

GUIDA

Pianificazione territoriale e sviluppo locale

Planification territoriale et développement local

GUIDE



Région Autonome
Vallée d'Aoste
Regione Autonoma
Vale d'Aosta

Assessorat du Territoire
et de l'environnement
Assessorato Territorio
e Ambiente





ALBORNO A. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Piano Integrato Transfrontaliero Espace Mont-Blanc.

La planification territoriale et le développement local doivent affronter des thématiques diverses, allant de l'urbanisme à la mobilité, en passant par la défense de l'environnement et la mise en valeur des ressources économiques, culturelles et sociales. Ils doivent par ailleurs expérimenter de nouvelles façons de faire de la planification en mettant en synergie les initiatives locales et en construisant des coopérations entre les acteurs.

L'Assessorat régional du Territoire et de l'Environnement, en participant au Projet CAPACities, financé par le Programme de coopération territoriale européenne transnational Espace Alpin 2007-2013, s'est engagé dans une démarche d'animation locale, à l'échelle de deux aires pilotes, la Plaine d'Aoste et la Communauté de montagne Walser-Haute Vallée du Lys, pour identifier les initiatives des acteurs publics et privés présents sur le territoire et pour les mettre en relation.

Ce guide se fixe comme objectif d'éclairer quelques volets des démarches engagées, il se pose la question de leur généralisation sur l'ensemble du territoire régional. Le travail engagé dans le Projet CAPACities n'a pas vocation à l'exhaustivité, les réflexions qu'il propose viennent compléter les nombreuses activités de planification environnementale que l'Assessorat conduit dans le cadre de son programme.

Manuela ZUBLENA
Assesseur au Territoire et à l'Environnement

La pianificazione territoriale e lo sviluppo locale devono affrontare tematiche diverse, dall'urbanistica alla mobilità, trattando la difesa dell'ambiente e la valorizzazione delle risorse economiche, culturali e sociali. Devono inoltre sperimentare modi nuovi di fare pianificazione cercando di mettere in sinergia le iniziative locali e avviando modalità di cooperazione tra gli attori.

L'Assessorato regionale al Territorio e Ambiente, partecipando al Progetto CAPACities, finanziato dal Programma di cooperazione territoriale europea transnazionale Spazio Alpino 2007-2013, si è impegnato in un'attività di «animazione» locale, nelle due aree pilota, la *Plaine d'Aoste* e la Comunità montana Walser-Alta valle del Lys, per identificare le iniziative degli attori pubblici e privati presenti sul territorio e per metterle in relazione.

Questa guida si fissa come obiettivo quello di chiarire alcuni *volets* delle iniziative intraprese, si pone la questione della loro generalizzazione su tutto il territorio regionale. Il lavoro intrapreso nel Progetto CAPACities non ha una vocazione esaustiva; le riflessioni che propone vanno a completare le iniziative di pianificazione ambientale che l'Assessorato conduce nel quadro del suo programma.

Manuela ZUBLENA
Assessore al Territorio e Ambiente



MICHELETTO M. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

Sommaire

Avant-propos : Le Projet CAPACities	7
Introduction	8
Développement local, un projet pour le territoire	13
La participation	17
La culture, une ressource	21
Tourisme et développement	25
Planification territoriale et coopération	29
L'agriculture urbaine	33
Communication et dialogue	37
Bibliographie	41
Auteurs	43

Sommario

Premessa: Il Progetto CAPACities	7
Introduzione	9
Sviluppo locale, un progetto per il territorio	13
La partecipazione	17
La cultura, una risorsa	21
Turismo e sviluppo	25
Pianificazione territoriale e cooperazione	29
L'agricoltura urbana	33
Comunicazione e dialogo	37
Bibliografia	41
Autori	43

Avant-Propos : Le Projet CAPACities

Le Projet avait pour objectif de promouvoir le potentiel des petites villes alpines par une démarche intégrée et transnationale, en définissant des stratégies et instruments novateurs pour renforcer leur rôle dans l'arc alpin. L'approche pour une nouvelle gouvernance territoriale s'est axée sur les processus de participation des acteurs, publics et privés, aux choix de développement.

Les principaux résultats transnationaux du Projet ont été les suivants :

- identification de lignes directrices pour le gouvernement urbain et territorial ;
- vision de développement des territoires de l'espace alpin, déclinée à l'échelon local ;
- identification des éléments stratégiques pour le développement local ;
- mesures visant à lutter contre l'abandon des zones de montagne et à encourager le développement en réseau de l'entrepreneuriat féminine ;
- définition du rôle socioéconomique des petits centres alpins, en lien également avec les objectifs de la stratégie européenne de Lisbonne.

Les partenaires du Projet ont expérimenté sur leurs territoires, outils novateurs, stratégies, exportables dans tout l'arc alpin. Dans la Vallée d'Aoste, le travail s'est déroulé dans deux zones d'étude, la Plaine d'Aoste et la Communauté de montagne Walser-Haute Vallée du Lys, deux territoires ayant une situation territoriale profondément différente : d'une part, Aoste et les quinze communes de ceinture, marquées par une urbanisation diffuse ; de l'autre, la vallée de Gressoney, intéressée par un développement touristique générant des effets urbains. L'objectif commun a été d'activer de nouveaux processus de participation entre acteurs publics, représentants de catégorie et associations, pour faire émerger des projets territoriaux intégrés de développement.

Premessa: Il Progetto CAPACities

Il Progetto ha avuto come obiettivo quello di promuovere il potenziale delle piccole città alpine con un approccio integrato e transnazionale, definendo strategie e strumenti innovativi per rafforzare il loro ruolo nell'arco alpino. L'approccio per una nuova *governance* territoriale è stato centrato sui processi di partecipazione degli attori pubblici e privati nelle scelte di sviluppo.

I principali risultati transnazionali del Progetto sono stati:

- l'individuazione di linee guida per il governo urbano e territoriale;
- una visione di sviluppo dei territori dello spazio alpino, declinata a scala locale;
- l'individuazione degli elementi strategici per lo sviluppo locale;
- misure per contrastare l'abbandono delle aree montane e incentivare lo sviluppo in rete dell'imprenditoria femminile;
- una definizione del ruolo socioeconomico dei piccoli centri alpini, anche in relazione agli obiettivi della strategia europea di Lisbona.

I *partenaires* del Progetto hanno sperimentato nei propri territori, strumenti innovativi, strategie, esportabili in tutto l'arco alpino. In Valle d'Aosta il lavoro si è svolto in due aree di studio, la *Plaine d'Aoste* e la *Comunità montana Walser-Alta valle del Lys*, due territori con una situazione territoriale profondamente diversa: da un lato Aosta e i quindici comuni di cintura marcati da un'urbanizzazione diffusa, dall'altro la valle di Gressoney interessata da uno sviluppo turistico produttore di effetti urbani. L'obiettivo comune è stato quello di attivare dei nuovi processi di partecipazione tra attori pubblici, rappresentanti di categoria e associazioni per fare emergere dei progetti territoriali di sviluppo integrati.



I *partenaires* del Progetto CAPACities

- 1 Capo fila Regione Lombardia (Italia)
- 2 DI Herbert LISKE, studio di pianificazione territoriale (Austria)
- 3 Anton Melik Geographical Institute (Slovenia)
- 4 National Tourist Association (Slovenia)
- 5 Institut d'Urbanisme de Grenoble (Francia)
- 6 Conseil d'Architecture d'Urbanisme et d'Environnement du Vaucluse (Francia)
- 7 LAMORO, agenzia di sviluppo locale (Piemonte Italia)
- 8 Regione autonoma Valle d'Aosta (Italia)
- 9 Regione Piemonte (Italia)
- 10 Cantone dei Grigioni (Svizzera)

www.capacities-alpinespace.eu

Introduction

Attraktivité et compétitivité territoriales

Le Projet CAPACities a été l'occasion de démontrer que, dans les vallées alpines, l'attraktivité territoriale est tributaire de la valorisation des ressources humaines, économiques, sociales, culturelles et environnementales. Dans les zones pilotes, la Plaine d'Aoste et la Communauté de montagne Walser-Haute Vallée du Lys, comme dans le reste de la Région, il existe de nombreuses initiatives de valorisation des ressources locales : les élus s'emploient à investir sur le territoire et à réaliser des projets, les acteurs économiques soutiennent les initiatives privées, les associations encouragent la promotion de la culture, du tourisme, et des activités ludiques.

La planification territoriale a pour tâche de mettre en réseau les ressources du territoire, en identifiant des projets intégrés qui puissent mettre en synergie les différentes initiatives, dans une optique de développement durable. Le déplacement vers des activités et actions plus innovantes dépend principalement aujourd'hui de la capacité de construction sociale de l'innovation. L'économie devient plus relationnelle : non seulement elle est liée à des facteurs de marché, mais elle se base également sur des conditions de contexte qui facilitent la coopération entre sujets individuels et collectifs. L'augmentation de la compétitivité dépend de la capacité, pour un ensemble d'acteurs privés et publics, à envisager, quant à l'avenir de leur territoire, un scénario partagé au sein duquel élaborer en commun les orientations de planification territoriale ou les projets de développement.

Nouvelles échelles territoriales

Les problèmes et les stratégies de valorisation du territoire ne peuvent plus être gérés uniquement à l'échelon régional ou communal. Le secteur de la

planification doit faire en sorte qu'il soit possible d'agir sur le gouvernement du territoire ou sur le développement local à des échelles intermédiaires, dites infrarégionales ou d'*area vasta*.

Durant les activités du Projet CAPACities, il est apparu que certains thèmes doivent être affrontés à de nouvelles échelles :

- L'agriculture urbaine, en d'autres termes les terres cultivables situés entre des zones urbanisées (présents par exemple sur les territoires de la Plaine) et qui ont une bonne qualité productive en Vallée d'Aoste, doivent être considérés sur la base d'une logique territoriale, dans une perspective de développement. Il s'impose de réfléchir à la manière de faire cohabiter agriculture et urbanisation, ainsi qu'aux formes et aux règles que le bâti doit prendre en compte pour ne pas entraver la possibilité de gestion des exploitations agricoles. Toutes ces réflexions doivent prendre place non seulement dans un cadre communal ou régional, mais aussi dans les espaces à haute concentration de production agricole.

- La valorisation des ressources touristiques doit être abordée à l'échelle régionale et locale. La planification, qui a pour tâche de tenir compte des choix de développement territorial, doit se confronter avec les projets ou programmes de développement touristique. Ceux-ci sont souvent élaborés dans un cadre administratif, la tendance étant de prévoir dans chaque communauté toute une variété d'attracteurs touristiques : le ski et les sports de glisse, le patrimoine culturel, les visites où les promenades. Les stations cherchent aujourd'hui des solutions pour attirer la clientèle même hors saison. De leur côté, les communes qui n'ont pas de vocation touristique et essaient de reconverter leur économie traditionnelle ont des difficultés à se positionner. L'examen du marché touristique international montre qu'il serait pos-

Introduzione

Attrattività e competitività territoriale

Il Progetto CAPACities ha offerto l'opportunità per dimostrare che, nelle valli alpine, l'attrattività territoriale dipende dalla valorizzazione delle risorse umane, economiche, sociali, culturali e ambientali. Sulle due aree pilota, la *Plaine d'Aoste* e la Comunità montana Walser-Alta valle del Lys, come nel resto della Regione, sono presenti numerose iniziative di valorizzazione delle risorse locali: gli amministratori pubblici operano per investire sul territorio e realizzare progetti, gli attori economici sostengono le iniziative private d'imprenditoria, le associazioni promuovono la cultura, il turismo, le attività ludiche.

La pianificazione territoriale ha il compito di mettere in rete le risorse del territorio, individuando progetti integrati che vadano a mettere in sinergia le singole iniziative in un'ottica di sviluppo sostenibile. Lo spostamento verso attività e azioni più innovative dipende oggi soprattutto dalla capacità di costruzione sociale dell'innovazione. L'economia diventa più relazionale: è legata non solamente a fattori di mercato, ma anche a condizioni di contesto che facilitano la cooperazione fra soggetti individuali e collettivi. L'incremento della competitività dipende dalla capacità di un insieme di attori privati e pubblici nell'immaginare uno scenario condiviso del futuro del loro territorio attraverso l'elaborazione in comune degli orientamenti di pianificazione territoriale o dei progetti di sviluppo.

Nuove scale territoriali

I problemi e le strategie di valorizzazione del territorio non possono più essere gestiti solo a scala regionale o comunale. La pianificazione deve riflettere per dare la possibilità di agire sul governo

del territorio o sullo sviluppo locale anche a scale intermedie, dette subregionali o di area vasta.

Durante le attività del Progetto CAPACities sono emersi dei temi da affrontare a nuove scale:

- L'agricoltura urbana, in altre parole i terreni coltivabili che sorgono tra le aree urbanizzate e che hanno un elevato valore di qualità produttiva in Valle d'Aosta, presenti ad esempio nei territori della *Plaine*, devono essere considerati con una logica territoriale in una prospettiva di sviluppo. Occorre riflettere su come si possono far convivere agricoltura e urbanizzazione, quali sono le forme e le regole che l'edificato deve prendere in considerazione per non togliere la possibilità di gestione delle aree agricole. Tutte queste riflessioni devono essere fatte in un ambito non solo comunale o regionale, ma nei bacini a elevata concentrazione di produzione agricola.

- I progetti di valorizzazione delle risorse turistiche sono affrontati a scala regionale e locale. La pianificazione, che ha il compito di tener conto delle scelte di sviluppo territoriale, deve confrontarsi con i progetti o programmi di sviluppo turistico. Essi sono spesso elaborati in un ambito amministrativo, con la tendenza a prevedere in ogni comunità un'offerta variegata di attrattori turistici: lo sci e lo sport, i beni culturali, le visite sul territorio. Le stazioni cercano oggi di trovare delle soluzioni per «destagionalizzare» la clientela. I comuni che non hanno una vocazione turistica e stanno cercando di convertire le loro economie tradizionali, faticano a promuoversi nel settore. L'esame del mercato internazionale dimostra che il rafforzamento e l'attivazione di nuove economie turistiche potrebbero avvenire tramite l'ideazione e l'applicazione di marche territoriali, in altre parole la definizione di un tema da promuovere (ambientale, storico...) in territori a caratteristiche omogenee non necessariamente legati

sible de renforcer et activer de nouvelles économies dans ce domaine en concevant et appliquant des labels territoriaux ; il s'agirait, en d'autres termes, de définir un thème à promouvoir (environnemental, historique, etc.) dans des territoires qui, sans correspondre nécessairement à un découpage administratif, présentent des caractéristiques homogènes. Pour mener des initiatives de ce genre, il s'impose de trouver des synergies à l'échelon intercommunal et de solides partenariats privés.

- Les centres commerciaux, les zones industrielles et tertiaires, tels que le Centre Amérique et la localité Grand Chemin à Aoste, se sont consolidés au fil des années sur des terrains situés à cheval entre les différentes communes. Ces endroits présentent parfois un aspect désordonné (viabilité, parkings, espaces verts, friches), ce qui complique les différentes interventions de requalification des voies et des espaces publics. Des projets sur large échelle devraient prendre en compte un aménagement d'ensemble, comportant l'implication de tous les acteurs institutionnels, économiques et sociaux. Il conviendrait d'envisager cette approche intercommunale dans toutes les situations critiques liées à la diffusion de l'urbanisation sur le territoire, en donnant aux communes la possibilité de réaliser des plans associés ou pour faire émerger des projets intégrés de requalification.

- Un autre thème qui ne peut être affronté qu'à l'échelle supra-locale (et, pourquoi pas, à l'échelon régional) est celui de la valorisation de stratégies pour la mobilité douce. Dans des bassins territoriaux, il est possible de développer des synergies pour mettre en réseau les ressources du territoire au travers de projets investissant sur les parcours piétonniers, les pistes cyclables, les pôles d'échange véhicules privés/transports publics, l'accueil touristique, la synergie avec les sports aquatiques, en vue de définir des produits liés au tourisme et aux loisirs .

Nouvelles synergies

Tout au long du déroulement du Projet CAPACities, la confrontation entre administrateurs, représentants socio-professionnels, structures régionales, associations a montré combien il est important de trouver de nouvelles formes de collaboration entre les différents porteurs d'intérêt présents sur le territoire. La planification territoriale doit non seulement envisager l'élaboration d'orientations sur large échelle, sur la base des exigences du territoire, mais aussi trouver des instruments pour faire coopérer les différentes parties prenantes .

Les plans stratégiques doivent intégrer le point de vue des acteurs privés : si le rôle du secteur public est de réaliser les projets sur le territoire, le secteur privé doit, quant à lui, savoir exploiter ces investissements pour donner vie à de nouvelles activités. La participation de tous les acteurs aux choix de planification, la confrontation visant à faire émerger des initiatives et des projets, la mise en commun des choix, l'échange constant lors des phases d'élaboration et de mise en œuvre : telle est la base du développement local. La participation c'est donc l'instrument indispensable pour retrouver une nouvelle cohésion sociale sur le territoire (ce que l'on appelle le «capital social»), c'est aussi s'engager dans un processus de négociation basé sur un apprentissage commun. Pour sa mise en place, différentes stratégies peuvent être adoptées : tables de travail, confrontation avec des *best practices*, visites *in situ*, ateliers. La diffusion constante des résultats, la communication, les nouvelles formes de représentation graphique du territoire et des projets sont des éléments indispensables pour en assurer le succès.

a una specifica amministrazione. Per percorrere tali iniziative bisogna trovare sinergie a scala intercomunale e solidi partenariati privati.

- I centri commerciali, le zone della produzione e del terziario, come il Centre Amérique e la località Grand Chemin ad Aosta, si sono consolidati nel corso degli anni su terreni di confine tra i differenti comuni. Questi luoghi possono presentare un aspetto di disordine, (viabilità, parcheggi, zone verdi, aree dismesse...) complicando i singoli interventi di riqualificazione della viabilità e degli spazi pubblici. Progetti di area vasta dovrebbero farsi carico di una sistemazione d'insieme, con un coinvolgimento globale di tutti gli attori istituzionali, economici e sociali. Tale approccio intercomunale dovrebbe essere preso in considerazione in tutte le situazioni critiche, determinate dal diffondersi sul territorio dell'urbanizzazione: dando la possibilità ai comuni di realizzare dei piani associati o per far emergere dei progetti di riqualificazione integrati.

- Un altro tema che può essere affrontato solo a scala sovralocale (e perché no anche a quella regionale) è la valorizzazione di strategie per la mobilità dolce. Nell'ambito di bacini territoriali si possono sviluppare sinergie per mettere in rete le risorse del territorio attraverso progetti che investono sui percorsi pedonali, le piste ciclabili, l'interscambio con i mezzi pubblici, l'accoglienza turistica, la sinergia con gli sport dell'acqua, per definire prodotti turistici e di *loisirs* .

Nuove sinergie

Durante le attività del Progetto CAPACities il confronto tra amministratori, strutture regionali, rappresentanti di categoria, associazioni, ha fatto emergere l'importanza di trovare anzitutto delle nuove forme di collaborazione tra i diversi portatori

d'interesse sul territorio. La pianificazione territoriale deve non solo affrontare l'elaborazione di indirizzi a scala larga, sulla base delle esigenze del territorio, ma trovare degli strumenti per fare cooperare i diversi soggetti.

I piani strategici devono integrare il punto di vista degli attori privati: il ruolo del pubblico consiste nel realizzare i progetti sul territorio e il privato deve saper sfruttare tali investimenti per dare vita a nuove economie. La partecipazione di tutti gli attori alle scelte di pianificazione, il confronto per far emergere iniziative e progetti, la condivisione delle scelte, l'interfaccia continuo nelle fasi d'elaborazione e messa in opera, è la base dello sviluppo locale. La partecipazione è quindi lo strumento indispensabile per ritrovare una nuova coesione sociale sul territorio, ciò che viene definito il «capitale sociale». Essa è l'impegno in un processo di negoziazione basato su un apprendimento comune. Per ricercarla si possono attivare differenti strategie: tavoli di lavoro, confronti con buone pratiche esterne, visite *in situ*, *ateliers*. La divulgazione costante dei risultati, la comunicazione, le nuove forme di rappresentazione grafica del territorio e dei progetti sono elementi indispensabili per il suo successo.



MICHELETTO M. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

Développement local, un projet pour le territoire

Le développement local est fondé sur la capacité des acteurs publics de coopérer avec les acteurs privés du monde économique ou associatif, pour identifier les atouts et les handicaps du territoire et faire émerger un projet de développement à travers une approche participative.

Une fois identifié ce projet, sa mise en œuvre et sa gestion doivent advenir à travers un partenariat public-privé. Des agences de développement local autonomes, qui assurent la coordination des initiatives et de leur financement, pourraient symboliser un tel partenariat.

Sviluppo locale, un progetto per il territorio

Lo sviluppo locale è basato sulla capacità dei soggetti pubblici di cooperare con gli attori privati del mondo economico e dell'associazionismo, per identificare i problemi e gli *atouts* del territorio e far emergere progetti di sviluppo attraverso un approccio partecipato.

Una volta identificato il progetto, la sua attuazione e gestione deve avvenire attraverso un partenariato pubblico-privato. Agenzie di sviluppo locale autonome, che assicurano il coordinamento delle iniziative e il loro finanziamento, potrebbero formalizzare un tale partenariato.

Il y a quelques années encore, le développement économique était considéré comme le renforcement de l'attractivité et de la compétitivité d'une ville, d'une vallée de montagne, d'une agglomération urbaine ou d'une région entière. Le terme même d'attractivité indiquait la capacité d'un lieu à attirer les entreprises et les clientèles touristiques et à retenir des capitaux privés ou des investissements publics. Le moteur de développement était donc considéré comme de provenance externe, tandis que les collectivités locales l'interprétaient comme un engagement à faire sortir un territoire de son isolement par la réalisation d'infrastructures destinées à la mobilité et aux services.

Aujourd'hui, sans pour autant sous-évaluer l'importance des facteurs externes (comme par exemple la mondialisation), les approches en termes de développement local prennent appui sur les nombreuses études sur les districts industriels, plus spécialement menées au nord-est et au centre de l'Italie, en insistant, d'une part, sur l'importance de la mobilisation des ressources locales (humaines, économiques, sociales, culturelles et environnementales) et, de l'autre, sur la nécessité de créer un capital social (en d'autres termes, de se fonder sur les relations entre acteurs publics et privés présents sur le territoire) pour construire un environnement favorable à la naissance d'initiatives locales et à l'esprit d'entreprise.

Le principe du développement local est celui d'une mobilisation d'en bas pour mettre en réseau et valoriser les ressources existantes, en identifiant des projets basés sur une vision partagée du futur du territoire. Pour entreprendre un processus de développement, il s'impose tout d'abord d'identifier les acteurs publics et privés intéressés, à l'échelon du territoire sur lequel on travaille. A l'échelon régional, les acteurs à impliquer sont les élus locaux et régionaux, les techniciens des administrations publiques, les représentants socio-professionnels et les grandes organisations non gouvernementales. Si l'on inter-

vient à une échelle réduite, il faudra aussi impliquer de manière individuelle les différents acteurs économiques (artisans, restaurateurs et hôteliers, chefs d'entreprise), les associations et, le cas échéant, les habitants. Une fois que l'on a identifié les acteurs, il faut lancer des processus de participation afin d'identifier les atouts et les problèmes à résoudre, d'élaborer des perspectives de développement et de produire des biens collectifs. Ces processus permettent de structurer les choix autour de projets partagés sur lesquels les collectivités publiques devront investir, tandis que les particuliers seront appelés à créer des entreprises et des activités.

Une fois identifié le projet de développement à entreprendre, il faut savoir qui il convient d'en confier la mise en place et la gestion future. Par exemple, un projet touristique basé sur la mobilité douce ou sur la valorisation de la culture locale s'appuiera avant tout sur l'investissement public pour la réalisation d'infrastructures et, éventuellement, de services, mais l'offre du produit ne pourra se faire que grâce à l'apport des acteurs économiques et des associations locales. Cela signifie que, pour qu'un investissement partagé rencontre le succès, il lui faut une synergie et un partenariat public-privé durable dans le temps. Ce partenariat pourrait se concrétiser par la création d'agences autonomes de développement local, au sein desquelles pourraient se confronter la commune (ou la communauté de montagne), les entreprises et les associations, capables de faire démarrer les initiatives, de gérer les résultats et, à travers la réalisation des projets, de trouver des fonds pour s'autofinancer. Cela permettrait en outre de mettre en relation les temps d'investissement, souvent différents, des acteurs publics et des acteurs privés. L'implication des acteurs publics et privés et leur collaboration constituent le parcours privilégié pour réussir à «faire entreprise» de manière innovante.

Maddalena MICHELETTI

Fino a qualche anno fa, lo sviluppo economico era considerato come il rafforzamento dell'attrattività e della competitività di una città, di una vallata di montagna, di un'agglomerazione urbana o di un'intera regione. Il termine stesso di attrattività faceva riferimento alla capacità di un luogo di attirare imprese, clientele turistiche e di captare capitali privati o investimenti pubblici. Il motore di sviluppo era considerato quindi di provenienza esterna, e interpretato dagli enti pubblici come un impegno a far uscire dall'isolamento un territorio attraverso la realizzazione d'infrastrutture per la mobilità e servizi.

Oggi, gli approcci in termini di sviluppo locale, senza sottovalutare l'importanza dei fattori esterni, come ad esempio la globalizzazione, prendono spunto dai numerosi studi sui distretti industriali, condotti in particolare nel nord-est e nel centro Italia, insistendo da un lato sull'importanza della mobilitazione delle risorse locali (umane, economiche, sociali, culturali e ambientali), dall'altro sulla necessità di creare un capitale sociale (ovvero basarsi sulle relazioni tra attori pubblici e privati presenti sul territorio) per costruire un ambiente favorevole a far emergere iniziative locali e imprenditorialità.

Il principio dello sviluppo locale è una mobilitazione dal basso per mettere in rete e valorizzare le risorse esistenti, attraverso l'individuazione di progetti basati su di una visione condivisa sul futuro del proprio territorio. Per intraprendere un processo di sviluppo occorre anzitutto identificare gli attori pubblici e privati interessati, secondo la scala del territorio su cui si lavora. A livello regionale, gli attori da coinvolgere sono gli amministratori locali e regionali, i tecnici delle strutture pubbliche, i rappresentanti ufficiali delle categorie economiche e le grandi organizzazioni non governative. Se la scala in cui s'interviene è ridotta è necessario coinvolgere anche i singoli attori economici (artigiani, ristoratori e albergatori, imprenditori), le associazioni ed

eventualmente anche gli abitanti. Una volta individuati gli attori, bisogna attivare dei processi di partecipazione per identificare gli atouts e i problemi da risolvere, per elaborare prospettive di sviluppo e per produrre beni collettivi. Tali processi permettono di focalizzare le scelte in progetti condivisi su cui gli enti pubblici dovranno investire e i privati potranno rafforzare o far nascere imprese e attività.

Evidenziato il progetto di sviluppo da intraprendere, bisogna riflettere a quale soggetto sia più indicato per l'attuazione e la gestione futura. Ad esempio un progetto turistico basato sulla mobilità dolce o la valorizzazione della cultura locale vedrà in prima linea l'investimento pubblico per la realizzazione d'infrastrutture ed eventualmente di servizi; ma l'offerta del prodotto potrà avvenire solo grazie al contributo degli attori economici e delle associazioni locali. Ciò significa che affinché un investimento condiviso sia un successo, occorrono una sinergia e un partenariato pubblico-privato durevole nel tempo. Tale partenariato potrebbe rendersi concreto in agenzie di sviluppo locale autonome, in cui si confrontano il comune (o la comunità montana), le imprese e le associazioni, capaci di innescare le iniziative, di gestire i risultati e, attraverso la realizzazione dei progetti, di trovare dei fondi per autofinanziarsi. Ciò permetterebbe inoltre di mettere in relazione i tempi d'investimento, spesso differenti, degli attori pubblici con quelli dei privati. Il protagonismo degli attori pubblici e privati e la loro collaborazione sono il percorso privilegiato per arrivare a fare impresa in modo innovativo.

Maddalena MICHELETTI



LUSITO S. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

La participation

La participation constitue le moyen privilégié pour mobiliser les ressources humaines, culturelles, économiques, sociales et environnementales présentes sur un territoire. Elle suppose une organisation spécifique, fondée sur un groupe de pilotage, qui identifie les acteurs impliqués, réalise des enquêtes et met en place des tables de travail et des rencontres *in situ*.

A la différence de l'information, la participation implique, de la part des collectivités publiques, la construction de choix de développement partagés avec les acteurs de la société civile, préfigurant ainsi de nouvelles formes de délibération démocratique.

La partecipazione

La partecipazione è il mezzo privilegiato per mobilitare le risorse umane, culturali, economiche, sociali e ambientali presenti su un territorio. Essa presuppone un'organizzazione particolare, fondata su di un gruppo di pilotaggio che identifica gli attori coinvolti, realizza interviste, mette in opera tavoli di lavoro e incontri sul territorio.

A differenza dell'informazione, la partecipazione implica, da parte degli enti pubblici, la costruzione di scelte condivise di sviluppo con gli attori della società civile, prefigurando nuove forme di deliberazione democratica.

Depuis une dizaine d'années, dans l'arc alpin, on a vu se développer, en matière de plans stratégiques, programmes négociés, pactes territoriaux et projets de développement local, différentes expériences axées sur la participation. Dans l'ensemble des lois nationales et européennes, les procédures de planification territoriale prévoient un volet d'information à l'intention du public. La participation fait un pas de plus en avant pour faire aboutir les choix de développement sur le territoire.

Il existe en effet une différence substantielle entre information et participation. L'information intervient après que les décideurs politiques et les techniciens aient cerné les problèmes, défini les objectifs et formulé les projets. Elle cherche l'accord des habitants a posteriori, mais la difficulté est alors de trouver des interlocuteurs représentant un intérêt collectif, car l'habitant a tendance à raisonner selon une optique individuelle. La participation, quant à elle, intervient dès la phase initiale d'élaboration d'un projet et l'accompagne pendant tout son parcours de réalisation. Elle prend en compte la mobilisation de la société civile pour arriver à un projet partagé, constituant ainsi l'objet principal du processus et non un moyen pour atteindre un objectif prédéfini.

La Convention européenne d'Århus de 1998, qui définit l'accès aux informations, la participation du public aux processus décisionnels et l'accès à la justice en matière environnementale, a intégré une partie des principes de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement durable. Elle favorise la participation, qu'elle envisage comme un droit de l'homme, considérant que le «public» peut être assimilé à une ou plusieurs personnes physiques et morales.

La participation est donc un outil remplissant différentes fonctions : mobiliser les ressources économiques, sociales, culturelles et environnementales disponibles à l'échelon local ; faire entrer en jeu l'ensemble des savoirs qui permettent de formaliser et de légitimer

la chaîne de décisions dont dépendent l'élaboration et la mise en place d'un plan ou d'un projet. Enfin, en favorisant l'interaction, la participation permet de créer le capital social, qui constitue une nouvelle ressource pour le développement. Les acteurs impliqués appartiennent aussi bien au secteur public (élus, techniciens de l'administration régionale et des communes) qu'au secteur privé (consultants, acteurs économiques, associations et habitants).

Mettre au point un projet participatif signifie donner de l'importance à la capacité d'interaction entre les différents acteurs impliqués. La structure ou la collectivité publique qui engage le processus doit en premier lieu décider s'il convient de suivre directement les activités ou d'instituer un groupe opérationnel externe, le plus neutre possible. La tendance actuelle est de s'appuyer sur des professionnels ou des associations, comme cela a été le cas pour les deux Plans stratégiques de Turin, afin de ne pas influencer les choix. Tous les acteurs porteurs d'intérêts présents sur le territoire doivent être contactés individuellement, par une approche qui fasse émerger les différents points de vue. Les parties intéressées, appelées aussi *stakeholders*, peuvent être soit identifiées a priori, soit indiquées par les acteurs lors de la phase d'interviews (méthode dite de *boule de neige*). Les rencontres collectives (*ateliers*, *tables de travail*) doivent être organisées dans des lieux non institutionnels ou directement sur le territoire, à l'occasion de visites *in situ*. Il s'impose aussi de communiquer, pendant tout le processus d'élaboration et de mise en œuvre, les résultats et les choix adoptés.

Différentes méthodes sont possibles ; quoi qu'il en soit, le défi d'une démocratie délibérative, dont l'une des méthodes est précisément la participation, consiste à s'engager dans un processus de négociation basé sur un apprentissage partagé.

Maddalena MICHELETTO

Da una decina d'anni, nell'arco alpino, si sono sviluppate diverse esperienze di piani strategici, programmi negoziati, patti territoriali e progetti di sviluppo locale che mettono la partecipazione al centro del loro approccio. Nell'insieme delle leggi nazionali ed europee, le procedure di pianificazione territoriale prevedono un'informazione al pubblico. La partecipazione fa un passo in avanti per ottenere il successo delle scelte di sviluppo sul territorio.

La differenza fra informazione e partecipazione è sostanziale. L'informazione interviene dopo che i decisori politici e i tecnici hanno identificato i problemi, definito gli obiettivi e formulato i progetti. Essa ricerca l'accordo degli abitanti a posteriori, incontrando però delle difficoltà nel trovare degli interlocutori che rappresentino un interesse collettivo; il singolo abitante, infatti, ha tendenza a ragionare in modo individuale. La partecipazione, invece, è un processo che interviene sin dalla fase iniziale di elaborazione di un progetto e lo accompagna lungo tutto il suo percorso di realizzazione. Essa prende in considerazione la mobilitazione della società civile per arrivare ad un progetto condiviso: è dunque l'oggetto principale del processo e non un mezzo per raggiungere un obiettivo predefinito.

La Convenzione europea d'Århus del 1998, che definisce l'accesso alle informazioni, la partecipazione del pubblico ai processi decisionali e l'accesso alla giustizia in materia ambientale, ha integrato una parte dei principi della Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo sostenibile. Essa favorisce la partecipazione, che definisce come un diritto dell'uomo, considerando che il «pubblico» può essere assimilato a una o più persone fisiche e giuridiche.

La partecipazione è quindi uno strumento per mobilitare le risorse economiche, sociali, culturali e ambientali disponibili localmente. E' anche un mezzo per considerare l'insieme dei saperi che permettono

di formalizzare e di legittimare la catena di decisioni necessarie all'elaborazione e alla messa in opera di un piano o di un progetto. Infine, favorendo l'interazione, la partecipazione permette di creare il capitale sociale che costituisce una nuova risorsa per lo sviluppo. Gli attori coinvolti in un processo di partecipazione appartengono tanto al settore pubblico (amministratori, tecnici dell'amministrazione regionale e dei comuni) quanto a quello privato (consulenti, attori economici, associazioni e abitanti).

Mettere a punto un progetto partecipato significa dare peso alla capacità d'interazione tra i diversi attori coinvolti. La struttura o l'ente pubblico che avvia il processo deve anzitutto decidere se segue direttamente le attività o se istituisce un gruppo operativo esterno, il più possibile neutrale. La tendenza oggi è quella di far appoggio a professionisti o associazioni, com'è stato per i due Piani Strategici di Torino, al fine di non influenzare le scelte. Tutti i portatori d'interesse sul territorio devono essere intervistati individualmente, con un approccio che faccia emergere i differenti punti di vista. Le parti interessate, dette *stakeholders*, possono essere sia identificate a priori sia indicate dagli attori durante la fase d'interviste (metodo detto *boule de neige*). Gli incontri collettivi (*ateliers*, *tavoli di lavoro*) dovrebbero svolgersi in luoghi non istituzionali o realizzarsi direttamente sul territorio con visite *in situ*. I risultati e le scelte adottate devono essere comunicati durante tutto il processo di elaborazione e di attuazione.

Se i metodi adottati possono essere diversi, la sfida di una democrazia deliberativa, di cui la partecipazione è uno dei metodi, è l'impegno in un processo di negoziazione basato su un apprendimento condiviso.

Maddalena MICHELETTO



La culture, une ressource

La culture constitue une réalité complexe. A côté des objets matériels qui la rendent perceptible sur le territoire, la culture immatérielle, entendue comme l'ensemble des règles, rites, traditions, savoirs, arts et métiers, qui ont équilibré, au cours des siècles, la vie sur un territoire donné, peuvent devenir aujourd'hui générateur de croissance économique et sociale.

La planification territoriale et le développement local doivent tenir compte, dans leurs stratégies d'action, de la ressource culturelle, entendue ici comme capital humain, pour favoriser l'innovation territoriale.

La cultura, una risorsa

La cultura è un bene complesso. Oltre i beni materiali che la rappresentano visivamente sul territorio, l'aspetto immateriale della cultura, inteso come l'insieme di regole, di riti, di tradizioni e di saperi, di arti e mestieri, che hanno equilibrato nel corso dei secoli il vivere su un territorio, possono diventare oggi generatori di una nuova crescita economica e sociale.

La pianificazione territoriale e lo sviluppo locale devono tener conto, nelle loro strategie di azione, della risorsa culturale, intesa come capitale umano, per favorire l'innovazione territoriale.

Lorsque l'on parle de culture et de développement, ce que l'on entend, le plus souvent, est la possibilité d'utiliser les monuments historiques comme élément d'attraction pour susciter des activités touristiques. Sans vouloir, certes, ignorer cet aspect, il convient de préciser qu'il ne concerne qu'une part minime du poids que la culture peut avoir dans le développement territorial. C'est en effet la culture comme «bien immatériel» qui constitue la véritable potentialité de développement socioéconomique, alors que les biens culturels n'en représentent que les produits matériels et n'ont donc pas en soi de possibilité de vie : extraits et séparés du contexte culturel et territorial qui les a produits, ils deviennent des biens destinés uniquement à la consommation et, en tant que tels, voués à une économie de court terme.

La culture entendue comme bien immatériel comporte, elle, deux aspects qui peuvent être générateurs d'un développement économique et social : la «culture du territoire» et le «patrimoine du savoir».

Pour parler de culture territoriale, nous sommes désormais contraints de faire référence à la société paysanne, car le lien entre population et sol s'est de fait dissout suite au développement industriel. Ce que nous entendons par culture territoriale, en effet, est l'ensemble de connaissances historiques et techniques, de règles et rites sociaux qu'une population a mis sur pied au fil du temps pour construire et conserver un rapport équilibré avec le sol sur lequel elle vit. Coutumes, légendes, tradition orale, toponymie, proverbes que chacun expérimentait et possédait grâce à l'expérience quotidienne du contact avec la terre sont tout autant de manières par lesquelles la société rurale transmettait d'une génération à l'autre la connaissance du lieu, de ses ressources, de ses dangers et de ses fragilités, ainsi que des limites à respecter pour permettre la régénération de ces mêmes ressources. Quand, de la culture rurale, on est passé à la culture urbaine, la culture du territoire a été remplacée par celle «d'entreprise», c'est-à-dire par des liens et valeurs sociaux fondés sur les rapports de production et sur le modèle organisationnel

de l'entreprise. Le sol s'est ainsi retrouvé au second plan, utilisé selon les logiques de consommation propres à une culture industrielle orientée vers le produit et non plus vers le maintien des ressources et de plus en plus déglacée de tout rapport avec le lieu. La culture territoriale est donc un bien éminemment social et constitue une part prépondérante de ce que nous définissons comme «identité locale».

L'autre aspect, le patrimoine du savoir (ou savoir-faire) est en revanche plus nettement individuel, dans la mesure où il comprend les capacités des individus à s'approprier la culture locale et à l'élaborer pour la traduire en projet d'entreprise ; bien que dérivant lui aussi de connaissances et capacités transmises socialement, il représente la manière originale dont chaque individu contribue à la croissance et au changement socioéconomique de l'environnement où il vit.

Culture du territoire et patrimoine de savoirs sont deux aspects que la planification territoriale a redécouverts depuis peu, les définissant comme le capital humain et social d'un territoire, c'est-à-dire comme l'accumulation de ressources susceptibles d'être investies dans le développement local. Dans une société postindustrielle caractérisée par l'innovation, où les mutations surviennent à des rythmes toujours plus rapides, la culture représente l'unique «boussole» capable de maintenir le cap vers une croissance socialement équilibrée qui, au-delà de tout localisme, peut donner aux personnes la capacité de traduire en entreprise ce patrimoine historiquement hérité. En d'autres termes, le développement postindustriel doit se caractériser par une croissance portant, moins que sur les disponibilités économiques, que sur la richesse culturelle, unique ressource susceptible de s'accroître indéfiniment et unique source d'investissement pour l'avenir.

Flaminia MONTANARI

Nella maggior parte dei casi in cui si parla di cultura e sviluppo ci si riferisce alla possibilità di utilizzare i «beni culturali» come elemento di attrazione per suscitare attività turistiche. Senza voler trascurare questo aspetto, che costituisce comunque una possibile risorsa, è bene puntualizzare che questo punto di vista riguarda solo una minima parte del peso che la cultura può avere nello sviluppo territoriale. È infatti la cultura come «bene immateriale» che costituisce la vera potenzialità di sviluppo socioeconomico, mentre i beni culturali non ne rappresentano che i prodotti materiali e di conseguenza non hanno di per sé possibilità di vita: estratti e separati dal contesto culturale e territoriale che li ha prodotti essi diventano beni destinati puramente al consumo, e come tali votati ad un'economia di breve termine.

Vi sono invece due aspetti della cultura intesa come bene immateriale che possono essere generatori di uno sviluppo economico e sociale: la «cultura del territorio» e il «patrimonio di sapere».

Per parlare di cultura territoriale siamo costretti oramai a fare riferimento alla società contadina, poiché il legame tra popolazione e suolo si è di fatto dissolto a partire dallo sviluppo industriale. Per cultura territoriale intendiamo infatti quel complesso di conoscenze storiche e tecniche, di regole e riti sociali, che una popolazione ha stabilito nel tempo per costruire e mantenere un rapporto equilibrato con il suolo su cui vive. Usanze, leggende, tradizione orale, toponimia, proverbi, verificati e fatti propri da ciascuno attraverso l'esperienza del contatto quotidiano con la terra, sono altrettanti modi con cui la società rurale trasmetteva di generazione in generazione la conoscenza del luogo, delle sue risorse, dei suoi pericoli e fragilità, dei limiti da non superare per permettere la rigenerazione delle risorse stesse. Il passaggio dalla cultura rurale alla cultura urbana ha sostituito alla cultura del territorio la cultura «aziendale», cioè dei legami e valori sociali fondati sui rapporti di produzione e sul modello organizzativo dell'impresa. In

questo modo il suolo è passato in secondo piano, utilizzato secondo le logiche di consumo che sono proprie della cultura industriale stessa, orientata al prodotto e non più al mantenimento delle risorse e sempre più svincolata da qualunque rapporto col luogo. La cultura territoriale è quindi un bene a carattere eminentemente sociale, e costituisce parte preponderante di ciò che definiamo come «identità locale».

L'altro aspetto, il patrimonio di sapere (o *savoir-faire*), è invece più marcatamente individuale, essendo costituito dalle capacità dei singoli di far propria ed elaborare la cultura locale per tradurla in progetto di impresa; anch'esso deriva da conoscenze e capacità socialmente trasmesse, ma costituisce il modo originale con cui ciascun individuo contribuisce alla crescita e al cambiamento socioeconomico dell'ambiente in cui vive.

Cultura del territorio e patrimonio di saperi sono due aspetti che solo da poco tempo la pianificazione territoriale ha riscoperto definendoli come capitale umano e sociale di un territorio, cioè l'accumulo di risorse suscettibile di essere investite nello sviluppo locale. In una società postindustriale caratterizzata dall'innovazione, in cui i tempi dei mutamenti si fanno sempre più rapidi, la cultura rappresenta l'unica bussola capace di mantenere la rotta verso una crescita socialmente equilibrata che, al di là di ogni localismo, metta le persone in grado di tradurre in impresa questo patrimonio storicamente ereditato. Lo sviluppo postindustriale deve cioè caratterizzarsi in una crescita non tanto delle disponibilità economiche quanto della ricchezza culturale, unica risorsa che potenzialmente può essere indefinitamente accresciuta e unica fonte d'investimento per il futuro.

Flaminia MONTANARI



ALBORNO A. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Piano Integrato Transfrontaliero Espace Mont-Blanc.

Tourisme et développement

La spécificité territoriale, c'est-à-dire l'offre d'un territoire possédant des caractéristiques homogènes du point de vue environnemental ou culturel, peut devenir une stratégie, sur laquelle fonder de nouveaux projets de développement touristique, concernant à la fois les territoires ayant une vocation touristique et ceux qui cherchent à reconverter une économie agricole ou industrielle.

La définition de labels touristiques à l'échelon d'une vallée ou d'une région urbaine apparaît comme un éventuel moyen de dépasser les modèles traditionnels, fondés sur une offre généraliste à l'intérieur de périmètres administratifs (région, province, commune).

Turismo e sviluppo

La specificità territoriale, ossia l'offerta di un territorio con caratteristiche omogenee in rapporto a un tema, ad esempio quello ambientale o culturale, può divenire una strategia su cui fondare nuovi progetti di sviluppo turistico, sia per territori a forte vocazione turistica sia per quelli alla ricerca di una conversione di un'economia agricola o industriale.

La definizione di marchi turistici, in una valle o in una regione urbana, potrebbe essere uno dei modi per superare gli schemi tradizionali, basati su un'offerta generalizzata all'interno di perimetri amministrativi (regione, provincia, comune).

L'examen du marché touristique montre que l'une des stratégies les plus efficaces pour développer et renforcer une économie touristique sur un territoire donné consiste à créer et appliquer un Label Territorial Touristique.

Prenons un territoire, ne correspondant pas nécessairement à un découpage institutionnel spécifique, mais présentant des caractéristiques homogènes du point de vue environnemental, historique, architectural, ou culturel. Adopter un Label équivaut à lui assigner une image et, par conséquent, à construire une offre touristique sur la base d'une des spécificités du territoire. En d'autres termes, cela signifie favoriser le développement et la promotion d'attracteurs et de services touristiques caractérisés par une forte spécificité, pour aboutir à une offre touristique nouvelle, identifiable sur le marché. Pour la communication de la nouvelle offre touristique, il est également prévu d'étudier un logo destiné à «étiqueter» les attracteurs, services et produits touristiques du territoire relevant du thème du Label.

Il convient de préciser qu'un territoire donné peut être intéressé par plusieurs Labels Touristiques et, par conséquent, bénéficier d'actions de promotion et de développement touristique portant sur diverses thématiques. Non seulement il n'y a pas risque de confusion entre les produits proposés, mais il peut exister des effets cumulatifs entre les diverses actions de promotion, ce qui peut déboucher sur une augmentation des parts de marché.

Le concept de Label se propose comme une alternative à l'approche institutionnelle historique qui consiste à raisonner sur deux types d'offre touristique : l'offre «administrative», qui se rapporte à un territoire doté d'une identité institutionnelle quelconque (région, province, commune, ...); l'offre «holistique», qui se présente comme destination dotée d'une multiplicité de thèmes d'intérêt touristique. Ce type de proposition suscite essentiellement deux réactions de la

part du touriste potentiel, la difficulté à reconnaître la destination touristique et un sentiment de non authenticité, et se traduit, en fin de compte, par une diminution de l'attractivité des lieux.

L'utilisation d'un Label Territorial Touristique peut être efficace aussi bien pour les territoires à forte vocation touristique que pour les territoires qui cherchent à développer une économie dans ce secteur. Pour les premiers, porteurs d'offres touristiques consolidées, mais souvent statiques et souffrant de la concurrence extérieure, une telle stratégie peut favoriser la différenciation des offres. Elle peut par ailleurs ouvrir la voie à des démarches de renouvellement et à des synergies capables de mieux répartir les présences touristiques au cours de l'année (d'où des avantages en termes d'organisation, d'économie et d'amélioration de la structure sociale du territoire). Pour les nouveaux territoires touristiques, elle peut favoriser le développement d'une offre cohérente, pouvant être reconnue par le marché (d'où des avantages à la fois sur les plans promotionnels et économiques). Enfin, elle peut aider à récupérer des identités et cultures qui, souvent devenues l'apanage de groupes restreints, semblent vouées à la muséification, sinon à la disparition.

Au-delà des motivations strictement techniques, la recherche d'un Label Territorial Touristique peut constituer une expérience importante pour une communauté, dans la mesure où elle implique un moment de dialogue, de confrontation et de redécouverte d'une identité commune (pouvant dépasser les limites provinciales, régionales et nationales), créant ainsi de nouvelles relations culturelles et sociales, susceptibles de favoriser des nouvelles opportunités de croissance économique et sociale pour les communautés territoriales.

Stefano ROLETTI

L'esame del mercato turistico mostra come una delle strategie più efficaci per lo sviluppo e il rafforzamento di un'economia turistica di un territorio sia rappresentata dall'ideazione e dall'applicazione di una Marca Territoriale Turistica.

In un territorio che non corrisponde necessariamente ad un'ambito amministrativo, ma che presenta caratteristiche omogenee dal punto di vista ambientale, storico, architettonico o culturale, adottare una Marca equivale ad assegnargli un'immagine e, di conseguenza, a costruire un'offerta turistica prevalente attorno ad un tema specifico. In altre parole significa favorire lo sviluppo e la promozione di attrattori e servizi turistici caratterizzati da una forte specificità, determinando così la creazione di una nuova offerta turistica ben riconoscibile sul mercato. La comunicazione della nuova offerta turistica dovrà avvenire anche attraverso la progettazione di un logo destinato a «etichettare» attrattori, servizi e prodotti turistici del territorio coerenti con il tema della Marca.

Occorre precisare che un territorio può essere interessato da più Marche e quindi beneficiare di azioni di promozione e di sviluppo turistico basate su diversi temi; non solo non vi è il rischio di confusione tra i differenti prodotti offerti, bensì si ottengono effetti cumulativi tra le diverse azioni di promozione con il risultato di un aumento delle quote di mercato.

Il concetto della Marca supera l'approccio istituzionale storico al tema del turismo, approccio secondo il quale si «ragiona» su un'offerta turistica «amministrativa» ossia riferita ad un territorio dotato di qualche identità amministrativa (regione, provincia, comune,...) e su un'offerta turistica «olistica» ossia caratterizzata dal proporsi come destinazione dotata di una molteplicità di temi di interesse turistico. Tale proposta determina essenzialmente due reazioni dalla parte del potenziale turista: la non riconoscibilità della destinazione turistica e una

sensazione di non autenticità, con il complessivo effetto di calo dell'*appeal* del luogo.

L'uso di una Marca Territoriale Turistica può risultare efficace sia per i territori a forte vocazione turistica sia per i territori alla ricerca dello sviluppo di un'economia turistica. Per i primi, che hanno un'offerta consolidata forte e matura ma spesso statica e in sofferenza per la concorrenza esterna, una tale strategia può favorire una differenziazione dell'offerta. Inoltre essa crea stimoli di rinnovamento e sinergie in grado di «linearizzare» le presenze turistiche nel corso dell'anno, con conseguenti vantaggi in termini organizzativi, economici e di miglioramento della struttura sociale del territorio. Per i nuovi territori turistici può favorire lo sviluppo di un'offerta coerente, riconoscibile dal mercato, con conseguenti vantaggi sia in termini promozionali sia economici. Non ultimo può favorire il recupero d'identità e di culture che spesso sono appannaggio di pochi e quindi destinate alla «museificazione» e alla scomparsa.

Al di là delle motivazioni strettamente tecniche, la ricerca di una Marca Territoriale Turistica può costituire un'importante esperienza per una comunità, costituendo un momento di dialogo, confronto e riscoperta di un'identità comune, identità che può superare i confini provinciali, regionali e nazionali, creando così nuove relazioni culturali e sociali, tali da favorire nuove opportunità di crescita economica e sociale per le comunità territoriali.

Stefano ROLETTI



MICHELETTO M. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

Planification territoriale et coopération

Aujourd'hui, la planification territoriale se trouve de plus en plus confrontée à la nécessité de résoudre des problèmes et de définir des projets de développement qui concernent le plus souvent des territoires d'*area vasta*. Elle doit réfléchir à des stratégies de gouvernance territoriale fondées sur de nouvelles formes de coopération.

La coopération intercommunale, la recherche d'accords entre Région et communes, le partenariat public-privé constituent autant de moyens pour promouvoir une gestion supracommunale des ressources et mettre au point des projets intégrés.

Pianificazione territoriale e cooperazione

Oggi la pianificazione territoriale si trova sempre più confrontata con la necessità di risolvere problematiche e a definire progetti di sviluppo che spesso riguardano dei territori d'*area vasta*. Essa deve riflettere a strategie di *governance* territoriale basate su delle nuove forme di cooperazione.

La cooperazione intercomunale, la ricerca di accordi tra Regione e comuni, il partenariato pubblico-privato, costituiscono i modi per promuovere una gestione sovralocale delle risorse e definire dei progetti integrati.

Le Plan Territorial Paysager (PTP) de la Vallée d'Aoste prévoit deux échelles de planification : régionale et communale, le rôle de la Région étant de vérifier l'adéquation entre les plans locaux (Plans Régulateurs Généraux Communaux prenant en compte les aspects urbanistiques et paysagers) et les normes du Plan régional.

Il n'est pas toujours possible d'aborder les problématiques territoriales et les projets de développement sur la base de ces deux seules échelles, car il s'impose parfois de gérer les processus socioéconomiques à des échelles intermédiaires, pouvant intéresser les territoires de plusieurs communes. A ce propos, l'on peut citer la préservation des territoires agricoles au sein des aires urbanisées, la requalification du système des espaces naturels, le développement des réseaux de mobilité douce ou l'aménagement des zones commerciales et productives. Ces thèmes sont aujourd'hui traités dans le cadre des politiques régionales ou de projets financés par des fonds européens ou nationaux. Les communes n'ont pas la possibilité juridique de coopérer pour mettre en place des plans stratégiques intégrés de développement territorial.

Le Plan Territorial Paysager prévoit une série de projets et programmes intégrés, à l'échelon régional ou infrarégional, impliquant la mise en valeur et le développement de certains milieux territoriaux. Seuls quelques-uns parmi ceux d'importance régionale ont été menés à terme (Bard, le Valdigne avec le projet Espace Mont-Blanc). Pour les autres projets, dont certains ne sont peut-être plus d'actualité aujourd'hui, il est prévu un partenariat entre acteurs locaux et régionaux, parfois élargi aux opérateurs privés.

La planification territoriale doit réfléchir à de nouvelles formes de coopération entre les administrations communales, d'une part pour promouvoir une gestion supra-locale des ressources territoriales, de l'autre pour définir des projets de développement local. Quant à la mise en place pratique de ces proces-

sus, il convient d'observer la démarche de certaines régions italiennes qui, depuis environ dix ans, ont modifié leur législation en matière de gouvernement du territoire.

Les régions du centre de l'Italie ont, par exemple, approuvé des réformes législatives (une référence pour la planification et l'urbanisme italien), en donnant aux collectivités locales et aux administrations régionales et provinciales la possibilité de coopérer activement pour étudier et mettre en œuvre les plans territoriaux. Les plans sont élaborés au travers des *Conferenze di pianificazione* où dialoguent les élus locaux et provinciaux (et parfois même régionaux) et au sein desquelles se font les choix en matière de développement.

Les orientations de développement du Plan territorial sont mises en œuvre au niveau d'unions (ou d'associations) de communes, dans le cadre des *Piani Strutturali Comunali* (le volet stratégique de l'ancien *Piano Regolatore*) élaborés sur la base d'une démarche associée, ce qui permet d'encourager la mise en place de projets partagés pour l'aménagement des parcs d'activités. La définition du projet et la répartition des coûts et des ressources prévoient la signature d'un Accord territorial. La coopération entre communes, qui prend place au travers de contrats, plutôt que par la création de nouvelles institutions, devient le mode privilégié pour mettre en œuvre les orientations de développement à l'échelle supra-locale. Ce genre d'approche pourrait être utilisé pour relancer les projets territoriaux à grande échelle, qui sont prévus par le Plan Territorial de la Vallée d'Aoste, ou pour en construire de nouveaux sur la base des initiatives de développement des administrations locales.

Maddalena MICHELETTO

Il Piano Territoriale Paesistico (PTP) della Valle d'Aosta prevede due scale di pianificazione: quella regionale e quella comunale. Il ruolo della Regione è di verificare l'adeguamento dei piani locali (Piani Regolatori Generali Comunali Urbanistici e Paesaggistici) con le norme del Piano regionale.

Le problematiche territoriali e i progetti di sviluppo non possono sempre essere affrontati a queste due sole scale. In particolare sussistono esigenze di gestire dei processi socioeconomici a scale intermedie che spesso possono prendere in considerazione i territori di più comuni. Ne fanno da esempio le esigenze di preservazione dei territori agricoli all'interno delle aree urbanizzate, la riqualificazione del sistema del verde, lo sviluppo delle reti della mobilità dolce o la progettazione delle aree commerciali e produttive. Ad affrontare questi temi sono oggi le politiche regionali di settore o l'attuazione di progetti attraverso dei fondi europei o statali. I comuni non hanno la possibilità giuridica di aggregarsi per sviluppare piani strategici integrati di sviluppo territoriale.

Nel Piano Territoriale Paesistico è indicata una serie di progetti e programmi integrati di rilievo regionale o infraregionale che prevedono la valorizzazione e lo sviluppo di ambiti territoriali. Di questi solo alcuni di rilievo regionale sono stati avviati (Bard, la Valdigne con il progetto Espace Mont-Blanc). Per gli altri progetti, oggi forse non tutti attuali, è previsto un partenariato tra attori locali e regionali, a volte allargato agli operatori privati.

La pianificazione territoriale deve riflettere per dare la possibilità a nuove forme di cooperazione tra le amministrazioni comunali, da un lato per promuovere una gestione sovralocale delle risorse territoriali, dall'altro per definire dei progetti di sviluppo locale. Per comprendere come questi processi possono essere realizzati, occorre dare uno sguardo ad alcune regioni italiane che da circa un

decennio hanno modificato la loro legislazione in materia di governo del territorio.

Le regioni del centro Italia hanno approvato riforme della loro legislazione, un riferimento per la pianificazione e l'urbanistica italiana, dando la possibilità di una cooperazione attiva tra enti locali e amministrazioni regionali e provinciali, per lo studio e l'attuazione dei piani territoriali. I piani sono elaborati attraverso le Conferenze di pianificazione in cui dialogano eletti locali e provinciali (a volte anche regionali) e all'interno delle quali si decidono le scelte di sviluppo.

Gli indirizzi di sviluppo del Piano territoriale sono attuati al livello di unioni (o associazioni) di comuni, nel quadro di Piani Strutturali Comunali (la parte strategica dell'ex Piano Regolatore) elaborati in modo associato, che sono l'occasione di incentivare dei progetti condivisi per la sistemazione delle aree produttive. La definizione del progetto, la ripartizione dei costi e delle risorse, si realizza tramite la firma di un Accord territorial. La cooperazione tra comuni, attraverso dei contratti, piuttosto che la creazione di nuove istituzioni, diventa il modo privilegiato per attuare gli indirizzi di sviluppo a scala sovralocale. Quest'approccio potrebbe essere mobilizzato per rilanciare i progetti territoriali d'area vasta che sono previsti nel Piano Territoriale della Valle d'Aosta, oppure per costruirne di nuovi sulla base delle iniziative di sviluppo delle amministrazioni locali.

Maddalena MICHELETTO



MICHELETTO M. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

L'agriculture urbaine

Avec la *città diffusa*, l'agriculture est devenue une activité urbaine, qui n'occupe plus des zones situées à l'extérieur de la ville, mais des bandes de terre plus ou moins étroites selon la pression de l'urbanisation. Elle joue un rôle dans la stabilité hydrogéologique des sols et dans la création des corridors écologiques qui constituent les traits d'union entre les réservoirs de naturalités (massifs montagneux) et les espaces verts urbains.

La planification territoriale et urbaine doit prévoir une protection des terres nécessaires à la promotion d'une agriculture de proximité, qui garantisse la fourniture d'une alimentation de qualité.

L'agricoltura urbana

Con la città diffusa, l'agricoltura è diventata un'attività urbana, che non occupa più zone situate all'esterno della città ma interstizi costituiti da fasce di terra più o meno strette secondo la pressione dell'urbanizzazione. Svolge un ruolo per la stabilità idrogeologica dei suoli e per la creazione dei corridoi ecologici che costituiscono i *traits-d'union* tra i serbatoi di naturalità (massicci montuosi) e gli spazi verdi urbani.

La pianificazione territoriale e urbana deve prevedere una protezione delle terre necessarie alla promozione di un'agricoltura a «kilometro zero», indirizzata alla fornitura di un'alimentazione di qualità.

Avec la diffusion de l'urbanisation, l'agriculture est devenue une activité urbaine, au même titre que l'industrie, le commerce, les services, avec lesquels elle partage un même territoire. Les nouvelles formes d'urbanisation, au premier rang desquelles la *città diffusa*, sont constituées par la juxtaposition d'anciens villages ruraux, de lotissements de maisons individuelles, d'espaces commerciaux, de zones productives, de grandes infrastructures de déplacements et d'espaces naturels, agricoles et forestiers. Aujourd'hui, l'agriculture occupe non plus des espaces situés à l'extérieur de la ville, mais des interstices, constituées de bandes de terres plus ou moins étroites selon la pression de l'urbanisation.

Dans les vallées alpines, plus particulièrement à proximité des petites villes, à l'image d'Aoste, ou des bourgs, à l'image de Châtillon, Saint-Vincent, Verrès ou Pont-Saint-Martin, cette agriculture urbaine est représentée par des cultures spécialisées (vigne et vergers), bénéficiant souvent d'Appellations d'Origine Contrôlée, par du maraîchage, par des jardins potagers d'agrément, comme par des activités plus traditionnelles d'élevage. Cette agriculture occupe une place centrale au sein de ce que les spécialistes de l'écologie des paysages et de la planification territoriale ont coutume d'appeler les systèmes environnementaux, car les terres qu'elles exploitent assurent bien souvent la liaison entre d'une part les réservoirs de naturalité que sont les massifs, couverts de forêts et de pâturages, et d'autre part les espaces verts urbains. Elle joue un rôle dans la structuration d'un paysage, auquel elle offre ses haies, ses bouquets d'arbres, ses canaux d'irrigation, ses terrasses, ses murets de pierres sèches et ses constructions traditionnelles. Elle joue enfin avant tout un rôle de préservation du territoire contre les risques naturels.

Même si l'ensemble, du moins la très grande majorité des acteurs sociaux soit d'accord pour souligner l'importance de l'agriculture dans la conservation du paysage et la préservation de la biodiversité, sa pé-

rennité est loin d'assurer. Les exploitants doivent en effet faire face au désir des propriétaires de valoriser leur patrimoine foncier en le transformant en terrains à bâtir. L'avenir des exploitants dépend autant de la protection par les Plans régulateurs des espaces agricoles (terres cultivables plates, coteaux ensoleillés propices à la viticulture, pâturages d'intersaison, rus), nécessaires au maintien des fermes existantes et à l'installation des nouveaux agriculteurs que de politiques de soutien à des produits de niche, permettant la mise en valeur des versants. Mais par ailleurs, l'agriculture doit être en mesure de trouver de nouvelles proximités avec une clientèle urbaine, de plus en plus à la recherche de la qualité des produits alimentaires, ainsi qu'en témoigne le succès en Italie, comme dans le reste de l'Europe, des foires ou des salons du goût.

La reconversion d'une partie des exploitations dans l'agriculture biologique, la mise en place de labels permettant de connaître l'origine des produits, la création d'ateliers de transformation (fromagerie, charcuterie...) au sein même des exploitations, les ventes à la ferme, le développement des circuits courts, la modernisation des marchés et leur spécialisation dans le commerce de produits locaux, le développement de l'accueil et de la restauration à la ferme, apparaissent comme autant de pistes à explorer à l'intérieur d'un projet global de développement local qui voit dans l'agriculture de proximité non seulement la garantie d'une alimentation de qualité, mais aussi un moyen de sauvegarde, dans les plaines et les fonds de vallée urbanisés, de corridors écologiques, qui constituent un élément d'importance pour la préservation de la faune et de la flore.

Gilles NOVARINA

Con la diffusione dell'urbanizzazione, l'agricoltura è diventata un'attività urbana, così come l'industria, il commercio, i servizi, con i quali condivide il medesimo territorio. Le nuove forme d'urbanizzazione, prima fra tutte la città diffusa, sono costituite dalla giustapposizione di antichi villaggi rurali, lottizzazioni di villette monofamiliari, aree produttive o commerciali, e spazi naturali, agricoli o forestali. Oggi l'agricoltura non occupa più zone situate all'esterno della città ma interstizi costituiti da fasce di terra, più o meno strette, secondo la pressione dell'urbanizzazione.

Nelle valli alpine, in particolare nei pressi delle piccole città, come Aosta, o dei paesi, come Châtillon, Saint-Vincent, Verrès o Pont-Saint-Martin, l'agricoltura urbana è rappresentata da coltivazioni specializzate (vigneti e frutteti), spesso a Denominazione d'Origine Controllata, orticoltura, orti familiari, nonché da attività più tradizionali quali l'allevamento. Questo tipo d'agricoltura occupa un ruolo centrale all'interno di ciò che gli specialisti dell'ecologia del paesaggio e della pianificazione territoriale definiscono abitualmente «sistemi ambientali», poiché le terre utilizzate rappresentano molto spesso un *trait-d'union* tra i serbatoi naturalistici (i massicci montuosi), coperti da boschi e pascoli, e le aree verdi urbane. Essa oltre a svolgere un ruolo nella strutturazione del paesaggio, cui offre siepi, filari d'alberi, canali d'irrigazione, terrazzamenti, muretti a secco e costruzioni tradizionali, è anzitutto un elemento indispensabile per la salvaguardia del territorio contro i rischi naturali.

Anche se la maggior parte degli attori sociali è d'accordo nel sottolineare l'importanza dell'agricoltura per la conservazione del paesaggio e la salvaguardia della biodiversità, la sua sopravvivenza non è per nulla garantita. Gli agricoltori devono far fronte al desiderio dei proprietari di valorizzare il loro patrimonio fondiario trasformandolo in area edificabile. Il futuro degli agricoltori dipende

sia dalla protezione attraverso i Piani Regolatori delle zone agricole (terre coltivabili pianeggianti, versanti collinari esposti al sole e favorevoli alla viticoltura, pascoli interstagionali, rus), necessarie al mantenimento delle aziende esistenti e all'installarsi di nuovi agricoltori, sia da politiche a sostegno dei prodotti di nicchia che permettono la valorizzazione dei versanti. L'agricoltura deve inoltre essere anche in grado di trovare nuove affinità con una clientela urbana sempre più alla ricerca della qualità dei prodotti alimentari, come testimonia il successo in Italia, ma anche nel resto d'Europa, delle fiere o dei saloni del gusto.

La riconversione di una parte delle aziende in un'agricoltura biologica, l'ideazione di marchi che consentano di conoscere l'origine dei prodotti, la creazione di laboratori di trasformazione (caseifici, salumifici...) all'interno di queste stesse aziende, la vendita diretta, lo sviluppo delle filiere corte, la promozione dell'agriturismo sono tutti elementi da esplorare all'interno di un progetto globale di sviluppo locale che vede nell'agricoltura a «kilometro zero» non solo la garanzia di un'alimentazione di qualità, ma anche un mezzo di tutela, nelle pianure e nei fondovalle urbanizzati, dei corridoi ecologici che rappresentano un elemento fondamentale per la preservazione della fauna e della flora.

Gilles NOVARINA



LUSITO S. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Progetto CAPACities .

Communication et dialogue

Les représentations graphiques ont de tout temps constitué un outil privilégié pour les urbanistes, leur permettant à la fois de mieux comprendre le territoire qu'il observent et de communiquer leur pensée. Dans le monde contemporain, les urbanistes doivent intégrer, dans de nouvelles visualisations, la mobilité et la fragmentation.

Les nouvelles images qu'ils produisent rendent compte d'un ensemble de possibles, qui constitue l'ossature du projet et qui ouvre aux acteurs un espace de négociation des programmes et des lieux du projet.

Comunicazione e dialogo

Le rappresentazioni grafiche sono sempre state uno strumento privilegiato per gli urbanisti, consentendo di comprendere meglio il territorio che osservano e di comunicare il loro pensiero. Nella realtà odierna, i pianificatori devono integrare in nuove rappresentazioni la mobilità e la frammentazione.

Le nuove immagini che producono riflettono una serie di possibilità, che costituiscono l'ossatura del progetto e che lasciano uno spazio agli attori coinvolti di negoziare dei programmi e dei luoghi di progetto.

Pour communiquer et dialoguer sur un territoire, les urbanistes développent un savoir-faire dans les représentations graphiques pour figurer, comprendre et intégrer les changements en cours. En effet, l'urbaniste contemporain ne pense plus le territoire, comme un objet simple, il le pense comme une multitude humaine riche de mouvements, qu'il s'agisse de mouvements dans la société, qui modifient les rôles des individus ou de mouvements des personnes, des informations et des biens qui modifient les structures économiques en place. Et face à cette complexité, le dessin accomplit deux fonctions. D'une part, il matérialise la pensée, ce qui donne l'occasion à l'urbaniste de mieux comprendre ce qu'il observe. D'autre part, il communique la pensée, ce qui permet aux partenaires de l'urbaniste de ne pas rester indifférent face à ses propositions.

Aujourd'hui, les urbanistes développent et présentent leurs idées, concepts et propositions avec des techniques qui s'étendent des schémas, des cartes et des plans jusqu'aux visualisations photographiques et informatiques. Ces modes de représentations sont les outils de l'analyste comme du concepteur, leur utilisation nécessite et stimule une dextérité importante, car cette dextérité donne la capacité de saisir l'essence d'un concept et elle permet de travailler les idées connexes. Ces modes de représentations offrent également une lecture accessible du projet et favorisent grandement la discussion et la concertation pour un partenariat entre les décideurs, les fabricants et les utilisateurs du projet. Les visualisations numériques, tout comme les maquettes mettent en résonance de nouvelles sensations proches de la réalité. Quand elles sont bien réalisées, les maquettes, réelles ou virtuelles, proposent des représentations dont la simplicité facilite l'appropriation par les élus et les habitants, puis les dialogues et les négociations sur l'évolution du projet.

L'histoire de l'urbanisme montre que les images ont toujours accompagné le projet. Cependant les certi-

tudes des générations précédentes sont remises en question du fait de l'accélération des mutations territoriales et urbaines. L'introduction de concepts dans les projets, tels que la mobilité ou la fragmentation, oblige les urbanistes à travailler sur de «nouvelles visibilitées». Aujourd'hui, ces nouvelles visualisations proposent un ensemble de possibles qui constitue l'ossature du projet et qui laisse aux acteurs le temps de négocier les programmes et les lieux du projet. Les représentations contemporaines travaillent sur la conjugaison des échelles temporelles et spatiales que le projet doit intégrer sur des espaces qui ne se limitent plus à des périmètres précis dotés de programmes figés. Pour cela, les urbanistes ne présentent plus une illustration idéalisée d'un projet qui ne se réalisera pas en l'état, en revanche, ils utilisent les représentations graphiques du projet, d'une part, pour évaluer sa compatibilité avec les structures matérielles et physiques du territoire ; et d'autre part, pour faire partager ses potentialités et ses virtualités. Désormais l'élaboration des projets contemporains nécessite de renoncer à les regarder comme des projets définitifs, mais d'accepter de les considérer comme des propositions provisoires s'inscrivant dans une démarche en cours de fabrication, négociée avec l'ensemble des acteurs.

Natacha SEIGNEURET

Per comunicare e dialogare su un territorio, gli urbanisti sviluppano nelle rappresentazioni grafiche un *savoir-faire* atto a presentare, comprendere ed integrare i cambiamenti in corso. L'urbanista contemporaneo, infatti, non pensa più al territorio come ad un oggetto semplice, ma piuttosto come ad una moltitudine umana ricca di movimenti: movimenti nella società che modificano il ruolo degli individui o movimenti di persone, informazioni e beni che modificano le strutture economiche in atto. Di fronte a tale complessità, il progetto svolge due funzioni: da una parte materializza il pensiero, per consentire all'urbanista di comprendere meglio ciò che osserva, dall'altra, lo comunica per permettere ai *partners* dell'urbanista di non restare indifferenti rispetto alle sue proposte.

Oggi, per sviluppare e presentare idee, concetti e proposte, gli urbanisti si avvalgono di tecniche quali schemi, carte, piani, visualizzazioni fotografiche ed informatiche. Tali forme di rappresentazione sono strumenti che appartengono sia all'analista che al progettista ed il loro utilizzo richiede e stimola una notevole destrezza, che insegna a cogliere l'essenza di un concetto e permette di lavorare su una rete d'idee collegate tra loro. Esse offrono altresì una lettura accessibile del progetto e permettono ampiamente la discussione e la concertazione ai fini dell'avvio di un partenariato tra decisori, produttori ed utenti del progetto. Le visualizzazioni digitali, così come i plastici, mettono in risonanza nuove sensazioni, vicine alla realtà. Quando ben realizzati, i plastici, reali o virtuali, propongono delle rappresentazioni la cui semplicità facilita l'appropriazione da parte di amministratori e abitanti nonché il dialogo e le negoziazioni sull'evoluzione del progetto.

La storia dell'urbanistica mostra che le immagini hanno sempre accompagnato il progetto. Le certezze delle generazioni precedenti sono tuttavia rimesse in discussione per via dell'accelerazione delle trasformazioni territoriali ed urbane. L'introduzione

di concetti, quali la mobilità o la frammentazione, costringe gli urbanisti a lavorare su «nuove visibilità». Oggi queste nuove visualizzazioni propongono un insieme di possibilità che rappresentano l'ossatura del progetto e che lasciano agli attori il tempo di negoziare i programmi ed i luoghi del progetto stesso. Le rappresentazioni contemporanee lavorano sulla coniugazione delle scale temporali e spaziali che il progetto deve inserire su spazi che non corrispondono più a perimetri precisi dotati di programmi rigidi. Per questa ragione gli urbanisti non presentano più quell'illustrazione idealizzata del progetto impossibile da realizzare tale e quale, ma utilizzano le sue rappresentazioni grafiche sia per valutarne la compatibilità con le strutture materiali e fisiche del territorio, sia per farne condividere le potenzialità e virtualità. L'elaborazione di progetti contemporanei richiede ormai di rinunciare a ritenerli definitivi, e di considerarli invece proposte provvisorie che s'inseriscono in un processo *en cours de fabrication* negoziato con l'insieme dei soggetti interessati.

Natacha SEIGNEURET

Bibliographie

Bibliografia

- BAGNASCO A., *Società fuori squadra*, Bologna, Il Mulino, 2003.
- BAGNASCO A., COURLET C., NOVARINA G., *Sociétés urbaines et nouvelle économie*, Paris, L'Harmattan, 2010.
- BATZING W., *Le Alpi. Una regione unica al centro dell'Europa*, Torino, Bollati Boringhieri, 2005.
- BOBBIO L., *La democrazia non abita a Gordio. Studio sui processi decisionali politico-amministrativi*, Milano, F. Angeli, 1996.
- Convenzione sull'accesso alle informazioni, la partecipazione del pubblico ai processi decisionali e l'accesso alla giustizia in materia ambientale*, Århus, Danimarca, 25 giugno 1998.
- FORESTER J., « Bridging Interests and Community: Advocacy Planning and the Challenges of Deliberative Democracy », *Journal of American Planning Association*, 1994, pp 153-158.
- FOURNIAU E., « La sélection des participants dans les dispositifs de démocratie participative : un citoyen plus amateurs qu'ordinaire », Colloque « *Sélection des acteurs et des instruments de l'action publique* », SAIAP, Lyon, 2008.
- INDOVINA F., a cura di, *Il territorio derivato*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- NOVARINA G., « L'intérêt général : de nouvelles exigences. Débat autour d'une autoroute », *Intercommunalité et intérêt général, Les Annales de la Recherche Urbaine*, 2005, N°99, pp 7-13.
- PECQUEUR B., *Le développement local*, Paris, La Découverte & Syros, 2000.
- TRIGILIA C., *Sviluppo locale. Un progetto per l'Italia*, Roma, Bari, Laterza, 2005.



ALBORNO A. Reportage fotografico realizzato nel quadro del Piano Integrato Transfrontaliero Espace Mont-Blanc.

Auteurs

Maddalena MICHELETTI

Responsable du Management du Projet CAPACities pour l'Assessorat du Territoire et de l'Environnement. Elle a fondé l'agence italo-française TERRITORIO, spécialisée dans la planification territoriale et le développement local.

Flaminia MONTANARI

Pendant plusieurs années, elle a travaillé au sein de l'administration régionale. Aujourd'hui elle participe au groupe de travail de l'Écomusée Walser.

Gilles NOVARINA

Représentant de l'Institut d'Urbanisme de Grenoble au sein du Projet CAPACities. Il a abordé la question du rapport entre urbanisation et agriculture et sa prise en compte dans les choix de développement.

Stefano ROLETTI

Spécialiste du développement touristique, consultant d'institutions publiques et privées et de la société Recherche&Progetti de Turin. Dans le cadre du Projet CAPACities, il a participé aux études de l'aire pilote de la Communauté de montagne Walser-Haute Vallée du Lys, pour le compte de l'Assessorat du Territoire et de l'Environnement.

Natacha SEIGNEURET

Ingénieure de recherche à l'Institut d'Urbanisme de Grenoble. Elle a collaboré avec l'agence TERRITORIO pour la réalisation d'une partie des documents de communication du Projet CAPACities.

Autori

Maddalena MICHELETTI

Responsabile del Management del Progetto CAPACities per l'Assessorato Territorio e Ambiente. Ha fondato l'agenzia italo-francese TERRITORIO, specializzata nella pianificazione territoriale e nello sviluppo locale.

Flaminia MONTANARI

Per molti anni ha lavorato nell'amministrazione regionale. Oggi partecipa al gruppo di lavoro dell'Écomuseo Walser.

Gilles NOVARINA

Rappresentante dell'Istituto di Urbanistica di Grenoble nel Progetto CAPACities. Ha affrontato il tema del rapporto tra urbanizzazione e agricoltura nelle scelte di sviluppo.

Stefano ROLETTI

Specialista di sviluppo turistico, consulente di istituzioni pubbliche e private e della società Recherche&Progetti di Torino. Nel Progetto CAPACities, ha partecipato agli studi dell'area pilota della Comunità montana Walser-Alta valle del Lys, per conto dell'Assessorato Territorio e Ambiente.

Natacha SEIGNEURET

Ricercatrice presso l'Istituto di Urbanistica di Grenoble. Ha collaborato con l'agenzia TERRITORIO per la realizzazione di alcuni documenti di comunicazione del Progetto CAPACities.



Région Autonome
Vallée d'Aoste
Regione Autonoma
Valle d'Aosta

Assessorat du Territoire
et de l'environnement
Assessorato Territorio
e Ambiente



Regione autonoma Valle d'Aosta
Assessorato Territorio e Ambiente
Loc. Grand Chemin, n. 34
11020 SAINT-CHRISTOPHE (AO)
Tel. 0039/0165/27 21 00
Telefax 0039/0165/27 21 19

Traduzioni a cura di
INTRALP Aosta e Maddalena MICHELETTO
Stampa
Tipografia TESTOLIN, Sarre
Grafica
Natacha SEIGNEURET