



Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

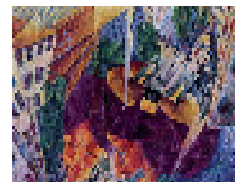
“MONTAGNA: IL RILANCIO TURISTICO COME OCCASIONE DI SVILUPPO. LA VALTELLINA”

Autore: Sebastiano Galli

Classe: Giacobini

Tutor: Massimiliano Bombonati / Massimiliano Perri





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

ABSTRACT

Riflettendo sullo sviluppo economico montano dell'Alta Valtellina, sono convinto che, per garantirle un avvenire positivo, occorre una valorizzazione integrale delle sue risorse paesaggistico-naturali e del suo patrimonio culturale.

È trascorso l'anno 2005 dei Mondiali di Sci, la cui assegnazione a Bormio, il 1 giugno 2000, fu accolta dal Presidente Formigoni come un'opportunità per rilanciare "l'immagine positiva e la visibilità della Lombardia e delle sue montagne"¹.

Quasi contemporaneamente, Livigno fu scelta per ospitare l'edizione 2005 dei Campionati Mondiali UCI di Mountain Bike e Trial.

Per trovare il coordinamento necessario a far muovere tutti i protagonisti dei Mondiali nella giusta direzione, Regione Lombardia costituì la Fondazione Club Lombardia, impostata sul sodalizio tra pubblico e privato, in cui si espresse chiaramente il valore della sussidiarietà.

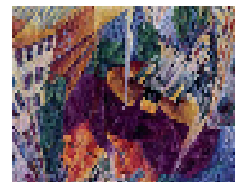
I finanziamenti della legge 166 consentirono alla Valtellina di intraprendere uno sforzo di ricerca in funzione dell'innovazione. "Innovare significa non solo creare nuovi prodotti, ma anche valorizzare quelli che, pur essendo già disponibili sul mercato, nessuno conosce"². L'innovazione consiste innanzitutto in "un'analisi sistematica"³ delle specificità del territorio (l'ambiente, il termalismo, le infrastrutture, i parchi, l'enogastronomia, le attività tradizionali, ecc.), e allo stesso modo obbliga a prendere in esame le criticità legate al mantenimento delle località di montagna (viabilità, rinnovamento delle infrastrutture pubbliche e private, salvaguardia dell'ambiente).

¹ R. Formigoni, *Una Lombardia mondiale*, in Official Program, Mondiali di Bormio 2005, p. 5.

² G. Vittadini, *Un "io" per lo sviluppo*, Bur, Milano 2005, p. 220.

³ Ibidem.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

“MONTAGNA: IL RILANCIO TURISTICO COME OCCASIONE DI SVILUPPO. L’ALTA VALTELLINA.”

L’ALTA VALTELLINA

Il comprensorio dell’Alta Valtellina include sei comuni: Bormio, Livigno, Sondalo, Valdidentro, Valdisotto e Valfurva. Confina con il territorio svizzero e l’Alto Adige oltre che con la provincia di Brescia.

Si estende su una superficie di 90.000 ettari di terreno (circa 900 Km. quadrati) con una popolazione di 23.712 abitanti (al 31 dicembre 2001) per una densità media di quasi 26 abitanti per Km. quadrato.

L’Alta Valtellina costituisce il 28% dell’intero territorio provinciale e il 4% del territorio lombardo. Il 50% dei suoi 90.000 ettari sono adibiti a bosco e pascolo, circa il 10% è fondovalle urbanizzato e il rimanente 40% del territorio supera la quota 2000 metri.

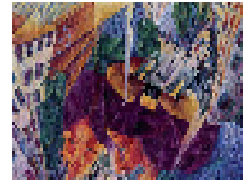
Il tetto dell’Alta Valtellina è rappresentato dal monte Cevedale (3769 metri), mentre il punto più basso è il paese di Sontiolo a quota 806.

Tutti i comuni del comprensorio sono integrati nel Parco Nazionale dello Stelvio, il più grande d’Europa; è presente il più grande ghiacciaio alpino di tipo himalaiano, un’importante risorsa idrica per cure termali, consumo alimentare e produzione di energia, e la zona extradoganale di Livigno.

In Alta Valtellina operano circa 1200 aziende agricole che mantengono puliti e curati oltre 60.000 ettari di terreno; sono 50 gli alpeggi comunali e 250 gli alpeggi privati ancora attivi in alta quota;

700 imprese artigiane sono impegnate nei settori dell’edilizia, del legno, alimentare e metalmeccanico; sono presenti 900 esercizi commerciali, 214 attività alberghiere e più di 1000 extra alberghiere (compresi camping e rifugi). .





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

Tre strade ad alta viabilità attraversano il territorio: la SS. 38 dello Stelvio da Sondalo al Passo, la strada provinciale 300 del Gavia da Bormio a Santa Caterina Valfurva, la SS. 301 del Foscagno da Bormio a Livigno.

Dopo questa cornice, indispensabile per “inquadrare” il contesto territoriale e geografico della Valle, è opportuno prendere in considerazione alcuni dei principali elementi che hanno consentito alla Valtellina di costruire una proposta turistica centrata sull’identità territoriale valtellinese.

L’IDENTITA’ DELLA MONTAGNA

Parlando della montagna in un territorio come quello della Valtellina, il pensiero corre quasi inevitabilmente alla ricaduta delle ricchezze ambientali sotto il profilo turistico.

La montagna, per poter sopravvivere, sembra doversi coniugare sempre di più con le richieste provenienti dai visitatori cittadini, apportatori di ricchezza, ma anche di stili di vita e mentalità urbane, di icone ed aspettative che appartengono al mondo e al tempo della modernità.

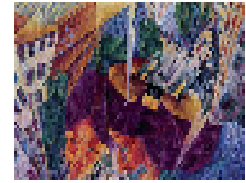
Questa visione della montagna “dall’esterno” non può certamente essere assunta passivamente, ma tantomeno può essere sottovalutata, sia dal punto di vista delle ricadute economiche e ambientali, sia da quello dei contraccolpi su identità territoriali particolarmente fragili e preziose da un punto di vista ambientale.

Da anni si impone una riflessione sull’identità territoriale e sui processi di ridefinizione e di valorizzazione della montagna e delle risorse naturalistiche e culturali che i centri montani possono offrire.

La riflessione su questi aspetti sta portando a selezionare nuovi profili turistici di qualità, connessi all’utilizzo di nuove competenze culturali nella promozione dei valori ambientali, identitari e memoriali che costituiscono il vero e duraturo patrimonio di ogni territorio, soprattutto se a vocazione turistica.

La capacità di progettare e integrare i vari aspetti del territorio: infrastrutturali e architettonici, del patrimonio agricolo e forestale; ma anche del patrimonio archeologico, storico e monumentale, richiede competenze esperte, che vedono il coinvolgimento della popolazione locale, chiamata ad essere protagonista dell’innovazione e del rilancio turistico di aree destinate altrimenti al degrado e all’abbandono.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

Queste specifiche competenze qualificano la tenuta e la coerenza paesaggistica del territorio in una logica sostenibile ecologicamente e culturalmente. Il territorio è quel bene, il cui valore occorre riscoprire, nelle proprie radici storiche, viste come un sistema integrato e vivo di culturalità e potenzialità, che non riguarda solo l'eventuale profilo turistico, ma anche la qualità stessa dell'abitare e la disponibilità o meno ad utilizzare delle risorse naturali, a fini particolari.

“Come la Convenzione Europea del Paesaggio (2000) ha sancito, oggi la qualità dei paesaggi non può che essere al centro delle politiche europee, poiché costituisce un'esigenza delle popolazioni, che nell'espressione della varietà dei paesaggi e nella loro conservazione e valorizzazione ritrovano la radice stessa dell'identità culturale”⁴. Il testo della Convenzione è stato largamente recepito nel nuovo Codice dei beni culturali e ambientali che mette in luce come la qualità del “paesaggio”, in quanto “forma visibile e simbolica dell'identità locale”⁵, sia garantita da un sistema integrato di azioni di conservazione, progettazione, educazione e comunicazione dei suoi valori.

IL RILANCIO TURISTICO

La Valtellina gode di un sistema ricettivo di buon livello, assorbendo in modo efficiente le numerose presenze turistiche che si registrano sul suo comprensorio. Infatti, in esso si riversano ogni anno circa 1.650.000 turisti di cui 1.200.000 nella stagione invernale. La ricettività supera i 20.000 posti letto (compreso il Passo dello Stelvio).

E' quasi inutile sottolineare come le località più interessate dal movimento turistico stanziale sono i bacini più aperti d'alta quota: la conca di Bormio, quella di Madesimo, val Masino, val Malenco e Livigno.

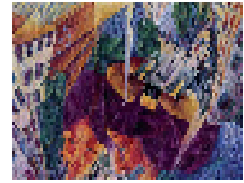
Ciò che attrae il turismo in una porzione di territorio come quello dell'alta provincia di Sondrio è la bellezza dei luoghi, che si è mantenuta intatta accompagnandosi ad un afflusso turistico di carattere nazionale e internazionale.

La natura salvaguardata dall'uomo, in un contesto paesaggistico di notevole bellezza, si concilia con un interesse turistico che cerca – e trova – servizi di qualità, impianti sportivi e

⁴ L. Bonesio, *Quale identità per la montagna?*, in Notiziario della Banca Popolare di Sondrio n. 102, dicembre 2006.

⁵ Ibidem.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

termali, strutture ricettive, ma anche una chiara e inconfondibile identità territoriale, unitaria e integrata.

Bormio si impose da subito con lo sfruttamento delle sue tradizionali acque curative dei bagni siti all'imbocco della valle del Braulio e sicuramente usati, anche a livello popolare, sin dal Medioevo, come testimoniano gli statuti bormiesi.

L'usanza della cura termale fu la punta avanzata di uno sviluppo ricettivo, fatto di grandi e piccoli alberghi e di ville padronali, che coinvolse, a partire dai centri ricordati, tutto il sistema vallivo della provincia.

In una località rinomata come Bormio, la recente progettualità edilizia che richiamò un alto numero di acquirenti soprattutto dall'esterno determinò chiaramente, come si evince anche dagli studi di economia turistica, che forniscono indicatori per valutare lo stato di salute dei vari centri, l'attraversamento di una fase di decadenza.

Il rinnovamento in atto, grazie anche al sostegno finanziario della Regione Lombardia (170 milioni di euro) in occasione dei Campionati Mondiali di sci alpino Bormio 2005, è reso possibile dalla stretta collaborazione tra pubblico e privato.

Nessuna attività turistica può ai giorni nostri prosperare se non esiste tale collaborazione fra soggetti pubblici e privati per rispondere ai bisogni di modernizzazione e di messa a sistema di risorse imprenditoriali e innovative per la promozione turistica del territorio.

Tale collaborazione si esplicita in una serie di interventi in cui ciascuno degli attori fa la propria parte, "in un quadro non dirigista che cerca di valorizzare al grado più alto la realtà viva del territorio regionale, il suo capitale sociale"⁶.

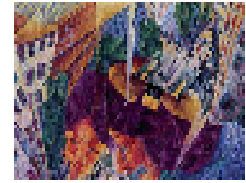
I cosiddetti Sistemi turistici "sono la conseguenza delle intese tra attori pubblici e privati che mettono a disposizione risorse, capacità progettuale e gestionale, rete di relazioni per un programma di sviluppo turistico che guardi all'insieme del tessuto e delle attrattive dell'area di riferimento, che crei le sinergie tra le diverse tipologie di prodotto turistico per superare il limite della stagionalità, che abbia come punto di forza l'impegno convergente di tutti i soggetti, ciascuno secondo la propria vocazione e capacità"⁷.

Non si tratta, dunque, di una sovrapposizione, ma della risultante di due componenti, con funzioni e competenze diverse: al pubblico competono certamente le infrastrutture e la creazione di condizioni ambientali per rendere l'accoglienza facile e gradevole. Al privato

⁶ M. Zanello, *I sistemi turistici*, in Progetto di legge avente ad oggetto "Norme per il turismo in Lombardia".

⁷ Ibidem.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

competere la predisposizione delle strutture specifiche e la relativa gestione per far sì che le risorse potenziali siano trasformate in realtà di accoglienza concrete.

I cospicui investimenti, di natura infrastrutturale generale ma anche di portata turistico/sportiva particolare, sono stati impiegati per un programma di sviluppo indirizzato a superare le precedenti carenze infrastrutturali, in particolare a livello di impianti di risalita e di strutture per la pratica dello sci. Particolare attenzione è stata anche rivolta al miglioramento dei servizi per la popolazione locale, anche se molto rimane ancora da fare per raggiungere i massimi standard qualitativi.

I Mondiali, per la gente e gli amministratori valtellinesi, non rappresentano certamente un punto d'arrivo, ma piuttosto un punto di partenza per un futuro turistico della Valle. La Valtellina, ospitando la ventinovesima edizione dei Campionati del mondo Fis di sci alpino (a vent'anni di distanza da quella del 1985) "si è presentata – secondo il direttore della comunicazione Franco Brevini - come resort d'alto profilo su uno dei massimi palcoscenici degli sport invernali, ribadendo la propria volontà di trasformare la vetrina sportiva in una straordinaria opportunità di sviluppo economico per l'intera area e per la montagna in Lombardia"⁸. E come se non bastasse la Valtellina si è voluta superare proponendo nella stagione estiva seguente i "Mondiali di Mountain Bike" a Livigno. Questi ultimi, anche se dal punto di vista infrastrutturale hanno richiesto degli investimenti di gran lunga inferiori a quelli di Bormio, si sono posti come obiettivo ambizioso il rilancio turistico della montagna nella stagione estiva sul panorama mondiale grazie ad un enorme sforzo in comunicazione. Le strutture ricettive della Valle hanno registrato il tutto esaurito.

Che cosa comporta tutto questo per la Valtellina?

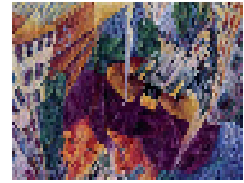
Come è noto il turismo rappresenta per la Valtellina una risorsa economica importante. E' quindi opportuno valorizzare al massimo tale risorsa compatibilmente con i problemi di sostenibilità economico-ambientale dell'area.

Le preoccupazioni della Valle non riguardano infatti solo l'economia, ma anche la salvaguardia dell'ambiente e delle sue ricchezze naturali, storiche e artistiche, le quali ne fanno una terra di secolare memoria che si ha il dovere di tramandare ai posteri in condizioni almeno uguali a quelle alle quali i nostri genitori ce le hanno consegnate.

La grande vera sfida di oggi è trovare un compromesso fra le esigenze di salvaguardia dei beni ambientali e quelle di sviluppo economico. Se si ignorano le prime, si rischia di

⁸ AA.VV., *I Campionati del mondo di sci a Bormio e Santa Caterina Valfurva*, in Bormio 2005. Campionati del mondo sci alpino, Banca Popolare di Sondrio, dicembre 2006.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

mettere a repentaglio l'equilibrio naturale. Per non compromettere il "paesaggio" - che come sappiamo, in quanto sistema di segni e di immagini "comunica" l'identità della cultura locale - ed evitare al contempo che la montagna si spopoli, che la gente emigri per la mancanza di progresso economico, lo sforzo da fare è cercare l'integrazione tra le opere e il territorio, nel segno della sostenibilità ambientale.

I Mondiali di Bormio 2005 lo testimoniano con l'ottenimento della Certificazione Ambientale e l'adesione al progetto "Impatto Zero" di Lifegate.

Come sottolineato dallo stesso Ministro Alemanno, durante la partecipazione al Convegno promosso dal Comitato Organizzatore dei Mondiali, "per consentire la tutela e lo sviluppo della montagna è indispensabile prima di tutto che l'uomo continui ad abitarvi"⁹. "Occorre - ha aggiunto il Ministro - promuovere una politica di coesione e di sviluppo territoriale che consenta di valorizzare tutta la montagna italiana, non solo le aree famose e antropizzate, ma anche quelle che sono state dimenticate e abbandonate... A monte della politica, è necessario inoltre dare nuova linfa alla cultura della montagna. In questo i Parchi Nazionali sono chiamati a giocare un ruolo importante: devono infatti porsi come poli vitali, che creano cultura ed opportunità economiche"¹⁰.

I Mondiali sono stati un'occasione importante per portare alla ribalta alcune località dell'Alta Valtellina, e procedere alla riqualificazione dell'offerta turistica, al potenziamento dei servizi, all'ammodernamento delle infrastrutture: nuovi impianti di risalita con piste quasi perfette (nonostante la carenza di neve), strutture ricettive ed alberghiere rinnovate, parcheggi interrati, centro storico rimodernato, terme ristrutturata con servizi d'avanguardia, percorsi ciclopedonali nel verde. E' da rilevare che la grande affluenza di visitatori durante i Mondiali e gli investimenti che si sono effettuati per ospitarli e gestirli sono stati resi ben compatibili con la sostenibilità sopra citata.

Ripensando invece alle problematiche legate all'utilizzo del patrimonio lasciato dai Mondiali per rafforzare il turismo valtellinese, occorre prendere atto che vi sono alcuni elementi dell'evento particolarmente interessanti sia in chiave storica che in chiave prospettica.

Il primo riguarda la già citata collaborazione tra pubblico e privato.

Il secondo riguarda le modalità di accoglienza da riservare agli ospiti.

⁹ AA.VV. *L'altra faccia della montagna*, in Valtellina Mondiale, Banca Popolare di Sondrio, 2005.

¹⁰ Ibidem.





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

Negli ultimi anni la domanda si è modificata secondo linee che sembrano ormai abbastanza chiare.

Innanzitutto, vi è una forte propensione per servizi turistici caratterizzati da un grande equilibrio fra qualità dei servizi e relativo costo. Per cui sempre di più premiano le politiche di rapporto qualità/prezzo.

In secondo luogo, il turismo si è anche più frazionato, con la conseguenza che il turista soggiorna per un periodo più breve, ma ritorna anche a scadenza non lontana.

Il turista che sceglie la Valtellina come meta delle proprie vacanze è la persona o la famiglia che si trova bene, che ama la Valle e desidera ritornarvi, pertanto deve essere considerato dagli operatori come un investimento di durata pluriennale e non solo come un cliente di passaggio.

Tale aspetto della domanda è molto positivo per la Valtellina anche sotto un altro punto di vista, quello della stagionalità. Infatti, uno dei più grossi problemi per l'utilizzo delle infrastrutture e delle strutture turistiche della Valle è la stagionalità della domanda, fortemente concentrata in alcuni periodi dell'anno e molto bassa in altri.

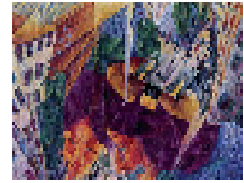
Occorre che l'offerta si diversifichi di più, in considerazione del fatto che la clientela oggi è sempre più attenta, privilegia la diversificazione, ama rivisitare arti, mestieri e tradizioni. Perciò, occorre certamente puntare oltre che sulla neve invernale e sul sole estivo, anche sulla "riscoperta" delle valli valtellinesi, sulle ricchezze delle testimonianze storiche e artistiche, sul folklore, sull'enogastronomia e naturalmente sul termalismo, come valore aggiunto per superare la stagionalità della proposta valtellinese.

Rimane ancora un grosso neo in Valtellina, si chiama viabilità.

Sulla scorta di questo grosso evento è stata data un'accelerata all'annoso problema, ma è necessario proseguire con sollecitudine perché finalmente arrivino a destinazione i fondi per il riammodernamento dell'importante arteria viaria provinciale, fondamentale per la gente della Valle prima ancora che per gli ospiti.

A tale proposito, proprio per discutere ed analizzare i problemi relativi alle vie di comunicazione della Valtellina e alle infrastrutture turistiche, La Polo & Events srl, società della quale lo scrivente è amministratore, grazie alla preziosa guida del giornalista Francesco Provenzano, durante i Mondiali di Bormio ha organizzato a Livigno un convegno dal titolo "Infrastrutture viarie e turistiche" a cui hanno partecipato illustri relatori fra cui: l'on. Mario Mauro, nostro rappresentante in Europa, l'on. Egidio Pedrini, vice-presidente della commissione trasporti della Camera dei Deputati, l'on. Scherini, ex





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

presidente della commissione finanze, l'Assessore all'Ambiente di Regione Lombardia Zambetti e altri politici locali.

Dal convegno sono emersi, in particolare, i seguenti obiettivi strategici per una stazione turistica montana:

l'esigenza di collegamenti rapidi, in particolare, con gli aeroporti vicini.

l'esigenza di infrastrutture turistiche tecnologicamente avanzate, flessibili e efficienti.

In riferimento al primo punto penso sia necessario il potenziamento dei vicini aeroporti di Caiolo e Samedan ed il potenziamento delle vie di comunicazione per un rapido collegamento con gli aeroporti limitrofi più importanti (Brescia, Bolzano). Infatti, solo l'aereo può garantire un rapido raggiungimento delle località turistiche montane. Questo è un imperativo per poter sopravvivere e cavalcare l'onda del turismo moderno che va verso un ridimensionamento dei giorni di permanenza.

Infine, le infrastrutture turistiche montane necessitano di enormi investimenti (vedi impianti di risalita) che non possono essere sostenuti dal privato da solo, in quanto il flusso di cassa generato dalla gestione degli stessi non è remunerativo degli interessi sull'ipotetico capitale investito. Pertanto, occorre necessariamente operare secondo il principio di sussidiarietà, utilizzando forme di intervento pubblico-privato.

POLITICHE PER UN TURISMO SOSTENIBILE

Per turismo sostenibile si intende un turismo non distruttivo dei valori identitari e del tessuto economico e sociale di un territorio (senza i quali il turismo è destinato a morire).

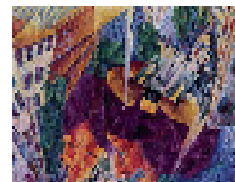
Come si evince dalle *Norme per il turismo in Lombardia*, il turismo va visto come opportunità di progresso non solo economico, "come opportunità di relazione tra e con persone e comunità ricche di cultura, tradizioni e stili di vita"¹¹.

Con la Riforma del Titolo V della Costituzione il ruolo di governo della Regione nel settore turistico diventa fondamentale secondo tre indirizzi strategici: *integrazione, differenziazione, qualità*.

"La strategia della integrazione nasce dalla consapevolezza che il turismo poggia sulla base delle politiche complessive per l'ambiente, la mobilità e la accessibilità dei luoghi, l'uso razionale delle risorse del territorio: la programmazione avviene dunque in

¹¹ M. Zanello, *Le politiche della Regione*, in Progetto di legge avente ad oggetto "Norme per il turismo in Lombardia".





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

riferimento costante ed all'interno del PRS e del DPEFR, lungo il processo di definizione di obiettivi ed azioni che passa dal Tavolo delle autonomie e dal Patto per lo sviluppo"¹².

Il secondo indirizzo riguarda la differenziazione. Se da una parte occorre mantenere e migliorare quelle realtà che sono a vocazione turistica, accompagnandole verso profili crescenti di qualità, dall'altra vi sono zone che avrebbero un potenziale turistico, ma devono ancora sviluppare la cultura dell'accoglienza e la consapevolezza del turismo come risorsa primaria. Di qui l'esigenza di programmi ed interventi individualizzati a seconda delle varie aree.

Il terzo indirizzo consiste nella qualità. "La chiave di volta per la competitività diventa la capacità di concentrare le ragioni di forza del sistema economico in una originale integrazione tra la robustezza delle relazioni «brevi» tipiche del locale e la proiezione verso le reti di relazione «lunghe» tipiche della globalizzazione"¹³. Per concorrere sul mercato del turismo internazionale non è sufficiente una politica di soli prezzi, ma occorre una politica di rapporto qualità/prezzo, soprattutto in un contesto come quello lombardo, che non si addice a un turismo intensivo e di massa.

La scelta della Regione Lombardia è quella di non considerare il turismo come un settore da "assistere", ma di fare politiche a sostegno del turismo, sia con interventi diretti a sostegno dei progetti proposti dai Sistemi turistici, sia con interventi indiretti di carattere infrastrutturale e di accompagnamento alle imprese. La piccola dimensione delle imprese lombarde può e deve sussistere grazie a un elevato livello di professionalità e cultura imprenditoriale, oltre che di settore. Occorre uscire dalla visione ancora molto diffusa del turismo come realtà marginale e precaria, capendo che il turismo è un settore strategico per lo sviluppo economico del Paese, che richiede politiche integrate e innovative, capaci di rispondere all'esigente competizione internazionale.

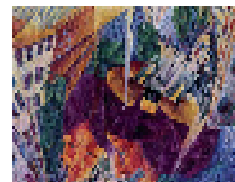
Giunge così a compimento il ruolo della Regione nel settore turistico, apportando una rilevante innovazione sotto il profilo della *governance*, in cui una molteplicità di soggetti assumono consapevolmente ruoli e responsabilità. "La Regione, per quanto attiene al suo ruolo diretto, disegna il quadro di riferimento istituzionale, determina nuovi criteri per l'erogazione di contributi e benefici, eleva la qualità delle attività di promozione in coerenza con le politiche di valorizzazione del tessuto economico e imprenditoriale della Lombardia."¹⁴

¹² Ibidem.

¹³ M. Zanello, *I sistemi turistici*, op. cit.

¹⁴ M. Zanello, *Norme per il turismo in Lombardia*, in op cit..





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

“Le Province partecipano al processo di definizione delle politiche regionali anche in virtù delle competenze in materia di programmazione territoriale: da qui deriva la più sensibile innovazione istituzionale. Il concetto di base è quello di realizzare al livello più vicino possibile al territorio il necessario coordinamento, finalizzato anche a una promozione più efficace”¹⁵.

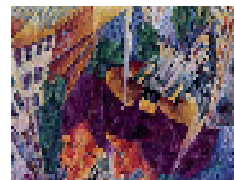
In questo quadro trovano piena attuazione il principio di sussidiarietà e il metodo del partenariato, principi che sono alla base di una visione sistemica dell’economia la quale è a mio parere il miglior strumento di analisi-azione a cui i vari attori della politica economica dovrebbero ispirarsi.

BIBLIOGRAFIA

- L. Giussani, *L’io, il potere, le opere. Contributi da un’esperienza*, Marietti, Milano 2006.
G. Vittadini, *Un “io” per lo sviluppo*, BUR, Milano 2005.
G. Vittadini, *Sussidiarietà ed educazione*, Milano 2007.
R. Formigoni, *Una rivoluzione possibile*, Mondadori, Milano 2005.
A. Quadrio Curzio, *Sussidiarietà e sviluppo*, Vita e Pensiero, Milano 2002.
M. Zanello, *Progetto di legge avente ad oggetto “Norme per il turismo in Lombardia”*.

¹⁵ M. Zanello, *L’innovazione istituzionale*, in op. cit..





Seminari di cultura e formazione politica 2007

Fiera Milanocity - Milano

AA.VV., *Official Program Fis Alpine World Ski Championships Bormio 2005*, Club Lombardia, Milano 2005.

AA.VV., *Bormio 2005. Campionati del mondo sci alpino*, Banca Popolare di Sondrio, Dicembre 2004.

AA.VV., *Valtellina Mondiale*, Banca Popolare di Sondrio.

AA.VV., *Notiziario della Banca Popolare di Sondrio*, Dicembre 2006.

G. Rumi, *Sondrio e il suo territorio*, Intesa Bci, Milano 2001.

