



## REPORT DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO

# migRACTION



**Interreg**  
ALCOTRA



FONDAZIONE  
Nuto Revelli

arti  
TEATRI  
INDEPENDENTI



Il Filatoio



Il progetto **MigrAction** è un progetto Interreg ALCOTRA che raccoglie l'eredità del percorso storico e culturale della Valli di Stura e dell'Ubaye per raccontare i fenomeni migratori che hanno interessato i territori in cui si realizza il progetto ed unire sotto lo stesso cappello le comunità del versante piemontese e del versante francese.

Il progetto Alcotra MigrAction ha l'obiettivo principale di incrementare l'attrattività del territorio alpino transfrontaliero attraverso la messa in rete, il completamento e la promozione di un percorso in grado di soddisfare le diverse esigenze, ispirandosi ad un tematismo unificante: quello dell'abbandono e del ritorno, disegnando un viaggio con radici nella storia e riflessi nel presente.

All'interno del progetto, con l'obiettivo di riflettere su quanto attuato per la programmazione futura, è stato richiesto a Fondazione Santagata di effettuare la valutazione di quanto realizzato.

Si ringraziano i partner del progetto MigrAction per la collaborazione e la disponibilità:

- Comune di Vinadio
- Ville de Barcelonnette
- A.C.T.I Teatri Indipendenti
- Fondazione Filatoio Rosso
- Fondazione Nuto Revelli



FONDAZIONE  
Nuto Revelli

arti  
TEATRI  
INDIPENDENTI



La “Fondazione Santagata per l’Economia della Cultura” raccoglie le esperienze e le competenze svolte negli anni passati dal Centro Studi Silvia Santagata-Ebla (CSS-Ebla) e si propone di proseguire l’attività di studio iniziata da Walter Santagata, pioniere internazionale di Economia della Cultura.

Le aree di lavoro della Fondazione, attiva su progetti di ricerca, valutazione e trasferimento delle conoscenze, riguardano due filoni tematici principali: un primo legato ai modelli per la gestione del patrimonio culturale, con particolare riferimento allo sviluppo economico dei territori e ai programmi UNESCO, e un secondo legato alla produzione di cultura e all’innovazione culturale.

Sono inoltre nella missione della Fondazione il rafforzamento delle reti collaborative tra operatori culturali e di altri settori e il supporto all’internazionalizzazione degli operatori culturali, al fine di valorizzarne il loro impatto sociale ed economico.

Gli esiti delle attività della Fondazione vengono regolarmente disseminati a livello nazionale ed internazionale, attraverso le reti collaborative con i nostri enti e soggetti partner, i canali informativi UNESCO, la comunità dei partecipanti delle attività di formazione, oltre che i canali social della Fondazione e dei singoli progetti.

#### **ORGANIZZAZIONE**

Paola Borrione, Presidente e Head of Research  
Alessio Re, Segretario Generale  
Martha Friel: Responsabile sede di Milano

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE:** Paola Borrione, Francesco Bandarin, Nicola Bottero

#### **COORDINAMENTO SCIENTIFICO:**

Francesco Bandarin  
Enrico Eraldo Bertacchini  
Sergio Foà  
Angelo Miglietta  
Giovanna Segre  
Alessia Mariotti

#### **Team di ricerca per la valutazione del progetto MigrAction**

Direzione:

Paola Borrione, Alessio Re

Ricercatori:

Andrea Porta, Ottavia Arenella

**Fondazione Santagata per l’Economia della Cultura**

Corso Duca degli Abruzzi 43, 10129, Torino

[www.fondazionesantagata.it](http://www.fondazionesantagata.it)

[info@fondazionesantagata.it](mailto:info@fondazionesantagata.it)

## INDICE

<b>CAPITOLO 1 – IL PROGETTO</b> .....	6
IL PROGETTO.....	6
I PARTNERS.....	6
IL CONTESTO.....	8
OBIETTIVI E RISULTATI ATTESI.....	9
LE ATTIVITÀ.....	12
DESTINATARI DEL PROGETTO E GRUPPI TARGET.....	14
<b>CAPITOLO 2 – DEFINIRE L’IMPATTO</b> .....	15
LA DEFINIZIONE DI IMPATTO SOCIALE ADOTTATA.....	16
METODI DI MISURAZIONE.....	17
<b>CAPITOLO 3 – LA VALUTAZIONE</b> .....	19
UN SISTEMA DI VALUTAZIONE COMPOSITO.....	20
VALUTAZIONE GENERALE.....	21
COSTRUZIONE DI UN’OFFERTA TRANSFRONTALIERA DI TURISMO SOSTENIBILE.....	22
COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ.....	25
RIQUALIFICAZIONE E RIFUNZIONALIZZAZIONE.....	26
FESTIVAL E ARTE.....	27
COMUNICAZIONE.....	28
RETI ATTIVATE.....	30
ADATTAMENTI E REAZIONE ALLA CRISI SANITARIA DA COVID 19.....	32
SWOT DI SINTESI DEL PROGETTO.....	33
<b>CAPITOLO 4 – INDICAZIONI STRATEGICHE</b> .....	36
RIFERIMENTI.....	37
ALLEGATI.....	38

# CAPITOLO 1: IL PROGETTO

Il capitolo che segue presenta il progetto MigrAction dal punto di vista delle attività, dei target, degli obiettivi e dei risultati attesi



# CAPITOLO 1

## IL PROGETTO

Il progetto Alcotra MigrAction ha l'obiettivo principale di incrementare l'attrattività del territorio alpino transfrontaliero attraverso la messa in rete, il completamento e la promozione di un percorso in grado di soddisfare le diverse esigenze, ispirandosi ad un tematismo unificante: quello dell'abbandono e del ritorno, disegnando un viaggio con radici nella storia e riflessi nel presente.

Le Valli di Stura e dell'Ubaye sono da sempre al centro dei movimenti migratori economici: dal versante italiano ci si trasferisce in Francia per trovare lavoro stagionale, dalla Francia arrivano commercianti itineranti in Italia, dal comune francese di Barcelonnette molti i migranti verso il Messico in cerca di fortuna.

Da qui l'idea del progetto: ripercorrere l'antica rotta delle migrazioni, sviluppando un percorso fisico e intellettuale dedicato ai visitatori a piedi e in mountain bike, che collega Caraglio a Barcelonnette. Questo percorso integra le rotte dei movimenti migratori "outdoor" con momenti di sosta nei luoghi emblematici della cultura e dell'ambiente del territorio, dove si trovano luoghi di ristorazione e divertimento.

Il percorso diventa quindi un'occasione per riflettere sul tema della migrazione, intesa sia come movimento alla scoperta di luoghi caratteristici di una memoria viva, sia come movimento di ritorno in montagna, per i giovani che vogliono raccogliere questa sfida e intraprendere nuove professioni nel campo del turismo, dell'artigianato, della conservazione del patrimonio ambientale e culturale.

Questo percorso di scoperta promuove il turismo nel territorio delle valli Stura e Ubaye, e allo stesso tempo genera sviluppo locale, concreto e sostenibile, con azioni di animazione e di arte partecipata, rivolte sia alla popolazione residente per favorire la rinascita di un senso di appartenenza e di nuove professionalità, sia ai turisti che qui possono praticare un turismo lento ed esperienziale.

## I PARTNERS

Il progetto è promosso da un partenariato transfrontaliero che vede come ente capofila il Comune di Vinadio, insieme al Comune di Barcelonnette (Alpes de Haute Provence), la Fondazione Filatoio Rosso (Caraglio), la Fondazione Nuto Revelli onlus (Cuneo) e A.C.T.I. Teatri Indipendenti (Torino), enti accomunati dalle tematiche che costituiscono il nucleo del progetto, quali: la valorizzazione del patrimonio culturale, storico e naturale, la messa a sistema e la trasmissione di conoscenza e memoria storica, il coinvolgimento attivo delle comunità che abitano le Valli, la condivisione di valori e storie legate al tema delle migrazioni, passate e presenti.



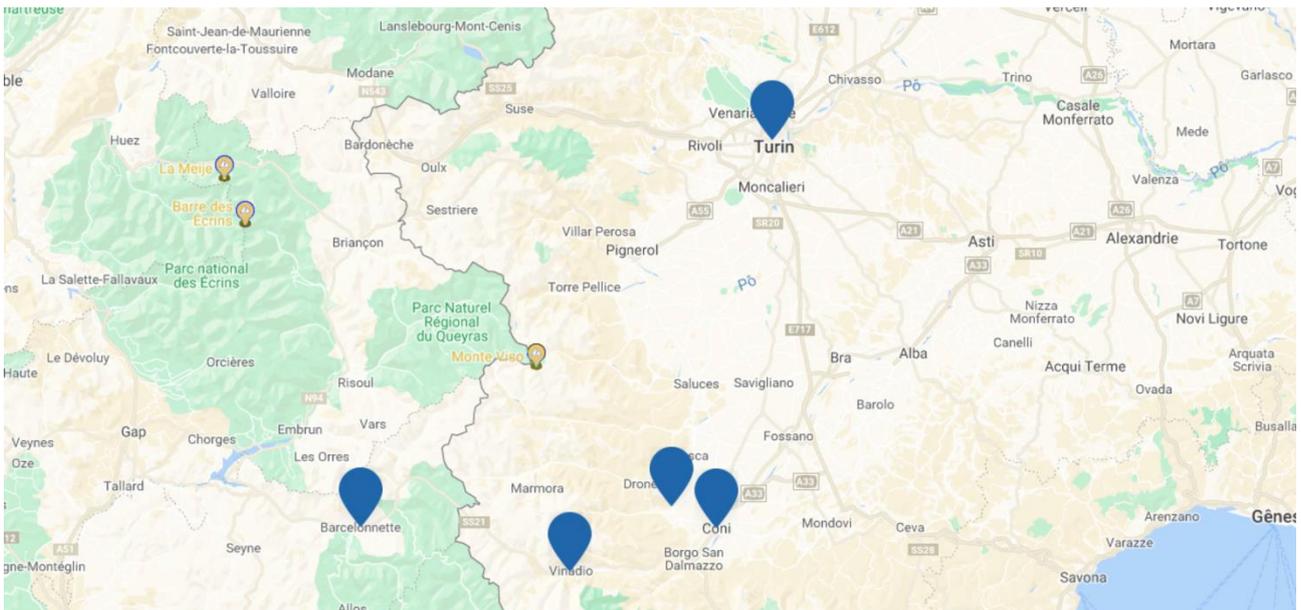


Figura 1 - Mappa dei partners di progetto

Il Comune di Vinadio è stato già interessato da numerosi progetti Alcotra, sia mirati alla valorizzazione del patrimonio culturale che a progetti turistici di più ampio respiro mirati alla creazione di una rete turistica europea.

Il Comune di Barcelonnette, proprietario della Villa La Sapinière, Musée de la Vallée, con competenza sulla cultura, appartiene alla Comunità di Comuni Valle dell'Ubaye Serre-Ponçon (CCVUSP), la quale si occupa della promozione turistica della Valle.

La Fondazione Nuto Revelli Onlus è attiva dal 2006 per la tutela e valorizzazione dell'archivio e del patrimonio culturale dello scrittore cuneese Nuto Revelli (partigiano e ricercatore della memoria contadina) e nel 2012 ha portato a termine il recupero della borgata Paroloup di Rittana (1.360 m in Valle Stura), sede della banda partigiana in cui militò Nuto Revelli.

A.C.T.I. Teatri Indipendenti, associazione culturale con sede a Torino, utilizza il teatro e tutto ciò che lo contraddistingue, per privilegiare la comunicazione tra opera e pubblico, per renderlo partecipe, per coinvolgerlo in un processo creativo di "arte partecipata".

A partire dal 2014, dopo aver concluso i lavori di restauro e recupero del Filatoio e del Museo della Seta, la Fondazione Filatoio Rosso, si occupa della valorizzazione del patrimonio culturale del territorio in cui opera, attraverso attività di accoglienza turistica, erogazione di servizi, progetti con la comunità e le istituzioni del territorio.

Tutti i partner hanno concorso al raggiungimento degli obiettivi di progetto mettendo a disposizione le proprie competenze, le strutture e le reti di contatti, in particolare:

- i Comuni di Barcelonnette e di Vinadio per la possibilità e volontà di sostenere interventi strutturali che potessero qualificare i territori sotto il profilo dell'accoglienza e della presentazione della proposta culturale;
- la Fondazione Filatoio Rosso per l'utilizzo delle arti visive e gli interventi di artisti contemporanei nella valorizzazione del patrimonio;

- la Fondazione Nuto Revelli per l'esperienza a sostegno della promozione del ritorno in montagna;
- ACTI per la capacità di attivare dinamiche di aggregazione della comunità attraverso la pratica artistica e performativa.

## IL CONTESTO

Il territorio interessato dal progetto, che vede un focus nella Valle Stura, è caratterizzato da un paesaggio montano incontaminato, da una buona accessibilità ai poli urbani piemontesi e francesi, da una buona dotazione di servizi e da un buon livello di valorizzazione del patrimonio culturale. Per contro, si assiste ad elevati tassi di spopolamento e di invecchiamento nei comuni di alta valle e ad una forte concentrazione dei residenti e delle attività produttive nei comuni di bassa valle.

Il settore del turismo ha visto un modesto sviluppo negli ultimi anni, con un aumento dei posti letto e il miglioramento qualitativo delle strutture ricettive. Numerose le risorse che le due valli offrono al turista, sul



Figura 2 - Valle Stura

versante italiano: le terme di Vinadio, il Forte di Vinadio, il Parco delle Alpi Marittime; sul versante francese: il Forte di Tournoux, le ville in stile messicano di Barcelonnette, i percorsi di rafting, o la ricca rete di sentieri e piste di fondo su entrambi i lati della frontiera.

Le risorse naturali e culturali del contesto territoriale in cui il progetto si realizza offrono però numerose possibilità dal punto di vista turistico, con attività che permettono uno sviluppo sicuramente sostenibile, quali il cicloturismo, l'escursionismo, il trekking e lo sci-alpinismo.

Un tipo di turismo che non può prescindere dalla popolazione locale e che punta ad un maggiore coinvolgimento di essa per far sì che acquisisca le competenze e la consapevolezza circa le risorse e le opportunità del territorio.

Il progetto ha identificato un bisogno fondamentale per il territorio: integrare e valorizzare l'offerta turistica, sia dal punto di vista dei servizi e delle attività offerte, sia da un punto di vista di comunicazione e promozione dell'offerta complessiva del territorio, con l'obiettivo di integrare le risorse comuni esistenti, collegandole con un filo narrativo che nasce dalle tradizioni locali dei territori di frontiera coinvolti e li unisce.

## OBIETTIVI E RISULTATI ATTESI

MigrAction agisce in particolare su tre ambiti individuati nel documento “Una Strategia dell’Unione Europea per la Regione Alpina”:

- **turismo** (messa in turismo della via della migrazione);
- **ambiente e patrimonio culturale** (creazione dei luoghi tappa in presidi culturali di primaria importanza);
- **agricoltura e silvicoltura** (promozione del “ritorno” in montagna con una scuola per giovani agricoltori).

Obiettivo principale del progetto è la promozione della Valle Stura e della Valle dell’Ubaye attraverso la valorizzazione degli elementi architettonici, naturali e culturali del territorio, facendoli diventare punti cardinali di un percorso nel cuore della natura, che beneficia degli innumerevoli sentieri esistenti lungo le due valli.

Grazie ad interventi di restauro, il Filatoio Rosso di Caraglio, il villaggio Paraloup, il Forte Albertino di Vinadio e il Museo della Valle di Barcelonnette sono così diventati, luoghi di accoglienza turistica e luoghi che hanno permesso di tramandare e condividere storie di migrazioni e di ritorno, attraverso molteplici azioni, come installazioni artistiche, laboratori con la comunità, performance teatrali, festival e mostre temporanee.

La “rivalutazione” sociale e produttiva del territorio è stata promossa attraverso laboratori didattici e incontri con la popolazione e i commercianti locali. Tra questi, la “Scuola Giovani Agricoltori di Montagna” è stata sicuramente uno strumento promozionale e di forte impatto che ha selezionato 5 giovani per seguire una formazione specifica destinata all’insediamento lavorativo in attività produttive sostenibili.

Partendo dalla vocazione turistica del territorio, il progetto ha voluto valorizzare un “percorso” fisico che unisce il Comune di Caraglio al Comune di Barcelonnette, un sentiero attento alle caratteristiche ambientali e culturali del territorio, che rappresenta metaforicamente il percorso fatto dagli abitanti della Valle Stura che si allontanavano per cercare lavoro verso la Francia.

Il MigraTour, il percorso individuato così definito, ha raccontato la storia delle migrazioni che hanno coinvolto le popolazioni locali alla fine dell’800, ma ha avuto l’obiettivo di far riflettere sul fenomeno delle nuove migrazioni della nostra storia attuale. Tale obiettivo coincide con quello dell’asse III Attrattività del territorio, ovvero quello di valorizzare il patrimonio culturale dell’area ALCOTRA attraverso sistemi di messa in rete delle componenti di gestione e promozione comune, con la finalità di incentivare lo sviluppo del turismo sostenibile, andando a coincidere con le politiche locali e regionali di messa in rete della sentieristica e dello sviluppo del turismo *green*, senza dimenticare l’importanza di sensibilizzare le popolazioni locali e i turisti sui temi sociali di grande attualità, in sintonia con le politiche nazionali dei paesi dell’UE.

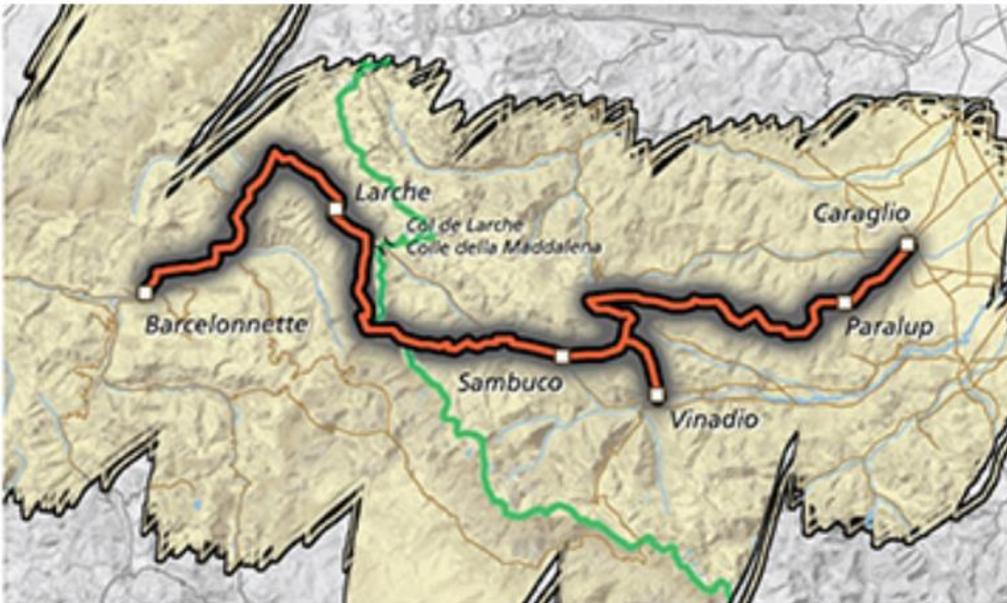


Figura 3 - Mappa del percorso Migratour

Oltre alla promozione turistica del territorio con la costruzione e valorizzazione del percorso tra le due valli, il progetto ha voluto inoltre aprire la possibilità di avviare nuove professionalità nel campo del turismo, coinvolgendo la comunità dei territori interessati e soprattutto le generazioni più giovani, cercando di contrastare il fenomeno di spopolamento delle valli che vede i giovani allontanarsi verso poli urbani più grandi.

Uno dei caratteri vincenti di MigrAction è stata l'attenzione nella costruzione di una progettualità in grado promuovere la cooperazione transfrontaliera, che possa quindi mettere a sistema competenze, conoscenze e risorse tra il versante italiano e quello francese.

Il progetto infatti, ha promosso alcune reti concepite fin dalla programmazione Interreg IIIA e basate su una concezione transfrontaliera, sia a livello tematico, sia geografico. Ha integrato inoltre una rete di strutture culturali e turistiche legate dalla tematica della migrazione, a partire proprio da quella dei piemontesi che emigravano in cerca di lavoro e fortuna nel PACA francese, per poi ampliare la prospettiva verso i francesi dell'area di Barcelonnette in partenza e poi di ritorno dal Messico, fino ai fenomeni attuali, in cui il territorio transfrontaliero è un territorio di arrivo e di accoglienza.

Dal punto di vista turistico, uno dei risultati tangibili del progetto è stata la creazione dell'itinerario che parte dalle valli cuneesi, per giungere ad una destinazione coerente, fino ai luoghi di destinazione dei migranti, fissando le tappe in strutture che trattano i diversi aspetti del fenomeno migratorio:

- Caraglio con gli allestimenti del Filatoio;
- Rittana, Borgata Paraloup, con il Museo del Racconto;
- Vinadio con il percorso multimediale "Montagna in movimento";
- Barcelonnette con il Musée de la Vallée.

Dal punto di vista del coinvolgimento della popolazione, la comunità Piemontese coinvolta dal progetto si è confrontata con quella dell'Ubaye, per indagare e conoscere le motivazioni comuni che hanno spinto le generazioni passate a migrare oltralpe o oltreoceano. La presenza di cognomi italiani in Ubaye ha assunto così una nuova dimensione identitaria e ha permesso il rafforzamento dei legami tra le genti dei due versanti.

Le comunità locali e i professionisti che operano per lo sviluppo e la promozione del territorio hanno potuto così comprendere che il senso di appartenenza che lega gli abitanti al patrimonio culturale materiale e immateriale è il migliore vettore di promozione turistica di un territorio.

I **risultati** che il progetto si era prefissato di raggiungere in fase di candidatura sono:

- Incremento del numero di turisti “outdoor” che percorrono i territori coinvolti nel progetto, interessati ad un turismo “lento” che consentisse di conoscere da vicino le emergenze ambientali e culturale, e che permettesse loro l’interazione con le comunità locali – NUMERO DI TURISTI;
- Maggiore consapevolezza degli abitanti delle Valli Stura e Ubaye rispetto alla ricchezza e alla potenzialità dei territori abitati, in particolare rispetto al tema unificante delle migrazioni – COINVOLGIMENTO DEGLI ABITANTI;
- Incremento del fenomeno, già in parte in atto del “ritorno alla montagna” attraverso la formazione a nuovi mestieri legati all’agricoltura e al turismo – RITORNO ALLA MONTAGNA.

Il progetto MigrAction, proprio per il tematismo forte e attuale che lo caratterizza, può essere replicato in altre zone dell’arco alpino, ossia lungo tutti quei valichi che hanno percorso gli emigranti italiani verso i paesi oltralpe, con l’obiettivo di creare una “Rete dei sentieri migranti” che ottimizzi in termini turistici e promozionali la circolazione di un turismo sostenibile, ecologico e consapevole.

MigrAction ha raccolto i risultati di progetti già realizzati nelle passate programmazioni transfrontaliere, che sono state quindi integrante, proponendo un percorso turistico transfrontaliero attraverso azioni non contemplate nei progetti precedenti, tra i quali “La Memoria delle Alpi”, “Sentinelle delle Alpi”, ViaPac.



## LE ATTIVITÀ

Di seguito, si presentano le attività identificate dai singoli partners di progetto.

### LE AZIONI DELLA FONDAZIONE FILATOIO ROSSO

- allestimento di uno spazio di accoglienza turistica presso il Filatoio ispirato al tema della migrazione, un luogo dove fornire informazioni e servizi ai turisti che praticano turismo outdoor;
- progettazione del pacchetto "MigraTOUR trekking" per il turismo escursionistico tra Caraglio e Barcelonnette;
- realizzazione di una mostra temporanea presso il Filatoio sul tema della migrazione contemporanea;
- organizzazione di incontri di sensibilizzazione per una fruizione sostenibile degli itinerari tra la Valle Stura e l'Ubaye rivolti a operatori del territorio e al grande pubblico;
- realizzazione di installazioni d'arte partecipata;
- azioni di promozione turistica e commercializzazione del percorso.

### LE AZIONI DEL COMUNE DI VINADIO

- Interventi di riqualificazione architettonica del Forte Albertino per la realizzazione di un'area di accoglienza turistica, ristoro e area spettacoli (negli spazi dell'ex Rivellino) oltre che per il completamento della foresteria (all'interno della ex Caserma Carlo Alberto);
- Realizzazione di workshop esperienziali per bambini ed anziani della comunità mirati alla realizzazione di un'opera d'arte partecipata che diverrà parte integrante del Rivellino;
- Restituzione grafica del percorso (report bilingue e cartina turistica);
- Promozione del percorso mediante l'Educational Tour rivolto ai giornalisti;

### LE AZIONI DELLA FONDAZIONE NUTO REVELLI

- Organizzazione della prima edizione della Scuola dei Giovani Agricoltori di Montagna a Paraloup, per favorire il riavvicinamento dei giovani alla vita e al lavoro nelle borgate montane;
- Allestimento del Museo multimediale dei racconti di Paraloup, con una sezione dedicata alle migrazioni, in coordinamento con il Musée de la Vallée di Barcelonnette;
- Allestimento di un teatro in legno all'aperto per la messa in scena di azioni teatrali, in particolare in coordinamento con il partner ACTI Teatri indipendenti;
- Realizzazione di un EducTour per la valorizzazione dell'itinerario per i tour operator stranieri;
- Organizzazione del Festival Frontière

### LE AZIONI DI ACTI TEATRI INDIPENDENTI

- Mediazione e coinvolgimento delle comunità locali
- Eventi e spettacoli
- Animazione teatrale durante gli educational tour per operatori turistici e blogger/giornalisti.

### LE AZIONI DEL COMUNE DI BARCELONNETTE

- Interventi di riqualificazione architettonica e allestimento degli spazi del museo de la Vallée e La Sapinière
- collaborazione nell'organizzazione e partecipazione a tutte le attività di progetto realizzate sul versante piemontese;
- organizzazione di incontri di sensibilizzazione per una fruizione sostenibile degli itinerari tra la Valle Stura e l'Ubaye rivolti a operatori del territorio e al grande pubblico;

- azioni di promozione turistica e commercializzazione del percorso;
- organizzazione e realizzazione di eventi per stimolare la partecipazione attiva della comunità (mostre, concerti, ecc.).
- Messa in turismo mediante lo sviluppo della Carta Circuito MigraCARD per promuovere il nuovo itinerario tra gli amanti dell'outdoor.

## GRUPPI DI ATTIVITÀ (Work Packages)

### 0) Analisi del contesto e progettazione

- A partire da un'analisi dell'offerta e della domanda di turismo culturale e dall'analisi swot del contesto transfrontaliero, sono stati identificati i processi partecipativi per la riappropriazione della storia e dell'identità comune da parte delle popolazioni locali.  
Attività realizzata da: Comune di Vinadio, Comune di Barcelonnette, ACTI Teatri Indipendenti, Fondazione Filatoio Rosso e Fondazione Nuto Revelli.

### 1) Governance e gestione amministrativa

- Monitoraggio e analisi dello stato avanzamento dei lavori progettuali per la creazione dell'itinerario, nel rispetto degli obiettivi, delle tematiche, delle tempistiche e delle risorse economiche.  
Attività realizzata da: Comune di Vinadio, Comune di Barcelonnette, ACTI Teatri Indipendenti, Fondazione Filatoio Rosso e Fondazione Nuto Revelli.

### 2) Comunicazione

- Messa in campo di strumenti di comunicazione tradizionale e strumenti di comunicazione digitali.  
Attività realizzata da: Comune di Vinadio, Comune di Barcelonnette, ACTI Teatri Indipendenti, Fondazione Filatoio Rosso e Fondazione Nuto Revelli.

### 3) Riqualificazione e funzionalizzazione

- Interventi funzionali e di recupero per la realizzazione dell'itinerario turistico, tra cui: riqualificazione degli ambienti del Forte di Vinadio per accoglienza e foresteria, recupero di uno spazio architettonico del Museo della Vallée di Barcelonnette per ampliamento dello spazio espositivo, realizzazione di un'area per spettacoli all'aperto a Paraloup.  
Attività realizzata da: Comune di Vinadio, Comune di Barcelonnette e Fondazione Nuto Revelli.
- Realizzazione di allestimenti museografici a Barcelonnette e Paraloup, allestimento del punto di partenza del percorso turistico.  
Attività realizzata da: Comune di Barcelonnette, Fondazione Nuto Revelli e Fondazione Filatoio Rosso.

### 4) Messa in turismo e coinvolgimento delle comunità locali

- Posizionamento del prodotto turistico sul mercato di prossimità e sul mercato europeo, in collaborazione con l'Azienda Turistica Locale del Cuneese e di Ubye Tourisme.

Attività realizzata da: Fondazione Filatoio Rosso, Comune di Barcelonnette, Comune di Vinadio, Fondazione Nuto Revelli.

- Organizzazione della Scuola di formazione per giovani agricoltari presso la borgata di Paraloup.  
Attività realizzata da: Fondazione Nuto Revelli.

- Mediazione e coinvolgimento delle comunità locali tramite realizzazione di opere d'arte partecipata diffuse ed esposte sull'intera area transfrontalier.

Attività realizzata da: ACTI, Comune di Barcelonnette e Fondazione Filatoio Rosso.

- Eventi e spettacoli (mostre, concerti, festival)

Attività realizzata da: ACTI, Fondazione Filatoio Rosso e Fondazione Nuto Revelli.

## DESTINATARI DEL PROGETTO E GRUPPI TARGET

MigrAction ha individuato 11 gruppi di destinatari delle attività, così identificati:

- grande pubblico;
- popolazione locale (comunità di Barcelonnette, Vinadio, Caraglio e Rittana – popolazione delle Valli di Studa e dell'Ubaye);
- turisti (sia di prossimità che europeo);
- under 16 (bambini e studenti coinvolti nelle azioni di mediazione);
- popolazione tra i 16 e i 65 anni (tutti gli abitanti coinvolti nelle azioni di mediazione);
- over 65 (coinvolti nelle azioni di mediazione);
- istituti scolastici di formazione (Università di Torino, Università di Genova, Università di Grenoble, Università di Aix-Marsiglia, Università di Nizza, Università La Sapienza di Roma, Maison du Berger, Unitre, Istituto Comprensivo di Caraglio, scuole elementari di Vinadio, scuole medie della Valle Stura, scuole di Barcelonnette);
- imprese (ATL, Ubaye Turisme);
- associazioni (Ufficio Migranti di Cuneo, ass. di promozione turistica locale e provinciali, ass. culturali, Rete del ritorno, Libera, Slowfood, Association Amis du Musée, Associazione Dislivelli, Sabença de la Valéia, AISO, ANCR, CEJA);
- tecnici/professionisti del settore (giornalisti, operatori turistici, blogger, professionisti dello sport outdoor, architetti, agronomi, operatori del settore teatrale e performativo ecc.);
- amministratori pubblici e privati (Comune di Caraglio, Rittana, Vinadio e Barcelonnette, Unione dei Comuni Montani della Valle Stura, UNCEM Piemonte).

## CAPITOLO 2: DEFINIRE L'IMPATTO

Il presente capitolo è volto a presentare la definizione di impatto sociale adottata e la metodologia di valutazione.



## CAPITOLO 2

### DEFINIRE L'IMPATTO

#### LA DEFINIZIONE DI IMPATTO SOCIALE ADOTTATA

Nel corso degli ultimi decenni, imprese e organizzazioni sotto molteplici pressioni esterne, provenienti da stakeholder come consumatori, agenzie di rating e governi, hanno incorporato l'attenzione alla sostenibilità nello sviluppo di prodotti e relativi processi, e anche nelle strategie di comunicazione e nella politica aziendale.

In particolare Impronta Etica, Scs Consulting (2016) identifica alcune motivazioni che stanno alla base del processo di misurazione dell'impatto sociale:

- il cambiamento culturale rispetto al tema dell'*accountability*, come opportunità di dimostrare il proprio contributo nella creazione di valore condiviso.
- la scarsità di risorse e la conseguente necessità di farne un uso efficace
- l'evoluzione normativa a livello internazionale e nazionale (Riforma del Terzo settore)
- la crescente attenzione da parte degli investitori, per quanto riguarda le scelte di investimento.

La rendicontazione delle informazioni extra finanziarie, spesso sintetizzate nel bilancio sociale o di sostenibilità, ha significato anche un interesse crescente rispetto al concetto di impatto sociale e, di conseguenza, rispetto all'elaborazione di metodologie adatte alla sua misurazione, capace di identificare gli output delle attività e anche i loro *outcome* (benefici socio-economici). In sintesi, si tratta di metodologie atte a misurare il valore sociale creato, principalmente in termini di cambiamento - positivo e misurabile - generato. In questa accezione, "valutare" significa "dare valore" e non meramente misurare e giudicare.

In letteratura esistono numerose definizioni di impatto sociale, a seconda dell'approccio di studio, dalle quali derivano altrettanti metodi di valutazione. Quella adottata ai fini della valutazione del progetto MigrAction è la seguente: *l'impatto sociale è il cambiamento nelle persone, o più in generale in un territorio, generato da un'impresa o un'organizzazione, direttamente attraverso le sue attività e indirettamente attraverso gli investimenti erogati nel breve o nel lungo periodo* (Impronta Etica e Scs Consulting 2016).

In particolare, il cambiamento introdotto dagli imprenditori sociali avviene attraverso l'uso di metodologie che migliorano le condizioni della società e permettono la fioritura di potenzialità connaturate nel sistema (Praszkier, Nowak, 2012).

## METODI DI MISURAZIONE

Al fine, quindi, di misurare il cambiamento generato, nel caso specifico, su un territorio, è necessario muoversi nel quadro logico della catena del valore dell'impatto (impact value chain) che permette di individuare anche in modalità grafica i passaggi in cui si esplica la teoria del cambiamento (Zamagni 2015).

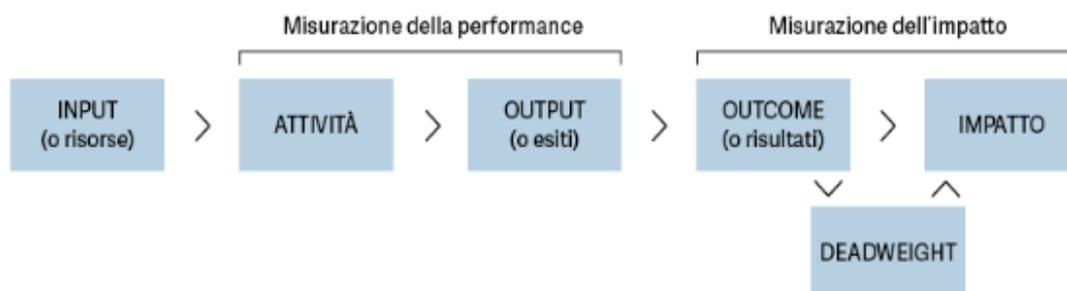


Figura 4 - Catena del valore dell'impatto

In estrema sintesi, le componenti della catena del valore dell'impatto sono le seguenti (GECES 2015, Impronta etica, Scs 2016):

- Input: sono tutte le risorse (denaro, competenze, tempo e beni strumentali) utilizzate dall'organizzazione per lo svolgimento delle attività del progetto, assimilabili ai costi e agli investimenti effettuati.
- Attività: le azioni concrete svolte dall'organizzazione per realizzare il progetto.
- Output: i risultati immediati delle attività svolte dall'organizzazione.
- Outcome: i cambiamenti, positivi e negativi, sia a breve che a lungo termine, che si verificano sul territorio interessato dal progetto in maniera diretta o indiretta.
- Impatto: la quota di cambiamento di lungo periodo che può essere imputata in maniera esclusiva al progetto, poiché non si sarebbe verificata in sua assenza. Tecnicamente l'impatto deve essere individuato attraverso un'analisi controfattuale, ovvero valutando cosa sarebbe successo in assenza dell'attività realizzata dall'organizzazione (cosiddetta deadweight -Commissione Europea, 2003).

Gli indicatori di impatto misurano quindi la qualità e la quantità degli effetti di lungo periodo generati dall'intervento; descrivono i cambiamenti nelle vite delle persone e lo sviluppo a livello globale, regionale e nazionale, tenendo conto delle variabili esogene che lo influenzano (OECD, 1991).

Fra i principali metodi di analisi dell'impatto sociale si annoverano:

- lo SROI, Social Return On Investment (SROI), che valuta in termini monetari i costi, i benefici e le eventuali conseguenze negative di un'attività, accompagnando tale valutazione da un resoconto degli effetti del progetto.
- il GRI (Global Reporting Initiative ) Sustainability Reporting Framework che si focalizza su area economica, ambientale, sociale e impatto.
- Il Randomized Controlled Trials (RCT): analisi controfattuale che prevede l'applicazione di un intervento di tipo sociale ad un gruppo di soggetti estratti con modalità casuale e il successivo paragone con un gruppo di composizione analoga a cui non è stato somministrato l'intervento.
- Il BACO ratio (Best Available Charitable Option), volto alla quantificazione di un plausibile output sociale di un determinato investimento in un'organizzazione, consentendo così un paragone con tutte le alternative esistenti proposte da altre organizzazioni che si occupano della medesima tematica.

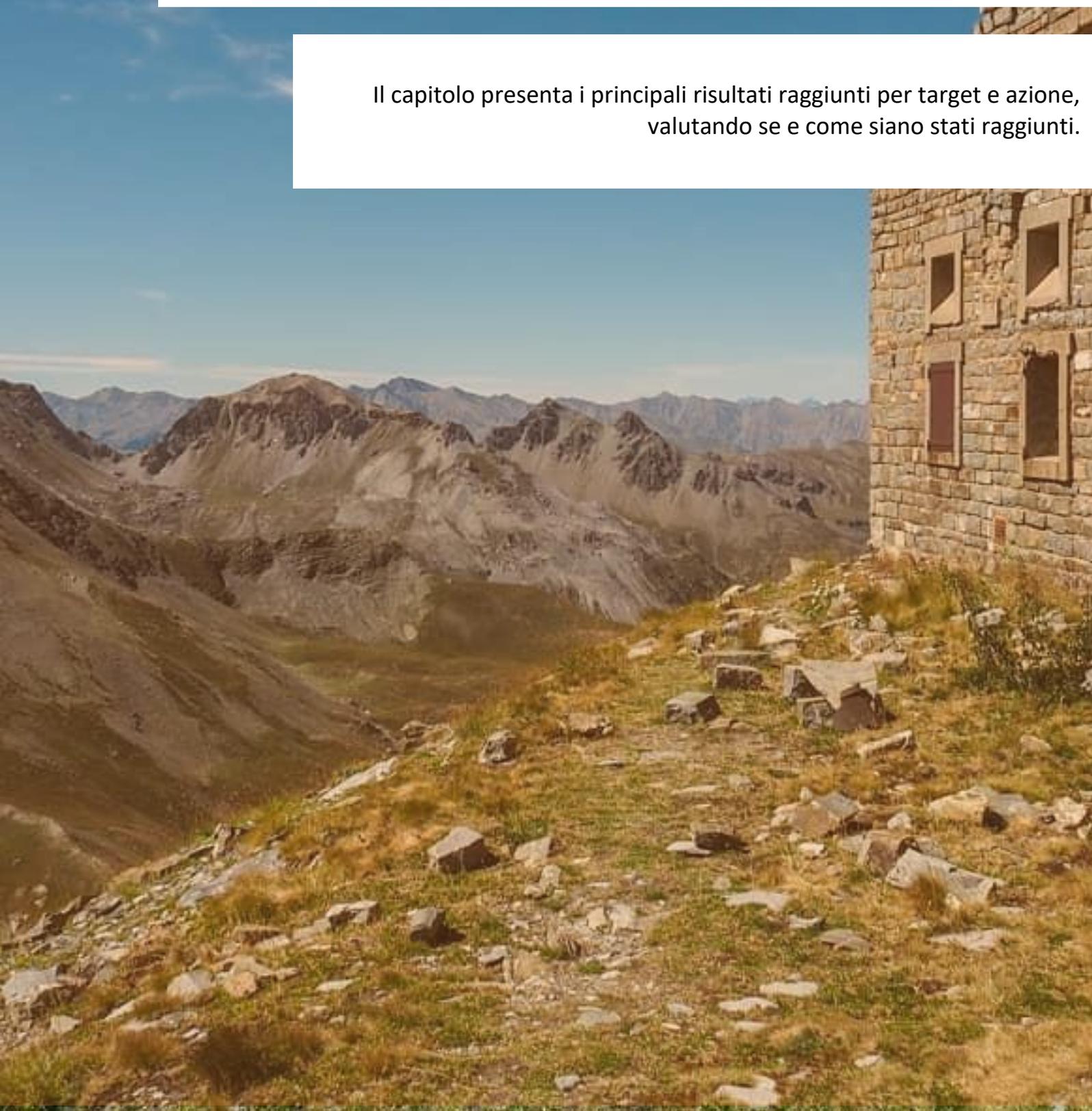
- Il Most significant change (MSC), tecnica di valutazione partecipativa, che fornisce dati sugli outcome e sugli impatti che possono essere usati per definire le performance finali di un progetto/intervento.
- Il Social Enterprise Impact Evaluation (SEIE), che identifica alcune dimensioni di impatto e gli indicatori ad esse collegati.

Avendo in mente una visione operativa e pragmatica, dalla forte natura sperimentale, per quanto concerne il progetto Migration, si ritiene che si possa far riferimento alla teoria del cambiamento, utilizzando, in maniera incrociata il metodo Most Significant Change, basato sulle interviste e le dichiarazioni di testimoni privilegiati, con alcuni elementi riscontrati grazie all'analisi delle attività svolte.



## CAPITOLO 3: LA VALUTAZIONE

Il capitolo presenta i principali risultati raggiunti per target e azione, valutando se e come siano stati raggiunti.



## CAPITOLO 3

### LA VALUTAZIONE

#### UN SISTEMA DI VALUTAZIONE COMPOSITO

L'approccio valutativo prescelto è quello di un sistema composito, all'incrocio tra analisi di dati quantitativi, analisi di dati qualitativi e analisi di fonti esterne rispetto al progetto. Stante la constatazione di una limitata disponibilità di dati quantitativi complessi relativi alle attività di progetto, tale approccio è per lo più qualitativo.

Le principali fonti di informazioni utilizzate sono:

- i dati registrati da partner di progetto rispetto alle attività svolte;
- le informazioni e i giudizi raccolti tramite interviste ai partner del progetto in fase di valutazione<sup>1</sup>;
- l'analisi della stampa locale (fonte esterna);
- l'analisi della presenza web;
- L'analisi dello scenario generale risultato dell'emergenza sanitaria da Covid 19 (fonti esterne).

Si procede di seguito all'analisi degli impatti rilevati, suddividendo, per comodità di lettura, per attività principali (come segnalate dai partner) e macro obiettivi sintetici, desumibili dai *Work Packages*, in particolare:

- Messa in turismo
- Coinvolgimento delle comunità locali
- Riqualificazione e rifunzionalizzazione dei beni culturali coinvolti
- Festival e Arte
- Comunicazione.

Vengono inoltre inclusi alcuni approfondimenti risultati utili e importanti a seguito di un primo screening del progetto:

- Le reti attivate
- Gli impatti e le reazioni alla pandemia da COVID 19.

Per facilità di lettura e per fornire una sintesi della valutazione, l'ultimo capitolo include:

- l'analisi SWOT del progetto, nella quale sono indicati i principali punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e le minacce;
- Alcune indicazioni strategiche preliminari per il futuro di MigrAction.

---

<sup>1</sup> Anna Bertola, Comune di Vinadio, 24/11/2020  
Sara Consoli, ACTI Teatri indipendenti, 2/12/2020  
Laura Vietto, Filatoio Rosso di Caraglio, 3/12/2020  
Beatrice Verri, Fond. Nuto Revelli, 4/12/2020  
Hélène Homps, Ville de Barcelonnette, 4/12/2020

## VALUTAZIONE GENERALE

In generale è possibile affermare che il progetto MigrAction ha raggiunto tutti gli obiettivi prefissati in fase di candidatura, con alcune variazioni rese necessarie, nell'anno 2020, a causa dell'insorgere della crisi sanitaria imposta dalla pandemia COVID 19.

Quest'ultima ha in particolare, impedito una realizzazione piena degli obiettivi e delle attività collegate allo sviluppo turistico del territorio, soprattutto nell'ultima fase di capitalizzazione e test del percorso e dei servizi proposti.

Emerge invece chiaramente, elemento approfondito nei prossimi paragrafi, come i partner di progetto siano andati oltre le previsioni e le attività previste negli ambiti degli eventi, dei festival e degli approfondimenti di natura storico, culturale, artistica, dimostrando una volontà di cooperazione e un orizzonte di sostenibilità e azione del progetto MigrAction di lungo periodo, oltre la fine formale delle attività.

Allo stesso modo è interessante notare come il partenariato, sia su lato italiano che francese, non si sia limitato alla cooperazione e alla costruzione di attività tra i soggetti previsti, ma abbia costruito reti locali ed extra locali molto fitte, dimostrando anche sotto questo aspetto la volontà di uscire dai confini progettuali.

Ciò che emerge al termine del progetto MigrAction è quindi un territorio aperto nei suoi confini fisici e culturali, in grado di costruire un modello di sviluppo futuro, che vede nella sostenibilità, di natura ambientale, sociale, economica e culturale, una risorsa e una via percorribile e praticabile, a partire dal turismo. Tutto ciò viene condotto senza mettere a rischio le peculiarità locali, ma anzi interpretando il passato, le migrazioni, per costruire una comunità locale che guarda a sé stessa, aprendosi al futuro e ai flussi internazionali.

## MESSA IN TURISMO E COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI

Il primo tema, quello trainante per il progetto, che emerge dalle attività svolte e dalle interviste effettuate con i partner di progetto, riguarda la creazione di una destinazione turistica, che tenga conto dell'eredità storico culturale del territorio. Questo tema è stato declinato in due principali direzioni, che fanno riferimento a due target specifici:

- I flussi turistici internazionali,
- La comunità locale, intesa sia come fruitrice che come ossatura dell'offerta turistica.

Questa duplice attenzione ha determinato il successo del modello di sviluppo proposto, pur essendo molto difficile per ora trarre delle conclusioni e valutazioni definitive: dal punto di vista turistico il COVID 19 non ha permesso di fare una verifica rappresentativa dei flussi nel 2020, dal punto di vista della comunità sarebbe stata necessaria una verifica della soddisfazione degli utenti da effettuare nel corso del progetto.

Per entrambi i punti gli impatti saranno evidenti solo sul lungo periodo. Il che costituisce un punto di forza nell'economia del progetto e dei partner coinvolti a livello transfrontaliero.

Di seguito le valutazioni specifiche e le principali attività delle due linee progettuali.

## COSTRUZIONE DI UN'OFFERTA TRANSFRONTALIERA DI TURISMO SOSTENIBILE

Attività e risultati principali (si veda ALLEGATO 1)

### Valutazione

Come emerge dalla sintesi delle attività, molto spazio nel progetto è stato dato alla costruzione di un'offerta turistica transfrontaliera con un focus sulla sostenibilità. Dalle attività svolte è possibile fare alcune considerazioni generali:

- La costruzione della destinazione turistica e dell'offerta ha seguito correttamente, in buona parte, lo schema previsto e considerato ideale a livello internazionale nella definizione di turismo sostenibile, che prevede il coinvolgimento della comunità, l'utilizzo responsabile di risorse culturali e naturali locali, la presenza di target specifici, la messa in rete delle emergenze culturali, il coinvolgimento della rete di accoglienza locale e dei privati (questo ultimo punto risulta per ora poco sviluppato). Le attività di riferimento sono riconoscibili nella costituzione del MigraTour e MigraTrekking, nell'utilizzo della MigraCard per rendere evidente e funzionale la rete tra soggetti e beni culturali, l'utilizzo dello strumento Educational Tour per comunicare a professionisti del settore la visione complessiva della destinazione, da trasmettere al pubblico generale.
- La declinazione della sostenibilità intesa come sostenibilità sociale e culturale del progetto ha permesso la costruzione di un'offerta in grado di rivolgersi a un turismo di prossimità, strategico in chiave futura e in relazione alla crisi sanitaria globale, ponendosi al contempo in continuità con la tradizione turistica locale: i francesi e gli italiani restano il target principale al di qua e al di là del confine.
- L'individuazione di nodi fisici risulta funzionale alla comunicazione e all'efficacia generale della destinazione turistica, anche e soprattutto in chiave culturale oltre che di servizi (Forte di Vinadio, Museo di Barcellonette; Borgata Paraloup, Filatoio Rosso di Caraglio).
- La creazione di una guida MigraTour, che oltre al trekking fornisce informazioni approfondite sugli aspetti culturali e pratici, ma anche la dotazione di targhette di riconoscimento e la registrazione del percorso a livello regionale permetteranno una fruizione più completa ed efficace dello stesso.
- Il collegamento operativo con progetti più ampi di promozione e offerta turistica del territorio, ALCOTRA Terres Monviso, dimostra una visione d'insieme dell'area ed evita il rischio di costituire una rete autoreferenziale e limitata, favorendo al contempo un impatto più positivo, anche a livello economico, delle risorse disponibili.

In conclusione, è possibile affermare che l'obiettivo specifico della messa in turismo dell'area, seguendo la via dei migranti, è stato impostato in modo efficace, con il valore aggiunto della sostenibilità, declinata in chiave turistica.

Le attività risultano ad oggi non del tutto complete e gli impatti diretti e indiretti (in termini di flussi e indotto attivato), fortemente dipendenti dal risolversi dell'attuale crisi sanitaria, saranno valutabili solo sul medio periodo (orizzonte di 3/5 anni).



## FOCUS: LA MIGRACARD <sup>2</sup>

Tra le attività attuate per sperimentare la messa in turismo vi è stata la creazione e diffusione della **MigraCard**, una Carta Circuito per promuovere il nuovo itinerario tra gli appassionati del turismo outdoor. Tramite l'acquisto di un singolo biglietto, la Carta permette di visitare 4 attrazioni sul territorio transfrontaliero: La Sapinière – Musée de la Vallée a Barcelonnette, il Filatoio Rosso di Caraglio, il Forte di Vinadio e la Borgata Paraloup a Rittana.

L'acquisto della MigraCard offre i seguenti servizi:

- accesso a 3 musei dell'asse franco-italiano (La Sapinière – Musée de la Vallée a Barcelonnette; il Filatoio Rosso di Caraglio; il Forte di Vinadio);
- 2 biglietti omaggio e 10% di sconto sulla prima notte a ½ pensione presso il Rifugio Paraloup.

L'attivazione della MigraCard aveva un duplice obiettivo: favorire le visite a più siti sul tema della migrazione e comunicare in modo originale sui siti turistici.

Un sistema che nell'ultimo decennio è stato utilizzato principalmente nelle grandi città europee, e raramente nelle aree rurali con alterne fortune. Tuttavia, la sua istituzione per la prima volta a livello transfrontaliero ALCOTRA ha costituito un **esperimento unico nel suo genere**, sia per il tema trattato (migrazione) sia per il territorio interessato (asse internazionale del Colle della Maddalena).

## OSSERVAZIONI

Pianificato in due fasi, il lancio di MigraCard ha dovuto affrontare alcune complessità quali la poca esperienza dei siti con questo sistema di bigliettazione, ad eccezione del Musée de la vallée che ha sperimentato questo servizio con i musei della vallée de l'Ubaye (progetto oggi abbandonato); il tipo d'escursionismo che caratterizza soprattutto il passaggio del confine italo-francese che di fatto rende difficile la visita di due musei, le differenti abitudini di lavoro di ogni sito e, a volte, il loro coinvolgimento o l'impossibilità di utilizzare strumenti online.

<sup>2</sup> A cura di Guillaume Plagnol Direttore Associato - Europa développement

## PROCESSI

Il pass turistico è stato creato nel 2019 e stampato su tessere di pvc in formato carta di credito. Numerate a mano, le tessere sono state distribuite gratuitamente per ogni ingresso a pagamento o in occasione di eventi pubblici e timbrate nel luogo di distribuzione, senza alcuna raccolta di dati ad eccezione del numero di tessere distribuite. Un codice QR è stato impiegato per collegarsi al sito migraction.eu, che illustrava il progetto. Ogni viaggiatore che ne aveva uno poteva recarsi presso un altro sito convenzionato e beneficiare dell'ingresso gratuito se si trattava di un museo o di uno sconto del 10% se si trattava del rifugio Paraloup. In questo caso il pass veniva timbrato e un modulo online compilato per conoscere la provenienza del visitatore e raccoglierne i dati (Nota: i siti di Vinadio e Barcelonnette non hanno accesso al web). Ogni sito è stato dotato di un poster e di uno striscione (roll up) esplicativo.

## RISULTATI

Siti	Codice	Assegnati	Distribuiti
Barcelonnette	B	4200	Dicembre 2020 <sup>3</sup>
Caraglio	C	2059	Ottobre 2019
Vinadio	V	2024	Agosto 2019

Nell'agosto 2018 sono stati distribuiti 10.000 abbonamenti presso i tre musei (Barcelonnette - Caraglio - Vinadio) in base alle presenze stimate dagli anni precedenti. Sono stati tutti distribuiti in due stagioni, ad eccezione di Barcelonnette\* e non è stata effettuata alcuna distribuzione a Paraloup. La tabella che segue mostra i risultati dei i siti, evidenziando che solo il 2,3% dei pass è stato utilizzato, rendendo questa iniziativa **più un'operazione di comunicazione che uno strumento di mobilità tra i centri**. I passaggi da un sito all'altro sono abbastanza variabili, ma si può notare che l'utilizzo tra i primi entranti di Vinadio è il più alto e sono principalmente in direzione di Caraglio. In seconda posizione si trova Caraglio in direzione di Vinadio (nonostante il numero di passaggi distribuiti da Barcelonnette, il doppio rispetto agli altri 2 siti).

I passaggi tra Caraglio e Barcelonnette sono discontinui qualunque sia la direzione degli spostamenti. Vinadio, il punto centrale del percorso, è quindi in cima ai numeri generati dagli altri siti, con 79 passaggi, il che suggerisce che Caraglio/Barcelonnette non possa essere considerato un percorso turistico. Infine, nessuno ha presentato il suo pass a Paraloup per beneficiare dello sconto.

Siti	Barcelonnette	Caraglio	Vinadio	Totale
Barcelonnette		4	39	43
Caraglio	5		40	45
Vinadio	25	40		65
Totale	30	44	79	155

<sup>3</sup> 3450 pass distribuiti - Chiusura del museo per lavori dal 01/09/2019 al 29/11/2019

## COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ

Attività e risultati principali (si veda ALLEGATO 2)

### Valutazione

*Abitanti che hanno partecipato direttamente alle attività/laboratori: 212*

*Ragazzi e ragazze delle scuole primarie (Caraglio, Valle dell'Ubaye): 362*

*Pubblico generico ai momenti di restituzione: circa 4.000*

*Partecipanti alle 2 edizioni della Scuola dei giovani agricoltori di montagna: 10*

Come emerge dalla sintesi delle attività, dagli obiettivi di progetto e dalle interviste condotte, uno dei pilastri di MigrAction è stato individuato nel coinvolgimento attivo delle comunità locali.

Dalle attività svolte è possibile fare alcune considerazioni generali:

- I numeri forniti dai partner, se comparati alla popolazione dell'area, dimostrano che le attività sono riuscite a raggiungere una buona parte degli abitanti del territorio, favorendo una partecipazione diretta, sia in chiave di testimoni che co creatori dei prodotti culturali previsti.
- L'utilizzo di linguaggi artistici quali teatro e immagine è risultato molto efficace, oltre che innovativo e in linea con lo stretto rapporto tra cultura e benessere, andando in due direzioni: il coinvolgimento della comunità, e la creazione di contenuti funzionali al progetto e interessanti per il pubblico generale, oltre che i target individuati.
- La proposizione di attività specificamente pensate per i ragazzi e le ragazze in età scolare è risultata molto efficace, in linea con la visione di lungo periodo del progetto.
- La declinazione del tema "migrazioni" è stata condotta sia a livello particolare, la storia e la cultura locali, sia generale, con attenzione all'attualità, favorendo la creazione di consapevolezza.
- La Scuola Giovani Agricoltori di Montagna (condotta per due edizioni, invece di una sola, dimostrandone l'importanza) ha permesso di ragionare sul tema del ritorno, e sull'imprenditorialità, mettendo le basi per la nascita di imprese dall'alto valore culturale, ambientale, ma anche sociale, funzionale allo sviluppo di una destinazione davvero sostenibile.

In conclusione, è possibile affermare che l'obiettivo specifico del coinvolgimento della comunità locale, pur di supporto, è stato raggiunto in modo soddisfacente, dimostrando la consapevolezza del fatto che, prima di aprirsi al turismo, è necessario coltivare chi il territorio lo abita e lo vive ogni giorno.



Figura 5 - Il teatro all'aperto di Borgata Paraloup

## RIQUALIFICAZIONE E RIFUNZIONALIZZAZIONE

Attività e risultati principali (si veda ALLEGATO 3)

### Valutazione

*Numero interventi strutturali e allestimenti: 6*

*Visitatori nei siti coinvolti: più di 80.000 (2019)*

Come emerge dalla sintesi delle attività, il progetto ha dato uno spazio rilevante alla riqualificazione e a interventi sui beni culturali che costituiscono i nodi del percorso turistico proposto.

Dagli interventi realizzati e dalle attività svolte è possibile fare alcune considerazioni generali:

- Gli spazi culturali sono stati concepiti in chiave multifunzionale, in linea con i nuovi modelli a livello internazionale, che vedono nei beni culturali dei veri presidi per il territorio, che si occupano non solo di trasmettere cultura, ma anche di fornire servizi alla comunità e ai turisti.
- la produzione di allestimenti e mostre collegati, tra un nodo della rete e l'altro, in grado quindi di favorire una fruizione completa del territorio transfrontaliero.
- Il miglioramento strutturale degli edifici ne ha allargato le possibilità di fruizione e utilizzo, favorendo al contempo impatti economici diretti sul territorio (un esempio è costituito dal teatro all'aperto di Paraloup, il cui utilizzo va ben oltre quello funzionale al progetto Migration, o il Forte di Vinadio e il

Filatoio Rosso, che fungono da presidi turistici, o la ristrutturazione della veranda del Museo di Barcelonnette, che ha creato spazio per ulteriori visitatori).

In conclusione, l'obiettivo specifico che prevedeva il l'allestimento e interventi strutturali sui principali nodi culturali della rete è stato declinato in modo efficace: lo dimostrano le attività svolte, gli allestimenti, le relazioni attivate con altre progettualità, tutte nella direzione di un utilizzo e di una valorizzazione di lungo periodo dei beni.

In chiave strategica risulterebbe interessante una maggiore attenzione anche per i beni minori dislocati lungo il percorso.

## FESTIVAL E ARTE

Attività e risultati principali (si veda ALLEGATO 4)

### Valutazione

*Partecipanti alle 2 edizioni del Festival Frontiere: 1.500 circa*

*Pubblico spettacolo Radio International: 100 circa (online e in presenza)*

*Pubblico mostre Filatoio Rosso di Caraglio: più di 3.000*

*Pubblico mostre forte di Vinadio: più di 15.000*

Come emerge dalla sintesi delle attività, in quanto collegato e funzionale ai temi precedenti, si è reputato importante dare spazio alle attività culturali, artistiche e ai festival organizzati durante MigrAction.

Questi hanno infatti costituito un elemento fortemente caratterizzante nell'economia complessiva del progetto, oltre i risultati previsti in fase di candidatura.

Le principali attività sono infatti rivolte a una prossima fase di cooperazione e progettualità sul territorio, ma anche tra i partner di progetto (come dichiarato da loro stessi) in particolare:

- il Festival Frontiere, svolto in due edizioni, la seconda organizzata durante il periodo COVID, con risorse aggiuntive dei partner, pur non essendo prevista, ha permesso di creare nuove reti e collaborazioni di caratura internazionale sul tema delle migrazioni, diventando un evento centrale per il territorio e anche aldilà, come dimostrano i dati di pubblico.
- le mostre allestite nei vari spazi presentano un'alta qualità di contenuti, fortemente radicati sul territorio, per il quale costituiscono, oltre che una memoria storica, uno strumento di creazione di consapevolezza, nel quale le comunità hanno avuto un ruolo fondamentale e si possono riconoscere.
- Il linguaggio teatrale e lo spettacolo elaborato nell'ambito del progetto (episodi disponibili al link <https://www.piemontedalvivo.it/onlive-radio-international/>) hanno costituito un efficace veicolo di comunicazione e disseminazione di MigrAction anche attraverso i canali on-line.
- I contenuti elaborati dai partner di progetto hanno costituito un'occasione generativa in termini di ricerca storico culturale e rappresentazione di una tematica e un periodo storico precisi.

## COMUNICAZIONE

Le attività di comunicazione sono state considerate tra le più importanti per il progetto, dividendosi in attività tramite i canali di comunicazione tradizionali e quelli digitali, così definite:

- Creazione di una guida del territorio di riferimento, MigrATour, inizialmente limitata alla mappatura del percorso, ma sviluppata invece come vero e proprio strumento di fruizione turistica dell'area, in grado di raccogliere tutti gli spunti offerti dal progetto.
- Comunicazione sui canali tradizionali: diffusione di materiali promozionali cartacei (manifesti, locandine ecc.), comunicati stampa, video, pubblicazione dei contenuti che hanno alimentato il percorso turistico),
- Comunicazione web (creazione di un sito web e di pagine web dedicate per ogni singolo partner, newsletter, creazione di pagine social, pubblicazioni su siti specializzati).

Di seguito vengono indicati i numeri delle pagine social create ex novo per la comunicazione del progetto e delle pagine pre-esistenti dei singoli partner, i quali grazie anche alle attività di progetto, hanno registrato un incremento di *followers* e interazioni.

	Facebook	Instagram	Tot
<b>Forte di Vinadio</b>	3.457	580	4.037
<b>Unione Montana Valle Stura</b>	1.543	573	2.116
<b>Borgata Paraloup</b>	7.322	407	7.729
<b>Fondazione Nuto Revelli</b>	3.617		3.617
<b>Filatoio Rosso di Caraglio</b>	4.090	1.046	5.136
<b>ACTI Teatri Indipendenti</b>	4.663	904	5.537
<b>Musée de la Vallée</b>	1.199		1.199
<b>MigrAction</b>	626	180	806
<b>Totale utenti raggiunti</b>	<b>26.517</b>	<b>3.690</b>	<b>30.207</b>

Nell'ambito della comunicazione e del coinvolgimento del pubblico a partire dai social, la Fondazione Nuto Revelli ha sperimentato l'utilizzo di una campagna di lead generation (su Facebook e Instagram) per la creazione di una comunità di donne di montagna che si "prenda cura" del Museo dei Racconti (primo evento "La vijà d'le fumne" (la veglia delle donne) online il 6 gennaio 2021 alle 21).

Questa sperimentazione ha generato risultati molto rilevanti in termini di numeri e interazioni: ha raggiunto circa 54.000 utenti, generando 219 contatti diretti.

### Produzione e distribuzione materiale video

Nell'ambito del progetto sono stati prodotti numerosi video di alta qualità, allo scopo di promuovere il percorso e i contenuti aventi come target sia i potenziali turisti che la popolazione locale.

Su seguito i link, divisi per tappe:

TRAILER <https://vimeo.com/468713739>

TAPPA 1 <https://vimeo.com/490258506>

TAPPA 2 <https://vimeo.com/491329108>

TAPPA 3 <https://vimeo.com/491366604>

TAPPA 4 <https://vimeo.com/491333468>

TAPPA 5 <https://vimeo.com/491408923>

TAPPA 6 <https://vimeo.com/491755587>

TAPPA 7 <https://vimeo.com/491969839>

TAPPA 8 <https://vimeo.com/491836337>

TAPPA 9 <https://vimeo.com/492415580>



### Analisi della stampa locale

La ricerca condotta sulle testate piemontesi, possibile grazie a un'applicazione messa a disposizione online dal Consiglio Regionale del Piemonte attraverso il Corecom, ha restituito circa 30 articoli nel corso del 2018 e 2019, con una concentrazione sulle testate di Cuneo (La Guida, CuneoSette), Mondovì (Provincia Granda, L'Unione Monregalese) e una diffusione meno intensa ma comunque presente su altre testate della provincia di Saluzzo, Savigliano, Fossano, come Corriere di Savigliano e dintorni, La Fedeltà, Il Saviglianese, il Corriere di Saluzzo.

Si tratta di un'ottima copertura stampa del progetto, spesso presente nelle prime pagine dei giornali o nelle pagine culturali con articoli a tutta pagina reportage e approfondimenti. La stampa locale ha risposto al progetto non solo dando notizia rispetto agli eventi o alle singole azioni, ma ha saputo approfondire i temi e le motivazioni alla base del progetto stesso, contribuendo a sensibilizzare la comunità locale e provinciale.

Allo stesso modo, i partner francesi, hanno condotto la ricerca sulle testate dell' Ubye e a livello nazionale, evidenziando una distribuzione egualmente capillare delle attività di progetto, sia a livello locale che francese, con circa 25 articoli tra stampa e comunicazione web.

In allegato l'indice della rassegna stampa.

## RETI ATTIVATE

Come emerge dai paragrafi precedenti, uno dei principali punti di forza e valore aggiunto dell'intero progetto Migraction, è stata la costruzione e il consolidamento di reti che partono dai partner di progetto e si allargano in due principali direzioni:

- Reti e sinergie con altri progetti europei complessi sviluppati sul territorio di riferimento (le valli della provincia di Cuneo). Questo ha permesso di garantire una maggiore efficacia e efficienza nell'utilizzo delle risorse dell'Unione Europea, ma anche la condivisione di competenze e capacità.

### *Progetto INTERREG ALCOTRA Terres Monviso e Visit MoVe*

Il Piter Terres Monviso ([piter.terresmonviso.eu](http://piter.terresmonviso.eu)), approvato nel 2018, coinvolge un territorio che comprende in Italia le Unioni Montane dalla Valle Stura alle Valli del Monviso e la pianura Saluzzese e in Francia le Comunità dei Comuni del Guillemois - Queyras, Serre - Ponçon e Ubye - Serre - Ponçon. Si articola su progetti che riguardano ambiente, sicurezza e infrastrutture, sostegno alle fasce deboli, turismo. In particolare:

EcO: economie verdi, turismo sostenibile, nell'ambito della Riserva della Biosfera Transfrontaliera del Monviso;

TOUR: miglioramento del posizionamento del sistema turistico transfrontaliero sul mercato internazionale;

Ris[K]: gestione associata transfrontaliera delle problematiche di sicurezza della mobilità (valanghe, sicurezza stradale, dissesto idrogeologico);

Incl: migliorare l'approccio socio-sanitario sul territorio.

Il progetto, guidato dal Comune di Saluzzo, è il risultato di un processo di cooperazione iniziato a partire dal 2015 (progetto MoVe) che coinvolgeva 6 Unioni Montane, alcuni Comuni del Saluzzese e il Parco del Monviso, creando una rete di 68 comuni, di centinaia di operatori privati, un territorio di 2600 kmq e quasi 136 mila abitanti.

### *Progetto INTERREG ALCOTRA TERRACT*

TERRACT – Gli attori della Terra è uno dei progetti vincitori del bando Interreg Alcotra 2014-2020 che prende vita dalla collaborazione di SCT Centre | Corep di Torino (capofila) con la Compagnia Il Melarancio di Cuneo e il Théâtre National de Nice.

TERRACT si incentra sul tema della valorizzazione del patrimonio culturale, naturale e paesaggistico dell'area alpina tra Italia e Francia. Si propone di usare la Metodologia del Teatro Sociale e di Comunità per valorizzare le risorse culturali e naturali del territorio, rendendo la comunità locale in grado di riscoprirle e raccontarle attraverso il teatro, la musica e la danza.

- Le reti nate nell'ambito delle attività culturali del progetto con organizzazioni associazioni singoli che si occupano di temi affini a quelli di MigrAction, come nell'ambito delle migrazioni, in particolare tutte le relazioni nate attraverso le due edizioni del Festival Frontiere. Di seguito un elenco parziale:

Mulino di Amleto  
GrandArte  
Urbanexperience  
UniTo DISAFA  
Ubaye Tourisme  
Festival AVANTI  
Ciné Ubaye  
Comune di Saluzzo  
Ecomuseo Terre del Castelmagno  
Unione Montana Valle Grana  
Unione Montana Valle Stura  
Coordinamento Donne di Montagna  
Festival delle Migrazioni Torino  
Archives départementales des Alpes de Haute- Provence  
Assoc SUQ Genova  
Ass. Don V. Matrangolo – Acquaformosa CS  
Ass. Passaparola Luxemburg  
Ass. Sahel Vert – Wittenheim – Francia  
Musée Dauphinois  
Forum inter. Ed Europeo di ricerche sull'immigrazione – Torino  
Coop. Sociale Il Melarancio – Cuneo  
Coop. Officina delle idee – CS  
ASGI (Associazione per gli Studi Giuridici dell'Immigrazione)  
Germinal Cooperativa Agricola di Comunità  
Humus  
IRES Piemonte  
Suq Festival Genova  
Associazione Culturale Contardo Ferrini  
Cicogne Teatro arte e musica  
École artistique de l'Ubaye  
Unité de recherches « Migrations et Société » – URMIS - Université Côte d'Azur  
Association(s) & comité(s) de jumelage du département des Alpes de Haute Provence Comité de  
Jumelage Sisteron-Fidenza  
Cité scolaire André Honnorat de Barcelonnette  
Éditions Glénat  
Association Sabença de la Valéia  
Les Amis du musée Barcelonnette

## ADATTAMENTI E REAZIONE ALLA CRISI SANITARIA DA COVID 19

Nell'ambito della valutazione del progetto MigrAction, si ritiene fondamentale fare un approfondimento specifico sugli impatti dell'attuale crisi sanitaria causata dal virus Covid-19. Seppur solo nell'ultimo anno di progetto (2020), quest'ultima ha determinato alcune conseguenze significative:

- Prolungamento delle attività di progetto.
- Annullamento dell'ultimo educational tour previsto, data l'incertezza dell'evoluzione della pandemia oltre che dei limiti oggettivi legati alla sua realizzazione nel periodo autunnale/invernale. In alternativa il Comune di Vinadio ha promosso l'ideazione, la realizzazione e l'installazione di un'opera d'arte permanente nel Forte Albertino che costituisca memoria della migrazione (tema fondante del percorso migrACTION) nonché nuovo punto d'attrazione del percorso stesso.
- Variazioni sulle attività di coinvolgimento dei ragazzi (non è stato possibile effettuare lo scambio Italia/Francia)

Proprio perché la pandemia ha avuto un impatto sull'ultimo anno di progetto non ha permesso di capitalizzare appieno la strategia messa in campo in ambito di sviluppo turistico e nelle attività culturali con target pubblico generico. Ciò non vuol dire che gli investimenti fatti siano stati vani, ma anzi rende utile e necessaria una visione di lungo periodo, prevedendo un'ulteriore cooperazione tra i partner coinvolti.

Questa volontà è stata dimostrata dall'organizzazione di una seconda edizione del Festival Frontiere, che guarda al futuro, ma anche dalla distribuzione, in forma online, dello spettacolo Radio International.

In generale i partner di progetto hanno reagito con efficacia alla crisi sanitaria, non cadendo nell'immobilismo, ma proponendo attività aggiuntive e stimolanti, che sono andate nella direzione del coinvolgimento della comunità locale, in ottica di prossimità.



## SWOT DI SINTESI DEL PROGETTO

Punti di Forza	Debolezze
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Forte caratterizzazione storico culturale del progetto</b> a livello transfrontaliero.</li> <li>• Identificazione di <b>target di riferimento specifici</b>, sia nella definizione dei bisogni che nelle azioni (comunità locale, turisti internazionali, turisti di prossimità).</li> <li>• <b>Buona resilienza</b> e capacità di adattamento del progetto alla crisi sanitaria da COVID 19.</li> <li>• Creazione di <b>reti locali ed extra locali</b> anche al di là della partnership di progetto, sul tema delle Migrazioni e nello sviluppo dell'offerta di turismo sostenibile.</li> <li>• <b>Sinergia operativa</b> con altre strategie di sviluppo locale e due progetti ALCOTRA aventi come focus lo stesso territorio o territori limitrofi (Terract, Terres Monviso), su temi quali lo sviluppo turistico, lo sviluppo sostenibile, il coinvolgimento delle comunità attraverso pratiche artistiche e culturali.</li> <li>• Costruzione di <b>prodotti culturali potenzialmente replicabili</b> e con impatti di lungo periodo (Festival Frontiere, mostre).</li> <li>• Individuazione e miglioramento strutturale/degli allestimenti e delle dotazioni tecniche di <b>hub culturali specifici e multifunzionali</b> per il territorio di riferimento (Forte di Vinadio, Filatoio Rosso di Caraglio, Borgata Paraloup, Museo di Barcelonnette).</li> <li>• <b>Forte componente innovativa nelle attività di coinvolgimento delle comunità locali</b>, con una specifica attenzione per le fasce in età scolare, attuata grazie all'utilizzo di linguaggi artistici specifici (teatro, arte contemporanea).</li> <li>• Declinazione della tematica di progetto anche al di là degli elementi culturali locali, in <b>chiave formativa e di networking</b>.</li> <li>• Diffusione in chiave di comunicazione e scientifica delle attività e delle tematiche di progetto (a livello nazionale sia in Francia che in Italia) con <b>materiali e contenuti di alta qualità</b> (Guida MigrATour, Video promozionali e illustrativi)</li> <li>• Utilizzo innovativo dello strumento <b>Pass/Card</b>, in chiave di comunicazione e gestione dei flussi</li> <li>• <b>Rafforzamento della cittadinanza europea</b>, alimentato nella pratica di progetto, nei contenuti e nelle attività</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitato sviluppo delle attività di creazione di un'offerta di turismo sostenibile integrata (anche a causa del COVID 19).</li> <li>• Limitato sviluppo del Pass MigraCard dal punto di vista del suo apporto in termini di presenze</li> <li>• Difficoltà dichiarata da alcuni partner nella gestione economica del progetto.</li> <li>• Limitato monitoraggio rispetto alla soddisfazione del pubblico di riferimento e agli impatti di natura socioeconomica delle singole attività.</li> <li>• Limitata capitalizzazione delle attività di start up in chiave imprenditoriale.</li> </ul>

Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione ulteriore del percorso, trekking di fruizione del territorio, in sinergia con altri progetti.</li> <li>• Promozione delle attività future, del percorso e delle strutture in chiave di turismo di prossimità e coinvolgimento delle comunità locali.</li> <li>• Mantenimento e sviluppo dei prodotti culturali creati (festival Frontiere..) grazie alle nuove reti costruite e alla differenziazione delle fonti di finanziamento.</li> <li>• Ulteriore sviluppo della sinergia con altri progetti di costruzione della destinazione turistica locale (Terres Monviso), anche in chiave di sostenibilità economica.</li> <li>• Maggiore coinvolgimento del mondo dell'imprenditoria (locale ed extra locale) per creazione di valore aggiunto e impatti economici delle strategie e delle attività messe in campo.</li> <li>• Approfondimento del valore transfrontaliero e creazione di eventi comuni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanere della crisi sanitaria da COVID 19 con impatti sui flussi di turismo internazionale (risorsa primaria per il territorio) e sulle possibilità di spostamento delle comunità locali, oltre che sulla fruizione dei beni culturali coinvolti.</li> <li>• Limitazione delle possibilità economiche e fonti di finanziamento ulteriori per il mantenimento delle attività e delle progettualità avviate dal progetto e dai singoli partner.</li> </ul>

## CAPITOLO 4: INDICAZIONI STRATEGICHE

Una chiave di lettura di attività e processi in ottica di sviluppo strategico per il progetto e per i singoli partner.



## CAPITOLO 4

### INDICAZIONI STRATEGICHE

Nel corso del processo di valutazione sono emersi alcuni aspetti e dinamiche che il team di ricerca di Fondazione Santagata reputa interessanti in chiave di sviluppo strategico delle attività di progetto e dei partner.

I punti di seguito elencati non costituiscono chiaramente una strategia esaustiva, ma piuttosto degli spunti e traiettorie per il futuro di MigrAction.

- **SOSTENIBILITA'** Approfondire il tema e le implicazioni operative dello sviluppo sostenibile, declinato a partire dalla chiave sociale (come già applicato nell'ambito del progetto), nella consapevolezza del fatto che prima che destinazione turistica il territorio deve essere equipaggiato nel coinvolgimento e nel miglioramento della qualità della vita delle comunità locali.
- **RICONOSCIMENTO** Collegato al punto precedente, si reputa utile considerata la vocazione di destinazione turistica sostenibile fare riferimento ai principali indicatori e realtà che a livello internazionale certificano e comunicano i territori capaci di adattarsi e creare un'offerta che vada in quella direzione.
- **COMPLEMENTARIETA' DELL' OFFERTA CULTURALE** Mantenere e declinare ulteriormente la complementarità degli spazi e punti di interesse coinvolti nella rete (Filatoio Rosso, Forte di Vinadio, Paraloup, Barcelonette), favorendo mostre e rassegne di collegamento ulteriore, funzionali all'attrazione di pubblici comuni e alla costituzione di un'offerta organica.
- **MONITORAGGIO** In vista di eventuali prossime progettualità, sarebbe interessante e utile impostare un piano di monitoraggio e di raccolta dati rispetto alla soddisfazione dei visitatori e della comunità locale sulle attività e l'offerta culturale prevista.
- **RETI** Si reputa strategico investire nelle reti già attivate dal progetto, allargandole al contesto internazionale e a nuovi target quali il mondo delle imprese (funzionale alla sostenibilità economica delle attività), adottando strumenti di mappatura e analisi di rete fin dalle prime fasi di progettazione (in chiave di monitoraggio)
- **PATRIMONIO CULTURALE MINORE E IMMATERIALE** Per quanto riguarda il patrimonio culturale coinvolto nelle progettualità, si reputa utile una mappatura sistematica del patrimonio culturale minore che viene toccato dal percorso proposto, inteso sia nelle sue componenti di patrimonio costruito che di patrimonio intangibile, come tradizioni e pratiche locali.
- **LINGUAGGI CONTEMPORANEI** Collegato al punto precedente, sviluppare ulteriormente la ricerca e la produzione di nuove forme di narrazione, in chiave contemporanea, della memoria e cultura locale.
- **EMPOWERMENT DEI GIOVANI** Considerato il successo delle attività di coinvolgimento della fascia più giovane della comunità locale, si ritiene utile e interessante favorire in futuro il coinvolgimento anche del target giovanile tra i 14 e i 18 anni, inteso non solo come attività di formazione ma anche di empowerment e coinvolgimento nella gestione del territorio e delle sue peculiarità.
- **TURISMO DELLE RADICI** Valorizzare il tema del turismo di ritorno, di ricerca delle radici, da parte di cittadini di seconda o terza generazione (francesi/italiani), perfettamente in linea con la ricerca e gli approfondimenti svolti nell'ambito di MigrAction.
- **TRASFERIMENTO DEGLI ESITI** Trasferire e disseminare i risultati e gli esiti del progetto a istituzioni e organizzazioni (a livello locale, nazionale, internazionale).

## RIFERIMENTI

Bachelet M., Calò F., (2013) Modelli di valutazione di impatto sociale: le non profit nell'assistenza agli anziani, Working Paper

Bengo, I., Arena, M., Azzone, G., & Calderini, M. (2016). Indicators and Metrics for Social Business: A Review Of Current Approaches. Journal of Social Entrepreneurship, 7(1), 1-24.

Chiaf E. (2015), Un'analisi degli indicatori di impatto sociale. Social impact indicators identification, Centro Studi Socialis, Brescia.

Commissione Europea (2003), EVALSED The resource for the evaluation of Socio-Economic Development. Evaluation guide, Bruxelles.

Epstein, M. J., Yuthas, K., (2014), Measuring and Improving Social Impacts: A Guide for Nonprofits, Companies, and Impact Investors, Berrett-Koehler Publishers, Oakland.

EVPA, (2013) "A Practical Guide to Measuring and Managing Impact final"

GECEs (2015), Approcci proposti per la misurazione dell'impatto sociale, Sottogruppo GECEs sulla misurazione dell'impatto 2014, Commissione Europea, Luxembourg.

GRI (2015), Reporting Principles and standard disclosures, <https://www.globalreporting.org>

Grieco C., Michelini L., Iasevoli G. (2014), "Measuring Value Creation in Social Enterprises. A Cluster Analysis of Social Impact Assessment Models", Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 44(6), pp. 1173-1193.

Human Foundation (2015), "Misurare o non misurare, questo è il dilemma! La valutazione dell'impatto sociale sul territorio",

Kail A., Lumley T. (2012), Theory of Change. The Beginning of Making a Difference, New Philanthropy Capital, London.

Maas K., (2014) "Classifying Social Impact Measurement Frameworks",

Mulgan G. (2010), "Measuring Social Value", Stanford Social Innovation Review, Summer.

Nicholls A., Nicholls J., Paton R. (2015), "Measuring Social Impact", in Nicholls A., Emerson J., Paton R. (eds.), Social Finance, Oxford University Press, Oxford.

OECD (1991), Principles for the Evaluation of Development Assistance, DAC Development Assistance Committee, Paris.

OECD (2015), Policy Brief on Social Impact Measurement for Social Enterprises. Policies for Social Entrepreneurship, OECD / European Commission, Luxembourg.

Perrini F., Vurro C. (2013), La valutazione degli impatti sociali. Approcci e strumenti applicativi, Egea, Milano.

Roche C. (1999), Impact Assessment for Development Agencies: Learning to Value Change, Oxfam GB, Oxford.

Scholten P., Nicholls J., Olsen S., Galimidi B. (2006), Social Return on Investment: a Guide to SROI Analysis, Lenthe Publishers, Amstelveen.

Scs consulting, Impronta Etica (2016), Linee guida per la misurazione dell'impatto sociale, una guida pratica per le organizzazioni.

Zamagni S., Venturi P., Rago S. (2015), "Valutare l'impatto sociale. La questione della misurazione nelle imprese sociali",

## ALLEGATI

### ALLEGATO 1 - COSTRUZIONE DI UN'OFFERTA TRANSFRONTALIERA DI TURISMO SOSTENIBILE

Partner di riferimento	Data	Titolo evento/attività	Breve descrizione	Pubblico/target	Altri partner coinvolti
Comune di Vinadio	Da Febbraio 2020 ad oggi	Guida turistica migraTREKKING	Elaborazione grafica e stampa di una guida turistica bilingue e tascabile, illustrativa del percorso	4000 guide stampate	Mairie de Barcelonnette Fondazione Filatoio Rosso di Caraglio
Comune di Vinadio	Febbraio – Giugno 2020	Pubblicazione tracciati .gpx	I tracciati .gpx del percorso sono stati pubblicati e resi liberamente scaricabili sui seguenti siti specializzati nell'outdoor: 1 - <a href="http://www.vttrack.fr">www.vttrack.fr</a> 2 - <a href="http://www.vttour.fr">www.vttour.fr</a> 3 - <a href="http://www.utagawavtt.com">www.utagawavtt.com</a> 4 - <a href="http://www.trailforks.com">www.trailforks.com</a> 5 - <a href="http://www.singletrack.fr">www.singletrack.fr</a> 6 - <a href="http://www.openrunner.com">www.openrunner.com</a> 7 - <a href="http://www.helloways.com">www.helloways.com</a> 8 - <a href="http://www.komoot.it">www.komoot.it</a> 9 - <a href="http://www.wikiloc.com">www.wikiloc.com</a> 10 - <a href="http://www.randogps.net">www.randogps.net</a> 11 - <a href="http://www.tracegps.com">www.tracegps.com</a> 12 - <a href="http://www.globalterramaps.com">www.globalterramaps.com</a> 13 - <a href="http://www.naktur.com">www.naktur.com</a> 14 - <a href="http://www.cubebikes.fr/traces">www.cubebikes.fr/traces</a>	Appassionati di outdoor che fruiscono dei siti precedentemente indicati	Fondazione Filatoio Rosso di Caraglio
Fond. Nuto Revelli Onlus	lug 2019	Eductour "Sulla via dei migranti"	Una settimana di percorso dell'itinerario Migratrekking insieme a 5 giornalisti e blog italo-francesi	Giornalisti, blogger e relativi follower di testate, social e blog di montagna e viaggi	Evento in intersezione con l'Interreg Alcotra TERRACT
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	15/09/2018 - 14/04/2019	Totem informativi (progettazione, produzione e installazione)	Nell'ambito del progetto sono stati realizzati i totem informativi da collocare presso le tappe del percorso a Caraglio, Paraloup, Vinadio e Barcelonnette. Le strutture sono dotate di uno schermo dove possono essere proiettate le immagini/video del percorso turistico e delle emergenze culturali presenti sul territorio del progetto.	Turisti italiani e stranieri, pubblico locale amante della montagna e delle tradizioni. Pubblico dei beni culturali specifici	
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	15/03/2019 - 15/09/2020	Pacchetto MigraTOUR	Individuazione e tracciatura GPS dell'itinerario MigraTOUR Trekking per escursionisti e mtb in 9 tappe da Caraglio a Barcelonnette. Creazione del pacchetto turistico da affidare a Tour Operator.	Escursionisti e cicloturisti. Amanti di un turismo lento e responsabile.	
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	30/12/2019- 20/12/2020	Prototipi ed esemplari oggetti del migrante	Progettazione e realizzazione di oggetti inediti rappresentativi del percorso transfrontaliero e ispirati ai temi del cammino, della migrazione e del turismo slow. Produzione di 100 esemplari di bastone, tazza e apribottiglia. Gli oggetti del migrante verranno messi a disposizione dei turisti nei quattro siti culturali del progetto (Filatoio,	Escursionisti e cicloturisti	

			Paraloup, Forte di Vinadio e Musée de La Vallè di Barcelonnette)		
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	14/04/2019 - 20/12/2020	Promozione del prodotto turistico	Realizzazione video del percorso MigraTour trekking. Campagna pubblicitaria su giornali locali, regionali e nazionali. Avvio della collaborazione con Tour Operator Viaggi Solidali per inserimento del percorso nel circuito europeo Rural Migrantour.	N. 9 video promozionali delle singole tappe del percorso; n. 8 uscite pubblicitarie su principali testate del Nord-Ovest.	
Commune de Barcelonnette	16.09.2020	Site internet du musée de la Vallée <a href="http://www.museedelavallee.fr">www.museedelavallee.fr</a>	Mise en ligne du site du musée de la Vallée dédié aux Migrations	Statistiques	
Commune de Barcelonnette	22.09.2019	« Chemin de la migration piémontaise » [6 jours]	Éduc TOUR Visite du chantier du musée de la Vallée en vue de la création de la nouvelle scénographie dédiée aux migrations partagées des deux côtés du col France-Italie + Projection Power-Point par Pierre Martin Charpenel (salle du conseil municipal de Barcelonnette) sur les : « <i>Gens de l'Ubaye, Gens des voyages ou quatre siècles de migration</i> »	Écrivains, journalistes, cinéastes, enseignants Accueillis à Barcelonnette (visite de la ville) et au musée de la Vallée	
Commune de Barcelonnette	01.08.2018	« PASS MIGRACTION » Un Pass Visite destiné aux quatre structures	Mise en réseau des quatre structures patrimoniales Partenaires du projet MigrAction	Année 2018 B2337 (31/12/18) Année 2019 B3115 (31/08/19) Année 2020 B3888 (31/8/2020) B3984 (17/10/2020)	Les 4 sites culturels du projet ALCOTRA

## ALLEGATO 2 – COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ

Partner di riferimento	Data	Titolo evento/attività	Breve descrizione	Pubblico/target	Partner coinvolti
ACTI	Novembre 2017- Ottobre 2018	Opere d'arte partecipata MigrACTION attraverso l'occhio dei bambini	Laboratori con le classi quinte dell'Istituto Riberi di Caraglio e realizzazione di due installazioni video. L'inaugurazione dell'esposizione è avvenuta a ottobre 2018 presso il Museo del Filatoio Rosso di Caraglio.	Popolazione inferiore ai 16 anni – 71 bambini	Istituto Riberi di Caraglio e Filatoio Rosso di Caraglio
ACTI	Gennaio 2019 – Luglio 2019	Opera d'arte partecipata	Tra gennaio e marzo 2019 si sono svolti i laboratori di preparazione alla realizzazione dell'opera d'arte	Popolazione locale – 60 persone circa	Sciara Progetti, Comune di Vinadio

		TERRA DI PASSO. Vinadio_MigrAction	partecipata con la comunità di Vinadio. La videoinstallazione è stata presentata al pubblico durante l'inaugurazione del restauro del Revellino del Forte Albertino.		
ACTI	Ottobre 2018 – in corso	Bandiere	A conclusione dei laboratori presso le comunità di Caraglio e Vinadio sono state realizzate delle bandiere con i volti dei partecipanti. Sono state affisse nella città di Caraglio presso il Filatoio Rosso e a Vinadio all'interno del Forte Albertino. Verranno portate ed esposte al Comune di Barcelonnette.	Partecipanti ai laboratori – 130 persone circa  Pubblico delle mostre	Fondazione Filatoio Rosso di Caraglio  Comune di Vinadio  Comune di Barcelonnette
ACTI	Settembre 2019	Animazioni teatrali	Durante l'educational tour realizzato a settembre 2019 si sono svolti due momenti di animazione teatrale: "Canto del popolo che manca" presso il rifugio Paraloup e il Walkabout con Carlo Infante presso il Forte di Vinadio.	Pubblico spettacolo  Partecipanti Walkabout – 20 persone circa	Fondazione Nuto Revelli  Urbanexperience  Comune di Vinadio
Fond. Nuto Revelli Onlus	lug-ott/2017	Scuola Giovani Agricoltori di Montagna, 1edizione (SGAM)	Formazione di 5 giovani aspiranti agricoltori di montagna a paraloup + stage	5 giovani formati + 240 partecipanti ai 2 convegni (di avvio e di restituzione). Uscite web e TV (Mercalli su Rai News 24)	UniTo DISAFA
Commune de Barcelonnette	24 au 26.07.2019	Festival des Enfants du Jazz Barcelonnette, parc de La Sapinière	Projection vidéo "La Sapinière"	Projection en plein air sur écran géant présentation du projet au public (3.500 festivaliers)	Ubaye Tourisme
Commune de Barcelonnette	18.05.2019	Nuit européenne des musées [15 <sup>e</sup> édition] D'où je viens ? Histoire de ma famille	Atelier du musée Restitution au public de la médiation culturelle proposée par le musée de la Vallée aux écoles primaires de la vallée de l'Ubaye	Les scolaires de l'Ubaye ont été invités à travailler sur le thème de leurs racines familiales en écho au projet Alcotra MigrAction  291 scolaires	Écoles communales de la vallée de l'Ubaye & leurs enseignants mobilisés
Commune de Barcelonnette	04.05.2019	" Piémontais de l'Ubaye "	Une soirée-rencontre(s) autour des liens « Piémont-Ubaye » proposée par le	Habitants du territoire Élus	Festival AVANTI Ciné Ubaye

		<p>Ciné Ubaye à Barcelonnette</p> <p><a href="https://www.barcelonnette.com/index.php?">https://www.barcelonnette.com/index.php?</a></p>	<p>musée de la Vallée : témoignages autour de la frontière d'habitants de l'Ubaye et mises en lumière au musée : récit(s), film(s), pause gourmande et musicale sur un air transalpin</p> <p>Avec le concours d'Ubaye Tourisme, de la Sabença de la Valéia,</p> <p>Point Presse présentation du projet Alcotra « MigrAction »</p>	<p>Responsables d'associations culturelles, Acteurs de l'émigration Descendants d'immigrés du Piémont</p> <p>150 personnes</p> <p>Communication Newsletter (134 e-mails)</p>	<p>Ubaye Tourisme</p>
--	--	--	---	--	-----------------------

### ALLEGATO 3 – RIQUALIFICAZIONE E RIFUNZIONALIZZAZIONE

Partner di riferimento	Data	Titolo evento/attività	Breve descrizione	Pubblico/target	Partner coinvolti
Fond. Nuto Revelli Onlus	mag 2017 > mag 2018	Costruzione di un teatro all'aperto	Costruzione di un nuovo teatro in legno	Visitatori di Borgata Paraloup (ca. 30.000/anno)	Regione Piemonte
Comune di Vinadio	Luglio 2018- Marzo 2019	Realizzazione di spazio di accoglienza turistica nel Forte Albertino	<p>Restauro e risanamento conservativo del Rivellino del Forte per destinarlo a bar/caffetteria e ristorante</p> <p>Realizzazione di servizi igienici per la foresteria del Forte situata nella Caserma Carlo Alberto</p>	<p>Visitatori del Forte 15.600 (mostre multimediali e festival)</p> <p>Turisti 34.000 (dati presenze 2018 su territorio di Vinadio tratti da visitpiemonte)</p>	Soprintendenza archeologia belle arti e paesaggio per le province di Alessandria Asti e Cuneo
Fond. Filatorio Rosso di Caraglio	15/03/2018- 14/04/2019	Allestimento spazio turistico all'interno del Filatoio Rosso di Caraglio	Realizzazione all'interno del Filatoio, punto di partenza della "Via dei Migranti", di uno spazio destinato all'accoglienza dei turisti. L'incarico è stato affidato attraverso un bando transfrontaliero rivolto ad architetti, artisti e designer italiani e francesi. L'allestimento rappresenta attraverso grandi immagini, testi e installazioni audio-video il percorso dei migranti italiani verso la vicina Francia in cerca di lavoro.	Turisti italiani e stranieri, pubblico locale amante della montagna e delle tradizioni. Pubblico del Filatoio per museo e mostre temporanee. Circa 25.000 persone dal 14/04/2019 (data di apertura) a fine progetto.	Tutti i partner del progetto tranne Acti. Comune di Saluzzo , Ecomuseo Terre del Castelmagno, Unione Montana Valle Grana, Unione Montana Valle Stura per la raccolta del materiale fotografico.
Fond. Nuto Revelli Onlus	5 set 2020	Museo dei Racconti, inaugurazione	Apertura del MuRac	170 visitatori nella giornata di apertura	Comune di Rittana, Unione Montana

Fond. Nuto Revelli Onlus	ott-dic 2020	Azioni di comunicazione del Museo dei Racconti	Adeguamento di segnaletica, eventi di animazione del Museo	+500 visitatori in 3 mesi di apertura (sab-dom)	Comune di Rittana, Coordinamento Donne di Montagna
Commune de Barcelonnette	01.12. 2019	Nouvelle scénographie "Gens de l'Ubaye, Gens du Piémont"  Musée de la Vallée, Barcelonnette  Inauguration de la nouvelle salle des Gens de l'Ubaye/Gens du Piémont du Musée de la Vallée : il s'agit de la salle inaugurale du parcours de visite et des collections du musée.	Valoriser et partager avec les habitants du territoire leur histoire ; resserrer les liens entre les populations de la montagne qui vivent de part et d'autre du col	Habitants, Donateurs, Partenaires, Élus, Amis du musée Descendants des immigrants piémontais  250 personnes	Collections publiques (prêts d'œuvres) + Partenaires scientifiques (réseau historien, anthropologue) + Collectionneurs privés (prêts) + Les Amis du musée
Commune de Barcelonnette	Novembre 2019	Nouvelle scénographie dédiée Aux Gens de l'Ubaye, Gens du Piémont  Musée de la Vallée, Barcelonnette Par le STUDIO OFFICINA 82 Gressio (CN)	Rénovation de la salle inaugurale du musée (peintures, parquets, électricité, éclairage, etc.)  Création d'une nouvelle scénographie dédiée aux migrations partagées par les Gens de l'Ubaye et du Piémont [80 m <sup>2</sup> ]	Habitants du territoire transfrontalier + visiteurs	Avec le soutien des habitants, des collectionneurs, + la participation des auteurs nouveaux textes G. Lebaudy L. Fossati L. Surmely H. Homps
Commune de Barcelonnette	Juin 2019	Réhabilitation et fermeture de la véranda du musée-villa  La Sapinière, Barcelonnette	Restaurer un élément phare de la villa-musée (19 <sup>e</sup> siècle) + Intégrer le nouvel espace conquis au parcours de visite du musée et à la nouvelle scénographie dédiée aux migrations		Architecte(s) M. Duret-Blacas et S. Donnadiou (rénovation & fermeture)  Société Adamo (structure métallique)

ALLEGATO 4 – FESTIVAL E ARTE

Partner di riferimento	Data	Titolo evento/attività	Breve descrizione	Pubblico/target	Partner coinvolti
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	2/10/2020 – 4/10/2020	Festival Frontière – seconda edizione	Festival incentrato sulla narrazione delle migrazioni alpine di ieri e di oggi con i linguaggi di teatro, cinema, mostre, incontri.	Circa 500 partecipanti agli incontri nei giorni di festival (in presenza), alcuni incontri sono stati trasmessi online. La capienza degli spazi era dimezzata a causa covid 19	Vari partner e invitati (si veda allegato)
Fond. Nuto Revelli	Luglio 2018	Festival Frontière – prima edizione	Festival incentrato sulla narrazione delle migrazioni alpine di ieri e di oggi con i linguaggi di teatro, cinema, mostre, incontri.	Ca. 1.000 visitatori in 5 giorni di Festival a Borgata Paraloup	Vari partner e invitati (si veda allegato)
ACTI	Marzo 2020 – In corso	Radio International Spettacolo teatrale	Radio International è una scrittura drammaturgica originale, creata ad hoc per il progetto. Lo spettacolo è stato replicato il 4 Ottobre 2020 presso il Rifugio Paraloup durante la seconda edizione del Festival Frontière e verrà messo a disposizione degli altri partner di progetto su una piattaforma online dedicata ai partner di MigrAction.	Pubblico a Paraloup 30 Pubblico Online nella distribuzione 70	Mulino di Amleto Fondazione Nuto Revelli
Comune di Vinadio	In corso	Opera d'arte site specific nel Forte di Vinadio	installazione permanente negli spazi liberamente fruibili del Forte a cura dell'artista Carlo D'Oria	Visitatori del Forte 15.600 (mostre multimediali e festival) Turisti 34.000 (presenze 2018 su territorio di Vinadio tratti davisitpiemonte)	grandArte
Fond. Filatoio Rosso di Caraglio	27/10/2018-06/01/2019	Mostra temporanea sull'emigrazione contemporanea dell'artista argentina Elizabeth Aro dal titolo "Le fil du monde"	Dal 27 ottobre al 6 gennaio 2019 le sale del Filatoio di Caraglio ospiteranno le grandi sculture in tessuto dell'artista Elizabeth Aro. Le sculture sono le protagoniste della mostra "Le fil du monde. Migrazioni e identità nell'opera di Elizabeth Aro"; l'esposizione, a cura di Elena Inchingolo e Paola Stroppiana, presenta la ricerca dell'artista di origine argentina, che ha nel suo curriculum una lunga serie di esposizioni personali e collettive in ambito nazionale e internazionale. In contemporanea a "Le fil du monde. Migrazioni e identità nell'opera di	Pubblico generico della mostra 1609. Ragazzi dell'istituto Comprensivo di Caraglio 400 e loro famiglie (circa 2000 persone)	Tutti i partner del progetto.

			Elizabeth Aro", il Filatoio di Caraglio ospita la mostra "MigrACTION attraverso l' occhio dei bambini", frutto del lavoro degli alunni delle classi quinte dell' Istituto Comprensivo Riberi di Caraglio. L'obiettivo del laboratorio, condotto e ideato dal regista Beppe Rosso e dallo scenografo Lucio Diana della compagnia torinese ACTI Teatri Indipendenti, è stato di ascoltare e dar la voce alle nuove generazioni sui fenomeni migratori del passato e del presente che hanno coinvolto la comunità di Caraglio.		
Commune de Barcelonnette	30.09.2019	EX PATRIA Nos Cousins du Piémont  Collections du musée de la Vallée, Barcelonnette	Commande photographique + Textes accompagnant les portraits de famille réalisés à la chambre sur le(s) col(s)  par Lorenzo DELFINO Laura Fossati Compléter les collections photographiques du Musée de la Vallée dédiées aux acteurs et descendants de l'émigration en Ubaye : les portraits des Cousins du Mexique et des Cousins de Louisiane	30 photographies tirages d'art (conservation muséale) 30 x 40 cm  15 photographies livraison 06.2019  15 photographies livraison 09.2019 + Fichier numérique 300 DPI et CMJN	

ALLEGATO 5 – RASSEGNA STAMPA

**STAMPA ITALIANA (regionale)**

La Guida – pagina 21 de 2019/04/11  
La Guida – pagina 29 del 2019/10/03  
La Guida – pagina 44 du 2018/10/25  
CuneoSette – pagina 30 del 2018/12/04  
La Guida – pagina 27 del 2018/11/15  
CuneoSette – pagina 30 del 2019/04/09  
Corriere di Savigliano e dintorni – pagina 31 del 2018/12/05  
La Guida – pagina 18 del 2016/11/10  
Provincia Granda – pagina 44 del 2019/04/10  
La Guida – pagina 16 del 1019/07/25  
La Guida – pagina 66 del 2019/06/06  
Provincia Granda – pagina 44 del 2019/04/10  
L'Unione Monregalese – pagina 48 del 2019/04/10  
La Fedeltà – pagina 49 del 2019/04/03  
La Guida – pagina 47 del 2019/01/03  
La Guida – pagina 46 del 2018/12/27  
La Guida – pagina 77 del 2018/12/20  
La Guida – pagina 69 del 2018/12/06  
La Guida – pagina 70 del 2018/11/01  
Corriere di Savigliano e dintorni – pagina 30 del 2018/10/24  
Corriere di Savigliano e dintorni – pagina 31 del 2018/10/24  
Il Saviglianese – pagina 35 del 2018/10/24  
La Guida – pagina 39 del 2017/11/04  
Corriere di Saluzzo – pagina 13 del 2020/10/01  
Corriere di Saluzzo – pagina 31 del 2018/11/01  
Unione Monregalese – pagina 32 del 2019/10/16  
La Fedeltà – pagina 37 del 2019/10/09  
Eco del Chisone – pagina 7 del 2020/10/07  
La Guida – pagina 53 del 2020/09/03

**STAMPA FRANCESE #1**

La Provence pages Ubaye – del 27 aprile 2019  
Le Dauphiné Libéré pages Ubaye – del 2 maggio 2019  
Le Dauphiné Libéré pages Ubaye – del 7 maggio 2019  
La Provence pages Ubaye – dell'8 maggio 2019  
D!CI – del 5 maggio 2019  
Le Dauphiné – del 24 maggio 2019  
Haute Provence Info – del 22 maggio 2019  
Haute Provence Info – del 30 giugno 2019

**STAMPA FRANCESE #2**

La Provence | Pages Ubaye del 27/11/2019  
Le Dauphiné Libéré | Pages Ubaye del 28/11/2019  
Le Dauphiné Libéré | Pages Loisirs del 29/11/2019  
Le Dauphiné Libéré | Pages Ubaye del 30/11/2019  
La Provence | Pages Ubaye del 02/12/2019  
Le Dauphiné Libéré | Pages Ubaye del 03/12/2019  
Haute-Provence Info del 06/12/2019

Le Dauphiné Libéré del 26/09/2019  
Le Dauphiné Libéré del 22/11/2019  
Le Dauphiné Libéré del 30/11/2019  
Le Dauphiné Libéré del 03/12/2019  
Le Dauphiné Libéré del 05/12/2019  
La Provence del 01/12/2019  
Haute-Provence Info del 01/12/2019  
Dici.fr del 29/11/2019  
Dici.fr del 02/12/2019  
Site internet de France 3 région del 03/01/2020