

InnovalpTv.

Future Alps 2021

Future Alps si è presentato come un appuntamento di sei “giornate formative aperte” promosse dalla Società economica Valtellinese per una visione condivisa del futuro. Ognuna delle giornate si è articolata in tre momenti: @scuola, community lab e open talk ed ha visto dialogare fra loro due diversi territori montani, la Valtellina e la Carnia. Il 20 gennaio si è svolta infatti la giornata in cui Sondrio ha dialogato con Tolmezzo, rappresentato dai ragazzi dell’ISIS “Fermo Solari” e dalle due imprese Melius e Cramars.

L’evento finale è disponibile su Youtube.

Rivolgiamo qualche domanda a Maurizio Ionico e Vanni Treu, che hanno partecipato a Future Alps, su cosa è emerso di interessante a le giornate formative e nel corso dell’ultimo incontro.

Sostenibilità Comunità Inclusione Digitalizzazione sono le parole chiave scelte da Future Alps 2021, come si possono realizzare in Carnia?

Maurizio Ionico

Ogni parola trascina un progetto specifico da attuare. Provo a declinarle alla nostra scala. Sostenibilità significa procedere con maggiore coraggio alla costituzione di green communities attraverso la collaborazione del pubblico e del privato che operano nella produzione di energia dal legno, dall’acqua e dai rifiuti. Comunità è una chiave essenziale per interpretare il futuro delle aree marginali che è possibile se vi è partecipazione, co-design e co-progettazione. Quanto al termine Inclusione va detto che la contemporaneità in cui siamo immersi rimanda alle questioni legate alle diseguaglianze di equità ed economiche, alle opportunità differenti in relazione al genere, al rifiuto dell’altro e del diverso. Inclusione offre una possibilità in più alle comunità verso l’obiettivo della coesione e dell’uguaglianza. La Digitalizzazione ormai è un tratto che contraddistingue la vita personale, la manifattura e persino l’arte e la creatività. Appare evidente che rappresenta un asset essenziale per vivere, lavorare, comunicare, attrarre e competere in montagna e ciò comporta connettività e banda ultra larga fino alla diffusione di dotazioni di che permettano il miglioramento delle interazioni comunitarie come le “vetrine digitali” e dispositivi di riconoscimento vocale.

Quali sono le “carte vincenti” che la Carnia può giocare nei contesti della modernità?

Vanni Treu

Sul piano del metodo, la partecipazione e la co-progettazione e più in generale l’approccio botton-up alla costruzione di progetti e politiche. Sulle risorse umane, il coinvolgimento dei giovani e delle donne, e quelle immateriali, la connettività ed il digitale. Sul piano dei contenuti, si tratta di puntare ancora di più sulla relazione tra

autenticità-agroalimentare-creatività-manifattura, sulle reti e filiere d'impresa. In ogni caso, gli investimenti pubblici vanno concentrati su progetti-obiettivo, che siano in grado cioè di affrontare le criticità che si riscontrano come la perdita di imprese e posti di lavoro nelle valli, o la rigenerazione dell'ingente patrimonio fisico reso disponibile anche in ragione dello spopolamento della montagna.

Il progresso porta con sé degli standard tecnologici ma anche ideologici, cosa potrebbe contraddistinguere una versione carnica del futuro? È possibile conciliare la dimensione tradizionale che tuttora persiste nella società carnica con l'inevitabile necessità di “restare al passo con i tempi” per evitare l'esclusione dal contesto globale?

Maurizio Ionico

Non vi è contraddizione tra luogo e mondo. Il mondo è uno scenario naturale cui riferirsi: il punto è come ci si pone in relazione alla dimensione globale. Penso che il luogo debba partecipare attraverso le idee, la lingua, la cultura, le risorse e le produzioni che lo caratterizzano, e non già attraverso soluzioni o prodotti standardizzati e omologanti. È l'identità l'elemento rilevante che, ovviamente, si confronta con le dinamiche e traiettorie globali e, in un rapporto dialogico, permette di attrarre interesse dal mondo e di esportare. Del resto qui sono rappresentati tra gli altri due paradigmi di quello che sto sostenendo: lo Zoncolan e le Dolomiti, come attrattori di flussi culturali, turistici e sportivi; e il Distretto dell'Automotive, come fattore di creatività e ricerca manifatturiera e di export.

L'importanza di una progettazione territoriale che nasca nel territorio stesso? Che tipo di coinvolgimento è possibile per gli abitanti di un territorio altamente specifico (per storia, lingua cultura e tradizioni) come quello della montagna friulana?

Vanni Treu

La partecipazione è un requisito fondamentale. Senza il diretto coinvolgimento delle persone, delle reti e imprese locali non è possibile né la condivisione né la coprogettazione e, in definitiva, la . Le varie esperienze che abbiamo praticato in Carnia e nel Canal del Ferro e Valcanale sono di questo tipo. La stessa costruzione dei progetti Pnrr e del Bando Borghi si è basata sul diretto coinvolgimento delle comunità locali che hanno proposto, suggerito e indicato specifiche iniziative ed interventi nei vari ambiti di attività.

Quali sono le proposte di Melius e Cramars nel campo della digitalizzazione? Quali possono essere i vantaggi possibili delle soluzioni digitali e delle connessioni di rete nel vissuto quotidiano di tutti gli abitanti (anziani, borghi in quota)?

Maurizio Ionico

Si è detto che il digitale permette di creare, progettare, comunicare e vendere. Ma il digitale rappresenta al tempo stesso un'occasione per mettere in sintonia i fornitori dei servizi (il Comune, la Pubblica Amministrazione, la Sanità, i Gestori dei trasporti e dei rifiuti) con le comunità ed singoli cittadini. Questo punto rappresenta un campo di

iniziativa enorme in montagna: insistiamo a questo proposito sulla necessità di dare vita ad una vera e propria smart community. Ovvio che serve un'idea e risorse dedicate alla sua effettiva realizzazione, compresa la possibilità di garantire concretamente l'accessibilità e banda alle singole abitazioni.

Vanni Treu

Un'altra proposta pratica è rivolta a sostenere gli "ultimi" negozi di montagna con il progetto "ProXima". Nasce da una ricerca predisposta da Cramars Soc.Coop. e da Melius Srl- Impresa Sociale sugli "Ultimi negozi di montagna", sulla base di un bando promosso dalla Fondazione Friuli, e dalla volontà di valorizzare e riconoscere il ruolo sociale dell'ultimo negozio di paese in quanto catalizzatore di esigenze della comunità e centro di erogazione di beni e servizi di prossimità. Attraverso l'installazione delle "Vetrine Digitali" in alcuni negozi di Resia e Lauco si sono messi a disposizione degli operatori e delle comunità uno strumento innovativo che consente allo stesso tempo di risolvere delle criticità ricorrenti come la scarsa disponibilità di merci sugli scaffali, i prezzi più elevati rispetto alla grande distribuzione organizzata o l'assenza di servizi in loco; mentre con la distribuzione dei "sistemi di riconoscimento vocale" nelle famiglie del borgo gli utenti possono richiedere e prenotare prodotti e servizi. Questo progetto è stato attivato attraverso la partecipazione e l'adozione di meccanismi di inclusione che ha visto protagoniste le Amministrazioni locali, i gestori dei negozi e le associazioni dei luoghi. Anche questa storia include quattro parole: sostenibilità, comunità, inclusione e digitalizzazione, indispensabili per il futuro della montagna e della Carnia.

Che ruolo ha la formazione continua nei contesti tradizionali e che forme di veicolazione può avere? Anche questo rientra nel concetto di inclusione?

Maurizio Ionico e Vanni Treu

Viviamo un mondo che cambia senza soluzioni di continuità. È fondamentale essere informati e conoscere, disporre e migliorare le nostre competenze, comprendere processi semplici o più complessi che si verificano attorno a noi e nel contesto del lavoro. Il futuro è la formazione continua e la formazione personalizzata che pone al centro ci sono le persone. Basti pensare come tecnologie trasformano la nostra quotidianità e i contesti operativi e, entro il 2025, almeno il 50% di lavoratori dovrà completamente riqualificarsi incrementando le competenze in possesso e acquisendone di nuove. Ed oggi, anche nel Friuli Venezia Giulia, si assiste ad un mercato del lavoro asimmetrico: non si riescono a trovare figure con elevate competenza né profili professionali in ambiti lavorativi tradizionali. Insistiamo sul fatto che vi è la necessità dell'apprendimento attivo e di disporre nel proprio bagaglio personale di un pensiero critico ed analitico al tempo stesso. L'esperienza di Cramars suggerisce alcune sfide: aggiornare le cosiddette competenze di ruolo considerate che vi sono competenze destinate a invecchiare tra i 2 e 5 anni; acquisire nuove competenze poiché la trasformazione tecnologica e digitale "distrugge" e "ridimensiona" mansioni e modalità operative creandone di nuove; rendere consapevoli le persone e le comunità investendo su quelle che vengono chiamate soft skill, cioè sulle competenze umane e sulla propensione dei soggetti al cambiamento e alla creatività. Naturalmente, vi è

l'esigenza di avere organizzazioni (pubbliche e private, imprese grandi e artigianali, manifatturiere e dei servizi) disponibili a investire costantemente in questo settore anche attraverso proprie "Academy". Così come i singoli devono crescere tramite l'autoapprendimento e la volontà di aggiornamento che possono certamente migliorare le nostre vite.