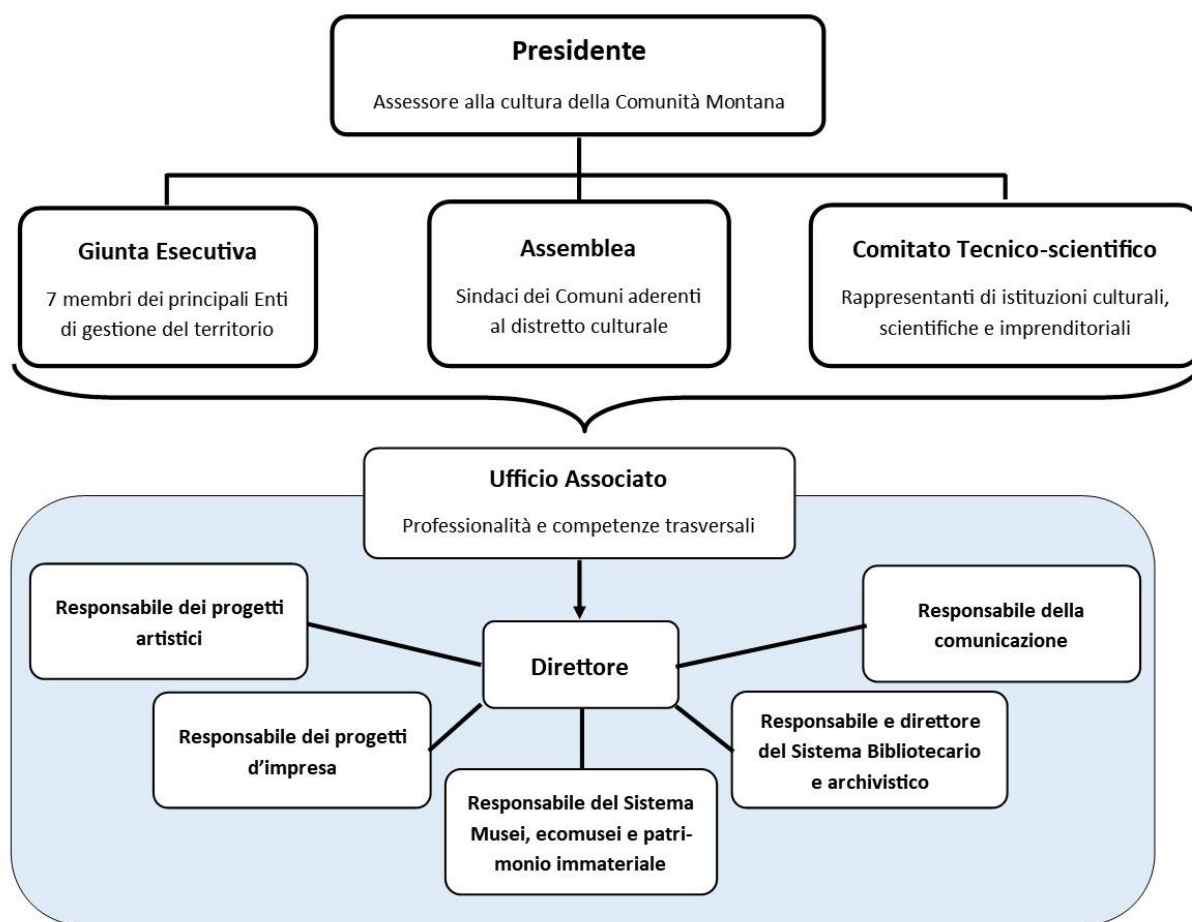
Infine erano previsti degli interventi di adeguamento, conservazione e restauro del patrimonio archeologico rupestre e dei beni artistici e culturali.

Il Distretto, pur facendo capo dal punto di vista amministrativo alla Comunità Montana, ha una sua struttura di gestione autonoma in cui tutte le cariche sono esercitate a titolo volontario e non retribuito.

<sup>29</sup> <http://www.fondazione cariplo.it/it/progetti/arte/distretti-culturali/index.html>

<sup>30</sup> Progetto di Sistema Culturale Locale





**Figura 3:** Organizzazione del Distretto Culturale della Valle Camonica

L'organizzazione e la gestione del Distretto sono affidate ad un "Ufficio Associato", vero e proprio cuore operativo del Distretto. Esso ha il compito di gestire le fasi attuative e possiede una struttura operativa innovativa: l'Ufficio infatti integra al proprio interno professionalità e competenze trasversali che sono riconducibili solo in parte a figure lavorative tipicamente radicate nella pubblica amministrazione, mentre presentano delle specificità tradizionalmente presenti nel settore privato. L'Ufficio dispone di una propria sede, di personale dedicato, di strutture tecniche e tecnologiche al fine di garantire il funzionamento di tutto il progetto distrettuale. Il gruppo di lavoro è così organizzato:

- **Il Direttore:** dirige e coordina in tutte le fasi il progetto distrettuale, integrando gli apporti tecnici con le necessarie traduzioni amministrative.
- **Il Responsabile e direttore del Sistema Bibliotecario e archivistico:** coordina l'attività delle biblioteche e degli archivi comunali che aderiscono al Sistema, per promuovere progetti partecipati e una gestione integrata del patrimonio librario.
- **Il Responsabile del Sistema Musei, ecomusei e patrimonio immateriale:** coordina l'attività delle istituzioni museali aderenti al Sistema, promuove progetti di valorizzazione del patrimonio culturale immateriale, in collaborazione con la rete ecomuseale della Valle Camonica. Figura individuata tramite bando pubblico.
- **Il Responsabile della comunicazione:** Coordina le attività di informazione, comunicazione, e pubbliche relazioni del Distretto Culturale, promuovendo progetti divulgativi e di sensibilizzazione culturale. Figura individuata tramite bando pubblico.

- **Il Responsabile dei progetti artistici:** coordina i progetti artistici del Distretto Culturale, sovrintendendo alle azioni finalizzate a promuovere la residenzialità artistica in Valle Camonica. Segue da vicino le vicende del patrimonio culturale, gli eventi, la comunità degli artisti locali. Figura individuata tramite bando pubblico.
- **Il Responsabile dei progetti d'impresa:** coordina i servizi di supporto alle imprese con l'obiettivo anche di creare una rete di imprese che sappiano coniugare la cultura e la cultura di impresa per rilanciare economicamente e culturalmente la Valle.

La struttura dell'Ufficio Associato ha l'obiettivo di garantire la rappresentanza dei soggetti coinvolti e la democraticità della partecipazione sotto la guida responsabile della Comunità Montana. Il sistema di governance che garantisce il funzionamento dell'ufficio ha il compito di fornire continuità alle azioni, ai progetti e alle iniziative, di garantire un continuo confronto tra il Distretto e il territorio, di costruire un sistema di pesi e contrappesi volto a preservare l'equilibrio di ruoli e funzioni rispetto all'impegno, ai contributi ed alle aspettative dei diversi soggetti che partecipano all'iniziativa distrettuale.

L'Ufficio opera in relazione alle linee programmatiche e di indirizzo dettate da un organo collegiale democratico, l'**Assemblea**, che stabilisce annualmente gli obiettivi dell'Ufficio Associato e la programmazione di massima, esamina le questioni di interesse comune, coordina e controlla le diverse reti e la gestione associata al fine di verificarne l'efficienza, l'efficacia e l'economicità. L'Assemblea è composta dai Sindaci dei 42 Comuni aderenti al Distretto.

**La giunta esecutiva** affianca l'Assemblea al fine di garantire un'efficace operatività al Distretto. È un organo collegiale di tipo esecutivo che assicura il raggiungimento e l'attuazione degli indirizzi dettati dall'Assemblea del Distretto Culturale. La Giunta è composta da 7 membri così suddivisi:

- Da 1 a 3 rappresentanti dell'Assemblea
- 1 rappresentante della Provincia di Brescia
- 1 rappresentante della Comunità Montana
- 1 rappresentante del Consorzio Comuni BIM di Valle Camonica
- 1 rappresentante del Gruppo di Coordinamento Istituzionale del Sito Unesco.

Il **Comitato Tecnico-Scientifico** si configura come soggetto rappresentativo delle principali istanze del territorio, è costituito da personalità di comprovata competenza scelte tra i rappresentanti di istituzioni significative sotto il profilo culturale, scientifico e imprenditoriale presenti nel territorio. Il **Presidente** coordina i lavori delle giunte e rappresenta il Distretto nelle sedi ufficiali e nei rapporti con i soggetti esterni.

Il tema della *governance* è in realtà oggetto di aggiornamenti e valutazioni: se prima era necessaria una *governance* che sostenesse e orientasse l'organizzazione del progetto e delle attività, ora che il progetto è avviato si sta lavorando alla creazione di una *governance* autonoma: «una fondazione o una struttura indipendente, staccata dagli enti pubblici, in grado di gestire il patrimonio culturale e in particolare il Sito Unesco con modalità nuove». Il sistema di gestione uscirà quindi dalla struttura amministrativa della Comunità Montana: «*purtroppo i tempi si stanno muovendo in una direzione in cui gli enti pubblici sono sempre più penalizzati sia per quanto riguarda il fundraising e la capacità di reperire risorse sia per la loro gestione: c'è una complessità burocratica insopportabile ed è sempre più faticoso gestire aggregazioni di Comuni complesse*». Il territorio della Comunità Montana conta infatti 100.000 abitanti distribuiti su 100 km di lunghezza e residenti in 42 amministrazioni comunali aventi frazioni non sempre facilmente raggiungibili, disperse sui versanti montani.

Oltre ai comuni della Comunità Montana, collaborano al progetto Regione Lombardia e la Provincia di Brescia, inoltre sono state coinvolte tutte le associazioni sul territorio: «*fin dall'inizio*

*è stata fatta una scelta di governance molto pubblica, ma man mano sono nate molte collaborazioni con tante associazioni che si sono solidificate nel corso degli anni».*

Per la nuova governance il Distretto sta attuando un processo completamente diverso: *«se inizialmente il Distretto nasce tutto dentro alla Comunità Montana e quindi dentro una governance pubblica, lo sforzo che si sta facendo ora è quello di partire dal coinvolgimento del territorio».* L'intento è quello di creare un organismo esterno agli Enti Pubblici e alle loro problematiche, che governi i processi di gestione del patrimonio culturale e in particolare del Sito Unesco, asset fondamentale della Valle. A tal proposito è stato creato un comitato per la nascita della Fondazione del Sito Unesco a cui aderiscono più di 60 tra imprenditori, associazioni organizzazioni e istituti culturali: *«Ci sono state tante adesioni e una discreta partecipazione. Ora si tratta di trovare una quadra dal punto di vista economico-finanziario e istituzionale, ma non è così facile».* I responsabili del progetto stanno infatti incontrando delle difficoltà notevoli, tuttavia nel giro di pochi mesi si conoscerà l'esito di questo processo.

Infine, per seguire l'andamento del progetto, i risultati e l'impatto sul territorio è stato elaborato un Piano di monitoraggio e di valutazione che fissa degli indicatori in grado di determinare il successo o l'insuccesso del Distretto Culturale: uno strumento utile per acquisire dati e tutti gli elementi di conoscenza del territorio. Inoltre è stato anche progettato un Osservatorio sui Beni Culturali che ha la funzione di monitorare, raccogliere e diffondere dati di carattere culturale, turistico e ambientale tramite report, valutazioni tecniche e contributi scientifici a supporto della programmazione locale integrata.

### **3.1.3 Cultura è partecipazione: il tema delle relazioni e delle competenze**

La partecipazione presente all'interno del Distretto è legata al processo di accreditamento e di accountability a cui ha lavorato l'ente nel corso degli anni: *«Oggi è diventato un soggetto di riferimento, e tutte le iniziative di carattere culturale che passano sul territorio, passano anche attraverso il Distretto sia come partner, sia come soggetto finanziatore, sia come fornitore di servizi e di supporto».* Il Distretto e la Comunità Montana sono diventati il nucleo su cui ruota tutta l'attività culturale della Valle e ciò rappresenta il risultato di un'operazione di servizio di supporto, di assistenza tecnica e di attenzione, reso alla comunità e a tutte le realtà che stavano nascendo.

*«Ci deve essere dialogo e una capacità di rapportarsi con tutto quello che succede sul territorio e bisogna cercare di sostenerlo, perché il vero problema - specie su un territorio così vasto, disperso e marginale - è avere la forza di continuare a far vivere il più possibile le sue diverse anime».* Ci sono stati momenti difficili: la crisi economica ha avuto come effetti la scomparsa di alcune associazioni e fondazioni, *«ma ne sono nate altre e sono nati anche tanti progetti».* Questo grazie alla capacità di dialogare con la comunità, alla volontà di non lasciare fuori nessuno e di voler far crescere complessivamente l'attività e la sensibilità culturale del territorio. Oggi la Valle dal punto di vista culturale è un territorio ricco e dinamico, ci sono tantissime iniziative, alcune anche molto partecipate: *«c'è molta vitalità e questo è un elemento positivo, frutto del lavoro di tutti e della comunità».*

L'attività di mediazione ha un ruolo fondamentale: *«C'era il rischio di imporre sul territorio un megaprogetto finanziato da una fondazione che poteva soffocare le realtà nascenti. Era un rischio, ma non è successo perché la Comunità Montana si è posta con un'ottica di servizio e di affiancamento ad associazioni, cooperative e singoli professionisti, dando tante opportunità per far crescere l'economia della cultura che oggi è diventata una realtà importante della Valle».*

Per far funzionare il sistema non ci si deve limitare a fare opere di finanziamento, ma bisogna fornire dei supporti il più possibile stabili, anche per superare gli elementi di fragilità della gestione politica: *«se cambiano gli amministratori o i vertici della Politica, non si deve ripartire*

*sempre da zero». Bisogna trovare le persone giuste, farle crescere e renderle consapevoli del territorio e delle procedure, solo così si possono organizzare progetti ben strutturati e partecipati. Si sviluppa così l'idea di organizzare dei bandi per selezionare delle professionalità specifiche che avessero modo di lavorare per più anni sul territorio, conferendo continuità agli interventi: «Sono state assunte delle figure di responsabile culturale e di responsabile artistico esterni, selezionati attraverso i bandi, che hanno collaborato per più anni diventando dei punti di riferimento per l'assistenza tecnica al territorio».*

L'idea di fornire servizi di assistenza al territorio è stata da sempre presente nel progetto scritto per il bando di Fondazione Cariplo, ed è in sostanza l'applicazione di quello che la Fondazione ha fatto per l'ente: ovvero *«non si è limitata ad erogare i fondi, ma ha messo a disposizione del Distretto dei professionisti che hanno aiutato e collaborato alla sua formazione».*

L'assistenza e il supporto alle attività e alle associazioni del territorio sono importantissimi *«perché spesso quando si è legati ad un particolare luogo, si rischia di chiudersi in una dimensione molto locale, si rischia di essere macinati dalle logiche localistiche e politiche».* Questo tipo di ostacoli si possono superare, se è presente un organismo esterno che interviene, regola i processi, fornisce consigli e supporto tecnico avendo al suo interno delle figure competenti diventate dei punti di riferimento per tutti.

La struttura originaria e la distribuzione degli uffici era inizialmente abbastanza definita: vi erano dei riferimenti per i musei, per le attività culturali, vi erano dei presidi fisici sui vari settori di competenza (arte contemporanea, artigianato, sito Unesco). *«Oggi invece si lavora molto trasversalmente. I diversi settori dialogano tra di loro e le persone di competenza lavorano insieme su progetti specifici».* Da una parte c'è la Comunità Montana, la cui azione è diventata ormai più un'attività di coordinamento, e dall'altra intervengono i *responsabili* con una modalità molto più multidisciplinare e aperta a contaminazioni e a nuovi progetti. È importante dunque che ci siano figure specifiche che siano abili e abbiano delle competenze, perché queste costituiscono il vero supporto al territorio: un supporto che sia anche critico e criticabile, *«non trovano sempre il consenso di tutti».* Il tema delle competenze assume quindi un ruolo centrale: *«vanno fatte crescere delle capacità specifiche»*, bisogna mettere delle figure preparate a capo dei diversi filoni programmatici che si intendono seguire e delle attività di servizio che si vogliono offrire.

### **3.1.4 Come si finanzia il Distretto**

Il Distretto si finanzia in parte con risorse interne: i Comuni versano 1,50€ per abitante, avendo la Valle una popolazione complessiva di circa 100.000 abitanti si arriva a 150.000€ solo con il versamento delle quote comunali. Contribuisce al Distretto anche il Consorzio BIM (Bacino Imbrifero Montano) della Valle che grazie alle entrate dei sovracanonici elettrici riesce a trasferire una parte delle risorse per finanziare alcuni progetti. Infine l'ente partecipa ai bandi: *«Le competenze sono anche quelle che permettono al Distretto di vincere i bandi. Appena esce un bando hai già la persona addetta che sa scriverli e conosce il territorio, in questo modo è molto più facile accedere alle opportunità sul mercato, che si sono molto rarefatte negli ultimi anni».* Il Distretto generalmente lavora su bandi regionali e ministeriali, raramente sui fondi europei, perché non sono ancora riusciti a costruire delle solide partnership europee. Le risorse ottenute vengono poi usate come strumenti di compartecipazione per bandi e iniziative sul territorio.

### **3.1.5 Comunicare in modo innovativo**

Comunicare vuol dire trasmettere contenuti e valori, insegnare, apprendere e soprattutto condividere. La comunicazione è una questione delicata, ma il Distretto è riuscito a concepirla come un progetto culturale per un nuovo racconto del territorio. Nel 2010 è stato infatti

costituito il Laboratorio multimediale “*Tam Tam*”: tramite un bando di concorso sono stati scelti 6 giovani neolaureati che per due anni hanno composto la redazione giornalistica del Distretto. Il team era seguito quotidianamente da esperti e professionisti per studiare le esigenze comunicative dei diversi progetti e della strategia di promozione del Distretto: anche qui era presente *«una competenza specifica, una sorta di direttore della comunicazione per trasmettere il Distretto. Sono stati coinvolti dei ragazzi che hanno girato video, creato una rivista e lavorato sui social. Tutte persone che poi sono diventate dei professionisti del settore»*.

Per raccontare i progetti, le strategie e le azioni messe in campo, il Distretto ha lavorato su una pluralità di linguaggi accostandoli a strumenti diversi: social network, numerose pubblicazioni editoriali, videoracconti, fotografie, conferenze stampa, manifestazioni, illustrazioni, composizioni grafiche, news, animazioni in *stop motion*, il cartoon “Camuni” di Bruno Bozzetto, il sito internet, la trasmissione televisiva “*Tam Tam, si gira*” e la rivista *Tam Tam* (in formato cartaceo e digitale).

Il Distretto ha poi avuto un ufficio stampa per 3-4 anni, ma per questioni economiche hanno dovuto sospendere la collaborazione per tagliare alcune spese: *«ciò ha creato qualche problema, perché le iniziative sono davvero tante e comunicarle è fondamentale, vengono in aiuto i social media usati anche per il canale ufficiale del Distretto e i canali collaterali creati nei diversi progetti»*.

Il rapporto con i giornalisti viene definito difficoltoso *«perché – essendo organismi esterni- bisogna mandargli tutti i comunicati già scritti ed è una situazione difficile da gestire»*. Se all'interno della Valle il Distretto riesce a mantenere una certa visibilità attraverso i social, all'esterno senza un ufficio stampa o delle figure professionali dedicate fa un po' fatica a promuoversi e a comunicare i propri progetti. Questa è una problematica importante che l'ente dovrà affrontare soprattutto quest'anno in cui cade il 40esimo anniversario della proclamazione a Sito Unesco.

*«Il problema è che la comunicazione ha tutte delle sue logiche: se fatta bene costa molto, bisogna trovare degli uffici stampa che abbiano un “giro”, delle referenze, e che si autoalimentino. Ed è sempre difficile giustificare queste spese, perché sembrano spese voluttuarie e autoreferenziali. Ma se tu non comunichi il lavoro che fai, l'investimento sui contenuti alla fine non frutta quello che potrebbe fruttare»*. Il Direttore ammette che preferisce investire in contenuti piuttosto che in pubblicità: *«spesso si fanno anche progetti che possono essere molto criticabili perché particolarmente sperimentali»*.

Il rapporto tra contenuti e comunicazione è fondamentale: alla comunicazione non serve avere sempre dei contenuti fatti e “impacchettati” per funzionare, ma anzi spesso una buona dose di comunicazione favorisce lo sviluppo del contenuto stesso.

### **3.1.6 Il turismo nel Distretto**

Negli ultimi anni le azioni del Distretto si sono concentrate nel rielaborare il lavoro emerso dalle produzioni culturali in un'ottica di promozione territoriale: è stato costruito un consorzio turistico e si è cercato di consolidare l'offerta turistica del territorio. Purtroppo il gruppo di lavoro non ha ricevuto alcun sostegno da parte della Regione in questo settore. Nonostante questo, sono stati creati l'ufficio turistico, il marchio e il brand della Valle, sono stati redatti dei materiali promozionali ed è in corso la trasformazione dei contenuti culturali in veri e propri percorsi turistici.

L'idea del consorzio turistico è stato un esperimento interessante: l'intento era quello di esternalizzare il compito della promozione turistica. *«È stato anche questo un percorso di accompagnamento»*, il Distretto e la Comunità Montana hanno individuato una figura tecnica che presidesse il processo di costituzione della rete turistica affidando ad un partner

commerciale, che ha affiancato l'ente per 3 anni, la promozione della Valle lavorando in partnership con i privati e cercando di organizzarli. *«Il tema del turismo non è un tema di politiche pubbliche, ma ti devi rapportare a tour operator, commercianti, albergatori e ristoratori: tutto il tessuto economico del territorio. È difficile per gli enti pubblici lavorare con i soggetti privati perché hanno una logica commerciale che non ci appartiene».*

In pratica la Comunità Montana si è occupata di definire delle politiche turistiche, una cornice organizzativa e finanziaria, con degli obiettivi da raggiungere e delle figure tecniche di supporto. È stato poi individuato un "organo cuscinetto", un'agenzia che aveva il compito di interfacciarsi con tutto il mondo privato: *«Era una società di Bergamo che aveva vinto un bando. Si occupava di costruire pacchetti turistici, di venderli nelle fiere e di interloquire con gli albergatori. È un'operazione che ha funzionato a metà: è riuscita a costruire il sistema, ha dato forza al network turistico che aveva creato e visibilità al brand, ma ha avuto meno successo sul coinvolgimento degli albergatori e degli operatori turistici della valle. Da molti è stato visto come un soggetto esterno perché non era del territorio».*

Proprio per questo si è cercato di superare questo ostacolo creando un consorzio in cui partecipano i soggetti locali che si sono aggregati in un'unica associazione: si può dire che *«In qualche modo, c'è stata la consegna di un pacchetto di lavoro ad un interlocutore che si potesse muovere libero dalle briglie degli enti pubblici e con logiche diverse, costituito da stakeholder locali».*

### 3.1.7 Organizzare e gestire un distretto: principali difficoltà

I progetti sono numerosi, tra quelli già avviati, i più interessanti e duraturi riguardano il patrimonio immateriale raccolto in Maraèa e le rassegne teatrali in dialetto, le espressioni dell'arte contemporanea e le diverse manifestazioni in cui si declinano, il saper fare artigiano promosso attraverso Segno Artigiano (in mostra anche a Milano durante il Salone del Mobile), la costante valorizzazione del sito Unesco e le iniziative per creare una valle inclusiva accessibile a tutti.



Figura 4: Sezione del sito web del Distretto dedicata ai progetti

Le diverse parti in cui è organizzato il Distretto ormai comunicano e collaborano attivamente: *«ad esempio segno artigiano fa progetti che vanno nella direzione dell'arte contemporanea: quindi la rassegna dell'arte contemporanea affronta anche il rapporto tra arte e artigiano. Spesso trattandosi di artigianato si incontrano i temi della cultura immateriale, il "saper fare", e quindi dialogano con la parte che si occupa di quello, oppure organizzano eventi in parchi o nei Siti Unesco».* Le relazioni si sono fatte più sistemiche, ciò comporta un maggior lavoro di coordinamento da parte della Comunità Montana: *«Diventa più faticoso perché bisogna tenere*



*insieme le persone, ma – aggiunge il Direttore - la contaminazione rende tutto più interessante e da una forza maggiore a tutto quello che si fa».*

La fatica maggiore è proprio questa: mantenere i contatti con tutti. È un lavoro di relazioni che va fatto, ma non può sussistere se non è basato sulla competenza: *«devi dare qualcosa, devi fare in modo che il territorio possa fare un passo».* La capacità di ascoltare il territorio deve obbligatoriamente restituire una risposta, un servizio al territorio, altrimenti il sistema non può funzionare. Bisogna contemporaneamente riuscire a trovare le risorse anche per presidiare le competenze in modo tale che ci siano sempre dei punti di riferimento capaci e stabili.

Può capitare di scontrarsi con chi non vuole saperne, ma è difficile che accada per contestare un lavoro in cui sono presenti delle competenze particolari. In sostanza, se i risultati si vedono, le persone apprezzano e si affidano: *«Lavoriamo più di prima».*

Un nuovo problema che il Distretto dovrà affrontare è la questione della gestione del patrimonio culturale *«che costa molto perché significa restauro, allestimento, fruizione e ristrutturazione, quindi ci vogliono le risorse».* Questo tipo di lavoro era già stato fatto inizialmente: *«abbiamo infrastrutturato molto: biblioteche, casa della cultura, casa degli artisti, percorsi nei parchi archeologici, restauri....Questo ha garantito l'operazione che è stata fatta successivamente sui contenuti perché c'era un territorio pronto, con percorsi attrezzati, con dei luoghi riconosciuti e di fruizione culturale».*

Negli anni successivi però questa operazione è stata un po' tralasciata anche per gli oneri che richiedeva, ma ora deve essere ripresa non tanto per la creazione di nuove infrastrutture, ma per gestire il patrimonio in maniera innovativa, costruendo un suo nuovo valore economico e sociale. C'è bisogno di una gestione più efficiente, più forte e reddituale attraverso cui il patrimonio sia in grado di restituire valore economico al territorio. *«Ciò vuol dire competenze specifiche sul fronte gestionale e dell'economia della cultura, temi ancora poco approfonditi. A riguardo non si trova molto in giro, ci sono delle buone pratiche. Bisogna riuscire a far diventare la cultura un patrimonio anche economico, magari costruendo delle attività di servizio, attività economico-imprenditoriali accanto ai Siti...».*

Per questo il Distretto vuole costruire la Fondazione, perché coinvolga le imprese a partecipare alla gestione del patrimonio culturale, in modo tale che avvenga uno scambio di *know-how* e vengano portate dentro al sistema le competenze gestionali degli imprenditori, che l'ente pubblico non ha: ovvero *«portare il mondo sociale e quello delle imprese dentro quello del patrimonio».* Le principali difficoltà affrontate negli anni sono infatti dovute alla *governance* pubblica: gli enti pubblici fanno molta fatica, la questione delle risorse li vede sempre più impoveriti, non hanno modo di acquisire delle competenze specifiche, devono sempre appoggiarsi a figure esterne, sono sottodimensionati e appesantiti dalla burocrazia. Tuttavia la presenza della Comunità Montana come ente capofila ha rappresentato anche un punto di forza in termini di autorevolezza e di rappresentazione della comunità.

Un altro limite percepito dal Distretto è costituito dall'essere ancora legati alla dimensione locale: *«non siamo ancora riusciti a uscirne, né ad utilizzare bene i fondi europei e i programmi interregionali. La colpa è sicuramente nostra in parte, ma forse subiamo il fatto che le dinamiche, le imprese della cultura e i grossi fenomeni di innovazione culturale prendono forma in gran parte all'interno delle città».* Non vi è molta collaborazione nemmeno con l'Università della montagna di Edolo.

Infine, un altro problema di *governance* riscontrato all'interno del Distretto riguarda la gestione dei Siti Unesco: non esiste infatti un ente unico per la loro amministrazione, la Comunità Montana ha solo un ruolo di coordinatore. Ogni parco sul territorio ha una modalità di gestione diversa: *«uno è pubblico, l'altro è gestito dalla Regione, un altro dal Ministero; ognuno ha regole e modalità di accesso diverse, biglietti diversi, orari diversi, più o meno personale...».*

Erano stati fatti a riguardo alcuni progetti, ma le trattative tra i vari enti sono sempre fallite e la questione non è mai stata risolta. Il lavoro di coordinamento della Comunità Montana ha permesso di infrastrutturare le aree protette e ha portato risorse spendibili. L'istituzione della fondazione dovrebbe contribuire a dirimere la questione.

### 3.1.8 Altri elementi emersi durante l'intervista

Durante l'incontro con il Direttore del Distretto Culturale della Valle Camonica si apprende che il Club Unesco di Alba, Langhe e Roero avrebbe organizzato una giornata di formazione in data 05/04/2019 sui distretti culturali al quale erano invitati a partecipare Fondazione Cariplo, il Distretto Culturale della Valle Camonica e alcune fondazioni bancarie piemontesi (CRT e CRC). All'incontro, tenutosi a Magliano Alfieri, nessuno sapeva dell'esistenza del Distretto Paleontologico Astigiano e del Monferrato.

Un altro elemento interessante, emerso nel corso dell'intervista, è che l'ing. Marco Valle del SiTI (Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione<sup>31</sup>) che si è occupato della candidatura Unesco dei Paesaggi vitivinicoli di Langhe, Roero e Monferrato nel 2014, collabora attivamente anche con il sito Unesco della Valle Camonica. Potrebbe essere utile contattarlo e lavorare insieme a lui in vista della candidatura del Distretto Paleontologico a Geopark Unesco.

## 3.2 Governance e integrazione delle relazioni

La *governance* può essere intesa come una forma specifica di organizzazione dell'azione collettiva che si fonda sulla costruzione di partenariati e coalizioni di attori pubblici e privati orientati verso il raggiungimento di un obiettivo specifico definito congiuntamente<sup>32</sup>. Nei modelli organizzativi multiattoriali, il ruolo del soggetto pubblico – così come mostrato anche dal caso del Distretto Culturale della Valle Camonica – attua un progressivo slittamento da un ruolo decisionale-regolativo verso un ruolo di coordinamento e accompagnamento delle interazioni tra i soggetti.

La governance è quindi un processo di «*costruzione di relazioni attraverso cui si definisce un sufficiente grado di consenso e apprendimento collettivo, al fine di sviluppare il capitale sociale, intellettuale e politico e promuovere il coordinamento, lo scambio di conoscenze e competenze nell'insieme delle relazioni sociali che coesistono nei diversi luoghi*»<sup>33</sup>.

Definire il sistema di governance di un Distretto Culturale è una fase fondamentale della realizzazione dello stesso e significa scegliere la struttura più conveniente dal punto di vista della forma giuridica ed amministrativa, e definire gli strumenti di programmazione negoziata per l'attuazione delle attività distrettuali e le modalità di erogazione dei servizi culturali<sup>34</sup>. All'interno dell'assetto organizzativo vanno definite anche le modalità di soluzione dei problemi di coordinamento tra gli attori della rete, gli obblighi che i partecipanti dovranno assumere<sup>35</sup>, le modalità di divisione del lavoro sia tra gli attori coinvolti a vario titolo nelle diverse filiere del distretto, sia tra questi e il soggetto gestore.

Nel piano di *governance* del progetto vanno dunque definite la strategia e le linee di azione (funzioni strategiche), le attività operative di supporto alla gestione (funzioni operative) e le attività di coordinamento e di integrazione dell'azione operativa tra i soggetti pubblici e privati

<sup>31</sup> Associazione costituita nel 2002 dal Politecnico di Torino e dalla Compagnia di San Paolo.

<sup>32</sup> Salone (2005).

<sup>33</sup> Healey (1997) in Salone (2005), p. 46

<sup>34</sup> Usai (2015) e Barbetta, Cammelli e Della Torre (2013)

<sup>35</sup> Ad esempio obblighi di carattere patrimoniale, obbligazioni di comportamento, diritti reciproci di informazione, di decisione e controllo...



coinvolti (funzioni di coordinamento). Proprio il sistema delle attività e della definizione dei risultati da raggiungere (livelli di *performance* interni ed esterni) determinano la complessità delle relazioni di rete e l'esigenza di coordinamento e collaborazione tra gli attori partecipanti al distretto. La teoria organizzativa propone sia una serie di parametri per valutare il fabbisogno di integrazione interna, sia una vasta classificazione dei meccanismi di coordinamento inter-organizzativi (che possono essere informali o formali, e avere un grado più o meno elevato di complessità e coordinamento).

Se la strategia del distretto culturale si attua tra soggetti "poco abituati" alla cooperazione territoriale, a parità di fabbisogno di coordinamento rilevato, si potrebbe supporre l'insufficienza dell'adozione di strutture operative senza una struttura di coordinamento definita. *«Da qui l'esigenza – già ampiamente testimoniata dai primi tentativi di implementazione di distretti culturali – del ricorso anticipato a meccanismi istituzionali che garantiscano una struttura di governo stabile delle relazioni, partecipata da più categorie di stakeholder, a cui delegare la programmazione e il controllo delle azioni e delle strategie progettuali»* (Barbetta, Cammelli e Della Torre, 2013).

Già in sede di progettazione del distretto quindi andrebbe valutata un'ipotesi progressiva delle soluzioni istituzionali-organizzative preposte al coordinamento del distretto che permettano di portare avanti attività e progetti, e abbiano come fine il progressivo aumento della conoscenza e dell'allineamento reciproco degli attori che comporta una progressiva disomogeneità degli elementi da governare. Dunque il fabbisogno di coordinamento è molto elevato in fase iniziale e decresce man a mano che il progetto distrettuale viene portato avanti.

### 3.3 Partecipazione e comunicazione

Il distretto culturale è il risultato di un processo di programmazione che presenta due particolari caratteristiche:

- da una parte deve essere guidato (programmazione di tipo *top-down*)
- dall'altra deve essere partecipato (programmazione di tipo *bottom-up*).

La programmazione di tipo *top-down* deve imporre norme e regole per la tutela e la conservazione delle risorse, cioè l'insieme delle attività compatibili e sostenibili per lo sviluppo del Distretto e del territorio. La programmazione *bottom-up* deve invece individuare qual è l'insieme di azioni coerenti con gli obiettivi di sviluppo, che collettività locali e operatori economici possano e vogliano sostenere<sup>36</sup>.

La partecipazione è un elemento fondamentale del processo di costituzione di un distretto culturale. Nell'organizzazione di un distretto bisogna capire non solo quali possano essere le relazioni tra i diversi attori più utili allo sviluppo del distretto stesso, ma anche quali siano le modalità per incrementare gli scambi relazionali al suo interno.

Nello studio dei processi partecipativi, la relazione tra chi guida il processo e chi vi dovrebbe prendere parte si sviluppa secondo una scala di intensità che va da un livello base (informazione) a quello che rappresenta il massimo grado di coinvolgimento degli stakeholder<sup>37</sup>. La partecipazione non avviene per caso, ma si costruisce attraverso un processo di informazione e consultazione: prima di chiedere agli attori di intervenire bisogna renderli consapevoli del loro ruolo, del capitale territoriale, dei loro stessi interessi e degli strumenti di cui dispongono per agire.

Devono quindi essere garantite le condizioni per rendere davvero possibile la partecipazione, e la comunicazione rappresenta senz'altro una di esse. Senza un'adeguata comunicazione non

<sup>36</sup> Valentino (2003).

<sup>37</sup> Vedere ad esempio la scala di Arnstein (1969).

c'è né completa trasparenza né efficace e consapevole coinvolgimento degli attori ai processi decisionali. Occorre quindi creare e mantenere canali attivi e permanenti di mediazione e di ascolto, utilizzando strategie di comunicazione ben pianificate e integrate. In questo quadro la "comunicazione" diventa dunque una componente essenziale per qualsiasi percorso partecipativo e assume un ruolo cruciale perché *"consente non solo la condivisione delle informazioni necessarie ai soggetti pubblici e privati per poter operare insieme, ma soprattutto consente la condivisione di punti di vista, obiettivi, interpretazioni della realtà sulla base delle quali è poi possibile organizzare l'azione comune"*<sup>38</sup>.

I processi partecipativi, come la creazione e l'organizzazione di un Distretto Culturale, devono essere accompagnati da una strategia comunicativa efficace e integrata, che sia in grado di coinvolgere e motivare alla partecipazione, di incidere positivamente sull'immagine e sulla credibilità delle istituzioni capofila, di offrire maggiore qualità ai processi partecipati e di rendere effettivo e concreto il diritto a partecipare alla gestione del processo.

A chi gestisce il procedimento è richiesto uno sforzo e un impegno nell'investire in maniera continuativa sulla comunicazione (interna ed esterna), nel credere alla "bontà" del suo apporto e nell'individuare nuovi approcci comunicativi che consentano di coinvolgere il più possibile gli attori e il territorio nei processi decisionali. Per questo occorre guardare alla partecipazione e alla comunicazione come a un binomio necessario e indissolubile.

### 3.4 *Best Practices per il Distretto Paleontologico*

Si riportano di seguito alcune possibili *best practices* individuate per il Distretto Paleontologico dall'analisi del caso del Distretto Culturale della Valle Camonica e della letteratura:

- 1 Messa a sistema delle risorse culturali territoriali e creazione di un paesaggio culturale unitario insieme al Sito Unesco Paesaggi Vitivinicoli di Langhe, Roero e Monferrato;
- 2 Coinvolgere attivamente i responsabili dei settori Cultura e Ambiente della Provincia e del Comune di Asti;
- 3 Organizzare workshop, gruppi di lavoro, manifestazioni ed eventi per approfondire alcune tematiche specifiche e far conoscere attività e funzioni del Distretto;
- 4 Ideare interventi di promozione per la conoscenza e la partecipazione alla vita del patrimonio culturale;
- 5 Organizzare in maniera sistemica la gestione del Distretto tenendo conto che le esigenze e le forme della *governance* possono cambiare nel corso del tempo;
- 6 Delineare un piano strategico per lo sviluppo del Distretto;
- 7 Organizzare un sistema di servizi, di ascolto e di supporto ai membri del Distretto, creare un sistema di competenze sul territorio e per il territorio;
- 8 Organizzare un sistema di valutazione dell'operato del Distretto;
- 9 Organizzare un piano di comunicazione che abbia anche degli elementi di originalità;
- 10 Comunicare con più enfasi i progetti realizzati e quelli in corso di realizzazione per catalizzare l'attenzione di istituzioni, cittadini e nuovi possibili stakeholders;
- 11 Sperimentare contaminazioni tra le varie forme di divulgazione e di produzione culturale;
- 12 Organizzare le infrastrutture adatte per promuovere i contenuti culturali del Distretto;
- 13 Collaborare con le ATL locali e i consorzi turistici per promuovere il territorio.

---

<sup>38</sup> Regione Emilia-Romagna (2012)

## CONCLUSIONI

Gli elementi di fragilità e debolezza, come i punti di forza, non sembrano essere cambiati nel corso di questi primi due anni di lavoro del Distretto Paleontologico dell'Astigiano e del Monferrato. Il consenso verso il progetto e la sua utilità è ancora ampio. Si registra qualche novità per quanto riguarda le opportunità che ha il Distretto di incrementare la propria rete di relazioni sul territorio, opportunità che se non colte potrebbero anche trasformarsi in possibili minacce (concorrenza di distretti culturali in formazione, esclusione dalle dinamiche di promozione territoriale da parte di ATL e consorzi turistici locali).

Per questo occorre che il Distretto si organizzi attuando dei cambiamenti nella gestione delle risorse relazionali ed economiche. La struttura associativa del Distretto, infatti, se non è ben organizzata non è adatta all'eventuale gestione operativa e/o al perseguimento di eventuali obiettivi economici dello stesso. Servirebbe pertanto redigere con modalità partecipative, dei piani di gestione (piano organizzativo, piano economico-finanziario, piano della comunicazione) al fine di conferire all'ente una struttura più solida, operativa, riconoscibile e accreditata.

Il piano organizzativo dovrebbe contenere obiettivi, strategie, contatti e azioni per la valorizzazione delle risorse culturali, ambientali e produttive del Distretto. Dovrebbe assegnare compiti e ruoli, e definire le modalità con cui coinvolgere i soci e gli strumenti per valutare gli esiti dei progetti realizzati. Le riunioni annuali con i soci, infatti, non sono sufficienti per creare quel senso di coinvolgimento e partecipazione che dovrebbe permettere alla dirigenza del Distretto di ridurre il lavoro di coordinamento degli attori coinvolti. Il percorso di presa di coscienza delle potenzialità e delle necessità del patrimonio culturale territoriale è solo all'inizio. Chi coordina il Distretto non può abbandonare il compito di mediatore territoriale: devono essere ancora create quelle competenze, quei servizi e quei meccanismi che consentano la nascita di iniziative diffuse e riconosciute sul territorio. Proprio per questo diventa fondamentale collaborare con i principali animatori del territorio associazioni, club, ATL e consorzi, e coinvolgere maggiormente le istituzioni, in grado di muovere risorse e interessi.

Il piano economico-finanziario dovrebbe andare oltre la redazione del bilancio dell'Associazione. Anch'esso costituisce un documento programmatico: contribuisce a definire le relazioni all'interno del Distretto, deve prevedere le modalità di finanziamento dei progetti e le loro ricadute economiche una volta realizzati, deve garantire la sostenibilità economica dei processi di sviluppo. Organizzare un piano di finanziamento significa sapere con esattezza quali progetti verranno realizzati, con quali fondi ed entro quali termini, allo stesso tempo comporta la presenza di personale preparato e informato sulle tempistiche di uscita ed erogazione dei bandi e sulla loro compilazione.

Infine, la redazione del piano di comunicazione non dovrebbe essere sottovalutata all'interno della gestione di un distretto culturale, né ridotta soltanto al sistema di regole d'uso dei loghi. Il piano di comunicazione definisce gli strumenti e le forme di promozione che il distretto intende adottare per costruire un'*immagine esterna* efficace e accattivante, e anche le modalità per la gestione dei rapporti tra i soggetti e della loro partecipazione nei processi decisionali (comunicazione interna). Partecipazione e comunicazione inoltre sono strettamente legate, occorre creare e mantenere canali attivi e permanenti di mediazione e di ascolto, utilizzando strategie di comunicazione originali, ben pianificate e integrate.

Per quanto riguarda la comunicazione esterna i soci del Distretto Paleontologico chiedono una maggiore presenza sul web, la produzione di materiali editoriali da diffondere agli eventi (sagre, manifestazioni, fiere), l'organizzazione di eventi di intrattenimento e informazione in cui le aziende agricole e gli imprenditori possano anche vendere i propri prodotti. Tra le soluzioni emerse per migliorare la comunicazione interna si segnalano: l'individuazione di referenti "attivi" nelle comunità e all'interno delle pubbliche amministrazioni, che seguano, trasmettano le comunicazioni e siano coinvolti nell'organizzazione del Distretto; l'invio mensile di comunicazioni e aggiornamenti; l'uso di applicazioni per la messaggistica istantanea. Andrebbe valutato un aumento delle riunioni con i membri, magari con una suddivisione dei partecipanti per categorie (soci pubblici e soci privati), per aree (unioni collinari, zone di intervento...) oppure per tavoli tematici. Sarebbe utile organizzare workshop, gruppi di lavoro, manifestazioni ed eventi per approfondire tematiche specifiche e far conoscere attività e funzioni del Distretto.

Se si vuole "fare sistema" la circolazione delle informazioni, la condivisione di idee, saperi e progetti, l'ascolto e il supporto del territorio devono divenire una pratica usuale: il Distretto Paleontologico «è come un bambino ed è nato da poco, ci vuole tempo prima che cominci a camminare da solo», ma per farlo deve dotarsi di strumenti e competenze utili alla sua gestione e al suo sviluppo nel lungo periodo. Solo così, il Distretto potrà rivestire un ruolo importante per promuovere, organizzare e soprattutto sensibilizzare il territorio verso uno sviluppo sostenibile e culturale dell'area.

## ALLEGATI

### 1. *Nominativi dei nuovi referenti indicati nel questionario*

Nome dell'Ente	Nuovo Referente
Comune di Tigliole	Geom. Montali - Ufficio tecnico comunale
Comune di Cinaglio	Maria Luisa Vergnano - Consigliera
Comune di Castellero	Riccio Valeria - riccio.valeria90@gmail.com - referente del Comune di Castellero, ha partecipato ad uno stage del Distretto Paleontologico.
Comune di Refrancore	Maria Marrapodi - Consigliera Comunale
Comune di Castagnole Monferrato	Mariagrazia Fungo e Diego Maggiora
Comune di Castelnuovo Belbo	Marilena Gaffoglio, Segretaria del Comune, Guida turistica, si occupa di marketing territoriale
Comune di Dusino San Michele	Sig. Maffè Giancarlo, attualmente si occupa di volontariato della biblioteca, scopritore del "sentiero di Rino"

### 2. *Nominativi delle aziende segnalate nel questionario da parte dei soci*

Nome delle aziende	Suggerite da
Macelleria Paolo Lucariello Panificio Verrua Silvio	Comune di Scurzolengo
Turco Giorgio Gilli Emiliano	Comune di Dusino San Michele
Agriturismo Cascina Vignole di Rossotto Maria Teresa	Comune di Montafia
Filo Rosso - Corda Paolo - Zafferano: paolo.corda1@gmail.com	Comune di Villafranca d'Asti
Azienda Agricola Laiolo-Reginin	Comune di Vinchio

### 3. *Gruppi di interesse per le attività del Distretto*

<b>1. Miglioramento della rete sentieristica</b>
<b>Enti Pubblici:</b> Agliano Terme, Antignano, Calosso, Castagnole Monferrato, Castelnuovo Belbo, Cerro Tanaro, Chiusano d'Asti, Cortandone, Cossombrato, Dusino San Michele, Mongardino, Montafia, Pino d'Asti, Piovà Massaia, Refrancore, San Martino Alfieri, Tigliole, Villafranca d'Asti, Vinchio
<b>Soci Privati:</b> Circolo Acli di Montegrosso Cinaglio, Cantina Sociale di Vinchio-Vaglio Serra

**2. Sviluppo turistico dell'area**

**Enti Pubblici:** Agliano Terme, Antignano, Asti, Calamandrana, Calosso, Castagnole Monferrato, Castelnuovo Belbo, Cinaglio, Cossombrato, Moasca, Monale, Mongardino, Montafia, Pino d'Asti, Piovà Massaia, Portacomaro, Revigliasco d'Asti, Rocchetta Tanaro, Scurzolengo, Tigliole, Unione dei Comuni delle Colline tra Langa e Monferrato, Vaglio Serra, Villafranca d'Asti

**Soci Privati:** Azienda agricola Berruti "Selvatica di Natura", Azienda agricola Fratelli Rovero, Azienda Agricola PolyAgriNova, Azienda Agricola Quaglia "Agricoltura Indigena", Circolo Acli di Montegrosso Cinaglio, Confcommercio-Asti, Cantina Sociale di Vinchio-Vaglio Serra, Malteria Monferrato

**3. Creazione di percorsi naturalistici e di interesse scientifico-culturale**

**Enti Pubblici:** Antignano, Cantarana, Castell'Alfero, Castellero, Castelnuovo Belbo, Cerro Tanaro, Chiusano d'Asti, Cossombrato, Mongardino, Montafia, Nizza Monferrato, Refrancore, Roatto, San Martino Alfieri, Scurzolengo, Tigliole, Villafranca d'Asti

**Soci Privati:** Azienda agricola Berruti "Selvatica di Natura", Azienda agricola Bianchini "Lo zafferano delle sabbie del mare", Azienda Agricola PolyAgriNova, Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, Cantina Sociale di Vinchio-Vaglio Serra

**4. Candidatura a Geopark UNESCO**

**Enti Pubblici:** Asti, Castelnuovo Belbo, Cerro Tanaro, Chiusano d'Asti, Cinaglio, Incisa Scapaccino, Moasca, Mombercelli, Mongardino, Pino d'Asti, Revigliasco d'Asti, Roatto, Scurzolengo, Villadeati

**Soci Privati:** Azienda agricola Berruti "Selvatica di Natura"

**5. Iniziative e attività culturali e scientifiche (eventi, festival, fiere, workshop, laboratori ...)**

**Enti Pubblici:** Calosso, Cantarana, Castell'Alfero, Cinaglio, Incisa Scapaccino, Moasca, Mombercelli, Montafia, Refrancore, Scurzolengo, Villadeati

**Soci Privati:** Azienda agricola Bianchini "Lo zafferano delle sabbie del mare", Azienda Agricola Quaglia "Agricoltura Indigena", Malteria Monferrato

**6. Eventi sul territorio legati all'enogastronomia e al turismo**

**Enti Pubblici:** Agliano Terme, Calamandrana, Calosso, Cantarana, Cinaglio, Cossombrato, Incisa Scapaccino, Moasca, Rocchetta Tanaro, Vaglio Serra, Villafranca d'Asti

**Soci Privati:** Azienda agricola Bianchini "Lo zafferano delle sabbie del mare", Azienda Agricola PolyAgriNova, Confcommercio-Asti, Malteria Monferrato

**7. Tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale**

**Enti Pubblici:** Agliano Terme, Asti, Cantarana, Castagnole Monferrato, Castellero, Cerro Tanaro, Monale, Nizza Monferrato, Pino d'Asti, Portacomaro, Revigliasco d'Asti, San Martino Alfieri, Tigliole, Vaglio Serra

**Soci Privati:** Azienda agricola Fratelli Rovero, Azienda Agricola PolyAgriNova, Azienda Agricola Quaglia "Agricoltura Indigena"

#### 8. Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale

**Enti Pubblici:** Calamandrana, Castellero, Chiusano d'Asti, Mombercelli, Nizza Monferrato, Portacomaro, Refrancore, San Martino Alfieri, Vaglio Serra

**Soci Privati:** --

#### 9. Tutela e valorizzazione del patrimonio fossilifero

**Enti Pubblici:** Castellero, Cortandone, Nizza Monferrato, Piovà Massaia, Villadeati, Vinchio

**Soci Privati:** Azienda agricola Fratelli Rovero, Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato

#### 10. Miglioramento della rete museale

**Enti Pubblici:** Calamandrana, Piovà Massaia, Villadeati

**Soci Privati:** Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, Confcommercio-Asti

#### 11. Promozione e diffusione del Marchio del Distretto

**Enti Pubblici:** --

**Soci Privati:** Azienda agricola Berruti "Selvatica di Natura", Azienda agricola Bianchini "Lo zafferano delle sabbie del mare", Azienda Agricola Quaglia "Agricoltura Indigena", Circolo Acli di Montegrosso Cinaglio, Malteria Monferrato

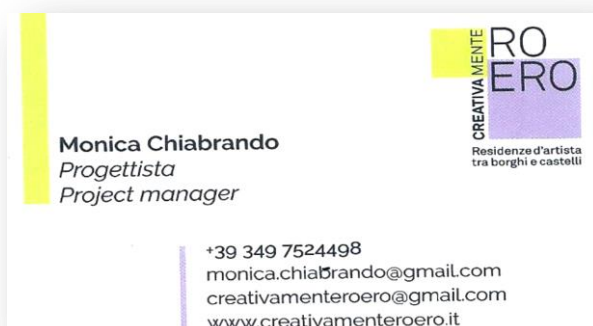
#### 12. Creazione di pacchetti turistici

**Enti Pubblici:** Castagnole Monferrato, Mombercelli, Monale, Vinchio

**Soci Privati:** Azienda agricola Fratelli Rovero, Circolo Acli di Montegrosso Cinaglio, Confcommercio-Asti

### 4. Contatti e recapiti per il Distretto

- **Associazione InCollina, Turismo nel cuore del Piemonte**  
 Contatto Marina Conti, Sindaco di Montafia  
 Presidente Associazione: Roberto Bechis, cell. 340 8102106  
 Sito web: <http://www.turismoincollina.it/>
- **Creativamente Roero – Referente: Monica Chiabrando**



- **Canale Ecologia – Referente: Ettore Chiavassa**

Pagina facebook: <https://www.facebook.com/CanaleEcologia/>

Sito web: <http://web.tiscali.it/canaleecologia/italiano/chiamo.htm>

Mail: [chiavassaettore@gmail.com](mailto:chiavassaettore@gmail.com)

- **Club per l'UNESCO di Alba, Langhe e Roero**





## APPENDICE

### QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE del Distretto Paleontologico dell'Astigiano e del Monferrato

Alla cortese attenzione dei Soci del Distretto Paleontologico dell'Astigiano e del Monferrato

Il presente questionario è stato redatto al fine di monitorare l'andamento delle attività organizzate dal Distretto in questi primi anni dalla creazione. L'obiettivo è quello di dare voce ai soci per far emergere eventuali criticità e punti di debolezza sui quali lavorare nei prossimi mesi per migliorare il funzionamento e l'organizzazione del Distretto in vista delle progettualità future.

I risultati verranno raccolti e analizzati nella tesi finale della Dott.ssa Micol Oggioni, elaborata all'interno del **Master in Sviluppo Locale dell'Università del Piemonte Orientale** (Asti).

La compilazione del questionario richiede circa 10 minuti, ai fini dell'efficacia dell'indagine si prega di rispondere in maniera sincera alle domande entro il termine del **7 Aprile 2019**.

Grazie per la disponibilità.

### DATI ANAGRAFICI

INDIRIZZO @MAIL: .....

#### PER GLI ENTI PUBBLICI

Nome del Responsabile:

.....

COMUNE:

.....

N. ABITANTI:

- ☐ 0 – 499 abitanti
- ☐ 500 – 999 abitanti
- ☐ 1.000 – 1.999 abitanti
- ☐ 2.000 – 2.999 abitanti
- ☐ 3.000 – 4.999 abitanti
- ☐ 5.000 – 20.000 abitanti
- ☐ > 20.000 abitanti

#### PER I SOCI PRIVATI

Nome del Responsabile:

.....

Nome dell'Ente, Associazione, Azienda:

.....

SEDE NEL COMUNE DI:

.....

**PER ENTI PUBBLICI e SOCI PRIVATI: Presenza di aree UNESCO o siti paleontologici**

**1. Sono presenti siti paleontologici nel Comune?**

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Non so

**2. Il Comune fa parte dell'Area UNESCO ...**

- ☐ Componente 4: Nizza Monferrato e il Barbera;
- ☐ Componente 5: Canelli e l'Asti spumante
- ☐ Il Comune non fa parte dell'Area UNESCO

**SEZIONE 1**

Percezione del Distretto, Relazioni e Problematiche

**1. Ritiene che sia utile per il suo Comune o la sua attività l'adesione al Distretto Paleontologico?**

- ☐ Molto utile
- ☐ Abbastanza utile
- ☐ Poco utile
- ☐ Per nulla utile
- ☐ Non sa / Non risponde

**2. Che tipo di benefici si aspetta dall'adesione al Distretto Paleontologico? (Max. 3 risposte)**

- ☐ Benefici economici
- ☐ Benefici relazionali (nuove opportunità di collaborazione)
- ☐ Benefici turistici (aumento della presenza turistica sul territorio)
- ☐ Benefici organizzativi (miglior coordinamento e organizzazione del territorio)
- ☐ Benefici infrastrutturali (rinnovamento poli museali, siti paleontologico-naturalistici, sentieri, reti culturali, trasporti, mobilità)
- ☐ Altro .....

**3. Come valuta l'operato del Distretto?**

- ☐ Molto soddisfacente
- ☐ Abbastanza soddisfacente
- ☐ Poco soddisfacente
- ☐ Per nulla soddisfacente
- ☐ Non sa / Non risponde

**4. Quali ritiene che debbano essere le principali funzioni del Distretto Paleontologico? (Max. 5 risposte)**

- ☐ Istituire un osservatorio permanente sui Beni Culturali presenti sul territorio (monitorare, raccogliere e diffondere dati e informazioni di carattere culturale, turistico e ambientale)
- ☐ Fornire servizi per i soci (formazione, accesso ai bandi, piani di marketing...)
- ☐ Reperire finanziamenti
- ☐ Finanziare progetti locali (organizzazione di concorsi, incubatore di start-up, borse di studio per studenti che si occupano del territorio)
- ☐ Mettere in rete enti, associazioni e produttori

- ☐ Valorizzare il patrimonio materiale e immateriale (siti paleontologici, musei, biblioteche, arte e tradizioni, eventi, festival)
- ☐ Promuovere il territorio
- ☐ Promuovere la cultura sul territorio (organizzazione di corsi, seminari, convention, workshop, laboratori, gite...)
- ☐ Rendere accessibile il territorio e valorizzare la rete sentieristica e naturalistica
- ☐ Richiamare turismo sul territorio attraverso eventi e reti dell'ospitalità
- ☐ Valorizzare le produzioni locali del Biodistretto e dell'artigianalità (organizzazione di fiere, stand, vetrine locali, vetrine sul web)
- ☐ Altro .....

**5. Vi è collaborazione tra i soci del Distretto Paleontologico?**

- ☐ Molta, si riescono ad organizzare molte attività sul territorio grazie alla collaborazione di tutti
- ☐ Sì, ma solo tra soci privati
- ☐ Sì, ma solo tra enti pubblici
- ☐ Abbastanza, prevalentemente con l'Ente Parchi
- ☐ Vi è poca collaborazione tra i soci
- ☐ Non vi è alcuna collaborazione tra i soci
- ☐ Non sa / Non risponde

**6. È interessato alle attività del Distretto?**

- ☐ Molto
- ☐ Abbastanza
- ☐ Poco
- ☐ Per nulla
- ☐ Non sa / Non risponde

**7. Partecipa alle attività del Distretto Paleontologico (eventi, riunioni, convegni, manifestazioni....)?**

- ☐ Sì, cerco di partecipare il più possibile alle attività del Distretto
- ☐ Sì, ma solo agli eventi che coinvolgono direttamente il mio Comune
- ☐ Sì, prevalentemente alle riunioni dei soci
- ☐ Partecipo poco
- ☐ Non ho mai partecipato

**8. Rinnoverebbe la partecipazione al Distretto?**

- ☐ Sì
- ☐ No

Perché? .....

**9. Quali sono a suo avviso le principali problematiche interne del Distretto e quali azioni andrebbero adottate per migliorare l'efficienza del Distretto Paleontologico?**

.....  
.....

## SEZIONE 2

### Comunicazione Interna ed Esterna

**1. Ritiene che il Distretto Paleontologico e le sue funzioni siano conosciute all'esterno del Distretto e degli addetti ai lavori?**

- ☐ Molto conosciute
- ☐ Abbastanza conosciute
- ☐ Poco conosciute
- ☐ Per nulla conosciute
- ☐ Non sa / Non risponde

**2. Su quali canali di comunicazione e con quali modalità dovrebbe promuoversi il Distretto Paleontologico? (Max. 3 risposte)**

- ☐ Sul web (sito istituzionale e social network)
- ☐ Sui quotidiani locali
- ☐ Sui quotidiani nazionali
- ☐ Con volantini e manifesti
- ☐ Attraverso la produzione di materiali editoriali da diffondere agli eventi (sagre, manifestazioni, fiere)
- ☐ Con stand informativi presenti agli eventi organizzati sul territorio
- ☐ In collaborazione con i principali enti di promozione territoriale (ATL locali, Provincia, Regione)
- ☐ Organizzando eventi di intrattenimento e informazione
- ☐ Attraverso la diffusione del Marchio del Distretto
- ☐ Altro .....

**3. È attento alle comunicazioni inviate dalla Direzione del Distretto?**

- ☐ Molto attento
- ☐ Abbastanza attento
- ☐ Poco attento
- ☐ Per nulla
- ☐ Non sa / Non risponde

**4. Su quali canali dovrebbe essere gestita la comunicazione con i soci del Distretto? (Max. 2 risposte)**

- ☐ Tramite servizi postali
- ☐ Via posta elettronica (PEC e Newsletter)
- ☐ Contatti personali, relazioni e confronti diretti con i singoli soci
- ☐ Attraverso dei referenti d'area o delle Unioni collinari
- ☐ Organizzando un maggior numero di riunioni con i soci
- ☐ Via Skype e/o WhatsApp (servizi di messaggistica istantanea)
- ☐ Per via telefonica
- ☐ Software e tecnologie usate per la comunicazione aziendale
- ☐ Altro .....

**5. Vorrebbe ricevere un maggior numero di comunicazioni da parte del Distretto? Con che frequenza?**

- ☐ Bisettimanale
- ☐ Mensile
- ☐ Bimestrale
- ☐ Trimestrale
- ☐ Semestrale
- ☐ No, non è necessario

**6. Aumenterebbe la frequenza delle riunioni con i soci e il Consiglio? Con che frequenza?**

- ☐ Mensile
- ☐ Bimestrale
- ☐ Trimestrale
- ☐ Semestrale
- ☐ No, non è necessario

**7. Ha qualche suggerimento per migliorare la comunicazione esterna e interna del Distretto?**

.....  
.....

**8. Viene costantemente aggiornato sulle novità e gli ultimi aggiornamenti dal suo referente presente nel Consiglio del Distretto?**

- ☐ Con regolarità
- ☐ Saltuariamente
- ☐ Mai
- ☐ Non so chi sia il mio rappresentante all'interno del Consiglio

**9. Riesce a gestire efficientemente la comunicazione e le relazioni con il Distretto e i soci?**

- ☐ Molto
- ☐ Abbastanza
- ☐ Poco
- ☐ Per nulla
- ☐ Non sa / non risponde

**10. Sarebbe disposto a segnalare eventualmente una persona che si occupi personalmente della gestione dei contatti col Distretto?**

- ☐ Sì
- ☐ No, non serve
- ☐ Ci devo pensare

**Risposta facoltativa:** se ha risposto "Sì", indichi Nome e Cognome, Incarico o Ufficio della persona da Lei designata.

.....  
.....

### SEZIONE 3

#### Progettualità

**1. Si sente coinvolto nelle attività progettuali del distretto?**

- ☐ Sì, molto
- ☐ Abbastanza
- ☐ Poco
- ☐ Per nulla
- ☐ Non sa / Non risponde

**2. Uno degli ultimi progetti elaborati dal Distretto è stata la creazione di un marchio per gli operatori turistici, agroalimentari e dell'artigianato che lavorano e producono seguendo i disciplinari di qualità e di sostenibilità ambientale del Distretto Paleontologico.**



**DISTRETTO  
PALEONTOLOGICO**  
dell'Astigiano e del Monferrato

**È al corrente della creazione del Marchio?**

- ☐ Sì
- ☐ No
- ☐ Non mi interessa

**3. Pensa sia utile la diffusione e il riconoscimento del Marchio del Distretto sul territorio?**

- ☐ Molto utile
- ☐ Abbastanza utile
- ☐ Poco utile
- ☐ Per nulla utile
- ☐ Non sa / Non risponde

**4. Pensa che le aziende agricole e artigiane potrebbero essere interessate ad adottare il Marchio del Distretto Paleontologico?**

- ☐ Molto
- ☐ Abbastanza
- ☐ Poco
- ☐ Per nulla
- ☐ Non sa / Non risponde

**5. Sarebbe disposto a segnalare le aziende agricole e le imprese potenzialmente interessate ad adottare il marchio?**

- ☐ Sì
- ☐ No

**Risposta facoltativa:** se ha risposto "Sì", indichi le Aziende che vuole segnalare ed eventualmente il nome dei Proprietari.

.....

.....

.....

**6. È al corrente dell'avviamento delle procedure per la candidatura del Distretto a Global Geopark UNESCO?**

- ☐ Sì
- ☐ No
- ☐ Non sono interessato

**7. Pensa che sarebbe vantaggioso per il Comune o la sua attività rientrare nell'Area del Geopark?**

- ☐ Molto vantaggioso
- ☐ Abbastanza vantaggioso
- ☐ Poco vantaggioso
- ☐ Per nulla vantaggioso
- ☐ Non sa / Non risponde

**8. Vorrebbe che il suo ente o la sua attività fosse maggiormente coinvolto/a nei progetti del Distretto relativi a ... (Max. 4 risposte)**

- ☐ miglioramento della rete sentieristica
- ☐ sviluppo turistico dell'area
- ☐ creazione di percorsi naturalistici e di interesse scientifico-culturale
- ☐ candidatura a Geopark UNESCO
- ☐ iniziative e attività culturali e scientifiche (eventi, festival, fiere, workshop, laboratori ...)
- ☐ eventi sul territorio legati all'enogastronomia e al turismo
- ☐ tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale
- ☐ tutela e valorizzazione del patrimonio culturale
- ☐ tutela e valorizzazione del patrimonio fossilifero
- ☐ miglioramento della rete museale
- ☐ promozione e diffusione del Marchio del Distretto
- ☐ creazione di pacchetti turistici
- ☐ altro .....
- ☐ No, non sono interessato

**9. Sarebbe disposto ad attivare energie e attività localmente per richiamare l'attenzione sulla candidatura UNESCO e le altre progettualità, e partecipare maggiormente al lavoro del Distretto?**

- ☐ Sì, volentieri
- ☐ Sì, ma non so cosa posso fare
- ☐ No, non sono interessato
- ☐ Non sa / Non risponde

*Le domande sono terminate. Grazie per le Sue risposte e per il tempo che ci ha dedicato.*

## BIBLIOGRAFIA E FONTI

- Barbetta G. P., Cammelli M. e Della Torre S. (a cura di), *Distretti culturali: dalla teoria alla pratica*, Il Mulino, Bologna, 2013
- Comune di Asti (1), *Asti si candida a ospitare il Centro Studi sui cetacei fossili piemontesi*, Comunicati Stampa Città di Asti, 09/05/2018
- Comune di Asti (2), *Il Distretto Paleontologico vota il bilancio e mette a punto i progetti*, Comunicati Stampa Città di Asti, 16/05/2018
- Comune di Asti (3), *Parco Paleontologico Astigiano, Muoversi su sentieri di 17 comuni tra sculture, belvedere e...*, Comunicati Stampa Città di Asti, 18/07/2018
- Comune di Asti, *Aumentano di oltre il 20% i visitatori del Museo Paleontologico*, Comunicati Stampa Città di Asti, 16/01/2018
- Gaito E., *Il Distretto Paleontologico Astigiano*, Tesi MASL, Master in Sviluppo Locale: Teorie e Metodi per la Pubblica Amministrazione, Tutor Garavaglia L. e Miroglio G., A.A. 2015-2016
- Laganà G., Rubrica *"La buona amministrazione"*, all'interno del programma "Presa Diretta", a partire da 02h 08min, Rai Tre, puntata del 21 gennaio 2019
- Mastolonardo R., *Modena superstar grazie ai consulenti interni*, Guida agli enti locali, Il Sole 24 Ore, n.30, 28 luglio 2007, <https://www.comune.modena.it/europa/dicono-di-noi/2007-guida-enti-locali.pdf>
- Ollino G., *Rafforzare l'identità del Distretto paleontologico astigiano: lo sviluppo del marchio*, Tesi MASL, Master in Sviluppo Locale: Teorie e Metodi per la Pubblica Amministrazione, Tutor Salone C. e Miroglio G., A.A. 2016-2017
- Parco Paleontologico Astigiano: <https://www.astipaleontologico.it>
- Regione Emilia-Romagna, *Comunicare partecipazione Uno studio per una strategia comunicativa integrata a supporto dei processi inclusivi*, "Quaderni della Partecipazione", Bologna, Aprile 2012
- Regione Piemonte, *Sito UNESCO "Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato". Linee guida per l'adeguamento dei Piani Regolatori e dei Regolamenti Edilizi alle Indicazioni di Tutela per il sito UNESCO*, Direzione Ambiente, Governo e Tutela del Territorio, 21/09/2015
- Salone C., *Politiche territoriali. L'azione collettiva nella dimensione territoriale*, Utet Libreria, Torino, 2005
- Santagati R., *Turismo: Asti "saluta" Alessandria e stringe un accordo strategico con le Langhe*, nella sezione "Attualità", in La Nuova Provincia, 01/09/2018: <http://lanuovaprovincia.it/attualita/turismo-asti-saluta-alessandria-e-stringe-un-accordo-strategico-con-le-langhe/>
- Usai A., *Il Distretto Culturale Evoluto, beni culturali e pianificazione del territorio nella sfida futura*, Altralinea Edizioni, Firenze, 2015
- Valentino P. A., *Le trame del territorio. politiche di sviluppo dei sistemi territoriali e distretti culturali*, Civita Associazione, Sperling & Kupfer Editori, 2003



## INDICE DELLE FIGURE

### Figure

Figura 1: Comuni soci del Distretto Paleontologico	11
Figura 2: Funzioni e ruoli degli Enti	19
Figura 3: Organizzazione del Distretto Culturale della Valle Camonica	40
Figura 4: Sezione del sito web del Distretto dedicata ai progetti	45

### Grafici

Grafico 1: Distribuzione aree UNESCO nei comuni del Distretto	10
Grafico 2: Dettaglio delle risposte ricevute	22
Grafico 3: Utilità e soddisfazione	23
Grafico 4: Benefici desiderati dai soci	24
Grafico 5: Le funzioni del Distretto	24
Grafico 6: La collaborazione all'interno del Distretto	25
Grafico 7: Modalità e canali di promozione	26
Grafico 8: Strumenti per la comunicazione interna	27
Grafico 9: Frequenza delle riunioni	27
Grafico 10: L'interesse dei produttori	28
Grafico 11: Le preferenze dei soci	29

### Tabelle

Tabella 1: I Comuni Unesco del Distretto Paleontologico	11
Tabella 2: Distribuzione quote Comuni	13
Tabella 3: Distribuzione delle quote per abitante	13