

UNA MONTAGNA
DI BOTTEGHE

GIORNATA DELLE BOTTEGHE

14 Luglio 2022, Corte Sant'Anna CLUSONE (BG)

MISURA 19 "Sostegno allo sviluppo locale Leader"
OPERAZIONE 19.3.01 "Cooperazione interterritoriale e transnazionale"



IL PROGETTO IN BREVE

PARTNER



FINAZIAMENTI



DURATA PROGETTO

Giugno 2020 - Novembre 2022



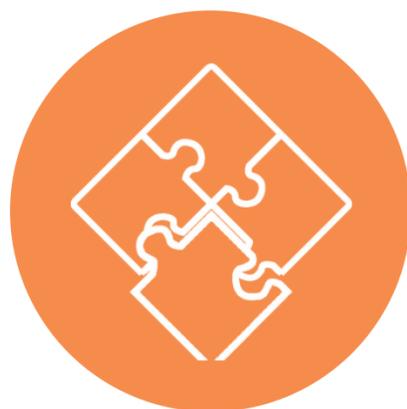
Il progetto “Una Montagna di Botteghe” nasce con l’intento di valorizzare e innovare le **botteghe di montagna**, che non sono più intese come semplici punti di acquisto di beni, ma come luoghi di incontro e di socialità. Si intende sostenere e rafforzare le attività degli operatori e, tramite un’accurata azione di animazione locale, contribuire alla ricerca di soluzioni riconoscendone il ruolo di **centro “multiservizi”** e mettendo le botteghe al centro di nuovi processi di sviluppo sostenibile.



OBIETTIVI



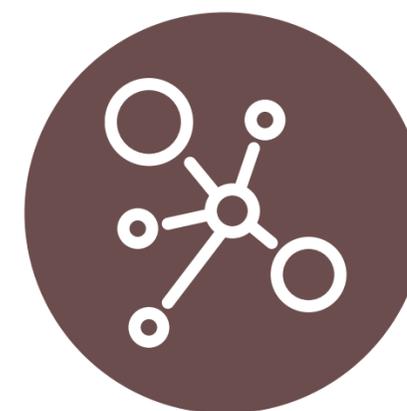
*DEFINIZIONE DELLA
SITUAZIONE ATTUALE
E INDIVIDUAZIONE DELLE
BUONE PRATICHE*



*SENSIBILIZZAZIONE
SUL VALORE DELLE
BOTTEGHE E RICERCA
DI SOLUZIONI
OPERATIVE*



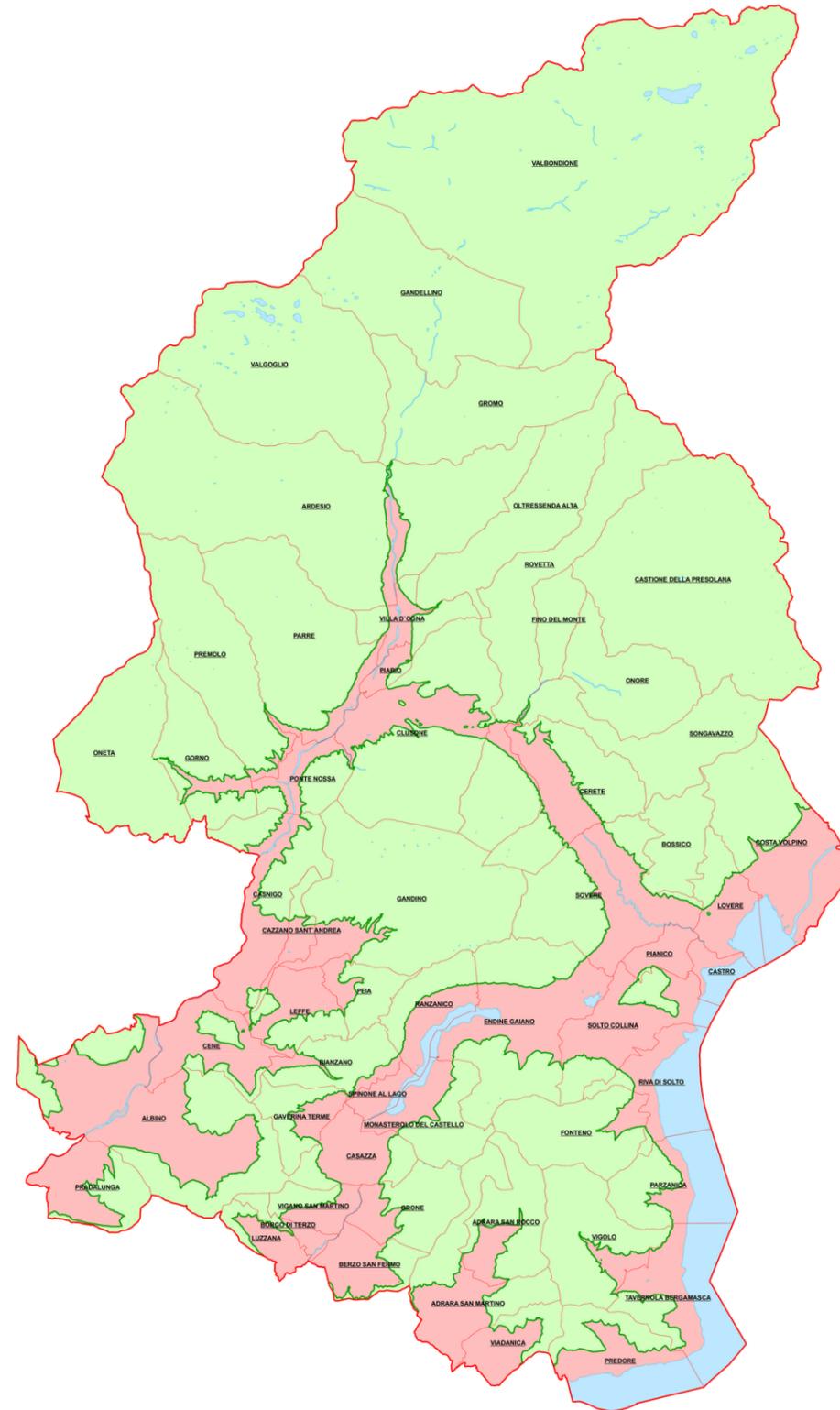
*PROMOZIONE DI
UN'IMMAGINE
COORDINATA E
RINNOVATA DELLE
BOTTEGHE DI MONTAGNA*



*COSTRUZIONE DI UNA
RETE CHE VALORIZZI
LE FILIERE
PRODUTTIVE LOCALI*

ATTIVITÀ SVOLTE

1. MAPPATURA



Legenda:

Territorio incluso

Territorio escluso

COMUNI/FRAZIONI SELEZIONATI:

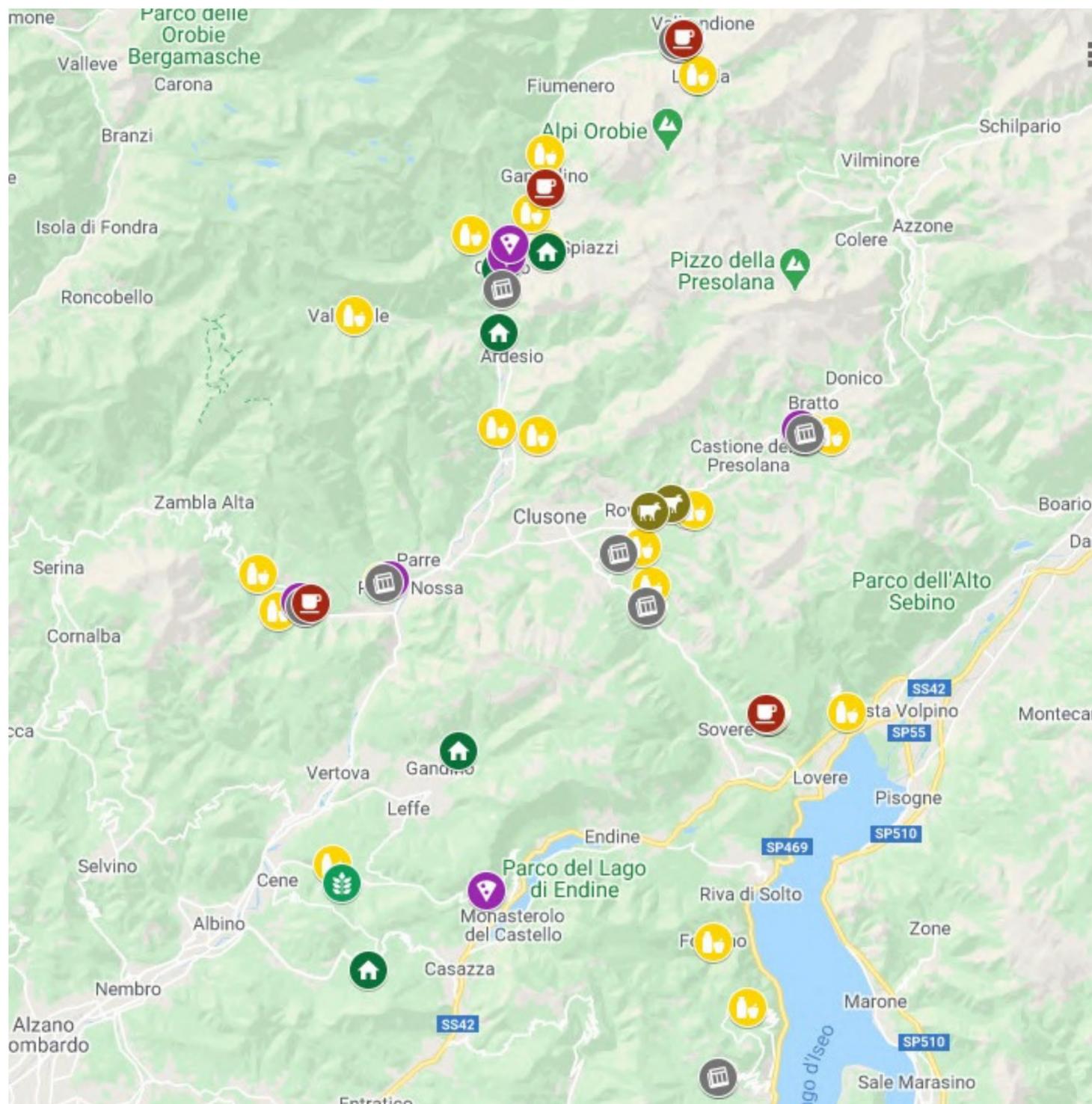
1. Albino (Casale)
2. Ardesio (Carpignolo, Valcanale, Valzella)
3. Bianzano
4. Bossico
5. Castione della Presolana (Dorga)
6. Cene (Valle Rossa, Via Monte Bo')
7. Cerete
8. Costa Volpino (Ceratello, Flaccanino)
9. Fino del Monte
10. Fonteno
11. Gandellino
12. Gandino (Cirano)
13. Gorno
14. Gromo
15. Grone (San Fermo, Sant'Antonio)
16. Oltressenda Alta
17. Oneta
18. Onore
19. Parzanica
20. Premolo
21. Rovetta (Conca Verde, San Lorenzo)
22. Solto Collina (Esmate)
23. Songavazzo
24. Valbondione
25. Valgoglio
26. Vigolo

Nota: Il GAL VSLB serve 56 comuni tra Valle Seriana e Laghi Bergamaschi.

ATTIVITÀ SVOLTE

1. MAPPATURA

LE 72 BOTTEGHE SELEZIONATE



CONDIZIONI DI AMMISSIBILITÀ

ALTITUDINE SUPERIORE AI 600MT SLM

POPOLAZIONE INFERIORE AI 1000 ABITANTI

TERRITORIO ANALIZZATO/INCLUSO

56 COMUNI DI CUI 26 INCLUSI

PIÙ DI 65 FRAZIONI DI CUI 40 INCLUSE

PIÙ DI 134.000 ABITANTI DI CUI 18.386 IN AREE INCLUSE

DATI RILEVATI

PIÙ DI 525 ATTIVITÀ CENSITE DI CUI 233 IN AREE INCLUSE

72 BOTTEGHE SELEZIONATE

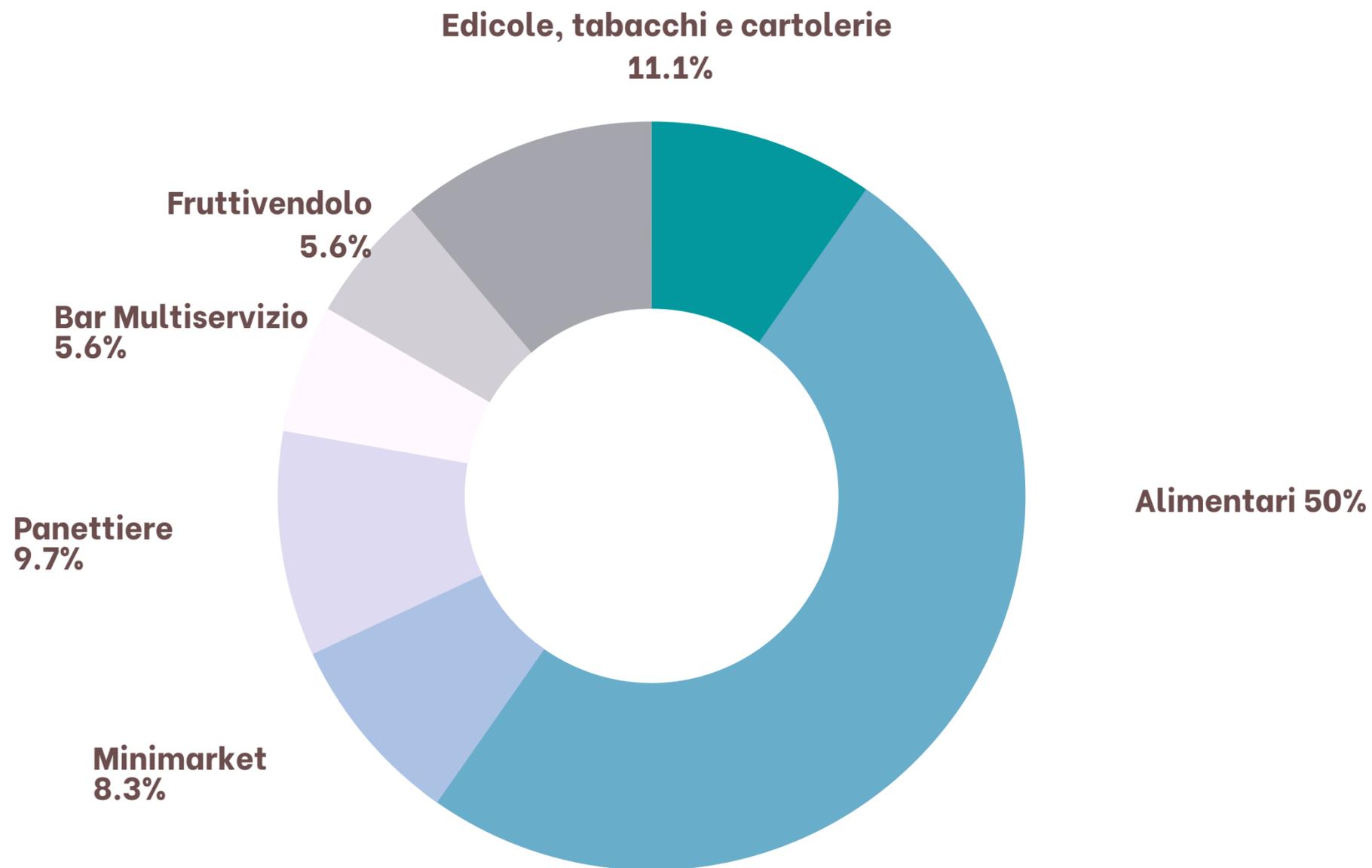
CATEGORIE CENSITE

FRUTTA E VERDURE
PANETTERIE/FORNERIE
ALIMENTARI/MINIMARKET/BAR MULTISERVIZIO
EDICOLE/TABACCHI/CARTOLERIE
MACELLERIE

ATTIVITÀ SVOLTE

1. MAPPATURA

Grafico. 1 Distribuzione percentuale delle categorie merceologiche



ATTIVITÀ SVOLTE

2. INTERVISTE

23 BOTTEGHE INTERVISTATE

- **61% IMPRESE INDIVIDUALI** (52% di loro proprietà)
- **46-55 ANNI** (età media dei gestori)
- **52.2% UOMINI** e 47.8% DONNE
- In media hanno **30 anni di attività**
- **0%** presenza di **e-commerce**
- **17.4%** presenti sul proprio **sito web**
- **43%** presenti su Facebook e Instagram

Grafico. 2 Distribuzione percentuale delle fasce di età dei bottegai

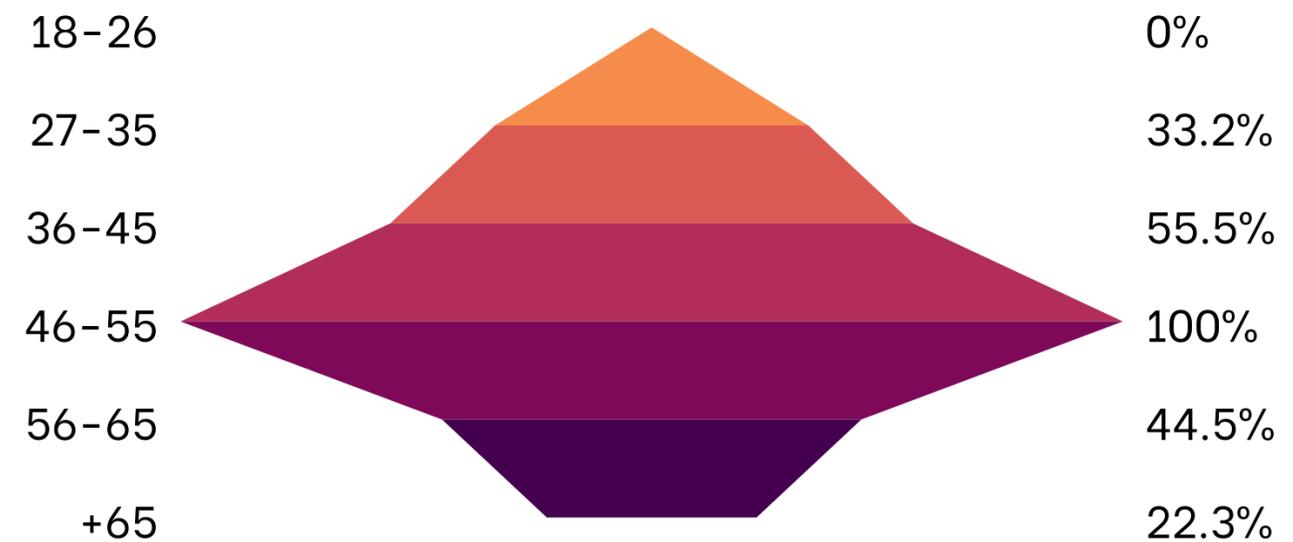
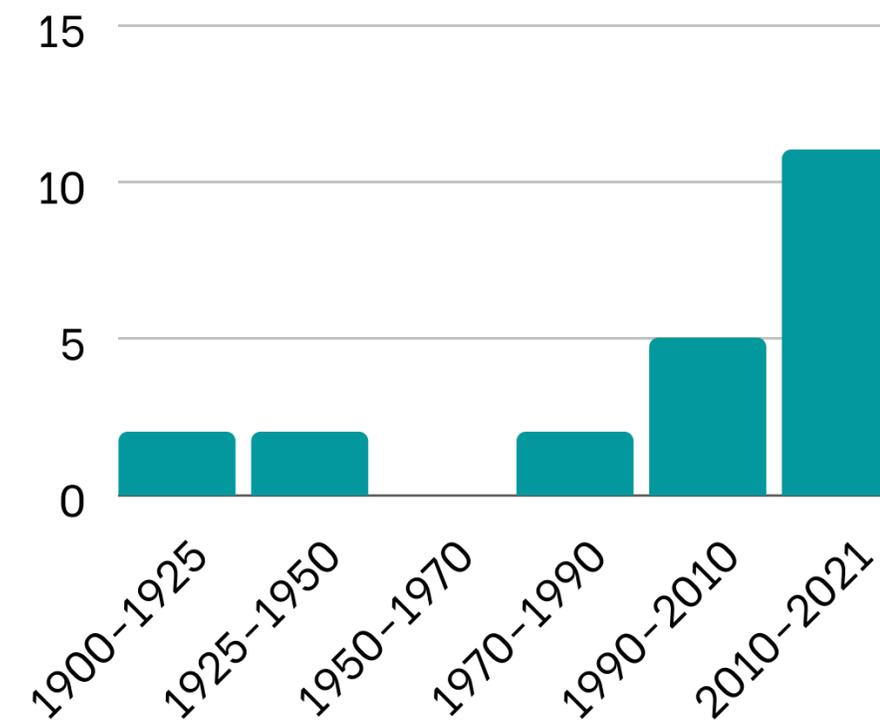


Grafico. 3 Le botteghe aperte dal 1900 al 2021



ATTIVITÀ SVOLTE

2. INTERVISTE

TIPOLOGIA DI BENI E SERVIZI OFFERTI

Grafico. 4 Categoria merceologica

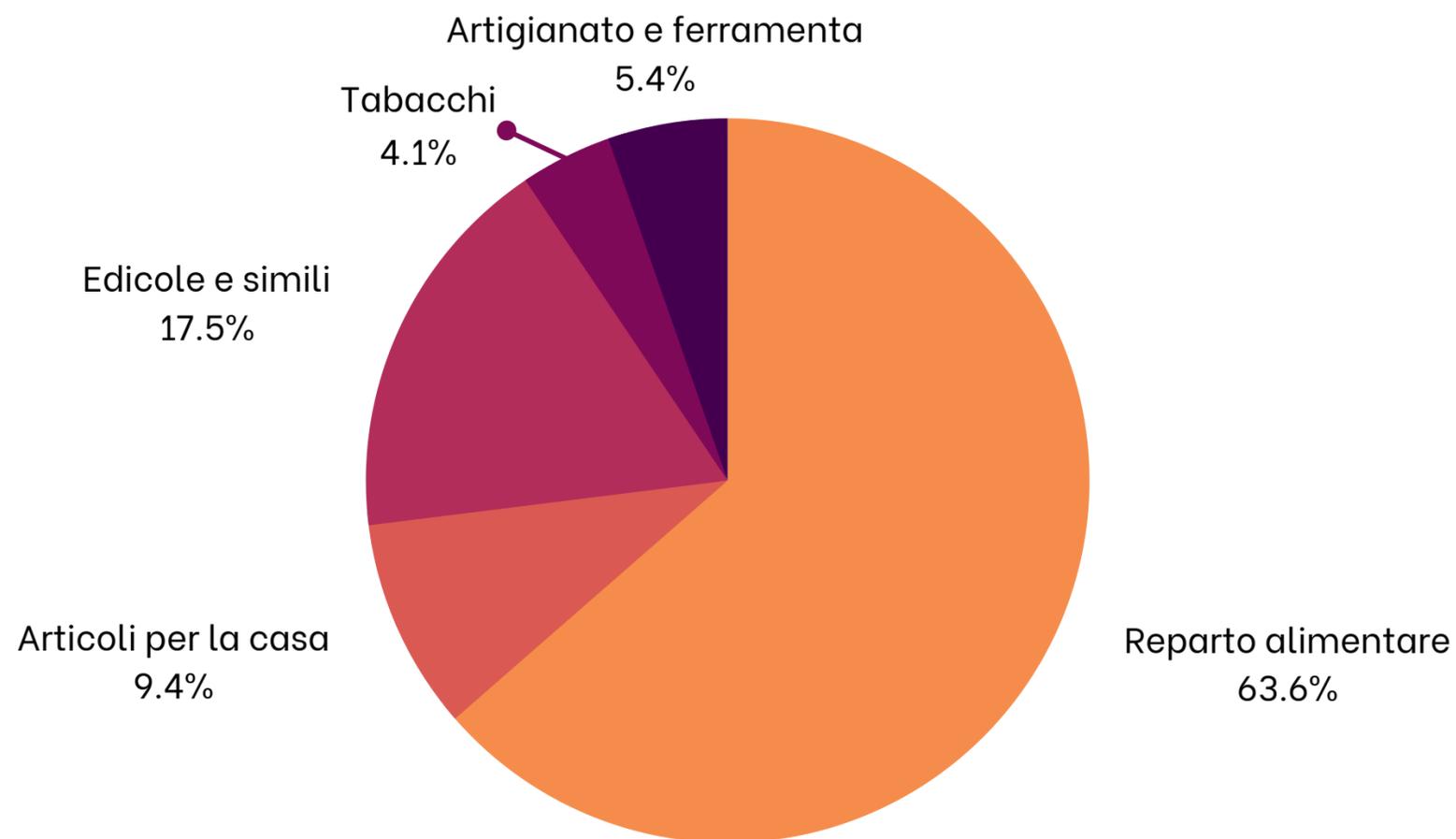
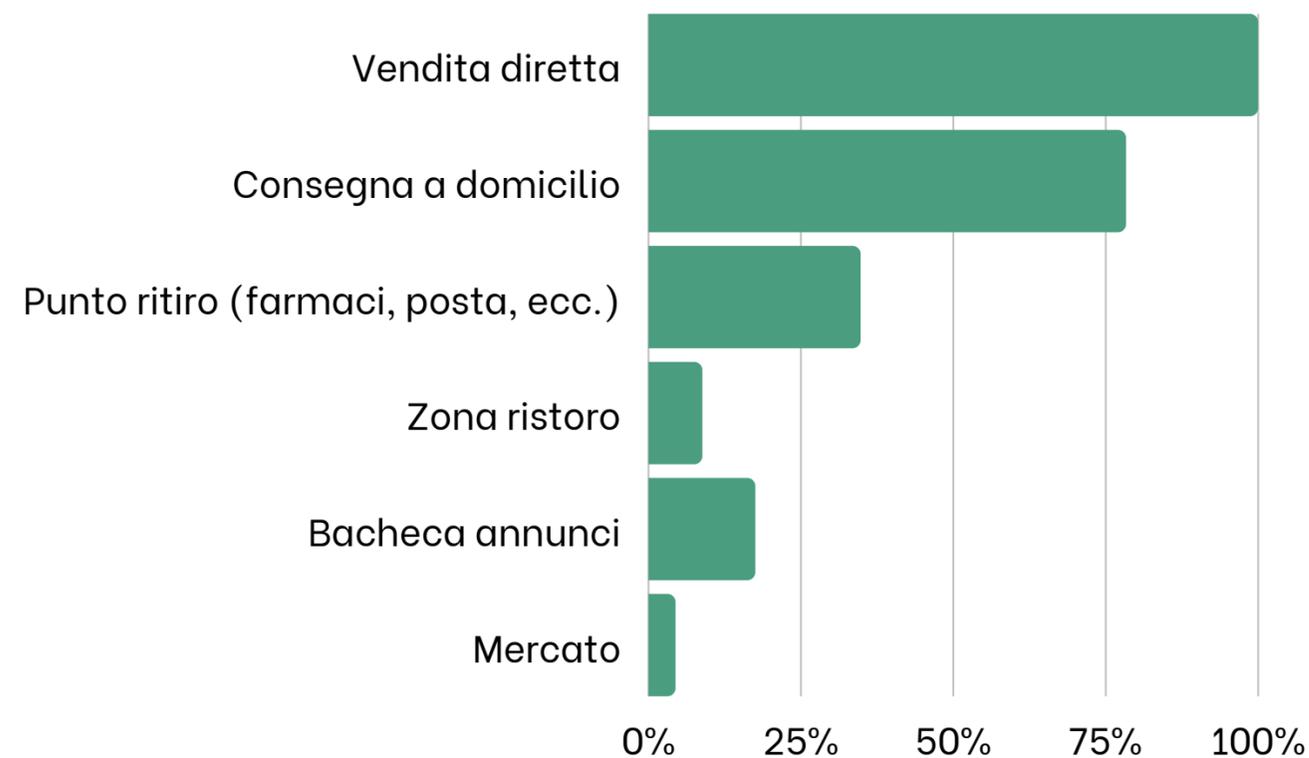


Grafico. 5 Tipi di servizi offerti



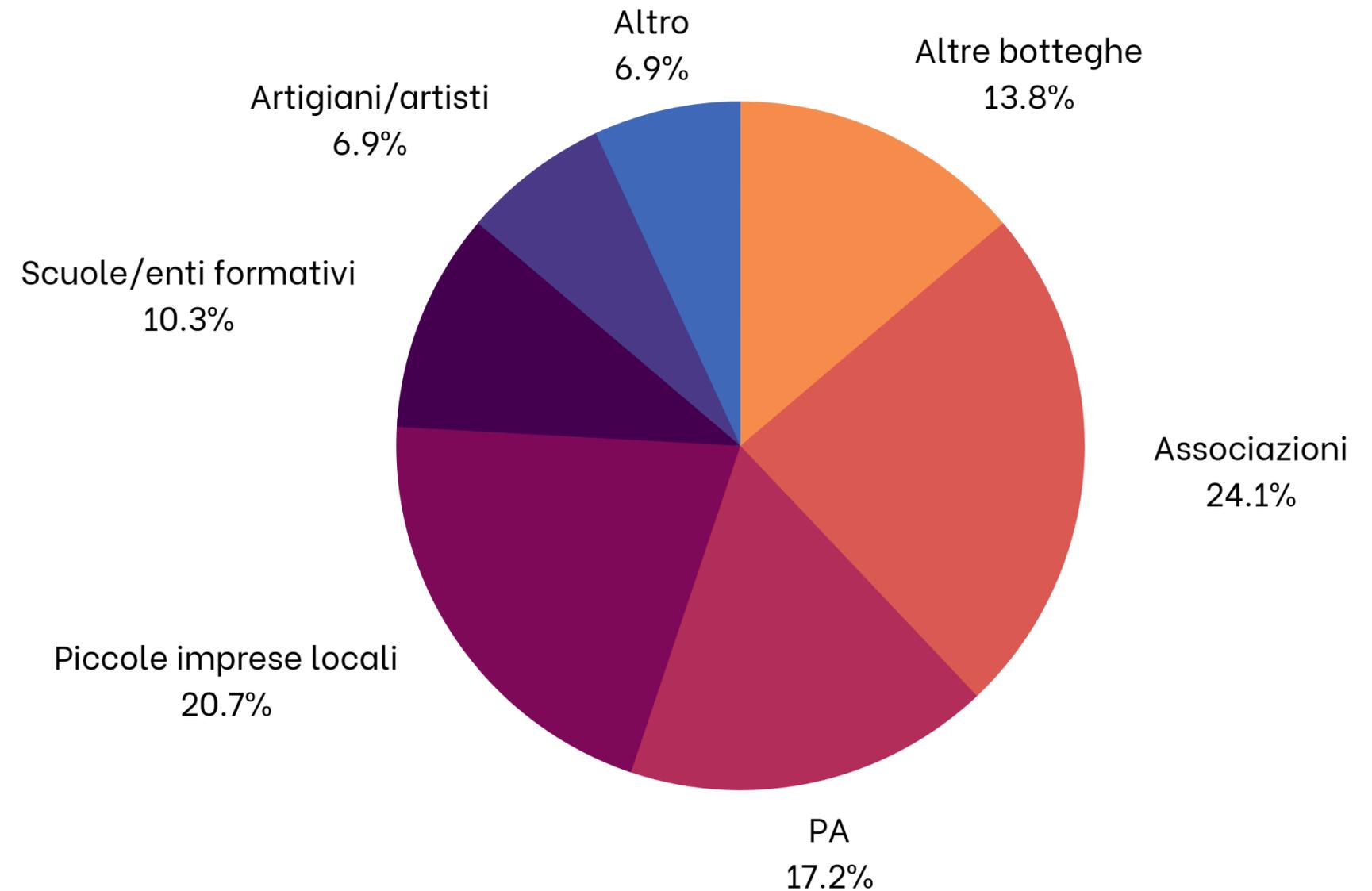
ATTIVITÀ SVOLTE

2. INTERVISTE

56,5% dei soggetti collabora con vari attori.

CON CHI COLLABORANO LE BOTTEGHE?

Grafico. 6 Attori con cui le botteghe collaborano



ATTIVITÀ SVOLTE

TIPI DI CLIENTI E RELAZIONI

2. INTERVISTE

61% dei gestori ritiene che la propria bottega sia di fondamentale importanza (**voto 5/5**) per servire l'area in cui si inserisce, però ritengono che pochi altri siano consapevoli di questo valore.

Alla domanda *“pensi che il consumatore, turista medio e la Pubblica Amministrazione colgano l'importanza della tua attività?”* essi attribuiscono:



Voto 2.8/5 per cliente medio



Voto 3.6/5 per turista medio

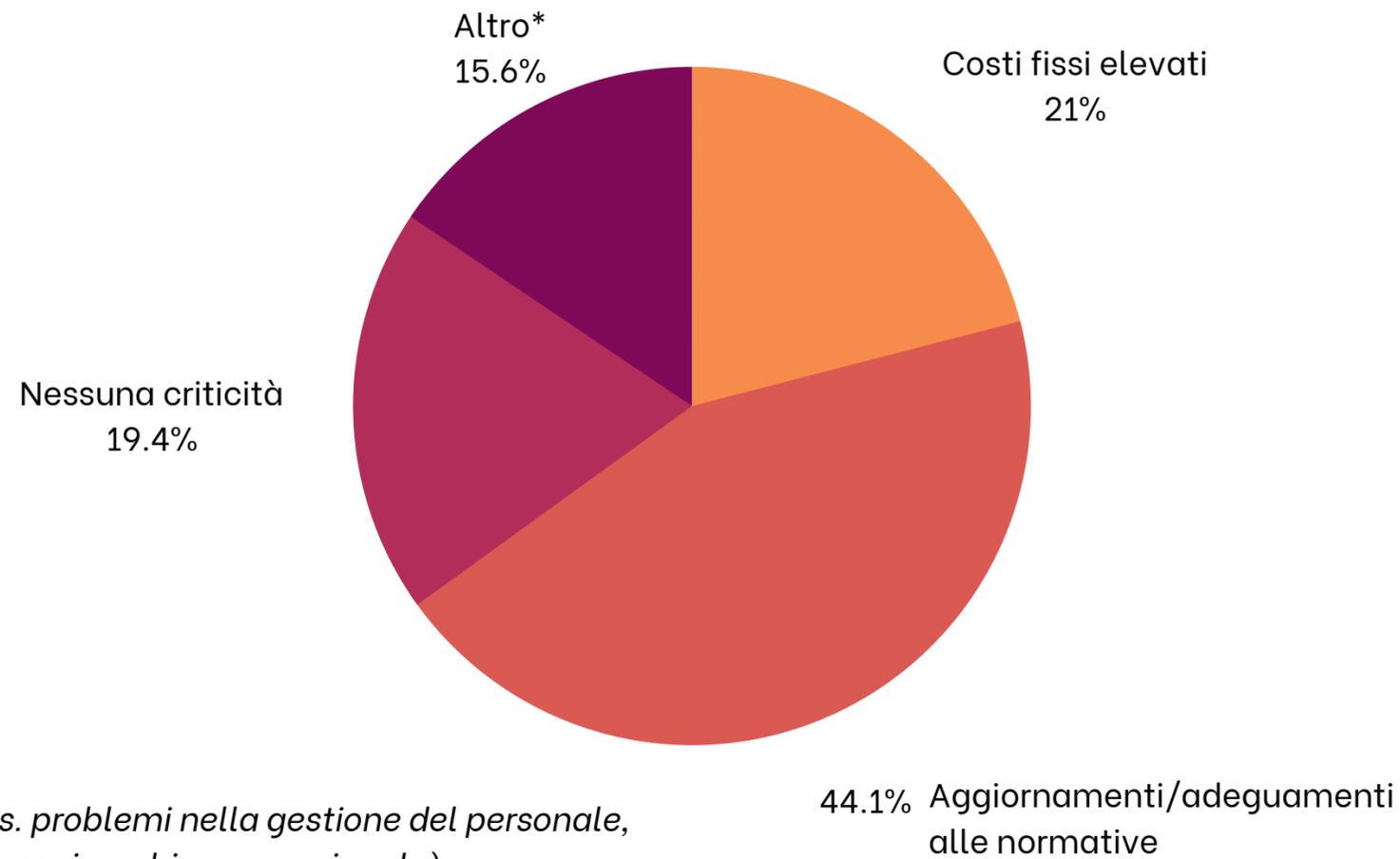


Voto 2/5 per PA

2. INTERVISTE

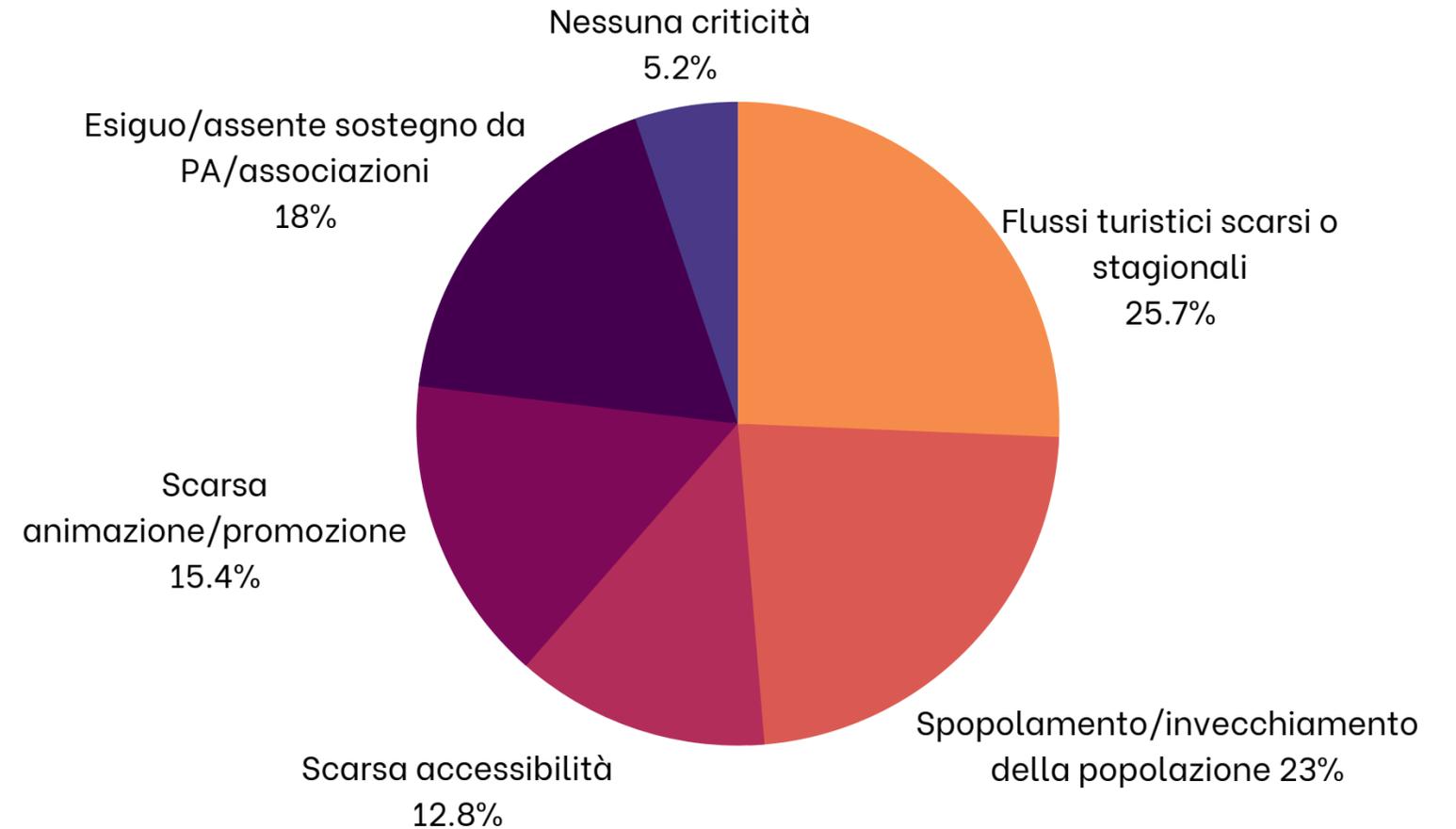
CRITICITÀ COMUNI

Grafico. 7 Criticità interne



*(Es. problemi nella gestione del personale, scarso ricambio generazionale)

Grafico. 8 Criticità esterne



ATTIVITÀ SVOLTE

3. FOCUS GROUP

1°

22.02.2022: incontro con i gestori di bottega.

2°

28.02.2022: incontro con i produttori di generi alimentari, le associazioni di categoria e i distretti del commercio.

3°

14.03.2022: incontro con le Pubbliche Amministrazioni e tutti gli altri invitati prima.



ATTIVITÀ SVOLTE

3. FOCUS GROUP

CONSIDERAZIONI EMERSE

CRITICITÀ:

- connessione internet;
- viabilità nella Valle Seriana;
- relazione difficile con organi di controllo e altri stakeholder;
- prezzi non concorrenziali;
- percezione del prodotto non in linea con le nuove abitudini di consumo.

38% dei bottegai considera i *costi elevati* (affitto, risorse, stoccaggio, trasporto, etc) come la maggiore criticità; mentre **31%** di loro sceglie lo *spopolamento*.

OPPORTUNITÀ:

- buona relazione con i clienti;
- consumo dei prodotti locali in aumento;
- collaborazione con le aziende agricole;
- turismo rurale;
- dialogo con le PA (gestione del suolo, contributi, ecc.).

60% dei bottegai ritiene che la propria attività sarà legata ai multiservizi (consegna a domicilio, ritiro pacchi;) in futuro; mentre il **40%** di loro opta per il turismo.

ATTIVITÀ SVOLTE

3. FOCUS GROUP



ATTIVITÀ SVOLTE

4. SENSIBILIZZAZIONE NELLE SCUOLE

5

SCUOLE SELEZIONATE

Le scuole primarie di Bratto, Cerete, Valbondione, Gromo S. Marino e ABF di Clusone.

3

INCONTRI

Divisi tra attività ludiche ed educative, interviste ai bottegai e laboratori.



OBIETTIVI:

- **far conoscere cos'è una bottega di montagna.** L'importanza dell'economia locale, come riconoscere i prodotti locali a km 0 e la filiera da produttore al consumatore;
- **far avvicinare gli studenti alla bottega.**



ATTIVITÀ SVOLTE

5. CONCORSO FOTOGRAFICO

- 47 immagini raccolte e pubblicate sulla pagina Facebook dedicata “Bottega Vicina”;
- 3 vincitori.

CONCORSO FOTOGRAFICO A PREMI

DAL 16 MARZO AL 16 GIUGNO 2022

Una Bottega Vicina in 1 Scatto

TEMA:



La bottega di montagna raccontata attraverso immagini emozionali che hanno come obiettivo quello di far conoscere, attraverso la fotografia, il valore dei negozi di paese come presidi sociali, luoghi di incontro e scambio, servizi preziosi per la comunità.



In collaborazione con:



INFO e REGOLAMENTO:



www.galvalleserianaedeilaghi.com

SEGUICI SU:



Bottega vicina



PROSSIME TAPPE

AZIONI COMUNI

IL VADEMECUM

Realizzazione di un documento guida a supporto dei piccoli esercizi commerciali sugli aspetti e problematiche fiscali e amministrative e proposte per il miglioramento dello status quo.

COMUNICAZIONE E MARKETING

Sia verso l'esterno (sviluppo di un pacchetto per la promozione turistica) sia verso l'interno (materiale informativo per target interni all'area).



Grazie dell'attenzione!

