



CHATILLON QUALE FUTURO

*“Non possiamo pretendere che le cose cambino se continuiamo a farle nello stesso modo.
E' la crisi a portare il progresso, perché nella crisi nascono l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie. L'unica crisi minacciosa è la tragedia di non voler lottare per superarla.”*

Albert Einstein

1 PREMESSA

1.1 CHI SIAMO

Dall'evidente situazione di crisi demografica ed economica che il Comune di Chatillon sta vivendo, con uno spopolamento che in 13 anni ha visto una riduzione percentuale negativa del 13%, unitamente alla chiusura di moltissime attività economiche soprattutto concentrate nel suo centro storico (Chameran e Borgo), si è costituito un gruppo spontaneo di cittadini che si è fatto queste domande:

“è possibile fermare il declino che Chatillon sta attraversando ? con quali azioni ?

Lo spopolamento dei piccoli comuni e la desertificazione commerciale sono problemi che interessano moltissimi comuni italiani e non solo. Affrontare queste problematiche è sicuramente un compito che compete prioritariamente alle istituzioni che hanno ruolo di governo, ma crediamo che anche il semplice cittadino possa fare la sua parte.

Ed è su questa semplice considerazione che un gruppo di circa 10 persone, diverse per età ed esperienza lavorativa, ha trovato le motivazioni per sedersi intorno ad un tavolo con lo scopo di analizzare le ragioni del declino del paese e di individuare possibili soluzioni per la sua rivitalizzazione.

Considerato che il periodo di conclusione della prima parte del lavoro del gruppo sarebbe coincisa con il periodo di rinnovo dell'amministrazione comunale tra i presupposti per aderire al comitato nato spontaneamente poco più di un anno fa c'era quello di non avere ambizioni di tipo elettorale, per ovvie ragioni di opportunità e correttezza.

Un altro presupposto che abbiamo voluto rispettare nell'analisi delle cause della crisi di Chatillon è stato quello di non aprire sterili “processi” riguardanti azioni e/o comportamenti delle amministrazioni comunali attuali e del passato, bensì lavorare con un intento propositivo e non critico.

1.2 FINALITA' DEL FOCUS GROUP

I membri di questo gruppo di lavoro, che si è costituito in un Comitato denominato “Chatillon LAB”, credono fortemente che il dialogo e il confronto tra le differenti parti che compongono la comunità sia un elemento di forza utile per fare fronte a situazioni complesse, periodi di crisi, di disaffezione al territorio o di degrado cittadino. Al di là dei differenti interessi e delle diverse visioni che ogni cittadino possiede, pensiamo che l'azione di persone attive, e libere da interessi specifici, che decidono di riunirsi spontaneamente e provano a proporre idee o progetti per quella che potrà essere la futura azione amministrativa sia un elemento di ricchezza e quindi da valorizzare.

L'attività del gruppo è quindi da considerarsi un cantiere aperto che non si esaurisce con questo primo lavoro bensì si apre a nuove collaborazioni e futuri inserimenti in grado di arricchire il percorso fin qui intrapreso.

1.3 OUTPUT DEL PERCORSO INTRAPRESO

Il primo risultato di questo lavoro di gruppo è la redazione di un documento che contiene al suo interno alcuni dati riguardanti le caratteristiche socio-demografiche del comune di Châtillon corredato da idee e proposte nate e sviluppatesi nel gruppo di lavoro.

Al centro dell'attenzione si è posta la difficile situazione che sta attraversando il paese dal punto di vista del commercio con la conseguente chiusura di numerose attività lungo le strade del borgo e in generale su tutto il territorio di Châtillon.

Ulteriore elemento su cui il gruppo si è interrogato è il lento e progressivo disgregamento delle relazioni sociali tra i membri della comunità e una maggiore atomizzazione degli individui che ha come conseguenza il ridursi di attività spontanee animate dal basso, delle associazioni di volontariato, di promozione sociale o turistica del territorio. A questo si corredata una bassa attrattività del luogo per giovani e giovani lavoratori che preferiscono contesti più vivi e animati legati spesso a grandi realtà cittadine.

Infine ci si è interrogati su come poter recuperare e valorizzare spazi e edifici che a livello potenziale rappresentano veri e propri luoghi di interesse turistico, scolastico e culturale di Châtillon. Pur sapendo che oggi sono necessarie ingenti risorse per attivare qualsiasi lavoro di riqualifica riteniamo sia fondamentale mappare e sviluppare progettualità corali, ove si riesca, per il recupero e la valorizzazione di beni storici, architettonici di interesse comunale e/o regionale.

L'iter che ha accompagnato questo studio parte dall'analisi dei dati oggettivi riguardanti l'evoluzione demografica, la composizione della popolazione e da un'indagine sul campo riferita alla chiusura delle attività economiche nel centro storico. Utile è stato osservare come altri comuni hanno reagito a questo fenomeno involutivo ed in particolare abbiamo registrato il caso di Carrara e di come questa città ha reagito e sta reagendo al declino.



2 IL DECLINO

2.1 - GLI INDICATORI DEL DECLINO:

2.1.1 - CALO DEMOGRAFICO, SPOPOLAMENTO E INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE

Le tabelle sotto riportate evidenziano il forte calo demografico che ha interessato il comune di Chatillon nel periodo 2001-2023. Nel 2011, in verità, si è registrato un picco massimo di residenti che contava 4.996 unità. Poi, nell'arco di 12 anni, si è verificato un forte calo demografico con una differenza negativa di ben 650 residenti arrivando ad una popolazione di 4.346 abitanti.

I dati ISTAT (riferimento 2022) evidenziano altresì che si tratta di una popolazione di boomer/Gen X, poiché la scia d'età più rappresentata è costituita da individui di età compresa fra i 55 e i 60 anni (432). Il dato preoccupante è dato dai soli 652 individui di età 0/18 anni (53 dei quali sono stranieri). La componente straniera non è molto incisiva, contando 323 individui per lo più di provenienza europea (152).

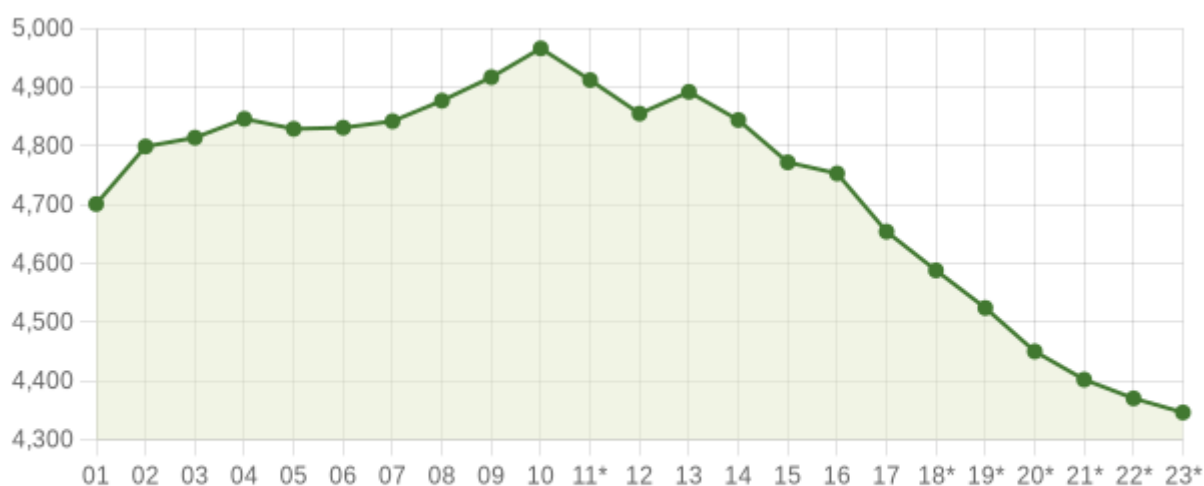
La scolarità della popolazione è ragionevolmente elevata; 3.793 persone hanno un diploma o una qualifica superiore, tuttavia gli analfabeti e le persone senza titolo di studio risultano essere 246.

La forza lavoro si compone di 2.058 persone, 1.878 delle quali sono occupate. In cerca di occupazione risultano essere 180 individui, i pensionati risultano 1.115, gli studenti 252 e le casalinghe 275. Quindi 1.822 persone non sono forze lavoro. Infine 1.075 persone lavorano o studiano a Chatillon mentre 1.141 lavorano o studiano fuori Chatillon.

Alla data del 2025 risultano essere 97 persone riferibili al settore industria-artigianato

POPOLAZIONE CHATILLON 2001-2023

Andamento demografico della popolazione residente nel comune di **Châtillon** dal 2001 al 2023. Grafici e statistiche su dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno.



Andamento della popolazione residente

COMUNE DI CHÂTILLON (AO) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT
(*) post-censimento

La tabella in basso riporta la popolazione residente al 31 dicembre di ogni anno. Nel 2011 sono riportate due righe in più, su sfondo grigio, con i dati rilevati il giorno del censimento decennale della popolazione e quelli registrati in anagrafe il giorno precedente.

Anno	Data rilevamento	Popolazione residente	Variazione assoluta	Variazione percentuale	Numero Famiglie	Media componenti per famiglia
2001	31 dic	4.701	-	-	-	-
2002	31 dic	4.799	+98	+2,08%	-	-
2003	31 dic	4.814	+15	+0,31%	2.128	2,24
2004	31 dic	4.846	+32	+0,66%	2.145	2,24
2005	31 dic	4.829	-17	-0,35%	2.155	2,22
2006	31 dic	4.831	+2	+0,04%	2.184	2,19
2007	31 dic	4.842	+11	+0,23%	2.190	2,19
2008	31 dic	4.877	+35	+0,72%	2.197	2,20
2009	31 dic	4.917	+40	+0,82%	2.208	2,20
2010	31 dic	4.966	+49	+1,00%	2.243	2,19
2011 ⁽¹⁾	8 ott	4.996	+30	+0,60%	2.263	2,19
2011 ⁽²⁾	9 ott	4.946	-50	-1,00%	-	-
2011 ⁽³⁾	31 dic	4.912	-54	-1,09%	2.256	2,16
2012	31 dic	4.855	-57	-1,16%	2.262	2,13
2013	31 dic	4.892	+37	+0,76%	2.266	2,14
2014	31 dic	4.844	-48	-0,98%	2.263	2,12
2015	31 dic	4.772	-72	-1,49%	2.250	2,10
2016	31 dic	4.753	-19	-0,40%	2.250	2,08
2017	31 dic	4.654	-99	-2,08%	2.217	2,06
2018*	31 dic	4.588	-66	-1,42%	2.166	2,08
2019*	31 dic	4.524	-64	-1,39%	2.161,12	2,06
2020*	31 dic	4.450	-74	-1,64%	2.176	2,02
2021*	31 dic	4.402	-48	-1,08%	2.160	2,02
2022*	31 dic	4.370	-32	-0,73%	2.138	2,02
2023*	31 dic	4.346	-24	-0,55%	2.132	2,01

⁽¹⁾ popolazione anagrafica al 8 ottobre 2011, giorno prima del censimento 2011

⁽²⁾ popolazione censita il 9 ottobre 2011, data di riferimento del censimento 2011

⁽³⁾ la variazione assoluta e percentuale si riferisce al confronto con i dati del 31/12/2010

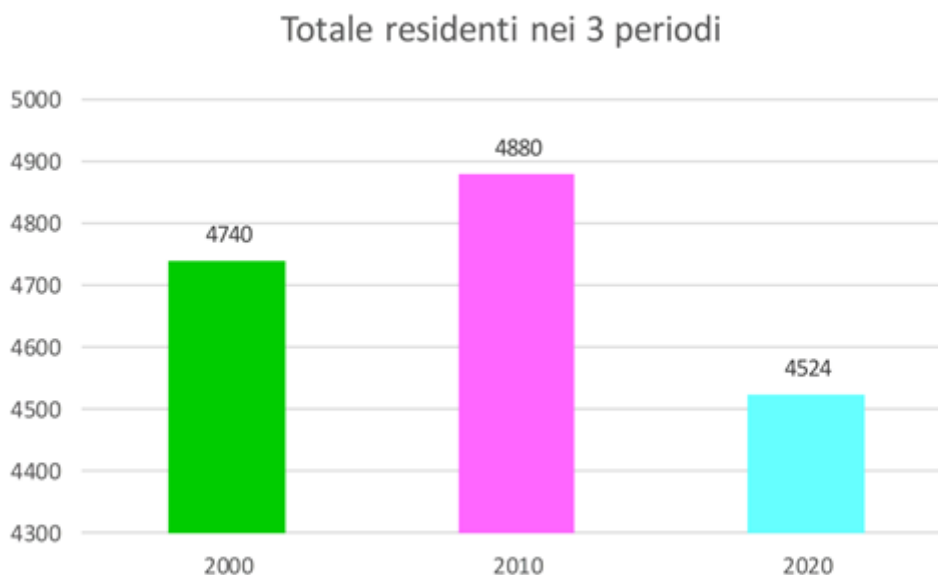
(*) popolazione post-censimento

Dal **2018** i dati tengono conto dei risultati del **censimento permanente della popolazione**, rilevati con cadenza annuale e non più decennale. A differenza del censimento tradizionale, che effettuava una rilevazione di tutti gli individui e tutte le famiglie ad una data stabilita, il nuovo metodo censuario si basa sulla combinazione di rilevazioni campionarie e dati provenienti da fonte amministrativa.

La popolazione residente a Châtillon al Censimento 2011, rilevata il giorno 9 ottobre 2011, è risultata composta da 4.946 individui, mentre alle Anagrafi comunali ne risultavano

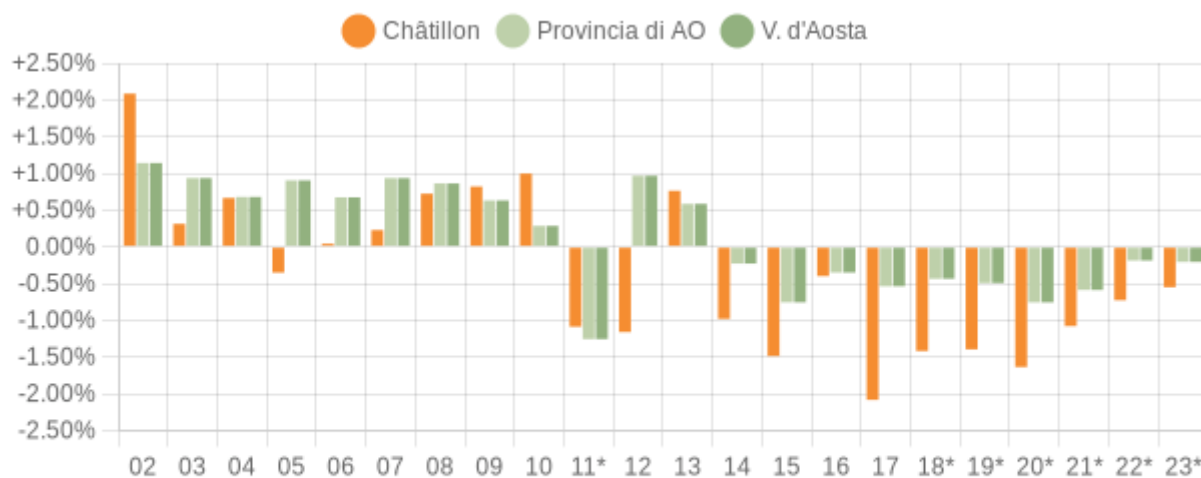
registrati 4.996. Si è, dunque, verificata una differenza negativa fra *popolazione censita* e *popolazione anagrafica* pari a 50 unità (-1,00%).

Il confronto dei dati della popolazione residente dal 2018 con le serie storiche precedenti (2001-2011 e 2011-2017) è possibile soltanto con operazioni di **ricostruzione intercensuaria** della popolazione residente.



VARIAZIONE PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE

Le variazioni annuali della popolazione di Châtillon espresse in percentuale a confronto con le variazioni della popolazione della provincia di Aosta e della regione Valle d'Aosta.

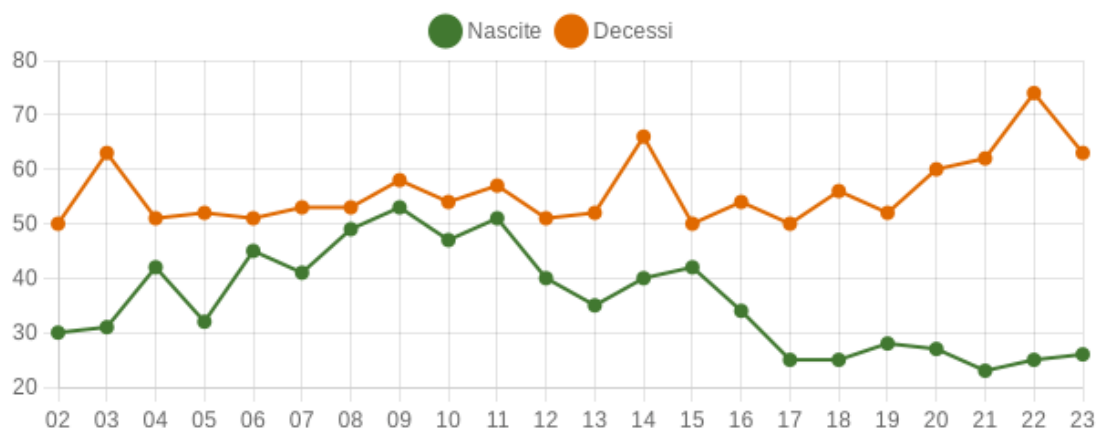


Variazione percentuale della popolazione

COMUNE DI CHÂTILLON (AO) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT
(*) post-censimento

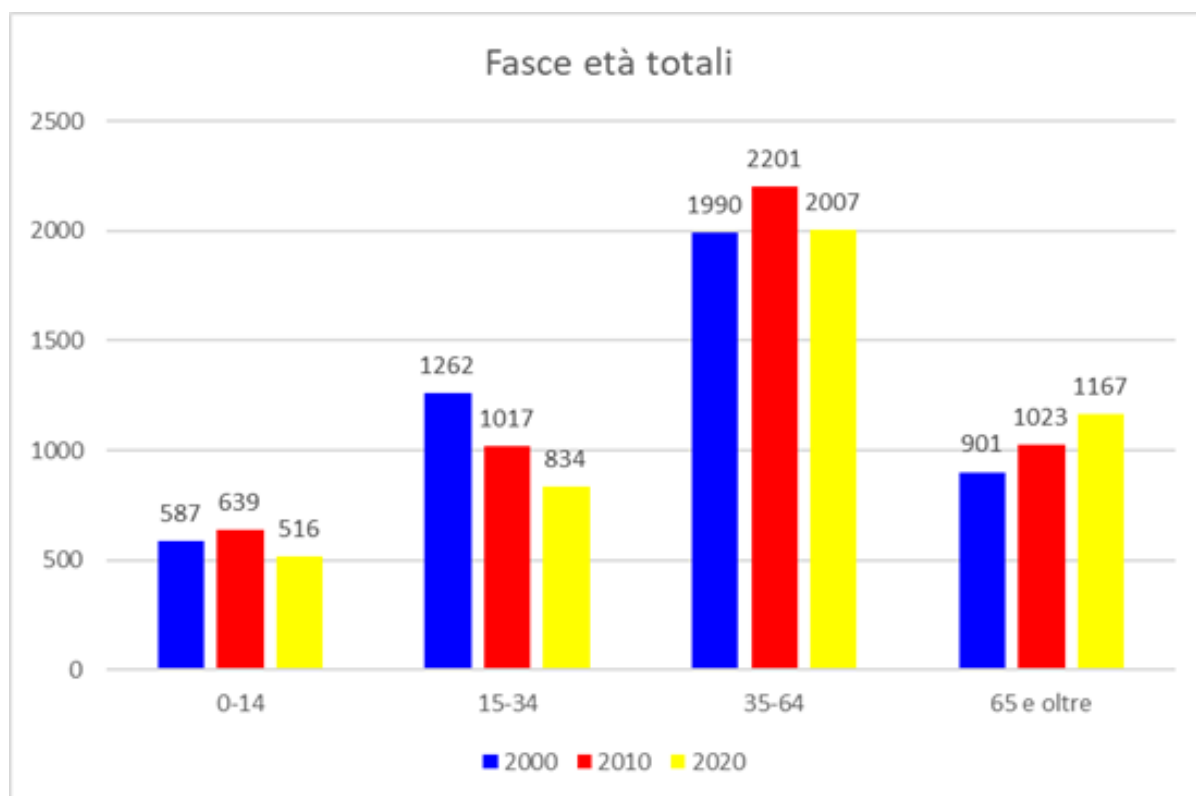
MOVIMENTO NATURALE DELLA POPOLAZIONE

Il movimento naturale della popolazione in un anno è determinato dalla differenza fra le nascite ed i decessi ed è detto anche **saldo naturale**. Le due linee del grafico in basso riportano l'andamento delle nascite e dei decessi negli ultimi anni. L'andamento del saldo naturale è visualizzato dall'area compresa fra le due linee.



Movimento naturale della popolazione

COMUNE DI CHÂTILLON (AO) - Dati ISTAT (bilancio demografico 1 gen-31 dic) - Elaborazione TUTTITALIA.IT



La tabella seguente riporta il dettaglio delle nascite e dei decessi dal 2002 al 2023. Vengono riportate anche le righe con i dati ISTAT rilevati in anagrafe prima e dopo il censimento 2011 della popolazione.

Anno	Bilancio demografico	Nascite	Variaz.	Decessi	Variaz.	Saldo Naturale
2002	1 gen - 31 dic	30	-	50	-	-20
2003	1 gen - 31 dic	31	+1	63	+13	-32
2004	1 gen - 31 dic	42	+11	51	-12	-9
2005	1 gen - 31 dic	32	-10	52	+1	-20
2006	1 gen - 31 dic	45	+13	51	-1	-6
2007	1 gen - 31 dic	41	-4	53	+2	-12
2008	1 gen - 31 dic	49	+8	53	0	-4
2009	1 gen - 31 dic	53	+4	58	+5	-5
2010	1 gen - 31 dic	47	-6	54	-4	-7
2011 ⁽¹⁾	1 gen - 8 ott	42	-5	45	-9	-3
2011 ⁽²⁾	9 ott - 31 dic	9	-33	12	-33	-3
2011 ⁽³⁾	1 gen - 31 dic	51	+4	57	+3	-6
2012	1 gen - 31 dic	40	-11	51	-6	-11
2013	1 gen - 31 dic	35	-5	52	+1	-17
2014	1 gen - 31 dic	40	+5	66	+14	-26
2015	1 gen - 31 dic	42	+2	50	-16	-8
2016	1 gen - 31 dic	34	-8	54	+4	-20
2017	1 gen - 31 dic	25	-9	50	-4	-25
2018*	1 gen - 31 dic	25	0	56	+6	-31
2019*	1 gen - 31 dic	28	+3	52	-4	-24
2020*	1 gen - 31 dic	27	-1	60	+8	-33
2021*	1 gen - 31 dic	23	-4	62	+2	-39
2022*	1 gen - 31 dic	25	+2	74	+12	-49
2023*	1 gen - 31 dic	26	+1	63	-11	-37

(1) bilancio demografico pre-censimento 2011 (dal 1 gennaio al 8 ottobre)

(2) bilancio demografico post-censimento 2011 (dal 9 ottobre al 31 dicembre)

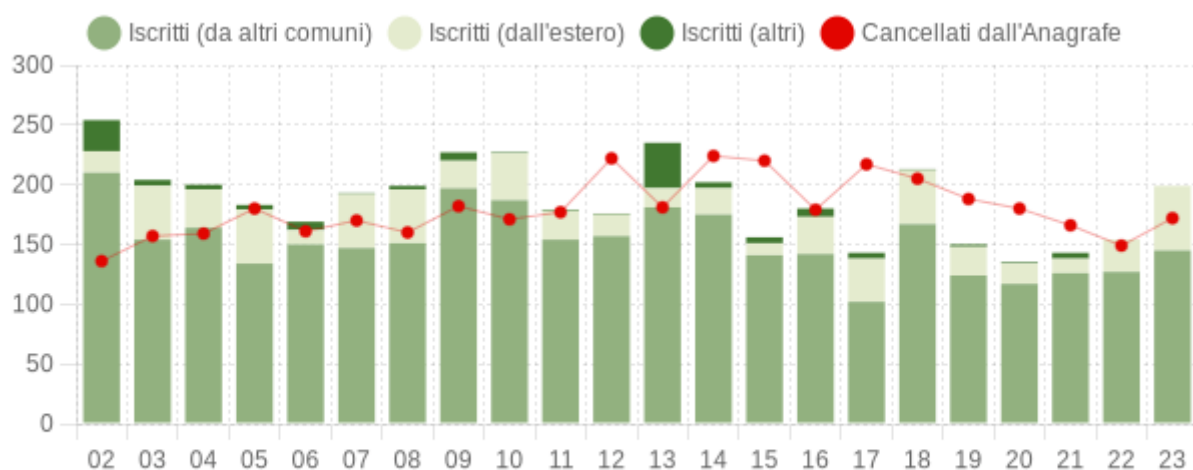
(3) bilancio demografico 2011 (dal 1 gennaio al 31 dicembre). È la somma delle due righe precedenti

(*) popolazione post-censimento

FLUSSO MIGRATORIO DELLA POPOLAZIONE

Il grafico in basso visualizza il numero dei trasferimenti di residenza da e verso il comune di Châtillon negli ultimi anni. I trasferimenti di residenza sono riportati come **iscritti** e **cancellati** dall'Anagrafe del comune.

Fra gli iscritti, sono evidenziati con colore diverso i trasferimenti di residenza da altri comuni, quelli dall'estero e quelli dovuti per altri motivi (ad esempio per rettifiche amministrative).



Flusso migratorio della popolazione

COMUNE DI CHÂTILLON (AO) - Dati ISTAT (bilancio demografico 1 gen-31 dic) - Elaborazione TUTTITALIA.IT

La tabella seguente riporta il dettaglio del comportamento migratorio dal 2002 al 2023. Vengono riportate anche le righe con i dati ISTAT rilevati in anagrafe prima e dopo il censimento 2011 della popolazione.

Anno gen-dic	Iscritti			Cancellati			Saldo Migratorio con l'estero	Saldo Migratorio totale
	DA altri comuni	DA estero	altri iscritti (a)	PER altri comuni	PER estero	altri cancell. (a)		
2002	210	18	26	132	0	4	+18	+118
2003	154	45	5	154	2	1	+43	+47
2004	164	32	4	145	0	14	+32	+41
2005	134	45	4	163	10	7	+35	+3
2006	150	12	7	157	4	0	+8	+8
2007	147	45	1	164	6	0	+39	+23
2008	151	45	3	157	3	0	+42	+39
2009	197	23	7	178	4	0	+19	+45
2010	187	39	1	166	5	0	+34	+56
2011 ⁽¹⁾	125	21	1	112	2	0	+19	+33
2011 ⁽²⁾	29	3	0	50	4	9	-1	-31
2011 ⁽³⁾	154	24	1	162	6	9	+18	+2
2012	157	18	1	209	9	4	+9	-46
2013	181	16	38	156	7	18	+9	+54
2014	175	22	5	202	6	16	+16	-22
2015	141	10	5	194	18	8	-8	-64
2016	142	31	7	163	16	0	+15	+1
2017	102	36	5	165	25	27	+11	-74
2018*	167	45	1	143	18	44	+27	+8
2019*	124	24	2	155	33	0	-9	-38
2020*	117	17	1	160	20	0	-3	-45
2021*	126	12	5	149	15	2	-3	-23
2022*	127	27	-	133	16	-	+11	+5
2023*	145	54	-	163	9	-	+45	+27

(a) sono le iscrizioni/cancellazioni in Anagrafe dovute a rettifiche amministrative.

(1) bilancio demografico pre-censimento 2011 (dal 1 gennaio al 8 ottobre)

(2) bilancio demografico post-censimento 2011 (dal 9 ottobre al 31 dicembre)

(3) bilancio demografico 2011 (dal 1 gen al 31 dic). È la somma delle due righe precedenti.

(*) popolazione post-censimento

2.1.2 - IL CEDIMENTO DEL COMMERCIO DI VICINATO

Châtillon, come molti altri borghi montani e non solo, soffre di una crisi che pare irrimediabile.

Sono molte le motivazioni che hanno portato la località alla perdita di identità e di visibilità, alla progressiva chiusura degli esercizi commerciali oltre che al calo di *appeal* dal punto di vista turistico.

In passato Châtillon è stato polo industriale di assoluto rilievo per la Valle d'Aosta, ma la progressiva chiusura di numerose aziende che costituivano il suddetto polo ha generato inevitabilmente un progressivo depauperamento della località sotto tutti i punti di vista.

Non era e non è tuttora facile rimediare alla difficile situazione in cui si trova anche perché, come già accennato in premessa, molti piccoli borghi italiani, montani e non, sono afflitti da una crisi che ha colpito tutti i settori produttivi a fronte anche di un calo di redditività delle attività commerciali e un aumento progressivo dei costi di gestione.

La grande distribuzione ha dato il “colpo di grazia” ai piccoli esercizi commerciali che non hanno avuto alternativa se non quella di soccombere nei confronti di una concorrenza con la quale non potevano in alcun modo confrontarsi.

Il modello che si è affermato in ogni dove nella nostra nazione prevede l'insediamento di centri commerciali e supermercati in maniera non gestita, ma soprattutto, senza pensare ad un minimo di tutela per il cosiddetto piccolo commercio.

La crisi che, non solo a livello locale ma generalizzata a livello nazionale, investe il piccolo commercio e comporta la progressiva cessazione di attività dei negozi di vicinato rende alquanto ardua la possibilità di registrare, almeno nel breve termine, un recupero del commercio di prossimità e l'apertura di nuove botteghe nel borgo. Considerata l'ampiezza del fenomeno che investe l'intera penisola, si impone la necessità di un intervento a livello governativo e l'adozione di misure di sostegno (fiscale ed economico) che fermino l'emorragia ed il conseguente abbandono dei centri storici, in particolare nei piccoli comuni. Le cause del cedimento del piccolo commercio sono riconducibili principalmente alla concorrenza esercitata dalla grande distribuzione e dalla più recente diffusione del commercio elettronico. A queste vanno aggiunti un insufficiente ricambio generazionale (numerosi imprese a conduzione familiare si esauriscono in assenza di continuità generazionale), pesano inoltre l'incidenza degli affitti e la vessatoria fiscalità d'impresa. Le nuove aperture riguardano perlopiù i pubblici esercizi di bar e ristorazione, le attività legate al benessere personale (acconciatori ed estetiste), all'informatica e telefonia ma, nel bilancio generale, prevalgono nettamente le chiusure.

Al riguardo abbiamo svolto una indagine riguardante gli immobili del centro storico (Borgo e Chameran) ubicati al piano terreno lungo le vie: E. Chanoux, Tollen, Menabrea, Martiri della Libertà e Hugonin.

Dai dati che emergono dalla suddetta rilevazione alla data del 30-04-2025 risultano presenti 151 esercizi di cui: 48 aperti con destinazione commerciale/artigianale, 34 aperti con destinazione servizi-terziario, 69 chiusi. I negozi chiusi rappresentano dunque il 45,70% del totale. La situazione è

decisamente più preoccupante a Chameran, dove nella via Menabrea risultano chiusi il 67,50% del totale con addirittura il 100% in via Hugonin.

Recentemente ci sono state n.2 nuove aperture nel Borgo: un giovane liutaio e un tatuatore.

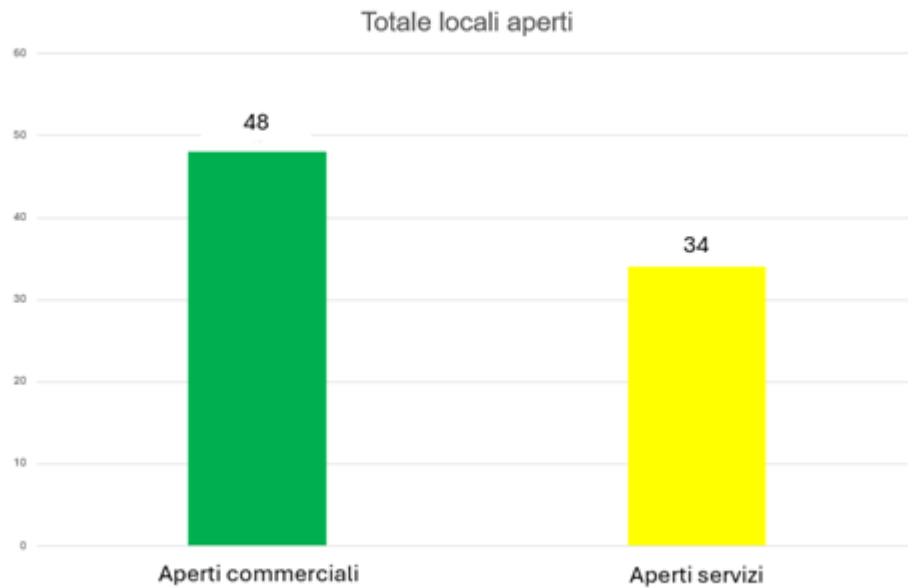
Per il comune di Chatillon quindi la situazione risulta nel complesso preoccupante, con una desertificazione commerciale che ha toccato chiusure del 45,70% nel centro storico, dato ancora più grave di quello relativo alla diminuzione demografica che si attesta a – 7,55% (raggiungendo però il 13% negli ultimi 13 anni).

La crisi nata dalla pandemia, la crisi climatica e soprattutto la crisi sociale hanno ulteriormente aggravato in questi ultimi decenni le realtà dei piccoli comuni e dei centri minori soprattutto nelle fasce di media e bassa montagna.

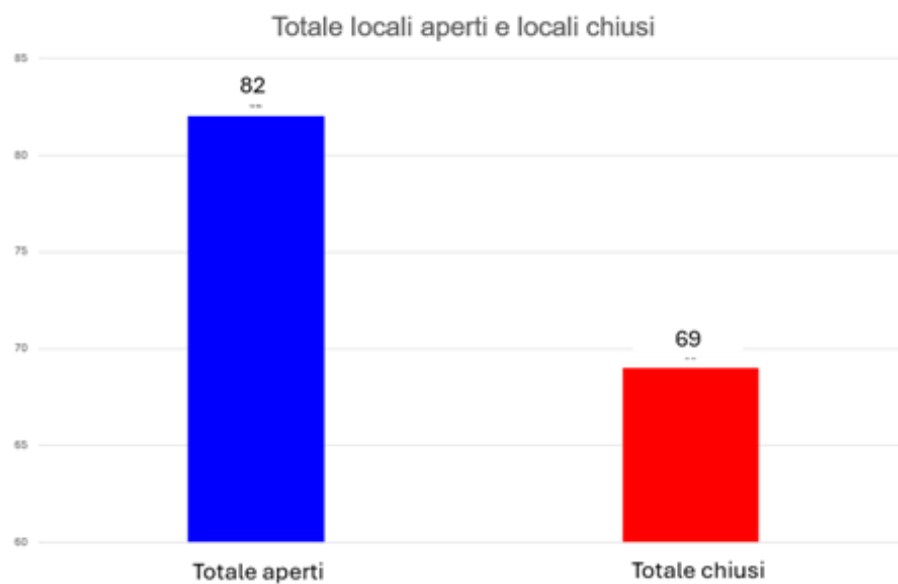


VERIFICA DEI NEGOZI APERTI/CHIUSI - CENTRO STORICO CHATILLON					
			(BORGO + CHAMERAN)		
popolazione al 2001			4701		
popolazione al 2023			4346		
riduzione			355	7,55%	
VIA E. CHANOUX (BORGO)					
numero locali lungo la via			91		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			34	37,36%	
aperti con destinaz servizi, terziario			24	26,37%	
tale aperti			58	63,74%	
chiusi			33	36,26%	
VIA TOLLEN (BORGO)					
numero locali lungo la via			11		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			2	18,18%	
aperti con destinaz servizi, terziario			4	36,36%	
tale aperti			6	54,55%	
chiusi			5	45,45%	
VIA MENABREA (CHAMERAN)					
numero locali lungo la via			40		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			8	20,00%	
aperti con destinaz servizi, terziario			5	12,50%	
tale aperti			13	32,50%	
chiusi			27	67,50%	
VIA MARTIRI DELLA LIBERTA (CHAMERAN)					
numero locali lungo la via			6		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			4	66,67%	
aperti con destinaz servizi, terziario			1	16,67%	
tale aperti			5	83,33%	
chiusi			1	16,67%	
VIA HUGONIN (CHAMERAN)					
numero locali lungo la via			3		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			0	0,00%	
aperti con destinaz servizi, terziario			0	0,00%	
tale aperti			0	0,00%	
chiusi			3	100,00%	
INTERO CENTRO STORICO (BORGO + CHAMERAN)					
numero locali lungo la via			151		
aperti con destinaz commerciale/artigianali			48	31,79%	
aperti con destinaz servizi, terziario			34	22,52%	
tale aperti			82	54,30%	
chiusi			69	45,70%	

VERIFICA DEI NEGOZI APERTI/CHIUSI - CENTRO STORICO CHATILLON (BORGIO + CHAMERAN)



VERIFICA DEI NEGOZI APERTI/CHIUSI - CENTRO STORICO CHATILLON (BORGIO + CHAMERAN)



2.1.3. - LA CRISI DEL COMMERCIO DI PROSSIMITA' – UN' EMERGENZA NAZIONALE

Secondo **CONFCOMMERCIO**, dal 2012 al 2024 in Italia sono spariti circa 118.000 negozi di commercio al dettaglio. Nel 2012 le attività di commercio al dettaglio in sede fissa erano 551.300, nel 2024 si sono ridotte a 433.600 (- **21,4%**). In altre parole **1 negozio su 5 ha cessato l'attività**. Le cause principali di questo arretramento sono attribuibili a:

- **crisi economica**, che ha ridotto la capacità di spesa dei consumatori penalizzando in particolare i negozi di vicinato
- **crescita dell'e-commerce** (dal 2019 al 2024, le vendite on-line sono raddoppiate, da 17,9 miliardi a 35 miliardi di€)
- l'aumento dei **costi di gestione** (affitti, tasse, utenze)
- la mancanza di **ricambio generazionale**

Confcommercio indica tre possibili direzioni per contrastare la progressiva rarefazione di attività e prevenire il rischio della desertificazione commerciale:

- puntare su efficienza e produttività, attraverso una maggiore innovazione e ridefinizione dell'offerta.
- Utilizzare anche il canale on-line per aumentare il volume di vendita
- Avviare progetti di riqualificazione urbana per mantenere e migliorare servizi, vivibilità, sicurezza e attrattività dei centri storici.

Un negozio non è solo un negozio

La rarefazione dei negozi comporta un impoverimento del tessuto economico e sociale, alimenta il grado di disagio e di insicurezza percepita dai cittadini a causa del degrado dell'area interessata. Ai negozi di prossimità viene riconosciuto un valore sociale perché sono visti come luogo di incontro e socialità. Gli italiani vogliono vivere in quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità perché questi rafforzano le comunità, fanno sentire più sicure le persone e fanno crescere il valore delle abitazioni.

Si registra una diversa percezione tra chi vive nei grandi centri urbani e chi nei piccoli comuni, per i primi la desertificazione è sinonimo di aumento del degrado urbano, riduzione della qualità della vita e della sicurezza, per i secondi indica prevalentemente perdita di occasioni di lavoro, aumento del rischio di spopolamento e riduzione delle occasioni di socialità.

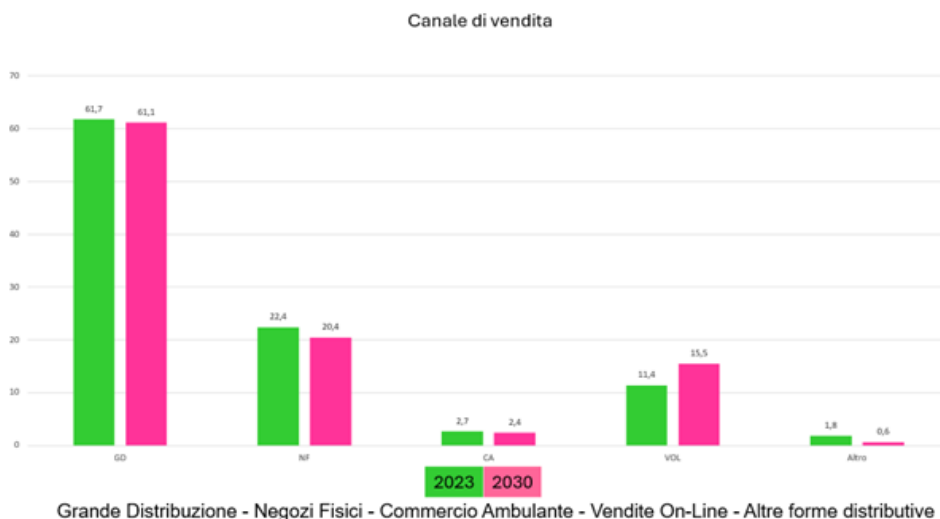
Nello studio di Confcommercio *“Demografia d'impresa 2024”* nelle città italiane, vengono evidenziati alcuni fattori condizionanti il commercio di prossimità:

- **Dinamica demografica:** Il contesto demografico influenza la presenza di attività commerciali, una diminuzione della popolazione è abitualmente associata ad una minore domanda di prodotti e servizi cui fa seguito una diminuzione del numero di negozi presenti sul territorio.
- **Flussi turistici:** nelle zone ad alta attrattività turistica, si osserva una minore contrazione del numero di negozi, a conferma che il turismo svolge un ruolo significativo nel mantenimento della vitalità economica locale.

- **Sviluppo del commercio on-line:** l'avvento del commercio on-line ha rivoluzionato il modo in cui le persone fanno acquisti. L'integrazione di vendite off-line e on-line diviene indispensabile per competere in modo efficace nel nuovo scenario commerciale.
- **Ciclo economico:** l'andamento economico generale incide direttamente sul numero e sulla tipologia dei negozi presenti sul territorio: in città dinamiche ed in crescita, sia i negozi tradizionali che le grandi superfici tendono a proliferare, al contrario in contesti economicamente fragili entrambi si riducono.

Sulla base dell'analisi del contesto economico, delle previsioni degli andamenti del futuro e degli esiti di un recente sondaggio, **CONFESERCENTI** ha stimato l'evoluzione della distribuzione commerciale al 2030, giungendo alle seguenti conclusioni:

<i>Canale di vendita</i>	<i>2023</i>	<i>2030</i>
Grande Distribuzione	61,7%	61,1%
Negozi fisici	22,4%	20,4%
Commercio ambulante	2,7%	2,4%
Vendite on-line	11,4%	15,5%
Altre forme distributive	1,8%	0,6%



Il ricorso crescente dei consumatori agli acquisti online è uno dei principali fattori responsabili della diminuzione del numero di negozi fisici. La crescita della propensione dei consumatori a fare acquisti online ha reso l'adozione dell'**omnicanalità**, intesa come sfruttamento di ogni canale di vendita, essenziale per tutte le imprese, compreso il dettaglio di prossimità.

Per vincere la sfida posta dal cambiamento tecnologico e delle abitudini di acquisto dei consumatori, per mitigare il rischio di desertificazione commerciale, è necessario che il commercio di prossimità si concentri sul miglioramento dell'efficienza e della produttività, anche attraverso l'innovazione e la ridefinizione dell'offerta. Inoltre è essenziale adottare una politica omnicanale che permetta anche al dettaglio di prossimità di estendere la propria capacità distributiva.

Il cedimento del commercio di prossimità è fenomeno di tale ampiezza da richiedere l'adozione di misure a livello nazionale. La progressiva rarefazione dei negozi di vicinato, per le implicazioni sociali

che comporta, ha assunto dimensioni di rilevanza nazionale e pertanto diviene questione di primaria importanza politica. Si rende necessaria l'adozione di misure strutturali di sostegno alle attività di vicinato, in linea con la risoluzione del Parlamento UE al fine di preservare il valore economico e sociale dei negozi di vicinato.

2.1.4 - L' IMPOVERIMENTO DELLE RELAZIONI SOCIALI

Il deterioramento della qualità della vita e l'isolamento sociale rappresentano ulteriori cause di spopolamento. La carenza di attività culturali, ricreative e sociali rende la vita sempre meno attraente a Chatillon. Tale isolamento influisce negativamente sul benessere psicologico degli abitanti.

Questa situazione genera rassegnazione da parte dei cittadini con una conseguente scarsa propensione a partecipare alla attività proposte dalle associazioni culturali e di volontariato che fortunatamente sono ancora presenti e attive nel nostro Comune (Gruppo Alpini, Banda Musicale, Amis de Prosper, Les Buébos de Tsateillon, l'Avis, società sportive, gruppo cultura ecc.) e fanno di tutto per contrastare questo fenomeno involutivo.

2.1.5 – LO SCARSO RICAMBIO GENERAZIONALE

La grave situazione evidenziata e la mancanza di ricambio generazionale si ripercuotono ulteriormente sull'impoverimento del tessuto dinamico e produttivo del Comune.

Molte attività commerciali, floride fino alla fine del secolo scorso, non hanno continuato la loro attività anche per mancanza di un ricambio generazionale. Il regresso demografico, particolarmente evidente in questo ultimo decennio, ha contribuito ulteriormente alla chiusura di molte attività prima esistenti.

3 FERMARE IL DECLINO

3.1 - GLI ASSET DEL TERRITORIO

Al fine di cercare una possibile strada per la rivitalizzazione di Chatillon, preso atto della situazione piuttosto compromessa, abbiamo considerato i **punti di forza** presenti nel tessuto economico-sociale del Paese, partendo dalle **eccellenze** che questo territorio già offre. Il paese infatti è sede di importanti realtà e attività che danno lustro al territorio, non solo comunale ma anche comprensoriale e regionale.

L'Istituto Salesiano Don Bosco, la Scuola Fondazione per la formazione professionale turistica (IPRA e scuola professionale alberghiera), Il castello Gamba che ospita la Pinacoteca regionale, CVA, il Poliambulatorio socio-sanitario, e il polo sportivo comunale rappresentano le entità che maggiormente caratterizzano il Comune di Chatillon. Oltre a ciò sono forti i richiami ad un passato industriale, commerciale e culturale che hanno reso il paese uno dei più importanti centri della Valle d'Aosta.

La Montefibre prima e la Tecdis poi sono state delle realtà industriali significative ed in particolare la Montefibre ha contribuito, nella seconda metà del '900, ad una forte crescita demografica segnata da processi di immigrazione di mano d'opera da altre regioni del nord d'Italia.

La posizione del paese, come porta per raggiungere la Valtournenche, ha inoltre contribuito a una crescita industriale-commerciale, contraddistinta da un fiorire di piccole/medie attività che sono

state attive fino alla fine dello scorso secolo. Tra questi ricordiamo gli opifici: Ferriera “Vecchi Forni” a Chameran, l’antica forgia in via dei Mulini nel Borgo, il lanificio “Laine Valdostaine” che tra l’altro sfruttavano in modo ingegnoso, per le loro produzioni, le acque del torrente Marmore.



Il tessuto industriale-artigianale, anche se in forma residua, ha ancora la sua importanza nell’ambito economico di Chatillon. CVA, come azienda energetica, è una realtà molto importante a livello regionale e nazionale con risvolti occupazionali interessanti e buone prospettive di sviluppo futuro (vedi utilizzo area ex Tecdis). Sono inoltre presenti aziende importanti, con sede nell’area industriale vedi MDM e SAVIO.

Non dimentichiamo poi la presenza di 3 importanti poli di attrazione turistica: Il castello di Chatillon privato dei Passerin d’Entrèves, il castello di Ussel e infine Il Castello Gamba, questi ultimi di proprietà regionale.

Tra questi una nota di rilievo va al Castello Gamba che ospita la Pinacoteca regionale e costituisce un polo culturale di grande livello e forte attrattività. Questo complesso culturale con il suo meraviglioso parco potrebbe facilmente essere considerato come uno dei principali volani per un progetto di rilancio del paese.



Chatillon è anche un importante nodo strategico sotto l’aspetto dei trasporti. L’uscita autostradale e la stazione Ferroviaria costituiscono uno snodo per raggiungere i comuni della Valtournenche e i comuni limitrofi della media valle. Questa prerogativa, se ben valorizzata, potrebbero costituire anch’essa un buon

atout per il rilancio di Chatillon.

I suoi impianti sportivi, concentrati in un’unica area sportivo-ricreativa, costituiscono un potenziale notevole sia per il miglioramento della qualità della vita dei suoi cittadini, sia per offrire attrazione per possibili nuovi residenti. Ricordiamo che il palazzetto dello sport, unito al campo sportivo comunale, ai campi di tennis e calcetto hanno potuto ospitare il ritiro di grandi squadre di serie A potendo contare su una qualità di alto livello degli impianti stessi. Questi impianti se ben utilizzati potrebbero essere inseriti in un contesto virtuoso di eventi tematici utili al rilancio del paese (vedi proposte evidenziate nei punti successivi).



Anche l’associazionismo attivo costituisce un piccolo “tesoro” per un possibile rilancio del paese. Le numerose associazioni, alcune di esse esistenti da moltissimo tempo, sono sempre impegnate a proporre attività e iniziative utili al miglioramento sociale e culturale di Chatillon. Citiamo a titolo esemplificativo: La Banda Musicale, il Gruppo Alpini, Les Amis de Prosper, Les Buébos de Tsateillon, l’Avis, I Volontari del Soccorso, l’UNI3 (università della Terza età), le varie associazioni sportive....

3.2 - I SERVIZI

Chatillon è dotato di un buon numero di servizi disponibili per la popolazione residente e non solo. Il suo posizionamento strategico nella media valle lo rende attrattivo per un discreto numero di comuni di dimensioni più ridotte che non possono dotarsi, spesso, anche dei servizi essenziali. La stretta vicinanza ai comuni di Pontey, Chambave e Saint-Denis, rende il comune di Chatillon un riferimento fondamentale per quelle popolazioni, così come per altri comuni della Valtournanche.

Il poliambulatorio comprensoriale costituisce un presidio socio-assistenziale di grande importanza sia per l’intera popolazione comunale che per i comuni limitrofi della Valtournanche e della media Valle

Come già sottolineato nelle precedenti analisi, il territorio di Chatillon sta perdendo popolazione, anche se con percentuali meno rilevanti rispetto ad altri comuni. Ciò determina comunque un depauperamento di alcuni servizi, primo fra tutti quello scolastico. Erano prima presenti a Chatillon e a Saint-Vincent istituti superiori ora trasferiti a Verres, le scuole materne ed elementari perdono alunni per il calo delle nascite mettendo in crisi la presenza stessa delle scuole nelle frazioni collinari, con la conseguenza, per diversi ragazzi, di spostarsi quotidianamente verso altri comuni per raggiungere la scuola, rendendo sempre più necessario implementare servizi di trasporto.

I servizi socio sanitari rappresentano un presidio quantitativamente sufficiente, essendo presente sul territorio un poliambulatorio comprensoriale e una struttura privata convenzionata per anziani, oltre ad un centro anziani ed una struttura sanitaria per persone con problematiche psichiche. Per i giovani è stata recentemente aperta una “Cittadella”, sulla scia di quella presente ad Aosta, volta ad accogliere le esigenze culturali e ricreative dei ragazzi insieme alla biblioteca comunale. In questo contesto sarebbe importante recuperare lo spazio polivalente della biblioteca, destinato a auditorium, dove avviare una scuola di teatro e altre attività culturali per i giovani e non solo.

La stragrande maggioranza delle strutture presenti è stata tuttavia creata negli anni ’70 del secolo scorso, sulla base di esigenze e di modelli sociali che, in gran parte, non corrispondono più a quelli attuali. La stessa composizione della popolazione presente sul territorio è cambiata nel corso degli ultimi 50 anni. Siamo passati da una popolazione stabile sul territorio, con molti lavoratori addetti alle fabbriche allora presenti ad una popolazione che si posta per lavorare in altri comuni e vive in paese solo per risiedervi. L’incremento di persone provenienti da altri paesi e da altri continenti pone nuovi obiettivi da raggiungere, in termini di qualità dei servizi sociali e culturali. Si pensi ad esempio alle scuole, che sempre di più contano la presenza di alunni stranieri e di altre religioni, ai centri culturali e di aggregazione sociale dove far incontrare culture differenti. Gli stessi abitanti di origine italiana hanno cambiato le loro abitudini di vita ed i loro modelli sociali e culturali. Gli anziani di oggi non sono più quelli di un tempo, i nostri nonni erano vecchi a settanta anni, gli anziani di oggi sono per lo più attivi fin quasi agli ottanta e sono in grado di svolgere numerose attività e funzioni sociali che andrebbero valorizzate e utilizzate. Forse, le case di riposo di un tempo non sono più, in

gran parte dei casi la soluzione. Potrebbero invece essere più adeguate le case comunitarie organizzate in *cohousing* che accolgono persone sole ancora autosufficienti, di qualunque età e condizione sociale.

Sempre con riguardo al mondo degli anziani, visto l'andamento demografico in atto, sarà necessario offrire servizi che vadano al di là della pura assistenza, sostenendo l'autonomia degli anziani autosufficienti.

Per la salute pensare ad un welfare di prossimità nel territorio, realizzando e sviluppando la “telemedicina avanzata”.

Rivedere la qualità ed i contenuti dei servizi territoriali è pertanto una necessità inderogabile. Conoscere gli abitanti del paese, le loro abitudini, le loro esigenze e la loro composizione familiare è la base necessaria per migliorare la qualità delle offerte, rendendole più aderenti alla società di oggi.

I servizi presenti nel comune, se qualitativamente migliorati, potrebbero fare da volano per una attrattività del Paese.

A tal fine l'Amministrazione comunale potrebbe avvalersi di una specifica ricerca sulla popolazione, che potrebbe realizzarsi tramite una tesi di laurea, con il coinvolgimento di Università ed in particolare di facoltà di Sociologia o Architettura, con corsi di laurea in sociologia urbana.

Gli studenti sarebbero in grado di svolgere un lavoro di indagine molto capillare sulle famiglie residenti, implementando i numeri dei censimenti ISTAT e dei dati in possesso del Comune con contenuti qualitativi e specifici della popolazione presente, indagando anche le loro necessità in termini di servizi sia a breve che a più lungo termine.

La conoscenza dei desideri, delle necessità e degli stili di vita della popolazione, unitamente ad una “visione” progettuale del proprio territorio è alla base di qualunque progetto sociale ed urbanistico per la trasformazione del contesto urbano e territoriale che ogni amministrazione dovrebbe darsi.

La scuola dovrà diventare luogo di incontro e di scambio dove gli studenti possono apprendere e sviluppare le proprie competenze, con la possibilità di creare legami sociali e coltivare il senso di appartenenza alla comunità.

Diventa quindi fondamentale che la scuola si apra al territorio, coinvolgendo gli enti locali, le famiglie e le realtà presenti nel processo educativo, in modo da rendere la scuola un vero e proprio centro di riferimento per la comunità. Sarà compito della scuola e delle istituzioni offrire sostegno alle famiglie con la creazione di spazi extra scolastici, la creazione di momenti culturali e associativi e la promozione di attività extra-didattiche che possano coinvolgere l'intera comunità.

3.3 – LA MOBILITAZIONE DELLE ENERGIE LOCALI

Sulla scorta delle considerazioni finora avanzate riteniamo dunque fondamentale partire dalle eccellenze che questo territorio già offre per avviare un processo virtuoso che coinvolga tutte le energie locali rappresentate dai punti di forza che sono il Don Bosco, IPRA, la Scuola Fondazione per la formazione professionale, Il castello Gamba, CVA, il Poliambulatorio socio-sanitario, il polo sportivo comunale e, non ultimo, il forte associazionismo attivo presente nel Comune.

In questa visione di “uscita dal tunnel” riteniamo fondamentale pensare ad una sinergia tra queste eccellenze del territorio, gli operatori locali e le istituzioni. Il Comune a nostro avviso dovrebbe assumere un ruolo di *regia* una volta definito il piano strategico per il rilancio di Chatillon.

Inoltre, in tema di sinergie, appare indispensabile coinvolgere i comuni limitrofi che stanno soffrendo le stesse situazioni di crisi.

La ricerca di sinergie, di collaborazioni, di condivisione di strategie anche di marketing, non potrebbe che giovare ai paesi vicini con l’individuazione di progetti comuni di sviluppo e di rilancio.

Le Amministrazioni Comunali, d’altronde, paiono in difficoltà ad affrontare temi che esulano dalla routine, sempre più impegnativa, che sono tenuti a fronteggiare quotidianamente. Attività in cui la burocrazia gioca un ruolo determinante nel rendere complesso e faticoso il loro operare.

Spesso il richiamo alla difficoltà di reperire risorse economiche da impegnare su temi che esulano dalla ordinaria amministrazione viene addotta come giustificazione al mancato impegno volto a rimediare allo stato di grave crisi che il proprio paese sta vivendo e che si aggrava ogni giorno di più.

Il tema delle risorse economiche affligge tutta la pubblica amministrazione, ma in Italia in particolare modo. Da quanto raccontano le statistiche, paghiamo la mancanza di preparazione nell’accedere ai Fondi Europei che rappresentano un’opportunità unica per avviare progetti di sviluppo in molti settori.

Anche in questo ambito, le sinergie con altri Comuni non potrebbero che giovare al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Alcune regioni italiane si sono affidate alle “blockchain” per gestire la condivisione di informazioni e di processi, con risultati sicuramente ottimali. Lo stesso modello potrebbe essere replicato in ambito comunale o, meglio, intercomunale.

Nel nostro piccolo universo infatti, soprattutto nel momento in cui si penserà di sfruttare con più efficacia e convinzione i Fondi Europei, sarà molto importante creare alleanze e non solo con il Comune di Saint-Vincent, ma anche con quelli, a puro titolo esemplificativo, di Pontey, Chambave, Saint-Denis, Antey-Saint-André, Torgnon, La Magdeleine e Chamois, al fine di creare un potenziale importante in più ambiti. Dai processi di *marketing*, alla comunicazione, dall’innovazione all’organizzazione di eventi, alla gestione delle risorse umane in ambito turistico.

Non esiste limite rispetto alle attività, iniziative, processi e collaborazioni che possono essere implementate nel momento in cui nasce un progetto serio di condivisione di obiettivi e risultati.

Il percorso poco sopra descritto potrebbe rappresentare una cura per rimediare alla sempre più drammatica situazione di distacco della popolazione nei confronti della vita del Paese e non solo nei

confronti dell'attività della Pubblica Amministrazione. Manca totalmente il dialogo, anche tra le persone.

3.4 LE PRINCIPALI DIRETTRICI PER IL RILANCIO

“Persone che sanno dove “sono” e che hanno voglia di “stare dove stanno” e vogliono vivere quell’ambiente e quella realtà senza inventarsi situazioni innaturali”

Questo potrebbe essere uno *slogan* utile a governare le direttrici di un possibile rilancio del paese.

3.4.1 - IL LAVORO

Il mercato del lavoro nei piccoli comuni è uno dei principali fattori che contribuiscono allo spopolamento. Le difficoltà occupazionali sono evidenti nei tassi di disoccupazione giovanile, nella mancanza di opportunità lavorative giustamente retribuite. Le piccole imprese locali, spesso ancorate a settori tradizionali (commercio, turismo, artigianato), non riescono a garantire posti di lavoro di qualità. Questo ha portato e porta i giovani e i professionisti qualificati a cercare opportunità altrove, spostandosi verso centri urbani più dinamici in cerca di condizioni migliori. L'emigrazione dei giovani e dei talenti lascia i comuni come il nostro con una popolazione sempre più anziana e con carenza di competenze essenziali per la crescita economica.

Individuare scenari che possano creare nuove opportunità di lavoro è sicuramente la *mission* indispensabile per invertire la rotta del declino di Chatillon.

3.4.2 - UNA CITTADINANZA ATTIVA E CONSAPEVOLE

Riteniamo utile promuovere la partecipazione dei cittadini nelle decisioni pubbliche (anche in chiave strategica) attraverso assemblee cittadine periodiche e piattaforme digitali di partecipazione. Come pure implementare programmi di educazione territoriale nelle scuole e nella comunità per trasferire conoscenza e sensibilizzazione sulla conservazione e valorizzazione delle risorse naturali e culturali.

Appare, a nostro avviso, essenziale implementare un sistema efficace di monitoraggio degli investimenti pubblici. Le politiche devono essere formulate in dialogo con le comunità locali, i loro operatori economici e le potenzialità specifiche. Decisioni unilaterali, spesso basate su una comprensione superficiale delle dinamiche locali, possono risultare inefficaci e portate a sprechi di risorse. Le scelte politiche devono pensare anche ad un “domani” dove la società, l'economia, il tessuto sociale, la tecnologia ecc..... cambiano repentinamente. E' indispensabile una “visione” a medio e lungo termine del proprio territorio, da cui scaturisca una progettualità coerente ed efficace.

3.4.3 - PROMUOVERE L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

L'ultimo decennio ha visto la chiusura di alcuni istituti di scuole superiori quali il Liceo scientifico e l'istituto professionale regionale di Saint-Vincent, l'istituto per geometri di Chatillon e la scuola di formazione professionale (ex Geometri). Questo fatto è sicuramente un elemento negativo nell'ambito dell'istruzione per i nostri ragazzi che devono così affrontare disagi dovuti al traposto per raggiungere gli istituti scolastici di Verres o Aosta.



Risulta necessario mantenere, sostenere e rendere sempre più attrattive le scuole ancora esistenti quali il Don Bosco, l'Ipra e la scuola professionale Alberghiera di Chatillon, modernizzandole e rendendole competitive rispetto ai cambiamenti del mercato professionale di riferimento.



Sarà importante collaborare con i Salesiani e la RAVdA per migliorare l'offerta educativa concentrandosi sulle professioni per le quali c'è domanda (di mercato) e non offerta (di competenza profess.), come pure per organizzare corsi di formazione continua per adulti con percorsi di riqualificazione professionale (in parte già attuati attraverso CNOS-FAP nel Don Bosco).

3.4.4 SOSTENERE L'IMPREDITORIALITA' E L'INNOVAZIONE

Sarà auspicabile offrire incentivi fiscali per le nuove imprese e le PMI che si insediano nel territorio, garantendo al tessuto economico il sostegno pubblico per il tramite di una strategia di *marketing* costante e coerente, che valorizzi il territorio nei suoi aspetti caratterizzanti.

In questo contesto di sostegno al mondo dell'imprenditoria sarà necessario promuovere momenti di incontro riguardanti il tessuto imprenditoriale, allo scopo di favorire la nascita di collaborazione e *partnership*.

Viene altresì ritenuto fondamentale investire nella formazione e nell'innovazione dando agli imprenditori locali gli insegnamenti e gli strumenti per adattarsi a nuovi mercati anche digitali e alle necessità di un consumatore sempre più esigente e attento a nuove commercializzazioni; ciò può avvenire collaborando con le importanti attività già presenti quali la CVA, l'IPRA, l'Istituto Don Bosco ecc..

Potrebbe essere importantissima anche la creazione di *reti* tra i commercianti attivi attraverso piattaforme online e con eventi di settore, cercando di stimolare la cooperazione tra le varie realtà operanti, migliorando automaticamente la visibilità e la competitività, semplicemente utilizzando strumenti informatici che al giorno d'oggi sono già di normale utilizzo.

3.4.4 - PROMUOVERE L'INCLUSIONE SOCIALE E L'INTEGRAZIONE

In una logica di recupero demografico sarà necessario favorire l'arrivo di nuovi residenti con politiche di *welfare* attrattivo e inclusivo. Per i cittadini stranieri sarà auspicabile fornire servizi di integrazione,

come corsi di lingua italiana, assistenza legale e programmi di *mentorship* (*Attività, ruolo, compito di mentore, di guida nei confronti di qualcuno più giovane o inesperto*). Ma anche mediazione culturale efficace per il trasferimento della conoscenza degli stili di vita e infine organizzare eventi e iniziative culturali e ricreative che favoriscano l’incontro e lo scambio tra tutti i cittadini.

3.4.5 - MIGLIORARE L’INFRASTRUTTURA E LA MOBILITA’

In un processo di crescita complessiva sarà indispensabile ampliare e migliorare il servizio di trasporto pubblico locale, incentivando l’uso di mezzi ecologici come autobus elettrici e biciclette condivise, ma anche prevedendo un servizio pubblico a chiamata (sia a beneficio dei residenti sia dei turisti) come avviene nelle zone collinari di Aosta e in altre parti d’Italia.

Per i trasporti è auspicabile l’introduzione di strumenti digitalizzati che permettano di far incontrare la domanda locale con le offerte aggregate di *car pooling*, *car sharing*.

Infine sarà necessario rivolgere la massima attenzione al trasporto ferroviario in vista della riapertura della linea ferroviaria Ivrea-Aosta, ricordando che Chatillon è sede di una stazione ferroviaria di fondamentale importanza come nodo primario per raggiungere molte località del comprensorio.

3.4.6 - PRESERVARE E PROMUOVERE IL PATRIMONIO CULTURALE E AMBIENTALE

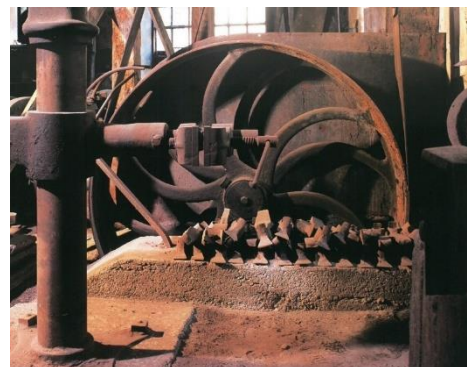
Con riguardo al patrimonio ambientale comunale sarà indispensabile sviluppare strategie di *marketing* turistico focalizzate su un turismo sostenibile, promuovendo itinerari culturali, enogastronomici e naturalistici e valorizzando la rete sentieristica secondo un giusto connubio tra natura e cultura. A tal riguardo Chatillon offre “*perle*” di forte interesse naturalistico e culturale quali i suoi Castelli e le sue Torri (Ussel, Gamba, d’Entrèves, Tour de Conoz, Tour d’Emarèse, Tour Néran), i siti di Ussel e Bellecombe, le frazioni della Collina, la rete di sentieri, le cave di marmo verde, lo Zerbion ecc. Infine Chatillon è punto strategico lungo la via Francigena.



In tal senso è auspicabile la riapertura di un punto informazione turistica nell’area della “rotonda”, punto strategico di interscambio con altri comuni e l’intera Valtournenche dove ogni giorno gravitano centinaia di persone in transito che potrebbero beneficiare di informazioni utili di promozione del territorio.

In un ambito di valorizzazione del patrimonio storico culturale del paese è auspicabile il recupero di luoghi storici dal forte valore culturale quali l’antica Forgia in via dei Mulini e i vecchi Forni a Chameran.

Con riguardo all’antica forgia in via dei Mulini nel Borgo, classificato come *Monumento storico*, possiamo dire che tale edificio rappresenta un *unicum* nell’ambito dei vecchi opifici dediti alla lavorazione del ferro in Valle d’Aosta. All’interno della stessa sono conservate tutte le attrezzature così come se lo spazio lavorativo fosse ancora in uso. La forgia rappresenta un patrimonio da valorizzare come museo della lavorazione del ferro e potrebbe costituire un punto strategico per organizzare giornate evento in coerenza con le attività di rivitalizzazione esposte nel punto 4.2.



Registriamo con soddisfazione la volontà del Comune di Chatillon di realizzare un centro di ricerca e presentazione degli aspetti legati alla biodiversità ed al ruolo delle api all’interno del fabbricato storico “Ex Hotel Londres” andando così a migliorare l’attuale museo. L’intento è quello di creare un centro scientifico di forte interesse e attrazione nel solco della valorizzazione del miele e del suo territorio.

Il museo del miele valorizzato con un nuovo percorso museale e la vicina antica forgia, anch’essa recuperata, contribuiranno ad accrescere le potenzialità offerte dal patrimonio culturale di Chatillon (oltre ai castelli e le sue torri) e potrebbero rappresentare una possibile chiave per il rilancio del paese.

La valorizzazione del patrimonio culturale non può prescindere dal ruolo che oggi assume la Banda Musicale di Chatillon fondata nel 1780 nella formazione di giovani musicisti e nell’intrattenimento con risvolti culturali e aggregativi per l’intera popolazione.

3.4.7 - RIGENERAZIONE URBANA

In Italia i piccoli comuni sono più di 5.000 e vi vivono quasi 10.000.000 di abitanti; fra questi vi è anche il nostro comune. Legambiente in un recente studio ha evidenziato che queste realtà hanno necessità di più politiche di sistema rivolte, in maniera specifica, ai giovani.

E’necessario investire in rigenerazione urbana e in innovazione sociale con nuovi servizi alla persona, nuovi modelli di abitare, servizi di cittadinanza digitali alla persona, nuove iniziative residenziali di lavoro basate sulla *green economy* e democrazia energetica con le rinnovabili. Ciò che serve, a nostro avviso, è fare leva su alcune opportunità tra cui quella energetica (fotovoltaico, eolico, idroelettrico e le comunità energetiche), quella abitativa (utilizzo di abitazioni non occupate potenzialmente disponibili) quella dello *smart working* e quella agricola.

Non vogliamo dimenticare la “manutenzione” del territorio, tema fondamentale per mitigare gli effetti del cambiamento climatico. La pulizia del sottobosco, delle rive dei corsi d’acqua, dei sentieri non può essere affidata solo al buonsenso o al volontariato degli abitanti: serve una retribuzione per questi servizi ambientali, serve pensare ad interventi contro il rischio idrogeologico.

Con riguardo agli aspetti legati al territorio costruito vi è la necessità di creare una buona pianificazione urbanistica che tenga conto del piano strategico di cui il Comune si vorrà dotare, in modo che le scelte legate ad un processo di crescita, trasformazione e riqualificazione siano compatibili con lo strumento urbanistico. Dobbiamo renderci conto che Chatillon ha oggi l’obbligo

di rivedere la sua pianificazione territoriale concepita più di trent'anni fa, definendo nuove linee guida per la gestione e lo sviluppo del suo territorio in vista di un possibile e auspicabile cambiamento. Sarà decisiva una nuova visione della pianificazione comunale che si doti, oltre che del PRGC, anche di un piano strategico aderente a quelle trasformazioni di breve periodo che l'Amministrazione comunale vorrà sviluppare nel corso del quinquennio amministrativo. Anche a tal fine saranno necessarie quelle fasi di analisi e di concertazione di cui abbiamo parlato fin qui. Il nuovo strumento urbanistico dovrà così includere una componente partecipativa che possa coinvolgere cittadini ed imprese, permettendo una revisione periodica dello strumento per adattarsi ai cambiamenti e conseguentemente limitare il più possibile il consumo del suolo.

Particolarmente urgente sarà intervenire sul centro storico, con un piano di riqualificazione e valorizzazione degli edifici, anche valutando la possibilità di un sostegno economico ai proprietari per attuare il piano del colore dei fronti dei fabbricati, di cui il Comune già dispone, oltre che intervenire per una radicale riqualificazione della zona di Chameran che, come si è visto, soffre particolarmente dal punto di vista commerciale e qualitativo delle abitazioni.

3.4.8 - LA COMUNICAZIONE

Sull'onda del “niente è impossibile” evidenziamo alcune considerazioni che potrebbero rappresentare un primo passo per affrontare l'insieme di difficoltà elencate nei punti precedenti che sono alla base della crisi del paese.

Per prima cosa è indispensabile tornare a comunicare, quindi pensare ad un affidamento della comunicazione a figure esperte nella gestione dei canali Social. I costi per tale attività sono certamente ridotti rispetto ai media tradizionali, l'efficacia e la capacità di penetrazione su *target* specifici sono sicuramente maggiori. Comunicare per valorizzare le eccellenze già presenti sul territorio del Paese o della “comunità di paesi” nel caso in cui le alleanze auspiccate dovessero concretizzarsi. Il rischio di essere in qualche modo “spartiti dal mondo” al giorno d'oggi risulta deleterio, molto più che in passato. Tornare a parlare della località, riservando spazi a tutte le sfaccettature che la contraddistinguono è un primo passo, certamente utile.

La comunicazione deve migliorare anche dal punto di vista della segnaletica, che deve aiutare chiunque visita il territorio a scoprire le sue eccellenze.

Prima di avviare il processo di cambiamento è obbligatorio individuare una strategia alla quale uniformarlo. In estrema sintesi occorre decidere cosa deve diventare Châtillon in futuro: un paese per giovani, per famiglie, per single, per coppie, per anziani? Ha senso parlare di Turismo per una località che non vanta elevata ricettività, non solo alberghiera?

Per individuare quale sia la migliore scelta, nell'ambito del nostro lavoro, ci siamo avvalsi dell'analisi denominata SWOT. *“L'analisi SWOT (conosciuta anche come matrice SWOT) è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i “punti di forza” (Strengths), le debolezze (Weaknesses), le “opportunità” (Opportunities) e le “minacce” (Threats) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo debba prendere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo. L'analisi può riguardare l'ambiente interno (analizzando punti di forza e di debolezza) o esterno di un'organizzazione (analizzando minacce ed opportunità)”*.

Si tratta di un esercizio che si rivela sempre utile, permette infatti di creare con cura uno scenario al cui interno ed esterno muoversi per raggiungere l'esito auspicato. Perché l'esercizio abbia successo

occorre affrontare la fase di analisi con la massima schiettezza e sincerità restando assolutamente lontani da eventuali condizionamenti e preconcetti.

Riveste importanza strategica anche dotare il territorio di connessione di qualità. Non tutta la località è coperta dalla fibra e questo rappresenta un ostacolo importante rispetto alla possibilità di attrarre nuove attività e nuovi residenti. La connessione Internet è oggi un presupposto imprescindibile sul quale puntare per avviare un processo di cambiamento strutturale ed efficace in sintonia con il continuo progresso tecnologico.

Una delle motivazioni della desertificazione è la totale mancanza di intrattenimento che rende decisamente poco appetibile la località, anche e solo per bere un caffè. Si tratta di una criticità che è molto impegnativa da affrontare e risolvere.

Nel caso in cui si concretizzassero le alleanze auspiccate, condividere risorse economiche sul territorio della “comunità di paesi”, allargando le prospettive di crescita ai comuni limitrofi, permetterebbe di articolare un vero programma di iniziative culturali, di spettacolo e di intrattenimento puro che potrebbe rivelarsi col tempo quanto mai produttivo anche in termini di richiamo di nuovi residenti e di nuovi flussi turistici. Si tratta di un insieme di iniziative che, se comunicate correttamente, aiuterebbero certamente ad intercettare i flussi turistici già attivi con destinazione Valtournenche e Saint-Vincent.

In questo senso vanno coinvolte tutte le attività commerciali esistenti, compresa la grande distribuzione che dispone di spazi importanti che possono rivelarsi quanto mai utili per catturare l'attenzione di nuovi possibili utenti. La rinascita quindi deve passare attraverso un ritorno a comunicare, ad una programmazione seria di iniziative e ad un conseguente progressivo recupero di visibilità.

In questo processo virtuoso devono essere coinvolte tutte le Associazioni, di ogni genere e tipo, attive sul territorio. Esse rappresentano un formidabile sostegno per ogni iniziativa da organizzare sul territorio. L'insieme delle attività potrà auspicabilmente generare un ritorno di interesse da parte dei residenti nel partecipare attivamente alla vita del Paese invertendo la tendenza all'isolamento e alla rassegnazione che oggi si avverte.

Un'ultima considerazione: i giovani sono la linfa vitale più importante, devono essere parte attiva del processo di cambiamento, senza di loro nessuna strategia si rivelerà efficace.

4 ALCUNE PROPOSTE

4.1 - BUONE PRATICHE A CUI ISPIRARSI

Per fronteggiare il preoccupante declino del nostro Comune ma anche consci del potenziale di alcune distintività di cui dispone, abbiamo individuato alcune buone pratiche che riteniamo possano essere modelli di riferimento nell'azione di contrasto alla progressiva rarefazione dei negozi di vicinato e fonte di ispirazione per contribuire al rilancio economico e sociale del territorio. In questo documento ne proponiamo tre:

- a) Progetto “Carrara Si-Cura”
- b) Progetto “Adotta una Scuola”
- c) Piattaforma web “Signor Sindaco, ho un'idea”

4.1.1. IL PROGETTO “CARRARA SI-CURA”

Si tratta di una iniziativa progettata dal Comune di Carrara per fronteggiare la progressiva rarefazione dei negozi di vicinato nel centro storico. L'imponente sviluppo turistico della zona a mare (Marina di Carrara) ha comportato negli anni il progressivo fiorire di attività commerciali sulla fascia costiera con il conseguente spopolamento del centro storico e la conseguente chiusura di numerosi laboratori artigiani ed esercizi di vicinato. Tale situazione ha comportato il progressivo degrado urbanistico di vaste porzioni del centro storico e acuito problemi di sicurezza per la popolazione residente.



Il Comune di Carrara, nel 2019, partecipa ad un avviso pubblico della Regione Toscana che tra i vari assi di finanziamento includeva anche iniziative atte a sostenere e promuovere nuove funzioni di spazi ed immobili inutilizzati. Il progetto “*Carrara si-cura*” viene approvato e ammesso a fruire del finanziamento regionale (70.000€). Per finanziare l'intero progetto il Comune di Carrara ha stanziato ulteriori 40.000€ di fondi propri.

Il progetto “*Carrara Si-Cura*” ha inteso supportare attivamente, in condivisione con le associazioni di categoria, il presidio commerciale attraverso il sostegno all'apertura di nuove attività nei numerosi fondi sfitti del centro cittadino, valorizzando al meglio le potenzialità del territorio, fortemente identificato con la cultura del marmo.

Il progetto si inserisce in un quadro più ampio di interventi di rigenerazione del centro cittadino e di riqualificazione di luoghi comuni urbani e spazi privati, con il coinvolgimento attivo delle numerose Scuole d'arte presenti sul territorio.

Il sostegno al tessuto commerciale ed artigianale prevedeva comunque una sua necessaria integrazione con l'organizzazione di iniziative di animazione e di eventi tesi a rivitalizzare il centro cittadino e che vedessero nell'arte e nella cultura strumento efficaci per innescare processi di rigenerazione urbana e di arricchimento sociale.

Il progetto “*Carrara si-cura*” trova fondamento ed origine in un percorso di concertazione, avviato sin dal 2017, tra l'Amministrazione Comunale e le rappresentanze delle associazioni di categoria presenti sul territorio finalizzata alla creazione del piano per la valorizzazione e qualificazione dei luoghi del commercio. Tale fase si concluse, nel 2017, con la firma di un protocollo d'intesa tra amministrazione e parti sociali coinvolte, documento poi approvato dalla Giunta con apposita deliberazione.

L'articolazione del progetto “Carrara si-cura”, concretizzatosi nel 2020, si articola principalmente in due distinte fasi, succedutesi temporalmente:

1° fase: Avviso di Manifestazione di interesse

Tale fase ha comportato dapprima l'individuazione da parte dell'Amministrazione della cosiddetta “area bersaglio”, ovvero della porzione di territorio comunale richiedente un energico ed incisivo intervento sul tessuto economico locale.

Si è successivamente avviata una indagine esplorativa rivolta ai proprietari di fondi sfitti, rientranti nella perimetrazione individuata ed interessati a locare il/i fondo/i di proprietà a soggetti privati che l'Ente comunale avrebbe debitamente selezionato con apposito bando di gara. Pre-requisito per la possibile locazione dei fondi sfitti era che questi ultimi dovevano trovarsi al piano terra ed essere aggettanti sulla pubblica via o piazza.

La procedura era finalizzata unicamente a consentire all'Amministrazione Comunale di calibrare le proprie azioni, anche sulla base delle disponibilità finanziarie del progetto.

2° fase: Bando pubblico apertura attività nel centro storico

La seconda fase è consistita nella pubblicazione di una procedura di evidenza pubblica, gestita dal Comune, finalizzata a selezionare soggetti privati che intendessero avviare, prioritariamente: attività laboratoriali, punti vendita di artigianato del marmo, gallerie d'arte, spazi espositivi (legati principalmente al mondo del marmo e al saper fare in genere), enogastronomia tipica ed aderenti alle indicazioni attuative del progetto.

Intendimento del Comune era di concorrere al raggiungimento degli obiettivi del bando, favorendo l'incontro tra domanda ed offerta di locali potenzialmente utilizzabili per l'avvio di nuove attività.

In esito a tale procedura ai soggetti selezionati poteva essere riconosciuto un contributo economico in conto affitto e/o spese per utenze. In sintesi, il bando di gara prevedeva le seguenti condizioni:

- *Contributo triennale.* Voci di spesa ammissibili a contributo: spese relative all'affitto, spese per utenze
- *Requisiti dei locali:* conformità alle vigenti disposizioni urbanistiche, edilizie, igienico-sanitarie e di sicurezza previsti per l'attività ammessa a contributo
- *Criteri di premialità:*
 - attività prioritarie (maggior punteggio) e attività non prioritarie (minor punteggio)
 - graduatoria in base alla tipologia di attività e punteggio acquisito
 - Istruttoria celere (15 gg da presentazione domande)
- *Risorse assegnate* (triennio 2020-2022): €110.000
- *Canone di locazione:* disciplinato in base ai valori stabiliti dall'Osservatorio Mercato Immobiliare (OMI) della locale Agenzia delle Entrate.
- *Attività prioritarie:*
 - Produzione, lavorazione, vendita, esposizione di prodotti dell'artigianato artistico e tradizionale (LR Toscana n.53/2008)
 - Attività artistica svolta in forma di lavoro autonomo e legata al mondo del marmo
 - Attività di vendita e/o somministrazione di prodotti tipici (IGP e/o DOP) e/o biologici

- Attività espositive di opere d’arte effettuate in gallerie e simili
- *Attività non prioritarie*: altre attività, al netto delle attività escluse (elencate sul bando).

Nonostante la problematicità del momento in cui il bando di gara è stato pubblicato (a dicembre 2020 si era in piena pandemia da Covid), sono state numerose le domande di adesione pervenute al Comune di Carrara per l’apertura di nuove attività commerciali. Le domande accolte e ammesse a fruire dei previsti sussidi sono state 25 e, ad oggi, a distanza di 4 anni dalla scadenza dei termini del bando il 50% dei nuovi negozi avviati risulta tuttora in attività.

4.1.2. - ALTAGAMMA – IL PROGETTO “ADOTTA UNA SCUOLA

Il progetto “**Adotta una scuola**” da parte di **Altagamma** nasce nel 2021 in collaborazione con l’allora Ministero dell’istruzione (oggi Ministero dell’Istruzione e del Merito), con lo scopo di avviare un processo collaborativo tra Scuole tecniche-professionali ed il mondo industriale, in particolare quello della manifattura di prodotti di lusso.

Altagamma è una fondazione, costituita nel 1992, che riunisce oltre 100 tra le più note imprese italiane del lusso nell’ambito della moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità, motori, nautica, accomunate dal fatto di rivolgersi ad una clientela internazionale alto-spendente. Solo per citare alcuni nomi, aderiscono alla fondazione marchi come *Gucci, Prada, Cucinelli, Versace, Fendi, Moncler, Max Mara, Missoni, Zegna, Artemide, Alessi, Bulgari, Buccellati, Ferrari, Alfa Romeo, Maserati, Lamborghini, Ducati, Driade, Giorgetti, Ginori, Illy caffè, Poltrona Frau, Tod’s, Cantieri Azimut Benetti, Nautica Riva, Cà del Bosco, Campari, Ferrari Trento* e molti altri brand distintivi del “*Made in Italy*”.

L’iniziativa di Altagamma origina dalla previsione del fabbisogno di profili tecnici e professionali per gli anni a venire e dalla necessità di disporre di un adeguato numero di qualificate figure professionali nel settore manifatturiero, per far fronte alla domanda prevista. Un apparente paradosso in un Paese che ha una elevata disoccupazione giovanile ma che risulta carente di risorse qualificate in possesso di quel mix di competenze tecniche e di sapienze artigianali che contraddistingue i prodotti che hanno reso famoso nel mondo il Made in Italy.

La capacità tutta italiana di creare cose belle, buone, di grande pregio qualitativo, sedimento di una lunga tradizione di eccellenza manifatturiera ha la necessità di garantire una sua continuità, disponendo di risorse qualificate che sappiano coniugare l’abilità artigianale del fare con l’impiego delle nuove tecnologie che regolano la digitalizzazione dei processi industriali, ne accrescono il livello qualitativo e migliorano la produttività.

Da qui la necessità di creare un rapporto di collaborazione tra il mondo dell’istruzione a quello dell’impresa, per giungere ad una rimodulazione dell’offerta formativa tecnica capace di creare competenze in linea con i reali fabbisogni delle imprese.

Il programma “*Adotta una Scuola*” crea **percorsi di formazione personalizzati fra scuole ed imprese**, agendo su due livelli. A livello di *macro-progettazione* dell’anno scolastico, le modalità formative prevedono una limitata e parziale personalizzazione dei programmi stabiliti dal Ministero. A livello di *micro-progettazione* sono previste lezioni in classe da parte di tecnici ed esperti delle imprese, la predisposizione di materiali didattici, le visite aziendali e gli stage, le sessioni di laboratorio, la formazione dei docenti.

La collaborazione tra Scuola ed Impresa è formalizzata in una **convenzione quadro** specifica che dettaglia le classi dell’ultimo biennio coinvolte, i referenti per il coordinamento e l’insegnamento, i contenuti e le attività specifiche, gli obblighi della Scuola, dell’Impresa e dello Studente, le condizioni di accesso ed utilizzo degli impianti, le attrezzature e gli spazi aziendali, le garanzie in materia di sicurezza ed il calendario di massima per l’anno scolastico.

L’iniziativa di Altagamma conduce ad una importante **rivalutazione degli Istituti tecnico professionali** e della qualità della loro offerta formativa. In Italia, gli studenti che decidono di proseguire gli studi presso gli Istituti Tecnici sono il 30,7%, di questo solo la metà il, 15%, sceglie un Istituto Professionale, laddove i licei tradizionali assorbono più della metà degli studenti dopo la licenza di scuola media inferiore.

BRAND	SCUOLE
Aurora	Istituto Superiore Amedeo Avogadro, Torino
Benetti	Scuole Tecniche San Carlo, Torino
Bottega Veneta	Istituto Bartolomeo Montagna, Vicenza
Brioni	ISS Vincenzo Moretti, Rosetto degli Abruzzi (TE)
Bulgari	Istituto Tecnico Ascanio Sobrero, Casale Monferrato (AL)
Fendi	IPSIA Ostilio Ricci, Fermo
Giorgetti	CFP Giuseppe Terragni, Meda (MB)
The Gritti Palace	Istituto Professionale Andrea Barbarigo, Venezia
Herno	ACOF Istituti Olga Fiorini, Busto Arsizio (VA)
Isaia	Istituto Isabella d’Este Caracciolo, Napoli
Loro Piana	IPIA Giuseppe Magni, Borgosesia (VC)
Masseria S.Domenico	IIS Consoli Pinto, Castellana Grotte (BA)
Moncler	IIS Caterina da Siena, Milano
Poltrona Frau	IPSIA Renzo Frau, Sarnano (MC)
Salvatore Ferragamo	IIS Benvenuto Cellini, Firenze
Stellantis	Istituto Salesiano Edoardo Agnelli, Torino
Technogym	Istituto Superiore Pascal Comandini, Cesena (FC)

La riscoperta dell’importanza della formazione tecnico-professionale, interpretata in chiave moderna e qualificante, offre ampie prospettive di inserimento in un mondo del lavoro che ricerca e premia le figure professionali ed artigianali di eccellenza.

In tale mutato scenario, Chatillon vanta la presenza di due Istituti tecnici- professionali, **l’Istituto Salesiano Don Bosco**, e **l’Ecole Hotelière** (IPRA).

L’offerta formativa dell’Istituto Don Bosco prevede un percorso quinquennale, che conduce al conseguimento del diploma in:

- *Manutenzione e assistenza tecnica - meccanica. Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature.*
- *Industria e artigianato per il Made in Italy – fabbricazione di mobili*

Nel caso dell'Ecole Hotelière, l'offerta formativa riguarda:

- *Percorso triennale di istruzione e formazione professionale (leFP), per l'ottenimento di una Qualifica professionale;*
- *Percorso quinquennale, per il conseguimento del diploma professionale di Tecnico dei Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera (IP);*

Ispirandoci all'iniziativa “Adotta una Scuola” promossa da Altagamma, diviene spontaneo pensare al ruolo che le imprese presenti localmente (CVA e MDM, per citare le principali), ma non solo a quelle attive sul territorio, potrebbero svolgere nella caratterizzazione dell'offerta formativa scolastica dell'indirizzo “meccanico”, affinché questa risulti più rispondente ai profili professionali di interesse delle imprese sensibili ad una tale iniziativa.

A titolo di esempio possiamo citare l'esperienza dell'Istituto Salesiano Edoardo Agnelli, con il Gruppo Stellantis (associato alla Fondazione Altagamma). Il programma condiviso tra Scuola ed Impresa prevede un percorso di 2 (due) anni in cui gli studenti possono avvicinarsi al mondo automotive scoprendone i processi nevralgici, facendo approfondimenti specifici sullo sviluppo di un'automobile. Prevede inoltre una serie di visite aziendali agli impianti produttivi, ai centri di ricerca e di sperimentazione.

Il ragionamento può estendersi al tessuto imprenditoriale regionale dell'artigianato, in particolare ai produttori di arredi e mobili, per una eventuale rimodulazione dell'offerta formativa dell'indirizzo “Fabbricazione di mobili”, perché risulti funzionale alla formazione di risorse in grado di garantire continuità operativa futura alle imprese del settore.

Nel settore del legno e arredo possiamo segnalare gli accordi stipulati tra il Gruppo Giorgetti e l'Istituto CFP Terragni di Meda, quello tra Poltrona Frau e l'IPSIA di Sarnano, tra il Gruppo Porro ed il Centro di Formazione Enaip di Cantù. I ragazzi hanno la possibilità di acquisire le conoscenze indispensabili, sia teoriche che pratiche, per la produzione di un mobile in merito a materiali, processo produttivo, qualità, organizzazione del lavoro e presentazione del prodotto finale.

Il modello adottato da Altagamma vale anche per l'Ecole Hotelière. In questo caso possiamo trarre ispirazione dal progetto di collaborazione tra l'azienda vinicola Ferrari di Trento (aderente alla fondazione Altagamma) e l'Istituto Alberghiero Trentino di Levico Terme. L'accordo prevede il coinvolgimento di 20 relatori, fra esperti di settore e dirigenti di Ferrari, per un totale di 100 ore di formazione fra lezioni frontali ed esperienze sul campo. I temi, oggetto del percorso formativo, riguardano il mondo del vino e della ristorazione, dell'ospitalità e della gestione, della comunicazione e del marketing e prevede visite in cantina e nei vigneti. Con tale iniziativa, la Ferrari di Trento, intende sostenere la formazione e la crescita di giovani professionisti che potranno contribuire allo sviluppo del turismo e del settore enogastronomico locale. Investire sui giovani, sul capitale umano presente sul territorio, significa investire sul futuro a sostegno dell'economia del territorio e delle imprese che vi operano.

Altra iniziativa in campo alberghiero è quella che prevede la collaborazione tra l'Istituto Alberghiero Barbarigo di Venezia con l'Hotel “The Gritti Palace -Marriott”, un hotel 5 stelle di Venezia per l'implementazione di percorsi formativi professionalizzanti e di codocenza con esperti aziendali, nel settore enogastronomico e di ricettività alberghiera.

Potremmo ispirarci all’iniziativa di *Ferrari Trento* per individuare soluzioni che favoriscano una più efficace interazione tra l’Ecole Hotelière ed i principali attori regionali nei settori dell’enogastronomia, della filiera agro-alimentare e del comparto ricettivo-alberghiero.

Il ristorante didattico

Per imparare qualsiasi cosa bisogna farla! L’attività tecnico-pratica degli Istituti Alberghieri simula abitualmente l’attività ristorativa attraverso esercitazioni svolte tra gli allievi, in assenza di un vero Cliente. Il **Ristorante Didattico** offre ai ragazzi l’opportunità di confrontarsi con la realtà operativa e sperimentare l’attività di un ristorante.



IL Ristorante Didattico consente agli allievi dell’Istituto alberghiero di mettere in pratica le loro conoscenze e competenze spaziando dalla composizione del menù, i fabbisogni di materie prime e gli approvvigionamenti, il costo del pasto, la qualità di esecuzione dei vari piatti, il rispetto delle norme igieniche, la gestione delle prenotazioni, l’allestimento dei tavoli, la presentazione dei vini e l’abbinamento con il cibo, il servizio di sala, l’interlocuzione con il cliente e le conoscenze di lingua.

In Europa sono numerosi i ristoranti didattici attivati dagli istituti alberghieri e da qualche anno è nata anche una rete di Ristoranti Didattici. In particolare, il DM 44/2001 prevede la possibilità per le istituzioni scolastiche di vendere beni e servizi quale prodotto delle esercitazioni. La norma prevede che tale attività abbia una contabilità separata e gli utili, coperte le spese, siano investiti esclusivamente nel miglioramento della istituzione scolastica.

Pensando all’Ecole Hotelière di Chatillon, ci auguriamo che il brillante successo conseguito con l’iniziativa del 5 maggio 2024 presso il Castello Gamba (IPRA in fiera – Una passeggiata fra i sapori) ed il lustro acquisito nell’aver partecipato attivamente alla preparazione del ricevimento presidenziale in occasione della recente Festa della Repubblica dello scorso 2 giugno 2024, accrescano la motivazione della Direzione di Istituto nello sviluppare nuove iniziative promozionali e cimentarsi in progetti ambiziosi. La crescente numerosità di giovani produttori impegnati nella filiera agroalimentare, rappresentano una novità interessante nel panorama imprenditoriale valdostano ed evidenziano un progressivo spostamento ed orientamento dell’assetto economico regionale verso il settore turistico. In tale contesto, il ruolo dell’Ecole Hotelière assume valenza strategica nella formazione di risorse qualificate, capaci di valorizzare la tipicità dei prodotti locali ed esprimere con tali materie prime una cucina di qualità.

4.1.3. LA PIATTAFORMA WEB “SIGNOR SINDACO, HO UN’IDEA”

La tecnologia digitale e l’utilizzo della rete possono favorire il dialogo diretto tra cittadino ed istituzioni locali. All’interno del sito web del Comune di Chatillon si potrebbe prevedere la realizzazione di una piattaforma “**Signor sindaco, ho un’idea**” per mezzo della quale singoli cittadini e/o referenti dell’associazionismo presente sul territorio possono formulare delle proposte proponendole all’Amministrazione comunale.

Il progetto mira a coinvolgere la cittadinanza nella definizione delle politiche locali mediante un approccio partecipativo, riconoscendo la centralità del cittadino nell'azione amministrativa.

La piattaforma dovrà avere un formato molto semplice, essere di facile impiego e non richiedere competenze informatiche particolari per chi intenderà usarla. Una veste del tipo:

Se hai una idea per migliorare la vita quotidiana degli abitanti di Chatillon, condividila qui.

- *Generalità del proponente (Cognome, Nome, Indirizzo, Telefono, e-mail,...)*
- *La mia idea (descrizione sommaria della proposta, con eventuale corredo di immagini)*
- *Condizioni di riservatezza*

Gli ambiti tematici interessati dalle proposte possono essere i più vari, purché di interesse generale: cultura, economia e occupazione, istruzione e formazione, ambiente e territorio, sviluppo sostenibile, rigenerazione urbana, prevenzione e sicurezza, pulizia, solidarietà e inclusione sociale, sport e tempo libero, infrastrutture, trasporti e mobilità.

L'obiettivo è quello di migliorare la qualità della vita dei cittadini di Chatillon, attraverso una **dimensione partecipativa** dei residenti le cui proposte contribuiscono ad orientare le scelte dell'Amministrazione comunale.

L'utilizzo della piattaforma consente la comunicazione diretta tra cittadino ed amministrazione, in forma collaborativa e trasparente nell'intento di perseguire progetti di interesse generale. La dimensione partecipativa non risponde solo ad un criterio di democrazia e trasparenza, ma mira anche a rafforzare il senso di coesione sociale e di appartenenza alla comunità.

4.2 EVENTI TEMATICI

Come evidenziato nei punti precedenti risulta improcrastinabile agire per interrompere il processo che potrebbe portare Chatillon ad una situazione irreversibile.

Tra le possibili soluzioni, non certamente facili, abbiamo comunque pensato a diverse azioni che comportano attuazioni a breve e medio-lungo termine. Tra le azioni a breve termine, anche al fine di occupare provvisoriamente i numerosi locali commerciali oggi chiusi (circa il 46% delle attività preesistenti) e rivitalizzare il centro storico (Borgo e Chameran) si è pensato ad un progetto di largo respiro che individua le eccellenze del territorio sopra evidenziate ponendole al centro di iniziative ed eventi da programmare nel corso dell'anno.

L'idea si fonda sull'importanza che Chatillon ha avuto nel passato come luogo di riferimento per la media Valle e la valle di Valtournenche come luogo di commercio e scambio dove il mercato del lunedì e la fiera boaria sono stati luoghi di grande attrazione e interesse.

In sostanza la proposta si basa su un principio che si può così schematizzare:

EVENTI > MODELLO DI RILANCIO IMPRENDITORIALE > SINERGIE

Chatillon diventerebbe un centro di richiamo regionale e sovraregionale per eventi di varia natura e interesse, compatibili con le realtà già esistenti che dovranno coinvolgere vari attori e tra questi:

- le istituzioni (Comune e Regione),
- le entità pubbliche e private che operano nel nostro territorio già sopra richiamate: Il castello Gamba, CVA, IPRA, la scuola professionale Alberghiera, il Poliambulatorio sociosanitario, la Banda Musicale e il polo sportivo comunale oltre alle numerose associazioni esistenti.

Estendendo il concetto di eventi/esposizione, si è pensato al territorio comunale come una sorta di grande spazio espositivo, variamente articolato, che si connoterebbe in un *brand* con una identità forte e riconoscibile: *CHATILLON IN GALLERY* (di puro esempio).

Pensiamo, per ora, a 7 eventi che potrebbero svilupparsi ogni mese negli ultimi giorni della settimana: venerdì, sabato e domenica:

- 1) Evento sul tema Arte (pittura, scultura e ceramica);
- 2) Evento sul tema artigianale (artigiani del legno, del ferro, della ceramica, del cuoio);
- 3) Evento sul tema enogastronomico (produttori di prodotti locali vini, liquori, formaggi, salumi, ecc.);
- 4) Evento sul tema musicale (giornate dedicate a ospitare gruppi di vari generi musicali);
- 5) Evento sul tema tecnologico-ambientale (startup, produttori di tecnologia innovativa ed ecosostenibile);
- 6) Evento sul tema sociosanitario (prestatori di servizi sociosanitari, organizzazioni del terzo settore);
- 7) Evento sul tema sportivo (eventi con varie discipline sportive aperto esclusivamente al mondo giovanile);



La Sagra del miele che ormai si è concretizzata nel tempo rientra in questo nuovo disegno di iniziative e rappresenta l'ottavo evento.

In questo calendario di iniziative si potrebbero escludere i mesi di gennaio, febbraio, luglio e agosto già interessati da numerosi altri eventi che si svolgono in varie località della Regione.

Tutte le iniziative si dovranno autofinanziare, ciò vuol dire che i costi

dovranno essere coperti totalmente dalle entrate generate dai contributi dei vari espositori. Dai costi organizzativi si dovranno tenere distinte le spese per la promozione che dovranno essere date in capo alle istituzioni coinvolte (Comune e Regione).

Il forte impegno organizzativo dovrà essere in parte sorretto dalle associazioni presenti sul territorio che dovranno condividere il progetto.

Gli attori principali, che sono il Comune e l'amministrazione Regionale, dovranno condividere l'iniziativa in modo sinergico. Il Comune, al fine di porsi in modo ottimale, dovrà, a nostro avviso, istituire un ufficio apposito e, meglio ancora, un assessorato di riferimento.

Ad esempio, nel caso dell'iniziativa sul tema Arte, l'Amministrazione regionale dovrà organizzare la mostra che costituisce il fiore all'occhiello dell'evento (Mostre che solitamente la Regione già organizza) e contribuisce all'adeguata promozione sia della mostra che dell'intero evento. Allo stesso modo potrà contribuire per gli altri eventi previsti nel corso dell'anno.

E' auspicabile che si formi un comitato organizzatore ad *hoc*, sotto forma di associazione/comitato o fondazione che coordina l'intero progetto e l'insieme degli eventi; come costola a questo comitato si potranno costituire dei sub comitati specifici ognuno competente per la singola iniziativa.

Esempio 1 - EVENTO SUL TEMA ARTE (PITTURA, SCULTURA, CERAMICA ARTISTICA, FOTOGRAFIA, AUDIOVISIVO...)

Il castello Gamba, sede della Pinacoteca regionale, diventerebbe il centro di tutte le iniziative legate al mondo dell'arte. Una mostra di un certo rilievo verrà inaugurata il venerdì e aprirà di fatto l'evento ARTE del programma CHATILLON IN GALLERY. I tre giorni saranno segnati da numerose iniziative:

- Inaugurazione della mostra di rilievo nazionale al Castello Gamba
- Inaugurazione di una seconda mostra al castello di Ussel di rilievo regionale
- conferenze sui temi specifici dell'arte da svolgersi presso la saletta comunale Don Paolo Chasseur, la sala del Don Bosco, la sala scuole elementari,
- laboratori didattici presso castello Gamba e saletta Biblioteca aperta a bambini e ragazzi
- momenti espositivi nel Borgo e a Chameran a cura di pittori, scultori, ceramisti, fotografi usufruendo dei locali commerciali ora chiusi e in alcuni spazi pubblici e privati al coperto.
- Il percorso espositivo sarà arricchito da punti gastronomici e musicali che contribuiranno a rendere ancora più gradevole ed accattivante l'evento.

Per la riuscita della manifestazione saranno indispensabili le sinergie con le varie associazioni del comune chiamate a condividere il progetto e l'apporto spontaneo di cittadini che potranno dare un prezioso contributo a titolo volontaristico.

Esempio2 - EVENTO SUL TEMA ARTIGIANATO (ARTIGIANI DEL LEGNO, DEL FERRO, DELLA CERAMICA, DEL CUOIO)

L'istituto Salesiano Don Bosco diventerebbe il centro di tutte le iniziative legate al mondo dell'artigianato.

La scuola aprirà i suoi battenti per far conoscere la sua didattica e le potenzialità nella formazione nell'ambito della filiera del legno e della meccanica. Una mostra delle opere dei ragazzi potrà svolgersi presso i locali stessi della scuola e in altri locali esterni all'istituto (da individuare). La stessa verrà inaugurata il venerdì e aprirà di fatto l'evento Artigianato del programma CHATILLON IN GALLERY. I tre giorni saranno segnati da numerose iniziative:

- Inaugurazione della mostra presso l’Istituto Don Bosco
- Inaugurazione di una seconda mostra esterna all’Istituto
- conferenze sui temi specifici dell’artigianato da svolgersi presso la saletta comunale Don Paolo Chasseur, la sala del Don Bosco, la sala scuole elementari,
- laboratori didattici presso l’Istituto Do Bosco e saletta Biblioteca
- momenti espositivi nel Borgo e a Chameran a cura di artigiani del legno, del ferro, della ceramica, orafi ecc. usufruendo dei locali commerciali ora chiusi e in alcuni spazi pubblici e privati al coperto.
- Il percorso espositivo sarà arricchito da punti gastronomici e musicali che contribuiranno a rendere ancora più gradevole l’evento

In questo contesto è auspicabile il recupero dell’antica forgia in via dei Mulini nel Borgo affinché possa essere destinata a spazio museale e quindi diventare punto strategico per organizzare eventi dimostrativi che richiamano alla lavorazione del ferro; attività questa che ha rappresentato un caposaldo dell’economia di Chatillon e della regione nei secoli scorsi.

Per la riuscita dell’evento saranno indispensabili le sinergie con le varie associazioni del comune chiamate a condividere il progetto e l’apporto spontaneo di cittadini che potranno dare un prezioso contributo a titolo volontaristico.

Allo scopo di garantire un buono standard culturale e qualitativo delle mostre e delle iniziative sarà opportuno creare una apposita commissione che vaglierà gli artisti e gli artigiani da invitare agli eventi. La commissione dovrà essere composta e scelta in base a provata competenza dei componenti. Ciò è evidentemente di grande importanza visto che lo scopo delle iniziative è quello di richiamare sul territorio quante più persone interessate agli eventi, provenienti anche da altre regioni e fare in modo che gli stessi eventi diventino un importante appuntamento da seguire e far proseguire negli anni a venire.

....seguono con lo stesso modello gli altri eventi:

Esempio 3- Evento sul tema enogastronomico (produttori di prodotti locali vini, liquori, formaggi, salumi ecc con il coinvolgimento della Scuola Fondazione per la formazione professionale turistica (IPRA e l’istituto professionale) e dei produttori locali.

Esempio 4- Evento sul tema musicale (giornate dedicate a ospitare gruppi di vari gusti musicali) con il coinvolgimento della Banda Musicali e le associazioni del territorio.

Esempio 5- Evento sul tema tecnologico-ambientale (startup, produttori di tecnologia innovativa ed ecosostenibile) con il coinvolgimento di CVA, Salesiani.

Esempio 6- Evento sul tema sociosanitario (prestatori di servizi sociosanitari, organizzazioni del terzo settore) con il coinvolgimento di ASL, Comune e le associazioni che operano nel sociale.

Esempio 7- Evento sul tema sportivo (eventi con varie discipline sportive aperto esclusivamente al mondo giovanile) con il coinvolgimento delle associazioni sportive del territorio.

4.3 - RIAPRIRE I LOCALI OGGI VUOTI

In attesa che venga attuato un processo di rigenerazione commerciale, trovando ispirazione nel modello adottato dal Comune di Carrara con il sopra descritto progetto “CARRARA SI- CURA”, sarà comunque necessario promuovere, con azioni a breve termine, una politica finalizzata ad incentivare aperture di attività in sintonia con le sopracitate tipicità del nostro territorio e che si potranno insediare nei fondi oggi sfitti del centro storico (Borgo e Chameran) facendo incontrare le esigenze dei proprietari e quelle di nuovi operatori.

In un’ottica di questo tipo sarà possibile, tramite un’azione correlata con i nuovi scenari che ci auguriamo possano scaturire dalle nostre proposte, occupare, in una prima fase, una parte dei locali commerciali attualmente inutilizzati, facendo ricorso a contratti a titolo temporaneo (*temporary shop* o simili), vale a dire locazioni di un immobile per un breve periodo di tempo legato a eventi e/o manifestazioni che possano favorire in modo incisivo, anche se limitato nel tempo, esposizioni e vendita di prodotti legati a specifiche iniziative di settore. Ad esempio, nel caso di eventi a carattere artistico e/o artigianale, i locali sfitti possono diventare spazi espositivi e di vendita al coperto per il periodo strettamente legato all’evento ed eventualmente protrarsi per un tempo più lungo.

4.4 – L’ ANTICA FORGIA E IL RINNOVATO MUSEO DEL MIELE NEL BORGO

L’antica Forgia e il museo del Miele ubicati, in stretta vicinanza tra loro, quest’ultimo nella rinnovata versione che il Comune ha deciso di perseguire, potrebbero contribuire ad un rilancio del comune in termini di valorizzazione delle eccellenze del territorio

In particolare l’antica Forgia, situata nel centro storico a pochi passi dal Museo del miele, è testimonianza delle numerose attività industriali e artigianali legate alla lavorazione del ferro con fucine, fonderie e maestranze molto qualificate, operanti nella zona fino al secolo scorso. Si potrebbe quindi pensare ad un suo recupero destinandola a spazio museale moderno e interattivo nel quale evocare il passato operoso di Chatillon, ricco di fabbri e officine impegnate nella lavorazione del ferro.

Si potrebbero così organizzare, in modo saltuario e con la collaborazione di enti quali il FAI e le associazioni di artigiani del settore, momenti dimostrativi per giovani e adulti interessati a questo affascinante mondo del ferro.

In occasione degli eventi richiamati al punto 4.2 il Museo della Forgia potrebbe essere aperto al pubblico con dimostrazioni sulle tecniche di forgiatura ed ospitare mostre di coltelli, lame e oggettistica del settore, nonché opere di artisti contemporanei che realizzano le loro opere con il ferro.

Anche il museo del miele, ubicato nei pressi della citata forgia e ripensato in una rinnovata veste espositiva che richiama agli aspetti legati alla biodiversità ed al ruolo delle api in forma moderna e interattiva, costituirà motivo di interesse e attrazione in occasione dei vari eventi che si intendono organizzare per rivitalizzare il paese.

5. LO SCAFFALE DEI PROGETTI

I Comuni italiani sono alla costante ricerca di finanziamenti, sia regionali che nazionali ed europei, per la realizzazione di progetti di sviluppo a beneficio delle comunità amministrate. La crescente complessità del quadro normativo che comporta appesantimenti burocratici in capo alle Amministrazioni comunali e la carenza di personale sono le principali criticità che ostacolano la ricerca e l'individuazione di opportunità di finanziamento. Molto spesso queste difficoltà portano a lasciare in sospeso o a perdere occasioni preziose per accedere a contributi e strumenti di finanza agevolata che consentirebbero la realizzazione di progetti significativi per la comunità.

La preparazione di un progetto richiede tempo e risorse, dover iniziare da zero ogni volta che si presenta una opportunità di finanziamento significa, il più delle volte, essere costretti a rinunciare a causa della incompatibilità dei tempi necessari per l'approntamento dell'intero dossier documentale.

Numerosi Comuni hanno costituito gruppi di lavoro interni, la cui missione è quella di occuparsi specificamente di ricerca e gestione di finanziamenti pubblici e privati, individuando bandi, concorsi e opportunità di finanziamento regionali, nazionali ed europei.

Invitiamo le future Amministrazioni Comunali di Châtillon a considerare l'opportunità di strutturarsi, agendo sull'organico o su di un possibile riordino organizzativo interno, per cercare di cogliere le opportunità di finanziamento di progetti di interesse generale.

A guadagno di tempo, in presenza di iniziative e progetti meritevoli di attuazione, risulterebbe vantaggioso disporre di progetti “pronti” o “quasi pronti”, ovvero suscettibili di integrazioni ed affinamenti, spendibili per partecipare a bandi o per attingere a forme di finanziamento accessibile. Si tratta dei cosiddetti progetti “*a scaffale*”, la cui finalità è quella di rispondere ad esigenze del territorio e migliorare la qualità della vita dei residenti, progetti in sintonia con gli indirizzi di sviluppo individuati dal Comune.

La disponibilità di progetti “*a scaffale*” permette di ridurre sensibilmente il tempo necessario per la preparazione della documentazione richiesta dal bando di gara, inoltre, aumenta le possibilità di aggiudicazione del bando, potendo dedicare più tempo alla preparazione dell'offerta.

I residenti possono svolgere una funzione di stimolo nei confronti della Amministrazione comunale, rappresentando esigenze del territorio e/o proponendo la realizzazione di determinati progetti e/o di iniziative. L'Amministrazione comunale ha il compito di valutare le proposte della cittadinanza, identificare le aree di intervento strategico e definire i progetti da finanziare. Per i progetti più semplici, peraltro sono quelli più facilmente finanziabili, la preventiva elaborazione del progetto da inserire “*a scaffale*” potrebbe risultare vantaggiosa non appena si presentino condizioni vantaggiose di finanziamento del progetto.

Formuliamo ad esempio le seguenti proposte, emerse in occasione di confronto dialettico in seno al nostro comitato:

- Riqualificazione ambientale di aree comunali
- Sistemazione dei parchi giochi per bambini

- miglioramento della sentieristica

Riteniamo si tratti di proposte meritevoli quantomeno di approfondimento e di valutazione tecnico-finanziaria, ai fini di una loro attuabilità.

6. INNOVAZIONE, IMPRENDITORIA E FORMAZIONE

Un negozio è un'attività commerciale, ovvero un'impresa e come tale va gestita. C'è internet, c'è la concorrenza, c'è la crisi economica. Lo scenario, come si evince dalle risultanze delle indagini e degli studi svolti dalle associazioni categoriali, non è destinato a mutare sensibilmente nel breve periodo. Non si potrà tornare indietro, bisogna prenderne atto ed organizzarsi per andare avanti.

Oggi giorno l'economia ed il benessere si fondano sul progresso della conoscenza e la sua trasformazione in nuovi prodotti, processi e servizi. Ogni impresa cerca di acquisire e consolidare una precisa identità che le consenta di essere percepita in modo chiaro sul mercato. L'**innovazione**, intesa come capacità di mettere a punto nuovi prodotti e servizi, diviene fattore strategico per acquisire una precisa connotazione.

Lo scenario competitivo per ogni impresa è determinato soprattutto dal comportamento delle altre imprese concorrenti, i consumatori oggi sono più informati e pertanto più esigenti ma sono sensibili alle novità significative. In un contesto globalizzante e fortemente competitivo, caratterizzato dall'abbondanza di prodotti e servizi, nessun vantaggio competitivo è destinato a durare nel tempo. La diversificazione di prodotti e servizi, la valorizzazione della distintività dell'offerta e l'aumento del livello qualitativo risultano fattori chiave per consolidare la propria posizione sul mercato.

Ma l'ingrediente fondamentale rimane il **capitale umano**, è la mente fertile dell'imprenditore che riesce a sviluppare idee ingegnose, combinando tecnologie innovative sviluppate per altri scopi e adattandole alle proprie esigenze per migliorare la propria offerta di prodotti e servizi.

Lo spirito imprenditoriale è il motore dell'innovazione, della competitività e della crescita. In una economia moderna, l'innovazione è la leva primaria per la competitività dell'impresa. La qualificazione delle risorse umane risulta pertanto un fattore decisivo per la competitività di ogni impresa, il rafforzamento del capitale umano si realizza con l'istruzione e la formazione.

Pensiamo ai ragazzi che frequentano i due Istituti professionali presenti a Chatillon, diplomati presso **l'Istituto Don Bosco** e **l'Ecole Hotelière**. Offrire loro l'opportunità di un completamento formativo avanzato che alimenti la cultura d'impresa e fornisca loro le conoscenze di base per migliorare le proprie competenze, potrebbe aiutarli a considerare l'opportunità di intraprendere un'iniziativa imprenditoriale, senza doversi necessariamente allontanare per cercare occupazione o doversi accontentare di una soluzione di ripiego, vanificando in tal modo le conoscenze acquisite durante il percorso scolastico affrontato.

Coniugare propensione imprenditoriale ed accesso a strumenti di finanza agevolata per l'avvio di iniziative professionali sul territorio, contribuirebbe al rafforzamento dell'economia locale. Riteniamo che una verifica preliminare con i vertici dei due Istituti circa l'interesse e la praticabilità di un tale progetto sia meritevole di approfondimento.

7. TELEMEDICINA

Chatillon è centro di servizi e sede del Poliambulatorio comprensoriale dell’USL. Lo sviluppo delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione offre nuove interessanti opportunità di utilizzo in campo sanitario. In virtù della presenza di tale importante presidio sanitario a Chatillon, riteniamo sia meritevole esplorare la possibilità di avviare **progetti innovativi** di impiego della **telemedicina** o più estensivamente progetti sperimentali inquadrabili in ambito sanitario.

Chatillon potrebbe candidarsi a diventare un laboratorio di sperimentazione e messa a punto di soluzioni di Telemedicina, consentendo ai pazienti di ricevere cure e monitoraggio medico anche a distanza. La telemedicina è particolarmente utile per pazienti con malattie croniche e per coloro che hanno difficoltà di spostamento o necessità di assistenza urgente.

In presenza di una popolazione caratterizzata da un progressivo invecchiamento e dall’insorgenza di patologie croniche, le nuove tecnologie consentono a medici e pazienti di interagire e disporre di assistenza sanitaria a distanza, comunicando mediante l’uso di dispositivi informatici (computer, tablet, smartphone).

8. CVA – MOTORE DEL RILANCIO ECONOMICO DI CHATILLON

Nell’area ex-Tecdis è prevista la nascita di CREA, acronimo di **Cva Renewable Energy Area**, il distretto delle energie rinnovabili della CVA. Per quanto riportato dagli organi di stampa locale, presenti alla conferenza stampa di presentazione dell’iniziativa nel febbraio scorso, l’Amministratore delegato di Cva Giuseppe Argirò nel descrivere il progetto Crea ha affermato **“Sarà un luogo dove si non si farà solo innovazione e ricerca, ma anche formazione e educazione”**.

Un polo di attrazione, anche *“grazie alla qualità della vita offerta”*, per chi vuole lavorare ma anche formarsi e specializzarsi sul tema. *“L’idea è di costruire un polo che abbia una valenza non solo nazionale anche europea – precisa ancora Argirò – Oggi abbiamo la forza per farlo e ci crediamo, convinti che sia un modo per far ricadere valore sul territorio. L’obiettivo del polo è anche quella che si chiama «education»: dalla formazione di nuove professionalità, con la collaborazione degli istituti tecnici della Valle, a una partnership con l’Università della Valle d’Aosta”*.

“Stiamo vivendo una transizione energetica da anni, ma a livello nazionale manca ancora un grande piano di formazione per preparare le persone a questa trasformazione. Noi vogliamo colmare questo vuoto, creando opportunità di crescita professionale e attrattività per giovani talenti, anche da fuori regione”.

L’idea è di sviluppare percorsi di formazione a diversi livelli formazione tecnica di base con il coinvolgimento degli Istituti Tecnici Superiori (ITS), per avviare i giovani a carriere nel settore delle rinnovabili, ma anche alta formazione manageriale, per garantire il passaggio di competenze tra generazioni e rispondere alla crescente domanda di figure specializzate come ingegneri elettrici, ambientali e project manager.

Le dichiarazioni dei vertici di CVA alimentano una nuova speranza ed un giustificato ottimismo per la realizzazione di un progetto destinato a ridare slancio all’economia territoriale e restituire a Chatillon un’identità smarrita di cittadina industriale. La produzione energetica da fonti rinnovabili rappresenta la punta più avanzata della ricerca tecnologica e la decisione assunta da CVA di insediare

nell'area ex-Tecdis il suo centro di ricerca e di formazione, offre a Chatillon una straordinaria prospettiva di rilancio economico e di risveglio sociale.

Incoraggiamo l'avvio di un **proficuo dialogo costruttivo** tra Amministrazione comunale, Istituzioni regionali e vertici decisionali di CVA per la creazione delle condizioni di contesto locale più favorevoli allo sviluppo del progetto CREA e al consolidamento della presenza di CVA sul territorio comunale.

9. “CHATILLON 2040” - PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO

E' auspicabile che nell'arco temporale di mandato della prossima legislatura comunale, venga predisposto un **Piano Strategico di Sviluppo** che traguardi una scadenza temporale almeno decennale.

Il Piano strategico è un processo di definizione e di condivisione della visione futura del paese e del suo territorio. Facendo leva sulle evidenze e sui bisogni espressi dalla comunità nel percorso di preparazione, il Piano definisce gli indirizzi di sviluppo, fissa obiettivi e individua le azioni prioritarie per definire l'identità futura del paese, da attuarsi in modo condiviso e concertato tra tutte le istanze locali.

L'obiettivo di un coinvolgimento il più ampio possibile tra tutte le istanze locali, dalle istituzioni pubbliche all'associazionismo, fino ai singoli cittadini ha lo scopo di costruire in modo condiviso il futuro del paese. La dimensione partecipativa non risponde solo ad un criterio di democrazia e trasparenza, ma mira anche di rafforzare il senso di comunità e di coesione sociale.

Il traguardo temporale di visibilità del Piano “**Chatillon 2040**” richiede un'attenta considerazione degli aspetti economici, urbanistici, sociali, ambientali e culturali del territorio. Il successo dell'iniziativa sarà fortemente condizionato dalla trasparenza dell'intero processo, dalla informazione sul percorso di definizione alla comunicazione sull'avanzamento dei lavori e sulla produzione del documento finale.

La preparazione del Piano potrà richiedere il coinvolgimento di qualificate externalità pubbliche e private, in grado di accompagnare le risorse locali incaricate, nel percorso di progettazione e di elaborazione del Piano, fornendo loro un efficace supporto metodologico di orientamento per affrontare in modo organico e strutturato la produzione del documento.

Incertezza e cambiamento sono le costanti che caratterizzano i nostri tempi, parrebbe pertanto illusorio poter prefigurare uno scenario a distanza di 10-15 anni. In realtà, il Piano di sviluppo è un documento programmatico e dinamico, volto a disegnare gli indirizzi di sviluppo del paese, che potrà essere aggiornato ed adeguato in presenza di significativi mutamenti di scenario.

E' opportuno che il Comune, partendo dalle potenzialità di cui dispone e dagli obiettivi che si prefigge, definisca cosa vuole diventare ed elabori una “**road map**” a cui fare riferimento per poi costruire singoli progetti coerenti agli indirizzi programmatici individuati.

E' importante disporre di una visione strategica a cui tendere, ovvero di una prospettiva condivisa che consenta di orientare le scelte, pianificare gli investimenti, reperire ed allocare le risorse finanziarie necessarie.

Il documento di Piano delinea il profilo futuro del Comune in materia di pianificazione urbanistica e gestione del territorio, erogazione dei servizi, tutela ambientale, valorizzazione dei beni culturali, sviluppo delle potenzialità economiche e sociali, insediamento di nuove attività, accessibilità e riordino della viabilità.

“Chatillon 2040” è un piano programmatico che definisce gli indirizzi strategici di medio periodo per uno sviluppo sostenibile del nostro Comune, declinato nelle sue componenti **ambientale, economico e sociale**.

Lo sviluppo sostenibile è un modello di crescita che soddisfa i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli delle generazioni future. Il suo obiettivo è quello di creare un equilibrio tra economia, ambiente e società, in modo che ciascuna componente possa svilupparsi in modo armonico con le altre. Il concetto di sostenibilità poggia su tre componenti fondamentali:

- **Sostenibilità economica:** intesa come capacità di generare reddito e lavoro per il sostentamento della popolazione, conservando un equilibrio con la tutela ambientale e l'equità sociale.
- **Sostenibilità sociale:** intesa come capacità di garantire condizioni di benessere per le persone e le comunità. Mira a creare società inclusive, a ridurre le disuguaglianze, preservando la coesione sociale e promuovendo l'equità, il rispetto dei diritti umani, l'accesso all'istruzione e alla salute e un'occupazione dignitosa.
- **Sostenibilità ambientale:** intesa come capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali. E' la capacità di preservare e proteggere l'ambiente naturale nel tempo attraverso pratiche e politiche adeguate, soddisfacendo i bisogni della generazione presente, senza compromettere la disponibilità delle risorse per le future generazioni.

10. CONCLUSIONI

Abbiamo sentito l'esigenza di dare un nostro contributo per fronteggiare il declino economico e l'impoverimento del tessuto relazionale e sociale del nostro paese. Abbiamo maturato la consapevolezza che si rende necessario tentare di fare qualcosa *"prima che scenda il buio"*, ovvero prima che il declino diventi irreversibile.



Abbiamo ugualmente preso atto che non è tutto perduto e che il territorio esprime realtà ed energie che meritano di essere valorizzate e se messe a sistema hanno il potenziale per riposizionare Chatillon al rango di pregio che merita nel contesto economico e sociale regionale.

Lo sforzo che abbiamo compiuto è finalizzato a delineare un quadro di proposte ed iniziative

che consentano un'inversione di rotta e favoriscano la costruzione di un **territorio dinamico e relazionale**, cercando di tesaurizzare e valorizzare gli asset presenti sul territorio, mobilitando contestualmente le energie positive esprimibili dal territorio con le quali condividere un possibile percorso di rilancio.

Il deterioramento della qualità della vita e l'isolamento sociale rappresentano ulteriori cause di spopolamento. La mancanza di attività culturali, ricreative e sociali rende la vita a Chatillon sempre meno attraente. Questo isolamento influisce negativamente sul benessere psicologico degli abitanti alimentando in loro forme di disincanto e di rassegnazione.

Siamo consapevoli che non esistono modelli ideali né soluzioni semplici capaci di trasformare il contesto attuale, ma riteniamo necessario che il momento richieda la **mobilitazione delle energie locali** disposte ad impegnarsi per favorire un'inversione di rotta che conduca ad una ripresa economica e ad una ricucitura del tessuto sociale.

Le considerazioni che emergono da questo documento intendono sottolineare che la situazione è sì difficile ma tutt'altro che compromessa perché Chatillon dispone di elementi di distintività che, opportunamente valorizzati ed organizzati, possono trasformarsi in fattori di traino per lo sviluppo economico e sociale. Ma è tempo di agire.

Nessun atto di presunzione da parte nostra, siamo consci della complessità dei problemi, nutriamo la più alta considerazione e rispetto nei riguardi di tutti coloro, Amministratori, Associazioni attive sul territorio e privati cittadini, che si sono sin qui adoperati e continuano ad impegnarsi per la tenuta economica e sociale del paese. Da oggi, aggiungiamo le nostre energie a quelle già presenti sul territorio, condividendo con loro il nostro impegno per rendere Chatillon innovativa, attraente e sostenibile.