

Workshop

25 Ottobre 2017

Edolo

Italia

“Circular Economy”

Workshop for the preparation of the
Action Programme for a Green
Economy in the Alpine region

DOCUMENTAZIONE WORKSHOP



Indice

Keynotes	3
Gruppi di lavoro.....	5
Presentazione dei risultati e discussione finale.....	7
Risultati rilevanti.....	7
Prima fase: focalizzare sull'agricoltura	7
Seconda fase: focalizzare sul turismo	8
Feedback dai moderatori.....	9
Feedback dagli osservatori	10
Conclusione	10
Input per il Programma di Azione	11
Ordine del Giorno.....	15
Elenco dei partecipanti	17

L'Università della Montagna - il Centro di Eccellenza dell'Università di Milano situata a Edolo ha ospitato il 25 ottobre 2017 il secondo Workshop per la preparazione del Programma di Azione per una Green Economy nella regione alpina. Questo workshop è stato il secondo di una serie di sei workshop che si occupano di Green Economy nelle Alpi.



Figura 1: Luogo di origine dei partecipanti al workshop di Edolo .

I partecipanti provenienti da Italia, Austria e Svizzera si sono incontrati a Edolo per discutere due temi principali: l'agricoltura di montagna e il turismo di montagna nella regione alpina nell'ambito della circular economy. I partecipanti sono stati accompagnati nel loro lavoro da 7 moderatori e 7 osservatori.

Benvenuto

I partecipanti sono stati accolti da Anna Giorgi, docente di Unimont, che ha sottolineato l'importanza di ascoltare le esigenze espresse a livello locale, e dal sindaco di Edolo Luca Masneri, che ha sottolineato le sfide ma anche le opportunità che la nostra società dovrà affrontare quando lascerà un'economia lineare per andare verso una circular economy. Elisa Agosti ha presentato CIPRA International e il quadro del Programma di Azione per la Green Economy in cui è stato organizzato il workshop e gli obiettivi della serie di workshop.

Keynotes

Due keynotes sono stati invitati a presentare la loro esperienza nel campo della Green Economy. Valentino Bonomi ha studiato presso l'Università della Montagna. Dopo aver terminato gli studi decise di aprire una azienda agricola e di gestirla insieme alla sua famiglia. A causa di un incontro EUSALP in Germania tenuto lo stesso giorno, Tobias Luthe non ha potuto partecipare di persona al workshop di Edolo e ha partecipato in teleconferenza. La presentazione è stata fatta in inglese ed è stata tradotta da Sarah Whitaker, di madrelingua inglese, che inizierà presto le sue attività post-dottorato a Edolo.



Figure 2: Valentino Bonomi.

Valentino Bonomi ha presentato: "Nuova agricoltura, nuovi agricoltori nelle Alpi. Un approccio innovativo alla tradizione, verso una circular economy" e il caso: "Tradizione e innovazione. Come gestisco la mia azienda agricola."

Il relatore ha presentato la sua esperienza di giovane imprenditore nella sua azienda agricola e agrituristica nei territori di Ceto, Braone, Niardo, Breno (non lontano da Edolo). La qualità, l'unicità, le caratteristiche specifiche sono le chiavi del suo successo.

Valentino ha spiegato le ragioni e il processo alla base della creazione e del miglioramento di un'azienda sostenibile in linea con le specificità della montagna, concentrandosi sulla valorizzazione del prodotto e sulla protezione e il recupero delle specie autoctone e della qualità dei pascoli e creando nuovi modelli di produzione progettati per ampliare la sua attività mantenendo la consapevolezza del territorio, dell'ambiente e del consumatore, in linea con un approccio di circular economy.

Rafforzando l'identità e l'immagine dei prodotti a base di specie in via di estinzione, rispetto ai prodotti più commerciali, aiuta a salvaguardare la loro sopravvivenza futura. Per questo motivo, Valentino è membro delle Associazioni istituite per proteggere le specie di Bruna Alpina Originale, Bionda dell'Adamello e Capra Orobica. I prodotti di scarto sono considerati fonti secondarie per nuovi processi verso una completa autogestione dell'azienda.

Valentino è consapevole della necessità di lavorare in rete con altri imprenditori, con istituzioni come l'Università o enti locali e di creare reti in grado di affrontare le sfide del mercato e di sfruttarne appieno le potenzialità secondo logiche produttive circolari.



Figura 3: "Spiga di maïs nero della Valcamonica" varietà di maïs riscoperta.



Figura 4: Bruna Alpina Originale.

Tobias Luthe ha presentato: "Più connessi, più resilienti" e i casi: "Il concetto di design circolare e la struttura delle reti socio-ecologiche. Buone pratiche da Ostana e Paulownia"



Figure 5: Tobias Luthe, ©tobiasluthe.de

Le regioni montane sono più vulnerabili ai cambiamenti ambientali e demografici. La loro economia spesso dipende da singoli settori industriali, come l'agro-silvicoltura, l'estrazione mineraria o il turismo.

Il rilancio delle economie di montagna richiede lo sviluppo di un modello economico più resiliente, più adattativo e innovativo per prepararsi e rispondere ai cambiamenti. Quest'economia più resiliente si basa su una maggiore connettività tra i diversi settori economici, imitando i sistemi naturali che funzionano in modo circolare dove non esistono rifiuti - i risultati di un processo sono nuovi input per un altro. Lo sviluppo di una circular economy nelle regioni di montagna richiede strumenti ricercati ed esempi che motivano per superare la gelosia e la mancanza di volontà collaborativa. Nel suo discorso ha presentato approfondimenti teorici ed esempi pratici su come integrare il turismo in un'economia più circolare.



Figura 6: Modello di progetto circolare - dalla culla alla culla. Come collegare le catene di approvvigionamento di prodotti e servizi.



Figura 7: Esempi di modelli di progetto circolari nel turismo.

Informazioni su RSA6

Marianna Elmi, vicesegretaria generale alla Convenzione delle Alpi, ha tenuto una presentazione sulla Sesta Relazione sullo Stato delle Alpi (RSA6), che si concentra sulla Green Economy, mentre Luca Cetara, rappresentante della Delegazione Italiana alla Convenzione delle Alpi, ha presentato alcuni dati riguardo al caso italiano.

Gruppi di lavoro

Quando sono stati invitati, ai partecipanti erano state fornite alcune informazioni sul workshop e sulla sintesi dell'RSA6. A loro è stato chiesto di portare una foto di innovazione nell'agricoltura di montagna e una foto sull'innovazione nel turismo di montagna.

Dopo le presentazioni i partecipanti sono stati divisi in sette gruppi in base alla loro professione o lavoro. I gruppi sono stati suddivisi come segue: amministratori, università, imprenditori agricoli, imprenditori del turismo, investitori, giornalisti e società civile. Ogni gruppo era accompagnato da un moderatore con lo stesso background dei membri del gruppo. Durante la prima fase, a tutti i gruppi sono stati concessi 50 minuti per scambiarsi opinioni e buone pratiche sull'agricoltura di montagna. Dovevano presentare un esempio riuscito di innovazione nell'agricoltura di montagna e identificare i tre principali elementi innovativi del loro esempio o degli esempi presentati da altri membri del gruppo. Successivamente, tenendo presente lo scambio avvenuto, hanno pensato a tre elementi che supportano l'innovazione e tre elementi che possono prevenirlo. Il moderatore doveva fornire dei suggerimenti, per assicurarsi che la discussione andasse nella giusta direzione. Il moderatore era aiutato da uno studente Unimont che si occupava di scrivere le informazioni e i risultati più importanti su un poster.

Lo stesso processo è stato utilizzato durante la seconda fase, incentrata sul secondo tema dell'agenda del workshop: il turismo di montagna.

Schema delle domande:

DOMANDA - AGRICOLTURA	DOMANDA - TURISMO	SCOPO
Puoi segnalare un caso positivo in cui hai preso parte o che conosci di innovazione nell'agricoltura di montagna? Dov'era?	Puoi segnalare un caso positivo in cui hai preso parte o che conosci di innovazione nel turismo di montagna? Dov'era?	Raccogliere casi rilevanti in cui l'innovazione può essere analizzata e meglio definita in linea con l'approccio sulla circular economy.
Quali sono gli elementi che consideri innovativi nel caso/i positivo/i che hai presentato?	Quali sono gli elementi che consideri innovativi nel caso/i positivo/i che hai presentato?	Sviluppare cluster di innovazione in base alla tipologia (processo, prodotto, gestione, marketing, altro).
Quali sono gli ostacoli per un'innovazione più efficace nell'agricoltura di montagna?	Quali sono gli ostacoli per un'innovazione più efficace nel turismo di montagna?	Identificare le sfide da affrontare quando si cerca di innovare.
Quali sono gli elementi che favoriscono l'innovazione nell'agricoltura di montagna?	Quali sono gli elementi che favoriscono l'innovazione nel turismo di montagna?	Identificare gli elementi che possono essere utilizzati per favorire l'innovazione in aree specifiche.
Oggi è un giorno speciale e hai il potere di introdurre un cambiamento chiave nel processo per spingere l'innovazione nell'agricoltura di montagna. Cosa fai?	Oggi è un giorno speciale e hai il potere di introdurre un cambiamento chiave nel processo per spingere l'innovazione nel turismo di montagna. Cosa fai?	Individuare gli elementi chiave per il cambiamento/miglioramento, possibilmente secondo le logiche della circular economy.



Figura 8: Casi positivi di innovazione nell'agricoltura di montagna proposti dai partecipanti durante la prima fase.



Figura 9: Casi positivi di innovazione nel turismo di montagna proposti dai partecipanti durante la seconda fase.

Presentazione dei risultati e discussione finale

Dopo le sette discussioni di gruppo parallele durante le fasi 1 e 2, i partecipanti si sono trasferiti tutti insieme nella stessa stanza, dove ogni moderatore ha presentato gli argomenti principali discussi nel proprio gruppo durante la prima fase e ha commentato il poster prodotto. E' seguita una discussione più ampia in cui tutti i partecipanti hanno avuto la possibilità di condividere le loro impressioni e gli ultimi commenti.

I moderatori hanno avuto ancora una volta il tempo di presentare i principali risultati relativi alle discussioni che si sono svolte durante la seconda fase, supportati dal poster preparato durante la discussione.

Risultati rilevanti

Prima fase: focalizzare sull'agricoltura

Quali sono gli elementi che consideri innovativi nei casi positivi che hai presentato?

Gli elementi innovativi che i gruppi hanno individuato sono per lo più legati a un approccio circolare basato sulla riconsiderazione e rivalorizzazione delle tradizioni, delle pratiche di lavoro antiche, del lavoro collaborativo, della produzione a filiera breve e della distribuzione a corto raggio / prodotti a km0 avvicinandosi a questi elementi da una prospettiva moderna, più consapevole e formata culturalmente.

La necessità di creare reti orizzontali e verticali e di collaborare con gli altri piuttosto che competere - anche per le microimprese, è percepita da tutti come un elemento chiave per l'evoluzione economica. Nel considerare i semi per l'innovazione, sono emersi due cluster principali: (1) qualità - unicità - territorio - specificità e (2) trasparenza - equità - codice disciplinare/sanzioni disciplinari.

Il primo si focalizza sulla valorizzazione del territorio, il secondo, piuttosto sulle persone e sulla promozione di buone relazioni (sia per i produttori che per i consumatori), che può portare a situazioni win-win. L'innovazione sembra essere essenziale in entrambi i cluster e richiede una maggiore attenzione ai bisogni dei produttori/consumatori per indirizzare meglio le energie e le risorse.

La formazione, l'informazione e la creatività possono svolgere un ruolo importante anche nella costruzione di relazioni intra-generazionali. I programmi di formazione dovrebbero fornire agli studenti migliori competenze, capacità di comunicazione online e l'abilità di gestire strumenti tecnologici aggiornati. Questo processo è fondamentale per formare gli studenti a diventare uomini e donne d'affari del futuro, consentendo loro di promuovere nuovi modelli economici, comprese strategie di circular economy nell'agricoltura di montagna. Una conoscenza approfondita degli strumenti disponibili è fondamentale per generare processi economici positivi e per formare reti efficienti.

Quali sono gli ostacoli per un'innovazione più efficace nell'agricoltura di montagna?

Gli aspetti culturali e la mancanza di conoscenza sembrano condizionare la possibilità di innovare in quanto sono considerati cause di una visione politica ed economica a breve termine. Sono limiti anche la frammentazione dei territori, delle proprietà e delle relazioni. Una burocrazia troppo articolata è un limite all'innovazione, ma anche una scarsa comunicazione dell'innovazione di successo ostacola una più ampia diffusione delle buone pratiche e dei casi positivi.

Le generazioni anziane (qualunque sia il loro ruolo professionale, policymakers, agricoltori, ecc) che hanno spesso paura dell'innovazione, influenzano gli imprenditori più giovani e non sono a conoscenza dei nuovi mercati e strumenti tecnologici/di finanziamento.

A volte i policymakers non hanno esperienza sul campo e sono spesso inconsapevoli delle misure che potrebbero facilitare le attività di lavoro degli agricoltori di montagna e degli imprenditori di turismo. In molti casi, cambiamenti di piccola portata e di facile attuazione avrebbero un impatto positivo. Tuttavia, alcuni partecipanti hanno sottolineato il fatto che con l'adozione di nuove norme in agricoltura i loro compiti amministrativi portano via sempre più tempo.

Quali sono gli elementi che favoriscono l'innovazione nell'agricoltura di montagna?

La condivisione e il networking sembrano essere comunemente riconosciuti come elementi rilevanti per promuovere l'innovazione, insieme a una formazione professionale e alla consapevolezza del valore dei territori. Questi elementi possono portare all'uso di un marchio e a una comunicazione in comune, a preferire mercati locali e prodotti di qualità, a processi di produzione trasparenti, a riutilizzare e capitalizzare le risorse in linea con un approccio di circular economy. I giovani imprenditori possono sostenere meglio l'innovazione in questo settore. Le piattaforme tecnologiche integrate potrebbero essere una soluzione utile per sostenere gli imprenditori. Queste piattaforme consentono l'integrazione dell'intera filiera e facilitano la gestione delle fasi di produzione, i servizi forniti e la comunicazione dei beni.

Oggi è un giorno speciale e hai il potere di introdurre un cambiamento chiave nel processo per spingere l'innovazione nell'agricoltura di montagna. Cosa fai?

Secondo i gruppi, i cambiamenti chiave si basano sulla possibilità di: migliorare la formazione professionale; fornire strumenti innovativi provenienti dalle competenze locali al fine di attuare strategie politiche che possano poi diventare azioni legislative; riconoscimento-controllo-garanzia della qualità e dell'origine dei prodotti; fornire professionisti in grado di supportare gli agricoltori con piani aziendali, raccolta di fondi, comunicazione strategica; comunicare meglio casi di innovazione di successo; collegare settori come agricoltura e turismo in processi circolari utili reciprocamente; ridurre le regole troppo complicate e finanziare più formazione applicata e innovazione.

Seconda fase - focalizzare sul turismo

Quali sono gli elementi che consideri innovativi nel caso positivo che hai presentato?

I gruppi hanno convenuto che i casi che garantiscono un'esperienza autentica e la qualità dei prodotti, fornendo attività in cui il cliente è il protagonista, possono fare la differenza nel turismo di montagna. Esperienza/contenuti di qualità sono elementi chiave insieme alla capacità di creare emozioni e catturare passioni (potenti trigger). I casi positivi sono generati da soggetti che conoscono il territorio in profondità, hanno un approccio interdisciplinare ai temi d'interesse per un turista, creano racconti innovativi partendo dalla storia e dalla tradizione, oltre a stabilire un rapporto diretto comunità-turista. Le tecnologie sono presenti in quasi tutti i casi per comunicare o supportare il turista nelle sue attività con servizi moderni. Il riutilizzo è anche una chiave per edifici o laboratori antichi.

Quali sono gli ostacoli per un'innovazione più efficace nel turismo di montagna?

Le vulnerabilità derivano da situazioni "bloccate", che non si evolvono in base alle esigenze (edifici, servizi, nessuna connessione internet, trasporti scadenti, ecc.), con attori che non cercano di comprendere le nuove esigenze turistiche. Una debolezza culturale porta a una scarsa collaborazione tra operatori turistici, che spesso si fonde con la cecità politica e l'assenza di strategie rispetto al valore territoriale. Gli operatori locali non sono a

conoscenza delle risorse locali disponibili (risorse naturali, culturali e sociali), che sono pronte per essere utilizzate, così che alla fine non le trasformano in valore.

Quali sono gli elementi che favoriscono l'innovazione nel turismo di montagna?

Conoscere e promuovere le risorse locali dando più forza alle persone e alle infrastrutture, comprese le infrastrutture di comunicazione. Una piattaforma per gli investimenti potrebbe essere un modo per sostenere nuove tendenze e approcci sostenibili nel settore turistico. Una formazione professionale più forte può migliorare l'accoglienza e la gestione turistica, contribuire a creare nuovi posti di lavoro (verdi) pronti a far fronte ai mercati internazionali e ai rapidi cambiamenti, prendere in considerazione e promuovere i beni locali. Come nell'agricoltura, una forte richiesta di collaborazione e networking (tra operatori, tra amministrazioni pubbliche e operatori, tra proprietari di servizi e professionisti) proviene da tutte le parti.

Oggi è un giorno speciale e hai il potere di introdurre un cambiamento chiave nel processo per spingere l'innovazione nel turismo di montagna. Cosa fai?

Secondo i gruppi, i cambiamenti chiave si basano sulla possibilità di: formare e dare potere alle comunità riguardo alle risorse locali, che possono essere trasformate in un alto valore economico; promuovere la collaborazione e lo scambio tra operatori, anche a livello internazionale; facilitare i giovani a diventare innovatori e imprenditori; promuovere e comunicare buone pratiche (ad es. albergo diffuso) e informazioni qualitative/esaustive; promuovere la formazione e il trasferimento di conoscenze nel settore e intersettoriali (ad esempio con l'agricoltura); migliorare le infrastrutture, in particolare la banda larga.

Feedback dai moderatori

I moderatori sono stati abbastanza soddisfatti riguardo le reazioni e l'interazione dei partecipanti e del fatto che abbiano portato la loro esperienza e la loro voce da tutto l'arco alpino (più personale che professionale quando si parla dei casi positivi).

L'approccio dei diversi gruppi è stato positivo e proattivo sin dall'inizio e la volontà di condividere conoscenze ed esperienze è stata presente per tutto il giorno. Anche se il lavoro è finito con un certo ritardo, sia i moderatori che i partecipanti hanno commentato che avrebbero avuto bisogno di un tempo più lungo e che dopo le due fasi iniziali, i partecipanti stavano cominciando a fare delle proposte.

Anche se i moderatori hanno partecipato a un incontro di coordinamento il giorno prima del workshop, i diversi background, esperienze, origini, età e numero dei partecipanti dei gruppi (alcuni gruppi erano formati da 10-12 persone, altri da 5-8) li ha portati a utilizzare approcci diversi per gestire la discussione e raccogliere i risultati. Tutti, tuttavia, hanno utilizzato i materiali forniti e hanno sintetizzato perfettamente i risultati dei loro gruppi con poster e presentazioni dirette.

I moderatori hanno spesso sottolineato una consapevolezza generale delle debolezze e delle potenzialità, ma hanno anche sottolineato che i partecipanti hanno incontrato alcune difficoltà quando dovevano uscire dal proprio caso e indicare concretamente come trasformare idee chiare in una pratica efficiente.

Feedback dagli osservatori

Gli studenti di Unimont sono stati coinvolti come osservatori. Hanno preso parte a entrambe le fasi e hanno aiutato i moderatori.

Conclusioni

Il workshop ha avuto un alto numero di partecipanti provenienti principalmente dalle Alpi italiane. Molti di loro conoscevano già l'Università della Montagna, che è stata in grado di creare una forte rete locale, nazionale e internazionale. Persone diverse con diversi profili, esperienze e aspettative si sono confrontate in piccoli gruppi e durante la sessione plenaria finale. La giornata è iniziata con un obiettivo molto ambizioso: concordare una o due azioni concrete da applicare all'agricoltura di montagna e al turismo di montagna alla fine della giornata.

Durante la mattinata sono state presentate due buone pratiche e sono stati raccolti un numero elevato di esempi e buone pratiche dei partecipanti. Questi input e idee devono essere trasformati in azioni. È emerso che la situazione culturale italiana gioca un ruolo decisivo nello sviluppo o non sviluppo delle regioni montane

Il workshop ha evidenziato l'importanza di ridurre il peso delle procedure amministrative che ancora impediscono un'innovazione e un'imprenditorialità di successo in Italia.

Inoltre, è stata menzionata la mancanza di una visione comune e meditata per il futuro. I risultati del workshop sottolineano la necessità di un cambio di mentalità, che dovrebbe consentire a tutte le parti interessate di (1) condividere meglio le informazioni e conoscenze, evitando decisioni a breve termine e politicamente di parte (2) favorire la cooperazione tra i paesini vicini, sforzandosi insieme invece di combattere gli uni contro gli altri (3) coinvolgere i giovani nel processo decisionale, dando loro un senso di appartenenza al territorio e ascoltando le loro idee. In questo senso, i partecipanti hanno sottolineato il ruolo della formazione: da un lato perché è difficile valutare ciò che non si conosce, dall'altro perché le soluzioni innovative diventano più facili quando una persona comprende l'ambiente dove vive.

Alcune azioni sono state parzialmente espresse dai partecipanti: sono molto concrete, provenienti da persone che sono cresciute in montagna e che hanno visto cambiare il loro territorio e i giovani lasciare i loro paesi di origine.

Tutte le misure che hanno proposto (offrire sconti ai turisti che hanno trascorso un certo numero di giorni nello stesso luogo, fattoria didattica, stare in un rifugio a sperimentare un'alba in montagna, offrire coupon gratuiti per provare attività gastronomiche o sportive, biglietti per il bus gratuiti per scoprire il territorio), puntare sulla valorizzazione dei prodotti, beni e tradizioni locali: la maggior parte ritiene che la promozione di un prodotto locale sarebbe vantaggiosa per l'intero territorio e per altri settori di attività.

In questo senso è stato chiaro che l'agricoltura e il turismo sono profondamente correlati e che devono sostenersi a vicenda. Al fine di promuovere un territorio montano, i partecipanti hanno suggerito di giocare sulle passioni del cliente e di attirarlo a partecipare a un'attività specifica sapendo che dovrà poi accedere ad altri servizi (ristorante, alloggio, trasporto e abbigliamento). A questo proposito, la tesi di Luthe è stata soddisfatta: più connessi, più resilienti.

Edolo è stato uno dei sei semi che verranno piantati nelle Alpi durante la serie di workshop. Questi semi potrebbero aver bisogno di un po' di tempo per fiorire. L'innovazione e il cambiamento richiedono tempo, pazienza e un team di persone impegnate.

La circular economy è un modello di business che si basa sul fatto che lo spreco di un settore imprenditoriale può essere l'input per un altro settore. La condizione preliminare per far funzionare questo modello è quella di collaborare e condividere le informazioni. Dobbiamo migliorare questa condizione per poter passare da un'economia lineare a una circular economy.

Input per il Programma di azione

Il workshop ha prodotto diverse raccomandazioni che possono essere prese in considerazione per preparare il Programma di Azione per una Green Economy nella regione Alpina fino alla prossima Conferenza Alpina. Tre aspetti chiave sono stati chiaramente identificati dai partecipanti, anche se, a differenza di quanto previsto, si tratta di raccomandazioni intersettoriali per le Alpi piuttosto che di azioni specifiche da applicare all'agricoltura o al turismo di montagna. I diversi gruppi di lavoro hanno anche indicato degli approcci, che possono essere presi in considerazione per spianare la strada e muoversi verso gli obiettivi di Green Economy come suggerito nella RSA6.

Più "NOI", meno "IO": la necessità di creare reti sembrava essere il ritornello del giorno. In realtà, la maggior parte dei casi positivi proposti ha messo in evidenza aspetti collaborativi (diversi enti, diversi territori e diversi comuni) come il "plus" e la chiave per l'innovazione. I partecipanti hanno sottolineato la necessità di collaborare, condividere idee, casi, pratiche e sostegno tra diversi attori dello stesso settore (ad es. agricoltura) o di diversi settori connessi (ad es. agricoltura e turismo), tra persone di età diverse, enti diversi (imprese, enti di ricerca, istituzioni pubbliche, cittadini - modello a tripla e quadrupla elica) e tra consumatori e produttori.

La possibilità di collegarsi sembra anche essere una preconditione per affrontare la crisi economica, i colli di bottiglia burocratici e le barriere politiche e per consentire ai processi di circular economy di conoscersi mentre lavorano insieme per creare nuove opportunità di mercato e innovazione. Questo è ancora più evidente nelle zone di montagna.

1) Facilitare la creazione di reti efficienti e collegare reti già esistenti

- Creare opportunità concrete e utili per conoscersi, facilitare la relazione tra reti diverse a livello locale, regionale, nazionale;
- Fornire formazione professionale e aziendale per sostenere collaborazioni intersettoriali e progetti di business collaborativi;
- Supportare le reti con un servizio professionale e di alta qualità;
- Superare il pregiudizio generazionale e considerare il contributo rilevante che le giovani generazioni possono apportare.

Input 1 è coerente con la raccomandazione n 4 della RSA6 : adottare misure per trasformare l'area alpina in un'economia efficiente sotto il profilo delle risorse, circolare ed economicamente efficiente.

L'efficienza delle risorse deve essere migliorata, in particolare in termini di utilizzo delle risorse idriche, dell'energia, dei beni, dell'occupazione dei terreni e della perdita di suolo produttivo. Inoltre, dovrebbero essere promosse le misure e gli strumenti possibili in questi settori. Questi includono le reti smart di efficienza energetica, programmi di consulenza e programmi opzionali per imprenditori. Le politiche e i programmi sull'efficienza delle risorse

dovrebbero sottolineare che gli sforzi in questo campo portano a risparmi sui costi e quindi a creare benefici economici.

Giovani innovatori, giovani influencer: tutti i gruppi di lavoro hanno discusso la rilevanza del ruolo dei giovani. Possono sviluppare una nuova economia sostenibile, in linea con la necessità di innovazione e con i principi della circular economy. I giovani possono promuovere approcci, metodologie e concetti aziendali innovativi, ma hanno bisogno di diversi elementi chiave. Prima di tutto, una formazione di qualità, una profonda conoscenza dei settori in cui vogliono lavorare e la capacità di dialogare con diversi attori. In secondo luogo, le vecchie generazioni, che a volte sono legati a modelli di gestione e di business obsoleti, spaventati dai cambiamenti e preferiscono non prendere alcun rischio, devono lasciare ai giovani la parola. Si suggerisce di creare una "task force" giovane e ben formata per trasformare il sistema in un ambiente più efficiente e reattivo.

2) Sostenere imprenditori e start-up¹

- Fornire a tutti una formazione di qualità (sia culturale che scientifica) nelle diverse fasi della vita e del lavoro;
- Fornire agli imprenditori una formazione professionale e metodologie innovative anche attraverso esperienze dirette, scambi e collaborazione diretta con altri imprenditori di diversi territori e paesi;
- Fornire sostegno agli imprenditori con strumenti e servizi generali e specifici della Green Economy: ad esempio come preparare un piano aziendale, come presentare domanda di finanziamento nel campo della Green Economy, nuove tecniche e metodi di produzione nei settori specifici, apprendimento delle lingue, abilità comunicative specifiche relativo ai temi della Green Economy, formazione nel campo della cooperazione con gli attori della società civile;
- Informare e connettere i giovani alle reti e ai gruppi di interesse esistenti;
- Promuovere la collaborazione e la sperimentazione interdisciplinare dei giovani durante la loro carriera accademica o professionale e nel mercato.

L'input 2 è coerente con le raccomandazioni RSA6 1.2 : le imprese innovative verdi e le start-up devono essere promosse a livello regionale per facilitare l'eco-innovazione per soluzioni tecnologiche e non tecnologiche; 1.3 L'approccio della Green Economy dovrebbe essere integrato nelle strategie regionali, ad esempio sviluppando idee per l'agricoltura sostenibile, la silvicoltura, l'energia, il turismo o i trasporti; 6. Utilizzare le opportunità per creare posti di lavoro verdi e in particolare [...] 6.2 il sostegno all'innovazione nelle piccole e medie imprese, la creazione di strutture di rete tra tutte le parti interessate di una Green Economy, la promozione di investimenti sostenibili e l'impostazione di incentivi per stimolare la domanda di prodotti, tecnologie e servizi rispettosi dell'ambiente a livello privato e pubblico; 6.3 Adeguate misure di formazione e istruzione per la forza lavoro presente e futura dovrebbero essere attuate per sviluppare le competenze verdi necessarie per i lavori futuri e per soddisfare i bisogni di una Green Economy in termini di qualifiche professionali; 7.3 L'evoluzione del mercato del lavoro verso lavori verdi dovrebbe offrire nuove opportunità di benessere economico e innescare uno sviluppo più inclusivo.

¹ Un'attenzione particolare al ruolo dei giovani e alle misure specifiche che dovrebbero essere rivolte ai giovani imprenditori potrebbe far parte di una sezione separata del Programma di Azione.

Comunicare il valore completo di un prodotto e di un'esperienza autentica, comunicare con la qualità e raggiungere obiettivi specifici: la comunicazione è stata nominata "grande assente". Molti giornalisti locali, italiani e svizzeri sono stati invitati a venire ad Edolo, ma solo tre hanno partecipato al workshop. Si è pensato di invitarli per aggiungere una prospettiva diversa e per raccogliere l'opinione di professionisti del giornalismo e della comunicazione.

Solo tre giornalisti locali hanno aderito al seminario e tutti i gruppi di lavoro hanno sottolineato il divario evidente che esiste tra le loro esperienze, i casi positivi segnalati e il mondo della comunicazione.

La mancanza di considerazione e conoscenza in generale delle risorse disponibili nei territori (culturali, naturali, sociali, economiche, ecc.) sono state indicate come cause principali del silenzio mediatico insieme alle carenze degli stakeholder locali nel generare contenuti interessanti e appropriati per la divulgazione.

In molti casi, sono i giornalisti stessi a dover scoprire storie ed esperienze perché i soggetti che li gestiscono non sono consapevoli del possibile impatto di un'azione ben comunicata. Comprendere il valore dei territori significa anche comprendere i processi di innovazione, come si può unire tradizione e novità per produrre una qualità di vita per le persone.

Questi contenuti qualitativi richiedono una comunicazione qualitativa per diventare azioni concrete. Tutti i gruppi di lavoro hanno indicato la comunicazione come mezzo per raggiungere obiettivi diversi, sostenere opportunità commerciali che combinano diversi campi professionali e possono anche basarsi non su specifici segmenti di mercato ma piuttosto su attività "non convenzionali", come bisogni, desideri e passioni umani.

3. Formare e sostenere i giovani professionisti, in particolare creando consapevolezza sul potenziale della comunicazione

- Offrire agli imprenditori, ai policymakers, agli investitori e ad altre parti interessate istruzione e formazione sul potenziale della comunicazione e gli strumenti da utilizzare. Questi corsi di formazione possono essere offerti dalle università e altre istituzioni di formazione;
- Offrire sostegno agli imprenditori per produrre contenuti mediatici moderni e di qualità partendo dal riconoscimento e dalla valorizzazione della specificità e dei beni dei loro territori, che possono interessare i media;
- Offrire formazione e servizi ai giornalisti per la produzione di una comunicazione migliore e più consapevole circa i casi innovativi nel loro territorio, coinvolgerli fin dall'inizio nei processi e progetti, fornendo un posto virtuale dove trovare tutte le informazioni utili per il loro lavoro su certi argomenti risparmiando tempo;
- Creare opportunità per i rappresentanti dei media a sperimentare esempi reali di Green Economy nei territori di montagna.

Input 3 aggiunge alla raccomandazione RSA6 8.3: deve essere creato e mantenuto un pool di conoscenze per una Green Economy nell'area alpina - questo è un passo essenziale per promuovere questo concetto, focalizzando l'attenzione sull'importanza della comunicazione.

ANNEX

Agenda
Elenco dei partecipanti

CONTACT

elisa.agosti@cipra.org
CIPRA International
Cipra.org

ORDINE DEL GIORNO

- 10.00 - 10.10 Inizio dei lavori e saluti
Anna Giorgi - Unimont, enti locali e Unimont partners, GE-Team
- 10.10 - 10.20 Presentazione di CIPRA International e del Workshop
Elisa Agosti - CIPRA International
- 10.20 - 10.25 Breve presentazione workshop: obiettivi, ordine del giorno, aspetti organizzativi
Facilitatore
- 10.25 - 10.45 Brevi presentazioni dei partecipanti
Facilitatore, tutti
- 10.45 - 11.15 GE, RSA6 e Programma d'Azione
Luca Cetara - Marianna Elmi
Delegazione italiana alla Convenzione delle Alpi
Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
- 11.15 - 12.00 Keynote - Circular economy in Agricoltura e Turismo
Valentino Bonomi, giovane imprenditore, titolare della Azienda agricola "San Faustino" Ceto - BS, IT e Anna Giorgi, Unimont Nuova agricoltura, nuovi agricoltori nelle Alpi. Un approccio innovativo alla tradizione, verso una circular economy
Tobias Luthe, ricercatore presso l'Università di Scienze Applicate HTW Chur, CH Più connessi, più resistenti - il turismo e una circular economy
- 12.00 - 12.50 Gruppo di Lavoro 1° fase - Agricoltura di montagna
8 gruppi con facilitatori
Presentazione di buone pratiche, esempi dal RSA6
Discussione dei bisogni e dei fattori di successo
Ci sono esperienze simili in cui i membri del gruppo sono coinvolti/di cui sono a conoscenza? Quali esperienze sono condivise, quali esperienze sono diversi?
Questi esempi possono essere trasferiti ad altri territori Alpin?
Che cosa è l'innovazione in Agricoltura di montagna? Come si può misurare?
- 12.50 - 13.20 Pranzo leggero & condivisione
- 13.20 - 14.10 Gruppo di Lavoro 2° fase - Turismo di Montagna
8 gruppi con facilitatori
Presentazione di buone pratiche, esempi dal RSA6
Discussione dei bisogni e dei fattori di successo
Ci sono esperienze simili in cui i membri del gruppo sono coinvolti/di cui sono a conoscenza? Quali esperienze sono condivise, quali esperienze sono diversi?

Questi esempi possono essere trasferiti ad altri territori Alpin?
Che cosa è l'innovazione in Turismo di Montagna? Come si può misurare?

14.10 - 15.00 Gruppo di Lavoro 3° fase
8 gruppi con facilitatori
Discussione tra i gruppi sui due temi per identificare un'azione finale
Come possiamo dare vita alle nostre idee e intenzioni?
Quali sono i prossimi passi verso l'azione? Cosa tocca a noi?
Chi può sostenerci?
Quali attori devono essere coinvolti per realizzare l'idea?

15.00 - 15.15 Coffee break

15.15 - 15.45 Sintesi dei risultati del Gruppo di lavoro
Facilitatori

15.45 - 16.00 Conclusioni
Anna Giorgi, Unimont, GE-Team

Elenco dei partecipanti

Nome	Ente
Agosti Elisa	Cipra International
Alborghetti Daniele	Università della Montagna - UNIMI
Aricocchi Teresa	Università della Montagna - UNIMI
Bana Germano	Vini e Cucina Bresciana
Bigaran Federico	Provincia di Trento
Bischetti Gian Battista	Corso di Laurea di Edolo
Bonomi Valentino	Azienda agricola "San Faustino"
Bonzi Fabio	
Bottoni Flavio	Coldiretti Sondrio
Camerlenghi Filippo	AIGAE Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche
Camilucci Stefano	"La Valle" Società Agricola di Pezzola s.s.
Capitanio Giuseppe	Cooperativa Il cardo
Carrer Matteo	Università degli Studi di Bergamo
Cetara Luca	EURAC
Chiatante Donato	Università degli Studi dell'Insubria
Clerici Augusto	
Cortinovis Manuel	Università della Montagna - UNIMI
De Matteis Raffaele	Università della Montagna - UNIMI
del Barba Oscar	CAI Club Alpino Italiano
Della Torre Cristina	EURAC
Dell'Osa Enrico	Azienda Agricola Dell'Osa Enrico Isaac
Di Giovanni Mauro	
Donati Marzia	Rifugio Petit Pierre
Droli Maurizio	Università di Udine
Elmi Marianna	Segretariato Permanente Convenzione delle Alpi
Fenoglio Stefano	Università Piemonte Orientale
Fioletti Gabriella	Assorifugi
Forchini Maurizio	Agenzia Promozione Turistica Promoserio
Furlani Matteo	Cantina Furlani
Gasparotti Claudio	Studio Aura
Gheza Francesco	PiùValliTV
Giorgi Anna	Università degli Studi di Milano
Gretter Alessandro	Fondazione Edmund Mach
Holzer Magdalena	Alpine Town of the year
La Greca Francesca	Regione Piemonte
Lancini Stefano	Az agr GeneraTerra
Lingua Guido	Università Piemonte Orientale
Lorenzon Giulia	Università della Montagna - UNIMI
Macchiavelli Andrea	Università degli Studi di Bergamo
Maculotti Giancarlo	Circolo Culturale Ghislandi
Maffezzini Tiziano	Uncem Lombardia
Maggioni Roberto	Maggioni Tourist Marketing
Manzo Alberto	MIPAAF

Martinelli Antonio	Montagne e Paesi
Masneri Luca	Comune di Edolo
Mazzoleni Alberto	Coordinamento Comunità montane lombarde
Melotti Paolo	Guide Alpine Vallecamosonica-Adamello
Monopoli Marco	Educatore ambientale
Moranda Giovanni	Dottore Agronomo
Orsatti Eliseo	Confartigianato
Pesce Alessandra	Ministero Politiche Agricole
Petriccioli Enrico	Fondazione Montagne Italia
Pilotti Luciano	Università degli Studi di Milano
Piva Claudio	Coldiretti
Putelli Alessandro	Comunità Montana Valle Camonica
Quarta Mariagrazia	Regione Piemonte
Ricci Stefano	Maestro Sci
Salsa Annibale	Scuola per il Governo del Territorio - Trentino School of management
Sangalli Marco	Ordine Dottori Agronomi e Dottori Forestali di Brescia
Santoni Sandra	Università della Montagna - UNIMI
Spagnoli Sonia	Az. Agricola La Casera
Svaluto Ferro Pierluigi	Federbim
Tomaselli Giulio	
Tomasoni Ilaria	Università della Montagna - UNIMI
Toretti Silvia	Consorzio Vini Valcamonica
Tosana Giovanni	Biodistretto Valle Camonica
Treu Vanni	Cooperativa Cramars
Troletti Federico	Centro Camuno Studi Preistorici
Venuta Maria Luisa	Fondazione Luigi Micheletti
Zampatti Crescenzo	Guida Alpina
Zani Magda	Guide Alpine Vallecamosonica-Adamello
Zanini Sara	Università della Montagna - UNIMI
Zilio Emanuela	Università della Montagna - UNIMI