

ATTI

Dell'evento conclusivo del progetto "Una Montagna di Botteghe"

19 novembre 2022, Castione della Presolana

Il giorno 19 Novembre 2022 si è svolto l'evento conclusivo del progetto "Una Montagna di Botteghe", comune a tutti i GAL partner del progetto. Durante la mattinata si è svolto un convegno che ha visto l'intervento di numerosi rappresentanti e attori dei territori coinvolti nel progetto e non solo, attraverso i cui interventi e scambi vengono tratteggiate le prime conclusioni sul significato del progetto stesso, la sua importanza per le botteghe di montagna e le comunità che ruotano intorno ad esse e, soprattutto, le azioni future da intraprendere a seguito della prima fase di studio, sensibilizzazione e sperimentazione messa in atto nel periodo di progetto. Molti sono i temi, le criticità e le opportunità rilevate dagli interventi, di cui si dà una sintesi nel presente documento: essi rappresentano una prima definizione dei punti chiave per la definizione di un piano di valorizzazione delle botteghe di montagna.

- Cristina Paulato, Giornalista Caposervizio di Orobie

Orobie è una rivista che tratta di territorio non solamente attraverso la lente del turismo ma soprattutto dal punto di vista degli abitanti e di coloro che amano la montagna. La rivista si sente vicino alle storie dei bottegai, che decide di raccontare. Le botteghe sono definite come negozi di vicinanza, importantissimi ovunque ma soprattutto nelle zone rurali, per il loro ruolo di sentinelle e punti di riferimento sociale, di cui sembra essersi presa maggiore consapevolezza a seguito del lockdown.

SALUTI ISTITUZIONALI

- Riccardo Medici, Consigliere del Comune di Castione della Presolana

Castione della Presolana si presenta come esempio virtuoso per quanto riguarda il tema delle botteghe e dei negozi di prossimità: nella frazione Dorga che ospita il convegno, infatti, non vi sono botteghe disponibili per vendita o affitto, poiché tutti gli ambienti risultano occupati, dimostrando un trend molto positivo di vendita. È giusto, inoltre, ridare un valore sociale alle botteghe soprattutto in un momento in cui la montagna è considerata "di moda".

- Giovanmaria Flocchini, Presidente della Comunità Montana Valle Sabbia

La bottega è un presidio e servizio fondamentale, non solo per il turista ma anche e soprattutto per l'abitante e, ancor di più, per le località intermedie, cioè quelle considerate dai turisti solo come luoghi di passaggio e quindi vissute solamente dalla popolazione residente. Grazie ai fondi del GAL, nel comune amministrato da Flocchini è stata possibile l'apertura di due nuove botteghe. Viene offerto uno stimolo per il futuro: che le risorse possano essere impiegate non solo per l'apertura dei negozi, ma anche per investimenti in genere, mantenimento, stipendi e spese.

- Luca Personeni, Vicepresidente del GAL Valle Brembana 2020

È importante che il progetto "Una Montagna di Botteghe" non sia fine a se stesso. Il progetto è stato infatti ambizioso e l'auspicio è quello che vi possa essere interventi politici effettivi come una

revisione fiscale, normativa e previdenziale che permetta la sussistenza di reddito e servizi, elementi fondamentali affinché vivere e fare attività economica in montagna sia possibile. È inoltre importante ristabilire un corretto rapporto tra il tempo dedicato alla propria attività in bottega e il reddito che questa genera. È chiaro che questa operazione non sia di competenza dei GAL, ma debba essere promossa dalle istituzioni regionali o statali.

- Cinzia Baronchelli, consigliera del GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi delegata al progetto e vicepresidente di Confcooperative Bergamo

È di fondamentale importanza una sinergia tra la parte politica e quella tecnica. In controtendenza con Castione della Presolana, i dati nazionali riguardo i piccoli esercizi commerciali si pongono in netta opposizione. Si auspica lo sviluppo di una “Montagna 2.0” poiché, senza cambiamenti, non si può andare avanti. È imprescindibile, inoltre, la consapevolezza del ruolo delle botteghe, sviluppabile anche e soprattutto attraverso la creazione di una coscienza all'interno delle scuole e delle famiglie.

OBIETTIVI E RISULTATI DEL PROGETTO “UNA MONTAGNA DI BOTTEGHE”

- Nicola Gallinaro, direttore del GAL GardaValsabbia2020

La nascita del progetto è avvenuta in un pranzo con Giovanni Teneggi, direttore generale di Confcooperative Reggio Emilia. L'idea di concentrarsi sul commercio di montagna, un tema non ancora approfondito, è nata in pochi minuti. Dal momento in cui il tema ha iniziato ad essere approfondito con questo progetto, è stato necessario procedere con una fase di organizzazione e raccolta dati, in modo da avere a disposizione informazioni concrete e capire effettivamente di cosa si stesse trattando. Tra le varie informazioni ottenute, spiccano quelle che riferiscono di un cambio generazionale in corso e quelle che restituiscono porzioni di territorio prive di botteghe. Le informazioni sono state raccolte attraverso una mappatura quali-quantitativa che ha indagato le criticità, le potenzialità e la necessità di intervento nell'ambito delle botteghe di montagna in generale. È emerso che si tratta di un tema su cui si può molto lavorare: la bottega di montagna intercetta più necessità e crea lavoro in più ambiti e, grazie al suo effetto moltiplicatore, può arrecare benefici anche, ad esempio, agli agricoltori locali e ai visitatori. La bottega, infatti, in un'ottica di sopravvivenza a breve e lungo termine, dovrebbe orientarsi verso una funzione di attività multiservizio, promuovendo innanzitutto una buona qualità della vita per la comunità locale, con la consapevolezza che sarà questo elemento ad attrarre anche chi viene da fuori.

Il territorio del GAL GardaValsabbia2020 offre alcuni esempi virtuosi:

- La Cooperativa La Savallese di Casto (BS), grazie a un accordo con Conad, è riuscita a garantire il servizio di bottega sul territorio;
- La frazione Livemmo del Comune di Pertica Alta (BS), grazie ai fondi GAL, dispone di attività attorno cui si fa comunità.

Nei nostri territori non ci sono quindi solo grandi criticità, ma anche esempi virtuosi. Il progetto potrebbe essere un esempio pilota per la montagna, che va sviluppato e sostenuto dalla politica attraverso un'azione coordinata. Già ora, il progetto è stato di modello per la creazione di un progetto simile nella Regione Calabria.

Un elemento significativo restituito dalla raccolta dati è che le nuove aperture si verificano prevalentemente tramite cooperazione. L'apertura di nuove attività non deve far però dimenticare l'importanza di sostenere quelle già esistenti.

- Veronica Fanchini, direttrice del GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi

Nell'ambito del progetto sono state realizzate alcune visite di studio, anche in territori extra progetto. Le visite, soprattutto quella effettuata in Abruzzo, sono state di grande importanza poiché hanno permesso la scoperta e lo scambio con altre realtà. La partecipazione delle botteghe è forse stata al di sotto delle aspettative a causa degli impegni e delle criticità che i bottegai si trovano a dover gestire quotidianamente, ma un ottimo segnale è stato il generale interesse degli amministratori comunali, che hanno partecipato alle visite e che hanno permesso la contaminazione dei territori e l'investigazione di modelli alternativi per superare le criticità esistenti. L'evoluzione degli esercizi commerciali si prefigura inevitabile per la loro permanenza, attraverso operazioni di scambio e confronto con la comunità e la necessità di una costruzione identitaria da svolgersi all'interno delle scuole con i bambini, avamposto del futuro.

INTERVENTI

- Alberto Brivio, Presidente di Imprese&Territorio e di Coldiretti Bergamo

Il progetto merita complimenti poiché si è prefigurato come elemento di restituzione e conoscenza della realtà. Più che di servizi sarebbe opportuno parlare di “valori del territorio”, attraverso uno sviluppo che non sia solamente economico ma che operi anche su una promozione a livello sociale. Per riuscire in questo obiettivo è necessario mettere da parte i campanilismi e strutturare progettualità. Risulta necessario un intervento dalla politica che permetta sostenibilità - non solo economica ma anche sociale - e che si agisca su leggi esistenti e limitanti come il vincolo per la presenza di tabaccherie in relazione al numero di abitanti: il territorio montano, infatti, ne risulta penalizzato a causa della delocalizzazione di nuclei abitati e abitanti, che si ritrovano spesso in frazioni distanti dalla frazione capoluogo, privi e privati di servizi essenziali. La digitalizzazione è tra gli elementi fondamentali per lo sviluppo montano, ma non deve diventare l'elemento totalizzante a scapito di altri. La bottega ha la potenzialità di essere un volano di sviluppo locale attraverso la vendita di prodotti locali, che non devono ricondursi e ridursi solamente a quelli gastronomici, ma includere anche le eccellenze artigianali in generale. Il dato che rileva come in alcuni territori di progetto l'occupazione femminile risulti più elevata di quella maschile denota una controtendenza rispetto ai dati nazionali che andrebbe indagata e presa a modello per contrastare la disuguaglianza di genere anche in dimensioni territoriali più vaste. In conclusione, il cambiamento può essere effettuato solamente attraverso una promozione culturale.

- Tiziano Maffezzini, Presidente di UNCEM Lombardia

È molto positivo vedere la vicinanza e la partecipazione delle istituzioni e che queste siano percepite dai bottegai: l'aspetto comunitario e la necessità di sentire di appartenere a una comunità vengono troppo spesso sottovalutati. Le botteghe di montagna sono ora da pensarsi come esercizi polivalenti (bar, parafarmacie, ecc.) e un intervento politico si prefigura come necessario per la definizione della natura giuridica di questi esercizi. Sono inoltre necessari provvedimenti per snellire la burocrazia e per poter delineare un modello di fiscalità differenziata e peculiare per la montagna, che risulta spesso penalizzata per motivi logistici, di spostamento, consumo energetico e per il bacino d'utenza più limitato rispetto a quello dell'ambiente urbano. L'evoluzione delle botteghe passa anche dalla digitalizzazione e dall'implementazione del commercio online, elementi ormai parte della nostra realtà e non più ignorabili nemmeno sul piano locale. Per una bottega di montagna è poi una necessità il distinguersi dalla grande distribuzione, facendo della tipicità un valore importante. In contrasto con

lo spopolamento è necessario agire in primo luogo su chi già vive il territorio e solo in un secondo momento avere come target chi viene da fuori. Dal momento in cui in montagna si può vivere solo facendo reddito, gli attori della montagna di ogni livello si uniscano e facciano corpo insieme, creando una *lobby della montagna*.

TAVOLA ROTONDA

“RIFLESSIONI SUL RUOLO DELLE BOTTEGHE DI MONTAGNA”

- Giovanmaria Flocchini, Presidente della Comunità Montana Valle Sabbia

L'intervento pubblico è una necessità per poter sostenere i privati, che si trovano spesso a dover fronteggiare spese troppo alte per le loro possibilità. Nel comune che Flocchini amministra, Pertica Alta (BS), e in un comune limitrofo, grazie ai fondi del GAL e al sistema cooperativo, è stata possibile l'apertura di due botteghe. Nel comune di Valvestino una nuova apertura è stata invece possibile grazie all'intervento dei privati e all'attenzione riservata dall'amministrazione comunale. Una di queste botteghe è aperta solo alcuni giorni a settimana e per un numero limitato di ore, così da poter garantire un servizio ai pochi abitanti presenti contenendo le spese.

- Alessandro Bigoni, Vicepresidente della Comunità Montana dei Laghi Bergamaschi

È di fondamentale importanza comprendere che, come restituito dai dati ottenuti dalle indagini, i problemi dei territori montani sono comuni poiché della montagna in quanto tale ed è necessario agire compatti, sganciandosi dalla logica individuale tipica dell'ambiente e della gente di montagna. Gli abitanti delle Comunità Montane presenti sono in numero superiore a quello di tre città come Bergamo. Si pone l'esempio in cui, se tre sindaci di una città come Bergamo si unissero e pubblicassero un comunicato stampa coeso avrebbero certamente una grande risonanza: noi dovremmo fare lo stesso. Come affermò Annibale Salsa, antropologo della montagna, il sistema economico italiano funziona solo nella situazione in cui la montagna funziona e trascina: non sono le città e le pianure a trainare il sistema, ma la montagna. Allo stesso modo, non sono le città ad aver creato le montagne, ma proprio il contrario. Bisogna, quindi, renderci conto della nostra capacità e l'unica via percorribile è quella di uscire dalla mentalità individualista e agire in un sistema di rete.

- Fabio Ferrari, Consigliere della Provincia di Bergamo delegato a Montagna - Agricoltura e Agroalimentare

È importante rifornirsi nei negozi di montagna del proprio paese per scongiurare una crisi sociale, prima che turistica. Nel territorio è inoltre presente un problema di ricambio generazionale, evidente soprattutto nel settore ricettivo. La Provincia di Bergamo ha presentato la propria candidatura a un bando del Ministero del Turismo che si è posto l'ambizioso obiettivo di mettere sullo stesso piano tutta la montagna bergamasca, riconoscendole pari dignità. La Provincia, sempre agendo in ottica di rete, ha inoltre presentato la propria candidatura al bando Erasmus+ in partenariato con la Slovenia. Il fare rete si prefigura quindi come l'unica via per uno sviluppo efficace ed efficiente.

- Roberto Facchinetti, Presidente della Comunità Montagna Valle Imagna

Lo studio effettuato nell'ambito “una Montagna di Botteghe” ha fornito elementi importanti e preziosi che devono essere raccolti dalla politica e tradotti in azioni concrete. Per snellire la burocrazia, si prefigura opportuna l'implementazione di nuovi posti nel pubblico.

- Jonathan Lobati, Presidente della Comunità Montana Valle Brembana

Se la gente di montagna va in città perché non è ipotizzabile che possa accadere anche il contrario? Quando si parla di “servizi” si tende sempre a pensare servizi pubblici come poste, banche e ospedali e si tende a dimenticare quegli esercizi privati con funzione di pubblico servizio, proprio come le botteghe, che vendono beni di prima necessità: il primo esempio che viene in mente è la necessità quotidiana di acquistare il pane, non possibile in poste, banche e ospedali. Per garantire questi servizi sarebbe necessario introdurre uno standard fisso minimo di servizi che devono essere garantiti a prescindere dalla dimensione delle comunità che, se sostenibile, sarà garantito dal privato, altrimenti verrà mantenuto attraverso un contributo pubblico. Questo non solo attraverso fondi a disposizione per gli investimenti, ma anche attraverso un contributo statale che, anche se non ingente, sia costante nel tempo e consenta alla bottega di rimanere aperta e svolgere la sua funzione di presidio sociale e addirittura di sicurezza pubblica. Fondamentale è anche uscire dalla narrazione dell'emergenza, per affrontare i problemi strutturali in quanto tali e in particolare la polarizzazione tra la città e la montagna, sempre più adibita a “parco giochi” per i residenti delle aree urbane a scapito delle reali necessità dei residenti. L'origine del male è qui definita come la scelta di non garantire servizi da parte delle istituzioni statali e regionali.

- Romina Riccardi, Sindaca di Valbondione

L'intervento si compone anche dell'esperienza personale della sindaca, che in passato gestiva una bottega insieme alla sorella. Il lavoro la occupava 7 giorni su 7 e questo ha inevitabilmente inciso sulla gestione del tempo, anche di quello privato. Inoltre, la stagionalità turistica ha fatto – e tutt'ora fa sì che nei periodi di picco il lavoro richieda l'assunzione anche di due dipendenti, mentre nelle fasi di depressione della stagionalità sia “quasi in esubero” il proprietario stesso. Certamente sarebbe auspicabile un intervento da parte dello Stato. Valbondione offre però un esempio virtuoso: la disciplina del pagamento dei parcheggi nel Comune, infatti, prevede che il 10% del ricavato della vendita dei biglietti rimanga come guadagno al commerciante che ha venduto il biglietto. In questo modo, l'attività che ha venduto più ticket del parcheggio in Valbondione (34mila euro in un anno) ha guadagnato 3400 euro. Il Comune ha inoltre istituito dei gemellaggi con comuni europei, in modo da poter favorire lo scambio culturale e il turismo e dare anche un'impronta culturale per la crescita dei commercianti. Una delle criticità evidenziate è quella linguistica, che fa mantenere una distanza comunicativa tra il commerciante e il turista, ed è certamente un elemento su cui bisogna agire. Molto degno di nota il motto “mantenere un piede nel borgo e la mente nel mondo”.

- Giampiero Calegari, Presidente della Comunità Montana Valle Seriana

È necessario operare un cambio di narrazione per quanto riguarda i territori di montagna: non è opportuno, infatti, che il biglietto da visita fornito da chi abita la montagna sia spesso composto dagli aspetti negativi. Fondamentale è anche smettere di “piangersi addosso” e agire con pianificazioni adeguate, che permettano anche il ricambio generazionale. Le amministrazioni comunali si stanno dimostrando volenterose di agire e cambiare la situazione, quello che manca è forse un quadro generale da cui poter produrre idee di tutti per il sistema nella sua globalità, includendo anche le botteghe.

CONCLUSIONE

- Giovanni Teneggi, Direttore di Confcooperative Reggio Emilia

L'elemento che apre la conclusione è il concetto per cui, per far resistere le montagne, bisogna far sì che queste siano felici. Il raggiungimento di questo obiettivo passa attraverso diversi elementi: :

1. Il primo compito è quello di tenere una forte fede in quanto affermato durante il convegno, attraverso i seguenti elementi: il consenso, il potere, le competenze e l'autorevolezza;
2. Il titolo "Una Montagna di Botteghe" è eloquente e mostra la natura del progetto: la differenza con un eventuale nome simile tipo "Una Bottega di Montagna" sta nel fatto che il nome scelto indica una montagna con tutti i suoi elementi al suo interno, le botteghe con le loro montagne fuori e la montagna che, di queste botteghe, non è somma ma curatrice. Si evince che il tema è quello della "montagna vivibile";
3. La questione delle botteghe di montagna e della stessa vita della montagna è anche una questione di postura e sguardi sfidanti: in un intervento precedente è stato affermato che "non abbiamo bisogno di guardare a noi stessi, ma di guardare di fianco e davanti". Adottando il gergo fotografico, è necessario utilizzare il grandangolo, non più macro e zoom;
4. Oltre al coinvolgimento dei bambini è bene sottolineare che sia di fondamentale importanza coinvolgere anche i ragazzi e i giovani adulti: i bambini tendono più facilmente a stare alla consegna degli adulti, disegnando, ad esempio, la bottega del paese e il paese stesso, mentre i giovani e i giovani adulti dai 16-18 anni ai 25-30 disegnano ciò a cui ambiscono. Oltre all'educazione civica si prospetta quindi necessaria anche un'educazione politica, al fine di comprendere il valore del locale, per una cittadinanza rinnovata e intraprendente;
5. In un intervento precedente, il ruolo delle botteghe è stato definito essenziale come quello del medico. Chi lo avrebbe potuto dire o immaginare? Questa affermazione risulta clamorosamente interessante. Il cambiamento non può avvenire solamente attraverso un cambio di narrazione ma con la redazione e la creazione di un modello economico, attraverso un'opera di modernizzazione. La montagna è nella posizione di mettere in discussione cosa sia economia e di proporre un nuovo modello di economia e di comunità;
6. La modernizzazione passa anche attraverso la concezione culturale delle persone di montagna: non è corretto affermare che "le persone di montagna fanno tutto": non è vero e non è più vero, una ricognizione puntuale è necessariamente da svolgersi e sarà la base per una progettazione credibile ed efficace. Risulta fondamentale anche la *conoscenza narrativa dei luoghi*: attualmente, infatti, la chiusura di un'attività commerciale, bar o bottega che sia, fa scalpore ma solamente se questa riguarda l'ultima attività di quel tipo presente in paese, poiché considerato evento collettivo. Il campanello d'allarme dovrebbe invece suonare già dalla prima chiusura, che è invece ritenuta un fatto privato e personale, dettato dalle scelte individuali del proprietario.

Questo discorso si ricollega al tema del "fare comunità", spesso elogiato come elemento cardine del passato montano: la montagna era fatica e la comunità non era un valore, poiché non è che si era più buoni, ma più intelligenti e intelligenti di un'*intelligenza creativa*. La comunità era una dimensione strumentale necessaria al raggiungimento della realizzazione individuale.

Anche oggi, infatti, fare bottega in modo comunitario e non individuale è tecnica;

7. Ci troviamo di fronte a un bivio su come vogliamo la montagna del futuro: vogliamo essere predati o vivere? La continuità di domanda esterna resterà: i visitatori cercano il nostro fresco, i nostri paesaggi, la nostra spiritualità, la nostra cultura e la nostra prossimità. Per poter vivere

è necessario produrre comunità, come fatto intenzionale, competente e di specializzazione: non bisogna consumare comunità ma produrre una filiera comunitaria di desideri, possibilità e indotto economico.

8. Il progetto “Una Montagna di Botteghe” è stato un esperimento straordinario che non si deve però limitare ad essere “un’oasi di progettazione sperimentale”, innovativa e terza, ma diventare una progettualità strutturata e di successo, intercettando i seguenti elementi:

- Visione
- Competenza
- Determinazione politica
- Realizzabilità tecnica
- Intenzione imprenditoriale
- Biografie delle persone

Affinché una progettazione di questo tipo diventi ordinaria è imprescindibile tenere fede a ciò che è stato affermato durante il convegno, con competenza, potere, autorevolezza e intenzionalità.

Una particolare rilevanza è opportuno darla alle biografie: ogni attore della montagna ha la propria e ognuna merita di essere tenuta in considerazione. È necessario essere insieme per fare, per credere e per tenere fede.

La riflessione conclusiva nasce da una domanda: a chi vogliamo lasciare la nostra eredità? Continuando a percorrere la strada attuale, le nostre eredità serviranno per la continuità dei figli degli altri, che significa per la comunità in senso ampio e fuori dalla logica della trasmissione diretta da genitori a figli.