a Ugo Baldini

Rapporto Montagne Italia 2016

FMI - Fondazione Montagne Italia

Fondazione Montagne Italia

Presidente
on. Enrico Borghi

V.Presidente
Carlo Personeni

Segretario Generale
Enrico Petriccioli

Consiglieri di Amministrazione:
Jean Barocco, Vincenzo Mazzei;
Domenico Romano, Sebastiano Massa

Revisore
Carlo Terzoli

Direttore scientifico
Luca Lo Bianco

Comitato scientifico
Aldo Audisio
Fabrizio Barca
Aldo Bonomi
Andrea Cirelli
Giuseppe De Rita
Anna Giorgi
Giampiero Lupatelli
Elio Manti
Marco Mari
Davide Marino
Davide Pettenella
Fabio Piacenti
Riccardo Santolini
Laura Secco
Patrick Therisod
Giovanni Vetritto

Il Rapporto

Direttore scientifico
Luca Lo Bianco

Per lo scenario socio-economico e territoriale
Caire Consorzio
Giampiero Lupatelli
Omar Tondelli
Davide Frigeri
Francesco Avesani
Lorenzo Baldini
Contardo Crotti
Antonio Pisanò
Edy Zatta

Sezione "Le Voci della Montagna":
Eures Ricerche Economiche e Sociali
Fabio Piacenti
Lucrezia Bottiglieri
Alessandra Curti
Arianna Pugliese
Matteo Valido
Viviana Vassura

Inoltre
Franco D'Amore
Silvia D'Annibale
Salvatore Leto
Davide Marino
Marco Stefanetta
Romina Zago

Progetto editoriale
Antonella Borghi - *Caire Consorzio*

Ufficio Stampa e Comunicazione
Maria Teresa Pellicori
Marco Bussone

Segreteria FMI
Antonella Fiumanò

Si ringraziano:
Sonja Santillo, Segreteria presidenza Uncem e Joelle Clemente, Amministrazione Uncem

Si ringraziano vivamente per la cortese collaborazione gli operatori economici che hanno dedicato il loro prezioso tempo all'indagine campionaria e i rappresentanti del mondo delle imprese, di associazioni, fondazioni e Istituzioni, oltre agli esperti del mondo dell'Università e della ricerca che hanno fornito il loro contributo qualificato per l'indagine qualitativa.

INDICE

Premessa - Enrico Borghi *Presidente Fondazione Montagne Italia* 5
Introduzione - Luca Lo Bianco *Direttore Scientifico Fondazione Montagne Italia* 7
Abstract - Geografie della montagna - Giampiero Lupatelli *CAIRE CONSORZIO* 11
Abstract - Le voci della montagna - Fabio Piacenti *Presidente EURES* 15

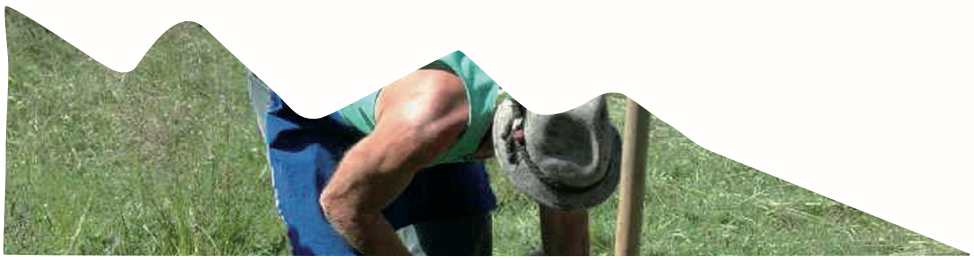
A LA MONTAGNA DEL CAMBIAMENTO 25
A.1 La popolazione 30
A.2 Gli stranieri 40
A.3 I giovani e gli anziani 52
A.4 Le imprese 62
Approfondimenti: RESTARTAPP 66
A.5 Il reddito 76

B LA MONTAGNA DELLA SOSTENIBILITA' 89
B.1 La mobilità sostenibile 94
B.2 L'energia 112
Approfondimenti: Concessioni idroelettriche 124
B.3 I rifiuti 136
B.4 La manutenzione territoriale e il rischio di frana 144
B.5 I servizi ecosistemici 156
Approfondimenti: Il progetto Life - Making Good natura sul pagamento dei servizi ecosistemici 159

C LA MONTAGNA DELLE COMUNITA' 167
C.1 I borghi e le Comunità 172
Approfondimenti: ART BONUS 176
C.2 Le Comunità e la *Governance* 192
Approfondimenti: WELFARE MAIL: Ecco Fatto! 196

D LE VOCI DELLA MONTAGNA 203
D.1 Indagine campionaria tra le imprese 204
D.2 Le interviste in profondità 267
APPENDICE | le interviste in profondità 291

GLOSSARIO INDICATORI 329



Premessa

La vocazione della Fondazione Montagne Italia di essere centro di analisi e monitoraggio del territorio montano italiano, luogo di sperimentazione e raccolta di politiche e buone pratiche, collettore di esperienze e modelli innovativi di governance, si concretizza anche quest'anno nel Rapporto Montagne Italia 2016. Un compito non facile, in quanto la montagna italiana continua ad essere uno spazio estremamente frammentato nella sua rappresentanza istituzionale e un territorio sempre più interessato da fenomeni di trasformazioni economiche, sociali e culturali generate dalla globalizzazione. Peraltro, alla luce di tutto ciò e nonostante siano trascorsi 70 anni dalla sua approvazione, l'articolo 44 della nostra Costituzione, con il riferimento al corretto sfruttamento del suolo, affermazione che anticipa il concetto di sviluppo sostenibile, e quello relativo al conseguimento di equi rapporti sociali dall'altra, si rivela attualissimo.

Ma se è vero che gli obiettivi sono gli stessi di 70 anni fa, è il contesto istituzionale, oltre che chiaramente socioeconomico, ad essere profondamente mutato.

La trasformazione delle Comunità Montane in Unioni di Comuni stabilita dalla legge Delrio sta avvenendo con non poche difficoltà sui territori. L'azzeramento del fondo ordinario alle comunità montane e il trasferimento della competenza territoriale delle aree montane alle Regioni ha di fatto cancellato il sistema di governance della montagna senza però creare le condizioni per uno sviluppo autonomo di quei territori.

Ad invertire questo trend, o meglio a colmare questo vuoto, abbiamo provato con la legge sulla green economy, il collegato ambientale alla legge di stabilità 2016, che rappresenta il primo testo di legge organico su questi temi e che per la prima volta entra nel merito della gestione dei *beni comuni* della montagna, nel segno delle semplificazione e del riutilizzo delle risorse naturali e della sostenibilità ambientale, prevedendo incentivi per premiare i comportamenti virtuosi di consumatori, produttori e istituzioni.

La montagna oggi, o meglio "le" montagne oggi, sono il laboratorio che anticipa dinamiche che interesseranno l'intero Paese fra pochi anni in termini di sviluppo sostenibile e di sperimentazione delle modalità con le quali coniughiamo un nuovo modello di crescita.

Come emerge dai numeri del Rapporto, in montagna assistiamo a due flussi di "ristrutturazione demografica" che verosimilmente si diffonderanno a breve sul territorio nazionale. In primo luogo un tendenziale invecchiamento della popolazione, fattore che può rappresentare anche una straordinaria risorsa se consideriamo la potenzialità di un segmento demografico che esce dal mercato del lavoro ma che

ha di fronte a sè una prospettiva di vita ancora lunga. In secondo luogo, la rilevante presenza di immigrati che si stanno sostituendo, anche nei cicli produttivi di rilevante importanza, alla manodopera locale che manca.

A questi due aspetti si lega il tema della sostenibilità, che porta con sé la capacità di una comunità di fare delle scelte in rapporto alle proprie specificità. Per questo motivo, per esempio, abbiamo voluto introdurre a livello sistemico nazionale un'esperienza interessante come la oil-free zone nata nel Vanoi Primiero. La possibilità cioè di immaginare che le vallate montane siano anticipatrici di un percorso di progressiva emancipazione dal basso della logica che passa dal fossile alle energie rinnovabili.

Un percorso che trova nella delega data al Governo per l'introduzione del pagamento di servizi ecosistemici ambientali il suo completamento. In base a questa norma, infatti, il Governo dovrà emanare un decreto che stabilisca il valore ecologico ambientale ecosistemico dell'utilizzo dei beni collettivi. Significa che acqua, aria, suolo, stoccaggio della CO2, valore ecosistemico del bosco eccetera diventano improvvisamente risorse quantificabili il valore del quale che deve essere reimpiegato per la tutela, la salvaguardia e la riproduzione del bene e che inevitabilmente porta con sé il tema della riorganizzazione della governance.

Altro settore nevralgico che emerge anche dai numeri del Rapporto è quello agricolo. Abbiamo ottenuto un importante riconoscimento, quello della specificità dell'agricoltura di montagna nel quadro della nuova politica agricola montana, e lo stanziamento di risorse importanti per il periodo di programmazione 2014-2020, ma abbiamo adesso bisogno di finalizzare su questi aspetti le risorse che ci sono e le capacità di far fruttare investimenti e di creare infrastrutture adeguate.

E arriviamo quindi al tema della riorganizzazione dei servizi. Sotto questo profilo diventa fondamentale come assicuriamo il nuovo welfare, la nuova sanità, i nuovi trasporti e la nuova modalità di erogazione dei servizi scolastici in un mondo nel quale aumentano gli anziani, diminuiscono i bambini autoctoni e aumentano i bambini figli degli immigrati. Sono fenomeni che portano nuove opportunità ma che devono essere governati definendo nuovi e più avanzati livelli di integrazione e coesione sia sociale che territoriale. Va in questa direzione la Strategia nazionale per le aree interne, indicata dal Governo italiano come opzione cardine del Piano Nazionale di Riforma (PNR) per contrastare la caduta demografica e rilanciare lo sviluppo e i servizi di queste aree attraverso fondi ordinari della Legge di Stabilità e fondi SIE.

Offriamo quindi al dibattito pubblico il Rapporto Montagne Italia 2016 quale strumento conoscitivo, mappa critica da cui partire per orientare le politiche pubbliche, l'utilizzo delle risorse europee, l'assetto istituzionale dei prossimi anni.

Enrico Borghi
Presidente
Fondazione Montagne Italia

Introduzione

Con questo Rapporto la montagna torna a parlare al Paese. Lo fa attraverso i numeri e le carte che illustrano le dinamiche socio economiche che l'attraversano e sottolineano la esigenza del plurale quando si parla di terre alte. Nella prima parte, infatti, si evidenziano e commentano i dati relativi alla demografia, con grande attenzione ai segnali in controtendenza rispetto al progressivo spopolamento che ha caratterizzato i territori montani. Segnali che evidenziano come politiche di sviluppo che creano possibilità occupazionali e aprono prospettive di vita e di lavoro contribuiscano sensibilmente a frenare lo spopolamento e a invertire la tendenza. Non solo; la montagna si caratterizza sempre più come luogo dell'accoglienza, aperto a quei migranti che possono rappresentare una vera opportunità se si mettono in campo politiche di inclusione. Resta aperta la riflessione sul welfare nei territori montani, sull'offerta di servizi di cittadinanza e anche su quelli rivolti alle imprese e quindi sulle soluzioni innovative (molte delle quali già abbondantemente sperimentate altrove) che possono derivare da un uso della rete, là dove la banda larga lo consente. Non si tratta, per chiarezza, di riproporre nelle aree montane un modello o degli stili di vita metropolitani. Non è questo che vuole chi ha scelto di vivere in quelle aree. E' un dovere, invece, quello di garantire l'accesso a diritti primari come la salute, l'istruzione, la formazione, l'informazione, superando la condizione di permanente fragilità e vulnerabilità che rischiano di caratterizzare la vita di chi lì si trova. Anche quella delle imprese..

I dati ci raccontano che la crisi ha colpito anche nelle aree montane. Eppure vi sono segnali interessanti, come quello delle imprese straniere e nella parte in cui si affronta il tema della sostenibilità si evidenziano luci e ombre di questa fase. La montagna sospesa tra notevoli opportunità, prima fra tutte la valorizzazione del suo immenso capitale naturale, considerata l'introduzione del pagamento dei servizi ecosistemici operata con l'approvazione del Collegato ambientale e le criticità da affrontare. Queste ultime riguardano principalmente i temi della mobilità/connettività, della manutenzione del territorio e, quindi, della gestione del rischio idrogeologico, connessi alla contrazione del lavoro nel settore primario. Per questo, il riconoscimento del ruolo svolto dall'agricoltura e dal territorio agroforestale nei confronti dei servizi ecosistemici, e l'invito a remunerare gli imprenditori agricoli che proteggono, tutelano o forniscono tali servizi rappresentano decisivi passi in avanti e come tali vengono percepiti. Si aprono quindi prospettive nuove che richiedono però un salto culturale e chiamano la montagna ad emanciparsi da condizione di perenne marginalità e ad immaginarsi quale protagonista dello sviluppo e di una rinnovata e diversa relazione con gli altri territori. Ciò non significa che i diversi

attori sociali, economici ed istituzionali che operano, non senza difficoltà, in queste aree non abbiano bisogno di sostegno e supporto. Tra i compiti che la Fondazione si è data ci sono anche questi. Ma è soprattutto in connessione con l'implementazione di interventi e strategie nazionali e europee che possono rivestire una funzione nevralgica per il futuro della montagna che deve prevedersi un concreto apporto in termini di assistenza tecnica capace di connettersi con la dimensione locale.

A quello dei dati abbiamo voluto aggiungere con alcuni brevi focus su tematiche o esperienze particolari, un ulteriore racconto di esperienze che rappresentano un invito a ragionare su temi come il welfare locale, sulla possibilità di attivare nuovi servizi, oppure su questioni aperte, come quelle legate al rinnovo delle concessioni idrogeologiche, su cui il legislatore sarà chiamato a pronunciarsi. Inoltre, si è voluto richiamare l'attenzione su alcuni strumenti come *l'Art bonus* che anche i Comuni montani possono utilizzare per interventi di riqualificazione e recupero di patrimonio storico artistico, così diffuso nel nostro Paese. Sono altrettanti ambiti di lavoro e di iniziativa della Fondazione Montagne Italia

Parlano i dati, dunque, ma non solo quelli. La scelta della Fondazione, fin dalla prima edizione del Rapporto, è stata quella di far esprimere la montagna nelle sue diverse articolazioni, dando la parola a chi nelle terre alte vive , lavora e magari si impegna nelle istituzioni. Nel 2015 erano stati i Sindaci e altre figure impegnate nelle istituzioni a illustraci la loro visione, quella di chi si adopera per governare questa parte del Paese. Erano emerse criticità, come era prevedibile, accanto al forte legame col territorio, alla individuazione di importanti risorse da valorizzare, a partire dal patrimonio naturale, per fare delle montagne il luogo dove sperimentare un nuovo, articolato modello di sviluppo. Da qui la richiesta di infrastrutturazione, le aspettative connesse a novità normative, allora in fase di discussione, relative all'introduzione del pagamento dei servizi eco sistemici, a nuovi strumenti di governace e nei confronti di nuove politiche, a partire dalla Strategia Aree Interne In sostanza, ci si proponeva di ripartire dai nodi fondamentali (salute, istruzione, mobilità/connessione) per tornare a ragionare di politiche di sviluppo in grado di determinare una inversione demografica. Quest'anno la parola è stata data al mondo delle imprese, a quanti continuano a fare della montagna italiana un luogo produttivo, ricco di eccellenze, come si è potuto verificare l'anno scorso all'Expò. Seicento imprenditori a cui è stato chiesto di raccontare la propria esperienza, le esigenze di chi fa impresa e le aspettative per il futuro. Ne è emerso un quadro non banale e tutt'altro che scontato. Radicamento e clientela locale per imprese che nella maggior parte dei casi si tramandano di generazione in generazione, l'utilizzo del passaparola per aggregare clientela (non manca un uso comunque diffuso della rete), segno dell'importanza, soprattutto negli ambiti più circoscritti, dell'aspetto reputazionale, sono elementi che caratterizzano le imprese montane. D'altra parte, per tre quarti degli intervistati il legame con il territorio ha costituito un fattore fondamentale nella scelta della localizzazione. Quest'ultima peraltro è ritenuta un punto di forza per un terzo degli intervistati. Più di quanti ritengano il contrario. Anche qui, la reputazione territoriale è ritenuta un vero e proprio punto di forza, soprattutto al Nord e in alta montagna

ed in particolare nel settore primario, nel commercio e nella ristorazione. Sentono di avere potenzialità e chiedono di essere supportate per farle esplodere. Anche per questo esprimono insoddisfazione per istituzioni nazionali e continentali che avvertono lontane.

Le richieste che formulano sono forse più prevedibili, anche alla luce del Rapporto 2015, dal momento che ineriscono semplificazione burocratica e fiscale, adeguamento infrastrutturale traducibili in maggiore connessione con altri territori e facilità di accesso per chi vuole recarsi nelle terre alte. Infatti, spesso, produzioni insufficienti per accedere ai mercati cittadini possono però costituire un richiamo per il consumo in loco, per viaggiatori interessati al territorio per la bellezza, per le pratiche che consente, per la cura delle relazioni e, nell'offerta, ai prodotti (alimentari inclusi) che di quel territorio esprime. Anche dalle interviste qualitative emerge pertanto la richiesta di intervenire sulle infrastrutture, oltre che di supportare il territorio nell'accesso alle opportunità che in questa fase il legislatore, o l'Unione Europea mette a disposizione. C'è anche l'orgoglio di operare in montagna, consapevoli che ciò vuol dire aver contribuito a tenere viva una parte fondamentale del Paese.

Gli intervistati colgono peraltro le novità contenute nel Collegato Ambientale e il mutamento di prospettiva che determina, introducendo la Strategia delle Green Communities e il pagamento dei servizi eco sistemici, senza nascondersi gli ostacoli presenti sulla strada che porta alla fase attuativa della norma, sottolineando l'esigenza del coinvolgimento pieno del mondo produttivo.

Il Presidente Borghi nella sua prefazione ha richiamato i tratti distintivi del contesto e della fase in cui ci troviamo. Leggendo i risultati delle indagini alla luce delle tendenze socio economiche rilevate, possiamo dire che complessivamente, si guarda con fiducia al futuro, disponibili a investire, energie e risorse, in particolare per affermare una nuova cultura della montagna: la montagna come risorsa, come luogo dell'innovazione, pilastro del nuovo modello di sviluppo del Paese. La Fondazione è al lavoro per questo.

Luca Lo Bianco
Direttore scientifico
Fondazione Montagne Italia

ABSTRACT: Geografie della montagna: il cambiamento, la sostenibilità, le comunità

Il racconto geografico si ripropone come una delle chiavi interpretative che il Rapporto Montagne Italia assume per interpretare l'evoluzione della montagna italiana. La comprensione della diversità dei luoghi è il punto di partenza per ricostruire le trame dei processi economici, sociali, ambientali che attraversano i territori e le comunità della montagna e li pongono in relazione tra loro e con altri contesti, dalla scala locale a quella regionale, a quella di una globalizzazione sempre più pervasiva.

Quest'anno il Rapporto propone tre punti di osservazione da cui si snoda, in prospettiva geografica, il racconto della montagna.

Il primo punto di osservazione è quello del cambiamento, generato o comunque sollecitato dalla lunga stagione di crisi economica e finanziaria che si è aperta a partire dalla esplosione della bolla finanziaria e immobiliare americana del terzo trimestre 2007 per proseguire con la crisi dei debiti sovrani europei del 2011 ed è arrivata sino ai deboli segnali di ripresa dei nostri giorni. La stagione di crisi più lunga e più profonda che la nostra economia ha attraversato nel secondo dopoguerra, destinata a segnare trasformazioni radicali nei *pattern* dell'economia italiana ed europea e a incidere significativamente sull'evoluzione dei comportamenti sociali.

La crisi non ha rappresentato un momento di caduta verticale dell'economia e del popolamento montano, circoscrivendo però i processi di ripresa demografica trainati dalla immigrazione di lungo raggio che avevano caratterizzato il panorama delle regioni alpine e, soprattutto, quello delle regioni appenniniche centro settentrionali nel corso dei primi anni del nuovo secolo. Una natalità declinante - che i comportamenti riproduttivi più intensi delle popolazioni immigrate non sono riusciti a mantenere in equilibrio negli anni della crisi - è ancora compensato, anche per i territori montani, dall'apporto positivo delle correnti migratorie.

Quel che più è in crisi è invece la base della piramide demografica rappresentata dalle classi di età giovanile ormai in forte riduzione anche e soprattutto in quelle regioni meridionali del Paese che, tradizionalmente, avevano offerto risorse umane, spesso destinate alle migrazioni interne, come contributo principale allo sviluppo del Paese. Emerge invece come fenomeno dirompente una dinamica in doppia cifra per la popolazione della quarta età che però non ha i suoi massimi nelle aree già più invecchiate del Paese, tra le quali è in tutta evidenza, il territorio montano, e conosce invece dimensioni impressionanti nelle aree urbane e metropolitane. Tanto da far pensare che i territori montani (che già hanno dovuto mettere in campo reti di sicurezza – istituzionali ma anche comunitarie - per i grandi anziani da tempo qui più numerosi che altrove) possano candidarsi con successo a diventare le destinazioni di un nuovo turismo della terza e quarta età.

L'impatto della crisi sul tessuto economico della montagna è stato più forte di quello sulla popolazione e la grande maggioranza dei comuni ha registrato un arretramento della presenza di imprese, soprattutto artigiane e di piccola dimensione, registrando tendenze comunque in linea, anche se più accentuate, con quelle del resto del Paese. Sono cresciute invece significativamente, anche in montagna, le imprese con titolare straniero, un nuovo alimento per lo sviluppo della imprenditoria nelle aree periferiche che deve puntare anche ad una maggiore mobilitazione dell'imprenditoria femminile, ancora modesta anche se con segnali di un certo dinamismo nelle aree dell'Appennino centro-settentrionale.

Il secondo osservatorio aperto dal Rapporto nella sua seconda edizione è quello sulla Montagna della Sostenibilità. La novità aperta dalla approvazione del Collegato Ambientale alla Legge di Stabilità è sicuramente di grande portata per la montagna, per l'insieme dei provvedimenti che innovano la disciplina e le politiche della tutela e della conservazione ambientale, della sostenibilità energetica, del *green procurement*, della gestione dei rifiuti e della mobilità sostenibile, delle bonifiche ambientali e del governo delle risorse primarie, ma soprattutto per l'esplicito riconoscimento di una strategia nazionale delle *green community* che apre il percorso di un radicale ripensamento delle traiettorie di sviluppo dei sistemi locali della montagna.

Una prima panoramica dei temi della sostenibilità ambientale costituisce dunque il corpo centrale della rappresentazione delle geografie della montagna che si apre sottolineando la forte – e crescente - penalizzazione che si registra in termini di costo sociale ed ambientale della mobilità.

I temi dell'energia coprono un secondo fronte di rappresentazioni, cogliendo alcuni aspetti della produzione di energia da fonti rinnovabili (le biomasse, il solare elettrico, l'eolico) che segnano le "specializzazioni" della montagna alpina e dell'arco appenninico settentrionale sul versante delle biomasse e, viceversa, delle montagne meridionali su quello della producibilità eolica. Ma il tema è anche quello del risparmio e della efficienza energetica, a partire dal patrimonio residenziale che è responsabile della maggiore frazione dei consumi e che può dare, anche nell'arco

montano dove le condizioni climatiche impongono comunque fabbisogni più elevati, contributi al risparmio di energia: per il 30% almeno nel settore residenziale dei comuni montani.

Anche il ciclo dei rifiuti può rappresentare l'occasione per un importate contributo della montagna alle condizioni di sostenibilità del Paese, attraverso una azione di contenimento dei livelli di produzione, oggi allineati a quelli medi italiani e attraverso il raggiungimento di più avanzati traguardi per la raccolta differenziata che sconta ancora livelli molto differenziati tra i diversi quadri regionali ed anche una minor diffusione in ambiente montano.

Il rischio ambientale determinato dalle condizioni di dissesto idrogeologico e strettamente collegato al progressivo venir meno del presidio rappresentato dalla conduzione dei suoli agro forestali da parte delle aziende agricole, rappresenta forse il più profondo elemento di penalizzazione per il popolamento montano (6,7 milioni dei 14,3 milioni di abitanti della montagna è infatti sottoposta a condizioni di pericolosità elevata) ma anche la ragione "sistemica" di fenomeni alluvionali che investono l'intero territorio nazionale, sottolineate nella proprio pericolosità dagli effetti del cambiamento climatico.

Un nuovo fronte di attenzione al territorio – ancora largamente sperimentale – è quello rappresentato dal tema dei servizi eco-sistemici e della loro concreta valorizzazione, attraverso il riconoscimento e la produzione di un contesto istituzionale che consenta di farli emergere in transazioni di mercato.

Trasformare i servizi in veri e propri Pagamenti Eco-Sistemici (PES) attraverso i quali gli utilizzatori finali, sospinti da accordi internazionali o anche solo da esigenze reputazionali che ne sollecitino l'acquisto, riconoscano il valore e lo trasferiscano ai soggetti collettivi responsabili della riproduzione e della manutenzione dei beni comuni da cui i servizi traggono alimento. Un tema decisivo per la montagna, dove il valore dei servizi prodotti supera di tre volte il potenziale di domanda interna, che il Collegato Ambientale porta finalmente in evidenza.

Terzo ed ultimo osservatorio delle geografie della montagna è quello della sua organizzazione comunitaria. Affrontato, intanto portando in evidenza la fitta trama dei borghi che, in modo ancor più articolato della pur elevata frammentazione del ritaglio amministrativo comunale rappresentano il "grado zero" della vita associata in montagna, reso più necessario dalla grande dispersione e dalle peculiari difficoltà del contesto ambientale.

Un campo esteso e multiforme, variamente investito da processi di abbandono e invece di rivitalizzazione. Un terreno fertile quello dei borghi, per la valorizzazione di una nuova e qualificata residenzialità montana ma anche per una innovazione organizzativa che le nuove tecnologie possono e debbono supportare; innovazione che ha già manifestato episodi interessanti, a partire da quelle "cooperative di comunità" su cui si stanno focalizzando tante attenzioni alle varie latitudini del Paese.

All'esigenza di essere – in modo efficiente e, soprattutto, efficace – comunità politica risponde anche il processo, estremamente articolato, che ha investito l'organizzazione amministrativa del Paese al suo livello più elementare, quello dei comuni, per produrre nuove forme di cooperazione stabile attraverso le Unioni (che ormai coprono la maggioranza del territorio montano) e in modo non più episodico e trascurabile anche attraverso vere e proprie fusioni che hanno dato vita a nuovi e più solidi soggetti amministrativi.

Una ricostruzione "dal basso" di condizioni di governabilità del territorio che rappresenta la pre-condizione necessaria per dare sostanza alle aspirazioni dei territori montani a mettere in campo traiettorie di sviluppo locale durevoli e "auto-portanti" a cui la Strategia Nazionale per le Aree Interne sembra finalmente offrire un quadro di riferimento stimolante e ricco di suggestioni, anche culturali.

Giampiero Lupatelli
CAIRE Consorzio

ABSTRACT: Le voci della montagna

Sintesi indagine campionaria

Indagine realizzata attraverso la somministrazione telefonica di 600 questionari ad un campione di imprese localizzate in comuni totalmente montani, rappresentativo dell'universo di riferimento, stratificato per regione, macro-settore di attività e classe di addetti (coinvolti 300 Comuni, 67 Province e tutte le Regioni). Periodo di rilevazione: 2 aprile-20 maggio 2016; errore campionario: 4% ad un livello di fiducia del 95%

Il profilo dell'imprenditore "montano": uomo, cinquantenne, istruito - Gli imprenditori montani intervistati presentano un'età media pari a 50,9 anni. In dettaglio, se il 55,9% ha un'età superiore a 49 anni (un significativo 8,7% oltre 64), ed il 32,8% ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni, i giovani imprenditori *under40* rappresentano una componente minoritaria, pari ad appena l'11,3% degli intervistati, a conferma della scarsa propensione dei giovani a "fare impresa" nei comuni montani, cui si lega il tema dei processi di spopolamento ancora in atto in alcune aree. Al tempo stesso il livello di istruzione degli imprenditori intervistati risulta generalmente medio-alto, con il 19,2% di laureati, il 53,9% di diplomati e il 26,9% con una scolarità inferiore. Infine, il divario di genere che caratterizza ancora fortemente l'imprenditorialità italiana (con un tasso di femminilizzazione pari al 26,1%), risulta leggermente più marcato nei comuni montani, considerando che tra le 600 imprese intervistate soltanto il 24,5% è amministrato o diretto da una donna, a fronte del 75,5% in cui il titolare risulta un uomo.

Comunità e territorio al centro della scelta imprenditoriale - Tra i fattori che hanno determinato "molto" o "abbastanza" la scelta degli intervistati di avviare un'attività imprenditoriale in un comune montano, i più citati risultano essere la continuità dei rapporti familiari e affettivi (75,9% delle indicazioni) ed il legame con il territorio e la montagna (70,1% delle citazioni, a fronte di un marginale 5,2% che attribuisce "poca" o "nessuna" importanza a tale fattore), prevalenti rispetto a ragioni economico-imprenditoriali in senso stretto, determinanti nel 63,8% dei casi (un

significativo 10,2% del campione non ha invece tenuto conto di tale fattore nella propria scelta di localizzazione).
Una larga maggioranza del campione (il 57,3%) ha costituito ex novo l'impresa, a fronte del 28,3% che ha ereditato/acquistato l'attività da un familiare e del 14,3% che ha acquistato/rilevato l'attività da terze persone. Se il 46,8% dei giovani imprenditori (*under 40*) ha ereditato l'attività da un familiare, tale incidenza scende di circa venti punti percentuali tra quelli di 40-49 anni (27,6%) e con oltre 49 anni (28,6%), tra i quali risulta ampiamente prevalente la costituzione di nuove imprese (rispettivamente 59,1% e 56,8%).

Fatturato inferiore a 100 mila euro per il 52% delle imprese. Ma una su cinque supera il mezzo milione - Per quanto riguarda la fascia di fatturato delle imprese intervistate, coerentemente alla dimensione aziendale precedentemente rilevata, oltre la metà del campione (il 52%) registra nel 2015 un fatturato inferiore ai 100 mila euro (di cui il 12,6% inferiore ai 30 mila, il 15,4% tra i 30 e i 50 mila e il 24% tra i 50 e i 100 mila euro). Rilevante, tuttavia, anche la presenza di imprese con una maggiore capacità produttiva: il 17,2% delle imprese dichiara infatti un fatturato compreso tra 100 e 250 mila euro, il 12,1% tra 250 e 500 mila euro, l'8,4% tra 500 mila e 1 milione ed il restante 10,3% supera nel 2015 il milione di euro di fatturato.

Nel 2015 cala il fatturato per il 30% delle imprese montane, ma il 14,3% ha ripreso a crescere. Innovazione e sostenibilità le chiavi del successo. Più critica la situazione in alta montagna e per le microimprese - Nonostante i primi timidi segnali di una ripresa del sistema economico nazionale, ancora il 30,4% delle imprese intervistate denuncia una situazione di perdurante crisi, dichiarando di aver registrato nel 2015, rispetto al 2014, una diminuzione del proprio fatturato (nel 23,2% si è trattato di una riduzione compresa tra il 10% e il 30% e nel 7,2% di una riduzione superiore al 30%). Sul fronte opposto, risulta più contenuta la quota delle imprese che segnala un risultato di crescita, pari ad un significativo 14,3%, avendo aumentato molto (1,3%) o abbastanza (12,9%) il proprio fatturato. Il restante 55,3% registra infine una situazione di sostanziale conferma del fatturato dell'anno precedente. Sono le imprese del Sud (42,1%), quelle collocate in alta montagna (32,6%), le microimprese (37,1%), le imprese manifatturiere del settore delle costruzioni (52,6%) a registrare la situazione più critica, mentre sul fronte opposto, le imprese del Nord (15,9%), quelle con oltre 9 addetti (18,2%) e le imprese operanti nel settore agricolo (19,4%) e del commercio/turismo (17,8%) evidenziano la situazione più positiva, avendo migliorato significativamente il proprio fatturato nell'ultimo anno.

Migliorano le previsioni per il 2016. Rischio avvitamento per le imprese in difficoltà - Le prospettive delle imprese montane sul fatturato 2016 mostrano un quadro leggermente più positivo rispetto a quello del 2015: se, infatti, oltre 6 imprese su 10 (il 60,1%) non prefigurano significativi cambiamenti, si rileva sia un leggero incremento delle imprese "in crescita" (che salgono al 16,5%) e una più significativa riduzione delle imprese "in perdita" (scese al 23,4%).
Un dato preoccupante riguarda tuttavia la difficoltà di reazione delle imprese in

difficoltà nel corso del 2015, tra le quali ben il 59,5% prevede infatti per il 2016 un'ulteriore riduzione del proprio fatturato; sul fronte opposto la maggioranza delle imprese che ha agganciato la ripresa già nel 2015 sembra confermare tale risultato, prevedendo nel 51,2% dei casi una crescita del fatturato anche nel 2016.

Cresce il ricorso all'e-commerce soprattutto nel settore turistico-ricettivo. Ma le"reti di impresa" non raggiungono la montagna - Piuttosto significativo all'interno del campione di imprese intervistato il ricorso all'*e-commerce,* strumento utile a "superare" alcune delle difficoltà correlate alla loro accessibilità/perifericità: il 20,7% delle imprese intervistate, infatti, realizza attività di vendita attraverso piattaforme on-line (percentuale che sale al 36,3% tra le imprese del settore alloggio e ristorazione, scendendo al valore minimo del 9,7% tra quelle agricole). Tra le imprese che hanno fatto ricorso all'e-commerce, la quota delle vendite realizzate attraverso tale canale si attesta peraltro a quasi un quarto delle vendite totali (23,8%), confermandone l'importanza e la possibilità di ampliare gli spazi di mercato dell'impresa, ben oltre quelli consentiti dai soli canali tradizionali.
Soltanto il 3,5% delle imprese intervistate svolge invece la propria attività all'interno di una rete di imprese e l'1% lavora in franchising, mentre il 95,5% opera in forma totalmente autonoma.

Mercato locale per le imprese montane. Solo il 4,1% il valore della domanda estera - Circa la metà delle vendite e dei ricavi delle imprese (il 46,9%) derivano dai residenti del comune di riferimento, mentre un significativo 23,3% è attribuibile ad una clientela proveniente dai comuni limitrofi o dal territorio provinciale. Le quote dei ricavi scendono al 15,7% per il mercato regionale e al 10% per quello nazionale, mentre appena il 4,1% deriva dalla domanda estera.
Considerando inoltre la tipologia della clientela, su 100 euro di fatturato ben 76,5 derivano da utenti/consumatori finali, 15 da piccole e medie aziende, 6,3 da grandi aziende e appena 2,2 da Pubbliche Amministrazioni, che sembrano quindi non costituire, se non in misura del tutto marginale, un punto di riferimento per le imprese del territorio.

Dal "passaparola" ai nuovi media. È crossmediale il marketing delle imprese montane – Se quasi un'impresa intervistata su 5 (il 19,8%) non utilizza alcuno strumento promozionale o pubblicitario per promuovere la propria attività e/o attrarre nuova clientela, circa la metà del campione (il 49%) si affida al "passaparola", ovvero ad una "certificazione di qualità" tradizionale basata sulla positiva esperienza vissuta dal cliente/utente. Ciò nondimeno gli strumenti di promozione consentiti dalla rete risultano piuttosto diffusi, considerando che il 39,7% del campione utilizza il sito internet per promuovere la propria attività; il 33,7% risulta iscritto a siti e portali specializzati e il 18,7% utilizza i social media (come facebook o twitter) con finalità pubblicitaria. Meno attrattivi risultano gli strumenti "tradizionali" quali le affissioni e la cartellonistica (indicati soltanto dal 6,8% delle imprese), le inserzioni su Tv, radio e quotidiani locali (6,2%) o nazionali (0,8%), mentre marginali appaiono i supporti ricevuti dai soggetti istituzionali (considerando che soltanto il 3,5% dichiara di pro-

muovere la propria attività attraverso il Comune, la Pro loco o la Comunità montana e l'1,3% attraverso altri soggetti istituzionali).

Localizzare in montagna, prevalgono i punti di forza. Fidelizzazione della clientela e reputazione del territorio gli aspetti più positivi; redditività, infrastrutture e qualità delle Istituzioni i nodi critici - Se la prevalenza degli imprenditori intervistati (42,5%) non ritiene la localizzazione della propria attività in un comune montano un fattore discriminante per il successo dell'impresa, tra quanti esprimono una diversa valutazione prevalegono coloro che indicano nel "fattore montagna" un punto di forza (33,7%), rispetto a quanti ne sottolineano gli elementi di debolezza (23,8%). Tra i punti di forza gli intervistati collocano al primo posto la fidelizzazione della clientela e dei committenti (53,8% delle indicazioni contro il 6% di opposta opinione) e la reputazione del territorio (punto di forza per il 51,7% e di debolezza per un marginale 6,3%). Anche il costo e la disponibilità di immobili e locali costituisce un fattore di vantaggio, risultando le valutazioni positive (32,7%) significativamente più elevate di quelle negative (15,2%). Bilanciate, invece, le valutazioni sulla qualità e la formazione delle risorse umane (per il 15,7% costituiscono un punto di forza e per il 16% una criticità), mentre sono ritenuti prevalentemente uno svantaggio l'adeguatezza e i costi di forniture e approvvigionamento (38,7% contro il 13,3% di opposta opinione) e l'attenzione/la vicinanza delle Istituzioni locali, in relazione alla quale ben il 41,8% esprime una valutazione negativa (a fronte di un marginale 7,5% di opposta opinione).

La pagella dei servizi: bocciati collegamenti ferroviari, stradali e banda larga. Promossi i servizi finanziari e le reti - Coerentemente con quanto affermato dai Sindaci dei Comuni montani intervistati nella precedente edizione del Rapporto, sono i collegamenti ferroviari a registrare la valutazione peggiore da parte degli imprenditori, con un voto medio (tra 1 e 10) pari a 4,8, e una percentuale di valutazioni insufficienti pari al 58,4%; inferiore alla sufficienza anche il voto medio espresso in merito alla rete stradale e autostradale (5,5) e alla banda larga (5,7/10), derivante tuttavia da una maggioranza di voti uguali o superiori al 6 (rispettivamente 55,3% e 58,7%), affiancata da una percentuale pur minoritaria di giudizi molto negativi. Sul fronte opposto a ricevere una valutazione pienamente sufficiente sono i servizi postali/bancari (voto medio: 6,4) e gli allacciamenti e le reti idriche, elettriche, ecc. (voto: 6,5), giudicati adeguati da oltre l'80% del campione (a fronte di valutazioni critiche comunque non marginali, soprattutto considerando l'importanza dei servizi in questione).
Sono i comuni più piccoli (fino a 2 mila residenti), quelli caratterizzati da un processo di spopolamento, i comuni di "alta montagna" e i comuni montani del Sud a registrare le valutazioni peggiori in relazione a tutti i servizi considerati. Sul fronte opposto, i comuni di medio-grandi dimensioni "promuovono" la disponibilità della banda larga (6,3/10 contro il voto minimo di 5,3 nei piccolissimi centri), i servizi postali e bancari (6,7) e gli allacciamenti e le reti (6,6), attribuendo una "quasi sufficienza" (5,8/10) anche ai collegamenti stradali e autostradali (che invece registrano un voto pari a 5,2 nei comuni di dimensioni inferiori), bocciando nettamente soltanto i

collegamenti ferroviari (5,1), evidente nodo critico di tutti i comuni montani.

Inadeguate le azioni di sostegno alle attività imprenditoriali montane. Governo Centrale e Unione Europea le Istituzioni più criticate – Un importante fattore critico trasversalmente segnalato dal campione riguarda l'attività realizzata dalle Istituzioni a favore delle attività economiche "di montagna", evidenziando come la formazione di un'adeguata classe dirigente locale costituisca una condizione indispensabile per il successo delle attività imprenditoriali in questi territori: tra i diversi soggetti considerati è la Camera di Commercio a raccogliere il giudizio meno severo, tuttavia con appena il 30,3% del campione "soddisfatto" dalla sua azione a fronte del 69,7% di opposta opinione; al secondo posto l'Amministrazione Comunale, con il 29,7% delle imprese soddisfatte dalla sua azione, mentre al terzo posto si collocano le banche e gli operatori finanziari (con il 26,2% delle valutazioni positive e il 73,8% di giudizi negativi). Le azioni di sostegno operate dalla comunità montane e dalle associazioni di comuni hanno soddisfatto poco più di un imprenditore su 5 (il 22,3%, a fronte del 77,7% di opposta opinione), così come una valutazione sostanzialmente analoga ha riguardato la Regione (22,1% i soddisfatti) e la Provincia (21,5%). Le valutazioni maggiormente critiche riguardano tuttavia il Governo Centrale e l'Unione Europea, verso i quali il giudizio di insoddisfazione risulta quasi plebiscitario, pari rispettivamente all'88,4% e al 90%.
Tale indicazione risulta confermata dal fatto che solo il 12% del campione ha usufruito negli ultimi 5 anni di vantaggi economici/finanziamenti/agevolazioni, a fronte di una platea di esclusi pari all'88% del campione.

Snellimento burocratico, creazione di zone a fiscalità di vantaggio e iniziative di marketing le richieste alle Istituzioni - La proposta maggiormente condivisa dagli intervistati per rilanciare l'economia e le opportunità di crescita delle imprese riguarda lo snellimento degli adempimenti burocratici a carico delle imprese che, con il 47,2% delle citazioni, registra uno scarto di oltre 20 punti percentuali sulla seconda richiesta espressa, ovvero la creazione di zone a fiscalità di vantaggio (26,5%). La terza iniziativa attesa e auspicata, con un leggero scarto sulla seconda, fa riferimento alle iniziative di marketing territoriale (25,3%). Nonostante le criticità precedentemente emerse, soltanto il 16,3% del campione indica come prioritario il potenziamento delle reti viarie quale strumento di sostegno alle imprese, evidentemente considerando tale fattore comunque secondario rispetto all'alleggerimento burocratico e fiscale. Poco più di un intervistato su 10 riterrebbe inoltre importante che le Istituzioni sostenessero maggiormente l'imprenditoria giovanile e le start up (13,7%) o si attivassero maggiormente per contrastare lo spopolamento (12,8%) o per conservare e manutenere il territorio (11,3%). Infine soltanto l'8,3% ritiene prioritario il rafforzamento della legalità e del rispetto delle regole, presumibilmente garantito da un maggiore "controllo" da parte della comunità locali.

La qualità ambientale, fattore strategico per il successo delle imprese montane - Ampio e trasversale risulta inoltre il riconoscimento per il ruolo della qualità

ambientale sul successo e sulle opportunità economiche per le imprese intervistate: ben il 61,9% del campione attribuisce infatti a tale fattore un ruolo strategico (a fronte del 38,1% di opinione contraria), con valori che raggiungono il 93,6% tra le imprese agricole e l'86,3% tra quelle del turismo. Meno diffuso, ancorché ampiamente maggioritario, appare il riconoscimento dell'importanza del "fattore ambientale" per le attività manifatturiere (nel 55,7% dei casi), per quelle operanti nel commercio (57,6%) e nei trasporti e altri servizi (60,9%).

Qualità dell'aria e dell'acqua e la qualità delle produzioni agricole i fattori reputazionali più importanti - Tra i fattori reputazionali su cui si innesta il successo del territorio, la qualità dell'aria e dell'acqua risultano quelli maggiormente citati (48,7% delle indicazioni), seguiti, con ampio scarto, dalla qualità delle produzioni agricole e alimentari (27%), dalla qualità dell'accoglienza (indicata dal 16,2% degli intervistati), dalla qualità dei servizi (12,7%), dalla qualità delle produzioni artigiane/industriali (9,5%) e dal valore storico/culturale/tradizionale del territorio (7,5% delle citazioni). Sul fronte opposto, circa un quarto degli intervistati (il 25,3%) non riconosce alcun particolare "pregio" al proprio territorio, quanto meno come fattore di vantaggio comparativo per le imprese in esso localizzate.

La responsabilità ambientale nella cultura dell'impresa montana - Quasi 8 intervistati su 10 (il 77,5%) si dicono d'accordo (il 21,7% "molto" e il 55,8% "abbastanza") nell'attribuire alle imprese una diretta responsabilità nella conservazione e tutela del territorio e dell'ambiente (a fronte del 22,5% di opposta opinione), evidenziando un'importante e positiva trasformazione culturale in tale direzione. Le adesioni più convinte si registrano tra le imprese montane del Nord (87,1%), tra quelle operanti nel settore agricolo (100%), tra le imprese "storiche", nate prima del 1970 (91,8%), e tra quelle con un numero di addetti superiore alle 9 unità (91,1%), a fronte di più tiepide ma sempre maggioritarie adesioni tra gli intervistati del Centro Italia (64%), tra le imprese operanti nel settore delle costruzioni (70,1%) e tra le microimprese (68,4%), evidentemente meno capaci di attribuirsi anche in termini puramente valutativi un sovrappiù di impegni e di responsabilità oltre a quelli già necessari per il mantenimento della propria attività.
A fronte della prevalente auto-attribuzione di responsabilità ambientale, ben il 39% delle imprese intervistate non ha realizzato alcuna azione o comportamento concreto in tale direzione; sul fronte opposto la principale azione di "responsabilità ambientale" ha riguardato l'incremento della raccolta differenziata (con il 32,7% delle citazioni), seguita dalla riduzione dei consumi energetici e idrici (26,3%), dal riciclo/riuso di materiali (19,5%) e dal ricorso ad energie rinnovabili (16%); l'11% degli imprenditori intervistati ha dichiarato inoltre di aver ridotto le emissioni di CO_2, il 10,7% di aver acquistato o utilizzato prodotti verdi o certificati e il 9% di aver contribuito direttamente alla manutenzione del territorio.

Pochi benefici a breve termine dall'impegno ambientale. Caute le aperture sui distretti verdi - Se la qualità ambientale costituisce una cornice strategica indispensabile per la reputazione del territorio, più difficile risulta per le imprese

intervistate percepire un beneficio diretto a fronte del proprio impegno ambientale: tra le imprese che hanno realizzato una o più attività di salvaguardia dell'ambiente quasi la metà (il 45,9%) non ne rileva infatti alcun beneficio in termini di successo imprenditoriale; il 30,8% ne ha invece ricevuto una crescita del fatturato, il 20,3% un rafforzamento del proprio brand e l'11,9% ha legato la responsabilità ambientale ad innovazioni di processo o di prodotto strategicamente rilevanti nel medio periodo. Forse tale difficoltà nel riscontrare positivi risultati a breve termine è alla base dell'atteggiamento di prevalente cautela verso un rafforzamento della componente ambientale nella vita dell'impresa: se il 58% del campione si dice interessato ad acquistare prodotti o servizi verdi (contro il 42% di orientamento contrario), scende al 42,8% la percentuale di quanti si dicono interessati a realizzarli, mentre la possibilità per le imprese di essere inserite all'interno di un distretto verde rileva un sostanziale equilibrio tra interessati (48,2%) e perplessi (51,8%): risultati, questi, che indicano comunque una forte apertura verso le novità del Collegato ambientale, in linea con quanto emerso dai contribuiti dell'indagine qualitativa, che devono tuttavia essere accompagnate da soggetti e Istituzioni capaci di leggere la realtà delle imprese montane e di accompagnarne l'esperienza attraverso strumenti normativi e finanziari adeguati alle loro effettive esigenza.

Sintesi - Interviste in profondità

La terza azione di ricerca contenuta nel Rapporto sulla Montagna in Italia è stata costituita da una indagine qualitativa che ha raccolto, per questa seconda edizione, un panel di interlocutori del mondo economico-produttivo locale, rappresentativo delle più significative esperienze su scala nazionale e/o territoriale, al fine di raccogliere contributi qualificati sotto il profilo pratico.

L'analisi delle interviste guidate, realizzate attraverso l'ausilio di una traccia aperta con temi comuni a tutti gli intervistati ed aree di approfondimento su specifiche competenze e professionalità, ha permesso una lettura del contesto economico della montagna ponendo particolare attenzione alle novità introdotte dal Collegato ambientale approvato in via definitiva lo scorso dicembre 2015.

Più in particolare, i diversi temi oggetto di analisi hanno riguardato:

- Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo;
- Criticità e vantaggi nel localizzare un'impresa in montagna;
- Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014;
- Il pagamento dei servizi ecosistemici (PSEA) per una riorganizzazione dei comunimontani;
- Il contributo dei territori montani alla *green economy*;
- Interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna;
- Istituzioni locali e imprese;
- Il futuro delle aree montane;
- Conoscenza di buone prassi, modelli o esperienze virtuose adottate da imprese che siano riuscite a coniugare innovazione e tradizione.

Considerando l'ampia articolazione dei temi oggetto di analisi, è possibile sintetizzare come segue i principali risultati che hanno raccolto una piena convergenza da parte degli esperti intervistati:

- emerge una generale soddisfazione per l'attenzione del Legislatore al tema della montagna (e delle aree interne) che per la prima volta dopo anni di "trascuratezza", risulta al centro di politiche mirate allo sviluppo e alla rinascita del territorio; si rileva tuttavia come le novità legislative introdotte manchino, ad oggi, di risorse mirate e di un piano di investimenti adatto per applicare le pur positive strategie proposte.
- La localizzazione di una impresa in montagna è accompagnata da 3 principali punti di forza: la presenza di risorse naturali risulta il vantaggio più citato dagli esperti, che vedono nella disponibilità di risorse quali acqua, legna e vento un'opportunità unica per gli investimenti sulle energie rinnovabili e, di conseguenza una forte possibilità di sviluppo futuro. Strettamente collegata al primo "vantaggio" appare la possibilità di applicare politiche di qualità ai prodotti (in particolar modo quelli agroalimentari) realizzati in aree montane. Anche la disponibilità di forza lavoro qualificata viene citata come punto di forza per la localizzazione di imprese in aree montane perché l'ondata di "ritorno" verso la montagna sta incrementando la presenza di giovani preparati e intraprendenti ai quali affidare lo sviluppo futuro delle imprese.
- Sul fronte opposto, anche le principali criticità riscontrate risultano tre: le caratteristiche geografiche, naturali e strutturali del territorio limitano un adeguato sviluppo infrastrutturale, necessario per assicurare alle imprese l'avviamento e la sussistenza della loro attività; la scarsa densità abitativa di alcune aree montane italiane rappresenta un ulteriore punto di debolezza e un forte ostacolo alla diffusione dei servizi, a causa dell'enorme dispendio economico che comporterebbe la realizzazione di infrastrutture destinate ad un numero limitato di utenti; la mancanza di organizzazione da parte delle Associazioni datoriali e la scarsa capacità di aggregazione tra le imprese montane risulta un ulteriore ostacolo che è costretto ad affrontare chi decide di investire in montagna, in quanto lo sviluppo futuro non può assolutamente prescindere da un effettivo rilancio della visione di comunità e dell'organizzazione territoriale.
- Per quanto riguarda il Collegato Ambientale si registrano pareri molto positivi sul richiamo alle "comunità" contenuto nel testo che, in un'ottica futura di *green communities*, devono rivestire il ruolo di ecosistemi autosufficienti; altri interventi giudicati positivamente sono: la creazione del marchio made *green in Italy*; l'istituzione delle *Oil free zone*; l'applicazione obbligatoria dei Criteri Ambientali Minimi per gli acquisti verdi della Pubblica Amministrazione. Si registrano però anche perplessità sulla reale efficienza ed efficacia del Collegato, che non indicherebbe gli strumenti concreti per raggiungere gli obiettivi enunciati, mancando inoltre di una reale "taratura" sulle realtà montane.

- Per quanto riguarda l'introduzione di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) si rileva una trasversale soddisfazione poiché introdurrebbe per la prima volta il concetto di "chi sfrutta paga" già presente in altri Paesi soprattutto in campo agricolo; evidenziando, soprattutto, la portata economica che potrebbe avere sui territori montani nell'ottica di uno sviluppo futuro. Allo stesso tempo si incontrano due principali ostacoli alla corretta attuazione del sistema proposto: la necessità di individuare i giusti criteri di remunerazione da applicare e l'esigenza di trovare un sistema di misurazione efficace e condiviso da attori economici e Istituzioni Pubbliche.
- I contributi maggiormente significativi alla *green economy* da parte del sistema montano derivano da progetti di distretto territoriale che individuano macro aree e realizzano progetti all'interno dei quali ogni comune possa seguire un aspetto specifico; in questo modo il distretto creato potrebbe diventare di fatto una *green community* di pregio.
- Infine in relazione al futuro delle aree montane, emerge in primo luogo un prevalente ottimismo, considerando che la montagna potrebbe rendersi protagonista del rilancio economico del Paese. Tale ottimistica prospettiva si potrebbe tuttavia realizzare soltanto ad alcune condizioni: ovvero uscire da una logica di isolamento e di "isola verde"; avviare attività imprenditoriali innovative e trovare stimoli e incentivi capaci di indurre la popolazione residente a rimanere sul territorio e ad investire sul proprio futuro in montagna. In questo senso è necessario che la montagna non rappresenti più nell'immaginario collettivo un territorio in "ritardo" ma deve trasformarsi in un'area nella quale "sperimentare" nuove strategie di sviluppo da diffondere successivamente nel resto del Paese.

Fabio Piacenti

Presidente EURES

A.1 La popolazione

1 La variazione della popolazione
2 Il saldo naturale
3 Il saldo migratorio

A.2 Gli stranieri

1 Gli stranieri al 2014
2 Gli stranieri al 2007
3 Le straniere femmine...
4 ...e i maschi

A.3 I giovani e gli anziani

1 La variazione della popolazione giovane (0-24 anni)
2 La variazione della popolazione in età da lavoro (15-64 anni)
3 La variazione della popolazione anziana (75 anni e oltre)

Le buone pratiche:
- *Ludoteca welfare infanzia "i cuccioli"*

A.4 Le imprese

1 La variazione del numero di imprese
2 La variazione delle imprese artigiane
3 La variazione delle imprese femminili
4 La variazione delle imprese straniere

Approfondimenti:
- *RESTARTAPP*

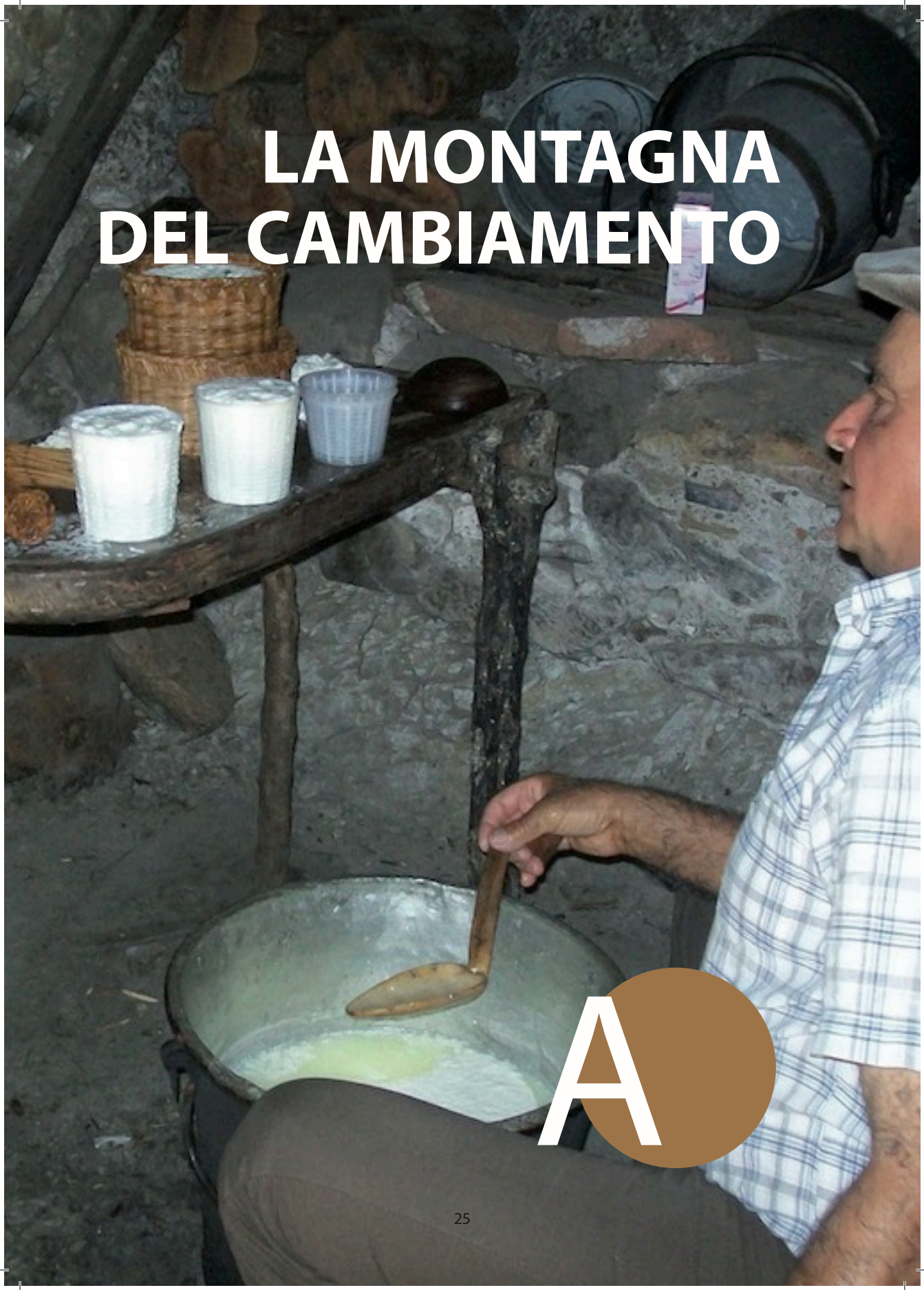
A.5 Il reddito

1 Il reddito pro-capite al 1987
2 Il reddito pro-capite al 2012
3 La variazione del reddito pro-capite

Le buone pratiche:
- *Veglio co-working project*
- *Portale web gis*
- *Trentino montagne accessibile - marchi open*

http://www.inaspromonte.it/category/risorse/allevamento | Pastore dell'Aspromonte orientale (foto di Francesco Depretis)

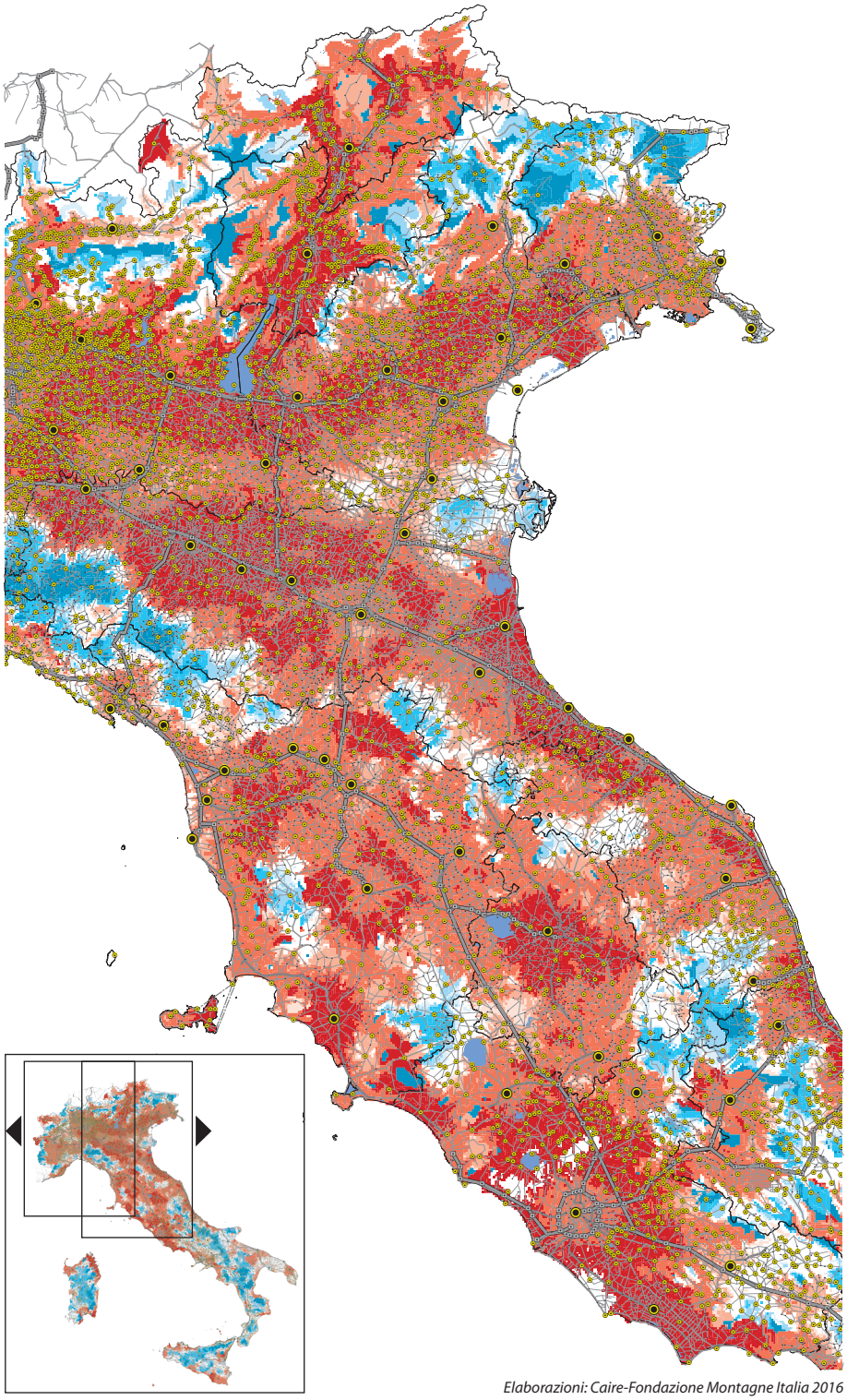
LA MONTAGNA DEL CAMBIAMENTO



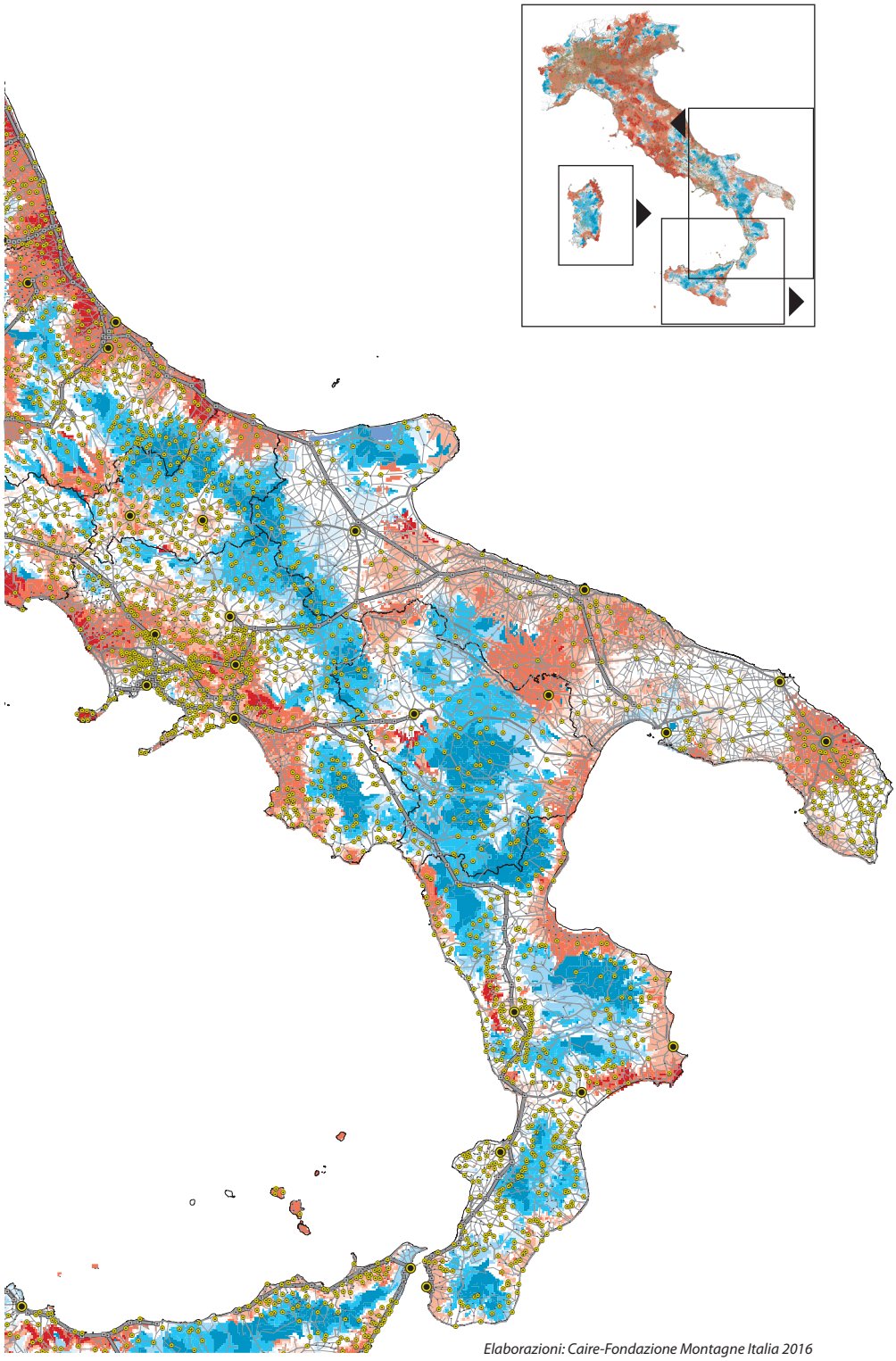
A

Il cambiamento

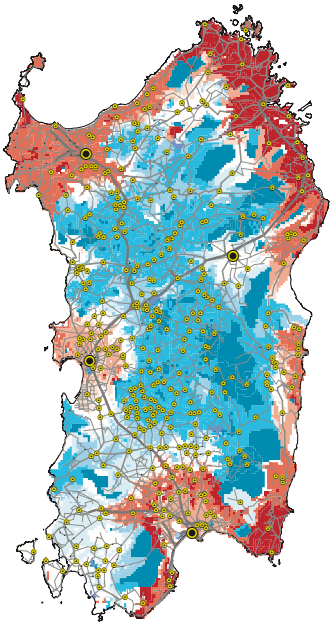
I cambiamento è la cifra distintiva della società contemporanea. Cambiamento che riguarda con intensità sempre maggiori gli stili di vita, i riferimenti culturali, le condizioni economiche, l'ambiente di vita delle popolazioni. Cambiamento che riguarda anche i territori, la loro fisionomia economica e sociale, il loro posizionamento in un mondo sempre più interconnesso.
La carta delle variazioni della accessibilità della popolazione al territorio avvenuta nei dieci anni dell'ultimo intervallo intercensuario, rappresenta con efficacia la portata delle trasformazioni in corso nell'assetto territoriale del Paese, mostrando come la distribuzione della popolazione e la sua accessibilità al territorio consentita dalle reti di mobilità rappresentate nella carta dal grafo delle infrastrutture stradali e feroviarie, si sia modificata per effetto di una ripresa demografica che ha diffusamente (ma diversamente) investito i territori del Paese, coinvolgendo nel suo percorso anche significative porzioni del territorio montano.



Elaborazioni: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016



Elaborazioni: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016



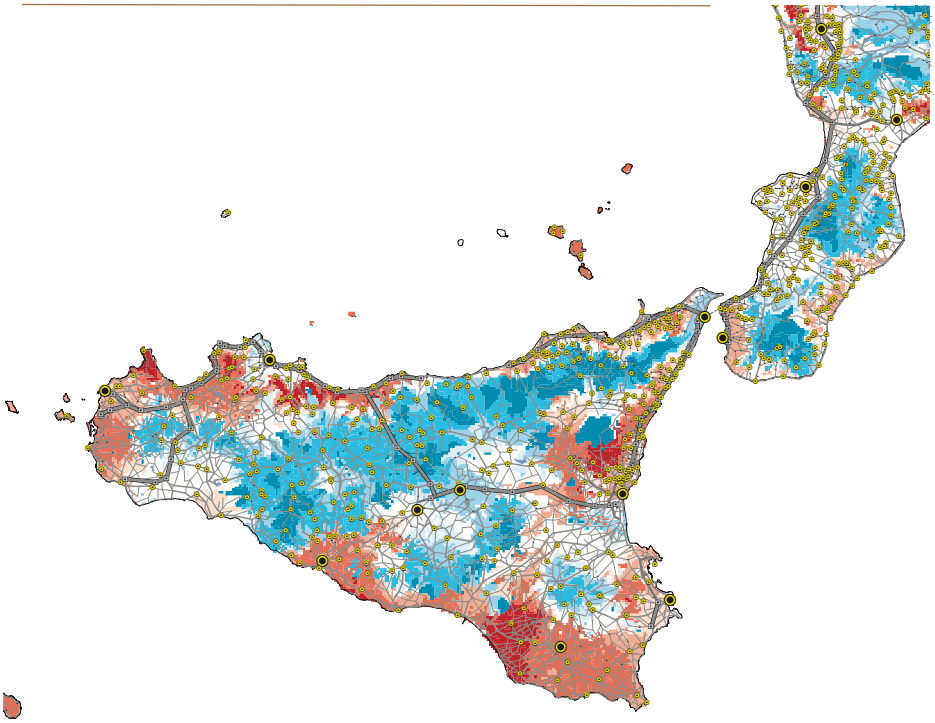
inferiore a -10%
da -10% a -4%
da -4% a -2%
da -2% a -1%
da -1% a 1%
da 1% a 2%
da 2% a 4%
da 4% a 10%
oltre 10%

Rete stradale

Rete autostradale
Strade a 4 corsie e strade di grande comunicazione
Strade di interesse regionale
Strade importanti o di particolare interesse turistico
Altre strade
Collegamenti marittimi

Nodi della rete stradale

Capoluoghi di provincia
Capoluoghi di comune
Frazioni geografiche
Caselli autostradali



Elaborazioni: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

A.1

La popolazione

La montagna, e non da breve tempo, è tra i territori costretti a seguire con maggiore attenzione e, sovente anche, con maggiore apprensione, gli sviluppi della demografia, avendo profonda consapevolezza del rilievo determinante che la presenza umana assicura al mantenimento di equilibri sociali e ambientali di particolare fragilità che la caratterizzano.

Non è dunque un fatto rituale che le riflessioni di questo secondo Rapporto Montagne Italia si aprano con considerazioni rivolte a descrivere ed interpretare le trasformazioni attualmente in corso nelle forme e nelle dimensioni del popolamento del territorio montano.

A queste trasformazioni deve essere dedicata oggi una attenzione tanto più significativa perché lo sguardo si rivolge ad anni, quelli a noi più vicini, profondamente segnati da elementi di preoccupazione.

Sono stati, gli ultimi sette anni, tempi difficili per l'intero Paese e in larga misura per l'intero blocco continentale europeo; tempi di crisi dell'economia, innanzitutto: la più lunga, intensa e incisiva che l'occidente abbia sviluppato nel corso della sua storia moderna.

Una crisi che ha messo in discussione tendenze e convincimenti consolidati, che ha aperto prospettive inattese, che costringe gli attori sociali a guardare con occhi nuovi le risorse di cui ciascun territorio dispone.

Valutare le risorse e considerare gli eventi con la disponibilità a "cambiare paradigma", a percorrere il "sentiero del cambiamento" dotati di nuove e maggiori consapevolezze.

Percorrere nuove strade proponendosi, con chiarezza di visione e determinazione nell'impegno, di approdare a orizzonti di sostenibilità (economica, sociale, ambientale) che le tendenze "naturali" delle dinamiche di mercato non sembrano più in grado di assicurare con facilità a molti gruppi sociali e a interi territori.

Negli anni segnati da questo cambiamento la popolazione montana ha registrato una flessione della propria consistenza, quantitativamente ancora modesta ma comunque significativa.

Nei sette anni che vanno dal 2007 al 2014 la popolazione dei comuni montani è infatti passata da 14.296.634 a 14.295.793 abitanti con una flessione di 841 unità.

Nello stesso periodo il Paese nel suo complesso ha registrato invece un incremento demografico di quasi 1,2 milioni di residenti, di poco inferiore al 2%, del totale, arrivato alla soglia di 60.795.612 abitanti.

Una evoluzione demografica che ha visto negli ultimi anni attenuarsi ma non scomparire le dimensioni di una crescita intensa che aveva caratterizzato i primi anni del nuovo secolo, segnata dall'irrompere nella scena demografica italiana di inedite ondate migratorie di medio e lungo raggio, in ingresso dal sud e dall'est del mondo; migrazioni inattese che avevano rapidamente mutato il segno di una demografia stazionaria che contraddistingueva il nostro Paese ormai da qualche decennio.

L'andamento generale più recente del movimento anagrafico italiano si presenta tuttavia marcatamente distinto da quello che caratterizza i territori montani.

È un andamento che segna peraltro in modo assai differenziato le regioni del Centro-Nord e quelle del Sud del Paese.

Le prime accolgono quote crescenti di popolazione di provenienza straniera ma anche nazionale, espressione queste di una nuova accelerazione del movimento interregionale dal Sud al Centro Nord che coinvolge in particolare le fasce giovanili più scolarizzate.

Le seconde invece registrano un quadro largamente diffuso di stagnazione quando non di flessione della popolazione residente.

A livello nazionale la forbice che si apre tra la tenuta demografica della montagna e quella dell'intero Paese è contenuta: un terzo dei comuni montani registra nel periodo una dinamica positiva mentre la quota di comuni in crescita è per l'intera Italia di poco inferiore alla metà. Tuttavia la differenziazione regionale del dato è assai marcata; dalla Regione Basilicata dove soli il 6,1% dei comuni montani è in crescita alla Provincia Autonoma di Bolzano dove una dinamica demografica positiva riguarda ben l'83,6% dei comuni montani (vedi Tav. A.1.1).

Rilevante è anche il differenziale che si apre in alcune regioni, in particolare del Centro-Nord, tra una più positiva dinamica demografiche che riguarda la generalità dei comuni e quella, decisamente più modesta che investe le aree montane: così regioni come Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Toscana registrano distacchi tra il 20 e il 30% nella quota di comuni montani in crescita rispetto all'incidenza media della regione.

Anche se i numeri complessivi che descrivono la flessione recente della demografia montana, poche decine di migliaia di abitanti in meno, variazioni percentuali da "zero virgola", possono sembrare di modesta entità, i sette anni della crisi sono stati anni di trasformazioni importanti.

Trasformazioni significative per la portata delle dinamiche sociali e naturali che hanno governato le variazioni demografiche e, ancor di più, per gli effetti strutturali che queste hanno determinato nel rapporto tra le generazioni, nella caratterizzazione dei bisogni sociali, nella stessa capacità riproduttiva della popolazione.

Cerchiamo di leggerne le determinanti e di valutarne le conseguenze.

Innanzitutto dobbiamo registrare una dinamica riproduttiva insufficiente, oramai largamente diffusa in tutte le aree del Paese, comprese le sue regioni meridionali che, ancora, sino a pochi anni fa rappresentavano una cospicua riserva di popolazione.

In tutto il Paese Il saldo tra nascite e morti è negativo registrando un deficit di 50.000 unità all'anno nella media degli ultimi anni, deficit che per metà è concentrato nelle aree montane (vedi Tav. A.1.2).

La denatalità e l'invecchiamento sono quindi la causa principale della flessione demografica che ha caratterizzato i comuni montani, con un saldo naturale negativo che in percentuale supera di tre volte la media nazionale.

L'andamento negativo del movimento naturale della popolazione si presenta in modo pressoché uniforme in tutto il territorio nazionale, con l'eccezione significativa di alcune valli alpine che sono in controtendenza, registrando livelli di natalità adeguati a consentire un bilancio positivo della componente "naturale" del movimento demografico.

Spiccato, tra queste realtà dal comportamento anti-tendenziale, l'andamento riproduttivo diffusamente positivo dell'Alto Adige, mentre all'estremo opposto gravissima è la crisi demografica che si presenta nelle realtà montane dell'Appennino Centro Settentrionale.

Flussi migratori, dal saldo netto generalmente positivo, compensano quasi ovunque questa diffusa fragilità demografica agendo in una direzione di riequilibrio anche nelle aree montane che, negli stessi anni 2009 - 2013, presentano un saldo migratorio positivo ancorché ridotto (vedi Tav. A.1.3).

Il saldo medio annuo dei comuni della montagna è pari all'1,8 per mille annuo, nella media degli anni 2009 - 2013, contro una media nazionale che registra invece un più cospicuo incremento medio annuo ascrivibile all'apporto delle migrazioni pari al 3,3 per mille.

Marcata però è la differenziazione del quadro regionale.

Nelle regioni del Centro-Nord dinamiche apporti migratori di elevata entità, in linea con i valori medi nazionali, riguardano quote importanti di comuni montani, tra un terzo e la metà del totale (un po' meno in Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Marche, le punte massime in Liguria ed Emilia-Romagna).

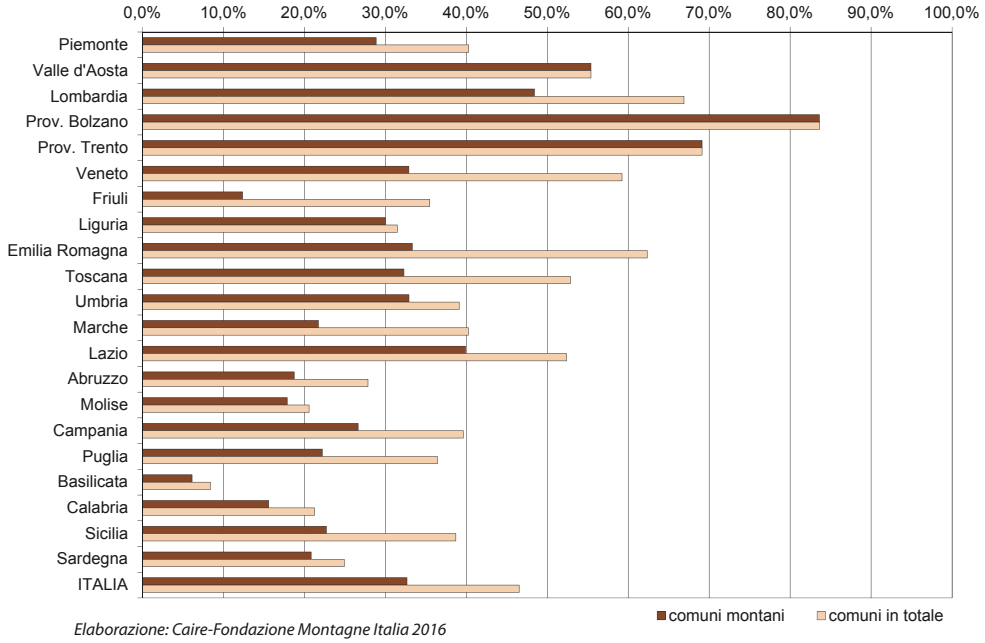
Al Sud invece dinamiche migratorie positive sono assai meno presenti nelle aree montane, dove interessano di norma meno di 1/5 dei comuni, come lo sono peraltro nella generalità dei comuni, dove la quota di comuni con apporti immigratori significativi sale di pochi punti percentuali rispetto ai modesti valori registrati nelle aree montane.

TAB. A.1.1 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con variazione della popolazione 2007 - 2014 di segno positivo

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	28,9%	40,3%	41,5%	49,1%	27,6%	40,3%
Valle d'Aosta	55,4%	55,4%	76,4%	76,4%	46,6%	46,6%
Lombardia	48,4%	66,9%	62,0%	85,7%	40,9%	60,1%
Prov. Aut. Bolzano	83,6%	83,6%	94,9%	94,9%	77,0%	77,0%
Prov. Aut. Trento	69,1%	69,1%	90,1%	90,1%	69,5%	69,5%
Veneto	32,9%	59,2%	51,5%	67,3%	26,2%	49,1%
Friuli Venezia Giulia	12,4%	35,5%	56,5%	66,4%	8,7%	27,1%
Liguria	30,0%	31,5%	33,3%	17,9%	23,3%	23,6%
Emilia Romagna	33,3%	62,4%	53,7%	87,6%	29,8%	56,8%
Toscana	32,3%	52,9%	53,0%	70,2%	28,5%	46,8%
Umbria	32,9%	39,1%	41,0%	65,6%	27,5%	36,5%
Marche	21,7%	40,3%	33,7%	59,0%	17,6%	33,4%
Lazio	39,9%	52,4%	63,3%	90,8%	42,5%	63,9%
Abruzzo	18,8%	27,9%	35,3%	48,1%	22,9%	28,3%
Molise	17,9%	20,6%	25,0%	36,3%	16,2%	20,4%
Campania	26,6%	39,6%	42,3%	63,6%	21,8%	31,4%
Puglia	22,2%	36,4%	39,4%	52,9%	23,9%	40,0%
Basilicata	6,1%	8,4%	14,9%	25,5%	7,3%	12,0%
Calabria	15,6%	21,3%	29,3%	31,4%	16,0%	22,6%
Sicilia	22,7%	38,7%	60,1%	63,0%	20,2%	40,3%
Sardegna	20,9%	24,9%	48,5%	39,7%	24,0%	26,1%
ITALIA	**32,7%**	**46,5%**	**51,3%**	**67,3%**	**28,9%**	**54,0%**

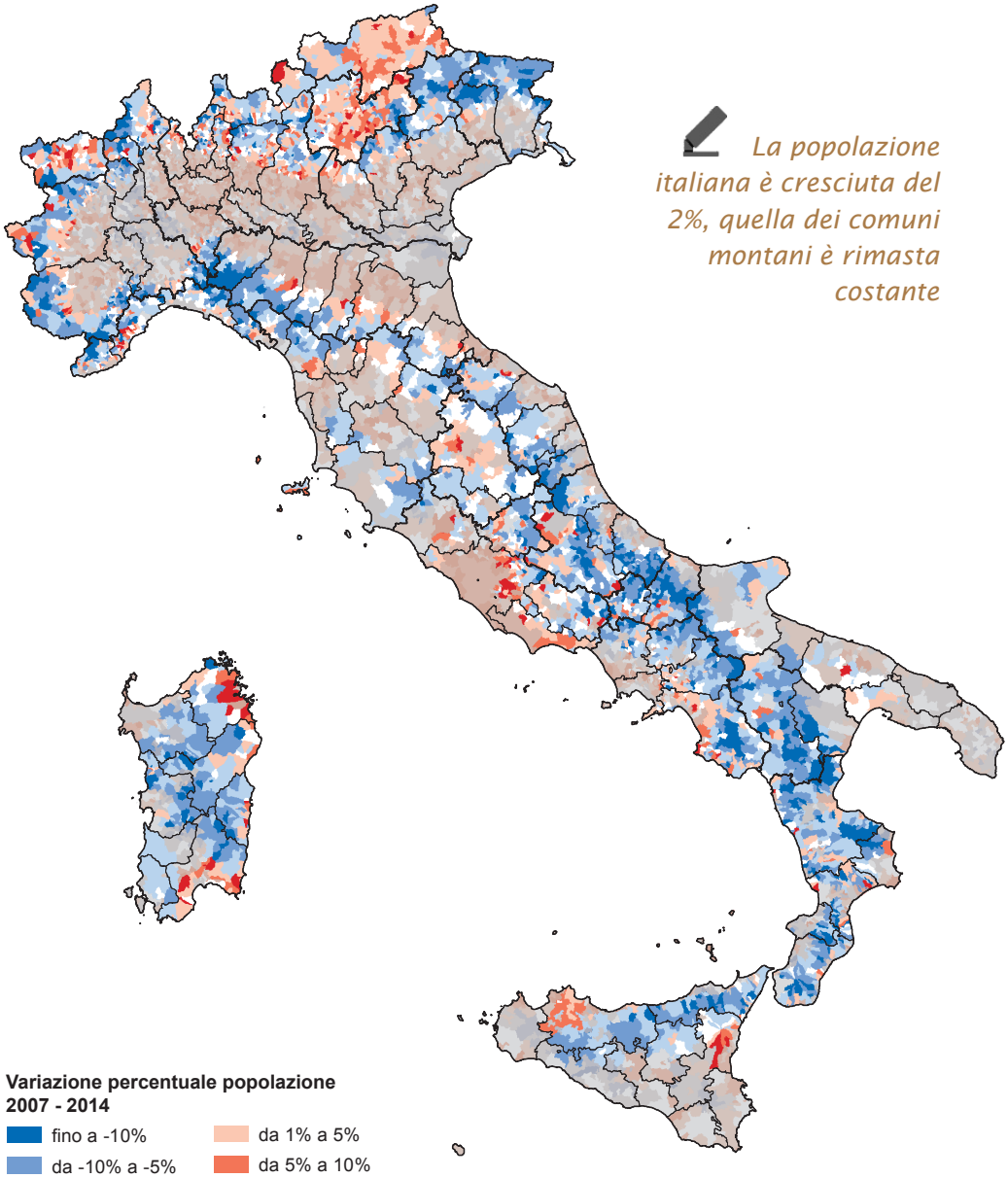
Comuni con variazione 2007 - 2014 di segno positivo



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.1.1

La variazione della popolazione



La popolazione italiana è cresciuta del 2%, quella dei comuni montani è rimasta costante

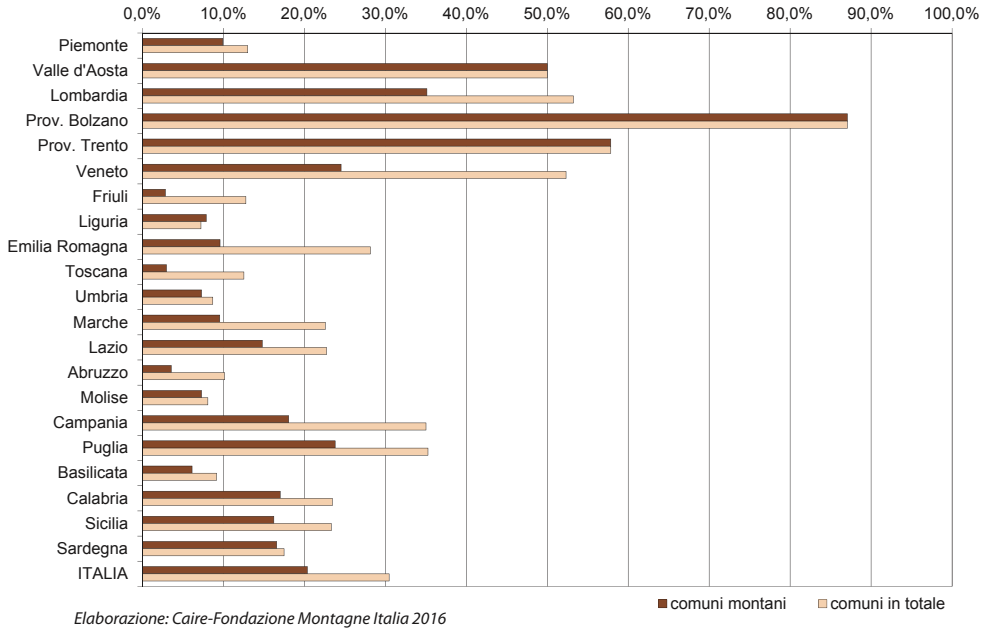
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.1.2 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con saldo naturale positivo 2009 - 2013

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	9,9%	13,0%	12,9%	14,8%	6,9%	10,9%
Valle d'Aosta	50,0%	50,0%	38,4%	38,4%	46,4%	46,4%
Lombardia	35,1%	53,2%	42,9%	51,3%	27,4%	39,8%
Prov. Aut. Bolzano	87,1%	87,1%	75,7%	75,7%	85,7%	85,7%
Prov. Aut. Trento	57,8%	57,8%	82,4%	82,4%	55,6%	55,6%
Veneto	24,5%	52,3%	24,4%	48,7%	12,5%	35,8%
Friuli Venezia Giulia	2,9%	12,8%	1,0%	15,4%	1,0%	8,7%
Liguria	7,9%	7,2%	6,9%	2,5%	4,3%	4,0%
Emilia Romagna	9,6%	28,2%	12,1%	26,3%	6,6%	16,8%
Toscana	3,0%	12,5%	4,6%	15,6%	1,4%	7,4%
Umbria	7,3%	8,7%	10,9%	9,5%	4,6%	4,8%
Marche	9,6%	22,6%	11,3%	23,4%	3,8%	12,7%
Lazio	14,8%	22,8%	36,7%	29,3%	16,2%	26,2%
Abruzzo	3,6%	10,2%	17,1%	27,5%	4,4%	8,7%
Molise	7,3%	8,1%	11,2%	21,6%	5,9%	8,0%
Campania	18,1%	35,0%	37,3%	55,1%	12,2%	23,6%
Puglia	23,8%	35,3%	44,1%	48,8%	27,2%	45,8%
Basilicata	6,1%	9,2%	15,6%	28,2%	7,2%	13,3%
Calabria	17,0%	23,5%	37,0%	41,2%	18,8%	25,9%
Sicilia	16,2%	23,3%	59,7%	44,7%	18,3%	19,5%
Sardegna	16,6%	17,5%	41,4%	33,4%	18,8%	18,6%
ITALIA	**20,4%**	**30,5%**	**34,3%**	**37,3%**	**17,5%**	**23,5%**

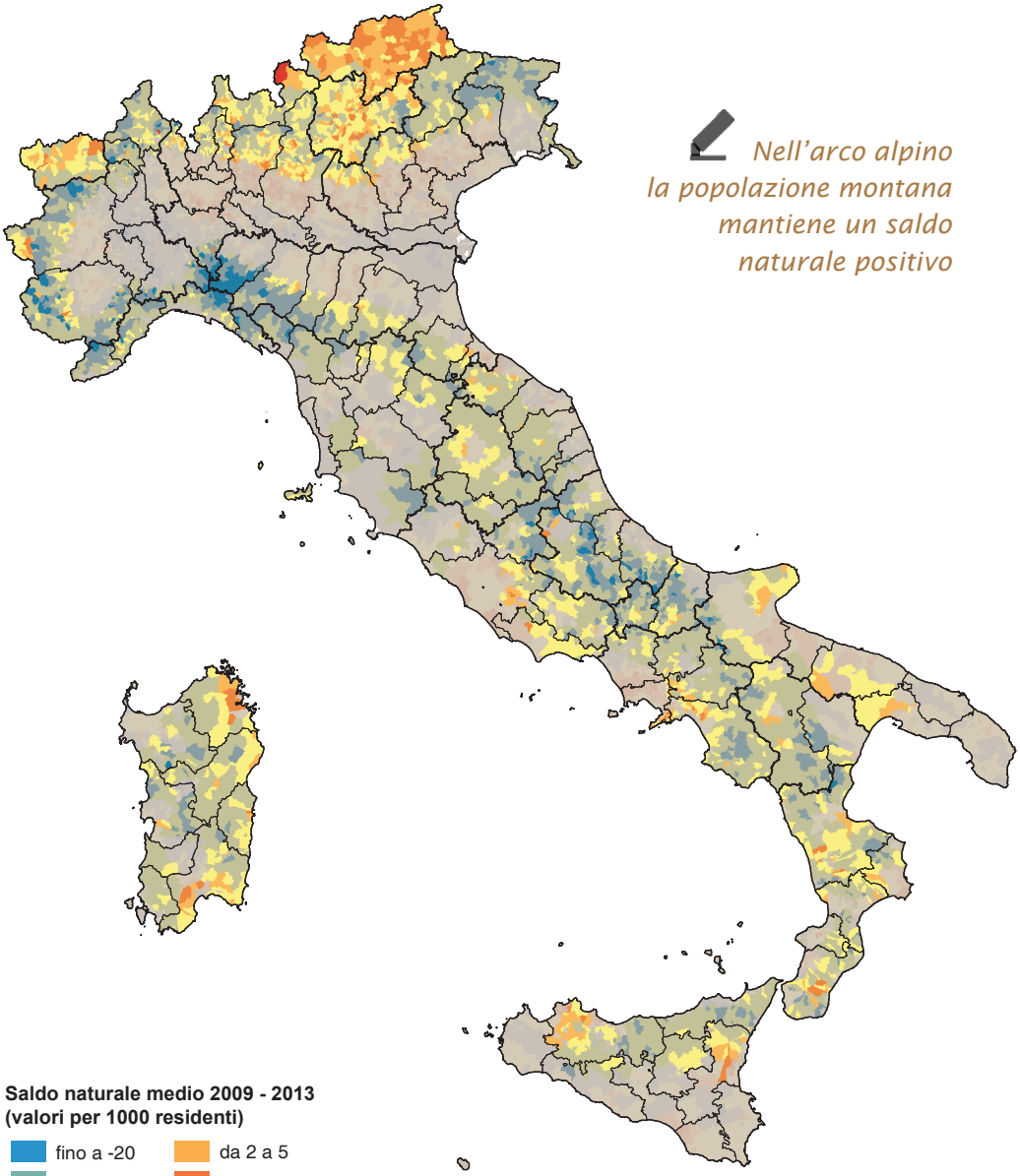
Comuni con saldo naturale positivo 2009- 2013



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.1.2

Il saldo naturale



Nell'arco alpino la popolazione montana mantiene un saldo naturale positivo

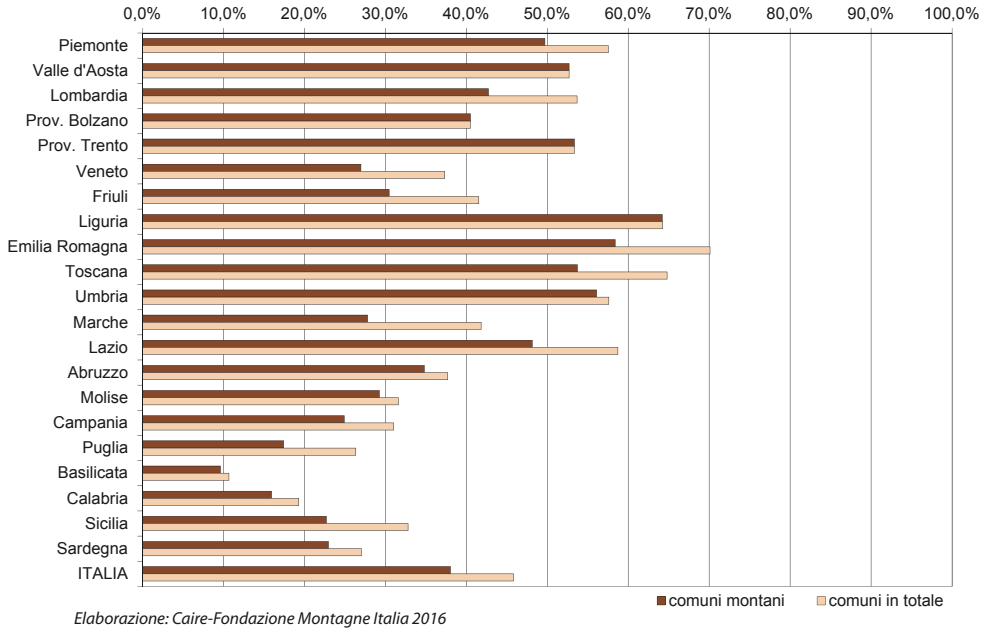
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.1.3 le regioni e le montagne in cifre 2013

Comuni con saldo migratorio maggiore di 2 per 1.000 residenti 2009 - 2013

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	49,7%	57,5%	53,7%	51,8%	51,4%	58,5%
Valle d'Aosta	52,7%	52,7%	71,2%	71,2%	52,9%	52,9%
Lombardia	42,8%	53,7%	47,5%	71,5%	38,0%	52,2%
Prov. Aut. Bolzano	40,5%	40,5%	67,4%	67,4%	28,6%	28,6%
Prov. Aut. Trento	53,4%	53,4%	78,0%	78,0%	51,1%	51,1%
Veneto	27,0%	37,3%	38,7%	40,8%	27,1%	35,9%
Friuli Venezia Giulia	30,5%	41,6%	72,3%	68,9%	22,5%	35,0%
Liguria	64,2%	64,3%	68,9%	48,9%	68,4%	66,7%
Emilia Romagna	58,4%	70,1%	60,8%	86,0%	58,3%	70,5%
Toscana	53,7%	64,8%	67,9%	81,1%	52,3%	63,4%
Umbria	56,1%	57,6%	65,7%	55,1%	52,9%	50,3%
Marche	27,8%	41,8%	33,0%	54,4%	25,4%	36,5%
Lazio	48,1%	58,7%	57,3%	86,5%	49,8%	68,1%
Abruzzo	34,8%	37,7%	40,4%	42,5%	37,5%	37,6%
Molise	29,3%	31,6%	27,8%	39,8%	26,1%	31,0%
Campania	24,9%	31,0%	27,7%	44,5%	23,9%	29,9%
Puglia	17,5%	26,4%	12,6%	32,1%	10,6%	18,9%
Basilicata	9,6%	10,7%	13,6%	14,2%	10,2%	10,3%
Calabria	16,0%	19,3%	12,7%	15,5%	12,8%	16,9%
Sicilia	22,7%	32,8%	53,8%	46,8%	22,8%	30,0%
Sardegna	23,0%	27,1%	30,6%	27,6%	20,1%	22,6%
ITALIA	**38,0%**	**45,8%**	**46,6%**	**57,7%**	**34,4%**	**42,1%**

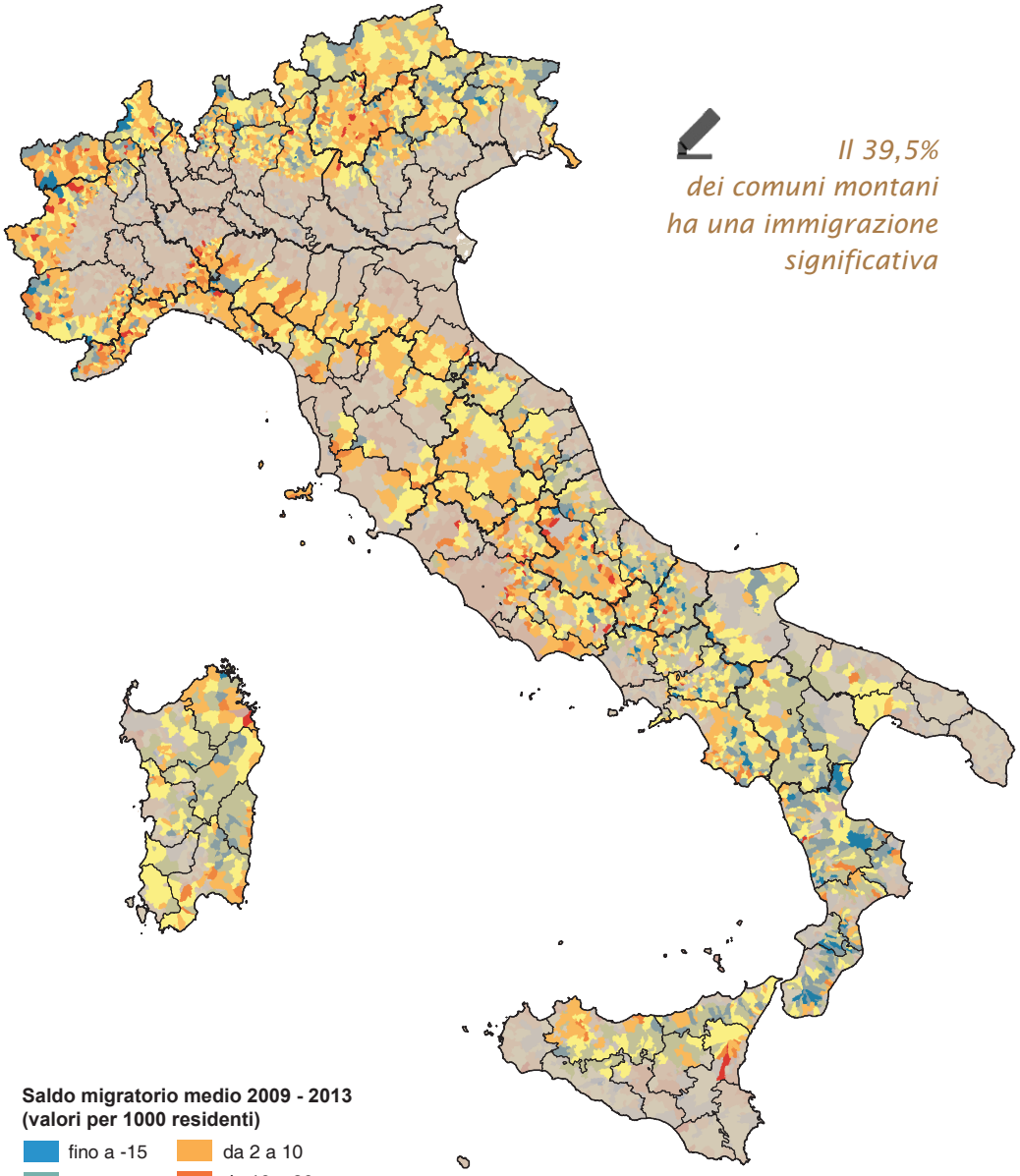
Comuni con saldo migratorio maggiore di 2 per 1.000 residenti 2009 - 2013



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.1.3

Il saldo migratorio



Il 39,5% dei comuni montani ha una immigrazione significativa

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

A.2

Gli stranieri

Nel volgere del nuovo secolo, che è con tutta evidenza il secolo della globalizzazione, gli stranieri si sono mostrati come i protagonisti principali della demografia nazionale.

Gli stranieri presenti nel territorio italiano hanno ormai superato i 5 milioni di unità e rappresentano oltre l'8% della popolazione residente, con una presenza che si addensa con particolare accentuazione nella pianura lombardo veneta ma anche nelle regioni appenniniche del Centro-Nord (vedi Tav. A.2.1).

È questa una tendenza che ha investito con forza anche i territori montani della Nazione.

Per i territori montani le migrazioni di medio-lungo raggio hanno rappresentato un elemento di assoluta novità, introducendo un meccanismo di riequilibrio, per quanto parziale, che è però rilevante per sostenere una tenuta del presidio territoriale, che resta pur tuttavia assai difficile.

Quella stranierà è dunque una presenza ormai importante anche nella compagine demografica delle aree montane, nelle quali la popolazione straniera si avvicina al milione di unità, presentando una incidenza sulla popolazione totale che arriva ormai al 6%.

La presenza di comunità straniere di significativa

consistenza e di articolata provenienza geografica, in provenienza dal sud e dall'est del mondo, è l'esito di un processo di grande portata che si è avviato con particolare intensità all'inizio del nuovo secolo.

Questo processo si è mantenuto, pur con qualche attenuazione, anche negli ultimi anni segnati dalla crisi, visto che ancora nel 2007 gli stranieri residenti erano al di sotto dei 3,5 milioni e sono dunque cresciuti in questi anni di oltre 1,5 milioni di unità (vedi Tav. A.2.2).

Nelle aree montane la crescita recente della popolazione straniera è stata di quasi 400 mila unità, essendo la presenza di stranieri al 2007 intorno alle 600 mila unità.

Nell'intero Paese, come nelle sue aree montane, la presenza degli stranieri (regolari) conosce tuttavia una divaricazione fondamentale tra le regioni del Centro-Nord e quelle del Sud. Nelle prime la presenza straniera è diffusa e consistente mentre nelle regioni meridionali e nelle isole la presenza è più ridotta e anche relativamente concentrata in aree ristrette.

La geografia della presenza straniera presenta una significativa diversificazione anche all'interno dei territori montani. Una diversità di situazioni che, in particolare, caratterizza l'arco alpino rispetto alla dorsale appenninica Centro-Settentrionale.

Nel primo caso l'incidenza di popolazione straniera è di norma assai più rarefatta in montagna di quanto non accada nelle aree di pianura delle rispettive regioni; nel secondo, la densità della presenza straniera in Appennino è del tutto paragonabile a quella delle aree non montane.

Le aree montane di Umbria, Marche, Toscana ed Emilia-Romagna (assieme alla Provincia Autonoma di Trento, interamente montana) sono quelle dove la densità di stranieri avvicina (e a volte supera) la soglia del 10% caratterizzandosi come una presenza particolarmente stabile e rilevante. In queste stesse realtà regionali è praticamente trascurabile la presenza di comuni (montani e non) rimasti ai margini della ondata migratoria di origine straniera: i comuni nei quali la presenza di stranieri è inferiore al 5% della popolazione si colloca infatti attorno (e più spesso al di sotto) della soglia del 10%.

Esattamente all'opposto si presenta la situazione nelle aree montane delle regioni meridionali, dove la stessa soglia di una presenza straniera inferiore al 5% della popolazione riguarda il 90% circa dei comuni.

Significativo è anche il fatto che nelle quattro realtà regionali dell'Appennino Centro-Settentrionale che abbiamo già prima indicato come quelle in cui la diffusione della presenza straniera nel contesto montano è particolarmente marcata (Emilia -Romagna, Toscana, Umbria e Marche), questo accada in misura decisamente superiore a quando non farebbe supporre l'incidenza complessiva della popolazione straniera su quella totale nella Regione.

Per le quattro regioni appenniniche l'incidenza di stranieri non è infatti molto dissimile da quella che si presenta in altre regioni settentrionali, Lombardia e Veneto in particolare, dove tuttavia la presenza straniera è più concentrata nelle aree urbane.

In molte realtà montane la presenza straniera è ormai, per molti versi, una componente irrinunciabile nel tessuto sociale delle comunità. Lo è diventata per la sua partecipazione al mercato del lavoro, spesso svolta nell'ambito di attività agro-forestali non più presidiate da popolazione attiva di origine locale, ma lo è anche per il contributo offerto alle attività di cura della popolazione anziana come per l'apporto che la presenza di bambini immigrati fornisce a mantenere il presidio della rete di servizi scolastici.

Una presenza, quella straniera, che deve essere non solo riconosciuta ma anche "intercettata" dalle politiche di sviluppo locale che, proprio in queste aree più fragili, non possono trascurare il potenziale "imprenditoriale" presente in queste popolazioni.

Un potenziale e una visione del futuro che caratterizza da sempre le popolazioni più giovani (e disagiate) che hanno già mostrato, con la loro stessa decisione migratoria, di presentare un forte orientamento al cambiamento e una apertura al rischio davvero rilevante.

Nel considerare la diffusione e l'importanza della popolazione straniera per i suoi risvolti sulla struttura sociale del Paese e delle aree montane in particolare, meritano di essere considerati con particolare attenzione i differenziali di genere che il fenomeno presenta con una certa rilevanza. Nei comuni delle aree montane, ancor più che nel resto del Paese, la prevalenza delle donne straniere (vedi Tav. A.2.3) sugli uomini (vedi Tav. A.2.4) è marcata, sia in valore assoluto, con una presenza a fine 2014 di 477.067 straniere femmine contro 412.435 stranieri maschi, che per incidenza sulla popolazione totale che è pari al 6,5% per le femmine contro il 5,9% per i maschi.

La geografia della distribuzione della popolazione straniera non mostra invece disallineamenti eclatanti tra la componente femminile e quella maschile, della popolazione. Per entrambe le componenti si ripropone una grande concentrazione del fenomeno nelle regioni Centro-Settentrionali e una presenza per entrambe significativa nelle aree montane, anche se in queste ultime si registra una certa maggiore diffusione della componente femminile.

Uno sguardo più attento consente tuttavia di cogliere la presenza di differenziali più marcati nella diffusione di popolazione straniera femminile, rispetto a quella maschile, che caratterizza proprio le quattro regioni dell'Appennino Centro-Settentrionale con una presenza straniera più diffusa su cui già in precedenza abbiamo richiamato l'attenzione.

Presenza diffusa di cui proprio la presenza femminile (e forse l'orientamento ai lavori di cura di una popolazione anziana qui più presente che altrove) sembrerebbe essere una determinante prioritaria.

Per facilitare i processi di integrazione reciproca è importante capire la provenienza dei residenti stranieri. Le 5 nazionalità più diffuse in Italia sono nell'ordine: Romania (oltre 1 milioni e 130 mila residenti, pari al 22% degli stranieri residenti sul territorio), Albania (quasi 490 mila residenti, pari al 9,8%), Marocco (poco meno di 450 mila residenti, pari al 9% degli stranieri totali), Cina col 5,3% e Ucraina col 4,5%. Queste 5 nazionalità valgono il 46,7% degli stranieri residenti sul territorio. La loro distribuzione ovviamente non è uniforme: in Toscana c'è una grossa concentrazione di cinesi, in Puglia per evidenti ragioni geografiche si può fare un discorso simile con gli albanesi.

Nei comuni montani la distribuzione per etnia è differente: i residenti di nazionalità rumena rimangono i più numerosi, con oltre 230 mila persone per il 26% degli stranieri residenti, seguiti da Marocco con l'11% e Albania con il 10%. Gli stranieri di origine ucraina sono il 4,3%, mentre quelli cinesi solo il 2,9%, segno che questa etnia sembrerebbe meno propensa a risiedere nelle zone montane.

Gli stranieri residenti in Italia che lavorano sono quasi 1,9 milioni, ed il 58,7% lavora nei servizi, il 33,5% nell'industria ed il rimanente 7,8% nell'agricoltura. L'elevata percentuale degli occupati nei servizi è spiegata dalla componente occupata femminile, dove i lavoratori nel terziario sono l'83% del totale. Il quadro dell'occupazione dei residenti non italiani non è diversificato solo dal punto di vista del genere, ma anche a livello geografico. Nelle province del sud la quota di occupati in agricoltura è molto elevata: il picco è rappresentato dal 68% di Ragusa, e ci sono 20 province nelle quali questo valore supera il 20%, tutte al Sud con la sola eccezione di Grosseto.

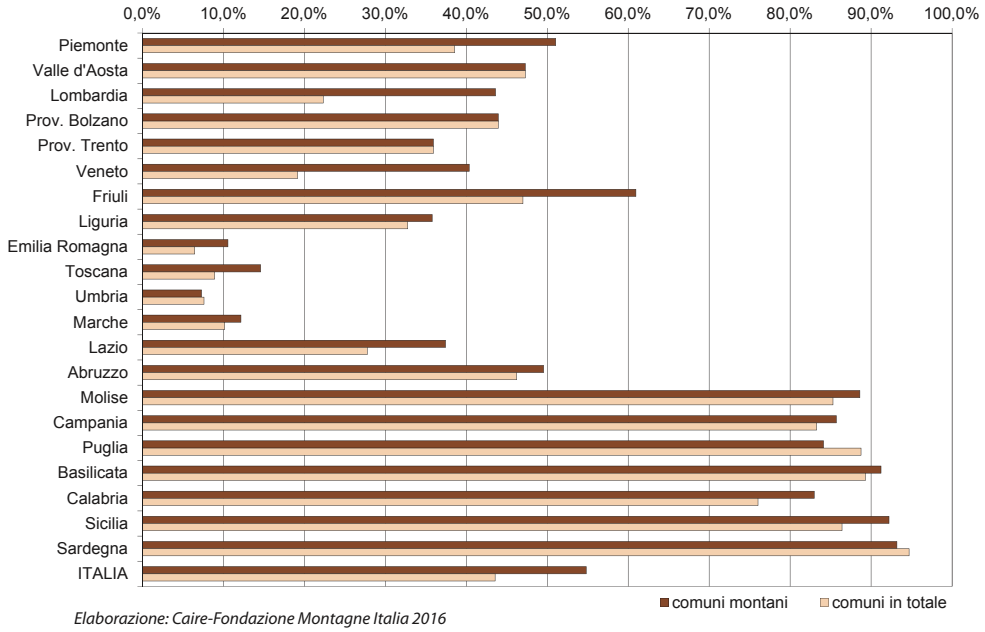
Diverso è il quadro degli occupati nell'industria: le province con i valori più elevati sono nel Veneto, Marche e Lombardia, guidate dal 56,4% di Vicenza. Nell'ambito dei servizi i valori più elevati sono in Sardegna, Sicilia, e nelle città metropolitane, con Cagliari con l'85,8% che rappresenta l'incidenza più elevata.

TAB. A.2.1 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con incidenza stranieri al 2014 inferiore al 5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	51,1%	38,6%	32,6%	18,0%	54,6%	38,5%
Valle d'Aosta	47,3%	47,3%	29,8%	29,8%	36,9%	36,9%
Lombardia	43,6%	22,3%	25,4%	6,8%	56,3%	28,3%
Prov. Aut. Bolzano	44,0%	44,0%	22,2%	22,2%	57,1%	57,1%
Prov. Aut. Trento	35,9%	35,9%	14,1%	14,1%	34,3%	34,3%
Veneto	40,4%	19,2%	18,1%	7,1%	45,7%	24,2%
Friuli Venezia Giulia	61,0%	47,0%	22,4%	19,3%	61,7%	47,7%
Liguria	35,8%	32,8%	29,6%	11,7%	38,1%	33,5%
Emilia Romagna	10,6%	6,5%	2,6%	1,9%	10,4%	7,6%
Toscana	14,6%	8,9%	4,4%	2,5%	8,5%	5,4%
Umbria	7,3%	7,6%	1,1%	1,2%	3,5%	3,4%
Marche	12,2%	10,2%	6,6%	4,2%	11,1%	9,0%
Lazio	37,4%	27,8%	31,4%	8,6%	34,8%	22,6%
Abruzzo	49,6%	46,2%	36,4%	38,5%	46,0%	43,2%
Molise	88,6%	85,3%	92,2%	86,3%	88,4%	82,4%
Campania	85,7%	83,3%	85,1%	85,9%	84,2%	81,5%
Puglia	84,1%	88,8%	89,6%	91,3%	83,7%	84,3%
Basilicata	91,2%	89,3%	90,7%	86,5%	89,9%	88,0%
Calabria	83,0%	76,0%	72,5%	58,0%	81,8%	73,7%
Sicilia	92,2%	86,4%	95,2%	88,3%	95,4%	86,0%
Sardegna	93,2%	94,7%	87,0%	92,9%	90,7%	92,2%
ITALIA	**54,8%**	**43,6%**	**48,1%**	**33,7%**	**56,0%**	**47,1%**

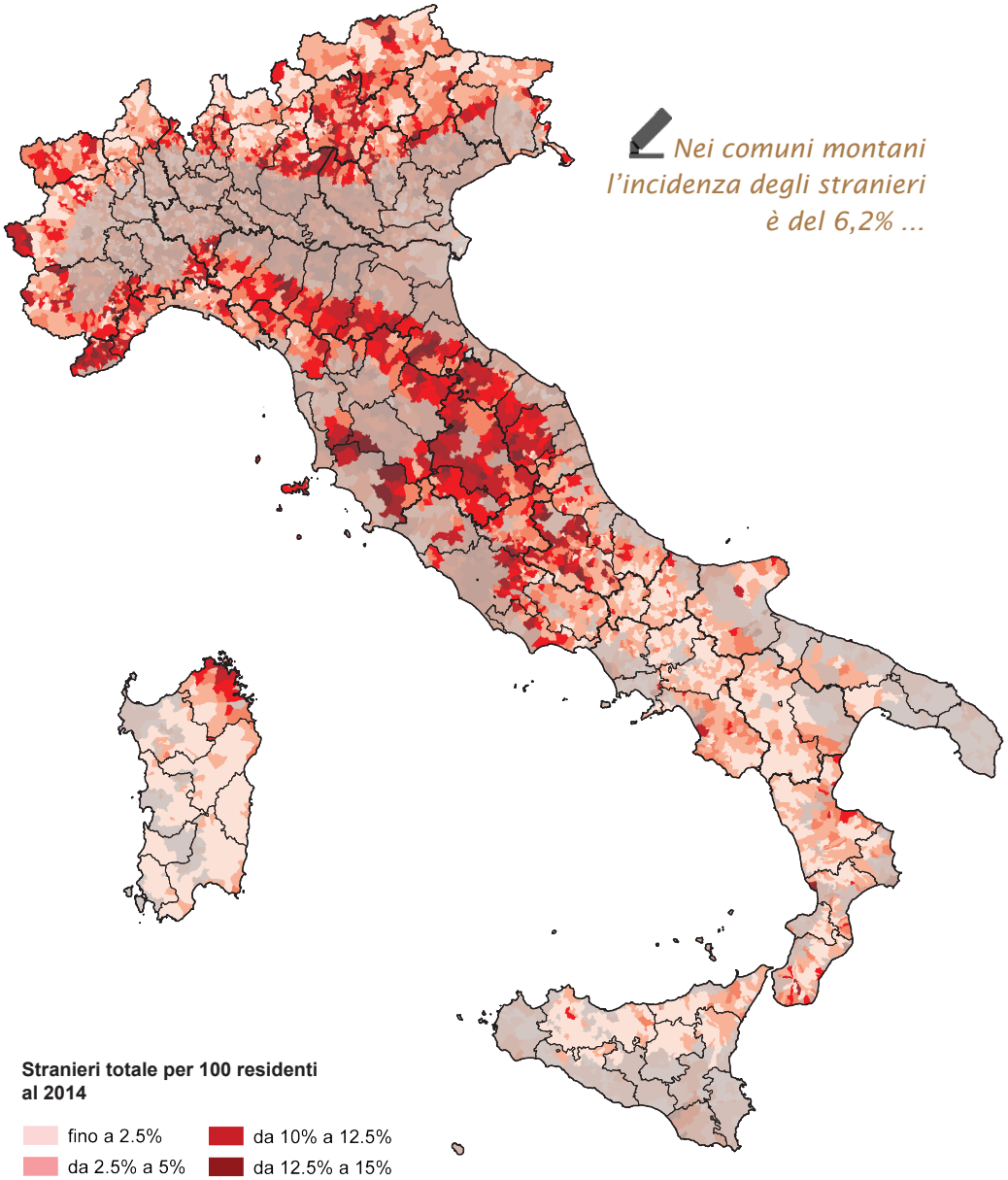
Comuni con incidenza stranieri al 2014 inferiore al 5%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.2.1

Gli stranieri al 2014



Nei comuni montani l'incidenza degli stranieri è del 6,2% ...

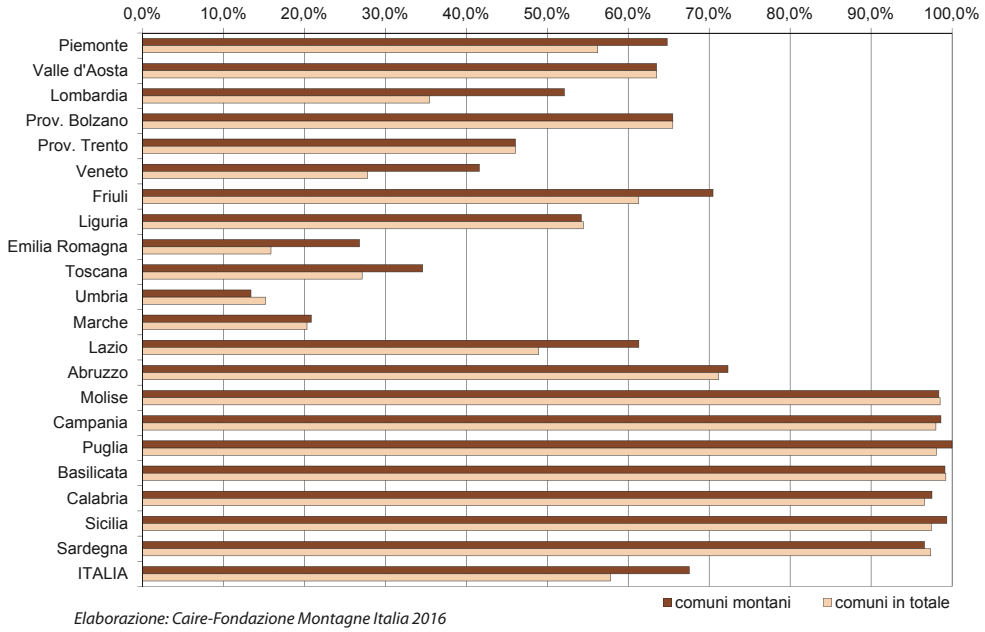
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.2.2 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con incidenza stranieri al 2007 inferiore al 5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	64,8%	56,2%	54,0%	33,3%	69,6%	54,6%
Valle d'Aosta	63,5%	63,5%	42,2%	42,2%	75,6%	75,6%
Lombardia	52,1%	35,5%	34,7%	19,7%	63,2%	37,4%
Prov. Aut. Bolzano	65,5%	65,5%	34,8%	34,8%	75,3%	75,3%
Prov. Aut. Trento	46,1%	46,1%	22,7%	22,7%	50,9%	50,9%
Veneto	41,6%	27,8%	20,4%	14,2%	48,7%	31,2%
Friuli Venezia Giulia	70,5%	61,3%	29,4%	29,1%	69,4%	61,2%
Liguria	54,2%	54,5%	58,9%	29,4%	59,6%	55,3%
Emilia Romagna	26,8%	15,9%	10,4%	5,2%	27,9%	19,0%
Toscana	34,6%	27,1%	24,7%	22,7%	25,7%	21,4%
Umbria	13,4%	15,2%	3,4%	2,9%	9,3%	8,8%
Marche	20,9%	20,3%	10,2%	15,0%	18,8%	18,6%
Lazio	61,3%	48,9%	59,1%	21,0%	65,4%	48,6%
Abruzzo	72,3%	71,1%	57,2%	70,9%	67,0%	70,5%
Molise	98,4%	98,5%	99,0%	99,3%	98,8%	99,0%
Campania	98,6%	98,0%	97,7%	97,7%	98,6%	98,0%
Puglia	100,0%	98,1%	100,0%	99,5%	100,0%	99,0%
Basilicata	99,1%	99,2%	99,2%	99,5%	99,0%	99,2%
Calabria	97,5%	96,6%	97,3%	96,8%	97,8%	97,0%
Sicilia	99,4%	97,4%	99,4%	97,9%	99,9%	98,0%
Sardegna	96,6%	97,3%	89,8%	94,4%	94,1%	94,9%
ITALIA	**67,6%**	**57,8%**	**60,5%**	**46,0%**	**69,2%**	**61,3%**

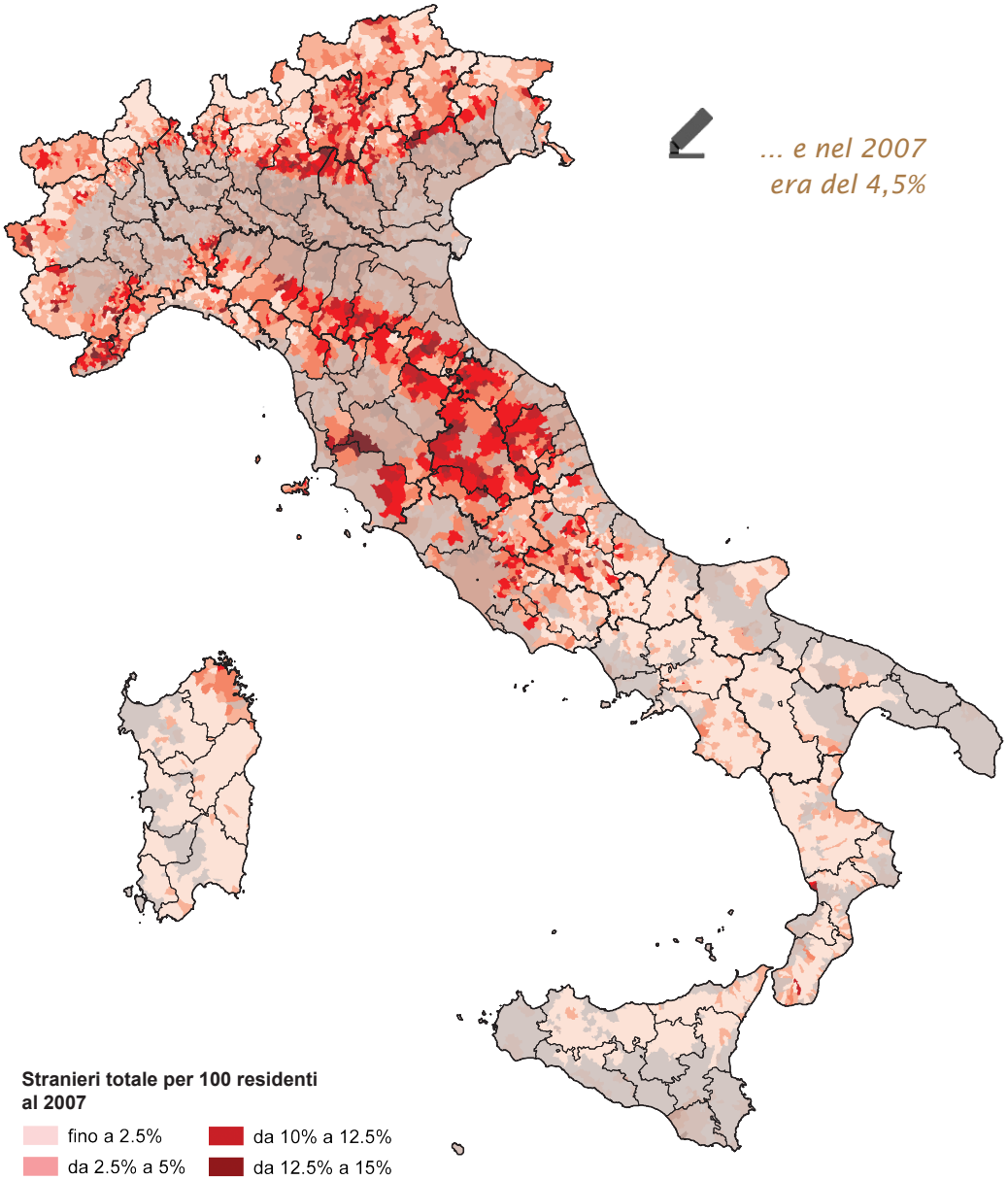
Comuni con incidenza stranieri al 2007 inferiore al 5%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.2.2

Gli stranieri al 2007



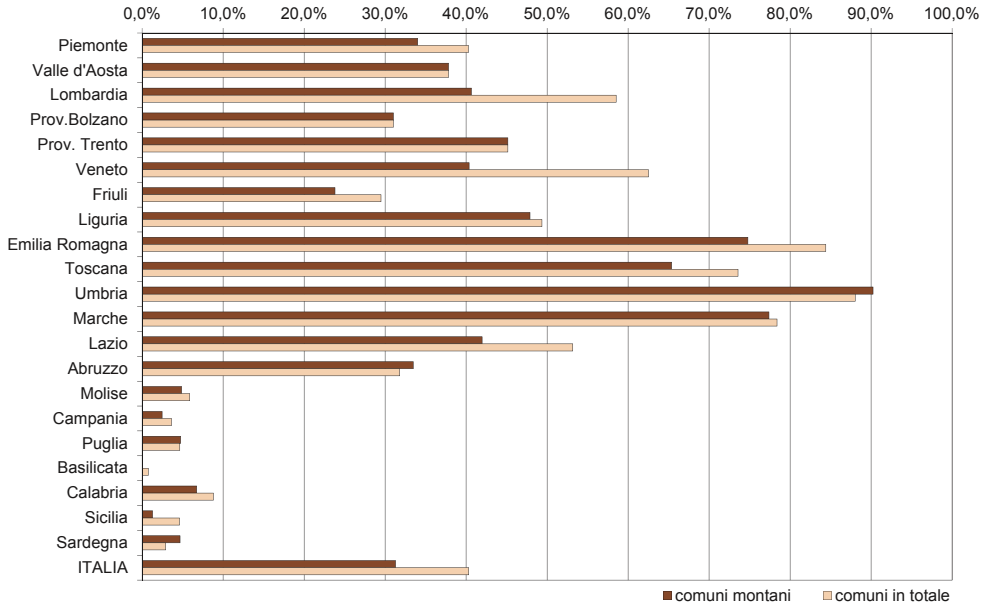
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.2.3 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con incidenza stranieri femmine superiore a 7,5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	34,0%	40,3%	43,9%	64,8%	34,9%	45,7%
Valle d'Aosta	37,8%	37,8%	62,4%	62,4%	48,4%	48,4%
Lombardia	40,7%	58,5%	53,6%	79,0%	32,0%	58,6%
Prov. Aut. Bolzano	31,0%	31,0%	60,2%	60,2%	19,0%	19,0%
Prov. Aut. Trento	45,2%	45,2%	72,8%	72,8%	43,5%	43,5%
Veneto	40,4%	62,5%	62,2%	79,6%	35,0%	59,6%
Friuli Venezia Giulia	23,8%	29,5%	66,3%	62,3%	22,0%	30,2%
Liguria	47,9%	49,4%	48,7%	76,1%	43,8%	48,3%
Emilia Romagna	74,8%	84,4%	90,4%	94,5%	76,5%	82,7%
Toscana	65,4%	73,6%	74,7%	78,9%	73,1%	79,6%
Umbria	90,2%	88,0%	98,1%	97,9%	95,6%	95,5%
Marche	77,4%	78,4%	88,8%	86,6%	81,9%	81,3%
Lazio	42,0%	53,2%	44,6%	83,3%	37,4%	56,9%
Abruzzo	33,5%	31,8%	46,6%	29,1%	38,3%	32,5%
Molise	4,9%	5,9%	4,3%	6,6%	5,7%	6,8%
Campania	2,5%	3,6%	2,8%	4,2%	2,1%	4,2%
Puglia	4,8%	4,7%	1,6%	1,1%	2,8%	3,7%
Basilicata	0,0%	0,8%	0,0%	1,3%	0,0%	0,7%
Calabria	6,7%	8,8%	9,0%	7,9%	5,6%	6,7%
Sicilia	1,3%	4,6%	1,2%	1,8%	0,2%	2,4%
Sardegna	4,7%	2,9%	10,7%	5,7%	7,0%	5,5%
ITALIA	**31,3%**	**40,3%**	**38,3%**	**53,9%**	**31,4%**	**39,1%**

Comuni con incidenza stranieri femmine superiore a 7,5%

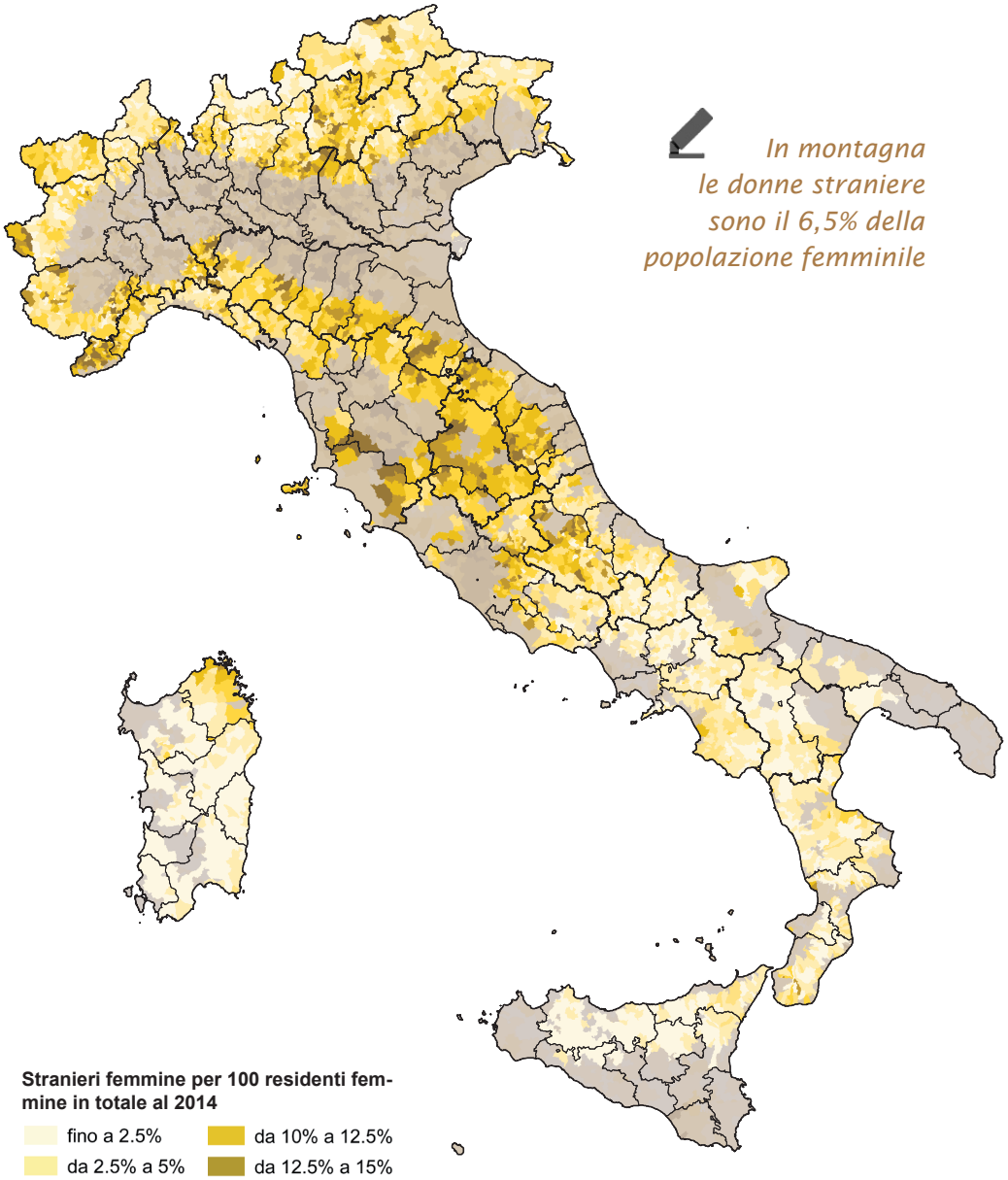


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.2.3

Le straniere femmine...

In montagna le donne straniere sono il 6,5% della popolazione femminile

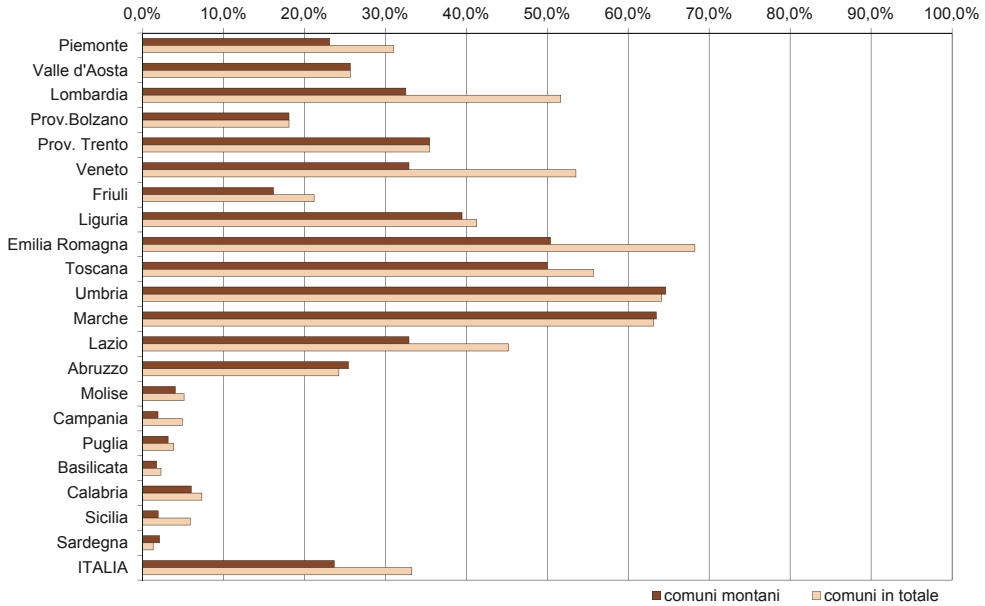


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

Comuni con incidenza stranieri maschi superiore a 7,5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	23,1%	31,0%	32,6%	57,8%	23,7%	35,8%
Valle d'Aosta	25,7%	25,7%	53,9%	53,9%	25,5%	25,5%
Lombardia	32,5%	51,7%	47,6%	73,3%	27,3%	54,0%
Prov. Aut. Bolzano	18,1%	18,1%	48,6%	48,6%	11,0%	11,0%
Prov. Aut. Trento	35,5%	35,5%	66,5%	66,5%	31,2%	31,2%
Veneto	32,9%	53,5%	53,4%	71,7%	28,1%	50,7%
Friuli Venezia Giulia	16,2%	21,2%	64,2%	56,5%	14,5%	21,1%
Liguria	39,5%	41,3%	39,5%	72,0%	35,0%	40,6%
Emilia Romagna	50,4%	68,2%	66,7%	86,5%	50,2%	67,3%
Toscana	50,0%	55,7%	65,1%	68,5%	62,6%	66,0%
Umbria	64,6%	64,1%	76,1%	84,4%	67,8%	70,8%
Marche	63,5%	63,1%	78,5%	61,2%	65,4%	62,1%
Lazio	32,9%	45,2%	43,8%	80,3%	30,0%	50,1%
Abruzzo	25,4%	24,3%	40,9%	25,4%	33,3%	28,1%
Molise	4,1%	5,1%	4,2%	6,4%	4,6%	5,9%
Campania	1,9%	4,9%	3,7%	6,2%	3,2%	6,5%
Puglia	3,2%	3,9%	0,8%	1,0%	2,1%	3,4%
Basilicata	1,8%	2,3%	1,0%	2,7%	1,3%	2,3%
Calabria	6,0%	7,3%	11,2%	9,2%	5,5%	8,6%
Sicilia	1,9%	5,9%	0,6%	4,6%	2,2%	5,7%
Sardegna	2,1%	1,3%	9,3%	4,9%	4,1%	3,2%
ITALIA	**23,7%**	**33,3%**	**33,2%**	**49,5%**	**23,9%**	**32,5%**

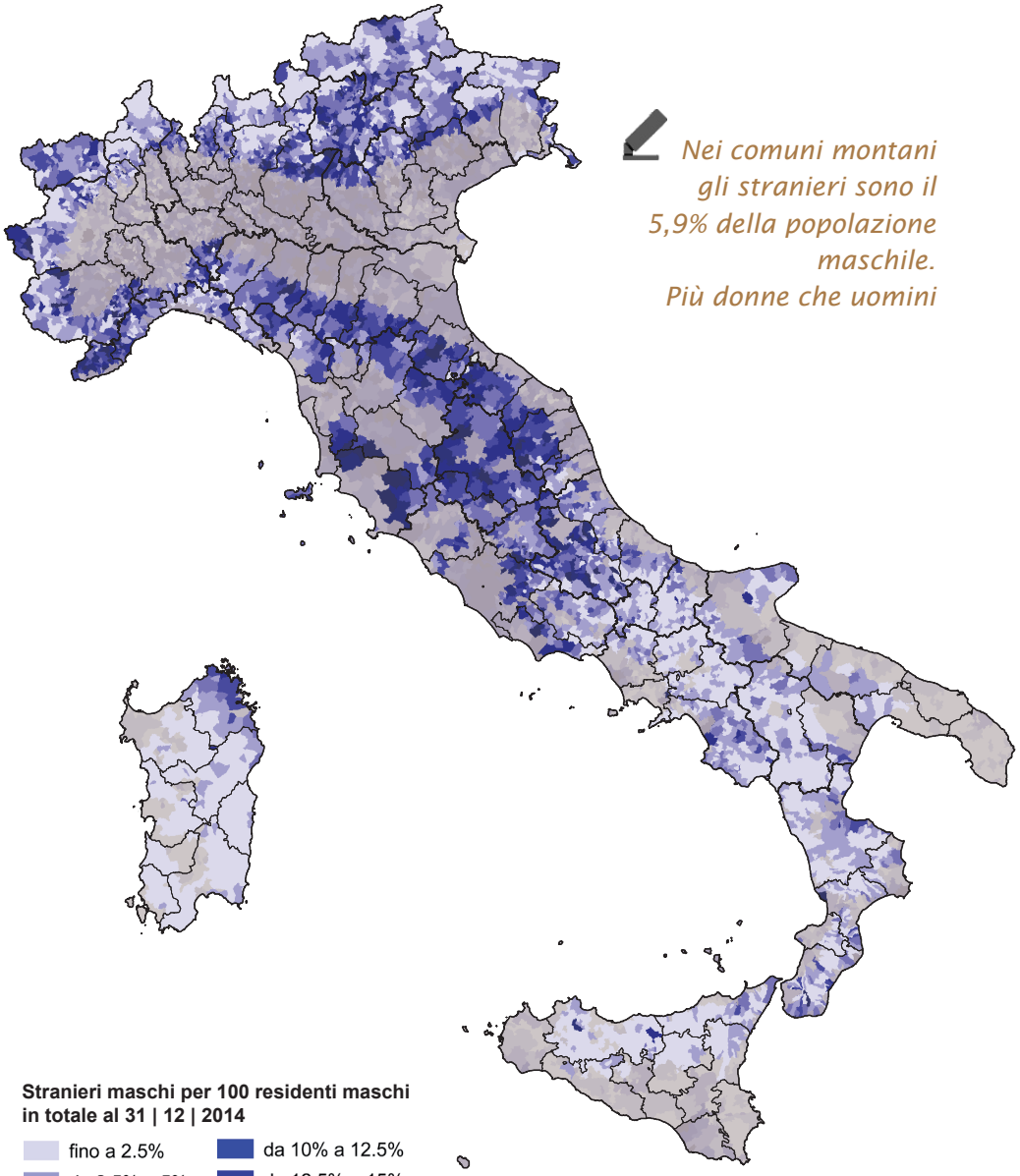
Comuni con incidenza stranieri maschi superiore a 7,5%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.2.4

... e i maschi



Nei comuni montani gli stranieri sono il 5,9% della popolazione maschile. Più donne che uomini

Stranieri maschi per 100 residenti maschi in totale al 31 | 12 | 2014

- fino a 2.5%
- da 2.5% a 5%
- da 5% a 7.5%
- da 7.5% a 10%
- da 10% a 12.5%
- da 12.5% a 15%
- oltre 15%
- Comuni non montani

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

A.3

I Giovani e gli anziani

Assai prima e assai più che dalla variazione della quantità complessiva di popolazione insediata in montagna - variazione che, come si è visto in precedenza, è relativamente contenuta - le maggiori preoccupazioni sulla evoluzione della base demografica dei territori montani vengono oggi dalle trasformazioni che sono intervenute nella struttura demografica, vale a dire innanzitutto nella distribuzione per età della popolazione.

Trasformazioni che sono di dimensioni notevolissime, anche fermando la nostra attenzione ai soli ultimi anni, quelli che vanno dal 2010 al 2014. Trasformazioni la cui portata - anche per gli effetti sulla tenuta economica e sociale dell'insediamento montano - deve essere ben considerata per mettere a fuoco gli obiettivi e le politiche di una strategia di sviluppo locale sostenibile.

In primo luogo deve essere rimarcata la valutazione che riguarda la perdita di popolazione giovanile nella fascia di età tra 0 e 24 anni (vedi Tav. A.3.1). La perdita di popolazione giovanile risulta infatti essere in montagna più che doppia di quella (comunque decisamente preoccupante) che si è registrata nella media nazionale dove si segnala una flessione percentuale del 1,6%.

La perdita di popolazione giovanile nel territorio della montagna va sottolineata e sottoposta ad una attenzione del tutto particolare, se si considera che i comuni

montani (che, ricordiamolo, rappresentano solo 1/5 della popolazione nazionale) hanno subito da soli quasi la metà dell'intera diminuzione di popolazione giovanile che si è registrata in Italia nel periodo 2010-2014.

Una ragione sufficiente per focalizzare l'attenzione delle politiche di sviluppo locale proprio su questo target giovanile della popolazione, più di ogni altro sensibile alle sollecitazioni culturali trasmesse dalla globalizzazione e nei confronti del quale le comunità (e le economie locali) della montagna debbono saper lanciare segnali riconoscibili di un cambiamento possibile.

Tutta la montagna perde popolazione giovanile ma le differenze regionali sono davvero impressionanti.

Nelle regioni del Sud l'incidenza dei comuni che non perdono giovani è sistematicamente inferiore ad 1/10 del totale (con la punta peggiore in Campania dove la percentuale è di poco superiore all'1%).

Questa frazione sale attorno ad 1/6 per la montagna delle regioni Centro-Italiane e si avvicina ad 1/3 nelle regioni del Nord, sino ad essere prossima alla metà (o addirittura leggermente prevalente) per realtà montane peculiari come le Province autonome di Trento e Bolzano e la Valle d'Aosta.

Se misuriamo però il differenziale di *performance* in ciascuna regione tra valore delle aree montane e quello della regione nel suo complesso, le distanze più ampie si presentano per alcune regioni del centro (Toscana, Marche) e del Nord (Veneto, Lombardia).

Lo scarto maggiore è quello che si registra in Emilia-Romagna, regione che è invece nel suo complesso quella che registra con maggiore diffusione un processo di crescita della popolazione giovanile, ma che non riesce a coinvolgere in questa crescita il proprio territorio montano.

Anche la popolazione in età da lavoro (vedi Tav. A.3.2) ha conosciuto una leggera flessione tra il 2010 e il 2014: con 460.000 persone in meno nell'intero Paese (- 1%). Duecentomila di queste perdite (-2%) si registrano nelle sole aree montane dove la variazione è di due volte più intensa di quanto non avvenga per la media nazionale. È una variazione che registra un processo di lenta erosione del capitale umano i cui caratteri qualitativi potrebbero risultare ancor più preoccupanti se potessimo ad esempio analizzarne anche i livelli di scolarizzazione, cosa che la fonte anagrafica non ci consente. Una erosione che può far temere per la stabilità e la tenuta dell'intero potenziale socio economico di una popolazione, come quella montana, organizzata in piccole comunità dove anche variazioni marginali possono facilmente risultare critiche.

La geografia del fenomeno è in questo caso omogenea tra Nord e Sud e lo è, relativamente, anche quella che si manifesta tra le aree montane e il resto del Paese.

Relativamente omogenea ma non priva di qualche differenziazione che merita di essere notata. La criticità massima è quella che si presenta nelle aree montane del Friuli Venezia Giulia dove il 99% dei comuni registra una diminuzione della popolazione in età da lavoro, mentre percentuali superiori al 90% sono presenti nelle aree appenniniche centro settentrionali: in Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche.

La situazione non è molto migliore nella pressoché totalità delle altre regioni del Sud e del Nord delineando una situazione nazionale dove la quota di comuni che registra variazioni positive non raggiunge 1/5 per le aree montane e 1/4 per la generalità del territorio. La riduzione è ancora modesta, ma assai preoccupante in prospettiva quando entreranno nel mercato del lavoro le generazioni più giovani per le quali si registrano flessioni più marcate. E si caratterizza come processo diffuso e pervasivo che si manifesta in tutto il Paese con l'isolata eccezione del Trentino-Alto Adige.

Qui l'impatto negativo determinato dalla riduzione della popolazione in età da lavoro interessa meno di 1/3 dei comuni, in presenza di caratteri culturali originali (e forse anche di politiche locali più efficaci) che manifestano la presenza e gli effetti di una transizione demografica complessivamente di diverso segno.

I dati del Censimento 2011 permettono anche di analizzare più nel dettaglio il lavoro dei giovani. I giovani compresi tra i 15 e 24 anni occupati sono 1,3 milioni. A livello nazionale non esiste una unica specializzazione: il 17,8% lavora nel comparto manifatturiero, il 16,7% in alberghi e ristoranti, il 14,4% nel commercio.

Analogamente a quanto accade nell'ambito degli stranieri, le province dove l'occupazione più frequente dei giovani è l'agricoltura sono quelle meridionali: in provincia di Reggio Calabria il 24,3% degli occupati compresi tra i 15 ed i 24 anni lavora in agricoltura, seguito da Ragusa, Foggia, Cosenza e Crotone. Le regioni con l'incidenza maggiore di occupati nel manifatturiero sono le Marche, il Veneto e l'Emilia, guidate da Vicenza col 35%. Un dato interessante in chiave montana è quello delle costruzioni: buona parte delle province in vetta a questa specializzazione sono montane (Sondrio, Aosta, Trento e Bolzano). Le città metropolitane invece sono quelle con le percentuali più elevate di occupati nei trasporti e nei servizi alle imprese, anche se si parla di valori compresi tra il 9%-10%. Liguria e Sardegna sono le regioni nelle quali i giovani trovano maggiormente lavoro in alberghi o ristoranti.

Il segno più marcato della trasformazione demografica in corso è rappresentato dalla crescita degli anziani e in particolare dei "grandi anziani", quelli con 75 anni e più (vedi Tav. A.3.3).

In solo quattro anni, dal 2010 al 2014, nelle anagrafi dei comuni italiani si è segnalata la crescita di oltre 700.000 unità nella presenza di residenti ultra settantacinquenni; una crescita iperbolica ad un tasso che supera il 2,5% all'anno.

Paradossalmente la crescita è meno accentuata nelle aree montane (+8%) dove

l'invecchiamento era già più accentuato ed esteso. Un incremento particolarmente significativo, in linea con la media nazionale, riguarda infatti solo 1/3 dei comuni montani mentre coinvolge quasi la metà del totale dei comuni italiani.

Le variazioni percentuali più cospicue riguardano infatti le regioni "più giovani" che presentano una struttura demografica relativamente meno deteriorata, come Lombardia, Veneto, Provincia Autonoma di Bolzano. In queste realtà regionali le variazioni superiori al 10% (sempre nei soli quattro anni considerati) riguardano i 2/3 dei comuni totali, con una incidenza che non è non troppo dissimile nelle rispettive aree montane.

Tra le Regioni meridionali solo la Puglia presenta dinamiche di forte aumento della popolazione ultra settantacinquenne, anche qui con una diffusione molto elevata (oltre i 2/3 dei comuni) che , a differenza da quanto accade nelle più giovani regioni alpine) interessa solo marginalmente i comuni montani. Se i grandi anziani crescono nelle aree montane in misura più contenuta di quanto non avvenga nel complesso del Paese lo si deve solo ad una base di partenza della popolazione anziana che era già da molto più ampia in montagna e che, di conseguenza, non può che registrare percentuali di incremento più contenute. Significativo è comunque il fatto che in tutte le regioni italiane l'esplosione "della quarta età" interessi le aree urbane, costiere e di pianura in misura più accentuata di quanto non accada per le aree montane.

le buone pratiche

Progetto: ludoteca welfare infanzia "I CUCCIOLI"

Regione: Umbria

Comune: Monteleone di Spoleto

Settore di intervento: scuola

Costi: 27.050,00 euro

Nell'anno 2015 è stata soppressa la scuola dell'infanzia e poiché il comune è distante dai centri più vicini 25/30km è stata creata una Ludoteca comunale, che funziona come una scuola materna dalle 8,30 alle 13,30, permettendo alla mamme che lavorano di continuare la loro attività e permettere nel contempo una vita ai bambini con i loro pari per la sana crescita del loro se. La ludoteca è rivolta ai bambini dai 2 ai 5 anni e funziona grazie anche ad un'associazione onlus che gestisce il personale, 2 assistenti che lavorano 3 ore ciascuna con 1 di compresenza. Il progetto prevede l'assistenza all'infanzia attraverso azioni di coinvolgimento di assistenti educatrici e genitori che dovranno, in sinergia, garantire le aspettative di crescita e cura dei bambini. Esso inoltre accompagna il processo di prima socializzazione extra-familiare del bambino, sostiene la genitorialità e promuove l'occupazione femminile.

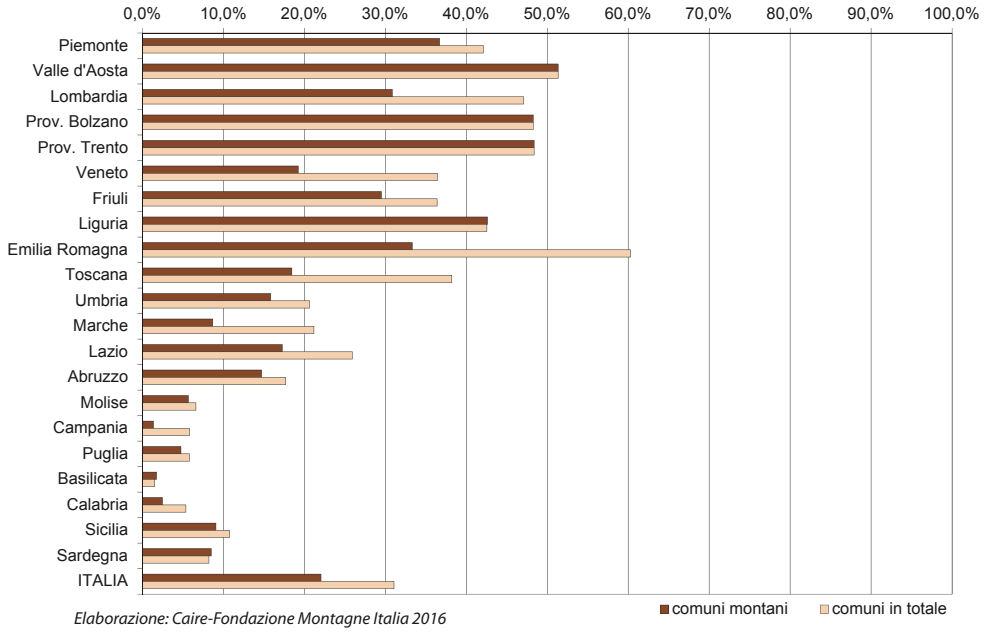
http://sindacomarisaangelini.blogspot.it/2015/10/apertura-della-ludoteca-i-cuccioli.html

TAB. A.3.1 le regioni e le montagne in cifre 2017 30 20

Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione 0-24 anni positiva

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	36,7%	42,1%	37,1%	61,4%	31,8%	40,2%
Valle d'Aosta	51,4%	51,4%	46,4%	46,4%	46,7%	46,7%
Lombardia	30,9%	47,1%	33,8%	69,5%	29,1%	43,1%
Prov. Aut. Bolzano	48,3%	48,3%	71,8%	71,8%	40,9%	40,9%
Prov. Aut. Trento	48,4%	48,4%	75,3%	75,3%	44,1%	44,1%
Veneto	19,3%	36,4%	26,0%	48,6%	16,4%	32,0%
Friuli Venezia Giulia	29,5%	36,4%	67,7%	63,1%	20,2%	28,5%
Liguria	42,6%	42,6%	48,2%	35,9%	41,4%	41,6%
Emilia Romagna	33,3%	60,3%	47,9%	84,1%	33,0%	57,1%
Toscana	18,5%	38,2%	34,3%	61,6%	24,0%	37,7%
Umbria	15,9%	20,7%	23,4%	28,1%	14,3%	16,3%
Marche	8,7%	21,2%	16,2%	34,9%	8,4%	17,1%
Lazio	17,3%	25,9%	17,6%	73,1%	11,2%	33,1%
Abruzzo	14,7%	17,7%	11,2%	18,7%	15,5%	16,4%
Molise	5,7%	6,6%	4,7%	6,5%	4,4%	5,7%
Campania	1,4%	5,8%	0,7%	6,5%	0,5%	2,8%
Puglia	4,8%	5,8%	3,6%	2,8%	3,1%	3,1%
Basilicata	1,8%	1,5%	1,9%	1,1%	0,7%	0,5%
Calabria	2,5%	5,4%	2,3%	4,6%	1,9%	4,8%
Sicilia	9,1%	10,8%	5,0%	13,1%	6,5%	6,3%
Sardegna	8,5%	8,2%	15,6%	10,2%	9,1%	8,7%
ITALIA	**22,1%**	**31,1%**	**24,3%**	**44,6%**	**17,8%**	**25,2%**

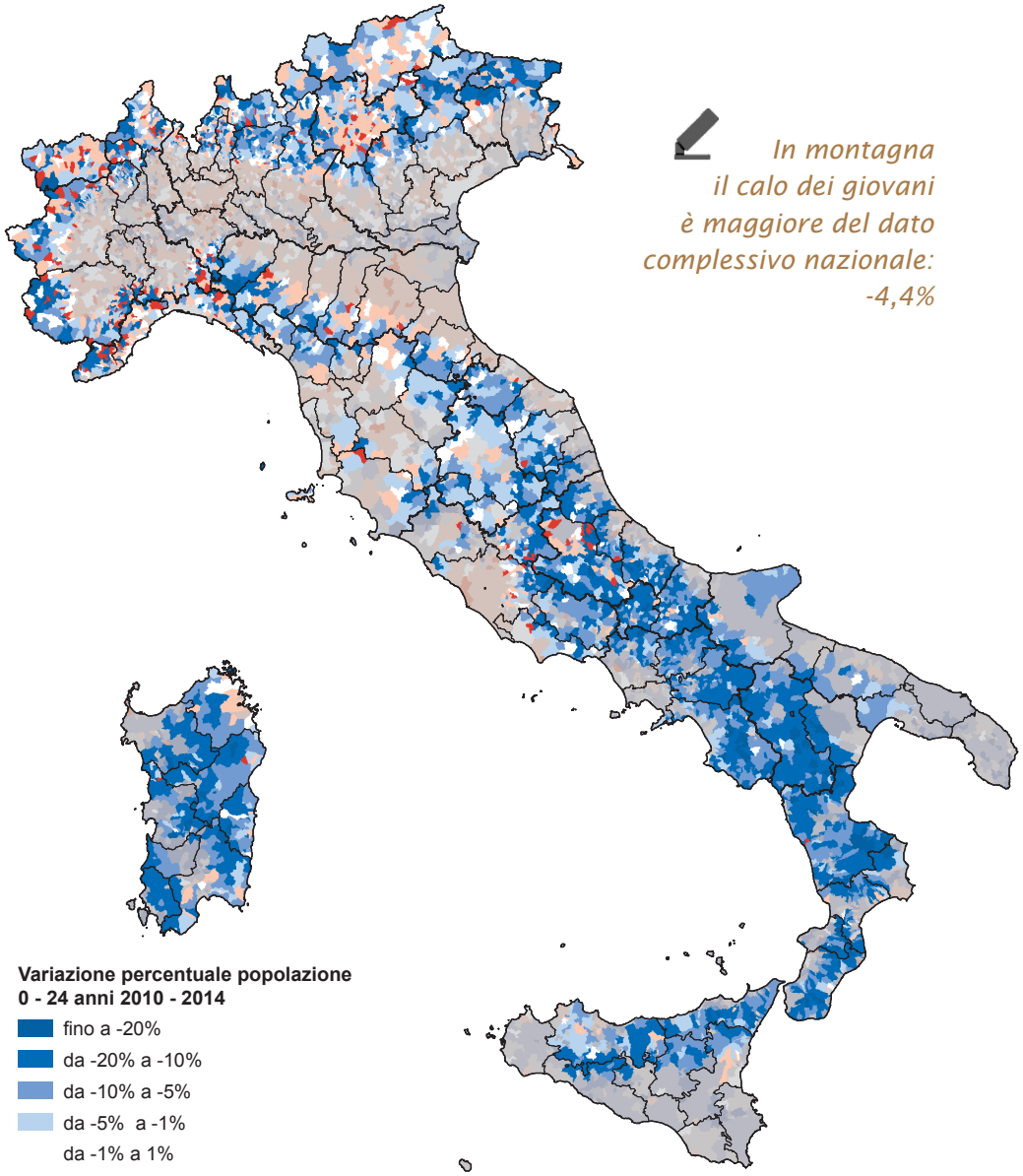
Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione 0-24 anni positiva



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.3.1

La variazione della popolazione giovane (0-24 anni)



In montagna il calo dei giovani è maggiore del dato complessivo nazionale: -4,4%

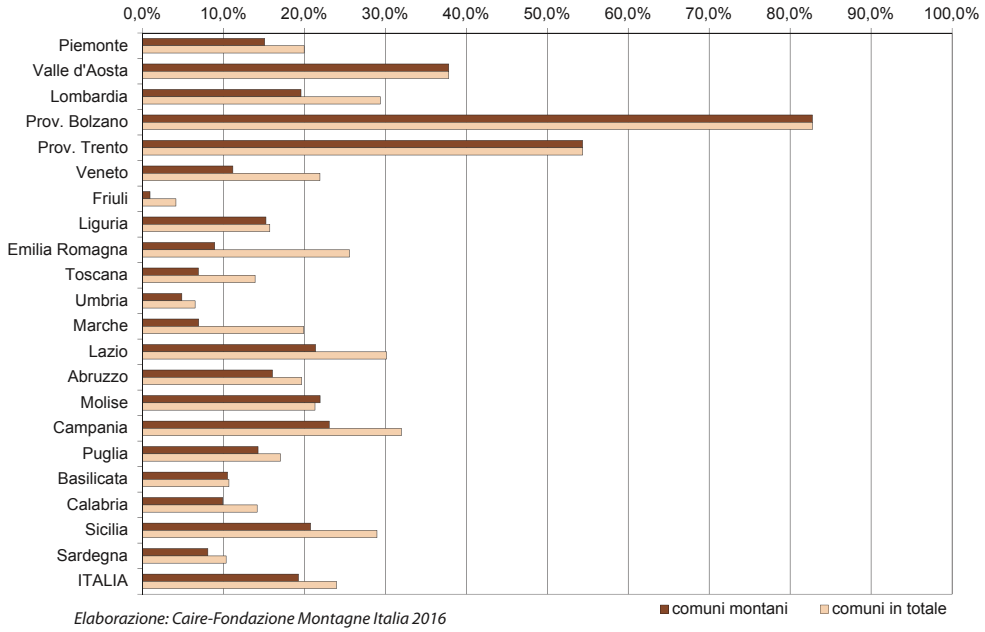
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.3.2 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione 15-64 anni positiva

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	15,1%	20,0%	12,8%	12,8%	11,7%	15,9%
Valle d'Aosta	37,8%	37,8%	33,1%	33,1%	46,3%	46,3%
Lombardia	19,6%	29,4%	21,5%	44,2%	16,9%	25,4%
Prov. Aut. Bolzano	82,8%	82,8%	92,1%	92,1%	75,9%	75,9%
Prov. Aut. Trento	54,4%	54,4%	55,3%	55,3%	45,1%	45,1%
Veneto	11,2%	21,9%	7,1%	22,2%	7,2%	15,7%
Friuli Venezia Giulia	1,0%	4,1%	0,2%	5,0%	0,7%	2,6%
Liguria	15,3%	15,7%	9,1%	4,5%	10,9%	10,3%
Emilia Romagna	8,9%	25,6%	9,4%	41,5%	6,2%	20,3%
Toscana	6,9%	13,9%	15,9%	23,5%	6,1%	9,7%
Umbria	4,9%	6,5%	9,2%	6,3%	5,9%	5,8%
Marche	7,0%	19,9%	3,8%	20,3%	3,0%	10,5%
Lazio	21,4%	30,2%	33,5%	75,5%	19,4%	38,9%
Abruzzo	16,1%	19,7%	14,5%	25,9%	16,3%	18,1%
Molise	22,0%	21,3%	13,8%	13,4%	15,8%	15,4%
Campania	23,1%	32,0%	31,6%	51,2%	21,4%	29,0%
Puglia	14,3%	17,1%	11,9%	24,0%	9,8%	19,1%
Basilicata	10,5%	10,7%	15,6%	13,2%	10,5%	9,2%
Calabria	9,9%	14,2%	8,5%	12,6%	9,7%	14,1%
Sicilia	20,8%	29,0%	56,0%	45,1%	24,7%	28,3%
Sardegna	8,1%	10,3%	15,3%	15,3%	7,7%	9,3%
ITALIA	**19,3%**	**24,0%**	**25,5%**	**35,9%**	**16,2%**	**20,4%**

Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione 15-64 anni positiva

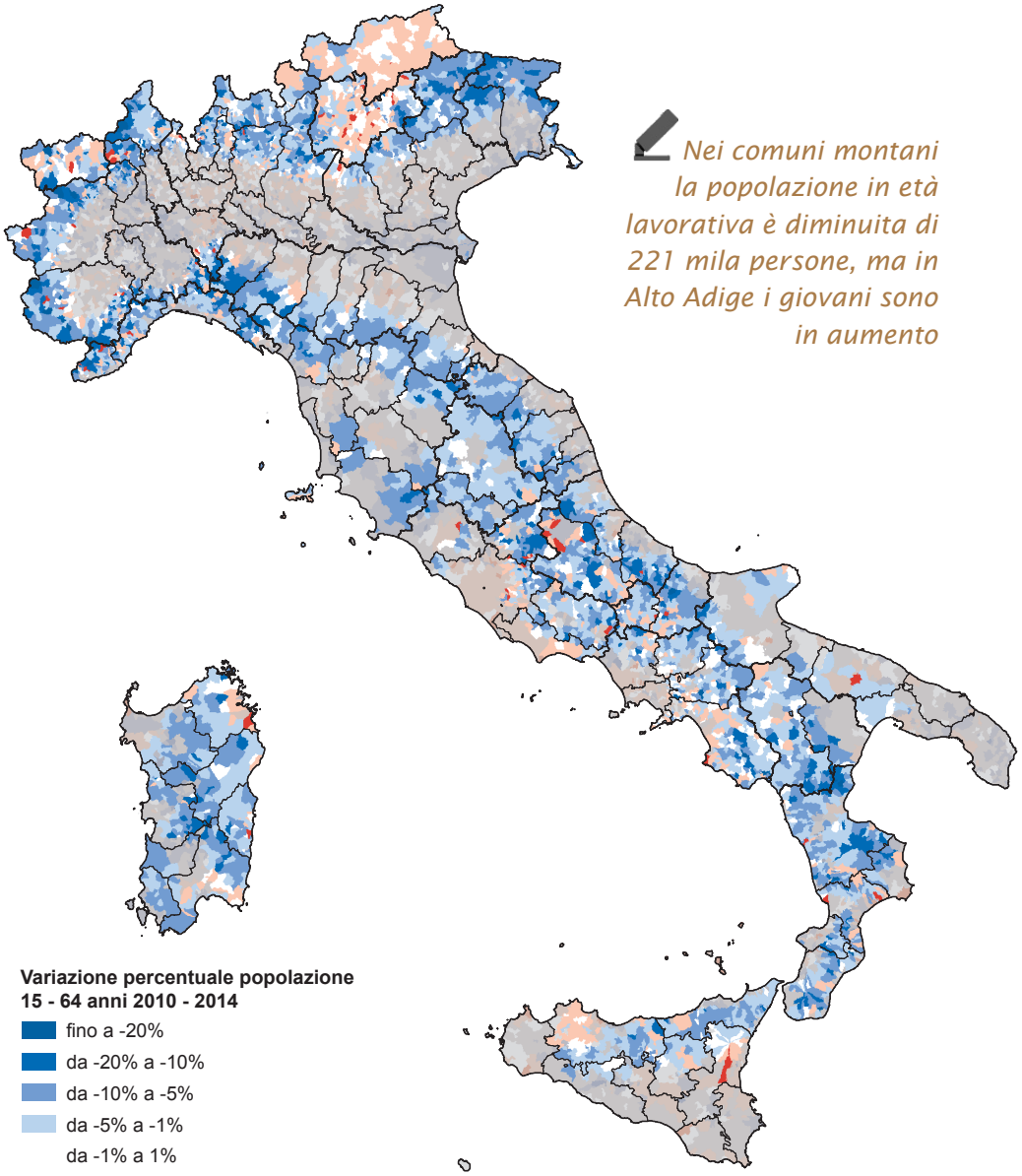


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.3.2

La variazione della popolazione in età da lavoro (15-64 anni)

Nei comuni montani la popolazione in età lavorativa è diminuita di 221 mila persone, ma in Alto Adige i giovani sono in aumento



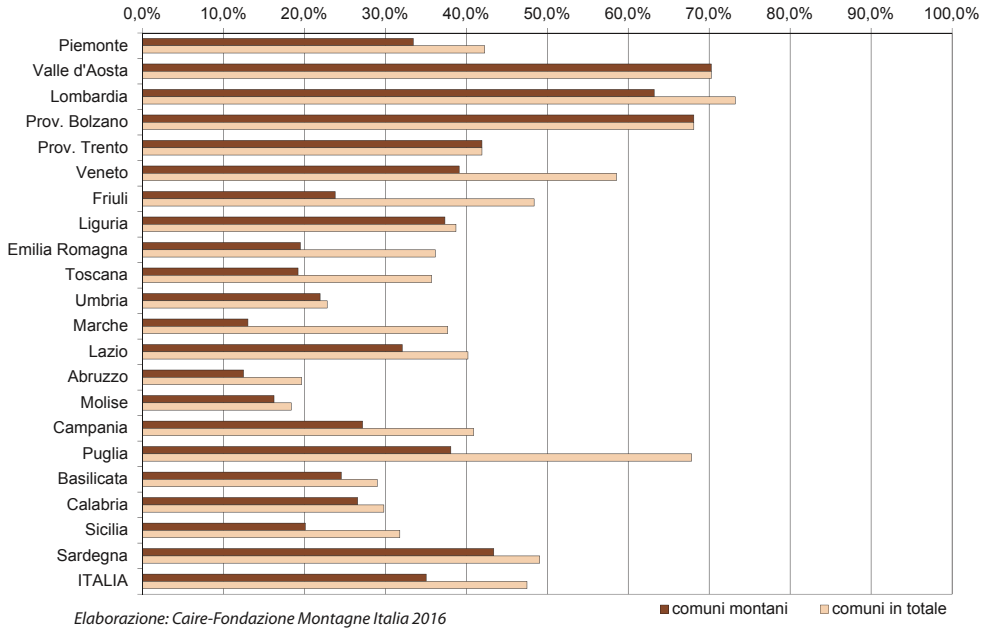
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.3.3 le regioni e le montagne in cifre 2017 30

Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione di 75 anni e oltre superiore al 10%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	33,5%	42,3%	53,4%	72,6%	29,1%	39,7%
Valle d'Aosta	70,3%	70,3%	76,3%	76,3%	59,7%	59,7%
Lombardia	63,2%	73,2%	78,7%	75,4%	55,4%	64,0%
Prov. Aut. Bolzano	68,1%	68,1%	85,2%	85,2%	65,4%	65,4%
Prov. Aut. Trento	41,9%	41,9%	72,8%	72,8%	50,5%	50,5%
Veneto	39,1%	58,5%	60,9%	70,9%	35,3%	55,9%
Friuli Venezia Giulia	23,8%	48,4%	16,2%	47,2%	16,5%	35,3%
Liguria	37,4%	38,7%	53,4%	21,6%	29,9%	28,2%
Emilia Romagna	19,5%	36,2%	28,8%	43,5%	19,1%	35,2%
Toscana	19,2%	35,7%	33,3%	49,8%	13,6%	30,8%
Umbria	22,0%	22,8%	30,8%	39,4%	24,3%	27,2%
Marche	13,0%	37,7%	14,3%	55,8%	10,2%	30,5%
Lazio	32,1%	40,2%	56,5%	86,2%	32,8%	51,9%
Abruzzo	12,5%	19,7%	15,3%	43,9%	10,6%	17,6%
Molise	16,3%	18,4%	49,0%	54,5%	19,4%	22,5%
Campania	27,2%	40,9%	43,4%	58,1%	24,3%	32,7%
Puglia	38,1%	67,8%	66,3%	85,5%	49,7%	72,7%
Basilicata	24,6%	29,0%	35,7%	55,8%	25,8%	35,3%
Calabria	26,6%	29,8%	41,7%	42,7%	33,5%	37,2%
Sicilia	20,1%	31,8%	15,0%	37,9%	21,1%	30,2%
Sardegna	43,4%	49,1%	69,5%	77,2%	48,6%	52,9%
ITALIA	**35,1%**	**47,5%**	**47,2%**	**62,9%**	**32,5%**	**43,1%**

Comuni con variazione 2010-2014 della popolazione di 75 anni e oltre superiore al 10%

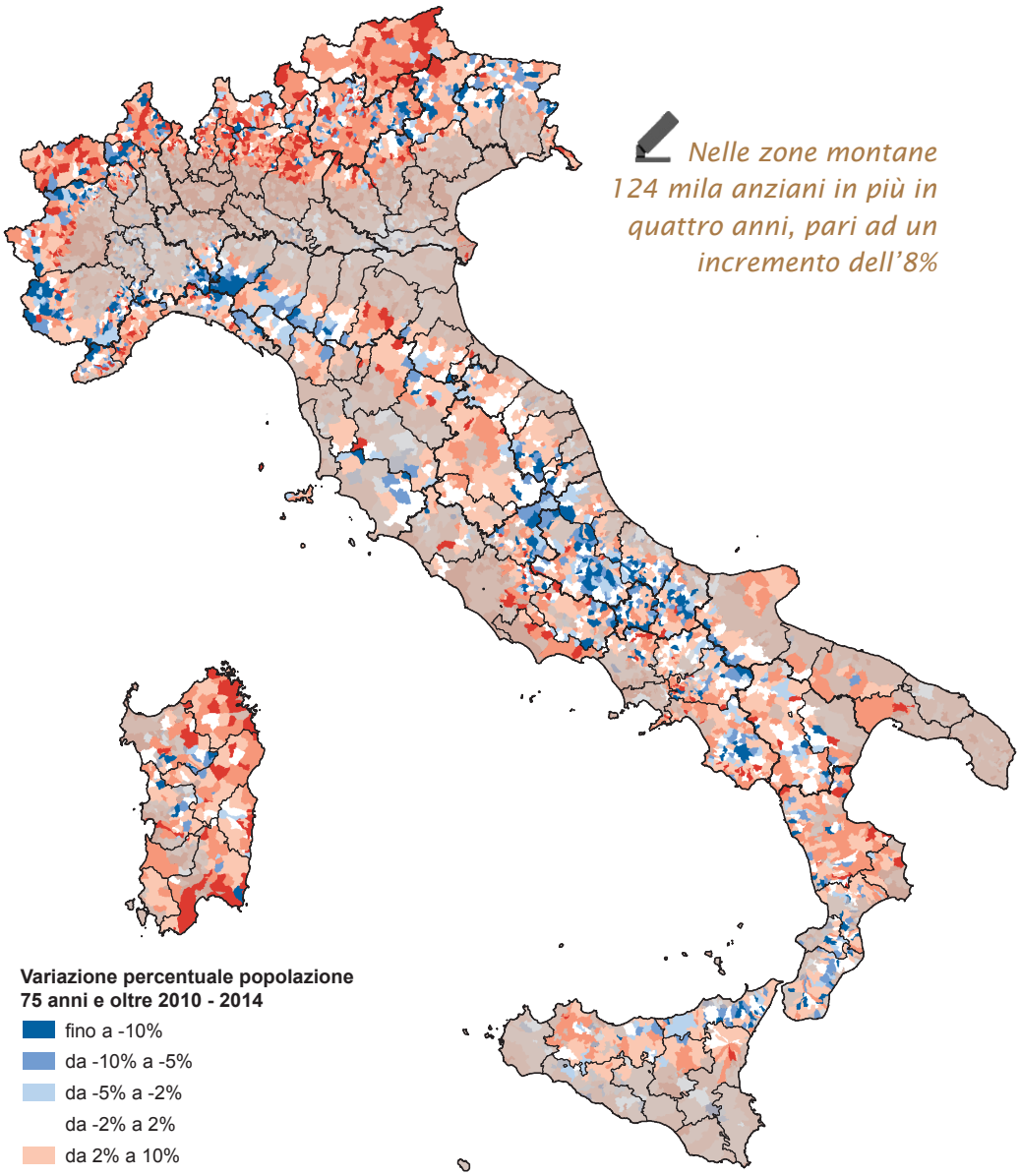


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.3.3

La variazione della popolazione anziana (75 anni e oltre)

Nelle zone montane 124 mila anziani in più in quattro anni, pari ad un incremento dell'8%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

A.4

Le imprese

L'impatto della lunga fase di crisi e recessione che ha attraversato l'economia italiana dal 2007 al 2014, a partire dalla sollecitazione della crisi finanziaria globale scatenata dalla rottura della bolla speculativa americana del terzo trimestre 2007 e proseguita sull'onda della crisi dei debiti sovrani europei del 2011, si è innanzitutto riversata sul fronte delle imprese agendo pesantemente sulla loro "demografia".

Naturalmente la variazione del numero di imprese fornisce una indicazione solo approssimativa della portata della crisi cui una più compiuta valutazione richiederebbe di disporre di valutazioni in termini di occupazione e di reddito; valutazioni che non sono tuttavia disponibili con la necessaria disaggregazione (quella comunale, che consente di mettere a confronto il territorio montano con il resto del Paese).

Restiamo allora al dato sulle imprese: dal 31 dicembre 2007 al 31 dicembre 2014 le imprese italiane registrate alle Camere di Commercio sono infatti diminuite nel complesso di oltre 80mila unità attestandone il numero complessivo poco sopra i sei milioni di unità.

Un certo numero di realtà locali ha tuttavia conosciuto in questo stesso periodo un andamento contro-tendenziale registrando variazioni positive, per effetto di peculiari dinamiche settoriali, della mobilità territoriale o della

peculiare reazione di specifici contesti socio-culturali alle dinamiche della crisi.

Un primo panorama della geografia di queste dinamiche (vedi Tav. A.4.1) e della sua peculiare articolazione entro l'orizzonte del territorio montano potrà sollecitare approfondimenti volti ad indagare più in profondità la natura di queste dinamiche.

Una dinamica positiva delle imprese nel periodo 2007-2014 interessa il 26,2% dei comuni italiani e ben il 22,7% di quelli montani che, pur scontando una fragilità sicuramente maggiore del tessuto, hanno subito una penalizzazione non particolarmente accentuata.

Una più estesa diffusione di dinamiche positive della numerosità di impresa si registra in due realtà regionali fortemente caratterizzate nel proprio quadro socio-economico e territoriale: quella della Provincia Autonoma di Bolzano dove le imprese sono in crescita nel 53,4% dei comuni montani (sono peraltro montani tutti i comuni della Provincia autonoma) e quella del Lazio dove sono in crescita il 41,6% dei comuni montani, prevalentemente addensati attorno all'area metropolitana di Roma dove è in crescita lo stesso comune capoluogo. Decisamente sopra la media nazionale anche le dinamiche in Calabria, Molise, Campania e Umbria.

I territori montani sembrano registrare un sostanziale allineamento dei propri andamenti con quello del rispettivo contesto nazionale. Scarti significativi si registrano tuttavia (in negativo) per le montagne di Marche, Lombardia, Campania e Puglia dove i comuni montani che registrano dinamiche positive sono in numero decisamente più esiguo dei rispettivi valori medi regionali.

Le imprese artigiane, tipicamente di più contenuta dimensione e con più modeste risorse organizzative (e finanziarie), hanno risentito degli anni della crisi in misura più accentuata del complesso delle imprese. A livello nazionale tra 2007 e 2014 il numero di imprese artigiane è diminuito di 112mila unità (una flessione dunque superiore a quella del totale delle imprese, che comporta un aumento delle imprese non artigiane nello stesso periodo).

Ancora più circoscritte le aree nelle quali l'evoluzione è stata contro-tendenziale e si è registrato un incremento del numero di imprese; a livello regionale nessuna ripartizione ha conosciuto un bilancio positivo e la situazione "più felice" è quella della Provincia Autonoma di Bolzano dove le imprese artigiane sono sostanzialmente stabili, diminuendo di sole 48 unità (lo 0,36%).

Nella più articolata disaggregazione comunale (vedi Tav. A.4.2), un quinto esatto dei comuni Italiani registra comunque una variazione positiva e questa quota è perfettamente rispettata anche per i comuni montani.

Nella generalità della montagna, tuttavia la flessione della presenza artigiana è decisamente molto marcata, con eccezioni che riguardano sempre la Provincia di Bolzano, dove le imprese artigiane sono in crescita di oltre il 40% dei comuni

e in misura più ridotta ma sempre superiore alla media nazionale nell'arco alpino piemontese e valdostano, nelle aree interne della Liguria nei comuni montani dell'area metropolitana di Roma.

Ancora più forte l'impatto negativo che la crisi ha esercitato sulle imprese a titolarità femminile che in molte circostanze rappresentano situazioni di maggiore fragilità sociale dei ruoli imprenditoriali e delle posizioni di lavoro autonomo, sottoposti per di più alla più immediata pressione che la crisi induce sulle strutture famigliari.

In sette anni le imprese a titolarità femminile diminuiscono nel complesso del Paese di oltre 124mila unità, una volta e mezzo la diminuzione del numero complessivo di imprese.

Un quadro evolutivo negativo al quale non si sottrae nessun contesto regionale ma che conosce tuttavia una attenuazione importante nelle regioni di impronta mezzadrile del Centro-Italia, dall'Emilia-Romagna alla Toscana, dall'Umbria alle Marche e al Lazio.

Tutte regioni dove la perdita di imprese femminili è contenuta entro pochi punti percentuali e dove forse si registrano ruoli femminili più forti nei rispettivi contesti culturali, anche avendo specifico riguardo allo stesso spazio montano.

Sempre a livello nazionale un quinto dei comuni totali è in controtendenza e registra una evoluzione positiva della impresa femminile e la percentuale è pressoché identicamente allineata tra i comuni montani (vedi Tav. A.4.3).

Le *performances* migliori sono quelle che si registrano in Umbria (dove il 32,9% dei comuni montani si presenta con imprese femminili in crescita, una percentuale di poco superiore a quella media della regione), in Calabria (30,9% contro il 29,6% della media regionale) e in Emilia-Romana (28,8% dei comuni montani a fronte di un 31,3% di comuni in crescita nel complesso della regione, in quello che si propone come il contesto regionale più positivo per l'evoluzione della impresa femminile).

Di diverso segno è invece l'apporto al bilancio delle imprese che proviene dalla sua componente "etnica" cioè dalle imprese che hanno come titolare un cittadino straniero.

Un fenomeno recente che registra la presenza ormai strutturale di quote significative di popolazione straniera ormai radicata nel nostro Paese, come l'apertura di attività imprenditoriali, appunto, evidenzia.

Proprio per la novità del fenomeno la presenza di imprese con titolari stranieri è evidenziata nei registri camerali solo a partire dal 2011 e, nei soli tre anni considerati, fa registrare un incremento di oltre 69mila imprese portando l'impresa etnica a rappresentare poco meno del 10% del totale delle imprese attive nel territorio nazionale.

Se i contesti di particolare concentrazione del fenomeno sono quelli delle grandi regioni del Centro-Nord (a partire dalla Lombardia, che da sola ospita quasi un quinto delle imprese a titolarità estera, per interessare poi con intensità rilevante anche Veneto, Emilia-Romagna, Toscana e Lazio), le dinamiche più intense sono presenti al Sud, in particolare in Campania, regione che ha valori doppi della media regionale. Un segnale rilevante se si considera come le regioni meridionali registrino ancora un forte differenziale rispetto a quelle del Centro-Nord nella presenza di popolazione straniera come quota dei residenti totali.

In un quadro che segnala ovunque, con larghissima diffusione, un processo di crescita "esplosiva" dell'imprenditoria straniera anche la soglia selezionata per registrare la distribuzione territoriale del fenomeno alla micro-scala comunale (vedi Tav. A.4.4) deve essere necessariamente più elevato.

I comuni nei quali le imprese a titolare straniero sono cresciute di oltre il 10% negli ultimi tre anni coperti da rilevazione, sono infatti ben il 40,2% dei comuni italiani e il 34,0% di quelli montani.

Uno scarto abbastanza modesto che fa rilevare il pieno coinvolgimento della montagna italiana non solo nel processo di ospitalità (dei rifugiati e più in generale della immigrazione di lungo raggio) ma anche in quello di integrazione e radicamento di questa presenza, testimoniato dall'impegno imprenditoriale.

La diffusione territoriale dei comuni montani che ospitano quote crescenti di imprese a titolare straniero è largamente omogenea lungo l'intero territorio nazionale, tanto nell'arco alpino che in quello appenninico e nelle isole e trova il suo massimo nel Lazio (51,9% dei comuni montani ad alta crescita di imprese straniere) sempre come manifestazione della grande attrazione esercitata al riguardo dall'area metropolitana di Roma, che si spinge nei suoi effetti anche verso le periferie montane.

Dinamiche importanti sono presenti anche nelle regioni meridionali: Puglia, Campania, Calabria e Sicilia, dove la quota di comuni montani in forte crescita di imprese straniere oscilla tra il 35% e il 45%, effetto naturalmente anche di una base di partenza più esigua di quella delle regioni del Centro-Nord dove il fenomeno è più consolidato.

Fortemente caratterizzato da questo fenomeno anche il territorio della Provincia Autonoma di Bolzano, che conferma anche per questo indicatore (39,7% dei comuni con una crescita di imprese a titolarità straniera superiore al 10% nel periodo 2011-14) la sua traiettoria singolare nell'attraversare, con efficacia, la bufera della prolungata crisi internazionale e italiana.

RE START APP

RESTARTAPP
Il primo campus per aspiranti imprenditori in Appennino

L'Appennino è la "spina dorsale" del nostro Paese. Un'area strategica per il nostro sviluppo economico sostenibile. Un bacino inestimabile di opportunità ancora da cogliere pienamente.

Rilanciare il territorio appenninico e, più in generale, l'economia della montagna italiana è l'obiettivo ambizioso con cui, nel 2014, è nato ReStartApp, il primo incubatore temporaneo d'impresa per giovani aspiranti imprenditori in Appennino.

Promosso dalla Fondazione Edoardo Garrone, ReStartApp è un campus residenziale gratuito. Un percorso di formazione intensivo, originale ed estremamente pragmatico, focalizzato sulla concretizzazione di startup, pensate da giovani under 35 nelle filiere produttive tipiche dell'Appennino, dall'agroalimentare al turismo.

Innovazione, tecnologia, tradizione e attenzione alla sostenibilità, economica e ambientale sono i requisiti fondamentali delle idee imprenditoriali.

Grazie alla rete di partner di alto profilo coinvolti da Fondazione Edoardo Garrone – tra cui Fondazione Cariplo, Fondazione Symbola, Università della Montagna, UNCEM, Federbim, Federforeste, Fondazione CIMA- in due anni sono stati realizzati 3 Campus.

135 giornate di formazione, 305 ore di laboratorio di creazione d'impresa, 370 ore di didattica frontale, 105 ore di tirocinio in azienda, 3 viaggi di studio, 105 docenti, esperti e professionisti coinvolti: questi i numeri complessivi di ReStartApp, che ha affiancato così 45 aspiranti imprenditori dell'Appennino, accompagnandoli anche negli anni successivi al termine del Campus per sostenerli nella realizzazione dei propri progetti.

35 di loro hanno prodotto un Business Plan della loro idea di azienda. 9 hanno ricevuto premi del valore compreso tra 30.000 e 10.0000 euro ciascuno per l'avvio delle imprese. 10 hanno avuto l'opportunità di accedere a un servizio di consulenza della durata di un anno.

Tra i 15 partecipanti della prima edizione, 6 (il 40%) hanno realmente avviato l'impresa. Tra i 30 partecipanti ai Campus del 2015, che si sono svolti in contemporanea a Portico di Romagna (FC) e Grondona (AL), 2 hanno già costituito l'impresa, 5 risultano attualmente impegnati a tempo pieno nella costituzione e nell'avvio dell'impresa e 6 stanno impiegando il loro tempo libero nello sviluppo del progetto aziendale, con l'obiettivo di costituire l'impresa entro la fine del 2016. Attualmente il tasso di mortalità dei progetti usciti da ReStartApp è del 55%: 1 partecipante su 2 abbandona il proprio progetto d'impresa entro un anno dal termine del Campus.

Dato da leggere positivamente, alla luce del fatto che uno degli obiettivi di ReStartApp è proprio quello di dare l'opportunità al giovane aspirante imprenditore di verificare sul campo la fattibilità e la sostenibilità della propria idea.

È così che grazie a ReStartApp stanno nascendo un'azienda agricola multifunzionale che diventa un progetto di "Social Valley", un birrificio artigianale che produce birra 100% italiana seguendo l'intera filiera dalla semina all'imbottigliamento e alla distribuzione, un sistema di adozione a distanza degli ulivi per progetti di Corporate Social Responsability delle aziende. Sono solo alcuni esempi di imprese, che testimoniano che fare impresa in Appennino si può.

Le difficoltà che i giovani incontrano al termine del percorso formativo, tuttavia, vanno oltre la preparazione che RestartApp può fornire loro. Gli ostacoli principali sono quelli comuni a tutti i neo imprenditori - in primis accesso al credito e mole di burocrazia - con l'aggiunta di alcune peculiarità delle zone rurali e delle attività agricole: spopolamento e invecchiamento della popolazione locale, rischio idrogeologico, degrado, mancanza di servizi, debolezza delle amministrazioni locali, frammentazione delle proprietà dei terreni e difficoltà di accesso ai terreni.

Per superare questi ostacoli e raggiungere il traguardo di una montagna viva, produttiva, rispettata e pienamente espressa è quindi indispensabile l'attivazione di una rete tra tutti i soggetti che lavorano sui temi dello sviluppo rurale e montano. Da qui possono svilupparsi, ad esempio, banche dati utili a chi fa impresa oppure "sportelli territoriali" per favorire contatti e scambio di buone pratiche tra Appennini e Alpi. Fondazione Edoardo Garrone sta lavorando in questo senso, portando l'esperienza di ReStartApp sulle Alpi, con la prima edizione di ReStartAlp.

È, altresì, indispensabile un intervento istituzionale di riforme, che lavorino sui fronti maggiormente esposti, garantendo un'adeguata copertura di rete anche nei territori montani e favorendo la disponibilità e l'accesso ai terreni, attraverso la costituzione di un'anagrafe nazionale o montana territoriale e l'attivazione di incentivi per forme di locazione dei terreni incolti. Infine, sarebbe fondamentale la creazione di una vera e propria "cabina di regia" nazionale per agevolare l'accesso al credito e ai finanziamenti e semplificare la burocrazia.

Sull'Appennino e sulle cosiddette "terre alte" si gioca una partita di crescita sociale ed economica fondamentale per il nostro Paese. È una sfida strategica, che può essere vinta solo puntando sulle energie dei giovani, sull'innovazione e sulla sinergia tra tutti i soggetti che operano in queste aree, per una progettualità territoriale in grado di attivare nuove risorse e creare vero sviluppo.

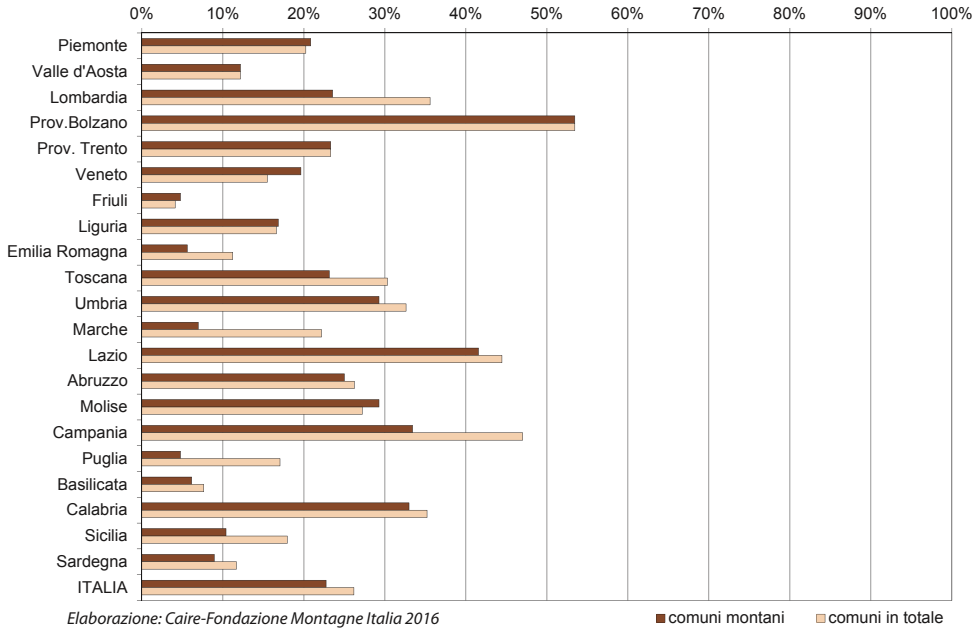
http://www.restartapp.it/

TAB. A.4.1 le regioni e le montagne in cifre 2017 30

Comuni con variazione 2007-2014 del numero di imprese registrate superiore a 0%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	20,8%	20,2%	19,9%	17,2%	19,6%	19,0%
Valle d'Aosta	12,2%	12,2%	4,3%	4,3%	10,5%	10,5%
Lombardia	23,6%	35,6%	24,9%	41,9%	20,4%	30,4%
Prov. Aut. Bolzano	53,4%	53,4%	69,2%	69,2%	66,1%	66,1%
Prov. Aut. Trento	23,3%	23,3%	20,4%	20,4%	22,5%	22,5%
Veneto	19,6%	15,5%	17,0%	16,4%	15,9%	15,6%
Friuli Venezia Giulia	4,8%	4,1%	1,2%	10,7%	5,2%	4,6%
Liguria	16,8%	16,6%	19,4%	47,9%	14,4%	18,1%
Emilia Romagna	5,6%	11,2%	4,3%	8,3%	3,8%	6,8%
Toscana	23,1%	30,3%	21,5%	51,1%	17,6%	25,1%
Umbria	29,3%	32,6%	28,2%	56,7%	23,7%	32,3%
Marche	7,0%	22,2%	13,9%	36,9%	8,2%	18,1%
Lazio	41,6%	44,4%	51,9%	84,1%	34,7%	46,7%
Abruzzo	25,0%	26,2%	30,4%	47,1%	28,2%	31,4%
Molise	29,3%	27,2%	53,2%	50,9%	25,2%	22,7%
Campania	33,4%	47,0%	44,4%	80,0%	30,4%	41,3%
Puglia	4,8%	17,1%	9,9%	23,3%	4,1%	16,7%
Basilicata	6,1%	7,6%	5,6%	17,1%	4,9%	9,1%
Calabria	33,0%	35,2%	50,0%	46,2%	33,8%	34,4%
Sicilia	10,4%	17,9%	49,6%	35,6%	13,2%	16,5%
Sardegna	8,9%	11,7%	16,2%	23,8%	8,9%	12,8%
ITALIA	**22,7%**	**26,2%**	**30,9%**	**41,3%**	**19,8%**	**23,0%**

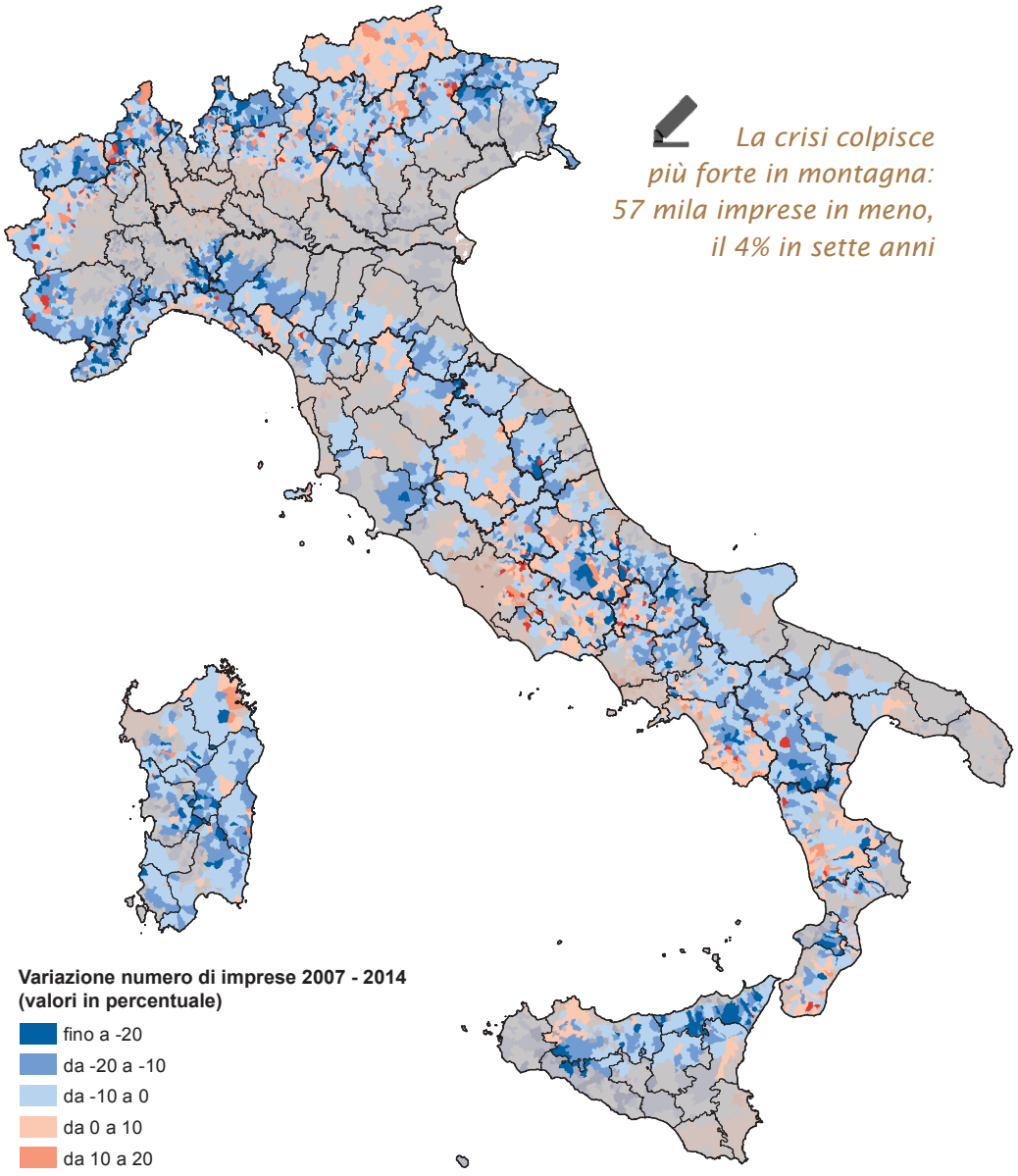
Comuni con variazione 2007-2014 del numero di imprese registrate superiore a 0%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.4.1

La variazione del numero di imprese



La crisi colpisce più forte in montagna: 57 mila imprese in meno, il 4% in sette anni

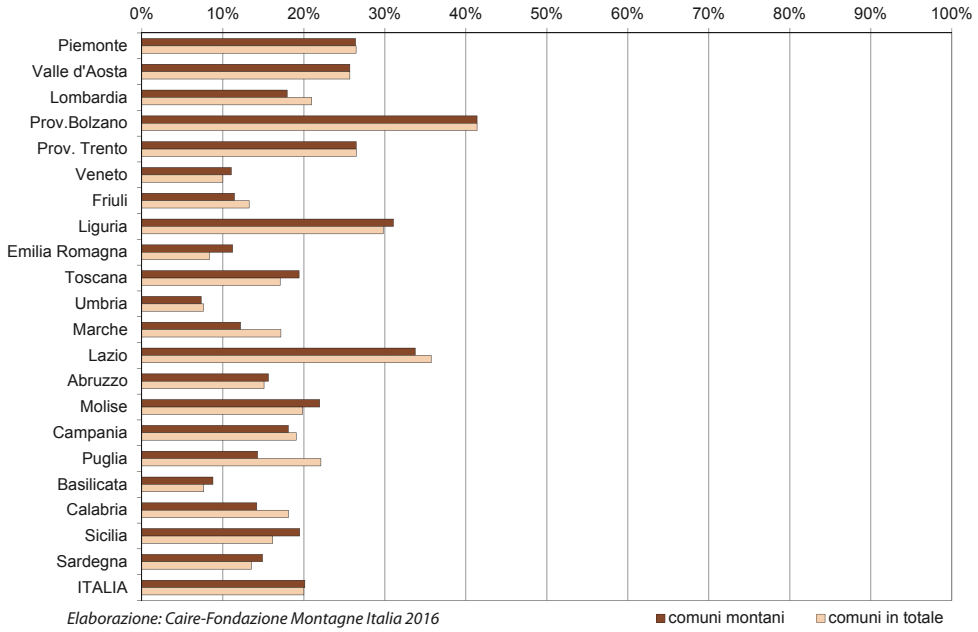
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.4.2 le regioni e le montagne in cifre 2017 30

Comuni con variazione 2007-2014 delle imprese artigiane superiore a 0%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	26,4%	26,5%	18,6%	12,6%	30,0%	25,7%
Valle d'Aosta	25,7%	25,7%	13,4%	13,4%	27,9%	27,9%
Lombardia	17,9%	21,0%	10,8%	31,0%	16,2%	17,7%
Prov. Aut. Bolzano	41,4%	41,4%	41,1%	41,1%	39,3%	39,3%
Prov. Aut. Trento	26,5%	26,5%	15,5%	15,5%	19,4%	19,4%
Veneto	11,0%	10,0%	3,1%	5,4%	8,1%	7,0%
Friuli Venezia Giulia	11,4%	13,2%	4,1%	16,3%	10,1%	11,7%
Liguria	31,1%	29,8%	33,7%	55,2%	29,2%	31,9%
Emilia Romagna	11,2%	8,3%	7,7%	3,9%	10,6%	7,2%
Toscana	19,4%	17,1%	12,4%	11,7%	12,7%	13,8%
Umbria	7,3%	7,6%	4,5%	3,2%	5,1%	4,8%
Marche	12,2%	17,2%	5,4%	19,7%	6,8%	12,0%
Lazio	33,7%	35,7%	28,4%	67,5%	24,9%	33,5%
Abruzzo	15,6%	15,1%	8,5%	12,5%	14,6%	17,5%
Molise	22,0%	19,9%	10,5%	8,0%	18,2%	15,5%
Campania	18,1%	19,1%	17,8%	17,6%	15,1%	16,8%
Puglia	14,3%	22,1%	12,4%	12,4%	12,0%	14,3%
Basilicata	8,8%	7,6%	6,0%	3,5%	8,7%	6,5%
Calabria	14,2%	18,1%	8,2%	11,5%	11,6%	12,8%
Sicilia	19,5%	16,2%	6,5%	7,1%	13,7%	13,9%
Sardegna	14,9%	13,5%	7,4%	5,3%	10,2%	9,6%
ITALIA	**20,1%**	**20,0%**	**13,2%**	**20,8%**	**15,9%**	**15,9%**

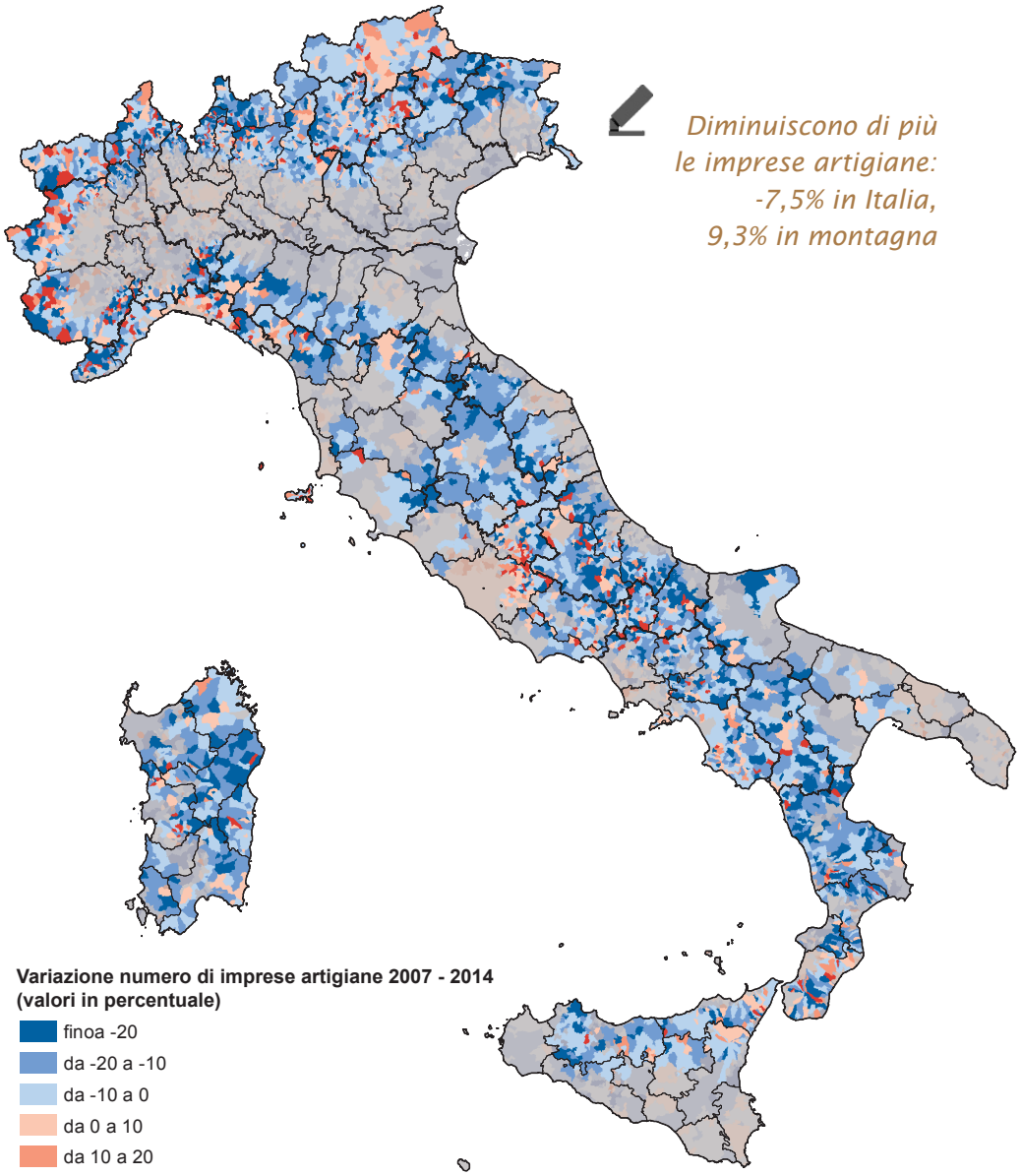
Comuni con variazione 2007-2014 delle imprese artigiane superiore a 0%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.4.2

La variazione delle imprese artigiane



Diminuiscono di più le imprese artigiane: -7,5% in Italia, 9,3% in montagna

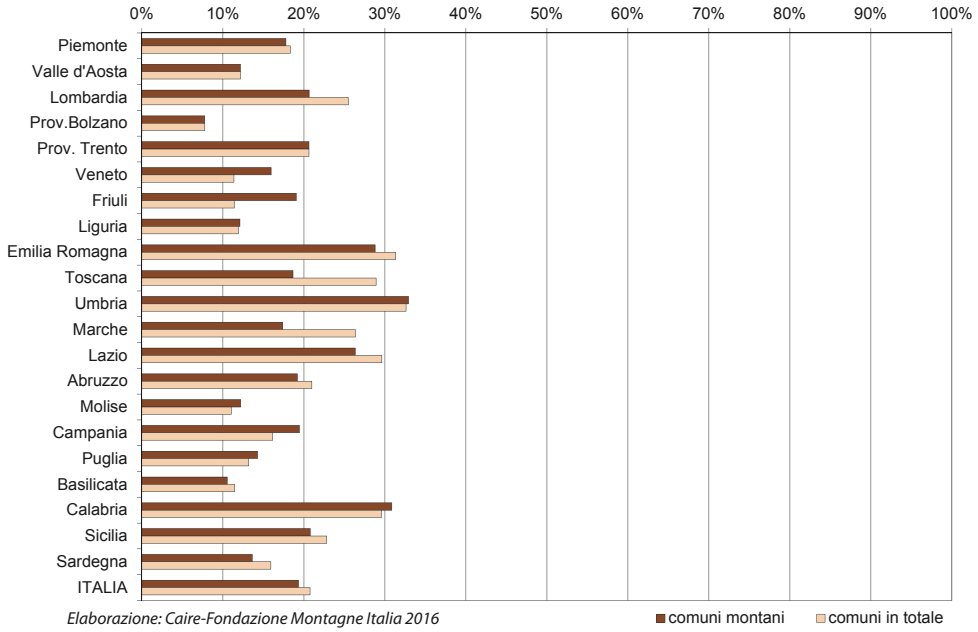
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.4.3 le regioni e le montagne in cifre 2017 2030

Comuni con variazione 2007-2014 delle imprese a titolare femminile superiore a 0%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	17,8%	18,3%	14,1%	10,3%	17,0%	15,6%
Valle d'Aosta	12,2%	12,2%	1,4%	1,4%	17,1%	17,1%
Lombardia	20,7%	25,5%	17,4%	17,6%	19,1%	24,7%
Prov. Aut. Bolzano	7,8%	7,8%	4,4%	4,4%	6,5%	6,5%
Prov. Aut. Trento	20,6%	20,6%	11,8%	11,8%	19,7%	19,7%
Veneto	16,0%	11,4%	7,4%	5,9%	8,8%	9,4%
Friuli Venezia Giulia	19,0%	11,4%	5,7%	5,8%	18,2%	12,8%
Liguria	12,1%	11,9%	6,7%	3,6%	9,8%	9,1%
Emilia Romagna	28,8%	31,3%	31,7%	31,6%	30,8%	32,6%
Toscana	18,7%	28,9%	16,6%	31,8%	16,6%	26,0%
Umbria	32,9%	32,6%	40,8%	24,7%	31,9%	28,5%
Marche	17,4%	26,4%	25,4%	31,9%	19,3%	22,7%
Lazio	26,3%	29,6%	26,9%	68,4%	19,3%	30,6%
Abruzzo	19,2%	21,0%	12,4%	21,6%	15,0%	16,5%
Molise	12,2%	11,0%	6,7%	5,1%	9,8%	8,3%
Campania	19,5%	16,2%	15,0%	6,3%	17,2%	14,8%
Puglia	14,3%	13,2%	5,1%	5,6%	6,9%	7,9%
Basilicata	10,5%	11,5%	4,8%	14,0%	7,1%	11,2%
Calabria	30,9%	29,6%	32,0%	21,5%	31,7%	29,0%
Sicilia	20,8%	22,8%	12,4%	17,0%	19,1%	18,3%
Sardegna	13,6%	15,9%	15,5%	14,7%	15,7%	16,0%
ITALIA	**19,3%**	**20,8%**	**16,2%**	**20,7%**	**17,7%**	**19,3%**

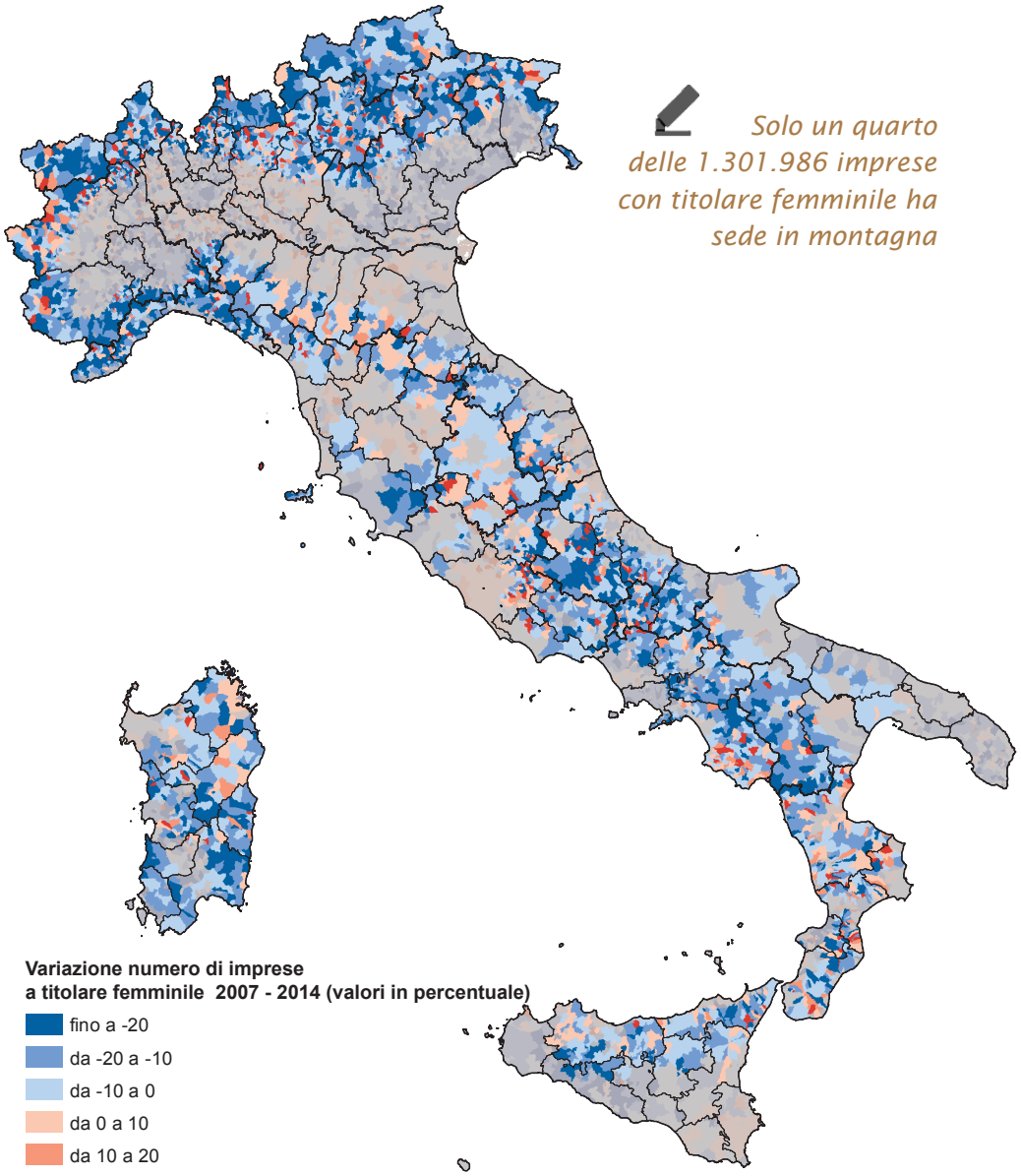
Comuni con variazione 2007-2014 delle imprese a titolare femminile superiore a 0%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.4.3

La variazione delle imprese femminili



Solo un quarto delle 1.301.986 imprese con titolare femminile ha sede in montagna

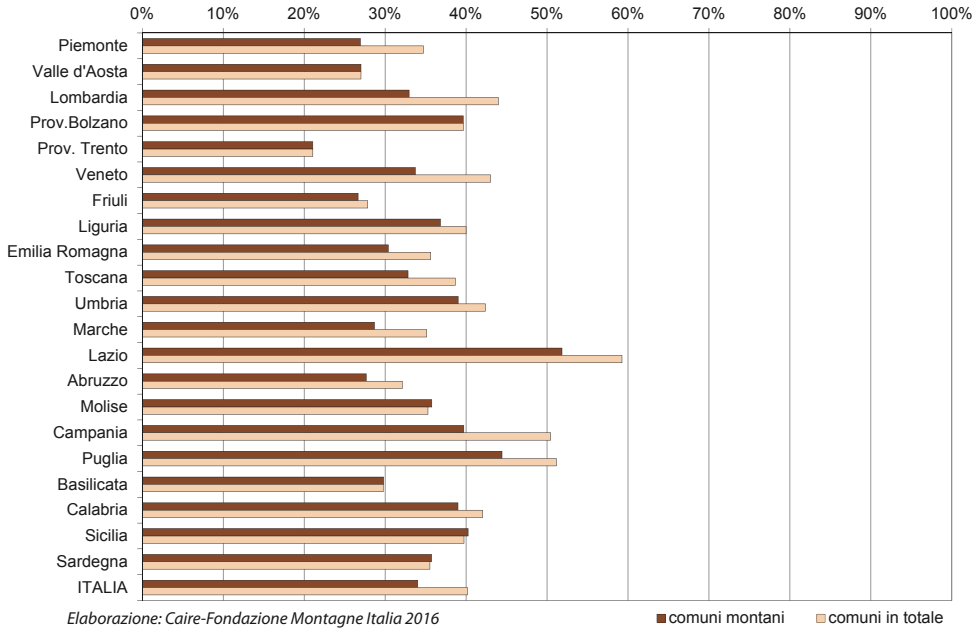
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.4.4 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con variazione 2011-2014 di imprese a titolare straniero maggiore del 10%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	27,0%	34,7%	36,0%	34,6%	23,9%	32,8%
Valle d'Aosta	27,0%	27,0%	49,6%	49,6%	23,3%	23,3%
Lombardia	33,0%	44,0%	37,3%	67,9%	27,2%	40,8%
Prov. Aut. Bolzano	39,7%	39,7%	56,7%	56,7%	43,8%	43,8%
Prov. Aut. Trento	21,1%	21,1%	24,2%	24,2%	23,7%	23,7%
Veneto	33,7%	43,0%	36,2%	58,2%	29,9%	46,1%
Friuli Venezia Giulia	26,7%	27,9%	61,1%	44,1%	20,9%	23,4%
Liguria	36,8%	40,0%	42,0%	76,6%	39,5%	45,7%
Emilia Romagna	30,4%	35,6%	35,1%	57,0%	29,2%	43,1%
Toscana	32,8%	38,7%	35,1%	59,6%	35,0%	41,5%
Umbria	39,0%	42,4%	35,3%	61,0%	37,9%	44,9%
Marche	28,7%	35,1%	38,1%	42,8%	31,3%	34,5%
Lazio	51,9%	59,3%	72,5%	92,1%	58,5%	71,3%
Abruzzo	27,7%	32,1%	22,7%	41,4%	28,0%	29,1%
Molise	35,8%	35,3%	36,4%	31,4%	38,9%	36,9%
Campania	39,7%	50,5%	49,2%	81,4%	39,8%	49,0%
Puglia	44,4%	51,2%	54,1%	62,5%	44,9%	54,1%
Basilicata	29,8%	29,8%	34,7%	26,5%	32,0%	30,7%
Calabria	39,0%	42,1%	50,8%	64,8%	41,7%	46,7%
Sicilia	40,3%	39,7%	77,2%	61,2%	39,3%	43,1%
Sardegna	35,7%	35,5%	42,5%	55,9%	42,4%	44,2%
ITALIA	**34,0%**	**40,2%**	**48,0%**	**63,0%**	**35,6%**	**42,7%**

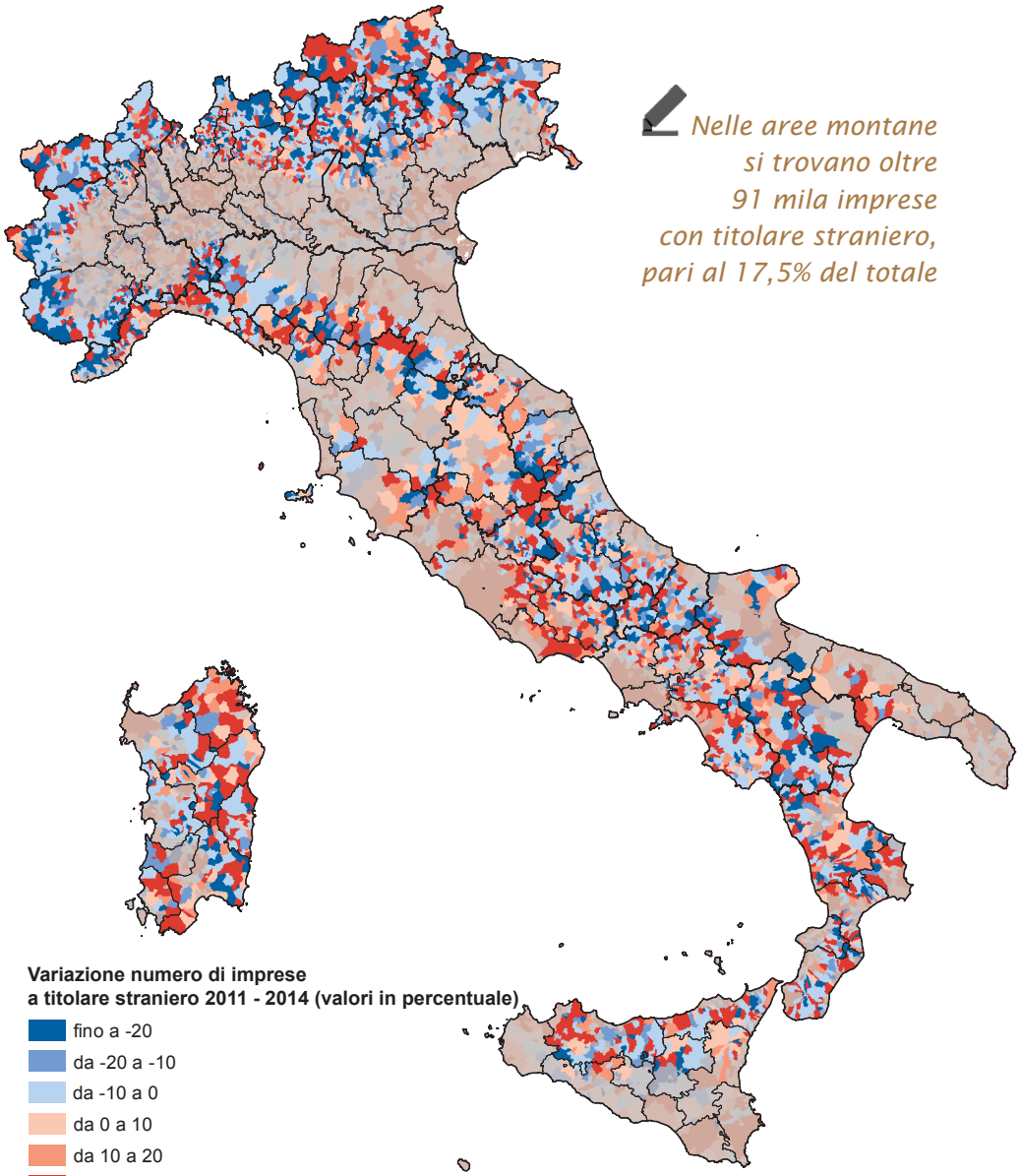
Comuni con variazione 2011-2014 di imprese a titolare straniero maggiore del 10%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.4.4

La variazione delle imprese straniere



Nelle aree montane si trovano oltre 91 mila imprese con titolare straniero, pari al 17,5% del totale

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

A.5

Il reddito

Per tentare una prima sintesi provvisoria del processo di trasformazione che le aree montane hanno conosciuto negli anni della crisi non è inutile rivolgere uno sguardo all'evoluzione che è conosciuta dalla distribuzione territoriale del reddito disponibile.

Il reddito disponibile è una misura sicuramente parziale delle condizioni di sviluppo economico e sociale delle diverse comunità territoriali, portando l'attenzione sui processi di distribuzione piuttosto che su quelli di distribuzione del reddito (più penalizzati nelle aree che presentano svantaggi strutturali come sono le aree montane). Per altro verso è anche una misura incompleta (e talvolta addirittura distorta) delle effettive condizioni di benessere sociale che, come sempre più diffusamente viene riconosciuto richiederebbero un approccio multidimensionale alla loro misurazione. Si vedano al riguardo le applicazioni sul BES - Benessere Equo e Sostenibile, i cui primi passi, davvero incoraggianti, si muovono tuttavia con una disaggregazione territoriale ancora lontana dal poter cogliere la specificità delle nostre montagne.

Il reddito disponibile rimane tuttavia un indicatore robusto, che può contare su un aggiornamento relativamente buono ed una elevata disaggregazione territoriale, che consente di comparare territori e di leggerne le tendenze, muovendosi entro un quadro di riferimento economico che, a più vasta scala,

fornisce indicazioni utili a costruire visioni più complesse ed articolate. Proprio in considerazione di questi aspetti dobbiamo innanzitutto rilevare come l'evoluzione della economia italiana, si sia incamminata per oltre un ventennio lungo un sentiero di lento declino che è culminato nella prolungata fase di recessione registrata negli ultimi sette anni.

È un percorso che ha segnato profondamente non solo i livelli generali del benessere della popolazione ma che, in maniera ancora più accentuata, manifesta effetti rilevanti anche riguardo i differenziali della sua distribuzione nelle diverse aree del Paese.

Una misura della variazione intercorsa nella distribuzione territoriale del reddito (e delle condizioni di benessere sociale) può essere fornita con immediatezza dalla percentuale di popolazione che, rispettivamente nel 1987 e poi nel 2012 risiedeva in comuni il cui reddito disponibile pro capite era superiore a quello medio europeo. La scelta delle date ha in questo caso riferimento, nel suo termine iniziale, alla accelerazione nella unificazione dello spazio economico europeo impressa dalla introduzione della moneta unica. Per uniformità del confronto si sono assunti per entrambe le date i confini della Europa a 12 paesi (le economie più ricche), prima dell'allargamento ad Est. Questa percentuale era rispettivamente del 38.7% nel 1987 e si è drammaticamente ridotta ad appena il 10,4 % nei corso dei venticinque anni successivi.

Il nostro punto di partenza si colloca al 1987 (vedi Tav. A.5.1), in una situazione che precede ancora l'accelerazione che verrà impressa al processo di integrazione europea dalla introduzione della moneta unica e prima anche che la caduta del muro di Berlino apra lo spazio all'allargamento ad est dei confini dell'Unione.

In quel momento la distribuzione del reddito disponibile pro-capite nei comuni Italiani segnala, per l'intero Paese, una situazione in cui, oltre la metà dei comuni con i 2/3 della popolazione sono sostanzialmente allineati alla media dei 12 Paesi dell'Europa occidentale che all'epoca segnano i confini dell'Unione collocandosi al di sopra del 90% del reddito pro capite medio europeo. Percentuali molto più alte (tra l'80% e il 90%) sono presenti nei comuni nelle regioni del Nord (Veneto e Provincia Autonoma di Bolzano escluse) e, viceversa, quote molto inferiori, di norma inferiori al 10%. di comuni allineati alle medie comunitarie sono presenti nelle regioni meridionali.

Per i Comuni montani la situazione, in generale meno favorevole, ripercorre però lo stesso schema geografico, con i 2/3 dei comuni montani del Nord allineati ai valori comunitari e percentuali invece davvero trascurabili nelle regioni meridionali. Vanno registrate comunque differenziazioni significative che peggiorano significativamente la condizione dei comuni montani rispetto a quella dei rispettivi contesti regionali, soprattutto nelle grandi regioni del Centro-Nord, a partire dalla Toscana dove il differenziale vale 18 punti percentuali, per seguire con Piemonte, Emilia-

Romagna, e Lombardia dove supera comunque i 10 punti. Venticinque anni dopo la distribuzione del reddito disponibile rapportata alla media comunitaria (sempre avendo a riferimento per uniformità di confronto la stessa Europa a 12 del 1987) è radicalmente mutata (vedi Tav. A.5.2).

Solo 1/4 o poco più dei comuni Italiani (con poco più di metà della popolazione) presenta ora valori pari o superiori al 90% del reddito medio comunitario e questa condizione vale solo per 1/6 dei comuni montani con 1/3 circa della popolazione. In due sole regioni, peraltro particolarissime come la Provincia Autonoma di Bolzano e la Valle d'Aosta, la metà almeno dei comuni montani è sopra questa soglia mentre, in generale, per le regioni del Nord la quota di comuni montani allineati alle medie comunitarie è scesa a 1/4 (dai 2/3 presenti 25 anni prima). Al Centro e al Sud la percentuale di comuni montani allineati alle medie comunitarie è appena 1/20 del totale con due regioni (Puglia e Basilicata) dove nessuno dei comuni montani raggiunge questo livello. E i differenziali tra montagna e resto del territorio non si sono certamente attenuati: al contrario nelle due regioni più sviluppate del Nord, Lombardia ed Emilia-Romagna, che si collocano ai vertici delle graduatorie europee per livello di sviluppo, il fossato che divide le condizioni di benessere dei comuni montani da quelli delle aree urbane e di pianura, si è significativamente allargato e vale ora 24-26 punti percentuali con differenze che rimangono importanti (attorno a 10 punti percentuali) anche in Piemonte, Toscana e Veneto.

Questo arretramento delle condizioni (relative) di benessere è avvenuto dunque in modo estesamente diffuso nell'intero Paese ma ha registrato differenze territoriali importanti che la rappresentazione cartografica ben consente di evidenziare attraverso il confronto diretto del valore alle due date considerate.

Con ancor più efficacia gli effetti del declino sono leggibili nella rappresentazione della variazione percentuale dei numeri indici del reddito disponibile pro-capite (fatta 100 la media europea). Nel confronto colpisce intanto lo scadimento relativo che si registra assai diffusamente nelle regioni Centro-Settentrionali del Paese, quelle che nel periodo iniziale mostravano i maggiori differenziali positivi dalle medie europee. Differenziali che hanno consentito di collocare regioni come la Lombardia e l'Emilia-Romagna ai vertici assoluti della classifica europea delle regioni ordinate per livello di sviluppo (vedi Tav. A.5.3).

Un declino relativo delle aree più forti del Paese che viene contraddetto solo localmente (ma significativamente) dalle dinamiche positive che interessano le corone metropolitane, quelle di Milano e Roma innanzitutto, ma in misura meno accentuata anche quella di Torino. Sono l'esito di un processo di re-distribuzione territoriale della popolazione che ha interessato in misura differenziata i diversi ceti sociali; un esito che rimarca il significato socio-economico delle tendenze demografiche della crescita sub-urbana e le profonde contraddizioni presenti, nonostante la recente ripresa della crescita demografica, nelle aree urbane del Paese. Colpisce anche, per

la sua uniformità ed intensità l'evoluzione positiva conosciuta nell'arco temporale considerato dalla Provincia Autonoma di Bolzano; un contesto alpino dai caratteri istituzionali e culturali del tutto singolari che lo distinguono significativamente, nelle tendenze demografiche (alta natalità) e socio economiche, anche dalla prossima (non solo geograficamente) Provincia Autonoma di Trento.

Nelle regioni del mezzogiorno e nelle isole la variazione è nel complesso meno critica: segnale innanzitutto degli assai più bassi livelli di partenza come pure della maggiore tenuta delle politiche redistributive (qui più rilevanti rispetto al resto del Paese). Tenuta maggiore, se non in assoluto, quantomeno rispetto alle dinamiche conosciute nella crisi dalle attività "di mercato" più esposte alla competizione internazionale che più hanno sofferto del generale declino dei livelli di competitività del Paese nelle dinamiche dei settori industriali e terziari come in quelle "di sistema".

Per le aree montane l'evoluzione economica dell'ultimo ventennio presenta una fisionomia meno univocamente individuabile. Per una parte la Montagna, come le regioni meridionali del Paese, registra una certa capacità delle politiche re-distributive di ammortizzare il colpo della crisi producendo una minor caduta (relativa) del reddito disponibile. Per altro verso, anche se in modo non uniforme, si presentano in montagna ampi settori territoriali in cui i livelli relativi di benessere registrano un ulteriore arretramento rispetto a valori già straordinariamente ridotti rispetto a quelli della armatura urbana del Paese. Ne, d'altro canto si deve trascurare come ad una preoccupazione sull'efficacia delle politiche re-distributive tradizionali a contenere lo svantaggio di processi perduranti di crisi (o anche di lenta crescita e relativo declino delle economie), se ne debba sovrapporre una seconda relativa alla sostenibilità di queste politiche nell'attuale contesto nazionale e internazionale di finanza pubblica, che sottopone i principali vettori delle politiche re-distributive a una drastica riconsiderazione.

È il caso delle misure sulla riorganizzazione dei servizi pubblici (e dunque della spesa per stipendi) che rischiano di colpire con maggiore intensità innanzitutto le aree a più bassa densità insediativa.

È il caso, ancora, delle conseguenze dell'esplosione demografica delle classi di età dei "grandi anziani" (e dunque della spesa pensionistica) percentualmente più elevata nelle concentrazioni urbane e metropolitane rispetto a quella delle aree interne dove la popolazione è già stata interessata da processi di invecchiamento che non potranno più conoscere ulteriori accentuazioni.

Se non c'è troppo da attenderci dalla evoluzione tendenziale dello scenario socio economico, è allora decisivo per il destino delle aree montane, individuare le leve su cui può applicarsi con successo una azione pro-attiva rivolta a mettere in valore risorse sotto utilizzate o lasciate ai margini dai processi di sviluppo. È il tema delle *green community* che, proprio in chiave di sostenibilità può aprire un nuovo scenario di sviluppo effettivo e duraturo per le aree montane.

le buone pratiche

Progetto: "VEGLIO CO-WORKING PROJECT "

Comune: Veglio

Regione: Piemonte

Settore di intervento: lavoro

Costi: 21.200,00 euro

Il progetto è stato avviato nel 2011 con la partecipazione al bando della Convenzione delle Alpi (poi vinto) e dall'aprile 2013 è diventato realtà con l'apertura degli spazi di coworking realizzati in uno stabile comunale (ex asilo), spazi concessi ai "co-workers" dal Comune di Veglio gratuitamente ed a fronte di un solo rimborso spese per le utenze (elettricità e riscaldamento). Scopo del progetto è portare i giovani e non solo, a vivere immersi nella natura prealpina, assaporando i ritmi della vita di paese e potendo lavorare con la moderna tecnologia low cost. Alcuni locali di proprietà comunale,proprio negli stabili adiacenti il municipio, sono stati ristrutturati e cablati, pronti ad essere utilizzati quali uffici comuni a più persone. Con il termine COWORKING si intende infatti chi lavora principalmente con o sul WEB e quindi potenzialmente anche da casa, ma che, condividendo spazi comuni ad altre persone, oltre ad avere la possibilità di suddividere alcune spese (fotocopiatrici, fax, stampanti, ecc), può condividere anche esperienze diverse in grado di arricchire e mutuare la propria professionalità.

http://www.comune.veglio.bi.it/on-line/Home/articolo57006506.html

le buone pratiche

Progetto: PORTALE WEB GIS

Comune: Parco Naturale del Monte Arci

Regione: Sardegna

Settore di intervento: Innovazione

Costi: 126.637,00 euro

Il progetto vede la realizzazione di un portale web-gis innovativo che favorisce la visita virtuale al parco del Monte Arci. Sono stati rilevati 280 km di sentieri dei Comuni Consorziati di Ales, Morgongiori, Pau, Usellus, Santa Giusta, Masullas, Siris, Palmas Arborea, Villaurbana, Marrubiu, Villa Verde.

Grazie al Sistema web gis è possibile generare automaticamente dal programma un percorso stabilendo semplicemente il punto di partenza e di arrivo. Il portale è particolarmente indicato per la sentieristica con la possibilità di analizzare le caratteristiche delle singole tratte. Con il nuovo portale è possibile dare anche opportunità concrete per favorire lo sviluppo delle attività eco-compatibili, con una particolare attenzione rivolta al settore agro-pastoriale, agricolo, turistico e artigianale.

www.parcomontearci.it

le buone pratiche

Progetto: TRENTINO MONTAGNA ACCESSIBILE - MARCHI OPEN

Comune: l'intera Provincia

Regione: Provincia Autonoma di Trento

Settore di intervento: turismo accessibile

Costi: i costi di certificazione di una struttura vanno da 300 a 600 euro considerando un sopralluogo per definire gli interventi necessari in applicazione dei criteri e uno ulteriore per rilevare l'esecuzione degli interventi stessi e la formazione del personale. I costi per la certificazione di un evento e di un territorio variano dalla complessità dello stesso.

L'Accademia della Montagna del Trentino, Fondazione della Provincia Autonoma di Trento, ha dato avvio al progetto denominato "Trentino Montagna Accessibile" che ha portato alla creazione dei Marchi Open (marchi di qualità in materia di turismo accessibile) e delle Linee Guida di utilizzo della certificazione.

Il progetto comprende anche la formazione per le scuole del turismo,per gli ordini professionali,per gli amministratori ,la creazione del sito "Trentino per tutti" e della App "Trentino Accessibile". In particolare, sono stati definiti tre marchi di qualità in materia di accessibilità ognuno declinato in oro, argento e bronzo: Open, riferito alle strutture pubbliche e private, agli impianti, alle strutture ricettive e commerciali; Open Event per gli eventi di piccole e grandi dimensioni, sportivi e culturali: sono stati certificati i Mondiali di sci nordico della valle di Fiemme, le ultime due edizioni della gara di Coppa del Mondo sci Tre3 di M. di Campiglio, Il Festival del gioco di Folgaria, Il Tedx Trento etc.; Open Area, destinato ai territori e alle destinazioni turistiche che vede impegnate la Val di Fiemme e gli Altipiani Cimbri–Folgara, Lavarone e Luserna.

I marchi Open vengono assegnati dal Consiglio dell'Open. L'aspetto particolarmente innovativo è che questi marchi non sono stati ideati, promossi e riconosciuti da un ente privato ma da un Ente Pubblico super partes. Inoltre, le schede di mappatura e certificazione per le strutture a marchio Open sono state predisposte grazie all'intervento delle associazioni rappresentative del mondo della disabilità e da tutte le categorie economiche: associazioni albergatori, ristoratori, commercianti, artigiani.

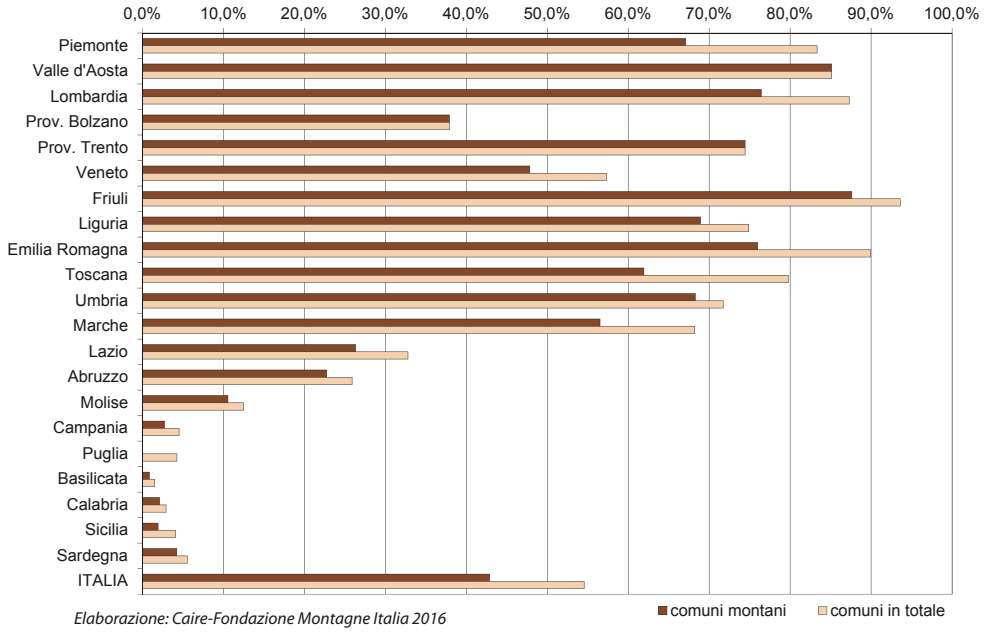
http://accademiamontagna.tn.it/la-montagna-accessibile

TAB. A.5.1 le regioni e le montagne in cifre 2017

Comuni con numero indice del reddito pro-capite al 1987 superiore a 90 (media europea = 100)

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	67,1%	83,3%	88,8%	97,6%	64,3%	80,1%
Valle d'Aosta	85,1%	85,1%	95,0%	95,0%	82,2%	82,2%
Lombardia	76,4%	87,3%	89,8%	94,3%	71,6%	84,9%
Prov. Aut. Bolzano	37,9%	37,9%	66,4%	66,4%	24,3%	24,3%
Prov. Aut. Trento	74,4%	74,4%	90,7%	90,7%	77,5%	77,5%
Veneto	47,9%	57,3%	69,2%	79,4%	56,8%	65,2%
Friuli Venezia Giulia	87,6%	93,6%	98,2%	98,7%	85,6%	91,0%
Liguria	68,9%	74,9%	91,7%	97,5%	63,4%	69,1%
Emilia Romagna	76,0%	89,9%	88,6%	98,5%	77,8%	90,1%
Toscana	61,9%	79,8%	81,9%	95,9%	63,3%	80,9%
Umbria	68,3%	71,7%	84,7%	91,1%	72,9%	76,3%
Marche	56,5%	68,2%	76,7%	89,5%	64,0%	72,2%
Lazio	26,3%	32,8%	32,1%	70,6%	29,4%	47,3%
Abruzzo	22,8%	25,9%	29,6%	60,2%	23,1%	30,7%
Molise	10,6%	12,5%	39,9%	44,1%	11,0%	14,2%
Campania	2,7%	4,5%	6,7%	10,6%	1,8%	4,8%
Puglia	0,0%	4,3%	0,0%	23,2%	0,0%	8,2%
Basilicata	0,9%	1,5%	1,6%	12,6%	0,9%	2,4%
Calabria	2,1%	2,9%	9,8%	24,5%	2,4%	4,8%
Sicilia	1,9%	4,1%	15,3%	19,5%	2,3%	7,8%
Sardegna	4,3%	5,6%	17,4%	33,8%	8,5%	11,8%
ITALIA	**42,9%**	**54,6%**	**49,2%**	**66,3%**	**38,0%**	**48,1%**

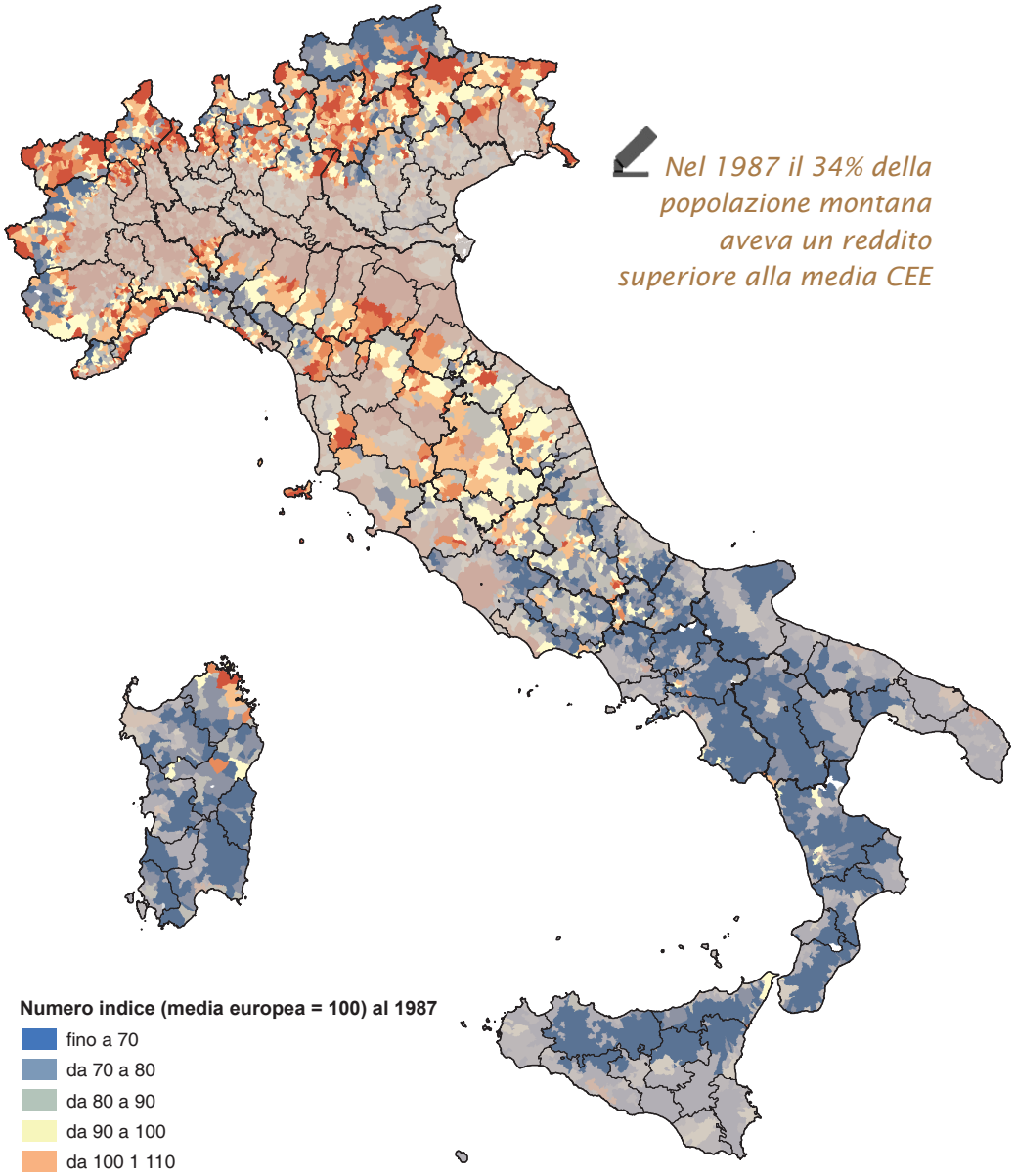
Comuni con numero indice al 1987 superiore a 90 (media europea = 100)



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.5.1

Il reddito pro-capite al 1987



Nel 1987 il 34% della popolazione montana aveva un reddito superiore alla media CEE

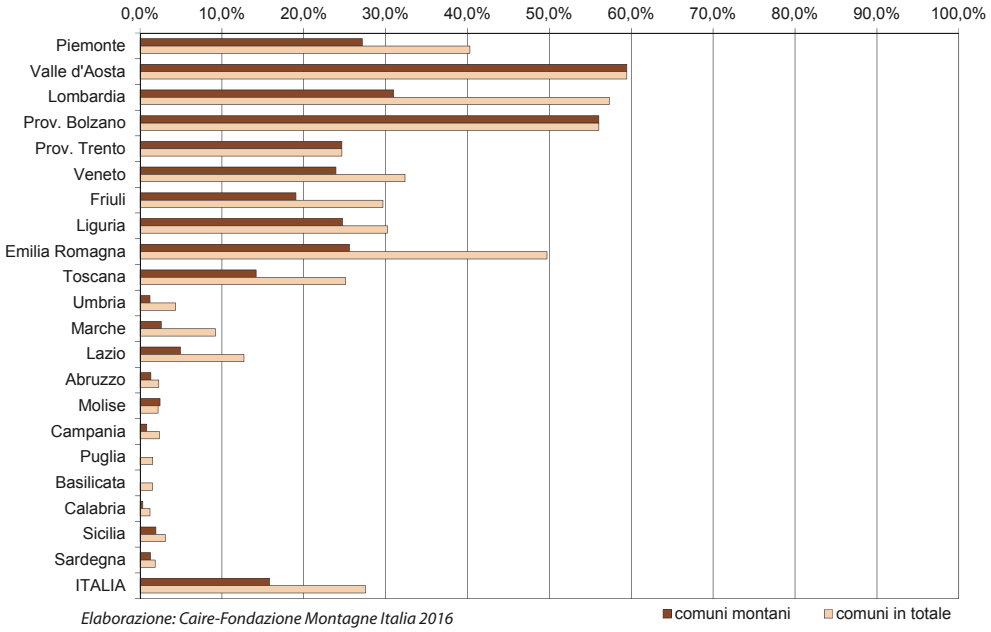
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.5.2 le regioni e le montagne in cifre 2017 30 20

Comuni con numero indice del reddito pro-capite al 2012 superiore a 90 (media europea = 100)

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	27,2%	40,3%	49,7%	77,5%	23,8%	38,3%
Valle d'Aosta	59,5%	59,5%	85,0%	85,0%	56,0%	56,0%
Lombardia	31,0%	57,3%	53,2%	85,5%	23,2%	45,7%
Prov. Aut. Bolzano	56,0%	56,0%	78,8%	78,8%	51,0%	51,0%
Prov. Aut. Trento	24,7%	24,7%	63,6%	63,6%	24,4%	24,4%
Veneto	23,9%	32,4%	52,6%	63,0%	27,8%	33,9%
Friuli Venezia Giulia	19,0%	29,7%	71,0%	68,0%	17,0%	26,1%
Liguria	24,7%	30,2%	49,7%	76,2%	22,2%	30,7%
Emilia Romagna	25,6%	49,7%	41,1%	75,6%	22,4%	49,2%
Toscana	14,2%	25,1%	38,3%	56,3%	15,6%	27,5%
Umbria	1,2%	4,3%	4,1%	34,0%	0,9%	8,9%
Marche	2,6%	9,2%	16,0%	39,8%	11,0%	19,2%
Lazio	4,9%	12,7%	10,4%	69,3%	2,7%	23,7%
Abruzzo	1,3%	2,3%	11,0%	26,0%	2,4%	8,5%
Molise	2,4%	2,2%	31,4%	23,8%	3,7%	3,2%
Campania	0,8%	2,4%	3,3%	25,3%	0,4%	3,3%
Puglia	0,0%	1,6%	0,0%	15,3%	0,0%	3,0%
Basilicata	0,0%	1,5%	0,0%	22,1%	0,0%	5,6%
Calabria	0,4%	1,2%	3,8%	10,8%	0,5%	1,5%
Sicilia	1,9%	3,1%	54,2%	24,4%	3,8%	3,9%
Sardegna	1,3%	1,9%	14,9%	28,5%	1,9%	4,6%
ITALIA	**15,8%**	**27,6%**	**33,4%**	**54,3%**	**12,7%**	**22,1%**

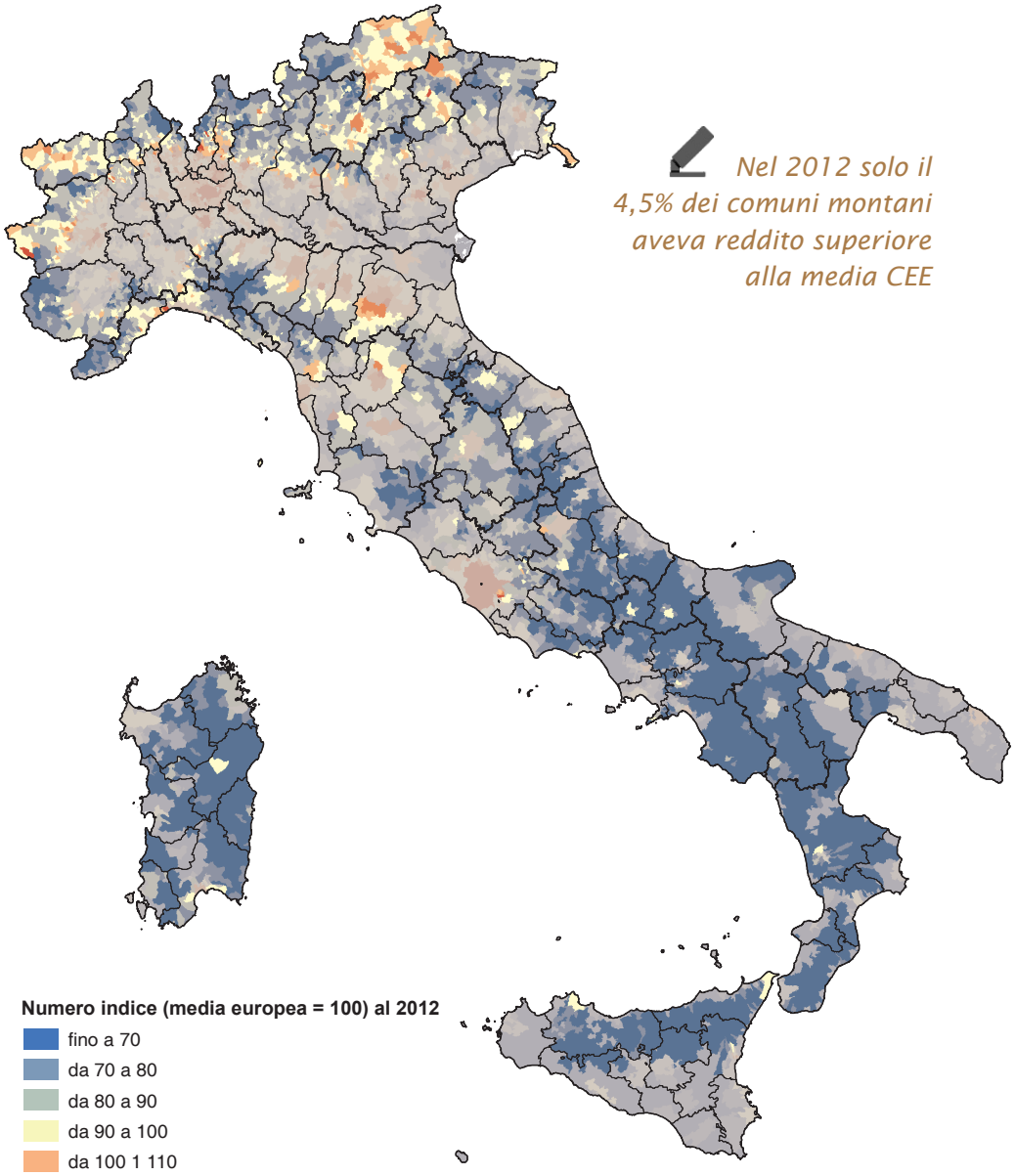
Comuni con numero indice al 2012 superiore a 90 (media europea = 100)



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.5.2

Il reddito pro-capite al 2012



Nel 2012 solo il 4,5% dei comuni montani aveva reddito superiore alla media CEE

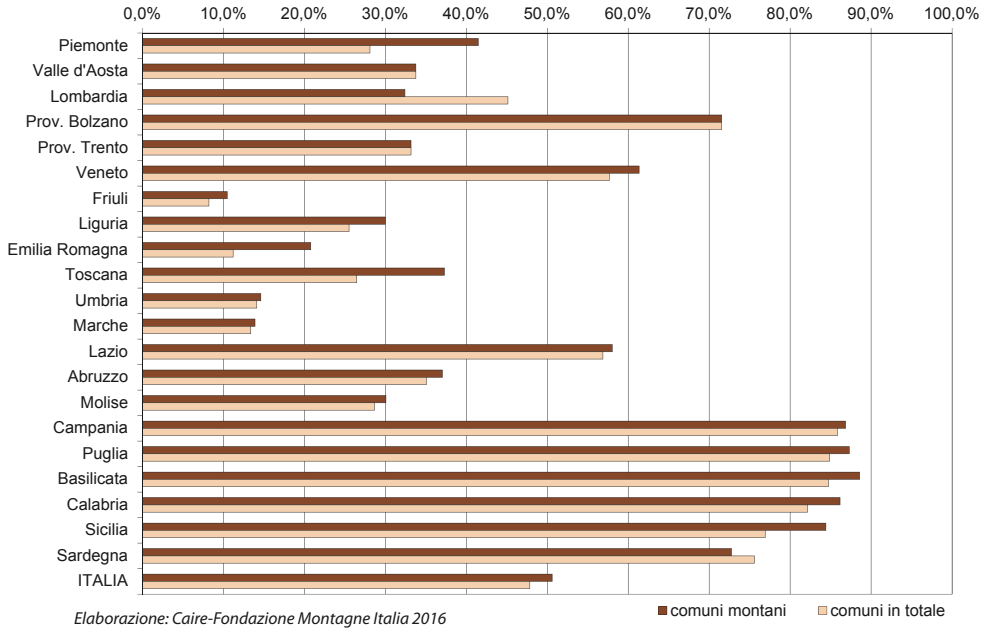
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. A.5.3 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con variazione numero indice (media europea=100) del reddito pro-capite superiore a -10%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	41,5%	28,1%	30,8%	16,3%	42,7%	28,3%
Valle d'Aosta	33,8%	33,8%	21,3%	21,3%	28,6%	28,6%
Lombardia	32,4%	45,1%	33,8%	48,0%	31,5%	33,9%
Prov. Aut. Bolzano	71,6%	71,6%	50,4%	50,4%	83,6%	83,6%
Prov. Aut. Trento	33,2%	33,2%	19,5%	19,5%	30,2%	30,2%
Veneto	61,3%	57,7%	50,0%	45,2%	51,1%	46,6%
Friuli Venezia Giulia	10,5%	8,2%	4,5%	3,8%	7,3%	5,8%
Liguria	30,0%	25,5%	24,1%	8,1%	36,9%	31,7%
Emilia Romagna	20,8%	11,2%	15,0%	4,7%	19,6%	10,1%
Toscana	37,3%	26,5%	29,6%	20,2%	34,4%	24,1%
Umbria	14,6%	14,1%	11,4%	7,2%	16,1%	14,4%
Marche	13,9%	13,4%	5,8%	6,0%	10,4%	10,1%
Lazio	58,0%	56,9%	52,3%	77,9%	49,6%	49,2%
Abruzzo	37,1%	35,1%	50,7%	50,5%	38,5%	39,5%
Molise	30,1%	28,7%	33,2%	29,1%	31,2%	30,7%
Campania	86,8%	85,8%	82,0%	82,1%	85,5%	80,9%
Puglia	87,3%	84,9%	95,0%	78,9%	91,6%	82,6%
Basilicata	88,6%	84,7%	85,5%	79,6%	83,9%	79,8%
Calabria	86,2%	82,2%	82,0%	77,3%	86,7%	82,9%
Sicilia	84,4%	76,9%	95,9%	83,1%	89,6%	80,1%
Sardegna	72,8%	75,6%	71,7%	71,0%	70,9%	71,2%
ITALIA	**50,6%**	**47,9%**	**53,3%**	**49,7%**	**52,9%**	**47,9%**

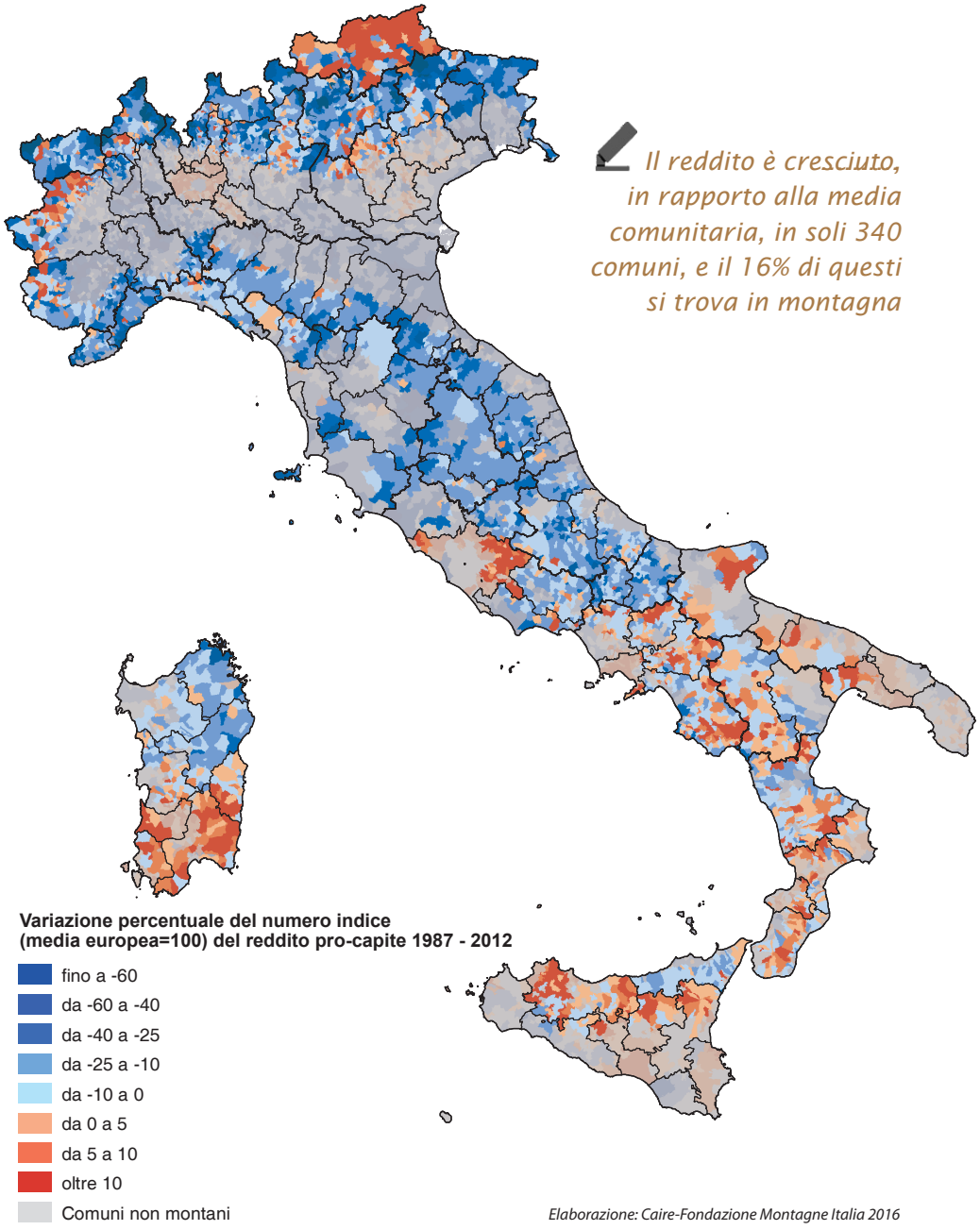
Comuni con variazione numero indice superiore a -10%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. A.5.3

La variazione del reddito pro-capite



Il reddito è cresciuto, in rapporto alla media comunitaria, in soli 340 comuni, e il 16% di questi si trova in montagna

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

B.1 La mobilità sostenibile

1 Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 2011
2 Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 2001
3 Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 1991
4 Il costo ambientale della pendolarità: il tempo di spostamento al 2011
5 Il costo ambientale della pendolarità: il tempo di spostamento al 2001
6 Il costo ambientale della pendolarità: il mezzo di spostamento al 2011
7 Il costo ambientale della pendolarità: il mezzo di spostamento al 2001

B.2 L' energia

1 Il potenziale delle biomasse
2 La produzione solare
3 La producibilità eolica
4 I Consumi e i risparmi: le prestazioni degli edifici

Le buone pratiche:

- *Green house Valle Brembana*
- *Progetto integrato territoriale del Gemonese, Canal del ferro e Val Canale*
- *Green Community: realizzazione di interventi di efficientamento energetico di edifici pubblici in aree interne e montane*

Approfondimenti:

- *Concessioni idroelettriche*

B.3 I rifiuti

1 La produzione pro-capite di Rifiuti Solidi Urbani
2 La raccolta differenziata

B.4 La manutenzione territoriale e il rischio di frana

1 Il rapporto tra superficie aziendale e superficie totale al 1961
2 Il rapporto tra superficie aziendale e superficie totale al 2010
3 La superficie territoriale interessata da dissesto
4 La popolazione esposta al rischio di dissesto

B.5 I servizi ecosistemici

1 L'offerta di servizi ecosistemici
2 Il rapporto tra offerta e domanda (potenziale) di servizi eco-sistemici

Approfondimenti:

- *Il Progetto LIFE*

http://www.montidaunitu | Crepacore - Montagna Spaccata Orsara di Puglia

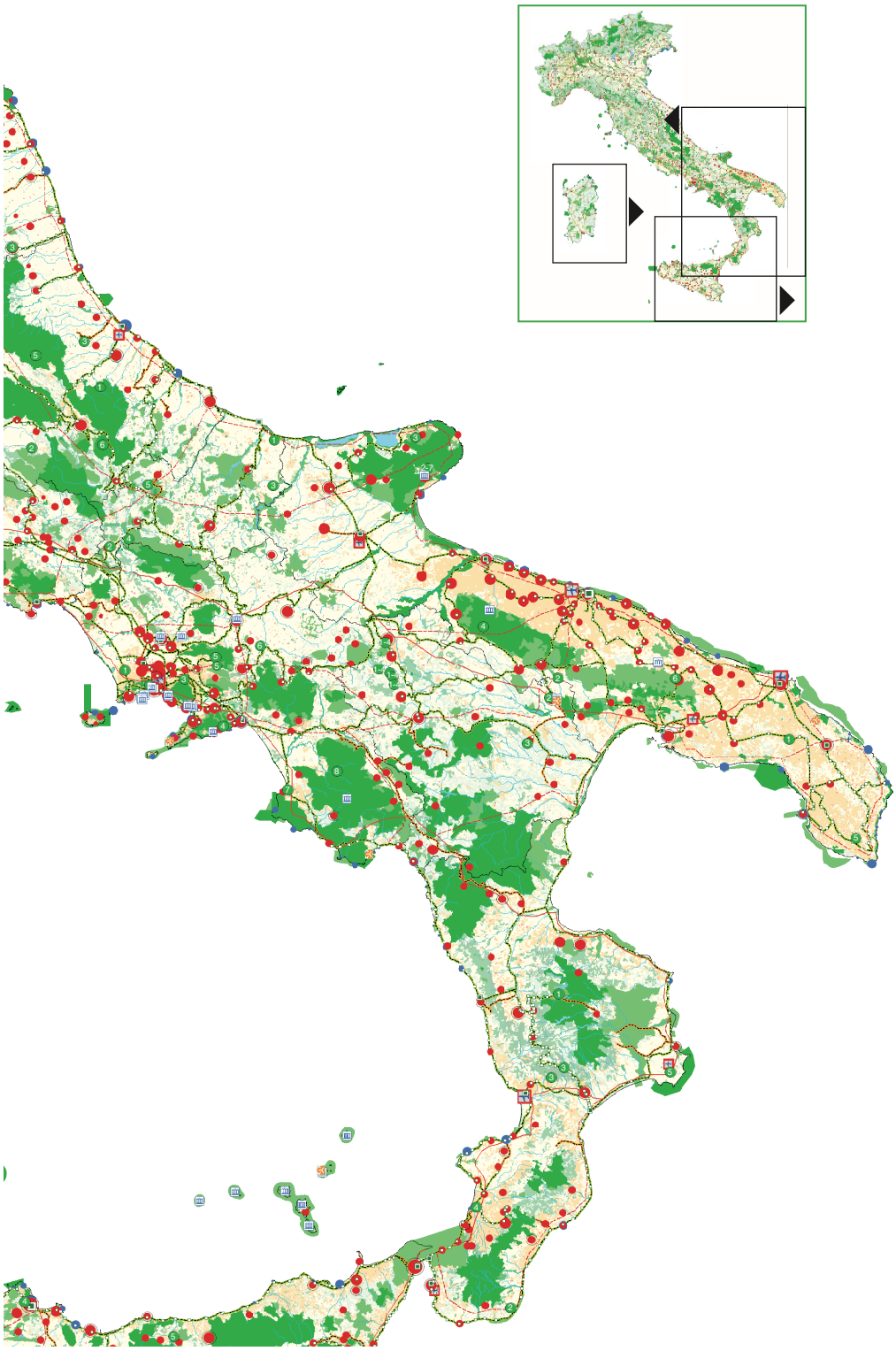
LA MONTAGNA DELLA SOSTENIBILITA'

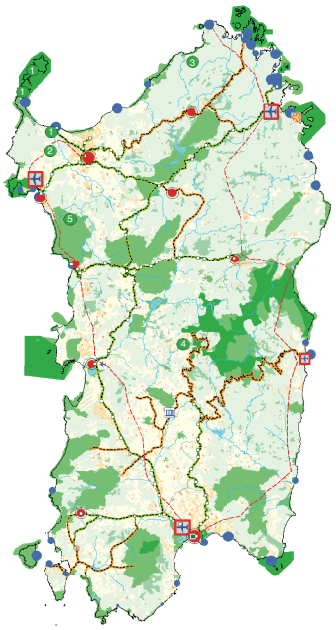
B

La sostenibilità

La presenza di risorse naturali (e culturali) di straordinaria importanza, nello scenario nazionale come in quello europeo, rappresenta oggi l'*asset* fondamentale di una economia della sostenibilità di cui la fruizione turistico ambientale è forse il vettore principale per la sua capacità di avvicinare e rendere visibili al mercato internazionale anche le produzioni primarie agro-alimentari e quelle degli artigianati dei materiali della tradizione montana. La carta rappresenta la rete delle polarità naturalistiche e con essa la rete complementare dei beni urbanistici (città e borghi) di valore storico culturale e, assieme ad essi, la rete della mobilità sostenibile (collegamenti ferroviari, in esercizio e dismessi, ciclovie, etc.) che li connette al sistema degli approdi (aeroporti, porti commerciali e turistici) della domanda internazionale.

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016





Potenziale urbanistico delle città storiche (popolazione al 1871)

- fino a 1.000 abitanti
- da 1.001 a 10.000 abitanti
- da 10.001 a 50.000 abitanti
- oltre 50.001 abitanti

- Borghi storici, castelli, terre e borgate

- Rete ferroviaria dismessa
- Rete ferroviaria in esercizio
- Rete ciclabile EUROVELO
- Altre ciclovie (da FIAB - Rete Ciclabile Nazionale)

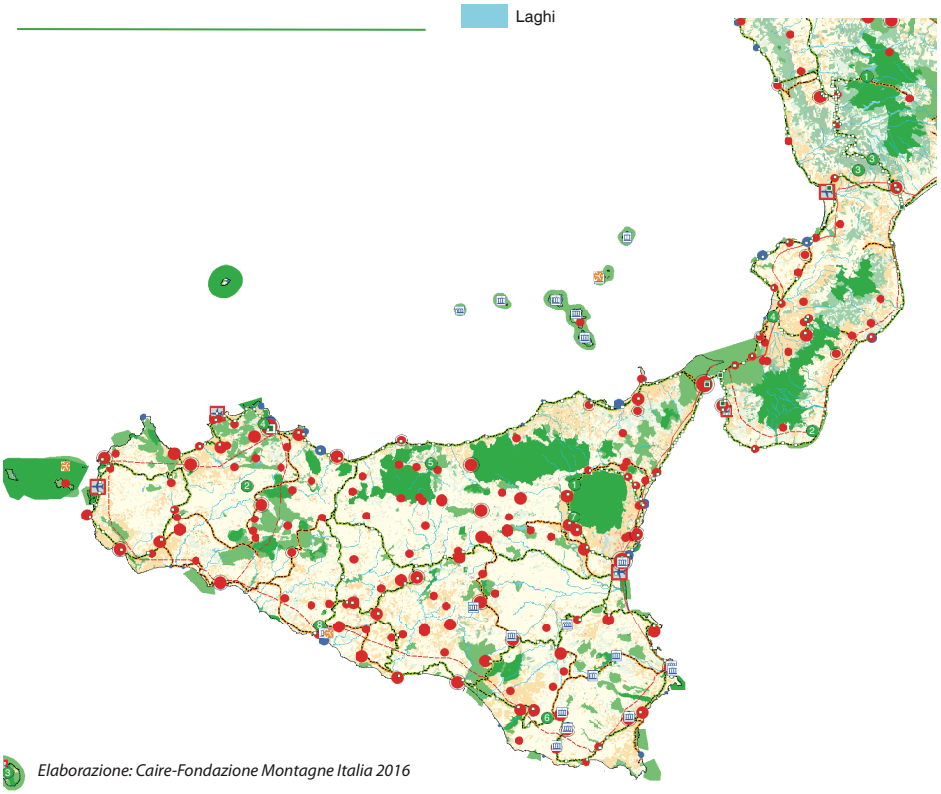
Stazioni ferroviarie

- Platinum
- Gold
- Silver
- Altre stazioni

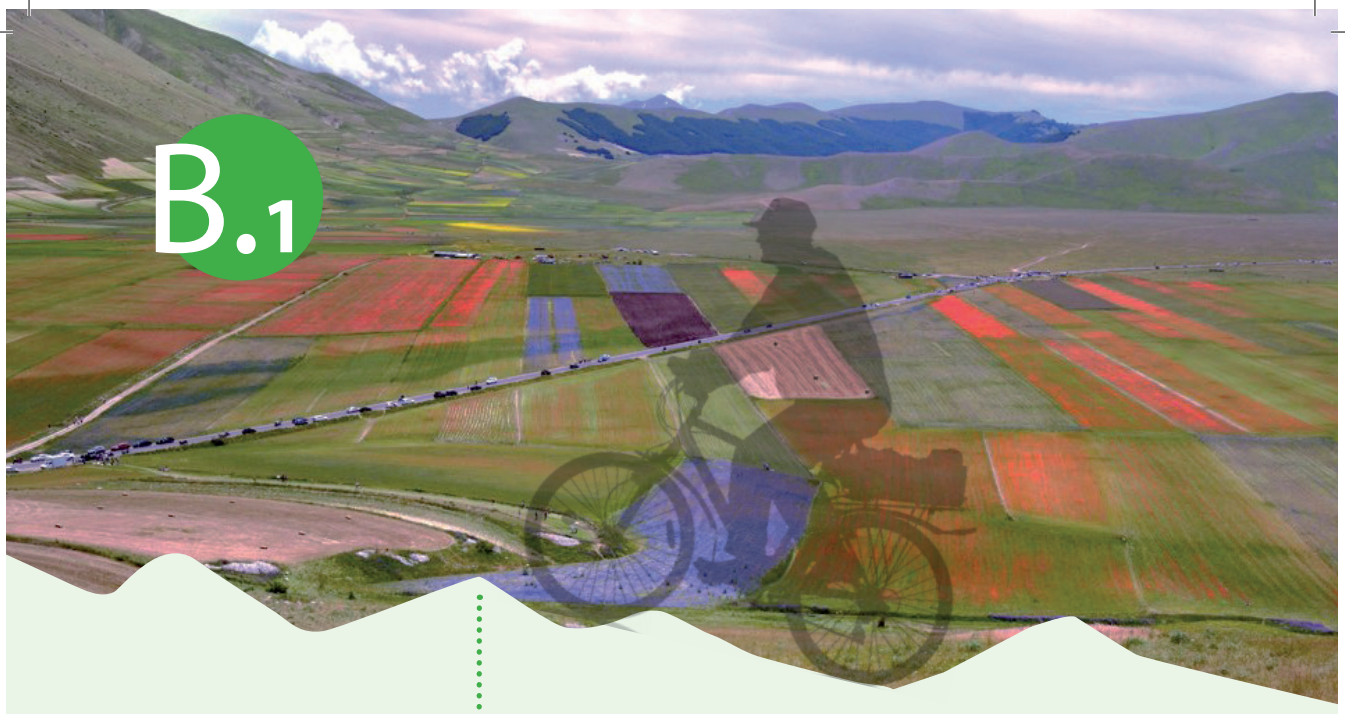
- Aeroporti maggiori
- Aeroporti minori
- Aeroporti turistici
- Posti barca porti turistici
- Beni del FAI
- Siti Unesco
- Paesaggi rurali storici

- Parchi nazionali e regionali
- SIC e ZPS

- Idrografia principale
- Laghi



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016



B.1

La mobilità sostenibile

La mobilità è tra i fenomeni che segnano in modo più rilevante le condizioni della vita quotidiana nella società contemporanea con implicazioni economiche ed ambientali di portata gigantesca.

Nel bilancio della sostenibilità ambientale la mobilità rappresenta una componente rilevantissima (nel nostro Paese dell'ordine del 30% del totale) del bilancio energetico, del consumo di combustibili fossili e delle emissioni di gas serra.

Pienamente giustificata è quindi una attenzione del tutto particolare alle condizioni della mobilità nelle aree montane, particolarmente segnate da lunghi tempi di percorrenza e da modalità di trasporto fortemente orientate al mezzo automobilistico privato per le difficoltà orografiche e per la bassa densità insediativa che le caratterizzano.

Le considerazioni che vengono qui proposte sono basate sulla elaborazione di un indicatore di sintesi, "l'impatto dei pendolari equivalenti" o PEI, che misura l'impatto in termini di sostenibilità ambientale degli spostamenti ricorrenti per motivi di lavoro e studio registrati dai censimenti generali della popolazione considerando appunto le distanze e i tempi dello spostamento e il mezzo di trasporto utilizzato.

L'immagine restituita dalla più recente rilevazione censuaria, al 2011, mostra con una certa evidenza (vedi Tav. B.1.1) il differenziale presente nelle aree montane rispetto al resto del Paese in termini di sostenibilità (ambientale, ma come si vedrà anche, e in modo ancor più marcato, sociale) degli spostamenti pendolari.

Se si assume come soglia rilevante un valore del PEI pari a 0,3, più della metà dei comuni montani (il 50,1%) si troverebbe in questa situazione mentre nel complesso del Paese i comuni sopra soglia rappresentano il 46,7%. Una differenza sensibile, ma contenuta entro un differenziale di cinque punti percentuali che conosce però differenziazioni molto rilevanti nella sua articolazione regionale.

La regione per la quale la penalizzazione della montagna in termini di mobilità sostenibile è più accentuata è l'Emilia-Romagna dove ben l'87,2% dei comuni montani supera la soglia considerata. L'Emilia-Romagna è anche la regione italiana dove è massimo lo scarto tra comuni montani e totale della regione: uno scarto di oltre 22 punti percentuali.

Al secondo posto nella graduatoria dell'insostenibilità quotidiana della mobilità pendolare nei comuni montani è il Lazio, dove supera la soglia di 0,3 PEI l'81,1% dei comuni montani: ma qui viceversa è minimo lo scarto tra comuni montani e complesso dei comuni della regione che rimane al di sotto dell'1%, registrando l'impatto determinante del pendolarismo di lungo raggio e poco assistita dal trasporto pubblico che caratterizza drammaticamente il quadro della mobilità assai poco sostenibile della Capitale.

Condizioni di difficile sostenibilità della mobilità pendolare nei comuni montani caratterizzano in misura assai marcata anche regioni come il Piemonte, la Lombardia, il Friuli-Venezia Giulia, la Toscana, le Marche, l'Umbria e l'Abruzzo, dove oltre i 2/3 dei comuni montani sono "sopra soglia", spesso con scarti significativi nei confronti del dato medio regionale (non così in Lombardia dove si ripresenta, sia pure in termini meno accentuati rispetto a Roma, il tratto dominante del peso esercitato dagli scambi con il centro metropolitano).

Valori molto bassi del PEI contraddistinguono tutte le regioni del mezzogiorno, dove la quota di comuni montani "sopra soglia" non raggiunge mai un terzo del totale e dove si registra il valore minimo in Puglia dove i comuni montani che segnalano un indice elevato di impatto del pendolarismo sono appena il 4,2% del totale.

Una *performance* di maggiore sostenibilità che registra però il livello assai più basso di mobilitazione delle forze di lavoro presente nelle regioni meridionali e un quadro di rapporti casa lavoro non solo più ridotto quantitativamente ma anche assai più circoscritto territorialmente, con una rilevante presenza di attività tradizionali, quella agricola anzitutto, che favoriscono una maggior presenza di spostamenti non motorizzati.

Il tratto più significativo del quadro della mobilità nel territorio montano del nostro Paese, è forse quello fornito da una lettura dinamica della sua evoluzione nel tempo.

Dieci anni prima, al censimento del 2001 (vedi Tav. B.1.2) i comuni montani sopra la soglia di 0,3 PEI rappresentavano il 38,7% del totale (11 punti percentuali in meno di quanto si sarebbe poi registrato al 2011) ed anche lo scarto con il complesso del Paese dove la quota di comuni "sopra soglia" era del 35%, era più ridotto.

Si ha una percezione ancora più marcata di quale sia stato l'impatto della mobilità sulla organizzazione della vita quotidiana e sulla sua sostenibilità ambientale (e sociale) nel nostro Paese se con l'analisi si risale al decennio ancora precedente, a quel censimento del 1991 (vedi Tav. B.1.3) dove la soglia di sostenibilità proposta non veniva superata neanche da un decimo dei comuni montani: il 9,3% rispetto ad un valore medio nazionale del 6,2% dei comuni, con una popolazione interessata che neanche raggiungeva il 2% del totale.

Una vera e propria trasformazione di portata epocale, che ha interessato l'intero Paese (pur con lo scarto ancora avvertibile con le regioni del Mezzogiorno) e che incide pesantemente anche sul territorio montano. Un quadro evolutivo che presenta tuttavia, tratti significativamente differenziati se consideriamo distintamente le due componenti relative rispettivamente al tempo di spostamento e al mezzo di trasporto utilizzato.

Per quanto attiene al tempo di spostamento, assunta come rilevante la soglia PEI "tempo" di 0,4 (che corrisponderebbe ad una situazione in cui tutti gli spostamenti pendolari sono contenuti entro l'arco della mezz'ora), la situazione al 2011 (vedi Tav. B.1.4) segnalava un superamento di questo valore per la metà circa dei comuni montani: il 49,0% contro il 41,5% nella media del Paese. Un quadro in significativo peggioramento rispetto al censimento precedente (2001, vedi Tav. B.1.5) quando i comuni sopra soglia erano rispettivamente il 42,1 in montagna e il 35,0% nella media del Paese.

Di nuovo il quadro regionale più penalizzato per il territorio montano è quello dell'Emilia-Romagna dove la differenza tra i comuni montani che superano la soglia di un ragionevole distanza degli spostamenti pendolari e il complesso dei comuni della regione nelle stesse condizioni supera i 30 punti percentuali. Anche in termini di tempo la regione più penalizzata è comunque il Lazio se pur con scarti minimi tra quadro montano e quadro regionale.

Quando invece consideriamo l'impatto sulla sostenibilità determinato dalla scelta del mezzo di trasporto, il rapporto tra territorio montano e il resto del Paese si capovolge.

Sempre al 2011 i comuni montani che superavano la soglia di un PEI "mezzo" di 0,55

(che corrisponderebbe ad una situazione in cui la quota assorbita dalla mobilità veicolare privata, come conducente, è contenuta entro il 40% degli spostamenti totali e i restati spostamenti si distribuiscono i modo equilibrato tra gli altri mezzi: mezzi pubblici su gomma e su ferro, motocicli, a piedi o in bicicletta, in auto come trasportato), rappresentavano il 53,6% del totale ma il valore medio del Paese era più elevato: 55,1% (vedi Tav. B.1.6).

C'è però da registrare una significativa attenuazione del differenziale tra aree montane e resto del Paese determinata dalle dinamiche recenti: dieci anni prima le quote di comuni "sopra soglia" erano rispettivamente del 44,8% per i comuni montani e del 49,8% per il complesso dei comuni (vedi Tav. B.1.7).

Nella distribuzione regionale un quadro di maggiore penalizzazione è presente nelle regioni del Nord-Est e del Centro, dove forse un modello di sviluppo più diffusivo ha portato con se anche l'esigenza di una maggiore diffusione della mobilità veicolare privata e del suo elevato costo ambientale.

In una stagione nella quale le politiche del Paese propongono una nuova attenzione al tema delle aree interne, lette proprio in termini di penalizzazione nell'acceso ai servizi, e ripropongono una attenzione ai servizi della mobilità come componente essenziale dei servizi di cittadinanza di cui un territorio deve poter fruire per poter sostenere un duraturo percorso di sviluppo locale, l'attenzione ai caratteri di sostenibilità pare quanto mai appropriato ed opportuno.

È proprio nelle aree a domanda debole e a forte penalizzazione geografica, come sono le aree montane, che la sperimentazione e l'implementazione di nuovi modelli di esercizio della mobilità e del trasporto debbono essere intrapresi con particolare energia per conseguire risultati che debbono risultare rilevanti innanzitutto in termini di equità (allargando lo spettro delle opportunità per una popolazione che ha qui più frequentemente che altrove, limiti di età e di condizione sanitaria per rivolgersi alla sola carta della mobilità automobilistica privata).

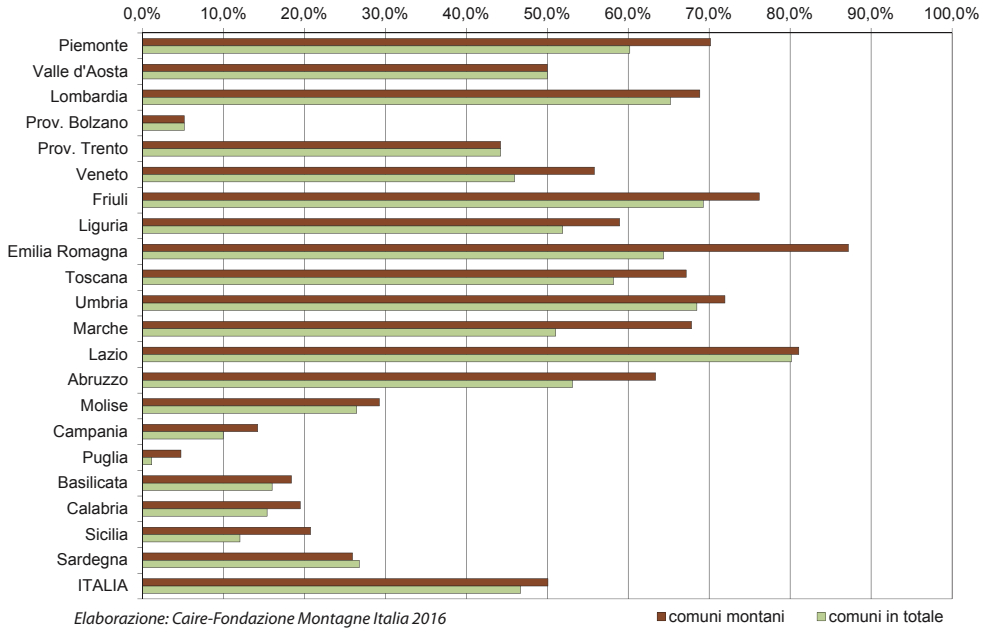
Risultati di non minore rilievo possono venire anche sul fronte della sostenibilità ambientale se modelli di mobilità collettiva (ma duttile e "personalizzata") sapranno imporsi facendo leva sulle risorse di cultura comunitaria presente nei territori montani, come l'esperienza delle cooperative di comunità, trattata altrove in questo stesso rapporto sembrerebbe poterci suggerire.

TAB. B.1.1 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con indice PEI al 2011 superiore a 0,30

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	70,2%	60,2%	52,2%	34,4%	63,9%	53,1%
Valle d'Aosta	50,0%	50,0%	24,3%	24,3%	45,3%	45,3%
Lombardia	68,9%	65,2%	47,4%	43,2%	55,1%	50,6%
Prov. Aut. Bolzano	5,2%	5,2%	0,8%	0,8%	5,4%	5,4%
Prov. Aut. Trento	44,2%	44,2%	16,1%	16,1%	34,5%	34,5%
Veneto	55,8%	46,0%	34,0%	27,6%	49,8%	41,9%
Friuli Venezia Giulia	76,2%	69,3%	31,8%	35,9%	73,1%	65,6%
Liguria	58,9%	51,9%	30,5%	11,4%	66,7%	57,8%
Emilia Romagna	87,2%	64,4%	77,7%	30,6%	86,0%	63,0%
Toscana	67,2%	58,2%	53,5%	28,0%	65,0%	54,4%
Umbria	72,0%	68,5%	47,5%	28,9%	56,4%	50,2%
Marche	67,8%	51,0%	45,9%	22,1%	60,9%	47,4%
Lazio	81,1%	80,2%	59,3%	81,7%	73,2%	70,3%
Abruzzo	63,4%	53,1%	41,7%	23,4%	58,2%	52,4%
Molise	29,3%	26,5%	11,4%	8,6%	24,5%	20,8%
Campania	14,2%	10,0%	5,6%	1,3%	11,2%	8,7%
Puglia	4,8%	1,2%	0,7%	0,1%	1,9%	0,7%
Basilicata	18,4%	16,0%	17,2%	9,9%	20,8%	15,5%
Calabria	19,5%	15,4%	9,9%	5,1%	17,3%	13,6%
Sicilia	20,8%	12,1%	5,6%	4,3%	11,2%	5,6%
Sardegna	26,0%	26,8%	24,6%	17,0%	23,5%	22,2%
ITALIA	**50,1%**	**46,7%**	**29,2%**	**27,7%**	**41,9%**	**36,9%**

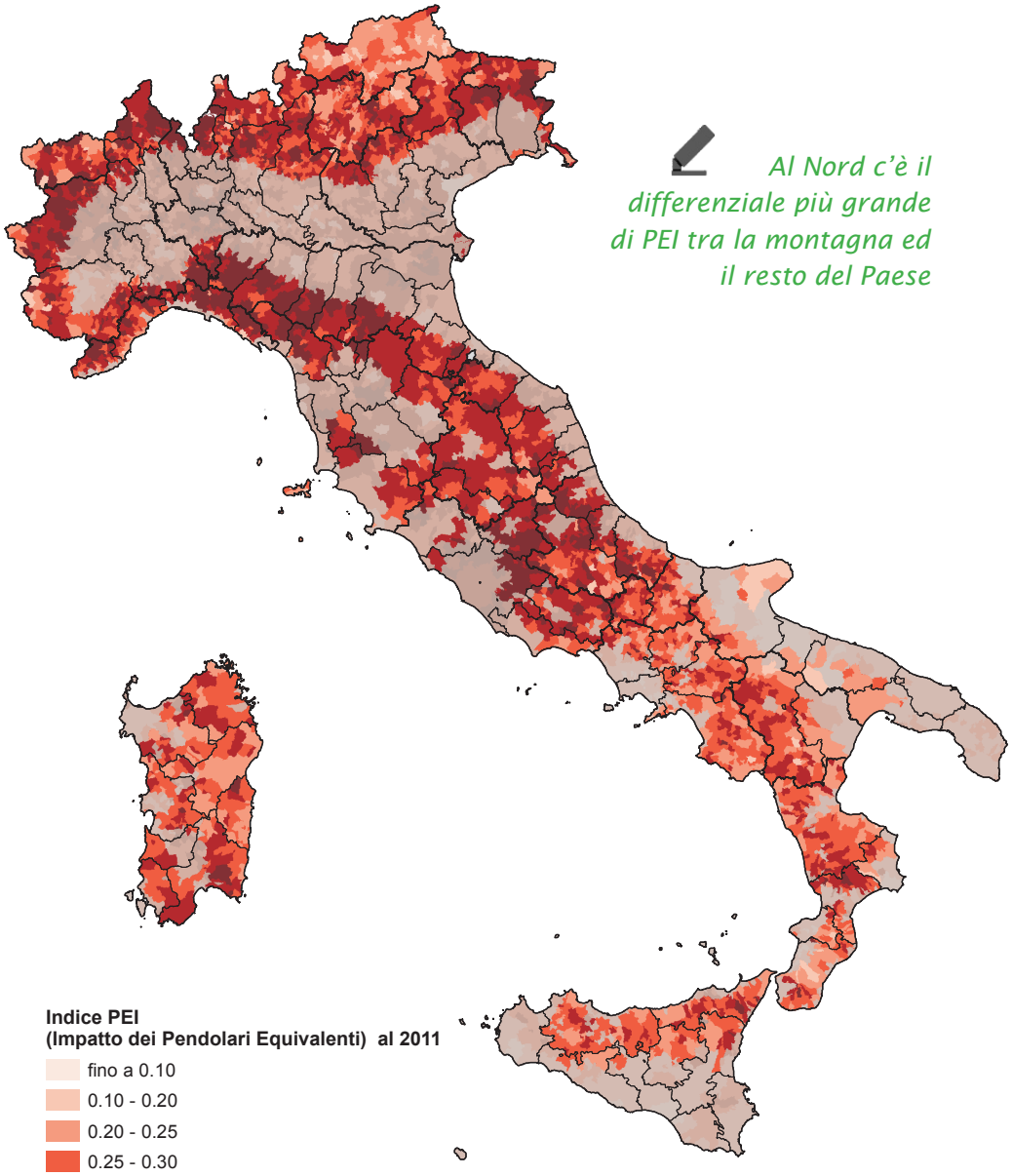
Comuni con indice PEI al 2011 superiore a 0,30



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.1

Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 2011



Al Nord c'è il differenziale più grande di PEI tra la montagna ed il resto del Paese

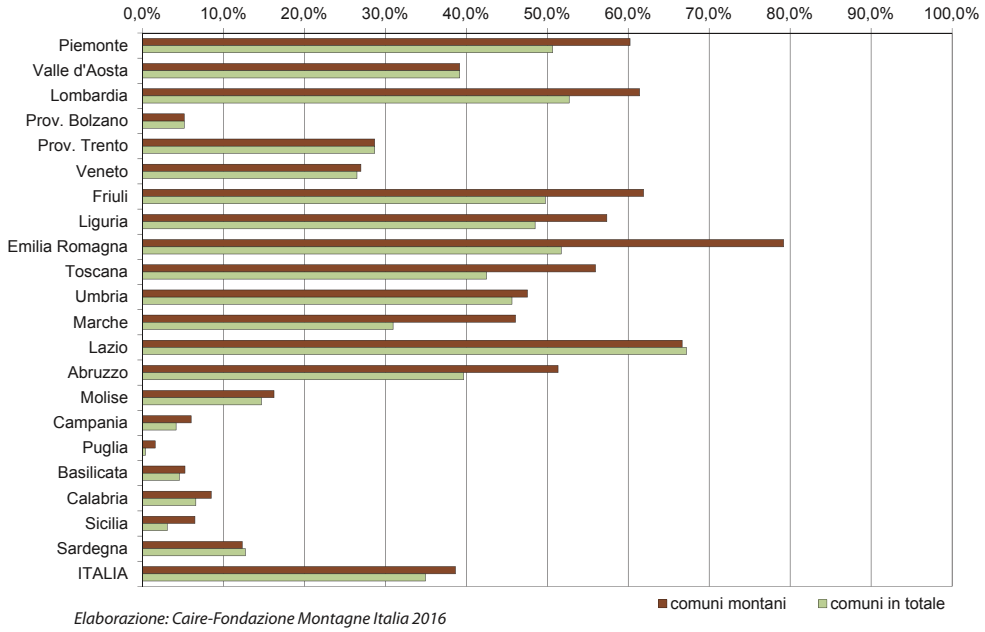
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.1.2 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con indice PEI al 2001 superiore a 0,30

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	60,2%	50,7%	38,5%	29,8%	55,9%	44,1%
Valle d'Aosta	39,2%	39,2%	17,2%	17,2%	36,8%	36,8%
Lombardia	61,4%	52,7%	39,0%	35,4%	46,4%	39,5%
Prov. Aut. Bolzano	5,2%	5,2%	1,1%	1,1%	3,3%	3,3%
Prov. Aut. Trento	28,7%	28,7%	9,5%	9,5%	22,2%	22,2%
Veneto	27,0%	26,5%	16,2%	17,2%	24,6%	23,6%
Friuli Venezia Giulia	61,9%	49,8%	18,9%	19,9%	54,4%	44,9%
Liguria	57,4%	48,5%	27,2%	9,6%	64,7%	55,5%
Emilia Romagna	79,2%	51,7%	76,1%	23,5%	79,0%	53,3%
Toscana	56,0%	42,5%	36,5%	17,0%	51,5%	40,7%
Umbria	47,6%	45,7%	19,9%	12,1%	33,6%	29,8%
Marche	46,1%	31,0%	31,2%	11,8%	43,9%	31,9%
Lazio	66,7%	67,2%	48,1%	77,0%	56,7%	56,6%
Abruzzo	51,3%	39,7%	25,3%	8,9%	46,4%	36,1%
Molise	16,3%	14,7%	4,7%	3,5%	11,9%	10,1%
Campania	6,0%	4,2%	2,1%	0,5%	5,1%	3,8%
Puglia	1,6%	0,4%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Basilicata	5,3%	4,6%	3,2%	1,8%	4,3%	3,2%
Calabria	8,5%	6,6%	3,9%	2,0%	6,8%	5,2%
Sicilia	6,5%	3,1%	2,2%	0,9%	3,4%	1,9%
Sardegna	12,3%	12,7%	8,7%	5,4%	9,4%	8,4%
ITALIA	**38,7%**	**35,0%**	**19,9%**	**21,4%**	**30,5%**	**54,0%**

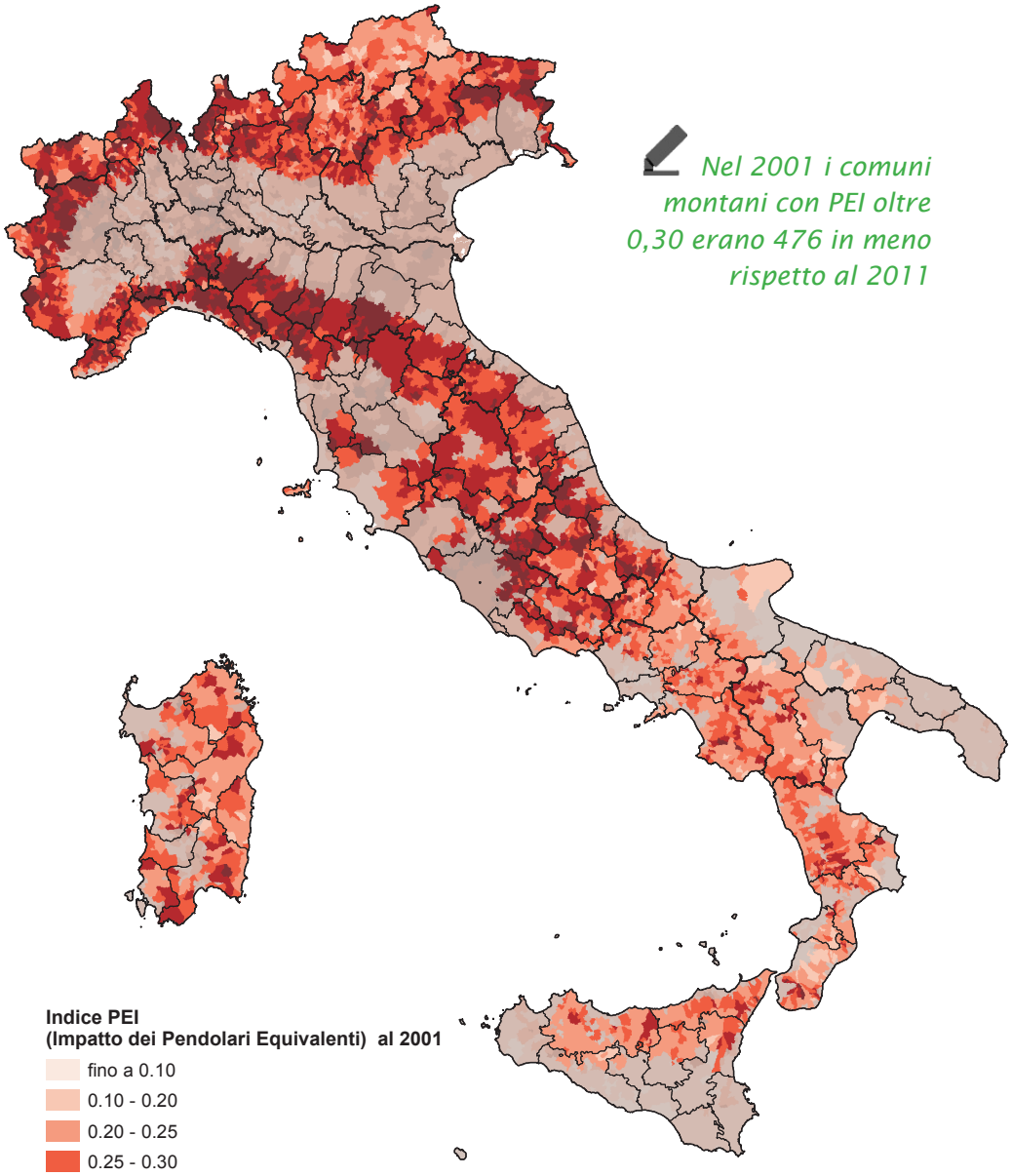
Comuni con indice PEI al 2001 superiore a 0,30



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.2

Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 2001



Nel 2001 i comuni montani con PEI oltre 0,30 erano 476 in meno rispetto al 2011

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

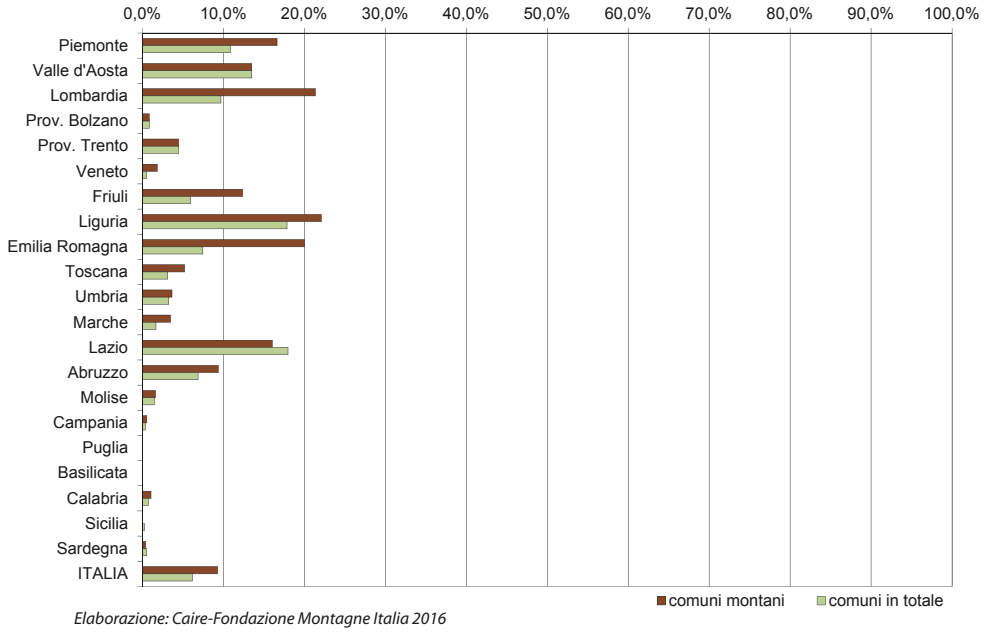
TAB. B.1.3

le regioni e le montagne in cifre

Comuni con indice PEI al 1991 superiore di 0,30

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	16,6%	10,9%	11,1%	4,2%	13,4%	8,9%
Valle d'Aosta	13,5%	13,5%	3,3%	3,3%	15,1%	15,1%
Lombardia	21,4%	9,7%	8,7%	2,3%	12,3%	6,3%
Prov. Aut. Bolzano	0,9%	0,9%	0,3%	0,3%	0,5%	0,5%
Prov. Aut. Trento	4,5%	4,5%	0,9%	0,9%	3,6%	3,6%
Veneto	1,8%	0,5%	0,4%	0,0%	1,3%	0,5%
Friuli Venezia Giulia	12,4%	5,9%	1,6%	0,6%	12,6%	7,6%
Liguria	22,1%	17,9%	12,4%	3,8%	22,6%	19,0%
Emilia Romagna	20,0%	7,5%	23,8%	2,6%	18,1%	7,7%
Toscana	5,2%	3,1%	2,4%	0,9%	4,0%	3,3%
Umbria	3,7%	3,3%	0,4%	0,2%	2,0%	1,8%
Marche	3,5%	1,7%	0,3%	0,1%	2,2%	1,4%
Lazio	16,0%	18,0%	10,9%	8,0%	9,2%	11,0%
Abruzzo	9,4%	6,9%	2,4%	0,8%	9,8%	7,4%
Molise	1,6%	1,5%	0,2%	0,2%	0,8%	0,6%
Campania	0,5%	0,4%	0,1%	0,0%	0,7%	0,5%
Puglia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Basilicata	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Calabria	1,1%	0,7%	0,4%	0,2%	0,8%	0,6%
Sicilia	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Sardegna	0,4%	0,5%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
ITALIA	**9,3%**	**6,2%**	**3,7%**	**1,9%**	**5,6%**	**4,0%**

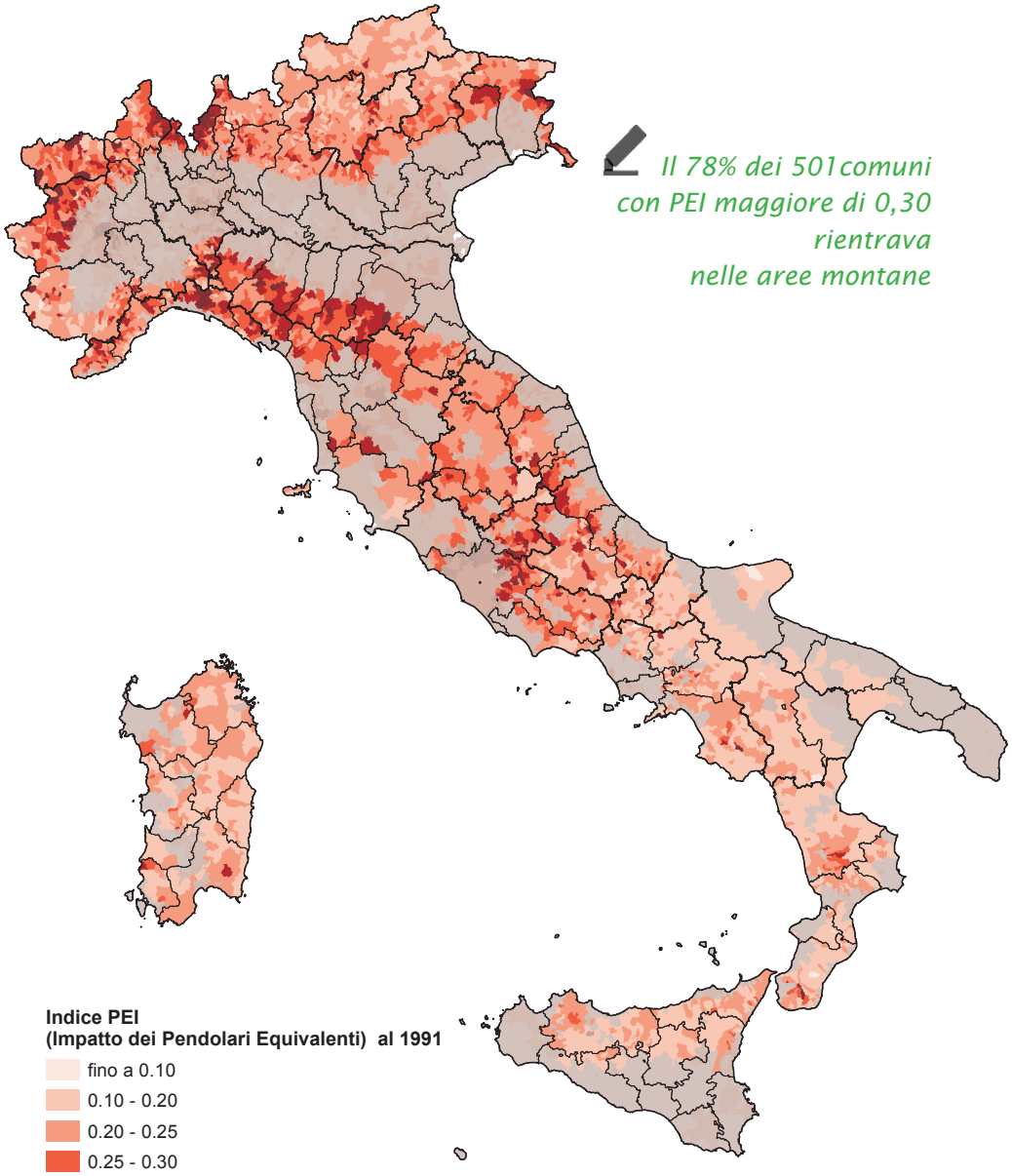
Comuni con indice PEI al 1991 superiore a 0,30



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.3

Il costo ambientale della pendolarità: PEI al 1991



Il 78% dei 501comuni con PEI maggiore di 0,30 rientrava nelle aree montane

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

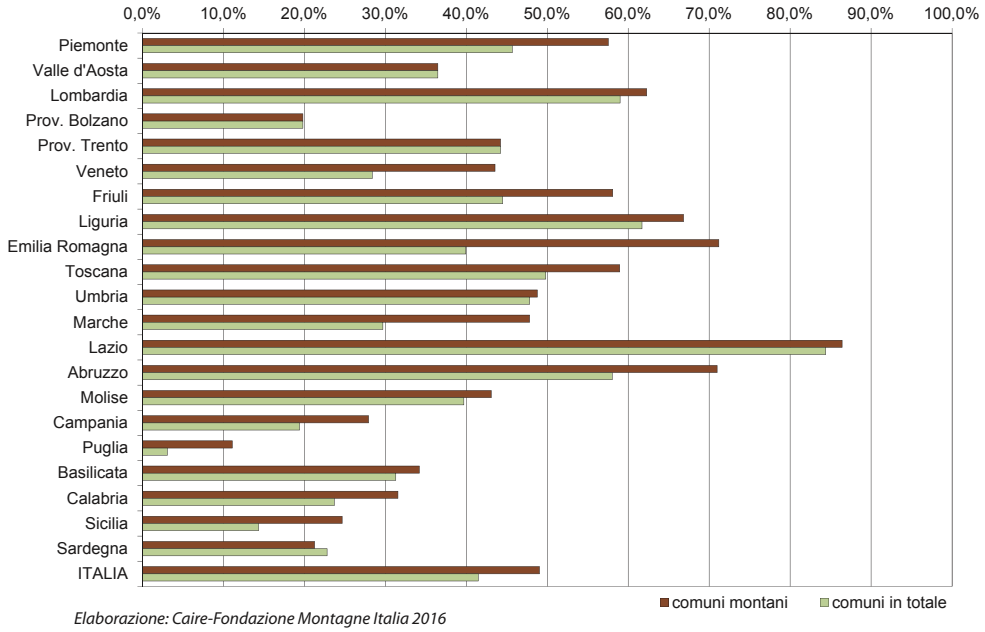
TAB. B.1.4

le regioni e le montagne in cifre 2017 30

Comuni con indice PEI TEMPO di spostamento al 2011 superiore a 0,40

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	57,6%	45,7%	38,6%	49,3%	53,5%	42,4%
Valle d'Aosta	36,5%	36,5%	12,3%	12,3%	33,2%	33,2%
Lombardia	62,3%	59,0%	41,3%	59,3%	47,6%	44,5%
Prov. Aut. Bolzano	19,8%	19,8%	8,6%	8,6%	25,9%	25,9%
Prov. Aut. Trento	44,2%	44,2%	17,9%	17,9%	35,3%	35,3%
Veneto	43,6%	28,4%	22,4%	16,8%	40,1%	26,9%
Friuli Venezia Giulia	58,1%	44,5%	18,9%	16,3%	58,4%	44,5%
Liguria	66,8%	61,7%	55,1%	60,2%	76,7%	72,4%
Emilia Romagna	71,2%	39,9%	63,2%	16,2%	69,9%	41,8%
Toscana	59,0%	49,8%	40,9%	25,9%	54,1%	46,5%
Umbria	48,8%	47,8%	18,0%	11,2%	32,5%	29,0%
Marche	47,8%	29,7%	25,5%	8,4%	36,9%	25,4%
Lazio	86,4%	84,4%	74,6%	85,9%	80,8%	74,9%
Abruzzo	71,0%	58,0%	47,7%	19,5%	65,3%	52,8%
Molise	43,1%	39,7%	19,1%	14,6%	38,8%	33,2%
Campania	27,9%	19,4%	15,1%	4,1%	24,3%	18,6%
Puglia	11,1%	3,1%	1,5%	0,4%	4,6%	1,8%
Basilicata	34,2%	31,3%	32,6%	19,9%	32,8%	26,9%
Calabria	31,6%	23,7%	17,1%	8,4%	27,3%	21,1%
Sicilia	24,7%	14,4%	5,7%	2,7%	12,9%	6,9%
Sardegna	21,3%	22,8%	10,2%	8,0%	17,6%	16,7%
ITALIA	**49,0%**	**41,5%**	**27,5%**	**30,1%**	**40,0%**	**32,7%**

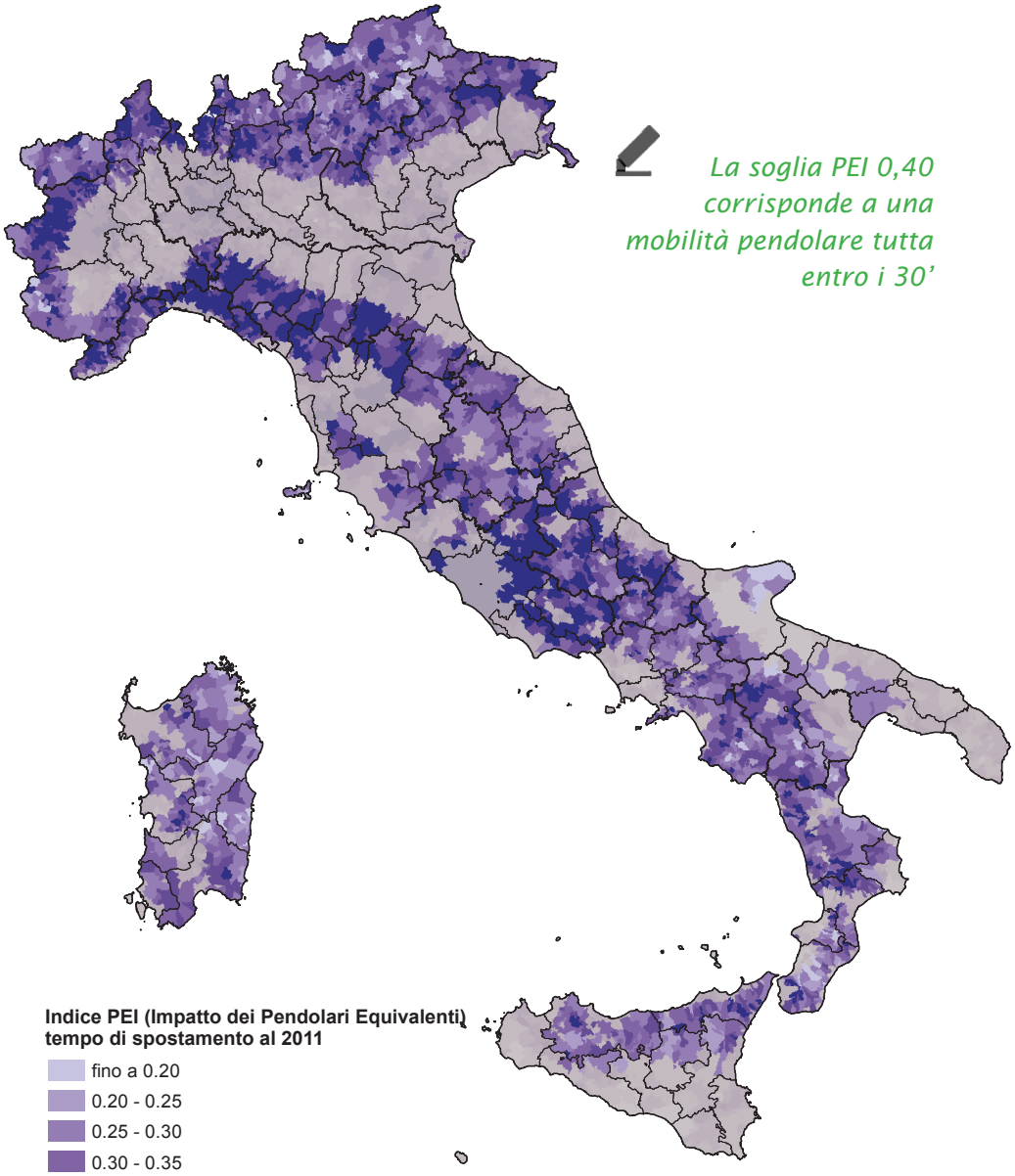
Comuni con indice PEI TEMPO di spostamento al 2011 superiore a 0,40



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.4

Il costo ambientale della pendolarità: il tempo di spostamento 2011



La soglia PEI 0,40 corrisponde a una mobilità pendolare tutta entro i 30'

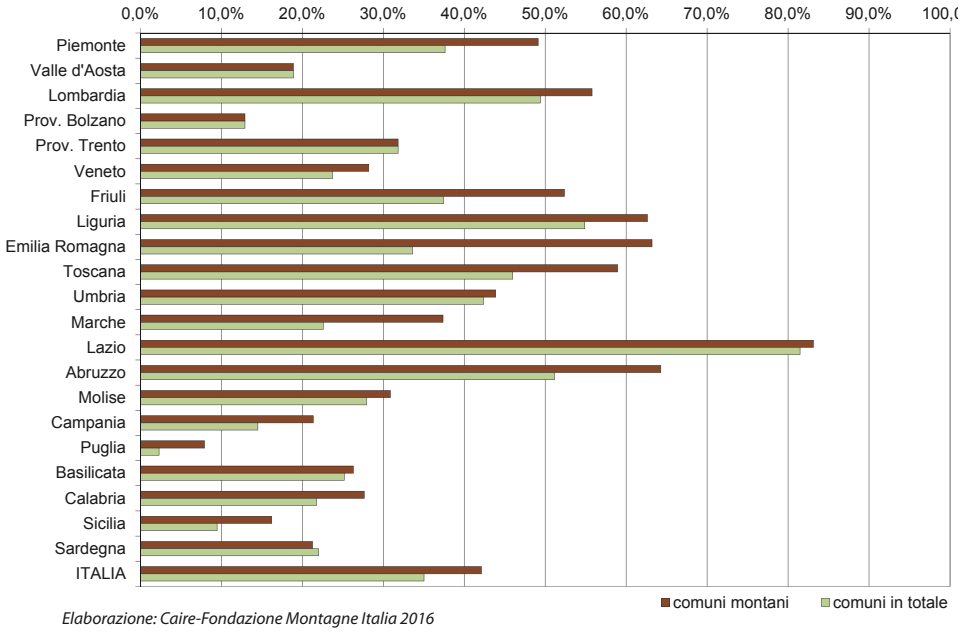
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.1.5 le regioni e le montagne in cifre 2017 30

Comuni con indice PEI TEMPO di spostamento al 2001 superiore a 0,40

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	49,1%	37,6%	31,6%	44,5%	51,4%	37,6%
Valle d'Aosta	18,9%	18,9%	2,8%	2,8%	23,4%	23,4%
Lombardia	55,8%	49,4%	31,0%	50,5%	44,6%	38,5%
Prov. Aut. Bolzano	12,9%	12,9%	5,4%	5,4%	18,1%	18,1%
Prov. Aut. Trento	31,8%	31,8%	12,3%	12,3%	28,9%	28,9%
Veneto	28,2%	23,8%	11,4%	15,7%	26,4%	22,7%
Friuli Venezia Giulia	52,4%	37,4%	15,9%	12,9%	51,7%	38,5%
Liguria	62,6%	54,9%	46,9%	54,4%	70,4%	65,3%
Emilia Romagna	63,2%	33,6%	57,3%	12,0%	64,0%	35,6%
Toscana	59,0%	46,0%	38,5%	21,5%	52,6%	42,3%
Umbria	43,9%	42,4%	17,7%	10,8%	30,1%	26,7%
Marche	37,4%	22,6%	19,7%	6,4%	30,8%	21,0%
Lazio	83,1%	81,5%	64,9%	83,3%	74,2%	71,0%
Abruzzo	64,3%	51,1%	34,5%	13,7%	58,1%	46,0%
Molise	30,9%	27,9%	12,8%	9,7%	25,1%	21,3%
Campania	21,4%	14,5%	10,8%	3,0%	19,3%	14,4%
Puglia	7,9%	2,3%	1,2%	0,4%	3,3%	1,3%
Basilicata	26,3%	25,2%	22,2%	14,4%	23,4%	20,7%
Calabria	27,7%	21,8%	14,7%	7,8%	23,2%	18,7%
Sicilia	16,2%	9,5%	3,7%	1,9%	8,2%	4,4%
Sardegna	21,3%	22,0%	11,0%	8,4%	18,3%	16,9%
ITALIA	**42,1%**	**35,0%**	**22,3%**	**26,7%**	**35,2%**	**28,5%**

Comuni con indice PEI TEMPO di spostamento al 2001 superiore a 0,40

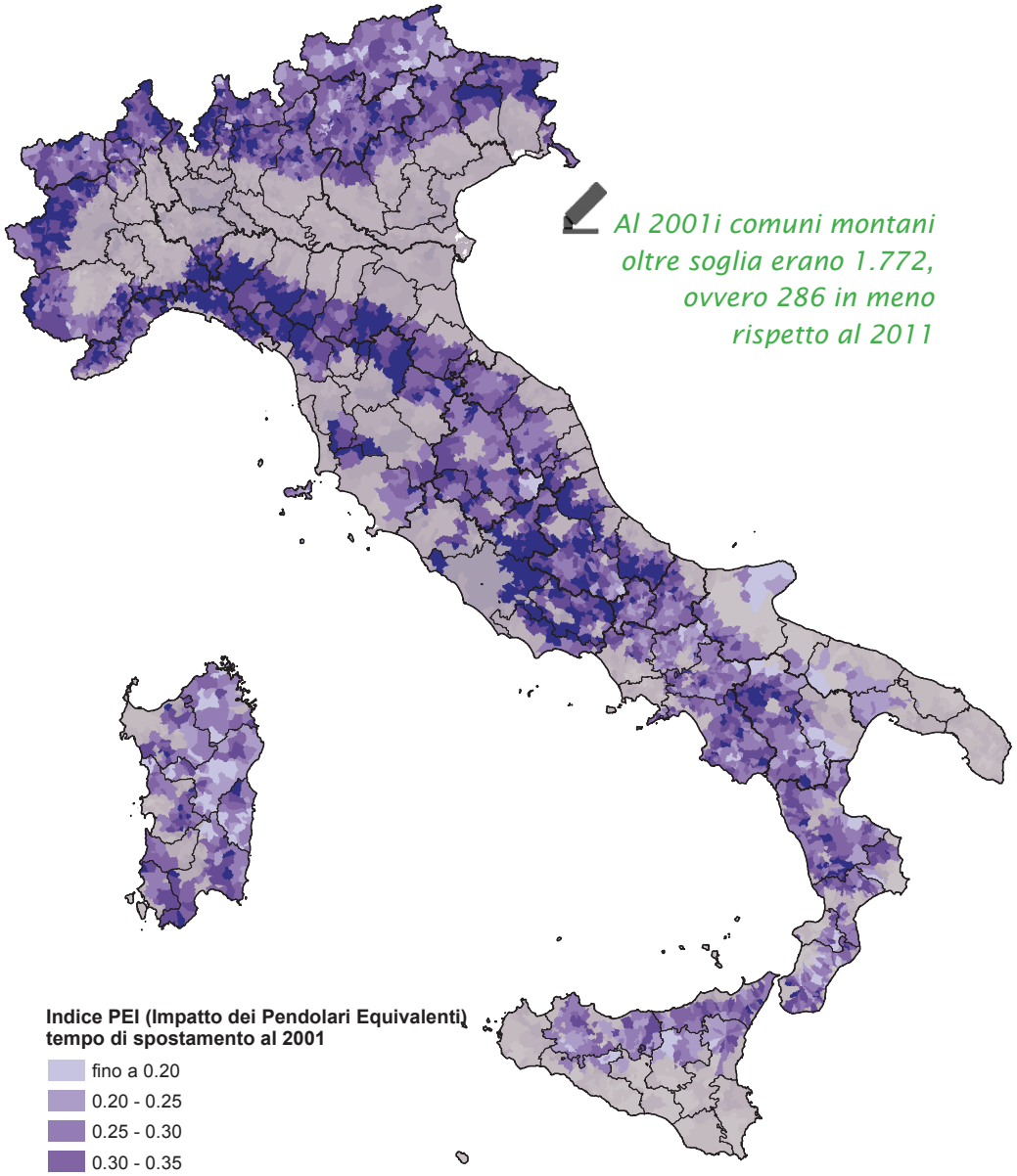


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.5

Il costo ambientale della pendolarità: il tempo di spostamento 2001

Al 2001i comuni montani oltre soglia erano 1.772, ovvero 286 in meno rispetto al 2011



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

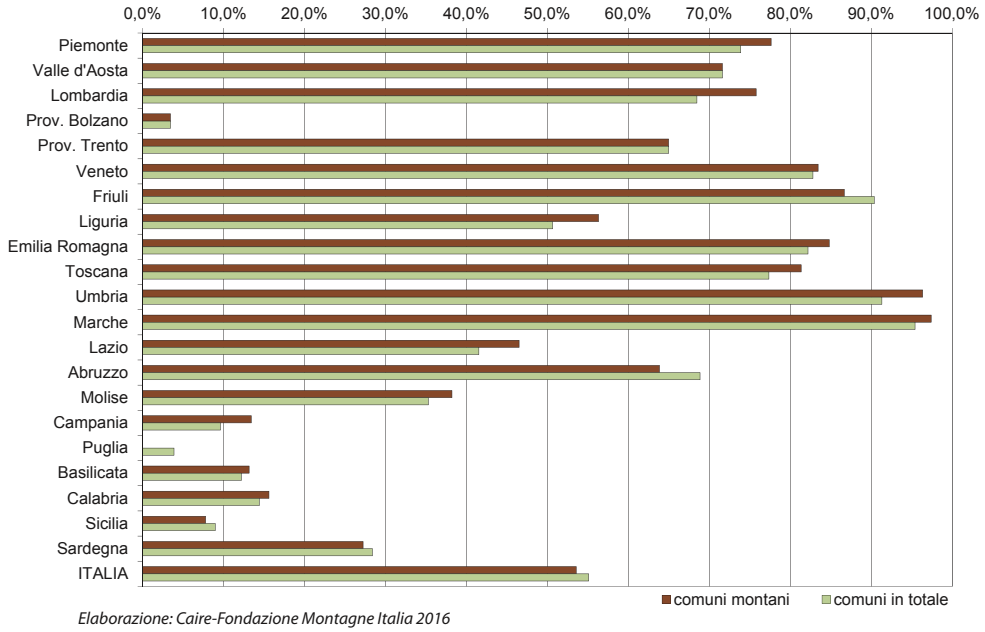
TAB. B.1.6

le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con indice PEI MEZZO di spostamento al 2011 superiore a 0,55

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	77,6%	73,9%	75,0%	41,0%	65,9%	61,2%
Valle d'Aosta	71,6%	71,6%	48,3%	48,3%	57,8%	57,8%
Lombardia	75,8%	68,5%	64,4%	36,3%	68,2%	60,1%
Prov. Aut. Bolzano	3,4%	3,4%	0,6%	0,6%	1,0%	1,0%
Prov. Aut. Trento	65,0%	65,0%	35,7%	35,7%	55,8%	55,8%
Veneto	83,4%	82,8%	85,0%	59,8%	73,5%	72,9%
Friuli Venezia Giulia	86,7%	90,4%	41,4%	61,0%	76,6%	81,2%
Liguria	56,3%	50,6%	31,7%	14,4%	56,4%	50,3%
Emilia Romagna	84,8%	82,2%	88,5%	52,4%	84,4%	75,6%
Toscana	81,3%	77,4%	82,3%	48,0%	78,2%	70,2%
Umbria	96,3%	91,3%	94,4%	77,3%	90,0%	85,2%
Marche	97,4%	95,4%	99,1%	79,8%	96,7%	91,9%
Lazio	46,5%	41,5%	26,8%	11,4%	41,9%	35,7%
Abruzzo	63,8%	68,9%	59,3%	56,1%	56,9%	62,6%
Molise	38,2%	35,3%	22,9%	17,8%	28,7%	24,6%
Campania	13,4%	9,6%	6,2%	1,5%	11,5%	8,9%
Puglia	0,0%	3,9%	0,0%	1,1%	0,0%	1,3%
Basilicata	13,2%	12,2%	18,0%	22,0%	13,7%	12,0%
Calabria	15,6%	14,4%	15,9%	9,4%	11,7%	10,3%
Sicilia	7,8%	9,0%	1,3%	5,4%	4,0%	7,8%
Sardegna	27,2%	28,4%	37,4%	29,0%	26,8%	25,8%
ITALIA	**53,6%**	**55,1%**	**39,5%**	**30,2%**	**45,4%**	**44,2%**

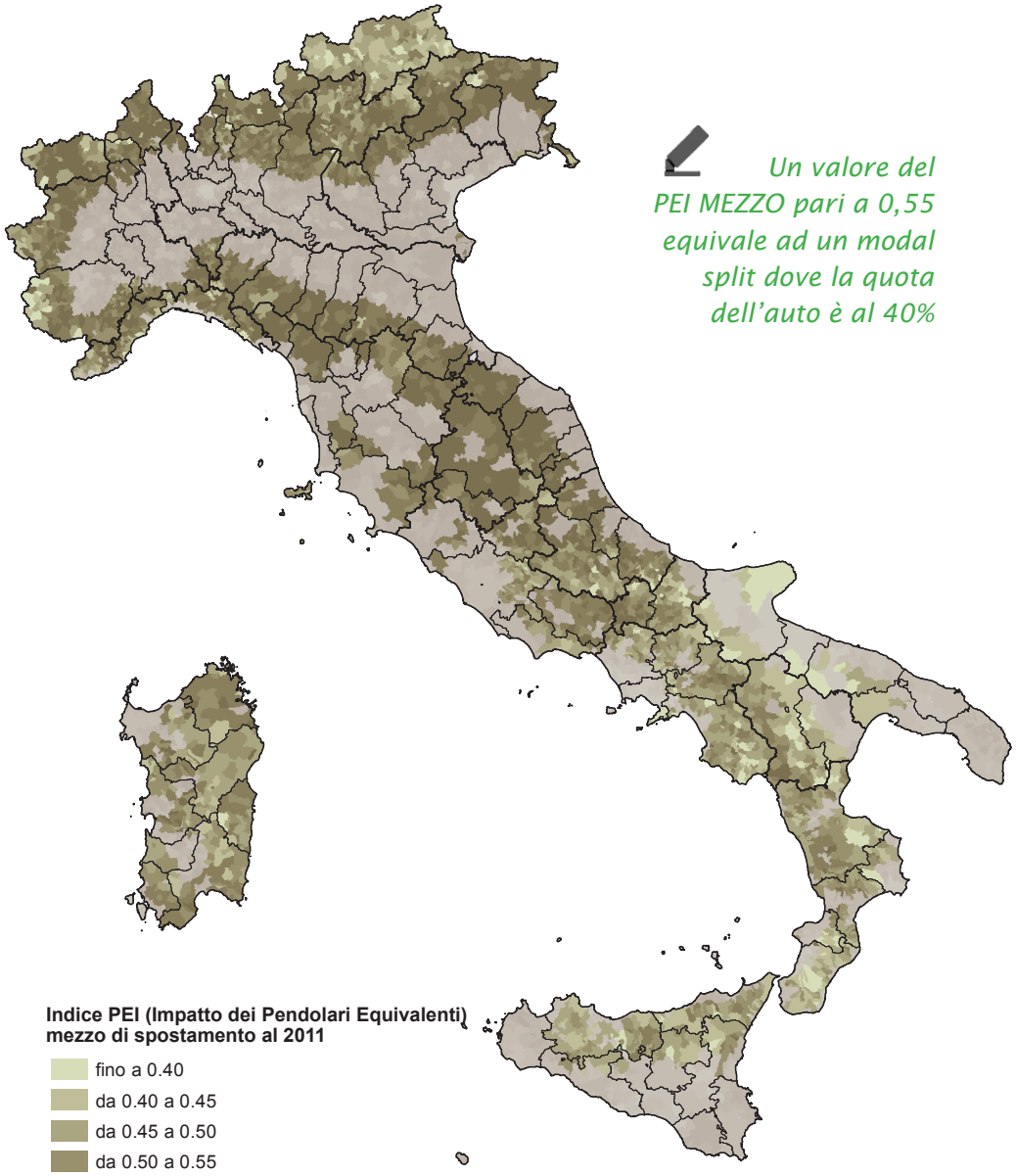
Comuni con indice PEI MEZZO di spostamento al 2011 superiore a 0,55



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.6

Il costo ambientale della pendolarità: il mezzo di spostamento 2011



Un valore del PEI MEZZO pari a 0,55 equivale ad un modal split dove la quota dell'auto è al 40%

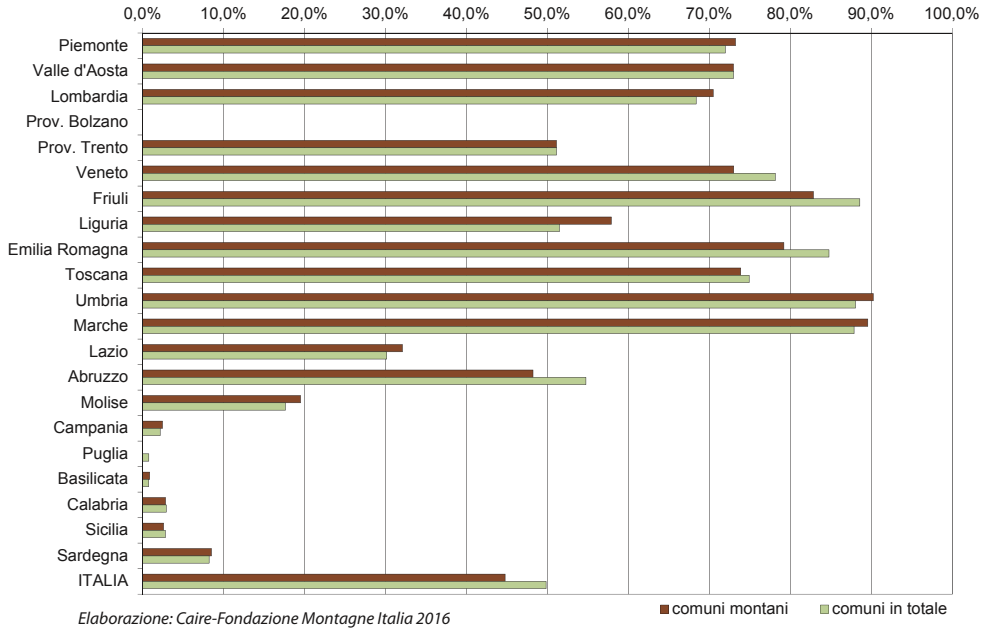
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.1.7 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con indice PEI MEZZO di spostamento al 2001 superiore a 0,55

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	73,2%	72,0%	70,8%	45,8%	60,4%	57,8%
Valle d'Aosta	73,0%	73,0%	49,2%	49,2%	59,7%	59,7%
Lombardia	70,5%	68,4%	61,6%	44,5%	57,6%	58,0%
Prov. Aut. Bolzano	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Prov. Aut. Trento	51,1%	51,1%	28,3%	28,3%	44,9%	44,9%
Veneto	73,0%	78,1%	79,7%	61,7%	63,5%	65,0%
Friuli Venezia Giulia	82,9%	88,6%	46,5%	67,4%	69,3%	76,5%
Liguria	57,9%	51,5%	31,8%	15,0%	57,2%	51,2%
Emilia Romagna	79,2%	84,8%	84,3%	70,4%	75,5%	78,6%
Toscana	73,9%	74,9%	78,8%	61,7%	68,6%	68,3%
Umbria	90,2%	88,0%	93,0%	89,2%	86,2%	84,6%
Marche	89,6%	87,9%	97,3%	83,9%	91,1%	88,1%
Lazio	32,1%	30,2%	22,0%	11,8%	28,7%	27,5%
Abruzzo	48,2%	54,8%	45,4%	49,8%	42,4%	49,1%
Molise	19,5%	17,6%	12,8%	9,7%	14,6%	12,4%
Campania	2,5%	2,2%	1,0%	0,3%	1,9%	1,5%
Puglia	0,0%	0,8%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Basilicata	0,9%	0,8%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%
Calabria	2,8%	2,9%	2,4%	1,9%	2,5%	2,1%
Sicilia	2,6%	2,8%	0,5%	2,2%	1,9%	3,9%
Sardegna	8,5%	8,2%	12,7%	7,2%	8,2%	7,4%
ITALIA	**44,8%**	**49,8%**	**33,9%**	**33,0%**	**36,5%**	**38,7%**

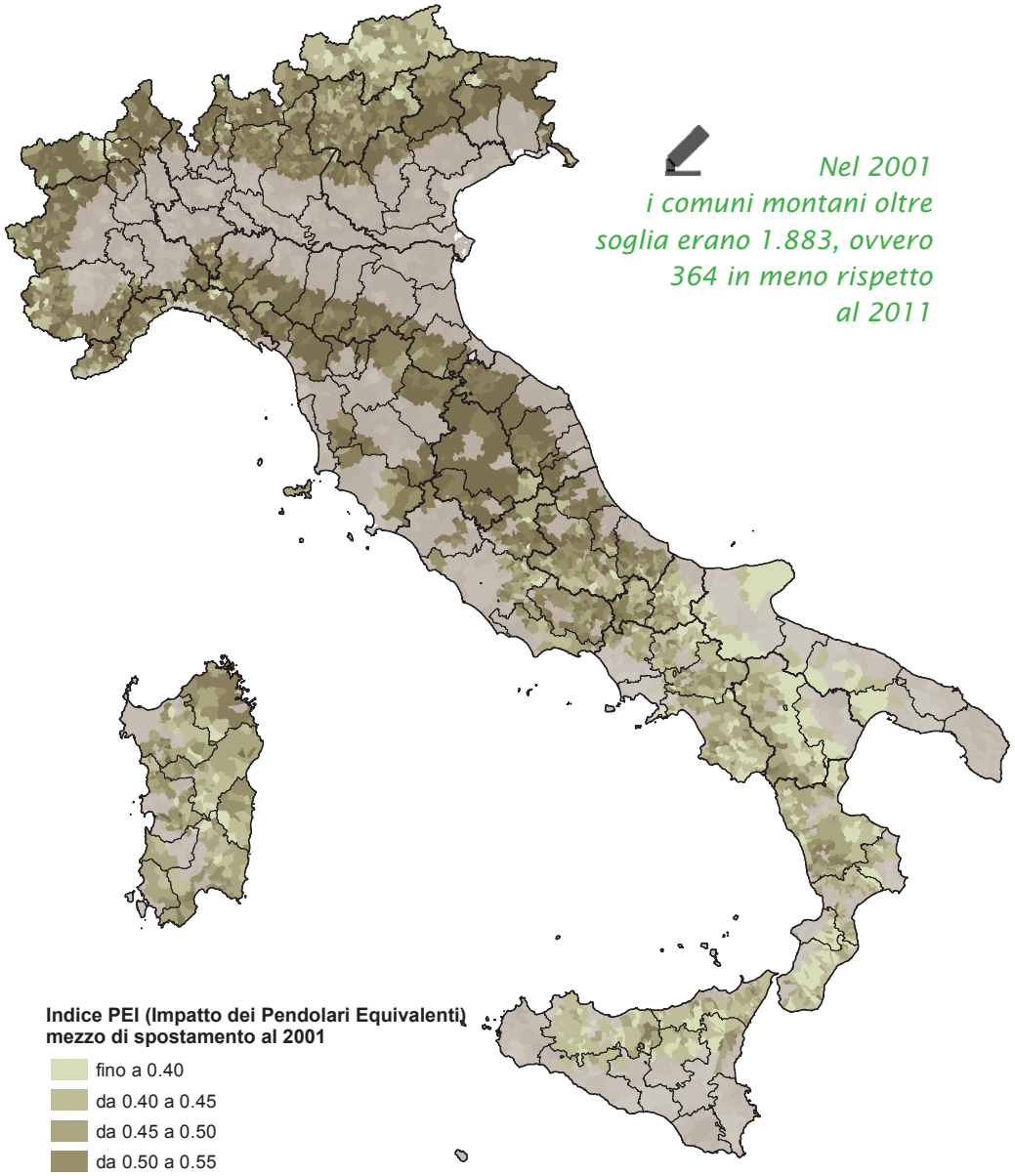
Comuni con indice PEI MEZZO di spostamento al 2001 superiore a 0,55



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.1.7

Il costo ambientale della pendolarità: il mezzo di spostamento 2001



Nel 2001 i comuni montani oltre soglia erano 1.883, ovvero 364 in meno rispetto al 2011

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

B.2

L'energia

In uno scenario internazionale che presenta segnali sempre più marcati di instabilità geo-politica e di difficoltà economica sembrerebbe attenuarsi la pressione del mercato per una riduzione dei consumi energetici derivati dai combustibili fossili e l'incentivo per lo sviluppo di produzioni da fonti rinnovabili.

Restano tuttavia inalterate le considerazioni che premono in questa stessa direzione in ragione delle esigenze della sostenibilità, in primo luogo sul fronte delle emissioni e delle conseguenze sempre più evidenti ed avvertite dalla sensibilità della società contemporanea in termini di effetti sul cambiamento climatico, per un verso, e di effetti sulla salute umana dall'altro.

In questa prospettiva non viene meno l'esigenza (e l'opportunità) di considerare la profonda riconversione energetica in chiave di sostenibilità dell'apparato produttivo, del sistema dei trasporti e dello stesso settore civile del Paese come un rilevante possibile *drive* del cambiamento economico per sistemi locali che assumano con pienezza la prospettiva della *green economy* e la strategia delle *green community* come stella polare della propria azione.

I sistemi locali della montagna, in primo luogo, che per dotazione di risorse naturali, tradizionale rilievo delle produzioni energetiche, presenza sul proprio territorio

di *player* di rilievo nazionale ed internazionale e sensibilità maturate nel tempo, possono diventare "comunità pioniere" nella rivoluzione energetica del Paese.

Il quadro delle informazioni riguardo ai temi della produzione (e del consumo) di energia cui questo secondo Rapporto Montagne Italia può attingere per raccontare potenzialità e criticità della trasformazione energetica necessaria, è purtroppo ancora limitato e non consente di costruire bilanci assieme che ci consentano di valutare con la puntualità necessaria e su una base territoriale sufficientemente disaggregata i flussi di energia che connettono il territorio montano al resto del Paese, determinando una delle componenti più evidenti di quei "servizi eco-sistemici" che la montagna rende al resto del Paese.

È un fronte, questo, della territorialità dei dati, su cui molto c'è ancora da fare nel Paese ed è questo uno dei compiti ai quali la Fondazione Montagne Italia deve e vuole dedicare attenzione e sforzi, nella interlocuzione con i *player* del sistema energetico nazionale così come in quella con il sistema della informazione statistica.

Limitiamoci intanto a fornire alcune visioni parziali, che ripropongono con gli aggiornamenti e le precisazioni del caso, il quadro della produzione o della producibilità energetica per alcune delle fonti rinnovabili più cospicue (le biomasse, il solare elettrico e l'eolico) già presenti nella prima edizione del rapporto, integrandole con una prima valutazione che affronta il tema dell'energia dal punto di vista dei consumi (e dei risparmi) che su questi è possibile generare con opportune politiche e interventi.

Partiamo dalla fonte rappresentata dalle biomasse e dal potenziale di producibilità energetica che è possibile ipotizzare sulla base dei dati relativi alla consistenza del patrimonio forestale così come ci viene restituito (al 2008) dalla carta della copertura del suolo elaborata nell'ambito del progetto comunitario "Corine Land Cover".

La valutazione parte da una ipotesi di prelievi esercitati in condizioni di sicura sostenibilità e li mette in relazione alla domanda di impieghi (termici ma, naturalmente, anche di cogenerazione elettrica) della popolazione residente sulla base di un consumo delle famiglie che utilizzi la legna da ardere come un trentesimo almeno del proprio fabbisogno: soglia che corrisponde al valore di 5 tonnellate abitante anno (vedi Tav. B.2.1).

È questa una soglia di significatività, idonea a giustificare una azione promozionale, organizzativa e di sostegno da parte delle comunità locali e delle politiche pubbliche che si rivolgano al campo delle risorse, oggi largamente sottoutilizzate o inutilizzate, che è possibile riscontrare in un esteso campo di realtà montane del Paese, un quinto circa dei comuni montani con una distribuzione che privilegia largamente l'arco alpino e quello appenninico centro settentrionale.

Le maggiori concentrazioni di biomasse, in relazione alla popolazione residente, sono presenti in Friuli-Venezia Giulia (il 50% dei comuni montani sopra soglia), in Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Emilia-Romagna e Toscana dove i comuni ad elevata producibilità rappresentano tra 1/3 e il 40% del totale dei comuni.

Relativamente marginale, invece, il ruolo delle biomasse nelle montagne del Sud e delle isole. In queste regioni la quota di comuni ad elevata producibilità di biomasse si colloca ordinariamente al di sotto del 10% del totale dei comuni montani, con indici appena al di sopra di questo valore in Calabria (12,8%) e in Sardegna (10,2%).

Più uniforme la distribuzione delle opportunità rappresentata dalla presenza di fonti rinnovabili riferita alla produzione del solare elettrico (fotovoltaico) che in questo caso rappresenta la effettiva produzione in atto, aggiornata al 2013, e rapportata sempre ai consumi potenziali della popolazione residente (vedi Tav.B.2.2).

La soglia di significatività assunta in questo caso, pari ad una potenza istallata di 500 kw per mille abitanti, corrisponde ad un terzo del fabbisogno energetico espresso dalle famiglie per gli usi civili e denota quindi, se non una situazione di autosufficienza, un contributo primario al bilancio energetico delle comunità locali.

Per il solare, a differenza delle biomasse e anche dell'eolico, la montagna non è in condizioni di assoluto vantaggio nei confronti dei territori non montani. Superano così la soglia individuata il 16.0% dei comuni montani contro il 22,3% della media dei comuni italiani anche se la quota di popolazione corrispondente è per il territorio montano leggermente più elevata (16,4%) di quanto non accada per il resto del Paese (15,1) a conferma di una caratterizzazione marcatamente rurale del fotovoltaico italiano.

In testa alla graduatoria della diffusione montana della produzione fotovoltaica, la regione Marche, l'unica dove oltre la metà dei comuni montani (il 55,%) presenta una intensità energetica significativa. Altre realtà montane importanti sono l'Umbria, la Provincia autonoma di Bolzano, l'Abruzzo e la Puglia dove i comuni montani ad alta produzione solare superano sempre un terzo del totale. In Umbria, èd è l'unico caso, l'incidenza dei comuni montani (43,9%) supera quella media regionale (41,3%).

Da ultime, le fonti energetiche rinnovabili (FER) considerate, l'eolico, valutato in questo caso in termini di producibilità teorica, a partire da una soglia di 1.500 Megawattora/anno per Megawatt di potenza istallata (MWh/MW) che corrisponde a quella di economicità degli impianti.

Qui è evidente, all'opposto che per le biomasse, la posizione più vantaggiosa delle regioni meridionali rispetto alle regioni del centro nord e anche quella relativa delle aree montane dove risultano idonei il 42,1% dei comuni) rispetto ad una media nazionale del 35,3% (vedi Tav.B.2.3) .

In alcune regioni del Sud, Puglia, Sicilia e Sardegna, condizioni di assoluto interesse sono presenti nella totalità dei comuni (tanto montani che non) e non molto dissimile è la condizione di Basilicata e Calabria.

Nelle regioni appenniniche una buona diffusione delle condizioni di producibilità

eolica è presente in Lazio, Toscana, Umbria, ed Emilia-Romagna (in questa regione solo per i comuni appenninici) dove presenta condizioni di interesse il 30-40% dei comuni (montani e non).

L'altra faccia della medaglia energetica è rappresentata dai consumi e dalla loro razionalità. Una componente assai rilevante del problema (assieme a quella imputabile al sistema dei trasporti di cui si è discusso in un paragrafo precedente di questo rapporto) è quella rappresentata dalle condizioni del patrimonio edilizio (vedi Tav. B.2.4).

Gli edifici residenziali sono responsabili del consumo di circa 28 milioni di Tep (Fonte ENEA). Un valore coerente con quello (circa 325 milioni di KWh pari a 27,9 milioni di Tep) prodotto da una ricostruzione del fabbisogno ottenuta, con una disaggregazione territoriale spinta sino al livello sub-comunale, a partire dalle informazioni sulle caratteristiche delle residenze (epoca di costruzione e tipologia) registrate al censimento della popolazione delle abitazioni, unitamente alle informazioni climatiche sui diversi contesti territoriali considerati.

In generale il nostro patrimonio edilizio presenta consumi elevati e quindi ampi margini di miglioramento. Al di sotto della soglia di 180 KWh/mq (soglia comunque doppia rispetto ad un consumo dai 90 KWh/mq che corrisponde ad una classe D della certificazione Casaclima si colloca infatti poco più del 60% dei comuni Italiani, prevalentemente collocati nelle regioni meridionali del Paese dove è il fattore climatico ad essere decisivo nel limitare i fabbisogni, mentre la quota scende sotto il 50% per l'aggregato dei comuni montani.

I fabbisogni più elevati sono naturalmente quelli dell'arco alpino dove i comuni con fabbisogni inferiori a 180 KWh/mq sono di norma inferiori al 10% dei comuni montani di ciascuna regione (tra il 20 e il 30% in Lombardia e Friuli Venezia Giulia come anche nell'arco appenninico emiliano.

Un (ambizioso) obiettivo di portare il fabbisogno medio attorno ai 90 KWh/mq con una azione decisamente impegnativa che riguardi non solo l'efficienza degli impianti e delle finiture (infissi) ma comporti una più impegnativa azione sugli involucri (deep renovation) potrebbe comportare un risparmio di oltre 120 milioni di KWh, quasi il 40% dei fabbisogni totali. Per la sola montagna il risparmio possibile sarebbe di 36,9 Milioni di KWh, quasi il 30% del risparmio possibile in tutto il Paese.

Una ragione in più per considerare l'intervento sull'energia in tutti i suoi diversi aspetti (produzione da Fonti Energetiche Rinnovabili di diversa origine ve natura, riduzione dei fabbisogni e dei consumi, integrazione delle fonti attraverso la cogenerazione e lo sviluppo di reti distributive intelligenti – smart grid) come un drive fondamentale per lo sviluppo economico di comunità locali sempre più orientate alla sostenibilità.

le buone pratiche

Progetto: "GREEN HOUSE VALLE BREMBANA"

Comune: Zogno

Regione: Lombardia

Settore di intervento: energia sostenibile

Costi: 2.156.833 euro

E' stato realizzato un edificio senza emissioni di Co_2 ed autonomo dal punto di vista energetico, grazie all'utilizzo di moderne tecnologie, che lo rendono un modello virtuoso di sostenibilità edilizia a livello nazionale.

L'edificio è dotato di pannelli solari termici e fotovoltaici e geotermia, coibentazione delle strutture esistenti, impianti di riscaldamento a pavimento, pompa di calore, sono solo alcune delle caratteristiche di questo edificio altamente innovativo. La Green House Brembana è disposta su tre piani, per una superficie totale di circa mille mq.

L'edificio continuerà ad essere la sede degli uffici del GAL Valle Brembana, inoltre ospita, al piano terra, uffici e sala riunioni della Comunità Montana, al primo piano un'area formativa per le imprese sulle energie rinnovabili e la Green economy, ed al secondo spazi per lo sviluppo dei progetti legati al "Patto dei Sindaci".

La Green House rientra nell'ambito del progetto "Patto dei Sindaci", ossia un programma europeo, a cui hanno aderito tutti e 37 i comuni della Valle Brembana, finalizzata alla riduzione delle emissioni di Co_2 nella misura del 20% entro il 2020, attraverso la stesura di Piani di Azione per l'Energia sostenibile (PAES).

http://www.bergamopost.it/vivabergamo/si-apre-la-green-house-zogno-sara-un-modello-per-tutta-italia/

le buone pratiche

Progetto: PROGETTO INTEGRATO TERRITORIALE PER LO SVILUPPO E LA VALORIZZAZIONE FORESTALE E AMBIENTALE DEL GEMONESE, CANAL DEL FERRO E VAL CANALE

Comune: Comunità Montana del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale

Regione: Friuli-Venezia Giulia

Settore di intervento: Forestazione

Costi: 3.272.203,56 euro

Il Progetto Integrato Territoriale per lo sviluppo e la valorizzazione forestale e ambientale del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale, co-finanziato attraverso il P.S.R. 2007-2013, è stato inserito nell'ambito di una programmazione socio-economica e ambientale generale che ha interessato l'intero territorio del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale individuando gli obiettivi di sviluppo e crescita e le relative azioni di intervento afferenti il sistema forestale e ambientale, nelle sue varie articolazioni, con particolar riguardo:

- alla attuazione di processi produttivi e gestionali coordinati volti a migliorare il bilancio energetico del settore primario;
- alla valorizzazione delle produzioni forestali, sviluppando in particolare l'approvvigionamento di biomasse legnose locali in prospettiva di una riduzione di fonti energetiche fossili. Ciò senza trascurare la valenza del legname da opera che da secoli rappresenta una risorsa fondamentale nell'economia di questo territorio;
- al mantenimento della diversificazione ambientale e paesaggistica delle aree agro-silvo- pastorali in funzione di uno sviluppo del turismo naturalistico ed escursionistico.
- a sviluppare i presupposti per una effettiva plurifunzionalità del settore primario contribuendo ad uno sviluppo equilibrato e intersettoriale dell'intero territorio oggetto di progettazione integrata.

http://www.cm-gemonesecanaldelferrovalcanale.it/index.php?id=3392 oggetto di progettazione integrata.

le buone pratiche

Progetto: GREEN COMMUNITY: REALIZZAZIONE DI INTERVENTI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DI EDIFICI PUBBLICI IN AREE INTERNE E MONTANE.

Territori: Tammaro Titerno - Campania, Cilento - Campania, Pollino - Calabria, Madonie - Sicilia;

Settore di intervento: Energia Ambiente

UNCEM, beneficiando di un finanziamento messo a disposizione dal Ministero dell'Ambiente a valere sui fondi del POI Energia della programmazione 2017-2013, ha realizzato – all'interno del progetto Green Community[1] - una serie di studi fattibilità per la realizzazione di interventi di efficientamento energetico di edifici pubblici in quattro territori target situati in Regioni Obiettivo Convergenza. Le tipologie di edificio analizzate sono state in prevalenza plessi scolastici o uffici municipali: lo studio ha evidenziato l'ampio margine di efficientamento di questi edifici che, nella maggior parte dei casi, presentano una qualità energetica molto scarsa.

Dopo una lunga fase negoziale con il Ministero, sono stati ottenuti on fondi a valere sui residui di spesa del POI energia 2017-2014 ed è stato così possibile procedere alla realizzazione dei di finanziamenti per la realizzazione dei 41 interventi progettati. Il finanziamento è stato accordato ad inizio 2015, con il vincolo di chiudere tutti i cantieri e finalizzare tutti gli impegni di spesa entro la fine del 2015 stesso. Le Amministrazioni comunali hanno potuto procedere nella realizzazione degli interventi, e l'Uncem ha seguito la realizzazione di 23 dei 41 previsti . Di seguito riportiamo sinteticamente alcune delle informazioni principali riguardanti questi edifici. Il totale dei finanziamenti dedicati alla realizzazione degli interventi di efficientamento energetico è stato di 7.676.000 euro circa, con una media di spesa pari a circa 350.000 euro a edificio (l'investimento del singolo edificio essendo evidentemente dipendente, non solo dalla tipologia di intervento previsto nello specifico, ma anche dalla dimensione totale dell'edificio stesso). Per tutti gli edifici sono stati realizzati interventi sia di tipo impiantistico (es. sostituzione delle caldaie, installazione di sistemi di generazione termica o elettrica da fonti rinnovabili), sia di tipo strutturale come la sostituzione degli infissi e il miglioramento dell'isolamento termico delle superfici opache. A fronte di questi interventi, è stato possibile realizzare risparmi energetici molto consistenti, attestati dal notevole salto di qualità energetica dell'edificio post-intervento. Nella maggior parte dei casi si è passati da una classe energetica G (la più scarsa) alla classe A o A+. Questo con evidenti effetti positivi non solo sui bilanci di gestione, ma anche sugli impatti ambientali degli edifici.

Oltre all'importante risultato in termini di risparmio energetico, la seconda fase del progetto Green Community è stata un grande successo in termini di tempistica di

realizzazione degli interventi stessi. Le procedure di spesa del Programma che ha finanziato gli interventi infatti – il POI Energia 2017-2014 come ricordato in precedenza – prevedevano senza possibilità di deroga di dover chiudere sia i lavori che tutta la fase di rendicontazione del progetto entro la fine del 2015. I Comuni interessati hanno quindi dovuto chiudere tutto il ciclo di progetto in meno di 12 mesi. L'essere riusciti in questa sfida ha dimostrato come i territori montani, attraverso le proprie risorse locali e opportunamente supportati soggetti qualificati e focalizzati sullo sviluppo delle aree interne e montane, siano in grado di cogliere opportunità ed utilizzare le risorse messe a disposizione con efficienza e puntualità. Ciò in particolare, se sostenuti con opportuni interventi di capacity building e supporto tecnico complessivo. Il progetto lascia, infine, una comunità di tecnici locali pronta a capitalizzare e moltiplicare le buone pratiche sperimentate attraverso la realizzazione di questi progetti.

[1]) *http://www.greencommunities.it*

Progetti - buone pratiche

Area geografica	Comune	Edificio	Intervento	Importo globale del progetto	Classe energetica iniziale	Classe energetica finale	mq interessati dal progetto
CILENTO	Magliano Vetere	Scuola elementare	Sostituzione di caldaia esistente; Disposizione di termostati e valvole termostatiche; Realizzazione di impianto termico a pavimento; Installazione di impianto solare termico su tetto; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€. 251.937,51	G	A	358
	Morigerati	Municipio	Installazione di pompa di calore e ventilconvettori a cassetta. Installazione cappotto termico. Installazione sistema di isolamento termico interno, e solaio sottotetto. Sostituzione infissi e vetrate. Insufflaggio pareti esterne con fibre di legno. Monitoraggio consumi.	€ 282.374,00	F	A	594

CILENTO	Novi Velia	Municipio	Sostituzione di caldaia esistente; Disposizione di termostati e valvole termostatiche; Realizzazione di impianto termico a pavimento; Sostituzione infissi; Realizzazione cappotto; Isolamento termico dei solai e del tetto di copertura, attraverso l'interposizione di pannelli isolanti; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 262.936,00	G	A	419
	Omignano	Municipio	Sostituzione di caldaia esistente; Disposizione di termostati e valvole termostatiche; Realizzazione di impianto termico a pavimento; Installazione di impianto solare termico su tetto. Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico dei solai e del tetto di copertura, attraverso l'interposizione di pannelli isolanti. Interventi sull'illuminazione interna.	€ 189.486,78	E	A	517,58
	Perito	Palazzo della Marchesa	Sostituzione di caldaia; Sostituzione infissi; Installazione cappotto; Isolamento termico dei solai e del tetto. Interventi sull'illuminazione interna.	€ 268.778,00	F	B	99,67
	Sessa Cilento	Scuola elementare	Sostituzione di caldaia esistente; Disposizione di termostati e valvole termostatiche; Realizzazione di impianto termico a pavimento; Installazione di impianto solare termico su tetto; Sostituzione infissi; Realizzazione cappotto; Isolamento termico dei solai e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 368,278,01	G	A+	615
POLLINO	Castrovillari	Palazzo Calvosa	Sostituzione caldaia; Realizzazione impianto a pompa di calore; Sostituzione infissi esterni; Isolamento pareti tramite pannelli isolanti; Sostituzione tubi fluorescenti T8 con plafoniere a LED; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 323.000,00	F	A+	904

POLLINO	Castrovillari	Scuola media	Sostituzione caldaie e infissi (palestra); Impianto a pompa di calore/ aerotermi; Installazione impianto fotovoltaico; Isolamento pareti esterne a cappotto; Isolamento solaio esistente; Sostituzione tubi fluorescenti T8 con LED; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 967.000,00	F	A+	2460
	Civita	Municipio	Sostituzione caldaia; Impianto a pompa di calore; Sostituzione infissi; Isolamento pareti esterne a cappotto; Isolamento solaio esistente; Sostituzione tubi fluorescenti T8 con plafoniere a LED; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 269.251,92	F	A+	443
	Morano Calabro	Municipio	Sostituzione caldaia; Impianto a pompa di calore Sostituzione infissi; Isolamento pareti esistenti; Isolamento solaio esistente.	€ 308.000,00	G	A+	775
	Morano Calabro	Auditorium	Adeguamento impianto termico/ raffrescamento; Sistema di ricambio d'aria con recupero di calore Caldaia a condensazione per acs; Installazione impianto fotovoltaico; Sostituzione vetrate.	€ 262.000,00	G	A	533
	Mormanno	Municipio	Sostituzione caldaia; Installazione impianto fotovoltaico; Sostituzione infissi; Isolamento pareti esterne a cappotto; Isolamento solaio piano primo; Revisione impianto termico e posa in opera di pavimentazione; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 300.000,00	E	A	604
	Mormanno	Scuola materna	Sostituzione caldaia; Realizzazione impianto termico a pavimento; Installazione impianto fotovoltaico; Sostituzione infissi; Isolamento pareti esterne a cappotto; Isolamento solaio sottotetto; Fornitura e posa in opera di pavimentazione; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 340.000,00	G	A+	402

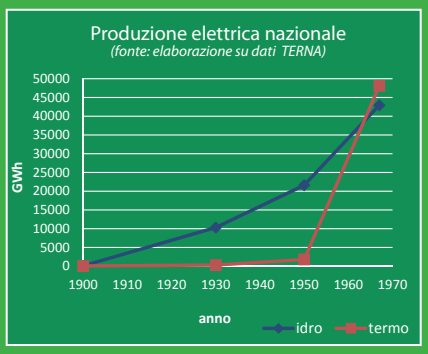
POLLINO	San Basile	Edificio scolastico	Sostituzione caldaia; Impianto a pompa di calore idronico; Installazione impianto solare termico; Sostituzione superfici vetrate; Isolamento solaio esistente; Fornitura e posa in opera di pavimentazione; Sostituzione tubi fluorescenti con plafoniere a LED; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 398.343,00	D	A+	1990
	San Sosti	Municipio	Impianto a pompa di calore Installazione impianto fotovoltaico; Sostituzione infissi; Isolamento pareti esterne a cappotto; Isolamento parete interna; Sostituzione sovrastruttura di copertura; Sostituzione tubi fluorescenti con plafoniere a LED; Sistema di monitoraggio dei consumi e controllo della CO2.	€ 366.694,00	G	A+	431
TAMMARO - TITERNO	Campolattaro	Pal. Comunale	Sostituzione di caldaia esistente; Disposizione di termostati e valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 95.272,00	G	A	256
	Cerreto Sannita	I.C. Mazzarella	Installazione impianto fotovoltaico; Installazione impianto solare termico; Sostituzione aerotermi; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 783.092,36	G	A+	2069,97
	Santa Croce del Sannio	Scuola	Installazione impianto fotovoltaico; Installazione impianto solare termico; Installazione caldaia integrativa e disposizione valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 330.936,24	D	B	1921

TAMMARO - TITERNO	Santa Croce del Sannio	Municipio	Installazione impianto solare termico; Sostituzione caldaie e disposizione valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 402.000,75	G	A+	1486
	Sassinoro	Ex Municipio	Sostituzione caldaie e disposizione valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 120.058,76	G	B	239
	Sassinoro	Municipio	Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 160.456,40	F	D	570
	San Lorenzello	Scuola elementare	Installazione impianto fotovoltaico; Disposizione valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 682.220,06	G	A	1911
	Faicchio	Casa municipale	Installazione impianto fotovoltaico; Sostituzione caldaie e disposizione valvole termostatiche; Sostituzione infissi; Realizzazione, sulle pareti perimetrali esterne, del sistema a cappotto; Isolamento termico del solaio di calpestio e del tetto di copertura; Interventi sull'illuminazione interna.	€ 312.572,99	E	A	1064

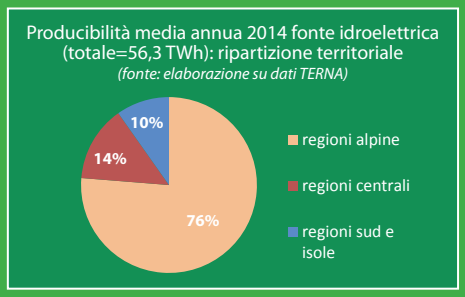
CONCESSIONI IDROELETTRICHE

Le concessioni idroelettriche

I territori montani, grazie all'idroelettrico, sono stati il cuore storico dello sviluppo del settore energetico in Italia. Il grafico mostra come, a partire dai primi anni del '900 e fino alla prima metà degli anni '60, l'idrico sia stata la principale fonte di generazione nazionale. Il sorpasso del contributo del settore termoelettrico al mix elettrico nazionale si è avuto, infatti, solo a partire dall'anno 1967.



Ancora oggi l'idroelettrico rappresenta la quota principale della produzione rinnovabile elettrica nazionale (con valori che variano, a seconda dell'idraulicità degli anni, tra il 40% e il 50%). Questa tecnologia fornisce al sistema elettrico nazionale, oltre al rilevante contributo in termini di generazione (59,6 TWh nel 2014 grazie ad una potenza installata paria 22,1 GW)[1], servizi di importanza strategica per la sicurezza e la flessibilità del sistema elettrico nazionale (ad esempio: servizi di bilanciamento, servizi ausiliari, capacità di avviamento senza fonti esterne di energia). In Italia, per evidenti ragioni di disponibilità e distribuzione della risorsa idrica e di conformazione dei bacini idrografici, il potenziale della risorsa idroelettrica si concentra nei territori montani. Non stupisce quindi che la produzione idroelettrica sia predominante nelle regioni alpine rispetto al resto del territorio nazionale (il 58% della potenza installata è localizzata in sole tre Regioni, ovvero Lombardia, Piemonte e Trentino Alto Adige). Se in termini di nuove centrali idroelettriche si assiste ad un aumento degli impianti di piccola taglia, il contributo maggiore in termini di potenza installata, e quindi di produzione, è dato da impianti di grandi dimensioni. Il 90% della potenza installata al 2014 è infatti relativa a impianti di potenza superiore a 5 MW. Da notare inoltre che, sugli oltre 3.400 impianti idroelettrici, i 42 impianti di potenza superiore a 200 MW rappresentano il 52% della potenza installata. L'evoluzione normativa del settore idroelettrico italiano è particolarmente complessa e stratificata perché influenzata dai profondi mutamenti che hanno caratterizzato il settore elettrico e idrico sia a livello nazionale che europeo. A questo si deve aggiungere la complessa ripartizione delle competenze tra Stato e Regioni in materia di energia e tutela ambientale introdotta dalla riforma del Titolo V della Costituzione nel 2001. Lo sviluppo del settore idroelettrico pre-nazionalizzazione è stato regolato dal R.D. n. 1775 dell'11 dicembre 1933 (Testo Unico sulle acque e impianti elettrici) in cui si profilava un modello tale per cui il privato avrebbe realizzato le centrali, vedendo remunerato l'investimento tramite lo sfruttamento economico dell'impianto, il quale sarebbe stato trasferito allo Stato al termine del periodo di concessione (una sorta di project financing ante litteram). Tale regime viene completamente superato con la nazionalizzazione della produzione elettrica (legge n. 1643 del 6 dicembre 1962)



ed il conseguente passaggio della proprietà e della gestione dei grandi impianti idroelettrici all'ENEL. In tale contesto, le concessioni di grande derivazione idroelettrica trasferite al nuovo Ente hanno acquisito una durata illimitata. Il processo di liberalizzazione, sollecitato dalla Unione Europea, ha imposto la ridefinizione del mercato interno dell'energia elettrica. Il Decreto Legislativo 16 marzo 1999, n. 79 (cosiddetto 'Decreto Bersani'), attuativo della Direttiva 96/62/CE, in relazione alle concessioni idroelettriche, ha previsto infatti, da un lato, un articolato sistema di durata/scadenza e, dall'altro, un modello di aggiudicazione improntato ai principi della concorrenza, mitigato da misure a beneficio del concessionario uscente, per bilanciare l'abolizione del carattere perpetuo delle derivazioni. A tale riguardo, dal 1999 il quadro normativo nazionale in materia di concessioni idroelettriche è stato più volte emendato, anche in virtù dell'azione della Commissione Europea e delle pronunce della Corte Costituzionale, intervenuta in diverse occasioni per fare chiarezza sul riparto di competenze legislative tra Stato e Regioni in materia di energia. Di conseguenza, da troppi anni si è in attesa di importanti interventi normativi tesi a garantire un assetto stabile ed organico in materia di concessioni idroelettriche fra cui, da ultimo, il DM previsto dal 'Decreto Sviluppo' (D.L. n. 83/2012) per la definizione dei criteri e dei parametri per i bandi di gara necessari all'assegnazione delle concessioni relative alle grandi derivazioni.

	D. Lgs n. 79/1999 Art. 12	Legge n. 266/05 (Finanziaria 2006)	Legge n. 122/2010 (Finanziaria 2010) Art. 15, c. 6	D.L. n. 83/2012 (Decreto Sviluppo) Art. 37
principali elementi	Rilascio concessione attraverso procedura ad evidenza pubblica, da avviarsi almeno 5 anni prima della scadenza; Clausola di preferenza in favore del concessionario uscente in sede di gara, a parità di condizioni, sugli altri partecipanti; Durata della concessione pari a 30 anni. Per le concessioni in essere si stabilivano le seguenti scadenze: • Concessioni Enel e Gen.co.: 31 aprile 2029 (trentesimo anno successivo alla data di entrata in vigore decreto Bersani); • Concessioni in scadenza entro il 2010: scadenza al 31 dicembre 2010; • Concessioni in scadenza dopo il 2010: scadenza prevista nell'atto concessorio.	Eliminazione clausola di preferenza contestata dalla CE; Introduzione di canone aggiuntivo per 4 anni in favore di Stato e Comuni; Proroga decennale (condizionata all'effettuazione di investimenti sugli impianti) per mitigare la modifica sostanziale delle regole di mercato; Possibilità di trasferimento del ramo d'azienda relativo alla concessione secondo valori di mercato.	Proroga di 5 anni per tutte le concessioni in essere; Ulteriore proroga di 7 anni per le sole concessioni ricadenti nelle Province di Belluno, Sondrio, Brescia, Como e Verbania previa costituzione di una società mista a controllo provinciale con quota pubblica pari al 30-40%; Clausola di cedevolezza del meccanismo del 5+7 nel caso in cui le Regioni avessero adottato normative diverse.	Regioni e le Province Autonome (5 anni prima dello scadere di una concessione) indicono una gara ad evidenza pubblica per l'attribuzione a titolo oneroso della concessione per un periodo di durata compresa fra 20 e 30 anni, rapportato all'entità degli investimenti ritenuti necessari; Previsione del trasferimento del 'ramo d'azienda' dal concessionario uscente al nuovo concessionario; La concessione da aggiudicarsi avendo riguardo a: • offerta di miglioramento e risanamento ambientale del bacino idrografico di pertinenza; • misure di compensazione territoriale; • consistenza e qualità del piano di interventi per assicurare la conservazione della capacità utile di invaso; • offerta economica per l'acquisizione dell'uso della risorsa idrica; • aumento dell'energia prodotta o della potenza installata. Per le concessioni già scadute e per quelle in scadenza entro il 31 dicembre 2017, le gare dovranno essere indette entro due anni dall'entrata in vigore del DM sulla disciplina di gara, con decorrenza a partire dal 1 gennaio 2016 e comunque non oltre il 31 dicembre 2017; Riconoscimento, al concessionario uscente, di un corrispettivo per il trasferimento del ramo d'azienda determinato sulla base del valore di mercato (secondo parametri differenti per le cd. opere 'asciutte' e 'bagnate'); Determinazione da parte del MiSE di valori massimi dei canoni delle concessioni ad uso idroelettrico.
contenzioso	Procedura di infrazione n. 2002/2000	Sentenza n. 1/2008, la Corte Costituzionale	Procedura di infrazione n. 2011/2026; sentenza n. 205/2011, la Corte Costituzionale	Estensione procedura di infrazione del 2011 (istruttoria ancora in atto).

CON CESSIONI IDRO ELETTRICHE

La tabella che segue fornisce un quadro di sintesi della situazione italiana rispetto alla scadenza delle concessioni per grandi derivazioni idroelettriche.

	ITALIA		REGIONI ALPINE	
scadenza	MW	n.	MW	n.
Scadute (2010 – 2015)	3.470	81	3.295	74
prima del 2029	1.250	19	1.250	19
al 2029	12.215	215	8.485	151
dopo il 2029	515	13	515	13
Totale	17.450	328	13.545	257

A fronte di questo quadro interno estremamente incerto e frammentato, in un settore - come abbiamo detto - strategico per il sistema elettrico nazionale e per i territori montani, si deve rilevare una forte disomogeneità della normativa a livello europeo.

La Germania, ad esempio, con un peso dell'idroelettrico sul mix elettrico molto più contenuto (11 GW per una produzione di 16 TWh), ha un regime per lo sfruttamento delle risorse idriche a fini energetici legate non a regimi concessori ma autorizzativi e fortemente regionalizzato. La durata delle autorizzazioni è perlopiù trentennale e rinnovabile alla scadenza, senza procedure competitive per la riassegnazione.

Analoga la situazione in Austria (dove le concessioni per l'utilizzo dell'energia idroelettrica ed i rinnovi sono negoziati), Finlandia e Polonia per quanto riguarda l'assegnazione delle concessioni o il loro rinnovo.

In Svizzera, le concessioni per l'utilizzo dell'energia idroelettrica e i relativi rinnovi sono negoziati e non è obbligatoria una procedura di gara per l'assegnazione.

In Svezia e Norvegia, le concessioni sono assegnate senza limiti temporali, mentre nel Regno Unito soltanto le licenze concesse dopo il 2003 hanno una durata limitata.

In Francia, invece, primo Paese europeo per potenza installata e produzione idroelettrica (rispettivamente 25 GW e 68 TWh nel 2014), esiste una procedura di gara per l'attribuzione delle concessioni idroelettriche. La normativa sul rinnovo delle concessioni ha subito numerose modifiche ed è stata recentemente rivista in attuazione della legge sulla transizione energetica. A breve dovrebbero quindi essere indette le prime gare per i rinnovi sulla base della nuova normativa.

In Spagna, lo sfruttamento idroelettrico è soggetto a concessione e il rinnovo – a scadenza – è basato su meccanismi competitivi.

In Grecia, viceversa, dove tutte le licenze per lo sfruttamento idrico scadranno nel 2022, non sono previsti meccanismi competitivi per la riassegnazione delle concessioni.

Ancora diversa, infine, la situazione del Portogallo il cui ordinamento prevede procedure competitive per le nuove concessioni ma non per il loro rinnovo.

L'analisi delle discipline idroelettriche nel contesto europeo evidenzia rilevanti asimmetrie fra i diversi paesi relativamente all'apertura dei mercati e alla tutela della concorrenza.

La tabella che segue riassume il quadro dei Paesi precedentemente presi in considerazione.

	Potenza installata [GW] (1)	Durata delle concessioni	Modalità competitiva di assegnazione delle concessioni (2)	
			Nuova	Rinnovo
Austria	13,1	Fino a 90 anni	no	no
Francia	25,4	Fino a 75, le più recenti massimo 40	no	no
Finlandia	3,3	Illimitata	no	no
Germania	11,2	30 anni	no	no
Grecia	3,2	Senza scadenza	no	no
Italia	22,1	Massimo 30 anni	sì	sì
Polonia	2,4	20 anni	no	no
Portogallo	5,7	Fino a 75 anni	sì	no
Spagna	19,1	Fino a 75 anni	sì	sì

(1) dato al 2013 - EU ENERGY IN FIGURES 2015
(2) Regimes for granting the right to use hydropower in Europe (Jean-Michel Glachant, Marcelo Saguan, Vincent Rious, Sébastien Douguet – 2015)

Non sorprende quindi come l'incertezza del quadro normativo a livello regionale, nazionale ed europeo abbia bloccato molti degli investimenti possibili nell'ammodernamento dei grandi impianti idroelettrici esistenti con evidenti ripercussioni per il settore elettrico (vista l'importanza di questa fonte) e per i territori che ospitano le infrastrutture.

In Italia, come in molti Paesi europei, la normativa di settore è scaturita da una complessa stratificazione di leggi perlopiù molto risalenti nel tempo e precedenti ai processi di nazionalizzazione, liberalizzazione e, da ultimo, integrazione dei mercati energetici europei. La disomogeneità che si registra oggi fra i diversi regimi a livello europeo non risulta compatibile con il processo di integrazione dei mercati elettrici europei e, soprattutto, potrebbe rappresentare un fattore di penalizzazione per le regioni alpine italiane nell'ambito della Strategia della Macroregione Alpina (EUSALP).

Sarebbe quindi certamente auspicabile un intervento a livello comunitario che fissasse con chiarezza, anche per il settore idroelettrico, i principi di concorrenzialità, apertura e integrazione dei mercati energetici nazionali, nonché di tutela della risorsa idrica e degli ecosistemi fluviali, creando un quadro di regole omogenee e trasparenti. In attesa di questo intervento comunitario, è però importante ristabilire – anche alla luce delle possibili novità sulle competenze in tema di energia e ambiente introdotte dalla recente riforma costituzionale - un quadro di regole che ridiano prospettiva agli investitori ed ai territori su cui insistono le infrastrutture per un rilancio dell'industria idroelettrica nazionale quale volano per lo sviluppo socio-economico dei territori.

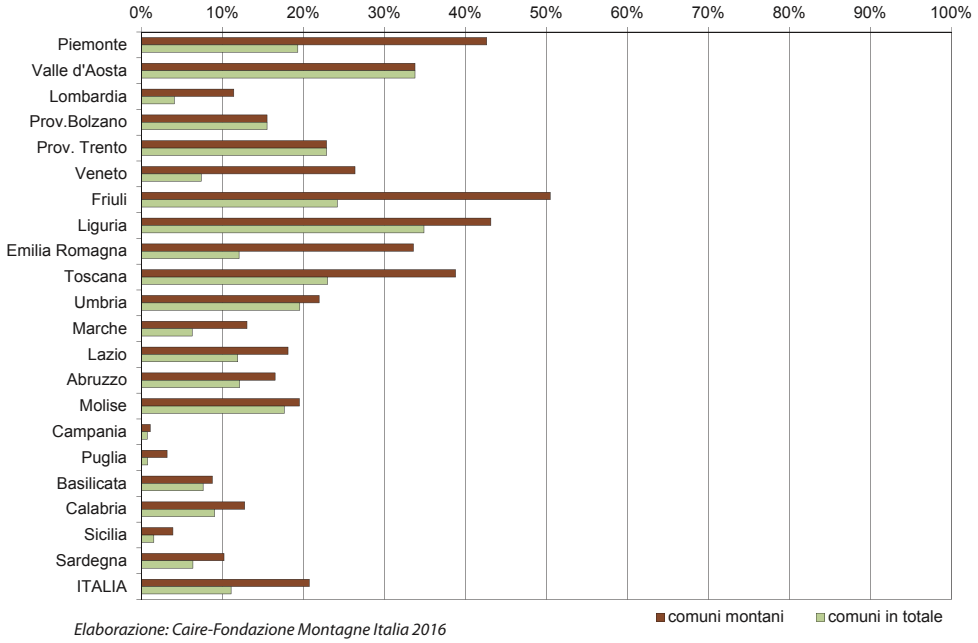
1) Bilanci Energia Elettrica 2014 (TERNA)

2) Per la normativa nazionale, la "grande derivazione idroelettrica" ha una potenza nominale media annua superiore a 3 MW

Comuni con disponibilità di biomassa legnosa superiore a 5 tonnellate per abitante al 2008

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	42,6%	19,3%	11,3%	2,0%	57,5%	31,0%
Valle d'Aosta	33,8%	33,8%	7,4%	7,4%	33,9%	33,9%
Lombardia	11,4%	4,1%	1,9%	0,2%	14,2%	6,2%
Prov. Aut. Bolzano	15,5%	15,5%	6,6%	6,6%	21,6%	21,6%
Prov. Aut. Trento	22,9%	22,9%	7,0%	7,0%	29,4%	29,4%
Veneto	26,4%	7,4%	7,9%	1,1%	33,8%	12,0%
Friuli Venezia Giulia	50,5%	24,2%	9,1%	3,7%	65,8%	40,0%
Liguria	43,2%	34,9%	11,1%	3,4%	53,9%	45,5%
Emilia Romagna	33,6%	12,1%	14,1%	1,4%	39,5%	16,5%
Toscana	38,8%	23,0%	13,8%	3,6%	44,3%	28,4%
Umbria	22,0%	19,6%	3,9%	2,3%	17,7%	15,4%
Marche	13,0%	6,3%	4,6%	1,0%	15,6%	9,6%
Lazio	18,1%	11,9%	2,6%	0,5%	18,5%	9,6%
Abruzzo	16,5%	12,1%	5,4%	1,8%	16,3%	12,5%
Molise	19,5%	17,6%	5,4%	4,1%	19,5%	16,6%
Campania	1,1%	0,7%	0,2%	0,0%	1,4%	1,0%
Puglia	3,2%	0,8%	0,1%	0,0%	1,0%	0,4%
Basilicata	8,8%	7,6%	3,0%	1,7%	8,8%	6,6%
Calabria	12,8%	9,0%	4,2%	1,9%	14,8%	11,1%
Sicilia	3,9%	1,5%	0,4%	0,1%	4,2%	1,7%
Sardegna	10,2%	6,4%	3,0%	1,6%	11,5%	8,9%
ITALIA	**20,7%**	**11,1%**	**4,8%**	**1,2%**	**23,5%**	**14,3%**

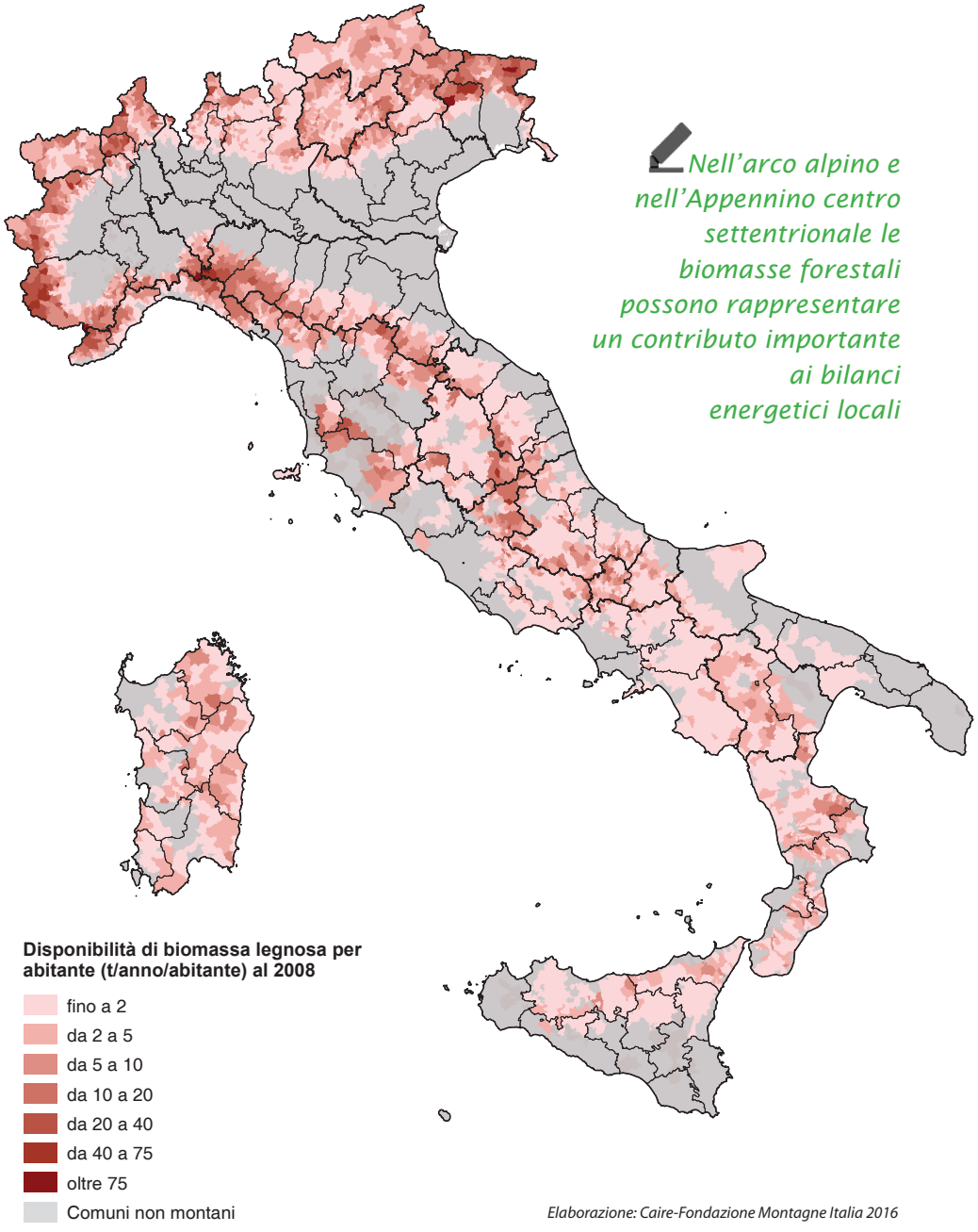
Comuni con disponibilità di biomassa legnosa superiore a 5 tonnellate per abitante al 2008



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.2.1

Il potenziale delle biomasse



Nell'arco alpino e nell'Appennino centro settentrionale le biomasse forestali possono rappresentare un contributo importante ai bilanci energetici locali

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

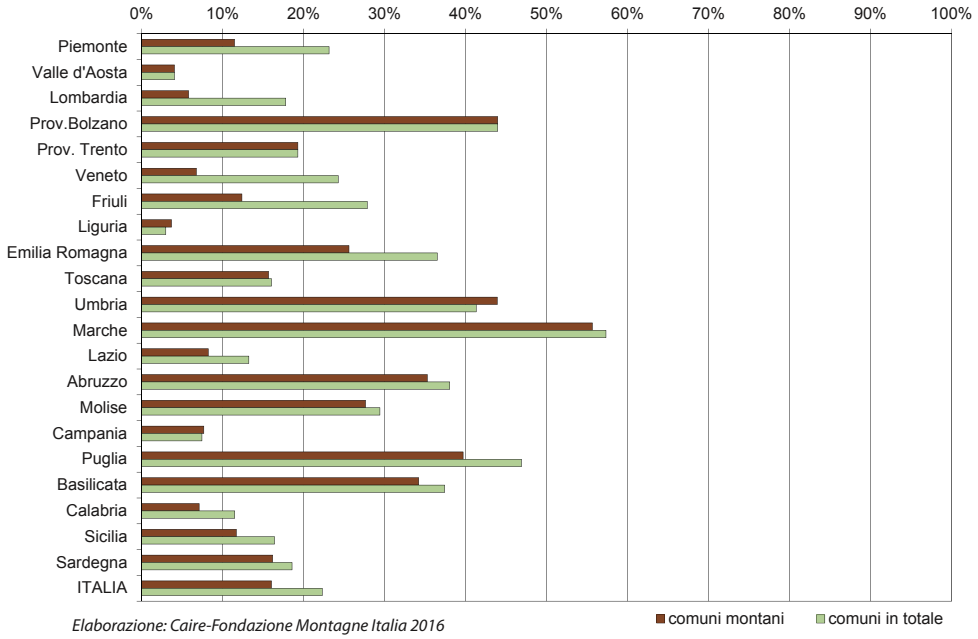
TAB. B.2.2

le regioni e le montagne in cifre

Comuni con potenza installata di impianti fotovoltaici superiore a 500 Kw per 1.000 residenti al 2013

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	11,5%	23,1%	18,9%	19,4%	11,5%	24,4%
Valle d'Aosta	4,1%	4,1%	1,7%	1,7%	1,5%	1,5%
Lombardia	5,8%	17,8%	5,4%	8,1%	6,2%	19,0%
Prov. Aut. Bolzano	44,0%	44,0%	29,2%	29,2%	37,8%	37,8%
Prov. Aut. Trento	19,3%	19,3%	11,3%	11,3%	15,9%	15,9%
Veneto	6,7%	24,3%	5,1%	13,7%	6,7%	21,4%
Friuli Venezia Giulia	12,4%	27,9%	8,3%	19,2%	10,5%	22,7%
Liguria	3,7%	3,0%	1,7%	0,5%	2,8%	2,3%
Emilia Romagna	25,6%	36,5%	22,6%	24,3%	25,8%	35,5%
Toscana	15,7%	16,0%	12,4%	6,4%	20,8%	20,0%
Umbria	43,9%	41,3%	39,6%	25,7%	33,5%	29,7%
Marche	55,7%	57,3%	65,7%	43,0%	58,4%	57,2%
Lazio	8,2%	13,2%	7,6%	8,6%	7,9%	18,7%
Abruzzo	35,3%	38,0%	44,7%	30,4%	38,0%	37,5%
Molise	27,6%	29,4%	26,2%	28,6%	29,3%	35,2%
Campania	7,7%	7,4%	5,5%	3,9%	9,7%	10,8%
Puglia	39,7%	46,9%	58,1%	39,9%	56,6%	50,3%
Basilicata	34,2%	37,4%	34,1%	39,7%	38,7%	45,1%
Calabria	7,1%	11,5%	10,5%	9,9%	9,0%	12,4%
Sicilia	11,7%	16,4%	8,6%	12,2%	26,9%	28,2%
Sardegna	16,2%	18,6%	15,3%	14,9%	16,5%	18,5%
ITALIA	**16,0%**	**22,3%**	**16,4%**	**15,1%**	**21,2%**	**26,2%**

Comuni con potenza installata di impianti fotovoltaici superiore a 500 Kw per 1.000 residenti al 2013

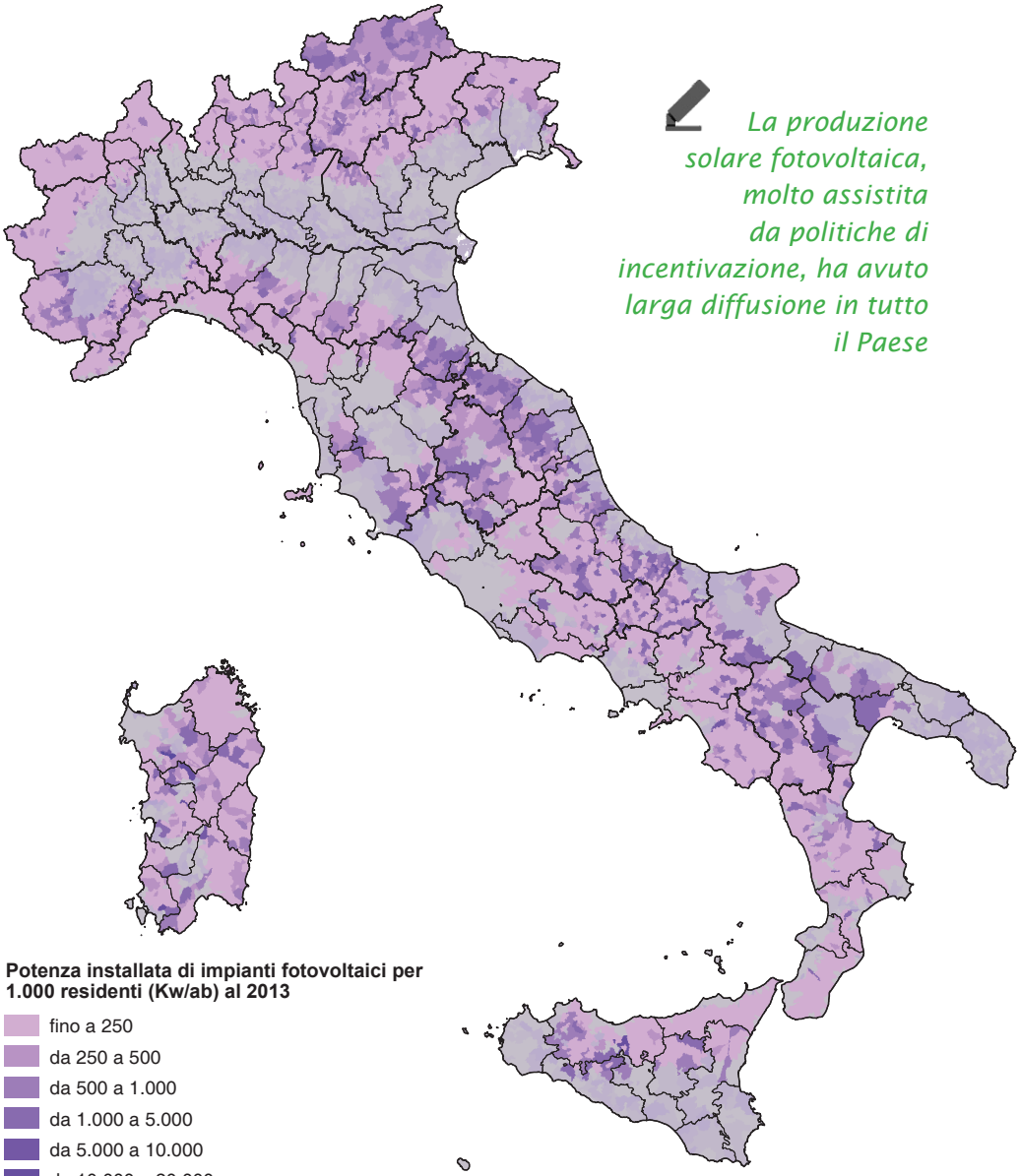


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.2.2

La produzione solare

La produzione solare fotovoltaica, molto assistita da politiche di incentivazione, ha avuto larga diffusione in tutto il Paese



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

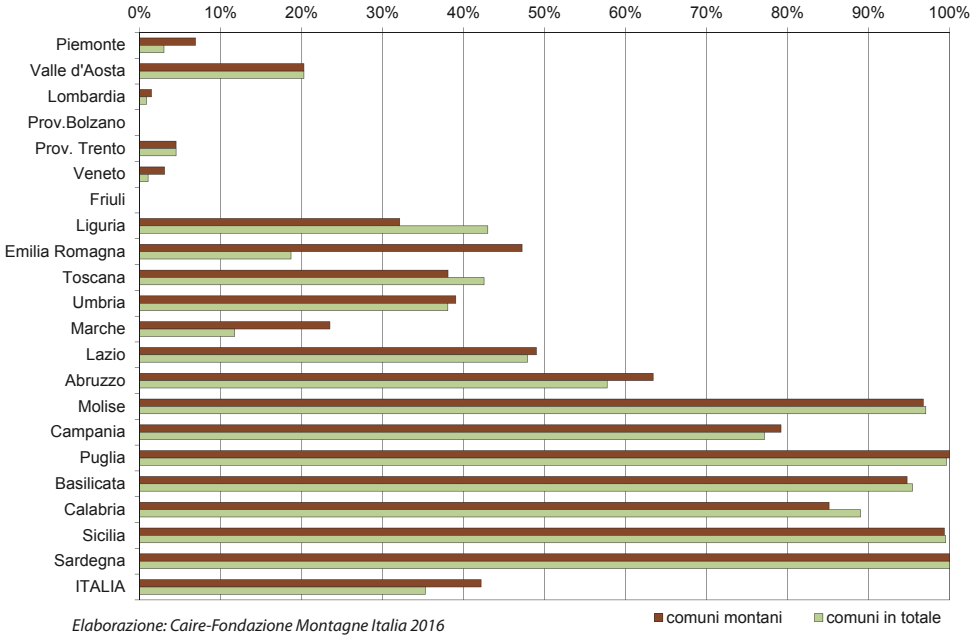
TAB. B.2.3

le regioni 1 3 0 e le montagne in cifre 2 0

Comuni con potenziale di producibilità eolica superiore a 1.500 MWh /MW al 2014

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	6,9%	3,0%	2,6%	0,4%	16,6%	8,9%
Valle d'Aosta	20,3%	20,3%	12,2%	12,2%	37,4%	37,4%
Lombardia	1,4%	0,8%	0,6%	0,2%	2,1%	1,3%
Prov. Aut. Bolzano	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Prov. Aut. Trento	4,5%	4,5%	2,5%	2,5%	4,5%	4,5%
Veneto	3,1%	1,0%	1,6%	0,3%	3,4%	1,3%
Friuli Venezia Giulia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Liguria	32,1%	43,0%	37,0%	37,3%	27,4%	32,2%
Emilia Romagna	47,2%	18,7%	48,3%	6,9%	45,4%	20,0%
Toscana	38,1%	42,5%	41,1%	40,9%	27,2%	32,2%
Umbria	39,0%	38,0%	29,1%	17,6%	37,1%	32,9%
Marche	23,5%	11,7%	26,0%	5,8%	31,2%	19,3%
Lazio	49,0%	47,9%	31,4%	16,9%	53,5%	47,9%
Abruzzo	63,4%	57,7%	61,2%	38,0%	63,7%	59,2%
Molise	96,7%	97,1%	92,2%	94,1%	96,3%	96,8%
Campania	79,2%	77,1%	82,9%	83,4%	81,2%	75,7%
Puglia	100,0%	99,6%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Basilicata	94,7%	95,4%	96,3%	97,9%	96,6%	97,4%
Calabria	85,1%	89,0%	90,9%	95,7%	86,1%	89,6%
Sicilia	99,4%	99,5%	100,0%	99,9%	99,7%	99,8%
Sardegna	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ITALIA	**42,1%**	**35,3%**	**50,0%**	**37,4%**	**52,1%**	**47,8%**

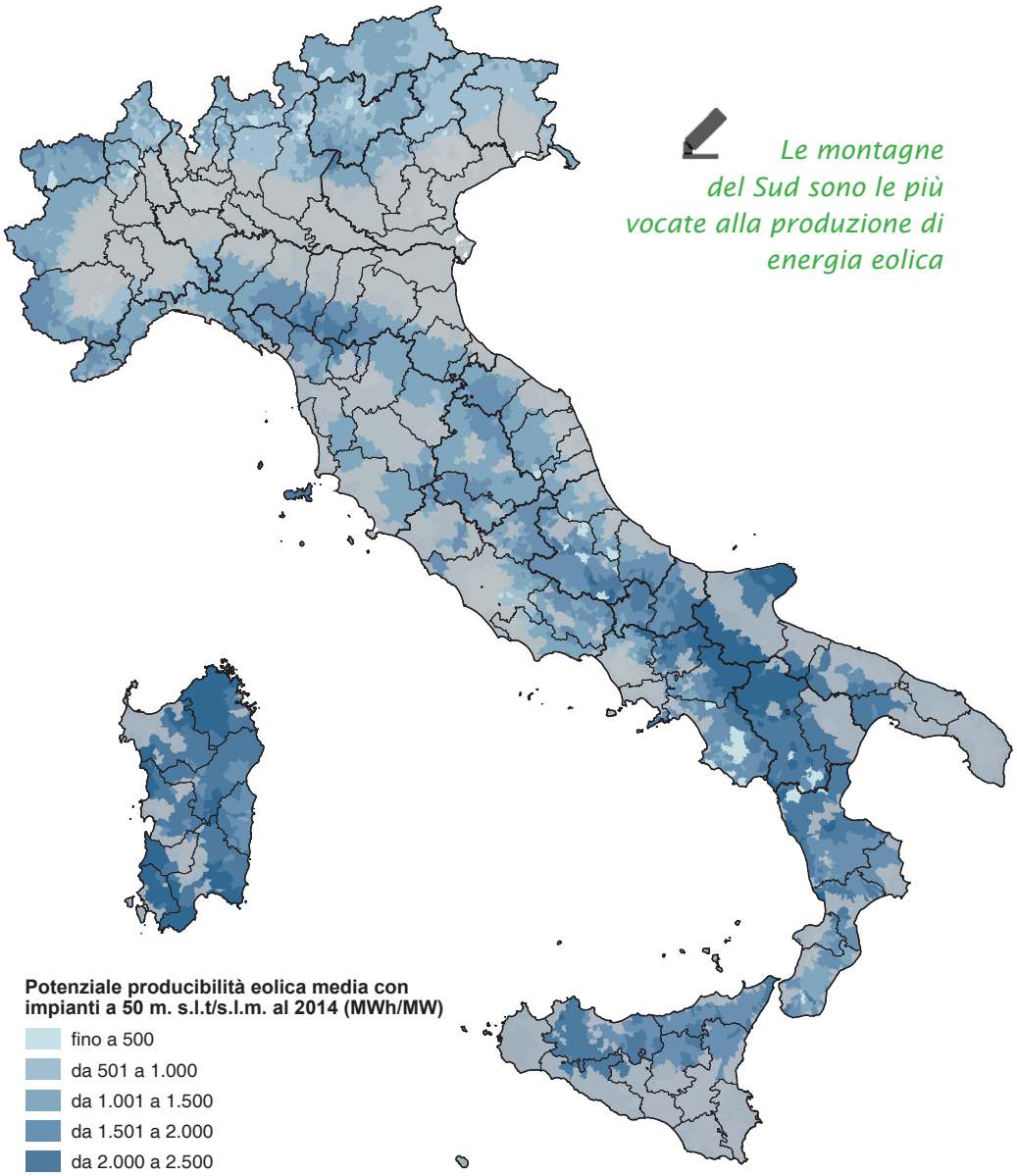
Comuni con potenziale di producibilità eolica superiore a 1.500 MWh /MW al 2014



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.2.3

La producibilità eolica



Le montagne del Sud sono le più vocate alla produzione di energia eolica

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

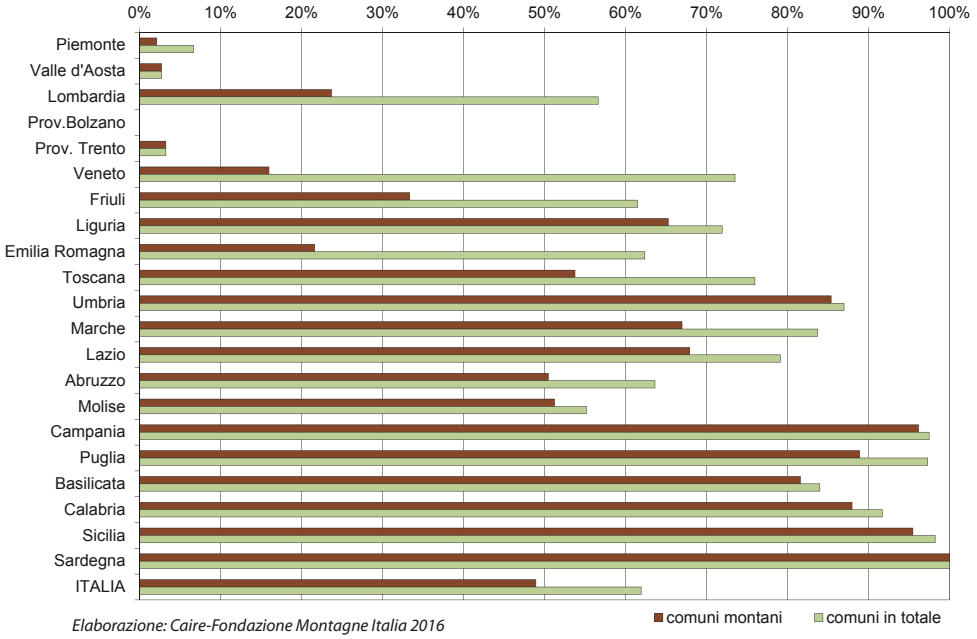
TAB. B.2.4

le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con fabbisogno energetico degli edifici medio minore o uguale a 180 KWh/mq/anno

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	2,1%	6,6%	6,9%	18,4%	1,7%	6,3%
Valle d'Aosta	2,7%	2,7%	2,0%	2,0%	1,1%	1,1%
Lombardia	23,7%	56,6%	44,8%	67,0%	18,6%	48,0%
Prov. Aut. Bolzano	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Prov. Aut. Trento	3,2%	3,2%	9,1%	9,1%	3,3%	3,3%
Veneto	16,0%	73,5%	28,2%	89,1%	10,9%	66,8%
Friuli Venezia Giulia	33,3%	61,5%	77,2%	87,3%	22,9%	48,9%
Liguria	65,3%	71,9%	86,4%	95,8%	61,6%	67,6%
Emilia Romagna	21,6%	62,4%	36,2%	88,1%	18,7%	60,0%
Toscana	53,7%	76,0%	78,5%	94,9%	53,8%	75,1%
Umbria	85,4%	87,0%	96,9%	98,2%	88,2%	89,7%
Marche	67,0%	83,7%	79,6%	95,5%	65,2%	78,6%
Lazio	67,9%	79,1%	93,0%	98,7%	68,9%	83,7%
Abruzzo	50,4%	63,6%	68,8%	89,9%	42,7%	56,2%
Molise	51,2%	55,1%	75,4%	81,3%	50,6%	57,7%
Campania	96,2%	97,5%	98,9%	99,8%	94,8%	96,2%
Puglia	88,9%	97,3%	98,5%	99,8%	94,3%	98,0%
Basilicata	81,6%	84,0%	88,1%	93,2%	80,8%	85,7%
Calabria	87,9%	91,7%	92,7%	96,6%	85,2%	89,1%
Sicilia	95,5%	98,2%	98,7%	99,6%	93,2%	97,3%
Sardegna	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ITALIA	**48,9%**	**61,9%**	**70,9%**	**83,5%**	**54,8%**	**68,0%**

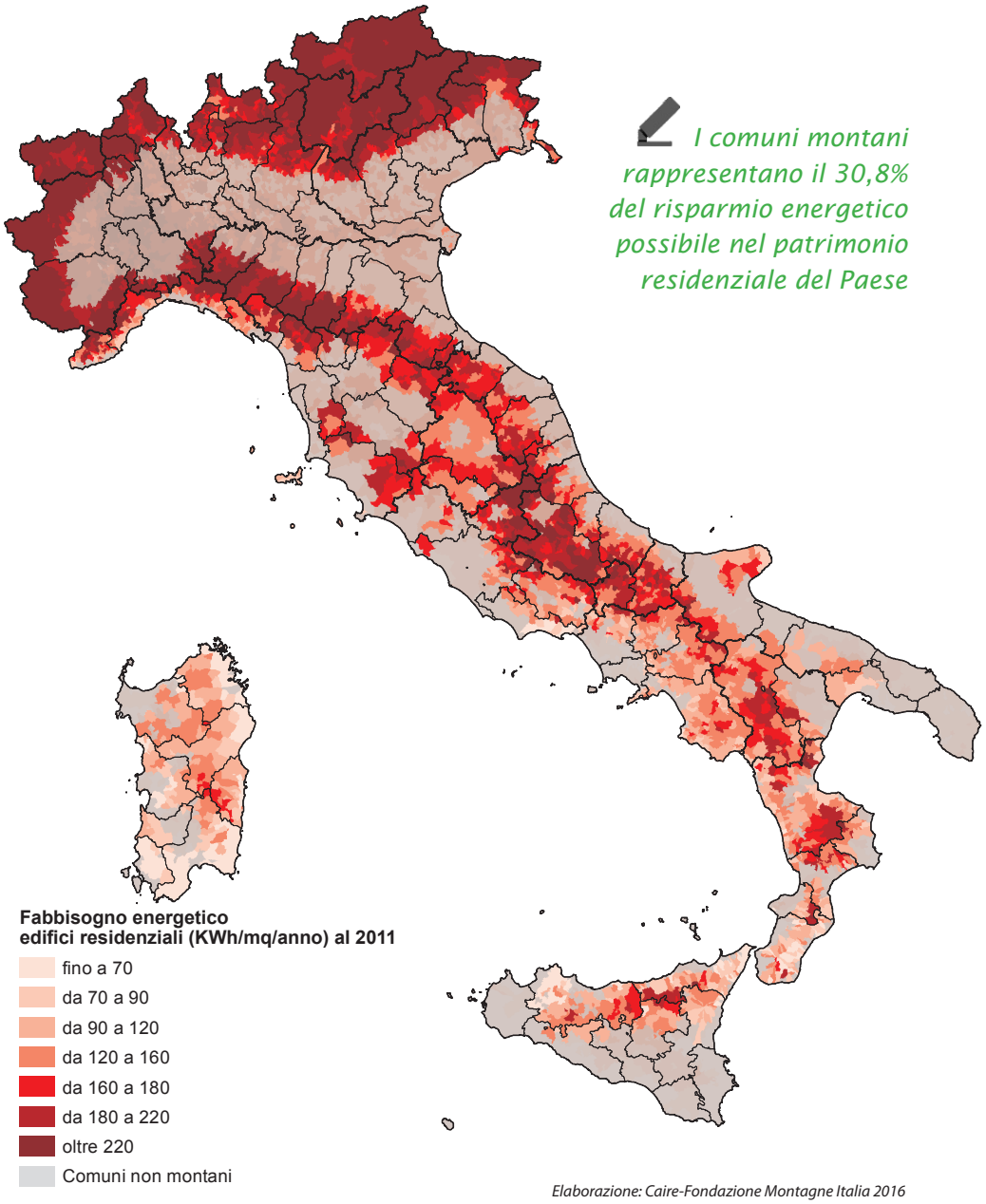
Comuni con fabbisogno energetico degli edifici medio minore o uguale a 180 KWh/mq/anno



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.2.4

I consumi e i risparmi: le prestazioni degli edifici



I comuni montani rappresentano il 30,8% del risparmio energetico possibile nel patrimonio residenziale del Paese

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

I rifiuti

La gestione del ciclo dei rifiuti si presenta come una delle operazioni più complesse e di maggior impatto sul fronte della sostenibilità che la società contemporanea è chiamata ad affrontare.

Una sfida che richiede mutamenti profondi, tanto a livello dei comportamenti individuali quanto nella organizzazione sociale dei cicli di produzione, distribuzione e consumo delle merci. Cicli tutti da riconsiderare alla luce dei nuovi paradigmi della economia circolare e da riorganizzare nella prospettiva di una società capace di ridurre i volumi di rifiuti attraverso una progettazione più accurata e responsabile, una estesa attenzione al riuso dei manufatti e una sistematica eliminazione degli sprechi (a partire da quelli alimentari) e capace di re-immettere in ciclo materie prime seconde attraverso la raccolta differenziata e il trattamento delle diverse frazioni di rifiuto.

Una strategia complessa ma che ha cominciato a fare breccia nella consapevolezza di quote sempre maggiori di popolazione, sorretta anche da una azione di educazione ambientale ormai sistematica e importante.

Per misurare la distanza che ci separa da un obiettivo di società a rifiuti zero, e come questa distanza è diversamente articolata nel nostro territorio, il primo indicatore considerato è quello che riguarda il livello di produzione pro-capite di rifiuti urbani su base annua.

Indicatore, è bene ricordare, che è influenzato anche dalla dimensione della popolazione presente ma non residente nei diversi contesti considerati, popolazione che, al numeratore del rapporto, concorre a determinare il livello della produzione ma non appare al denominatore dello stesso rapporto.

Se analizziamo più da vicino il comportamento dei comuni montani, il primo dato che balza agli occhi è il sostanziale allineamento dei volumi di rifiuti urbani prodotti da questi rispetto ai valori che si registrano nei territori non montani delle rispettive regioni. Un segnale evidente di come siano ormai uniformi i comportamenti di consumo della popolazione e quanto invece siano ancora differenziati i livelli di efficacia delle strutture organizzative deputate alla gestione del ciclo.

Così, se a livello nazionale la quota di comuni che fa registrare una produzione di rifiuti pro-capite superiore ai 500 kg. per anno (valore indicativo della media nazionale di produzione per abitante che al 2014 è di 488 kg.) raggiunge la soglia del 23,3%, per i comuni montani questa stessa soglia si attesta al 22,6% con un minimo scarto che testimonia la diffusione di comportamenti caratterizzati da modelli di consumo non dissimili tra le aree montane e i contesti più marcatamente urbani del Paese (vedi Tav. B.3.1).

È pur tuttavia un quadro che si presenta assai più differenziato nel confronto tra i diversi contesti regionali, con una distribuzione che copre un amplissimo ventaglio di posizioni, tra una presenza di comuni ad elevata produzione di rifiuti che raggiunge il 77,6% del totale dei comuni montani della Regione-Emilia Romagna, e la totale assenza di questi in Valle d'Aosta (o una presenza inferiore all'1% in regione Basilicata).

In generale, si registra una marcata accentuazione della produzione di rifiuti pro-capite (o comunque un volume di scarti trattato come rifiuti in questi contesti) nelle regioni centro settentrionali del Paese ed una produzione (un trattamento) molto più contenuta nelle regioni del mezzogiorno.

Una distribuzione di valori che sicuramente registra, assieme a differenze economiche e culturali nel comportamento delle famiglie, anche i diversi livelli di efficacia e di qualità organizzativa dei servizi preposti.

Pur in una così ampia distribuzione di valori tra le diverse regioni, la caratterizzazione del contesto montano di ogni regione non presenta tuttavia mai scostamenti particolarmente accentuati nei confronti del valore medio regionale, con scarti nella incidenza dei comuni ad elevata produzione che rimangono sistematicamente inferiori al 10%.

Per alcune regioni del Nord (Piemonte, Lombardia e, in misura minore, Veneto, si registrano anzi incidenze più elevate dei comuni ad alta produzione nei contesti montani di quanto non faccia registrare il valore medio regionale: fenomeno

da imputare, presumibilmente come già richiamato, all'impatto delle presenze turistiche negli stessi comuni montani.

Tra le politiche messe in campo per contenere il costo economico, sociale e, soprattutto ambientale, determinato dalla evoluzione del modello dei consumi operando nella riduzione della riduzione, del riuso e del riciclo dei rifiuti prodotti, nella prospettiva appunto di una economia circolare, quella volta alla organizzazione di una raccolta differenziata per frazione è quella che ha conosciuto la più ampia e sistematica diffusione (vedi Tav. B.3.2).

Se per l'intero Paese, la soglia di differenziazione nella raccolta dei rifiuti si collocava al 2014 attorno al 45% del totale, ancora lontana dall'obiettivo fissato dalle direttive comunitarie, sono molti i territori che presentano performance migliori.

Se si assume il target del 55% (inferiore all'obiettivo fissato al 65%, ma comunque significativo), i comuni italiani che superano questo valore sono la metà del totale, il 50,4% per la precisione, con una popolazione interessata che si attesta poco sopra il 40% della popolazione nazionale a segnalare la presenza di performance relativamente migliori al di fuori dei principali contesti urbani e metropolitani.

Un po' meno brillante risulta il comportamento dei comuni montani. Comuni che solo per il 40,0% del totale raggiungono o superano la soglia del 55% di volume differenziato. Il miglior risultato che si riscontra nei contesti montani è quello della Provincia Autonoma di Trento dove a superare la soglia è la pressoché totalità dei comuni, il 94,9%.

Molto buona la situazione anche in Veneto, Friuli Venezia Giulia, Provincia Autonoma di Bolzano, Campania e Sardegna, regioni nelle quali almeno i tre quarti dei comuni montani spingono la propria raccolta differenziata oltre la soglia del 55%, in genere con valori abbastanza allineati a quelli medi delle rispettive regioni, che brillano nel panorama nazionale per la presenza dei valori più elevati.

In regione Campania, addirittura, i comuni montani registrano un risultato sensibilmente migliore di quello dell'intera regione: il 75,3% dei comuni ed il 71,1% della popolazione nei comuni montani raccoglie i propri rifiuti in modo differenziato per oltre il 55% del volume totale, rispetto ad un valore medio regionale di performance allineate oltre questa soglia che è invece del 67.8% del numero di comuni e del 43,2% della rispettiva popolazione.

In direzione opposta forti scarti si registrano in regioni come Piemonte, Lombardia ed Emilia-Romagna, dove le quote di comuni montani con elevate prestazioni in termini di raccolta differenziata sono marcatamente più ridotte rispetto ai valori medi regionali, con scarti che arrivano al 25-35%.

L'ampia variabilità dei fenomeni nei diversi contesti regionali, la presenza di situazioni talvolta molto differenziate tra montagna e resto del territorio, testimoniano di

un percorso ancora impegnativo da affrontare per migliorare le condizioni di sostenibilità di una presenza umana consolidata e rafforzata nel territorio montano del Paese da affrontare tanto in termini organizzativi che culturali.

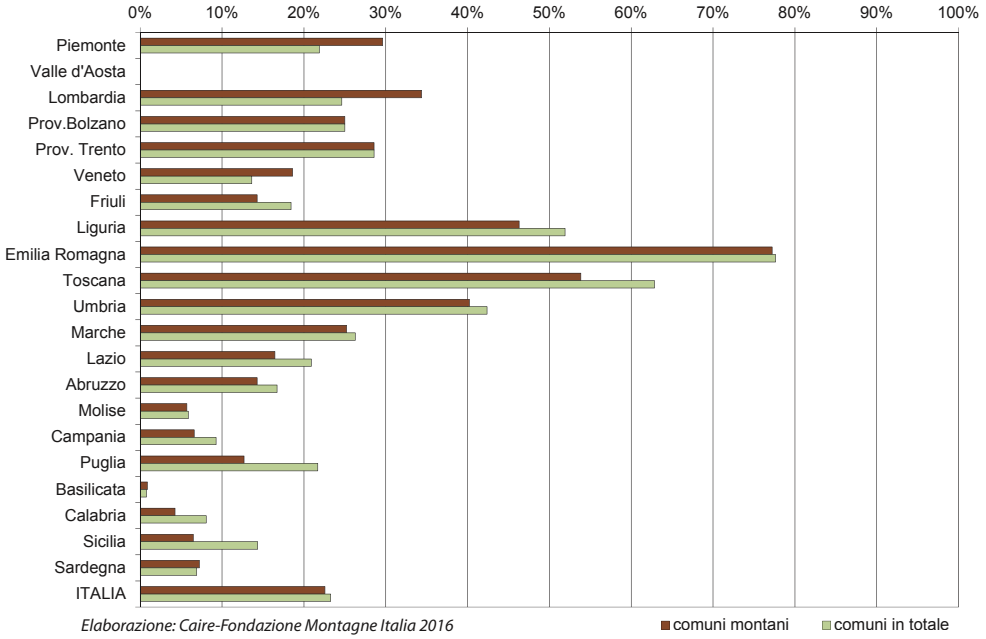
Anche per questo la strategia delle *green community* – che nel "collegato ambientale" alla Legge di Stabilità 2016 ha trovato il suo primo riconoscimento ufficiale nell'ordinamento e, cosa ancor più rilevante, spazio nelle politiche che impegnano la Nazione, rappresenta una prospettiva determinante per recuperare ritardi e conseguire risultati che possono essere di avanguardia per l'intero Paese.

TAB. B.3.1 le regioni 1 3 0 e le montagne in cifre 2 0

Comuni dove si producono oltre 500 kg di rifiuti pro-capite al 2014

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	29,6%	21,9%	19,9%	17,5%	42,1%	31,3%
Valle d'Aosta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lombardia	34,4%	24,6%	29,5%	20,1%	38,8%	31,7%
Prov. Aut. Bolzano	25,0%	25,0%	30,4%	30,4%	27,5%	27,5%
Prov. Aut. Trento	28,6%	28,6%	24,0%	24,0%	40,2%	40,2%
Veneto	18,6%	13,6%	9,2%	30,1%	28,8%	26,7%
Friuli Venezia Giulia	14,3%	18,4%	12,2%	25,5%	22,9%	23,5%
Liguria	46,3%	51,9%	66,4%	87,4%	50,7%	57,0%
Emilia Romagna	77,2%	77,6%	73,5%	85,4%	75,9%	78,5%
Toscana	53,8%	62,9%	64,3%	77,2%	62,8%	71,0%
Umbria	40,2%	42,4%	53,7%	71,5%	48,7%	54,2%
Marche	25,2%	26,3%	22,3%	45,5%	28,8%	30,8%
Lazio	16,5%	20,9%	19,2%	70,3%	20,9%	36,1%
Abruzzo	14,3%	16,7%	10,2%	30,4%	18,5%	19,0%
Molise	5,7%	5,9%	3,3%	4,7%	5,2%	6,4%
Campania	6,6%	9,3%	11,3%	29,1%	5,7%	9,1%
Puglia	12,7%	21,7%	10,7%	32,6%	11,3%	20,4%
Basilicata	0,9%	0,8%	0,7%	0,4%	1,0%	0,8%
Calabria	4,3%	8,1%	6,5%	13,8%	2,7%	6,4%
Sicilia	6,5%	14,4%	44,5%	37,1%	7,0%	15,8%
Sardegna	7,2%	6,9%	15,9%	22,0%	10,3%	10,8%
ITALIA	**22,6%**	**23,3%**	**26,9%**	**40,2%**	**26,7%**	**30,8%**

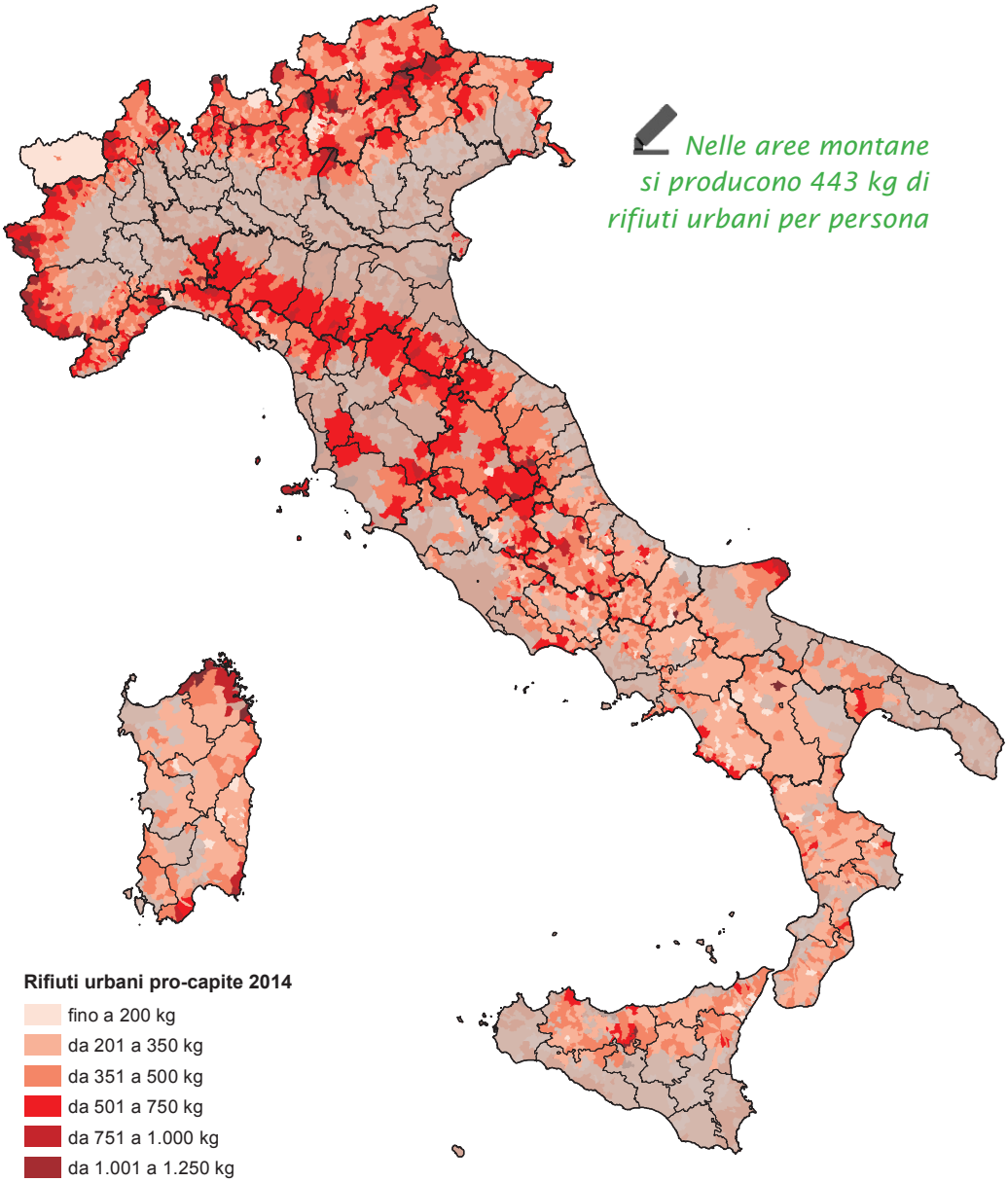
Comuni dove si producono oltre 500 kg di rifiuti pro-capite al 2014



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.3.1

La produzione pro-capite di Rifiuti Solidi Urbani



Nelle aree montane si producono 443 kg di rifiuti urbani per persona

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

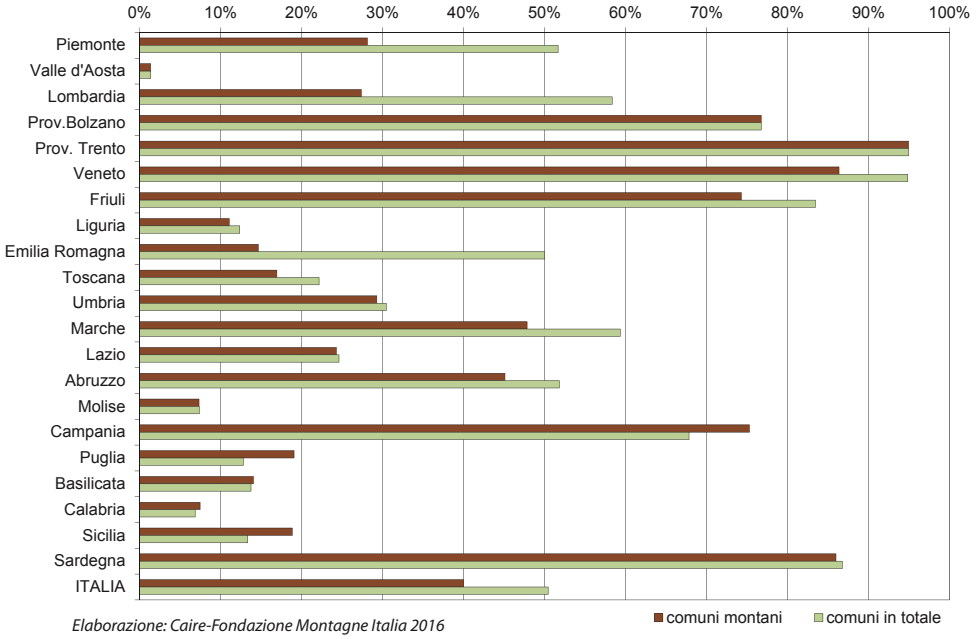
TAB. B.3.2

le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con quota di raccolta differenziata superiore al 55% al 2014

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	28,1%	51,7%	55,5%	52,9%	25,4%	46,2%
Valle d'Aosta	1,4%	1,4%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Lombardia	27,4%	58,3%	43,5%	57,5%	17,4%	47,6%
Prov. Aut. Bolzano	76,7%	76,7%	78,9%	78,9%	69,3%	69,3%
Prov. Aut. Trento	94,9%	94,9%	93,1%	93,1%	90,1%	90,1%
Veneto	86,3%	94,8%	92,6%	82,8%	82,6%	87,5%
Friuli Venezia Giulia	74,3%	83,4%	49,1%	74,0%	68,9%	76,6%
Liguria	11,1%	12,3%	13,8%	8,4%	9,1%	9,1%
Emilia Romagna	14,6%	50,0%	28,7%	58,7%	13,2%	41,1%
Toscana	16,9%	22,1%	38,2%	23,6%	12,4%	15,1%
Umbria	29,3%	30,4%	29,2%	38,9%	25,6%	28,6%
Marche	47,8%	59,3%	60,8%	65,2%	46,9%	55,7%
Lazio	24,3%	24,6%	27,3%	11,4%	21,9%	19,3%
Abruzzo	45,1%	51,8%	58,0%	52,9%	43,0%	46,0%
Molise	7,3%	7,4%	10,3%	10,3%	9,5%	9,8%
Campania	75,3%	67,8%	71,1%	43,2%	72,3%	67,2%
Puglia	19,0%	12,8%	12,1%	13,1%	16,0%	14,9%
Basilicata	14,0%	13,7%	17,8%	11,4%	18,8%	17,8%
Calabria	7,4%	6,8%	7,2%	4,0%	7,6%	6,0%
Sicilia	18,8%	13,3%	6,8%	4,3%	21,4%	11,3%
Sardegna	86,0%	86,7%	80,0%	67,9%	80,4%	78,9%
ITALIA	**40,0%**	**50,4%**	**42,4%**	**41,0%**	**37,6%**	**40,5%**

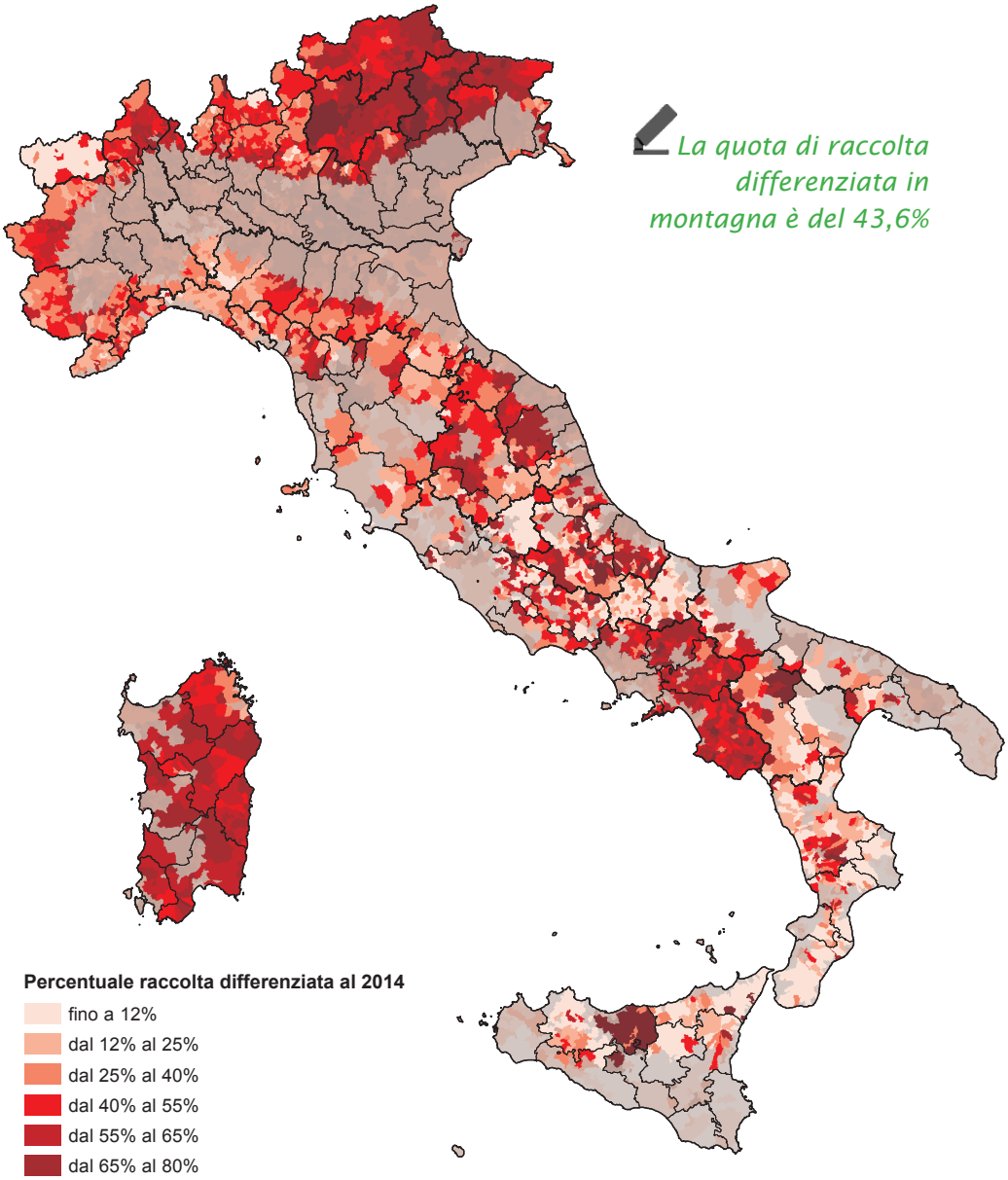
Comuni con quota di raccolta differenziata superiore al 55% al 2014



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.3.2

La raccolta differenziata



La quota di raccolta differenziata in montagna è del 43,6%

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

B.4

La manutenzione territoriale e il rischio di frana

Le due immagini con cui si apre questo paragrafo parlano con eloquenza di quella che forse è la più grande trasformazione che ha interessato il nostro Paese nel corso dell'ultimo mezzo secolo.

Parliamo della progressiva ritirata delle aziende agricole da un impegno esteso e diretto alla cura del territorio non urbanizzato, per quanto marginale e improduttivo.

Al primo censimento agricolo moderno, nel 1961, le aziende agricole esercitavano una estesa azione di governo che presidiava direttamente quasi il 90% del territorio nazionale. Una copertura pressoché totale (se si considera la presenza, all'esterno della superficie aziendale, degli spazi urbani e dei territori sterili delle alte quote).

Aziende agricole per le quali valeva ancora in quegli anni una sostanziale identità, soprattutto nei territori dell'insediamento appoderato, tra unità produttiva (l'azienda), unità sociale (la famiglia contadina) e unità insediativa (il podere), espressione di un elementare continuità del ciclo ecologico dell'agro-ecosistema. Certo c'erano state le rotture determinate dall'eccesso di prelievi generati dalla battaglia del grano e dal freno forzoso all'emigrazione intercorso nell'intervallo tra le due guerre mondiali.

Cinquant' anni dopo erano stati sottratti a questo con-

trollo circa centomila chilometri quadrati, un terzo dell'intera estensione territoriale del Paese; un territorio di straordinaria estensione in parte "consumato" dalla avanzata dello spazio urbano, in parte maggiore (di un ordine di grandezza) scomparso nell'abbandono, di boschi non più curati, di pascoli non più monticati, di coltivi inselvatichiti, di terrazzamenti che franano a valle. Questa trasformazione ha determinato una perdita di attenzione e di cura per la manutenzione del territorio rurale i cui riflessi condizionano in negativo ed in modo assai pesante le attuali condizioni di sicurezza dell'insediamento umano, urbano e rurale.

I tempi per la ricomposizione di un nuovo equilibrio, governato da processi e dinamiche naturali non più accompagnati dall'apporto di energia della presenza umana non sono brevi e i rischi che nel frattempo si corrono per la stessa conservazione della biodiversità ma ancor più per la sicurezza di un territorio percorso dalle acque non più regimate da scoli e canalette, a rischio di incendi che l'assenza di un presidio permanente dilata oltremisura, crescono esponenzialmente.

Le geografie dell'abbandono, della grande ritirata delle aziende agricole dallo spazio rurale più marginale, disegnano le forme di un Italia a molti sconosciuta, ma assai coerente con le geografie dei processi di degrado e rischio naturale che riempiono invece le cronache dei nostri giorni.

Al 1961 (vedi Tav. B.4.1) in tutte le regioni Italiane la stragrande maggioranza dei comuni era popolato di numerose aziende agricole che curavano direttamente il governo di tre quarti almeno della intera superficie territoriale.

Dallo spazio più naturale della Valle d'Aosta, segnato dalla presenza particolarmente imponente dei terreni sterili e dei ghiacciai di alta quota, dove per conseguenza solo il 58,1% dei comuni montani superava la soglia dei 3/4 di territorio governato dalle aziende agricole; a quello più marcatamente antropizzato delle Marche, dove la totalità dei comuni montani assicurava questo stesso presidio, in tutte le regioni del Nord, del Centro e del Sud, i due terzi o più dei comuni montani era affidato alle cure costanti delle aziende agricole.

Aziende agricole che assicuravano con il loro lavoro, assieme alla produzione di alimenti spesso oltre il limite dell'economicità e talvolta ancora rivolto ad un autoconsumo di sussistenza, un servizio di manutenzione e conservazione dello spazio rurale che, pur non riconosciuto e quindi non compensato in alcun modo, rappresentava, come esternalità, un valore economico non inferiore a quello della produzione di derrate alimentari.

Dopo cinquant'anni lo scenario è capovolto (vedi Tav. B.4.2): in nessuna regione d'Italia i comuni montani in cui le aziende agricole esercitano un esteso controllo del territorio, rappresentano una quota maggioritaria. La condizione migliore è quella della Provincia Autonoma di Trento dove ancora il 43,5% dei comuni montani è estesamente affidato alle cure degli agricoltori e delle loro aziende, nelle condi-

zioni – culturali e istituzionali del tutto peculiari che la tradizione ha impresso al mondo rurale trentino.

All'opposto in regioni come la Liguria, ma anche come il Friuli-Venezia Giulia o la Calabria, il territorio dei comuni montani è uscito quasi completamente dal controllo e dal presidio delle aziende agricole che non ne assicurano più una manutenzione diffusa.

In tutte le regioni italiane il paesaggio dei campi coltivati e degli spazi agro forestali curati dall'uomo non è dunque più il paesaggio dominante della montagna; una montagna che, frequentemente, mostra differenziali impressionanti con le medie regionali dove i processi di modernizzazione, come in Emilia-Romagna o in Veneto o in Lombardia, hanno saputo confermare una estesa utilizzazione degli spazi agricola della pianura, pur in presenza della competizione feroce degli usi urbani.

Questa geografia trova un riscontro tanto puntuale quanto preoccupante nella distribuzione territoriale dei processi di degrado del territorio e di rischio idrogeologico a questo associato.

Secondo le valutazioni elaborate da ISPRA il territorio montano del Paese è interessato in misura significativa da rischio elevato di frana (per oltre il 5% della sua estensione) nel 52,1% dei comuni montani (vedi Tav. B.4.3).

La maggior diffusione delle condizioni di rischio è in regione Valle d'Aosta e nel territorio montano della regione Emilia-Romagna dove questa condizione accomuna la totalità dei comuni montani. Condizioni di fragilità molto rilevanti anche quelle presenti in Toscana, Provincia Autonoma di Trento, Friuli-Venezia Giulia, Abruzzo, Molise e Campania.

Un quadro che viene confermato e, per così dire, ulteriormente precisato e focalizzato nella sua territorializzazione, se l'attenzione si sposta dalla percentuale di territorio alla (più significativa) percentuale di popolazione esposta al rischio elevato di frana (vedi Tav. B.4.4).

È possibile ed è ragionevole porsi oggi l'obiettivo di interrompere ed anzi invertire questa tendenza? Immaginare non solo un orizzonte di ripresa demografica della montagna, come opportunamente è stato messo al centro della prospettiva della Strategia Nazionale per le Aree Interne, ma anche una estensione del territorio manotenuto e posto in sicurezza per l'azione convergente delle politiche pubbliche, della attenzione e dell'intervento delle comunità locali e per l'iniziativa di soggetti economici saldamente radicati in una dimensione di sviluppo locale?

Le condizioni di rischio risultano più marcate per l'arco alpino occidentale e per il quadrante appenninico nord occidentale dei versanti ligure, piemontese emiliano e toscano dove, come abbiamo visto, i processi di abbandono del governo agricolo sono stati più accentuati nel corso dell'ultimo mezzo secolo.

Viviamo oggi una stagione nella quale la società contemporanea è tornata a porre la centratura della sua attenzione ai temi della alimentazione, ai suoi significati biologico ed etico ancor prima che economico, in cui di conseguenza movimenti culturali profondi sono in corso e possono mobilitare energie nuove e nuove occasioni di impegno.

La produzione di alimenti destinati ad un consumo più attento e più responsabile, la domanda di servizi allo spazio rurale che alla alimentazione associano la salute, la conoscenza, la formazione e l'esperienza, la disponibilità di tecnologie che possono consentire connessioni tra produttori di ambiente rurale e utenti della sua fruizione largamente inimmaginabili sino a poco tempo fa, aprono orizzonti nuovi ad una stagione "di riconquista" del controllo dello spazio rurale da parte della presenza organizzata dell'uomo.

Una presenza che assieme alle forme "tradizionali" di una azienda agricola ormai divenuta professionale (e più ricca di capitale umano) sta assumendo anche quelle dell'impegno hobbistico di figure che hanno altrove le condizioni economiche della propria vita ma che alla conduzione di attività agricole e rurali affidano una parte importante della propria identità culturale o quella di soggetti comunitari che ricercano e sperimentano nuove forme per ripartire sui molti portatori di interesse legati ad un luogo le responsabilità e i rischi di una azione, per quanto circoscritta, che interpreta la conduzione agricola e agroforestale nell'orizzonte della multi-funzionalità e sappia renderla durabilmente sostenibile.

A questo orizzonte è necessario affidare le aspettative di una "riconquista" di spazio agricolo ed agro-forestale governato dalla presenza umana capace di assicurare quelle "esternalità positive" in termini di manutenzione e di contributo alla sicurezza del territorio di cui il Paese avverte in modo così acuto l'esigenza.

Per conseguire queste attese è necessario uno impegno esteso e diffuso.

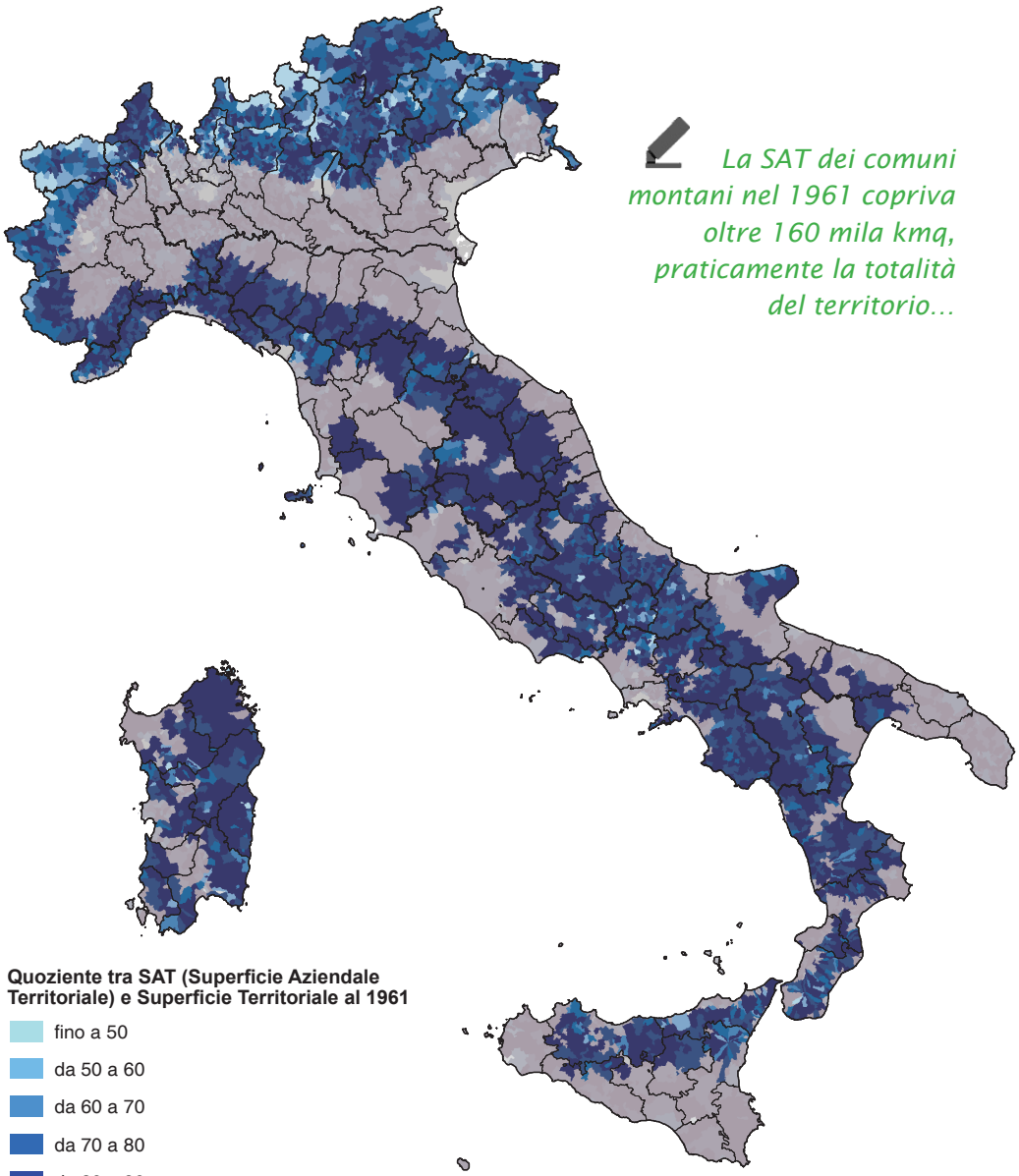
L'impegno della programmazione regionale, nazionale e comunitaria che nella attuazione dei propri programmi di sviluppo rurale deve riconoscere le priorità del governo territoriale in quota non minore di quelle della competitività delle imprese.

L'impegno delle comunità locali che devono attivare e sostenere nuovi "meccanismi di ingaggio" per ancorare al territorio le aspettative di realizzazione culturale ed economica di nuove generazioni di attori.

L'impegno delle istituzioni regionali e statali che debbono individuare e rendere concretamente praticabili opportunità concrete per "riportare in gioco" (come alcune recenti iniziative regionali sul fronte delle "banche della terra" si sono prefissate di realizzare) porzioni di territorio che l'abbandono, le emigrazioni e le vicende ereditarie sembrerebbero aver definitivamente affidato all'oblio.

TAV. B.4.1

Il rapporto tra Superficie Aziendale e Superficie Totale al 1961

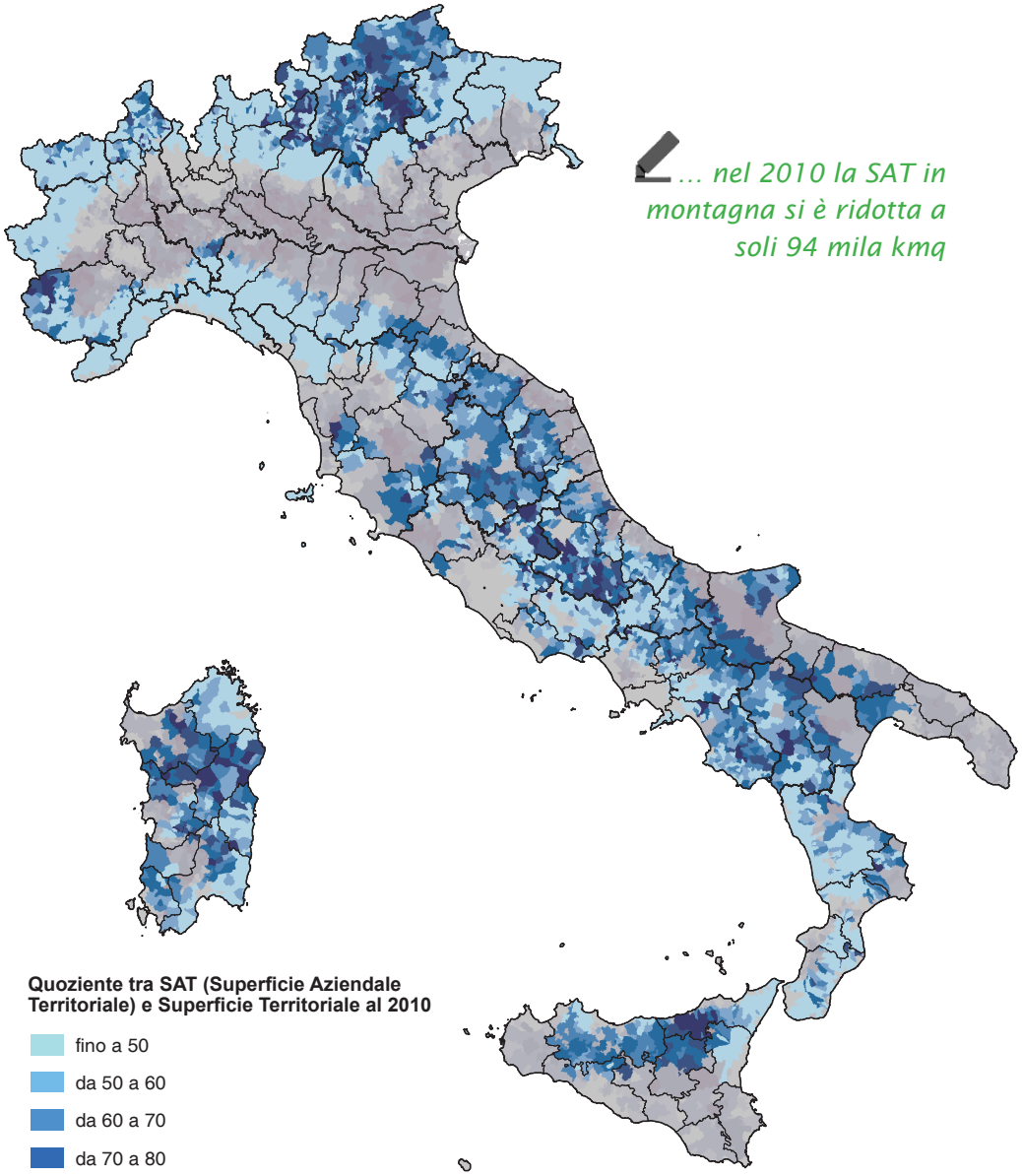


La SAT dei comuni montani nel 1961 copriva oltre 160 mila kmq, praticamente la totalità del territorio...

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.4.2

Il rapporto tra Superficie Aziendale e Superficie Totale al 2010



... nel 2010 la SAT in montagna si è ridotta a soli 94 mila kmq

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

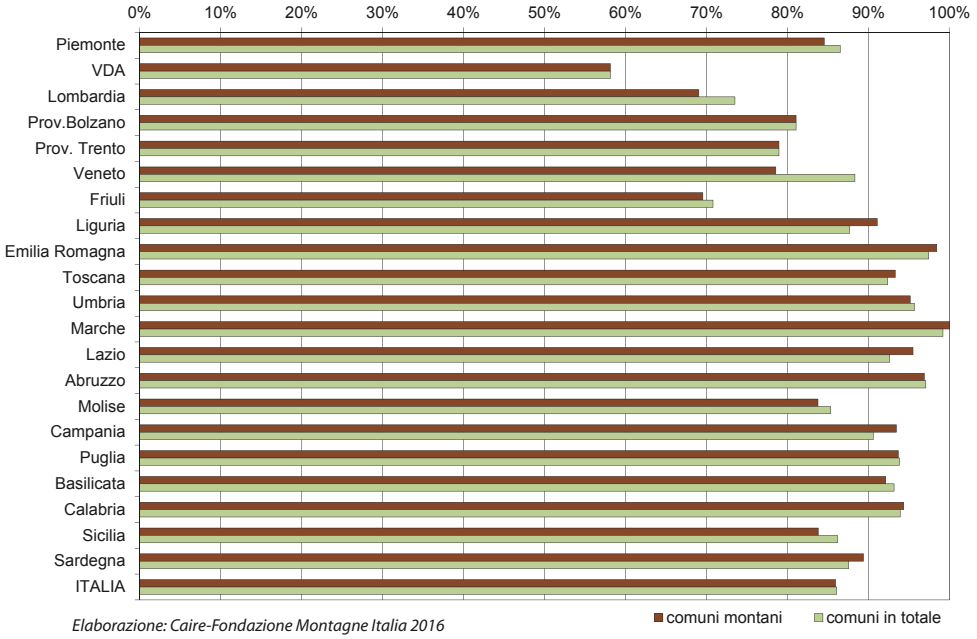
TAB. B.4.1

le regioni e le montagne in cifre 1300 2020

Comuni con quoziente SAT/ST al 1961 maggiore del 75%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	84,5%	86,5%	78,2%	64,9%	75,7%	81,9%
Valle d'Aosta	58,1%	58,1%	80,1%	80,1%	32,9%	32,9%
Lombardia	69,0%	73,5%	66,7%	49,8%	56,0%	69,6%
Prov. Aut. Bolzano	81,0%	81,0%	90,2%	90,2%	72,4%	72,4%
Prov. Aut. Trento	78,9%	78,9%	83,7%	83,7%	64,4%	64,4%
Veneto	78,5%	88,3%	84,7%	74,6%	68,2%	76,0%
Friuli Venezia Giulia	69,5%	70,8%	34,9%	48,4%	58,9%	62,2%
Liguria	91,1%	87,7%	83,1%	46,5%	93,2%	86,4%
Emilia Romagna	98,4%	97,4%	99,5%	89,3%	98,7%	96,5%
Toscana	93,3%	92,3%	97,6%	80,9%	96,5%	94,8%
Umbria	95,1%	95,7%	92,3%	95,5%	93,6%	94,4%
Marche	100,0%	99,2%	100,0%	97,9%	100,0%	99,7%
Lazio	95,5%	92,6%	94,9%	92,6%	96,3%	94,1%
Abruzzo	96,9%	97,0%	98,2%	90,2%	97,5%	97,7%
Molise	83,7%	85,3%	92,3%	94,2%	87,2%	89,1%
Campania	93,4%	90,6%	95,8%	69,9%	94,7%	92,1%
Puglia	93,7%	93,8%	95,6%	95,4%	94,0%	93,1%
Basilicata	92,1%	93,1%	95,4%	97,3%	91,5%	93,7%
Calabria	94,3%	93,9%	96,8%	97,4%	94,7%	95,2%
Sicilia	83,8%	86,2%	54,5%	71,9%	85,3%	89,3%
Sardegna	89,4%	87,5%	91,1%	91,6%	91,9%	91,3%
ITALIA	**85,9%**	**86,0%**	**83,3%**	**75,5%**	**85,3%**	**87,0%**

Comuni con quoziente SAT/ST al 1961 maggiore del 75%



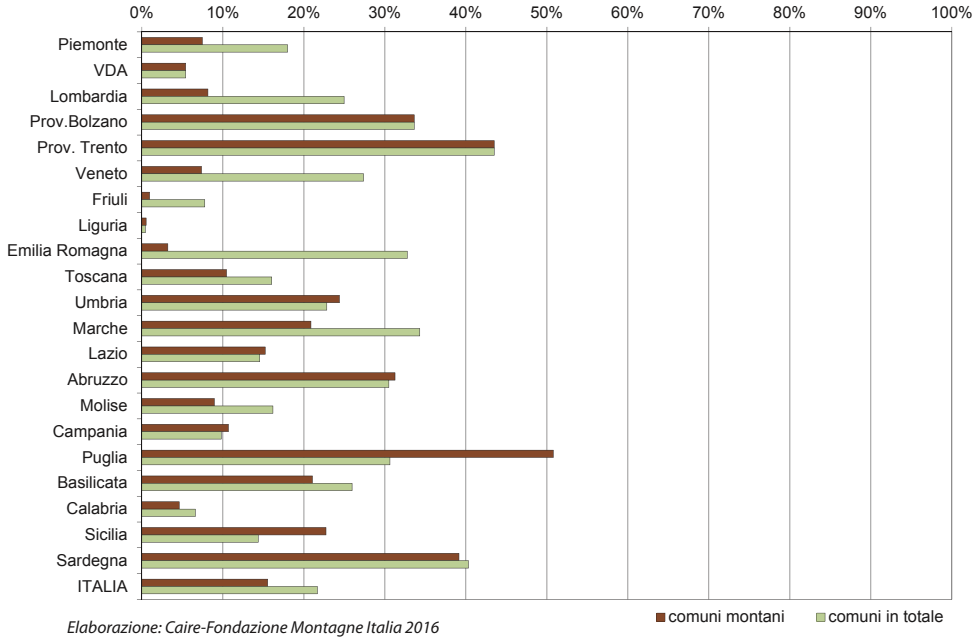
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.4.2 le regioni e le montagne in cifre

Comuni, popolazione e superficie con quoziente SAT/ST al 2010 maggiore del 75%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	7,5%	18,0%	5,9%	11,5%	10,3%	21,1%
Valle d'Aosta	5,4%	5,4%	0,7%	0,7%	3,4%	3,4%
Lombardia	8,2%	25,0%	5,4%	12,0%	11,5%	30,6%
Prov. Aut. Bolzano	33,6%	33,6%	21,0%	21,0%	29,0%	29,0%
Prov. Aut. Trento	43,5%	43,5%	30,4%	30,4%	42,1%	42,1%
Veneto	7,4%	27,4%	4,2%	18,0%	5,0%	21,8%
Friuli Venezia Giulia	1,0%	7,8%	0,5%	3,6%	0,8%	5,4%
Liguria	0,5%	0,4%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%
Emilia Romagna	3,2%	32,8%	3,7%	27,3%	2,6%	31,4%
Toscana	10,4%	16,0%	9,3%	17,5%	17,3%	20,1%
Umbria	24,4%	22,8%	16,4%	9,6%	18,7%	16,5%
Marche	20,9%	34,3%	11,8%	25,9%	14,6%	27,5%
Lazio	15,2%	14,6%	14,3%	7,7%	22,8%	20,6%
Abruzzo	31,3%	30,5%	29,7%	19,5%	36,2%	33,3%
Molise	8,9%	16,2%	7,6%	18,9%	12,1%	23,8%
Campania	10,7%	9,8%	10,2%	3,6%	16,5%	15,0%
Puglia	50,8%	30,6%	53,6%	27,0%	58,9%	44,1%
Basilicata	21,1%	26,0%	21,3%	32,6%	24,2%	33,7%
Calabria	4,6%	6,6%	3,5%	6,1%	5,2%	7,3%
Sicilia	22,7%	14,4%	8,7%	5,4%	33,2%	19,6%
Sardegna	39,1%	40,3%	27,2%	21,3%	36,5%	35,8%
ITALIA	**15,5%**	**21,7%**	**12,9%**	**13,7%**	**20,5%**	**24,7%**

Comuni con quoziente SAT/ST al 2010 maggiore del 75%



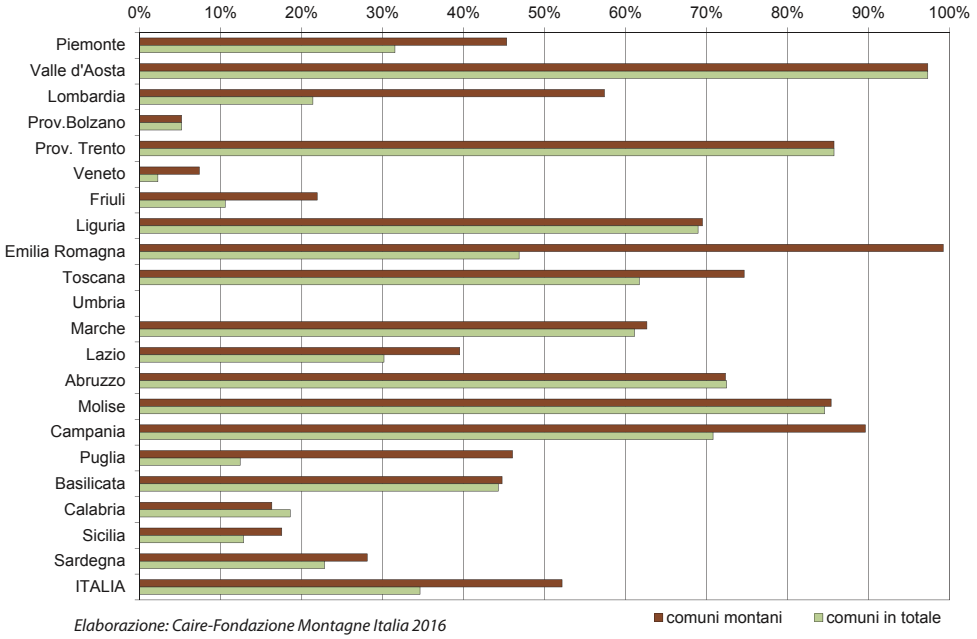
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.4.3 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con percentuale di superficie a rischio elevato di frana superiore al 5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	45,3%	31,5%	34,7%	11,7%	52,0%	34,9%
Valle d'Aosta	97,3%	97,3%	98,9%	98,9%	98,7%	98,7%
Lombardia	57,4%	21,4%	51,8%	8,5%	66,9%	30,0%
Prov. Aut. Bolzano	5,2%	5,2%	6,3%	6,3%	3,0%	3,0%
Prov. Aut. Trento	85,7%	85,7%	86,2%	86,2%	94,1%	94,1%
Veneto	7,4%	2,2%	3,2%	0,5%	5,4%	2,0%
Friuli Venezia Giulia	21,9%	10,6%	7,3%	2,9%	24,2%	14,7%
Liguria	69,5%	68,9%	66,9%	75,2%	69,0%	68,3%
Emilia Romagna	99,2%	46,8%	99,5%	28,1%	99,6%	50,3%
Toscana	74,6%	61,7%	74,3%	45,8%	77,3%	63,9%
Umbria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Marche	62,6%	61,1%	55,4%	41,2%	47,1%	48,4%
Lazio	39,5%	30,2%	52,9%	11,7%	39,3%	23,9%
Abruzzo	72,3%	72,5%	79,0%	62,2%	68,7%	67,0%
Molise	85,4%	84,6%	88,3%	77,3%	86,1%	84,9%
Campania	89,6%	70,8%	91,1%	58,7%	91,9%	79,3%
Puglia	46,0%	12,4%	13,0%	2,1%	28,2%	10,3%
Basilicata	44,7%	44,3%	36,4%	36,4%	39,4%	38,2%
Calabria	16,3%	18,6%	16,2%	21,7%	12,0%	12,4%
Sicilia	17,5%	12,8%	45,0%	18,3%	10,5%	6,5%
Sardegna	28,1%	22,8%	30,4%	18,3%	29,8%	24,9%
ITALIA	**52,1%**	**34,6%**	**47,2%**	**23,1%**	**47,3%**	**34,0%**

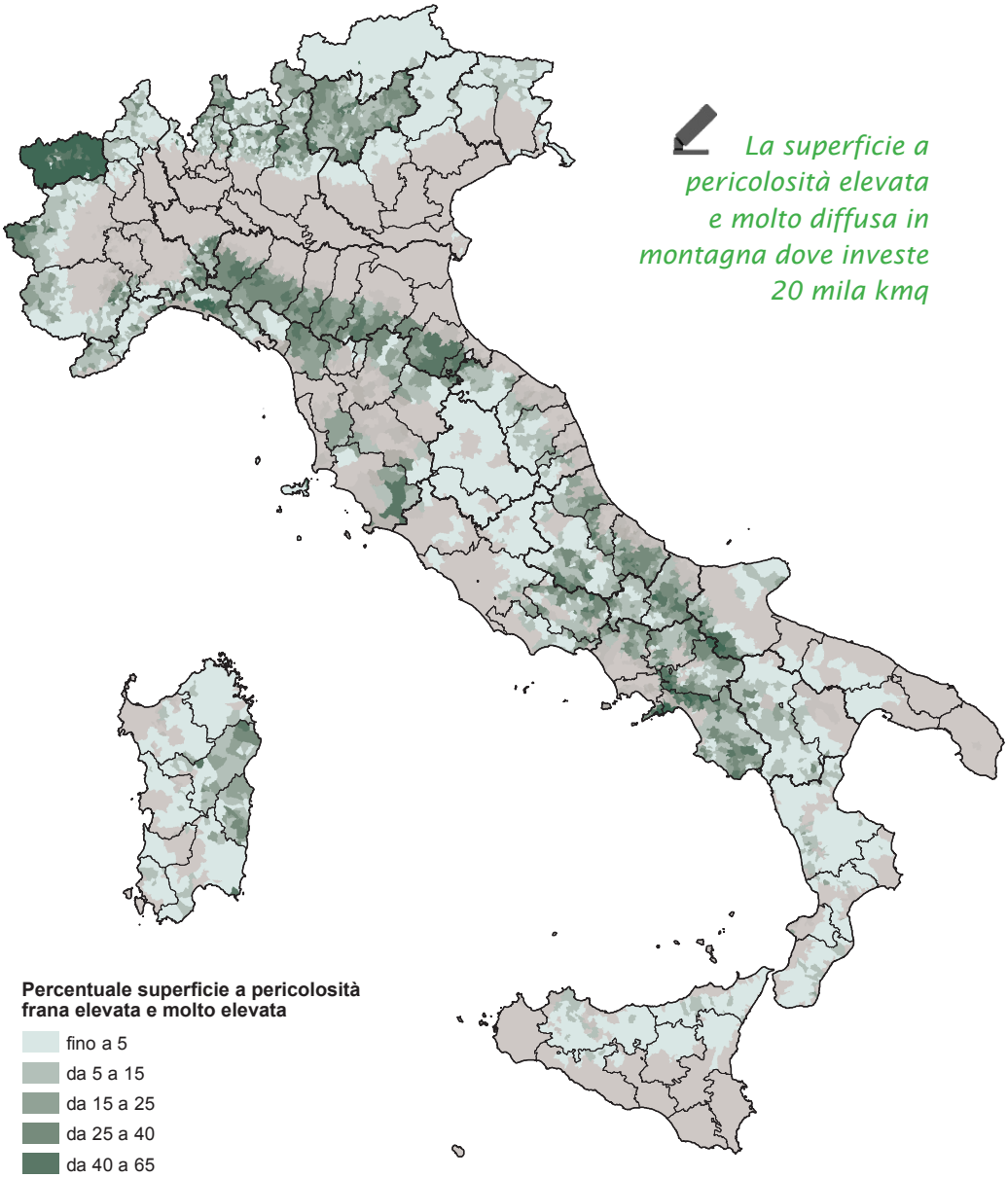
Comuni con percentuale di superficie a rischio elevato di frana superiore al 5%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.4.3

La superficie territoriale interessata da dissesto



La superficie a pericolosità elevata e molto diffusa in montagna dove investe 20 mila kmq

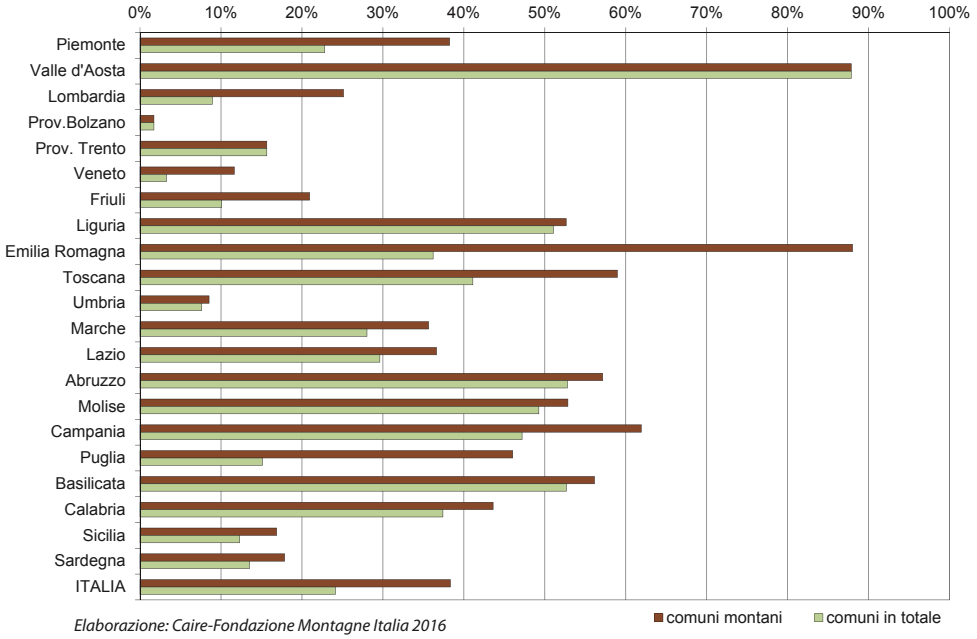
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.4.4 le regioni e le montagne in cifre 2017

Comuni con percentuale di popolazione residente in aree a rischio elevato di frana superiore al 5%

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	38,2%	22,8%	30,8%	7,3%	49,2%	29,6%
Valle d'Aosta	87,8%	87,8%	62,2%	62,2%	92,6%	92,6%
Lombardia	25,1%	8,9%	19,2%	2,5%	35,2%	15,4%
Prov. Aut. Bolzano	1,7%	1,7%	1,4%	1,4%	0,4%	0,4%
Prov. Aut. Trento	15,7%	15,7%	11,4%	11,4%	17,9%	17,9%
Veneto	11,7%	3,3%	3,0%	0,4%	9,0%	3,2%
Friuli Venezia Giulia	21,0%	10,1%	2,7%	1,1%	27,1%	16,5%
Liguria	52,6%	51,1%	41,1%	56,1%	57,0%	55,1%
Emilia Romagna	88,0%	36,2%	77,6%	9,4%	89,9%	40,1%
Toscana	59,0%	41,1%	50,4%	23,2%	60,0%	45,0%
Umbria	8,5%	7,6%	1,9%	1,1%	4,5%	3,9%
Marche	35,7%	28,0%	17,2%	8,1%	18,7%	17,3%
Lazio	36,6%	29,6%	32,8%	7,7%	38,3%	24,9%
Abruzzo	57,1%	52,8%	53,5%	30,8%	56,6%	50,1%
Molise	52,8%	49,3%	64,8%	51,1%	51,8%	45,5%
Campania	61,9%	47,2%	65,1%	23,3%	66,4%	54,7%
Puglia	46,0%	15,1%	13,9%	6,3%	32,0%	16,9%
Basilicata	56,1%	52,7%	52,7%	33,2%	52,9%	44,0%
Calabria	43,6%	37,4%	28,2%	21,3%	41,4%	35,4%
Sicilia	16,9%	12,3%	4,2%	4,7%	17,9%	12,4%
Sardegna	17,9%	13,5%	13,1%	8,2%	19,8%	16,4%
ITALIA	**38,3%**	**24,1%**	**27,2%**	**11,0%**	**38,9%**	**26,8%**

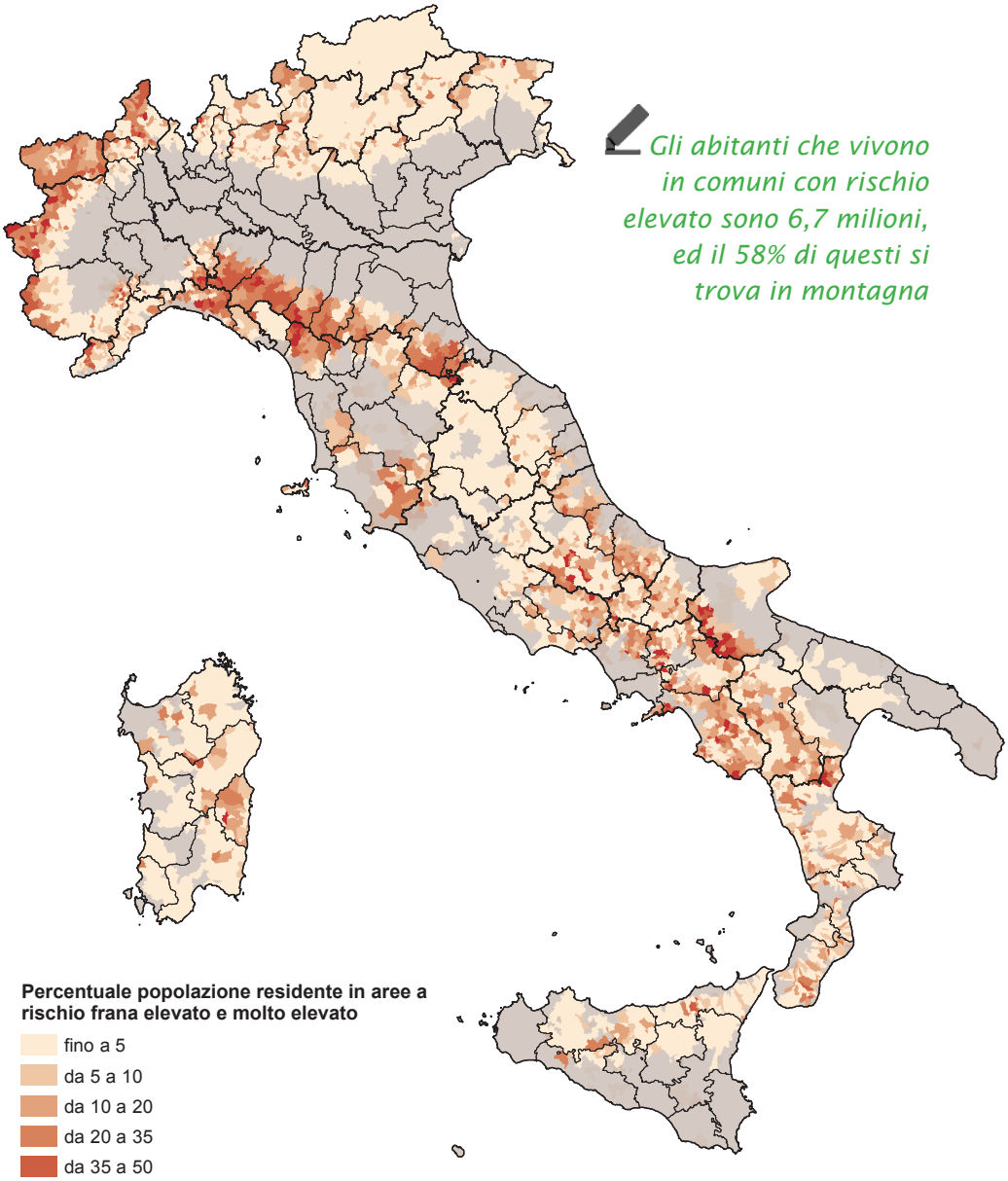
Comuni con percentuale di popolazione residente in aree a rischio elevato di frana superiore al 5%



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.4.4

La popolazione esposta al rischio di dissesto



Gli abitanti che vivono in comuni con rischio elevato sono 6,7 milioni, ed il 58% di questi si trova in montagna

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

B.5

I servizi ecosistemici

La chiave della sostenibilità risulterà tanto più decisiva, per il destino delle aree montane, quanto meglio consentirà di individuare nuove prospettive e leve efficaci cui applicare con successo una azione proattiva e intenzionale rivolta a mettere in valore risorse sotto utilizzate o lasciate ai margini dai processi di sviluppo.

Risorse umane, di capitale fisso sociale ma anche, naturalmente, di capitale naturale. Un fronte, quest'ultimo particolarmente rilevante, come sappiamo, nelle aree meno segnate dai processi di urbanizzazione e di industrializzazione.

Risorse di capitale naturale che, per diventare valore tangibile, debbono innanzitutto essere considerate, valutate e trattate come servizi a tutti gli effetti e non (solo) come risorse.

Una stima[1], per quanto sperimentale, preliminare e provvisoria, porta a quantificare il valore dei servizi ecosistemici a vario titolo[2] resi in Italia dall'ambiente naturale nell'ordine di 90 miliardi di euro l'anno. Un valore che, rappresentando il 5% circa del PIL, mette in tutta evidenza l'importanza, anche economica, che i servizi ambientali possono assumere per il Paese. Altrettanto e forse ancora più eloquente è la geografia del fenomeno.

La distribuzione comunale del valore dei servizi eco-

sistemici offerti porta in particolare evidenza, ad un primo esame su base regionale, il territorio dell'Italia centrale e quello delle Isole, dove sono presenti comuni di maggiore estensione territoriale e condizioni più estese di bio-diversità.

Se l'osservazione geografica assume una grana di maggior dettaglio viene però in evidenza una diversificazione ancora più marcata che segnala le aree montane, quelle appenniniche in particolare, come i luoghi della maggiore concentrazione dell'offerta.

Per regioni come l'Umbria, la Toscana e lo stesso territorio appenninico dell'Emilia-Romagna la presenza di comuni nei quali l'economia dei servizi eco-sistemici potrebbe rappresentare un apporto di primario rilievo, superando in ciascun comune la soglia di valore di 15 milioni di euro/anno (vedi Tav. B.5.1) supera i 2/3 del totale rispetto ad una incidenza media nazionale che è del 32,6% per i soli comuni montani e invece di un più modesto 21,7 % per la generalità dei comuni italiani.

Una concentrazione dell'offerta tanto più rilevante quando la si riscontri con la distribuzione della possibile domanda di questi stessi servizi eco-sistemici. In prima battuta una stima della domanda, in termini di disponibilità a pagare, è stata condotta prendendo a riferimento la distribuzione del reddito disponibile e assumendo l'identità contabile, a livello nazionale tra domanda (potenziale) e offerta di servizi eco-sistemici.

In questo caso le aree montane del Paese (meno popolate ed anche meno ricche) emergono per il loro ruolo evidente di fornitori di servizi non (ancora) riconosciuti né dalle transazioni di mercato né dalle compensazioni operate dalla economia pubblica.

Una identità contabile che, naturalmente, non corrisponde ad una effettiva e concreta individuazione dei mercati nei quali potrà effettivamente realizzarsi la vendita dei servizi e la registrazione dei pagamenti eco-sistemici, che richiederà una complessa azione per promuovere e costruire istituzioni di mercato che sappiano far incontrare l'offerta e domanda di questi servizi.

Una offerta di valore da certificare e da garantire attraverso una azione consapevole e responsabile delle comunità locali che governano il territorio che esprime questi servizi; green community che dovranno saper assicurare la conservazione delle risorse e la riproduzione qualitativa dei servizi attraverso opportune azioni di manutenzione.

Una domanda effettiva di servizi eco-sistemici espressa da imprese per le quali l'acquisto dei servizi e il loro pagamento corrisponda ad una strategia di *greening* della propria funzione di produzione resa possibile e desiderabile tanto da fattori di ordine reputazionale quanto da approcci convenzionali derivanti dagli accordi internazionali per la sostenibilità.

Anche in questa più realistica opzione, tuttavia, è ragionevole considerare che il costo dei servizi eco-sistemici acquistati dalle imprese venga da queste trasferito sui consumi finali e quindi posto in diretta relazione con la distribuzione del reddito disponibile; una forzatura potrebbe essere caso mai considerata quella di contenere gli effetti finali entro i confini della nazione, semplificazione che possiamo tuttavia, per semplicità mantenere.

Nelle aree montane si producono i 2/3 del valore dei servizi eco-sistemici del Paese a fronte di una domanda di questi servizi espressa dalle medesime aree interne che è invece dell'ordine di 1/5 del totale nazionale.

I comuni montani che esprimono un saldo positivo tra offerta e domanda di servizi eco-sistemici (vedi Tav. B.5.2) rappresentano infatti pressoché la totalità dell'universo in tutte le regioni italiane con i valori di picco (oltre il 95% dei casi) nelle regioni Umbria, Molise, Basilicata,Calabria e Sardegna. A livello nazionale sono il 90,0% dei comuni montani contro il 68,0% dei comuni in totale ma esprimono ben il 63,1% della popolazione montana mentre in totale i comuni a saldo positivo tra offerta e domanda potenziale di servizi ecosistemici accolgono appena il 24,2% della popolazione nazionale.

Si determinerebbe così una "esportazione" di servizi ecosistemici verso le aree più antropizzate del sistema urbano e metropolitano (ovvero verso destinazioni esterne ai confini nazionali) di oltre 45 miliardi: la metà dell'intero valore nazionale dei servizi ecosistemici.

Un flusso di valore che rimane ancora oggi virtuale ma che rappresenta un potenziale significativo, se venisse riconosciuto dalle istituzioni di mercato dando luogo a quei Pagamenti Eco-Sistemici (PES) che il Collegato Ambientale alla Legge di Stabilità ha introdotto (intanto) nel lessico delle politiche pubbliche.

Un potenziale che rappresenterebbe il 15% del reddito disponibile delle stesse aree montane, riducendone in misura considerevole il divario, in termini di benessere, con le aree più antropizzate delle pianure e del sistema costiero del Paese.

Una prospettiva forse non immediata e sicuramente non agevole da conseguire che rappresenta tuttavia un traguardo di grande evidenza e di primaria importanza che segna il rilievo e l'urgenza di una politica nazionale del territorio: una politica nazionale che ne porti in evidenza i valori e dia risposte tangibili agli sforzi che le comunità locali dei territori non urbani continuano ad esercitare perché questi valori vengano conservati e riprodotti.

1) Costruita, sulla scorta metodologica del lavoro di R. Scolozzi,E.Morri, R. Santolini attraverso l'elaborazione dei dati sulle coperture del suolo desunte dalla rilevazione CORINE Land Cover (vedi Glossario)
2) Sono stati considerati in particolare i servizi relativi a: clima, prevenzione, regolazione acque, assorbimento scorie, fertilità suoli, habitate biodiversità, svago, estetica, preservazione suolo, impollinazione.

il progetto LIFE

Il progetto Life **Making Good Natura** sul pagamento dei servizi eco sistemici

Making Good Natura **è il primo progetto italiano finanziato nell'ambito del programma LIFE+ della Commissione, a sviluppare nuovi percorsi di governance ambientale finalizzata alla tutela degli ecosistemi agroforestali attraverso l'elaborazione di forme di valutazione biofisica, qualitativa e quantitativa dei servizi ecosistemici nei siti della rete Natura 2000. La scelta della Rete Natura 2000 è stata scelta in quanto principale infrastruttura verde europea, ma il modello creato è valido per qualsiasi ambiente naturale, sia esso un'area protetta, una foresta o un bacino idrografico; il dato fondamentale è la presenza di un soggetto gestore con cui sviluppare le potenzialità del modello stesso.**

I siti del progetto sono stati scelti per la maggior parte in ambito montano e caratterizzati da ecosistemi agroforestali; il bosco è il comune denominatore dei PES e dei meccanismi di autofinanziamento che il progetto ha prodotto. Obiettivo del progetto è stato in questo caso creare i presupposti per il raggiungimento di una efficace gestione degli habitat e delle specie animali e vegetali, designati dalle *Direttive Habitat* e *Uccelli*, fornendo agli amministratori dei siti Natura 2000 strumenti di gestione e autofinanziamento che costituiscano forme di remunerazione delle attività di tutela. Tuttavia il modello è flessibile e adattabile ad altre tipologie di siti (comuni, comunità montane, unioni di comuni, ecc.) e il prodotto finale sarà sempre l'inserimento dei Servizi Ecosistemici in un bilancio ambientale ed economico di natura territoriale. Tale contabilità potrà poi essere la base per una gestione efficace del territorio.

Il progetto ha previsto il coinvolgimento di ventuno siti pilota appartenenti alla rete Natura 2000, SIC e ZPS, per una superficie complessiva di 90.239 ha. L'elevata diversità ecosistemica e socio-economica del contesto Italiano è rappresentata sia attraverso il coinvolgimento di sette Regioni (Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Marche, Lombardia e Sicilia), sia attraverso la copertura delle tre regioni biogeografiche: alpina, mediterranea e continentale. Inoltre i soggetti gestori che hanno collaborato alla riuscita del progetto sono le Regioni, le Agenzie regionali, i Parchi nazionali, un Parco interregionale e le Province.

Il progetto, al fine del raggiungimento degli obiettivi preposti, ha dato vita ad un modello di valutazione dei servizi ecosistemici e ad un modello dimostrativo di governance, basato su forme di autofinanziamento. In particolare gli strumenti di autofinanziamento indagati e sviluppati sono i Pagamenti per i Servizi Ecosistemici (PES).

Altre iniziative di rilievo sono state la realizzazione di un *Software Web-GIS* per la valutazione e quantificazione dei servizi ecosistemici, la realizzazione della *Piattaforma di assistenza virtuale Applica MGN* e la realizzazione di un Manuale per l'applicazione di MGN.

approfondimenti

il progetto LIFE

Dopo tre anni di incontri con gli enti gestori e i portatori di interesse locali sono stati definiti gli accordi per i Pagamenti per i Servizi Ecosistemici (PES), focus dell'intero Progetto. Quelli sottoscritti ad oggi riguardano alcuni siti Natura2000 pilota interni ad alcuni parchi tra i quali il Parco Interregionale Sasso Simone e Simoncello, Parco Nazionale del Pollino e il Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni. Da citare inoltre, la stesura di un accordo quadro tra il CURSA - *Consorzio Universitario per la Ricerca Socioeconomica e per l'Ambiente* (Ente capofila del Progetto) e l'associazione Phoresta Onlus relativo alla vendita di crediti del carbonio fissato dalle foreste incluse nei siti.

Nel Parco Sasso Simone e Simoncello è stato firmato l'accordo tra l'Ente Parco e il rappresentante degli allevatori locali. L'intesa prevede il pagamento di un canone pari a circa 10mila euro fino al 2021 per la superficie utilizzata (1.108 ettari) per il pascolo di bovini nel territorio del poligono militare facente parte della ZPS Versanti occidentali del Monte Carpegna, Torrente Messa, Poggio di Miratoio. Di contro il Parco gestirà i pascoli per il mantenimento delle funzioni ecosistemiche. In tal modo si salvaguarderanno gli habitat e le specie di uccelli di interesse europeo presenti. L'accordo ha previsto che gli allevatori possano percepire le indennità Natura 2000, inserendo tale uso nel loro fascicolo aziendale. Un accordo con la multiutility Hera inoltre prevede un pagamento a ettaro di foreste interne al Parco per la fornitura di acqua. I ricavi saranno usati per gestire le foreste utili a mantenere la risorsa idrica.

L'ERSAF in Lombardia ha sviluppato alcuni bandi e capitolati per la concessione di malghe e agriturismi oltre che per la vendita di lotti boschivi che vanno a comprendere nel capitolato una serie di attività di tutela e conservazione della natura che prevedono anche attività di conservazione, attività di formazione e informazione e le include nel canone di concessione o nel prezzo di vendita del legname. In questo modo sono stati sviluppati questi modelli di autofinanziamento per i servizi ecosistemici di fornitura quali "Foraggio e pascolo" e "Prodotti legnosi". Un altro PES messo in atto dall'ente gestore delle Foreste di Lombardia prevede che, grazie ad un accordo con un gestore telefonico, all'inizio di ogni sentiero ci sia un cartello che invita gli escursionisti ad inviare un SMS solidale di un euro che contribuirà alla manutenzione del sentiero e alla conservazione della natura; l'ERSAF garantirà il download di mappe e descrizioni dei sentieri e delle aree circostanti oltre ad un sicuro ritorno in termini di accountability rispetto all'uso delle risorse raccolte.

L'accordo siglato presso il Parco Nazionale del Pollino riguarda il PES "Risorse genetiche" a tutela del Pino Loricato (*Pinus leucodermis Ant.*), specie endemica di elevato valore botanico tipica del Parco. Purtroppo il Pino Loricato è a rischio a causa degli incendi che ogni anno si sviluppano in quest'area. Nello schema di convenzione stipulato con le associazioni che si occuperanno di vigilanza, rispetto a quanto sottoscritto negli anni precedenti, è stato fatto esplicito riferimento al valore che il servizio ecosistemico *"Risorse genetiche"* assume come tipologia di PES che – come calcola l'Accademia EURAC di Bolzano – viaggia tra 1,2 e 1,5 milioni di euro mentre la presenza del Pino Loricato induce un valore tra 340 e 700mila euro/anno per l'importanza che riveste non solo per il SIC "La Fagosa Timpa dell'Orso" ma anche per l'intero territorio del Parco a testimonianza di una antica connessione fra la penisola italiana e quella Balcanica. L'obiettivo di questo PES è quello di garantire una maggiore tutela di questa specie rispetto agli incendi boschivi che rappresentano una delle principali minacce per la sopravvivenza e la salvaguardia della specie. Le convenzioni stipulate per attività di spegnimento, avvistamento e operatore di sala telefonica sono basate sul criterio di premialità, secondo il quale le associazioni che sottoscrivono i contratti ricevono un compenso economico che diminuisce in funzione della superficie incendiata.

La Regione Lombardia ha organizzato uno schema di PES per il servizio di fornitura di specie cacciabili ed alieutiche con i cacciatori dell'area che in base agli accordi presi garantiranno delle attività fisiche di conservazione della natura funzionali a migliorare gli ecosistemi come le arene di canto del Gallo cedrone o il mantenimento dei pascoli di altitudine garantendone lo sfalcio e quindi la ricchezza della composizione specifica.

L'alto valore ricreativo del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni ha reso naturale l'accordo per due PES su "Valore ricreativo" tra l' "Associazione delle agenzie di viaggio e turismo e T.O. del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano" e l' Ente Parco.

Tale accordo prevede il pagamento per lo sfruttamento turistico dell'area. Gli introiti saranno reinvestiti nel territorio per attività e azioni di conservazione. Altro PES stipulato in questo sito pilota è quello per il servizio ecosistemico "Risorse faunistiche (specie cacciabili)", nello specifico per la risorsa faunistica relativa ai cinghiali. Il Parco tramite l'emissione di un bando pubblico per la cattura degli esemplari vivi, ha previsto che gli "introiti" derivanti dalla cattura degli esemplari in sovrannumero vengano destinati a significative azioni di tutela delle specie animali presenti.

Infine, per il servizio ecosistemico di "Sequestro del carbonio" è stato predisposto a livello progettuale un accordo preliminare quadro tra il CURSA e l'associazione Phoresta Onlus. Questo accordo, definito in ogni punto ha predisposto il contratto di compravendita e ha specificato i ruoli di ente gestore, venditore, compratore, certificatore dei crediti e mediatore della vendita.

La sottoscrizione di questo accordo permetterà la compensazione delle emissioni di CO_2 tra un proprietario di boschi e un compratore dei crediti. Tale attività è possibile acquistando crediti di carbonio prodotti da iniziative di gestione forestale sostenibile. In questo modo il PES ha l'obiettivo di stabilire un quadro regolatore nel cui ambito, soggetti pubblici e privati interessati, possano dare vita allo scambio di crediti di carbonio derivante da porzioni di territorio forestale dei siti Natura 2000 coinvolti nel Progetto. Molti altri servizi sono stati indagati e valutati ma ancora non si è giunti alla sottoscrizione di PES o accordi di autofinanziamento e questo è il caso della fornitura di acqua potabile – inserito in una governance molto ingessata – o la produzione di energia idroelettrica, la difesa dalle inondazioni e la protezione dall'erosione.

Il progetto è facilmente replicabile e un prodotto particolarmente interessante del progetto è il *WebGIS MGN*, uno strumento informatico specifico, basato su tecnologie web e diretto agli enti responsabili per la gestione dei siti Natura 2000. Questo strumento innovativo può essere applicato anche da parte di altre amministrazioni. L'elaborato consente con i dati dei beneficiari di individuare i servizi ecosistemici secondo le diverse tipologie e di quantificarne il valore. Il WebGIS è organizzato come geodatabase WebGIS che permette di gestire la cartografia numerica relativa al progetto (p.es. l'uso del suolo, la rete idrografica, le infrastrutture, i confini amministrativi, la mappatura dei servizi ecosistemici, ecc.) e funge da strumento di comunicazione e condivisione di dati geo-spaziali con gli altri utenti.

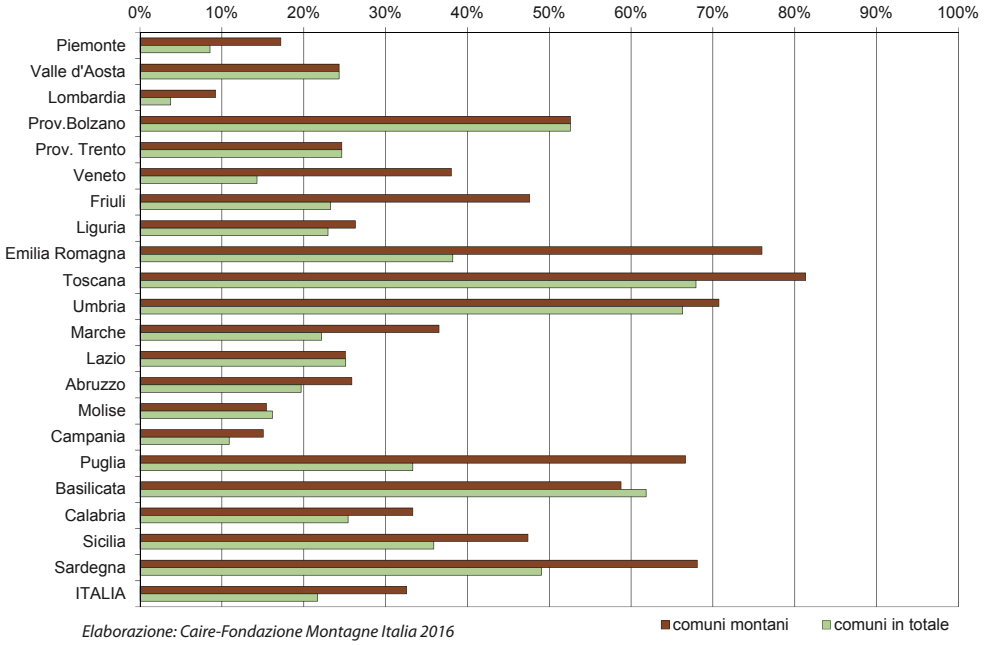
La *Piattaforma di Assistenza Virtuale del Progetto Applica MGN* è uno strumento di consultazione, messo a disposizione dal progetto LIFE+ Making Good Natura, per consentire agli utenti interessati di approcciare ed applicare la metodologia Life+ MGN per arrivare ad una quantificazione economica dei servizi ecosistemici presenti nelle proprie Aree.

TAB. B.5.1 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con offerta di servizi ecosistemici superiore a 15 milioni di euro

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	17,2%	8,5%	25,2%	15,3%	46,7%	30,3%
Valle d'Aosta	24,3%	24,3%	24,7%	24,7%	51,7%	51,7%
Lombardia	9,2%	3,8%	13,4%	5,6%	36,2%	18,1%
Prov. Aut. Bolzano	52,6%	52,6%	66,5%	66,5%	82,0%	82,0%
Prov. Aut. Trento	24,7%	24,7%	64,3%	64,3%	58,3%	58,3%
Veneto	38,0%	14,3%	47,9%	24,0%	64,8%	37,6%
Friuli Venezia Giulia	47,6%	23,3%	64,2%	26,5%	75,8%	47,5%
Liguria	26,3%	23,0%	30,4%	60,1%	52,7%	52,1%
Emilia Romagna	76,0%	38,2%	76,0%	59,9%	86,7%	65,3%
Toscana	81,3%	67,9%	87,2%	64,4%	94,6%	87,6%
Umbria	70,7%	66,3%	87,4%	88,2%	89,4%	89,1%
Marche	36,5%	22,2%	63,9%	48,4%	70,0%	56,2%
Lazio	25,1%	25,1%	42,3%	71,0%	53,2%	59,4%
Abruzzo	25,9%	19,7%	35,8%	21,0%	47,3%	41,9%
Molise	15,4%	16,2%	28,9%	27,3%	28,8%	30,9%
Campania	15,1%	10,9%	21,6%	9,0%	36,7%	31,6%
Puglia	66,7%	33,3%	92,9%	56,6%	89,3%	73,7%
Basilicata	58,8%	61,8%	75,4%	80,7%	78,4%	82,1%
Calabria	33,3%	25,4%	49,3%	46,3%	58,3%	51,6%
Sicilia	47,4%	35,9%	79,2%	64,7%	79,0%	75,0%
Sardegna	68,1%	49,1%	87,7%	76,0%	88,9%	79,5%
ITALIA	**32,6%**	**21,7%**	**41,2%**	**40,1%**	**66,9%**	**57,6%**

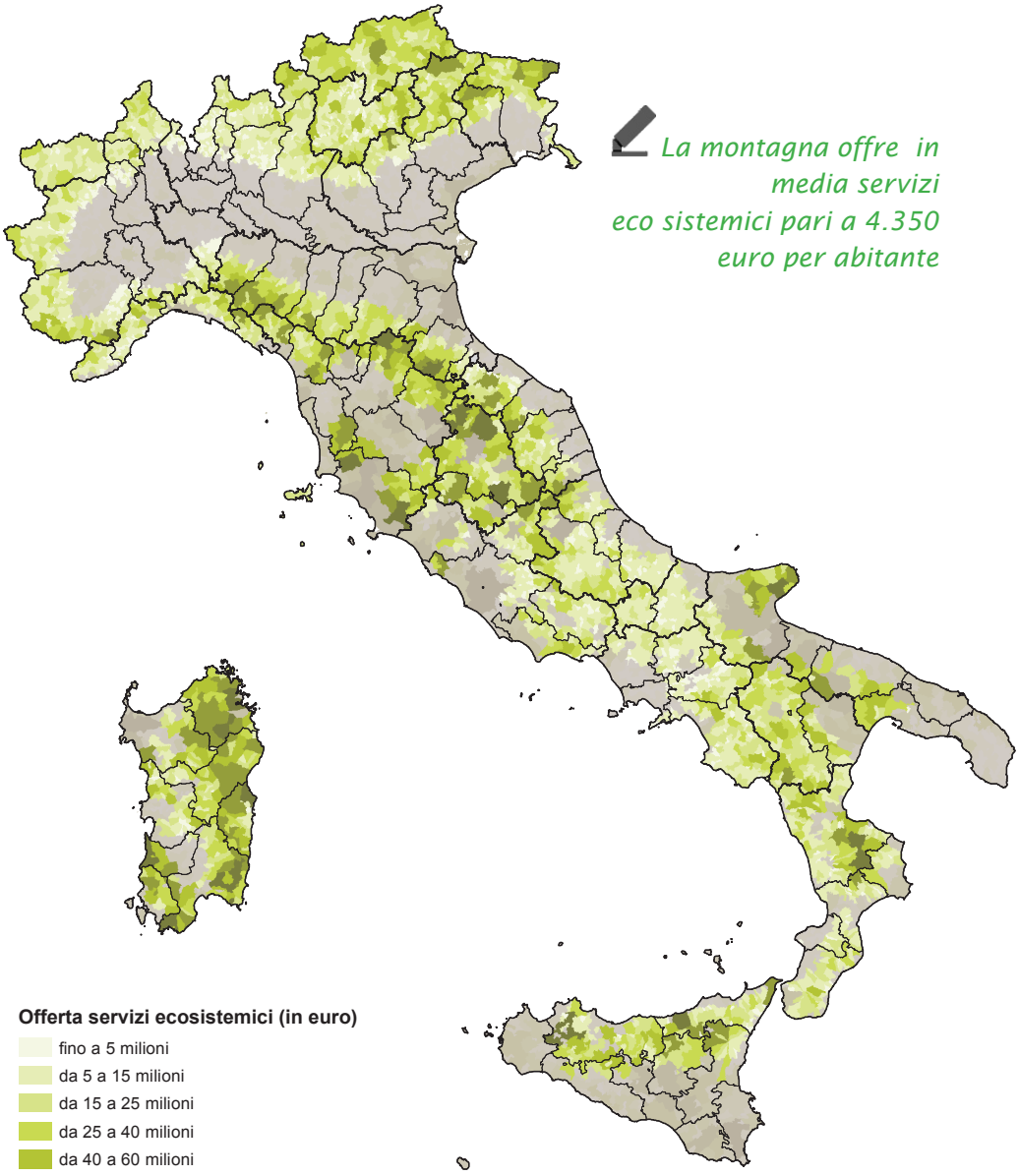
Comuni con offerta di servizi ecosistemici superiore a 15 milioni di euro



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.5.1

L'offerta di servizi ecosistemici



La montagna offre in media servizi eco sistemici pari a 4.350 euro per abitante

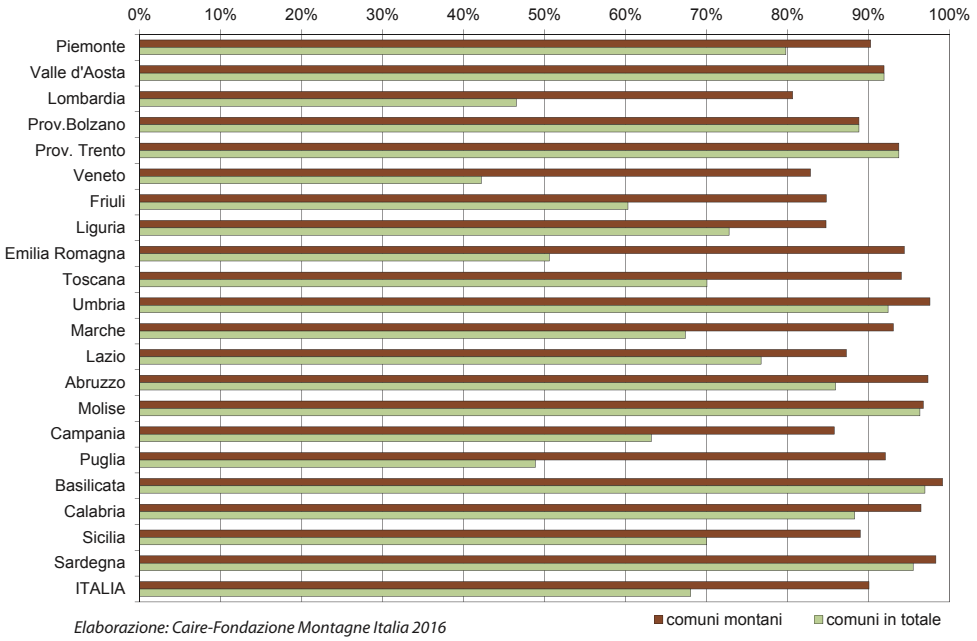
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. B.5.2 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni con rapporto domanda/offerta superiore a 1

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	90,2%	79,8%	63,8%	25,1%	94,5%	78,0%
Valle d'Aosta	91,9%	91,9%	57,5%	57,5%	96,9%	96,9%
Lombardia	80,6%	46,5%	49,8%	10,8%	88,9%	57,0%
Prov. Aut. Bolzano	88,8%	88,8%	52,3%	52,3%	94,4%	94,4%
Prov. Aut. Trento	93,7%	93,7%	54,9%	54,9%	92,9%	92,9%
Veneto	82,8%	42,2%	48,3%	14,3%	85,6%	49,3%
Friuli Venezia Giulia	84,8%	60,3%	31,1%	21,6%	91,1%	71,2%
Liguria	84,7%	72,8%	47,4%	18,9%	87,6%	76,0%
Emilia Romagna	94,4%	50,6%	82,3%	15,6%	94,8%	56,4%
Toscana	94,0%	70,0%	71,6%	26,3%	95,0%	76,0%
Umbria	97,6%	92,4%	94,1%	57,8%	98,5%	87,0%
Marche	93,0%	67,4%	84,5%	25,8%	96,1%	70,6%
Lazio	87,2%	76,7%	56,0%	15,1%	86,5%	64,6%
Abruzzo	97,3%	85,9%	82,3%	36,5%	96,4%	82,3%
Molise	96,7%	96,3%	63,8%	62,0%	95,1%	94,6%
Campania	85,8%	63,2%	67,7%	18,4%	93,5%	76,2%
Puglia	92,1%	48,8%	81,7%	29,0%	92,9%	61,2%
Basilicata	99,1%	96,9%	96,0%	72,6%	99,3%	93,2%
Calabria	96,5%	88,3%	87,2%	54,6%	97,7%	88,9%
Sicilia	89,0%	70,0%	36,0%	31,2%	92,8%	76,3%
Sardegna	98,3%	95,5%	85,7%	66,8%	98,6%	95,0%
ITALIA	**90,0%**	**68,0%**	**63,1%**	**24,2%**	**94,1%**	**74,3%**

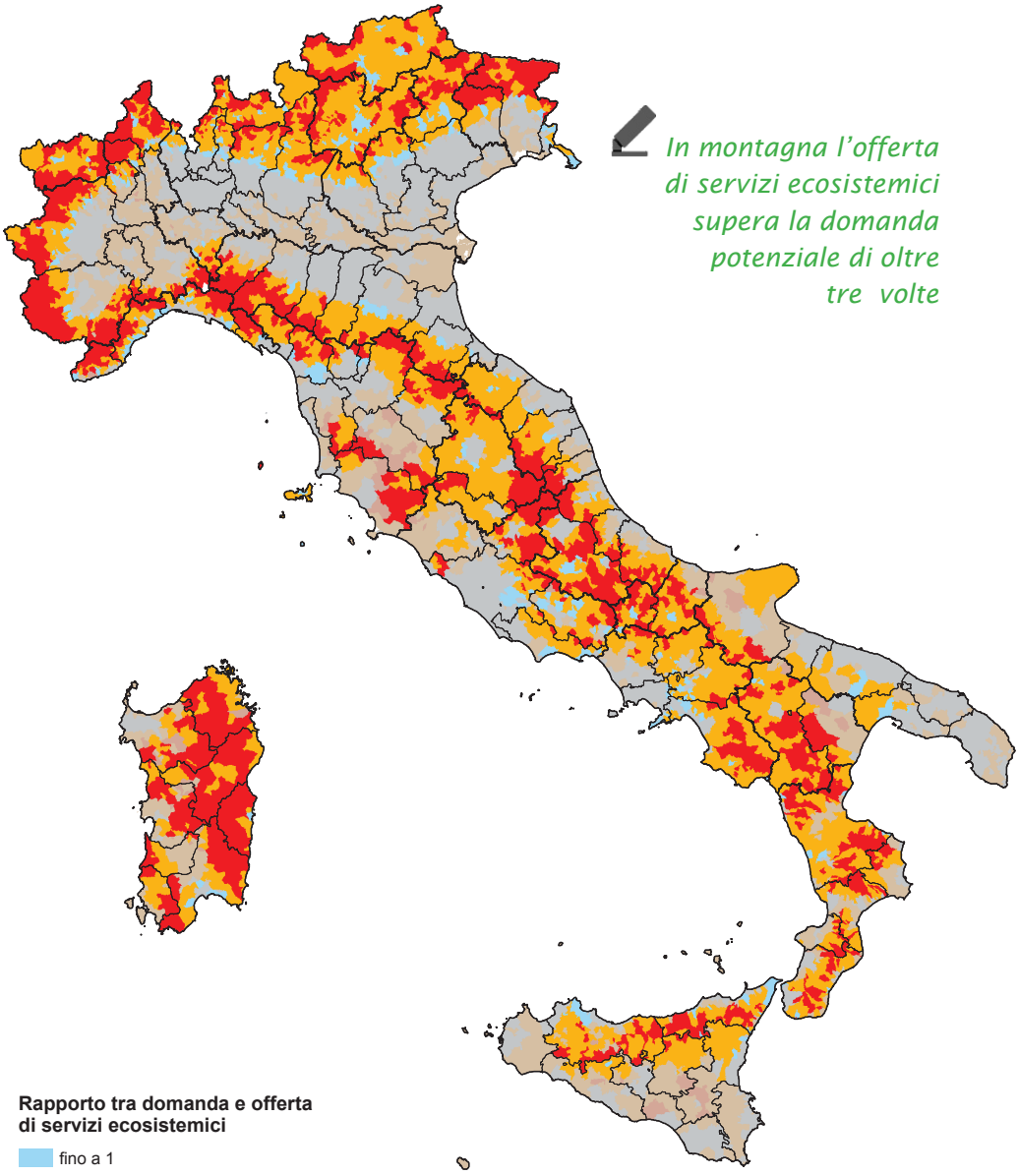
Comuni con rapporto domanda/offerta superiore a 1



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. B.5.2

Il rapporto tra offerta e domanda (potenziale) di servizi ecosistemici



In montagna l'offerta di servizi ecosistemici supera la domanda potenziale di oltre tre volte

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

C.1 I borghi e le Comunità

1 La densità dei borghi

2 I borghi "delle seconde case"

3 I borghi "dello spopolamento"

4 I borghi "storici"

5 I borghi "attivi"

6 I borghi "della residenza di pregio"

7 I borghi "con deficit di manutenzione"

Approfondimenti:

• ART BONUS

C.2 Le Comunità e la *Governance*

1 L'evoluzione della *governance*: le fusioni di Comuni

2 L'evoluzione della *governace*: le Unioni di Comuni

Approfondimenti:

• WELFARE MAIL: Ecco fatto!

Il borgo di Serra San Quirico (AN) *(foto di Omar Baldin - CAIRE CONSORZIO)*

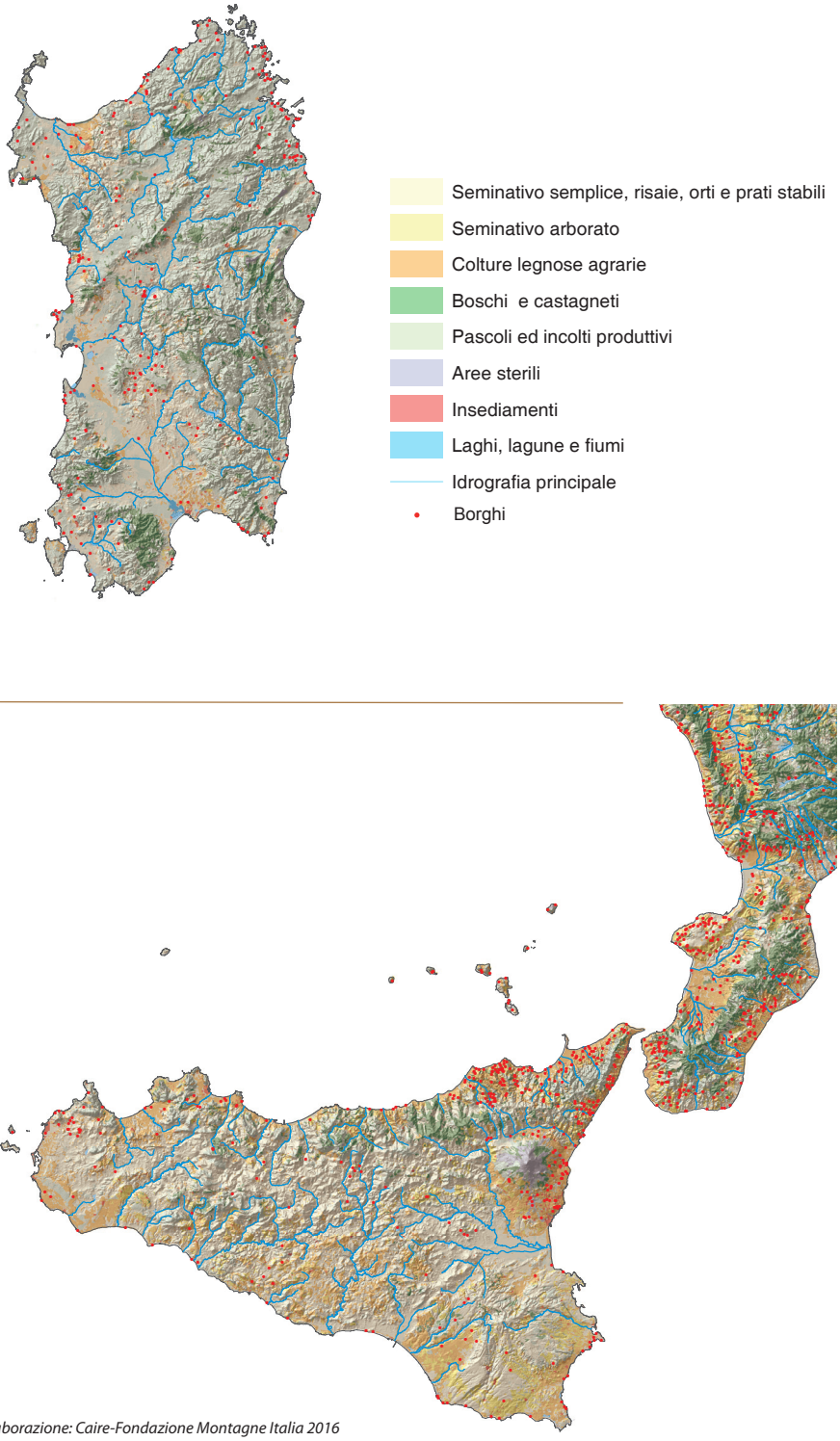
LA MONTAGNA DELLE COMUNITA'

C

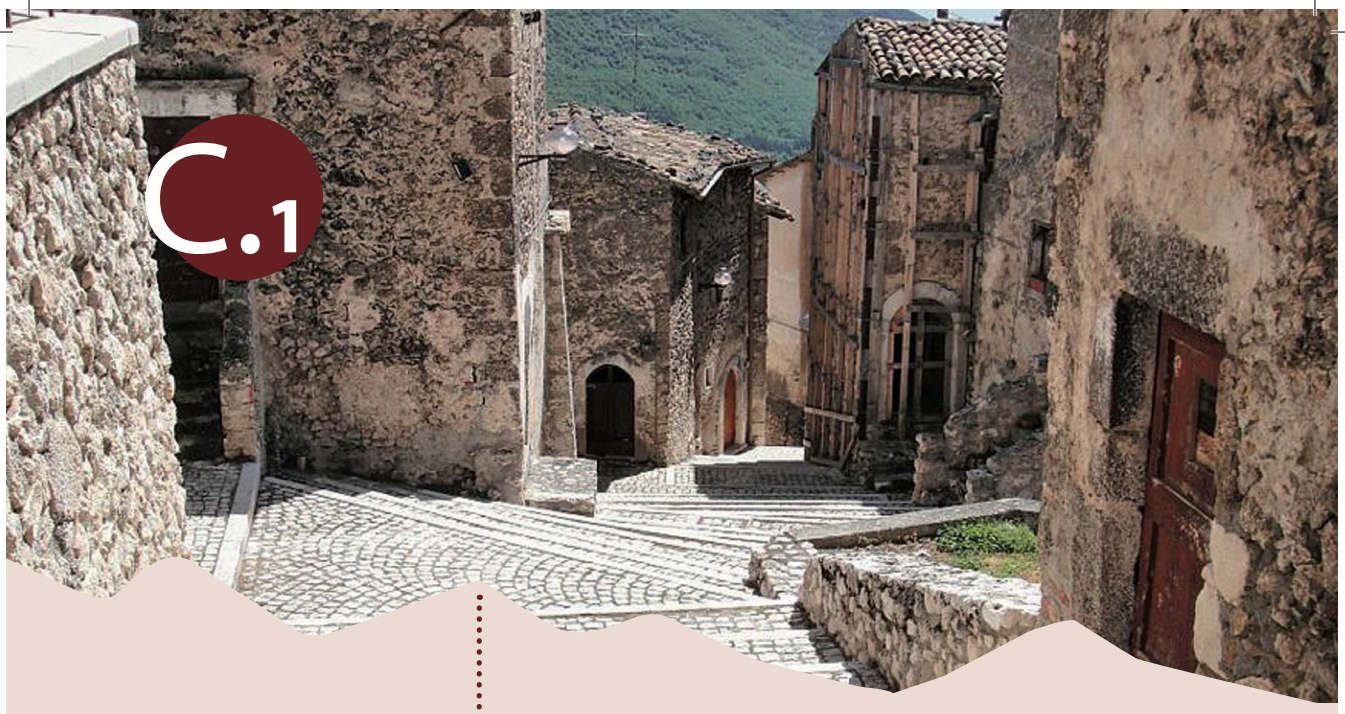
Le comunità

La comunità di piccole dimensioni, il borgo, è la forma tipica dell'insediamento umano nelle aree di montagna. Una presenza assieme distribuita e diluita sul territorio per presidiare il rapporto con le risorse primarie e al tempo stesso agglomerata, per fare fronte alle difficoltà dell'ambiente fisico.
Il panorama nazionale è contrassegnato dalla presenza di oltre 13mila borghi, centri di modesta entità demografica ma con un minimo di organizzazione sociale, che per oltre 12mila casi sono centri frazionali non sede di comune.
La loro rappresentazione su una carta della geografia fisica della nazione rende ben conto del rilievo che queste comunità "elementari" presentano nelle realtà montane. E dell'importanza di non perderne la presenza e il significato.

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016



C.1

I borghi e le Comunità

La comunità di piccole dimensioni, il borgo, è la forma tipica dell'insediamento umano nelle aree di montagna. Una presenza distribuita e diluita sul territorio per presidiare il rapporto con le risorse primarie e al tempo stesso agglomerata, per fare fronte alle difficoltà dell'ambiente fisico.

In montagna, più che in ogni altro luogo di insediamento rurale la nozione di prossimità (il vicinato/*neighborhood*) definisce il contesto comunitario naturale facendolo coincidere con un contesto fisico determinato con convincente definizione ed univocità.

Ai borghi può e deve rivolgersi prioritariamente una rinnovata attenzione della società contemporanea al territorio montano come luogo interessante per riproporre occasioni di abitazione ed insediamento permanente o semi permanente, in contesti di marcata caratterizzazione e valore ambientale ma anche di riconoscibile (e riproducibile) vivibilità sociale.

Il borgo ospita la comunità e la definisce. In questa sua espressione elementare il borgo rurale (e quello di montagna in particolare) si raccoglie (e si riconosce) attorno ad una presenza di servizi elementare ma irrinunciabile.

La presenza di una chiesa parrocchiale e/o di un cimitero erano il tratto distintivo del riconoscimento dei centri

abitati nella definizione del primo censimento post-bellico della popolazione nel 1951 e la definizione più recente di centro non troppo si discosta da questa quando fa riferimento al centro abitato come "*Aggregato di case contigue o vicine con interposte strade, piazze e simili, o comunque brevi soluzioni di continuità caratterizzato dall'esistenza di servizi od esercizi pubblici (scuola, ufficio pubblico, farmacia, negozio o simili) che costituiscono una forma autonoma di vita sociale e, generalmente, anche un luogo di raccolta per gli abitanti delle zone limitrofe in modo da manifestare l'esistenza di una forma di vita sociale coordinata dal centro stesso*."

Se questa definizione serve a delimitare "verso il basso" il campo dei borghi circoscrivendolo a quelli che esercitano o hanno esercitato (e potrebbero tornare ad esercitare) una qualche forma di organizzazione territoriale, importante è anche cercare di delimitare "verso l'alto" questo aggregato per circoscrivere il campo nei confronti di presenze più strutturate e complesse che richiedono attenzioni diverse e possono contare su risorse maggiori.

Soccorre a questa esigenza la dimensione demografica che definisce con buona approssimazione il livello di complessità che differenzia un organismo comunitario elementare da presenze più articolate che cominciano a presentare qualche tratto di organizzazione urbana.

Immediata è dunque la determinazione geografica dei borghi se si prende in considerazione come campo di interesse l'insieme dei centri abitati la cui popolazione residente (al 2011) è inferiore alle 1.000 unità e che non costituiscono capoluogo di comune includendo poi nel campo di attenzione anche quei centri capoluogo che non superino i 500 residenti (che per ragioni istituzionali presentano comunque una dotazione funzionale rafforzata rispetto alla propria stretta dimensione demografica).

Il panorama nazionale è contrassegnato dalla presenza di oltre 13mila centri di modesta entità demografica, che per oltre 12mila casi sono centri frazionali non sede di comune; per quasi 1.800 casi questi centri sono anche capoluoghi di minima dimensione e rappresentano oltre il 22% dei comuni italiani); le aree montane contribuiscono in misura assai elevata a questa distribuzione: quasi il 50% dei centri non capoluogo e quasi il 75% dei capoluoghi comunali di minime dimensioni.

Si tratta di una trama diffusa che per quasi metà del territorio montano nazionale supera la densità di 5 borghi per 100 chilometri quadrati o, che è equivalente, una dotazione di 2.000 ettari per ciascun borgo.

Naturalmente diffusione non significa uniformità e nella presenza del fenomeno sono riconoscibili tratti geografici distintivi (vedi Tav. C.1.1) tra l'arco alpino e quello appenninico, tra le regioni centro-settentrionali e quelle meridionali, come pure tra le due isole maggiori.

La densità più marcata è quella che si realizza nelle realtà dell'Appennino nord

occidentale, tra Liguria, Toscana ed Emilia. All'opposto le regioni meridionali mostrano un insediamento minore più rado, in modo ancor più accentuato in regioni come Puglia e Basilicata.

Ancor di più sono riconoscibili differenze marcate se passiamo da una semplice registrazione della presenza ad una caratterizzazione funzionale dei diversi centri che ne consideri i caratteri insediativi e, insieme gli indicatori sociali ed economici che descrivono i ruoli territoriali e le dinamiche, dall'abbandono, alla manutenzione alla rifunzionalizzazione che questo patrimonio ha conosciuto nei tempi più recenti.

Vediamo allora quali indicatori ci consente di identificare la più ampia informazione attingibile che è quella dei micro-dati per sezione di censimento, unità elementare della rilevazione censuaria.

1. gli indicatori di accessibilità (e della sua evoluzione nel tempo) rappresentano in qualche misura il punto di partenza obbligato, quello che discrimina in qualche misura il contesto in cui operano le realtà comunitarie;
2. la struttura demografica è sicuramente un parametro significativo per cogliere sotto il profilo delle criticità il livello di frammentazione sociale e di riduzione della capacità di iniziativa degli agenti, condizione di innesco della innovazione nella fisiologia evolutiva di tessuti di relazioni comunitarie. Gli indicatori di struttura famigliare operano nella stessa direzione;
3. il funzionamento del mercato del lavoro è un secondo fronte di attenzione, per cogliere da un lato le possibili riserve di capitale umano mobilizzabili, dall'altro per leggere le relazioni di breve medio raggio che possono integrare l'operatività locale; questione che porta subito l'analisi a doversi occupare anche delle condizioni del mercato del lavoro ad una scala non solo micro;
4. la consistenza e i caratteri qualitativi del patrimonio edilizio abitativo configurano un'altra dimensione di interesse, sia sul fronte della testimonianza delle relazioni "di appartenenza" espresse da soggetti diversi dalla popolazione residente e della loro qualità che su quello della disponibilità di un patrimonio (anche pubblico) agibile per ospitare nuove funzioni e nuove attività;
5. quarto fronte quello della consistenza e caratterizzazione della trama di attività produttive la cui fragilità (e il cui decadimento nel tempo) è il segnale forse più rilevante per considerare lo stato di "necessità" di una nuova iniziativa comunitaria.

La combinazione di queste famiglie di indicatori, utilizzando tecniche di analisi statistica multivariata, consente di proporre alcuni profili interpretativi del diverso ruolo ed evoluzione che i borghi montani hanno conosciuto nel volgere degli ultimi decenni. Ciò al fine di leggerne anche le potenzialità in termini di possibilità concreta di dare attuazione a politiche di rafforzamento della presenza umana in

montagna che vogliano far leva innanzitutto sull'utilizzo del patrimonio edilizio ed urbanistico esistente e sul deposito di valori comunitari e di ospitalità.

L'analisi condotta sugli aggregati di sezioni censuarie corrispondenti alle singole località abitate classificate come centri e rientranti nelle soglie dimensionali sopra descritte ha portato ad una caratterizzazione di sei gruppi fortemente caratterizzati.

Il gruppo 1 "delle seconde case" (vedi Tav. C.1.2) individua località scarsamente abitate ma ben manutenute. Hanno il 52% di edifici in ottimo stato, pochi edifici non residenziali, ma tantissime abitazioni non occupate (il 75%). I residenti sono detentori di un elevato livello di istruzione. Valle d'Aosta, Puglia e Sardegna sono le regioni con la presenza maggiore di località di questo gruppo.

Il gruppo 2 "dello spopolamento" (vedi Tav. C.1.3) raggruppa centri caratterizzati da un indice di vecchiaia elevatissimo, pochi stranieri e tanti nuclei famigliari di un solo componente. Anche qua ci sono tantissime abitazioni vuote. Liguria, Abruzzo e Molise sono le regioni con le percentuali maggiori sul totale regionale di località.

Il gruppo 3 "dei beni culturali" (vedi Tav. C.1.4) raggruppa località fortemente caratterizzate dal prevalere di edifici storici, edificati prima del 1919. La presenza di stranieri è rilevante, il livello di istruzione elevato. Piemonte, Toscana e Liguria sono le regioni più presenti.

Il gruppo 4 "delle località attive" (vedi Tav. C.1.5) raggruppa località presidiate da una popolazione fortemente inserita in un tessuto economico e sociale di una certa vivacità: Poche abitazioni vuote, immigrazione attiva, pochi nuclei da un componente e indice di vecchiaia ridotto, pendolarismo elevato, così come elevata è la densità abitativa. Lombardia, Trentino, Umbria e Valle d'Aosta sono le regioni con l'incidenza più elevata.

Il gruppo 5 "del pregio abitativo" (vedi Tav. C.1.6) individua località con condizioni abitative e caratteri sociali che segnalano un certo livello di benessere. 2/3 delle abitazioni di proprietà, poche abitazioni vuote, superficie delle abitazioni largamente sopra la media, pochi nuclei famigliari di un solo componente. Altissime percentuali si registrano per questo gruppo in regioni come il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia.

Il gruppo 6 "del deficit di manutenzione" (vedi Tav. C.1.7) raccoglie località che segnalano qualche tratto di obsolescenza. Elevata percentuale di edifici che necessitano di riqualificazione e elevata incidenza di edifici costruiti tra il 1946 e il 1960. Elevata disoccupazione e alta presenza di edifici non residenziali. Basilicata, Calabria e Sicilia sono le regioni con la rappresentanza maggiore, e in generale tutte le regioni del sud hanno incidenze elevate in questo gruppo.

ART BONUS

Che cos'e l'Art Bonus

Con il D.L. 31.5.2014, n. 83, "*Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo*", convertito con modificazioni in Legge n. 106 del 29/07/2014 e s.m.i., è stato introdotto un credito d'imposta per le erogazioni liberali in denaro a sostegno della cultura e dello spettacolo, *il c.d. Art bonus*, quale sostegno del mecenatismo a favore del patrimonio culturale. Chi effettua erogazioni liberali in denaro per il sostegno della cultura, potrà godere di importanti benefici fiscali sotto forma di credito di imposta. Inizialmente il decreto-legge introduceva un regime fiscale agevolato di natura temporanea; la legge di stabilità 2016 del 28 dicembre 2015, n. 208 ha stabilizzato e reso permanente l'Art Bonus, agevolazione fiscale al 65%. Le erogazioni liberali possono essere elargite esclusivamente in favore del patrimonio di proprietà pubblica e devono essere riferite ad interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici; al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica (es. musei, biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici, complessi monumentali) delle fondazioni lirico - sinfoniche e dei teatri di tradizione; alla realizzazione di nuove strutture, restauro e potenziamento di quelle esistenti, di enti o istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo. A supporto delle attività di promozione ed incremento delle erogazioni liberali in favore dei beni e delle attività culturali e per la gestione del portale "Art Bonus", il Mibact ha incaricato la società Ales S.p.A., società in house a capitale totalmente pubblico (www. artbonus.org).

L'Art bonus nasce dunque, non solo quale strumento di agevolazione fiscale volto a favorire la conservazione del patrimonio culturale italiano, ma anche quale strumento di educazione e di sensibilizzazione dei cittadini verso il patrimonio identitario dei luoghi, quale bene che identifica la storia e l'evoluzione di un territorio. Tutelare questo patrimonio, valorizzandolo, significa tutelare, conservare e valorizzare anche la nostra identità per poi trasmetterla alle generazioni future; anzi, molto di più: è garantire al mondo la perpetuazione di una risorsa cruciale il cui destino è anche nelle nostre mani.

Il supporto ai Comuni

La Fondazione Montagne Italia (di seguito FMI), seguendo le disposizioni del Decreto Art Bonus, propone ai territori montani e delle Aree Interne un percorso di assistenza teso a sostenere percorsi progettuali di sostenibilità ai patrimoni identitari dei singoli territori. Rappresenta dunque un'opportunità per le comunità locali interne e montane definire percorsi progettuali che sappiano riconoscere nei beni pubblici culturali una risorsa da tutelare, conservare e valorizzare, al fine di definire nuovi percorsi di sviluppo che sappiano mettere la cultura al centro della crescita. Il patrimonio culturale deve oggi essere percepito come l'insieme delle risorse materiali ed immateriali (musei, monumenti, aree archeologiche, biblioteche, paesaggio naturale, ecc..) che nel territorio definiscono il patrimonio identitario di quel luogo. Riscoprire l'identità dei luoghi, la loro storia, l'evoluzione avuta nei secoli, consente di riappropriarsi del proprio passato e di stimolare nei cittadini il senso di appartenenza ai luoghi dove vivono.

Questo tema è il principio sul quale è costruita la comunicazione per l'Art bonus, e viene proposto al grande pubblico italiano in modo che l'appello al mecenatismo non sia sostenuto solo da un criterio di vantaggio fiscale – di cui peraltro si informa puntualmente – ma abbia una motivazione, anche educativa, più profonda e ampia. Si preferisce sollecitare simultaneamente emozioni sociali forti come il senso di appartenenza al patrimonio identitario di un luogo, l'orgoglio, la cura: perché ascoltando questo appello i cittadini, privati o imprenditori che siano, avvertano e riconoscano il proprio territorio culturale e lo tutelino. In questa direzione, la FMI sta proponendo ai suoi territori di selezionare un bene pubblico culturale al quale destinare la campagna "Art Bonus"; i cittadini del luogo e non solo potranno "adottare" il bene individuato ed attraverso i loro contributi economici contribuire al raggiungimento della finalità proposta, godendo delle agevolazioni fiscali introdotte dal Decreto Art Bonus. La proposta dunque tende a creare un link importante tra il territorio ed il patrimonio identitario che lo caratterizza, nel tentativo di restituire alla cittadinanza risorse culturali non più fruibili, o quelle già fruite, ma che necessitano di manutenzione o ancora, risorse culturali che vogliono essere proposte al grande pubblico sotto una veste rinnovata. Proporre al territorio di "adottare" un bene culturale significa inoltre, non solo restituire ai luoghi risorse del passato, ma stimolare nella popolazione quel senso di affezione e di tutela verso patrimoni che appartengono alla loro storia.

Le esperienze

Il Comune di Massa Marittima è tra le realtà pioniere che in sinergia con la FMI ha avviato lo scorso aprile una Campagna Art Bonus a favore dell'*Affresco dell'Albero della Fecondità* ubicato presso il Monumento delle Fonti dell'Abbondanza.

Il bene individuato dall'Amministrazione Comunale rappresenta una risorsa culturale di pregio nazionale, testimone del valore identitario del territorio di Massa Marittima ed un importante vettore in termini di valorizzazione turistica e conseguentemente volano economico per la comunità locale. Per questo il Comune ha predisposto un progetto preliminare suddiviso in fasi di intervento, del valore complessivo di 323.000 Euro, che auspica raccogliere attraverso le donazioni dirette di cittadini ed imprese che potranno contribuire a riqualificare il bene e contemporaneamente beneficiare delle detrazioni fiscali previste dal Decreto Art Bonus. La modulazione in fasi di intervento consente all'Amministrazione di Massa Marittima di promuovere una raccolta fondi che qualora non risultasse esaustiva e capace di coprire l'intero costo dell'opera, sarà comunque idonea a procedere con le singole fasi ottimizzando le erogazioni liberali ricevute.

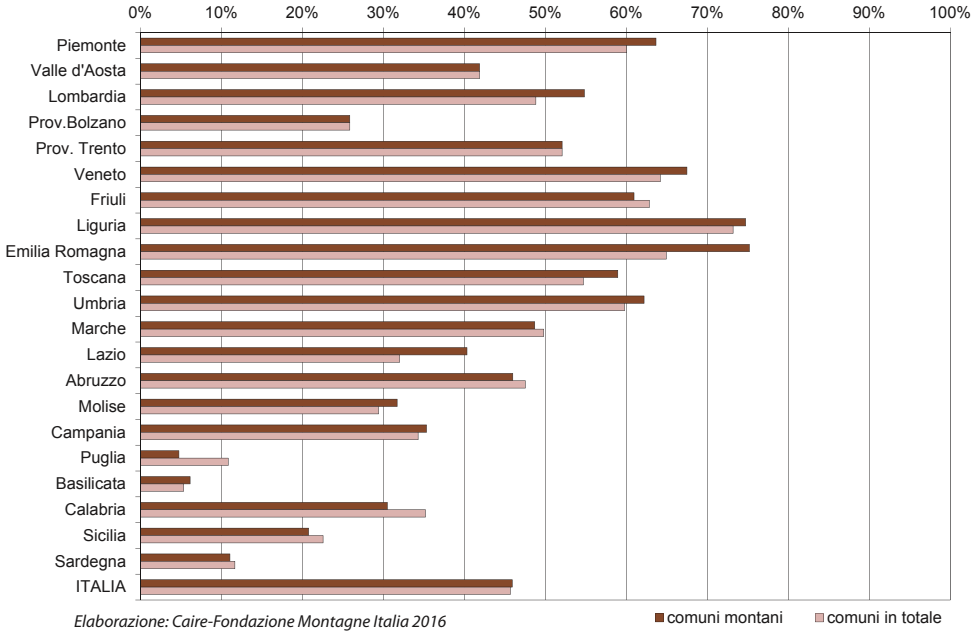
Il Comune di Massa Marittima in stretta collaborazione con la FMI, al fine di favorire la raccolta fondi ha promosso delle iniziative locali tese a sensibilizzare i potenziali piccoli e grandi "mecenati" e stimolare nella popolazione locale quel senso di appartenenza e riconoscimento verso i beni culturali presenti nella loro città. Tra queste, la promozione di un questionario, rivolto alle scuole ed alla popolazione locale, attraverso il quale si vuole conoscere il grado di affezione della città verso il patrimonio culturale esistente, il livello di conoscenza e partecipazione all'offerta culturale della città nonché il grado di percezione che i cittadini hanno verso l'Affresco della Fecondità oggetto della Campagna Art Bonus. Parallelamente al sondaggio avviato si stanno promuovendo iniziative locali tese a richiamare l'attenzione di imprenditori locali e non solo, possibili mecenati dell'Affresco dell'Albero della Fecondità. Da segnalare, l'iniziativa promossa da un'imprenditrice locale che ha voluto fare dell'Affresco della Fecondità la sua lista di nozze convogliando tutti gli ospiti a donare a favore di un bene che per lei rappresenta l'identità e la storia della sua terra. Accanto e spinti dall'esperienza di Massa Marittima, altri comuni montani si stanno attivando nella promozione di una Campagna Art Bonus; tra questi il Comune di Casteldelci, il Comune di Pescia ed il Comune di Abadia San Salvatore.

TAB. C.1.1 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni con densità di borghi superiore a 5 per 100 kmq

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	63,7%	60,0%	55,4%	39,3%	42,6%	46,2%
Valle d'Aosta	41,9%	41,9%	50,9%	50,9%	20,8%	20,8%
Lombardia	54,8%	48,8%	48,1%	37,5%	44,0%	47,3%
Prov. Aut. Bolzano	25,9%	25,9%	19,4%	19,4%	12,0%	12,0%
Prov. Aut. Trento	52,1%	52,1%	52,2%	52,2%	37,9%	37,9%
Veneto	67,5%	64,2%	74,9%	56,5%	56,2%	55,5%
Friuli Venezia Giulia	61,0%	62,8%	74,9%	58,7%	45,0%	50,5%
Liguria	74,7%	73,2%	68,8%	43,3%	69,9%	66,7%
Emilia Romagna	75,2%	64,9%	70,9%	58,4%	67,2%	63,7%
Toscana	59,0%	54,7%	51,8%	51,8%	45,2%	42,6%
Umbria	62,2%	59,8%	68,3%	77,8%	62,7%	66,1%
Marche	48,7%	49,8%	46,7%	49,6%	48,9%	49,0%
Lazio	40,3%	32,0%	23,7%	8,4%	30,3%	20,0%
Abruzzo	46,0%	47,5%	35,2%	41,2%	39,7%	44,5%
Molise	31,7%	29,4%	15,5%	11,8%	20,4%	17,6%
Campania	35,3%	34,3%	41,7%	26,9%	27,7%	28,7%
Puglia	4,8%	10,9%	1,0%	5,3%	0,6%	4,5%
Basilicata	6,1%	5,3%	7,9%	4,5%	5,5%	4,1%
Calabria	30,5%	35,2%	29,4%	42,1%	23,4%	26,9%
Sicilia	20,8%	22,6%	24,1%	18,5%	9,9%	8,2%
Sardegna	11,1%	11,7%	2,3%	2,7%	2,3%	2,9%
ITALIA	**45,9%**	**45,7%**	**39,2%**	**34,3%**	**31,9%**	**33,2%**

Comuni con densità di borghi superiore a 5 per 100 kmq

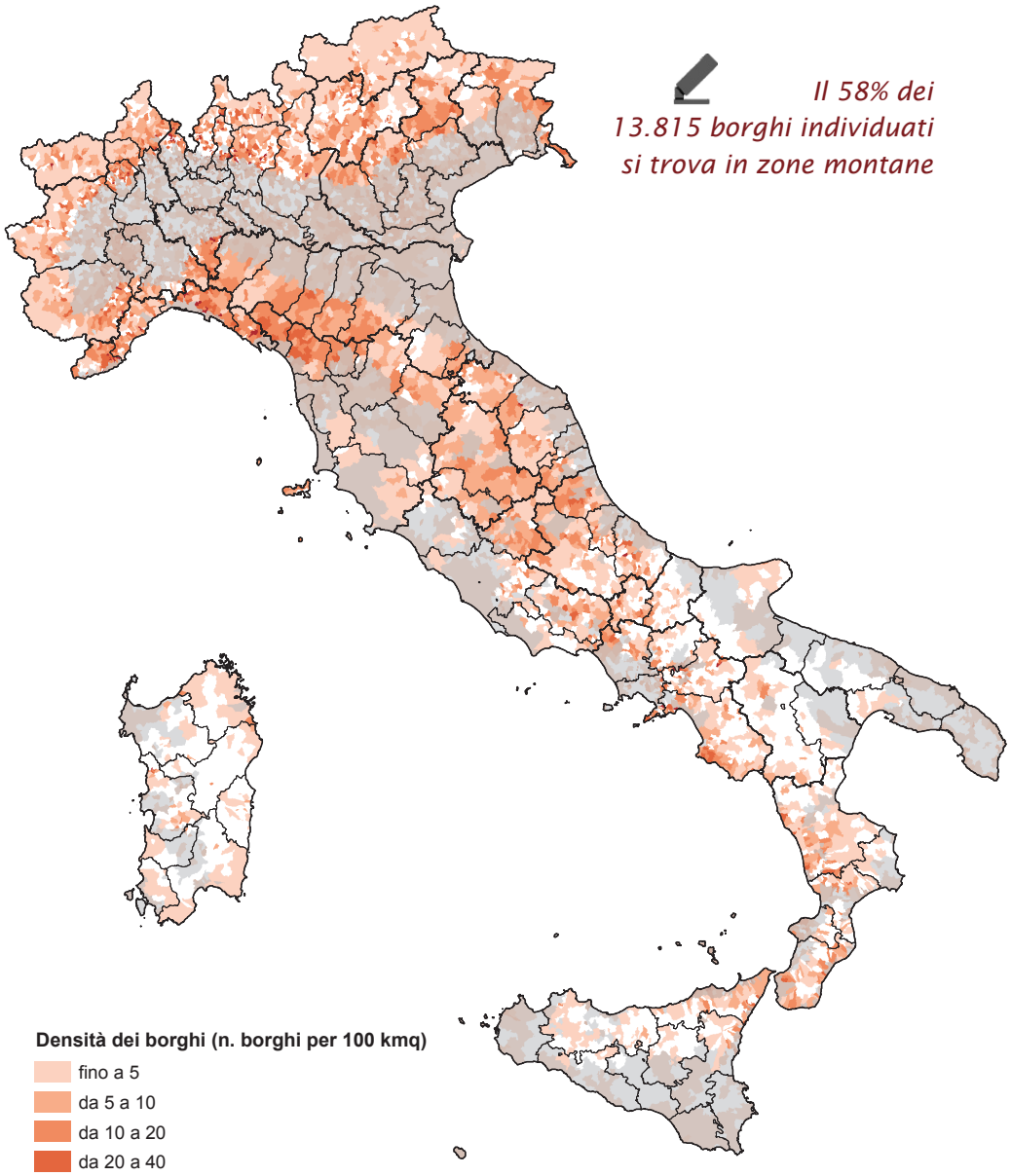


Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.1

La densità dei borghi

Il 58% dei 13.815 borghi individuati si trova in zone montane



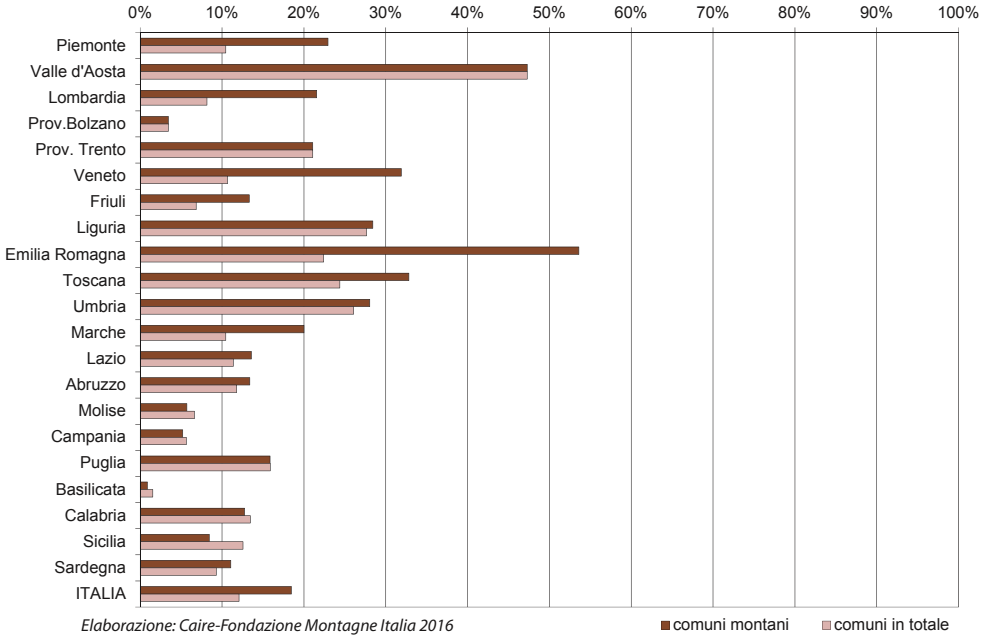
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.2 le regioni e le montagne in cifre

Comuni in cui figurano borghi classficati come "seconde case"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	22,9%	10,4%	16,1%	2,9%	42,2%	22,8%
Valle d'Aosta	47,3%	47,3%	25,7%	25,7%	64,9%	64,9%
Lombardia	21,6%	8,2%	12,9%	2,2%	34,2%	15,4%
Prov. Aut. Bolzano	3,4%	3,4%	3,1%	3,1%	6,0%	6,0%
Prov. Aut. Trento	21,1%	21,1%	37,3%	37,3%	34,7%	34,7%
Veneto	31,9%	10,7%	23,9%	5,8%	40,4%	18,4%
Friuli Venezia Giulia	13,3%	6,8%	4,5%	2,5%	22,0%	14,8%
Liguria	28,4%	27,7%	23,2%	13,0%	36,2%	33,0%
Emilia Romagna	53,6%	22,4%	48,1%	12,5%	55,2%	30,1%
Toscana	32,8%	24,4%	23,9%	25,1%	34,0%	32,1%
Umbria	28,0%	26,1%	34,4%	32,5%	43,4%	40,4%
Marche	20,0%	10,5%	20,6%	5,5%	30,0%	18,6%
Lazio	13,6%	11,4%	6,2%	5,5%	16,5%	17,7%
Abruzzo	13,4%	11,8%	7,7%	11,0%	18,6%	20,4%
Molise	5,7%	6,6%	1,8%	14,4%	4,5%	6,8%
Campania	5,2%	5,6%	7,6%	8,7%	6,4%	9,6%
Puglia	15,9%	15,9%	21,0%	18,7%	15,6%	17,3%
Basilicata	0,9%	1,5%	1,6%	3,1%	1,3%	2,3%
Calabria	12,8%	13,4%	16,5%	22,1%	16,9%	18,2%
Sicilia	8,4%	12,6%	23,1%	24,2%	13,3%	21,3%
Sardegna	11,1%	9,3%	28,7%	27,2%	16,7%	17,1%
ITALIA	**18,5%**	**12,1%**	**18,1%**	**11,4%**	**25,4%**	**20,8%**

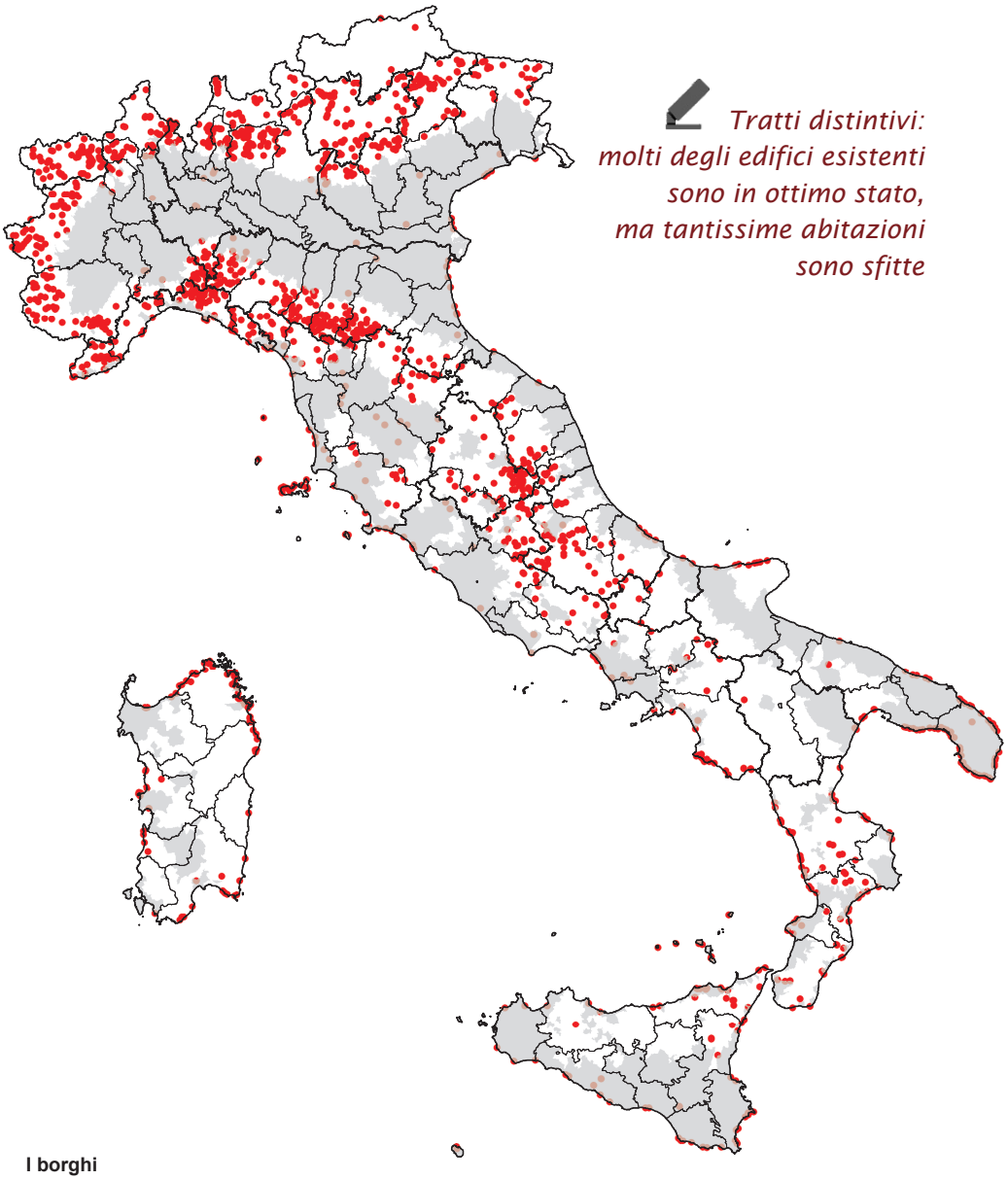
Comuni in cui figurano borghi classficati come "seconde case"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.2

I borghi "delle seconde case"



Tratti distintivi: molti degli edifici esistenti sono in ottimo stato, ma tantissime abitazioni sono sfitte

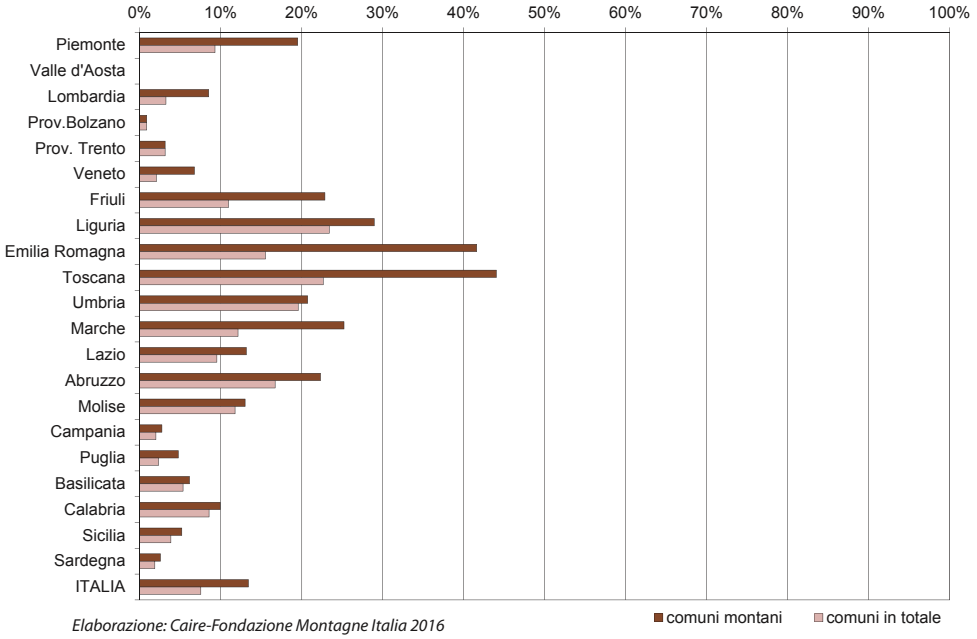
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.3 le regioni e le montagne in cifre 2017 2030

Comuni in cui figurano borghi classficati "dello spopolamento"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	19,5%	9,3%	10,2%	4,4%	31,9%	18,4%
Valle d'Aosta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lombardia	8,5%	3,2%	6,6%	1,4%	12,0%	5,7%
Prov. Aut. Bolzano	0,9%	0,9%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%
Prov. Aut. Trento	3,1%	3,1%	1,7%	1,7%	5,5%	5,5%
Veneto	6,7%	2,1%	2,3%	0,4%	8,0%	2,9%
Friuli Venezia Giulia	22,9%	11,0%	6,8%	2,7%	27,0%	16,4%
Liguria	28,9%	23,4%	12,3%	3,8%	44,9%	37,9%
Emilia Romagna	41,6%	15,5%	30,6%	3,2%	44,6%	19,0%
Toscana	44,0%	22,6%	46,1%	12,7%	50,7%	28,8%
Umbria	20,7%	19,6%	24,4%	20,6%	31,9%	31,0%
Marche	25,2%	12,1%	34,0%	7,4%	42,0%	25,7%
Lazio	13,2%	9,5%	3,3%	1,5%	16,6%	10,2%
Abruzzo	22,3%	16,7%	15,9%	9,2%	26,2%	21,4%
Molise	13,0%	11,8%	8,5%	6,4%	12,2%	10,3%
Campania	2,7%	2,0%	1,5%	0,7%	3,4%	3,7%
Puglia	4,8%	2,3%	1,3%	5,3%	6,0%	4,0%
Basilicata	6,1%	5,3%	8,7%	5,0%	8,3%	6,2%
Calabria	9,9%	8,6%	11,3%	19,1%	12,9%	12,8%
Sicilia	5,2%	3,8%	15,2%	7,1%	5,1%	2,8%
Sardegna	2,6%	1,9%	10,7%	5,9%	5,5%	4,7%
ITALIA	**13,4%**	**7,5%**	**11,4%**	**4,5%**	**18,7%**	**12,1%**

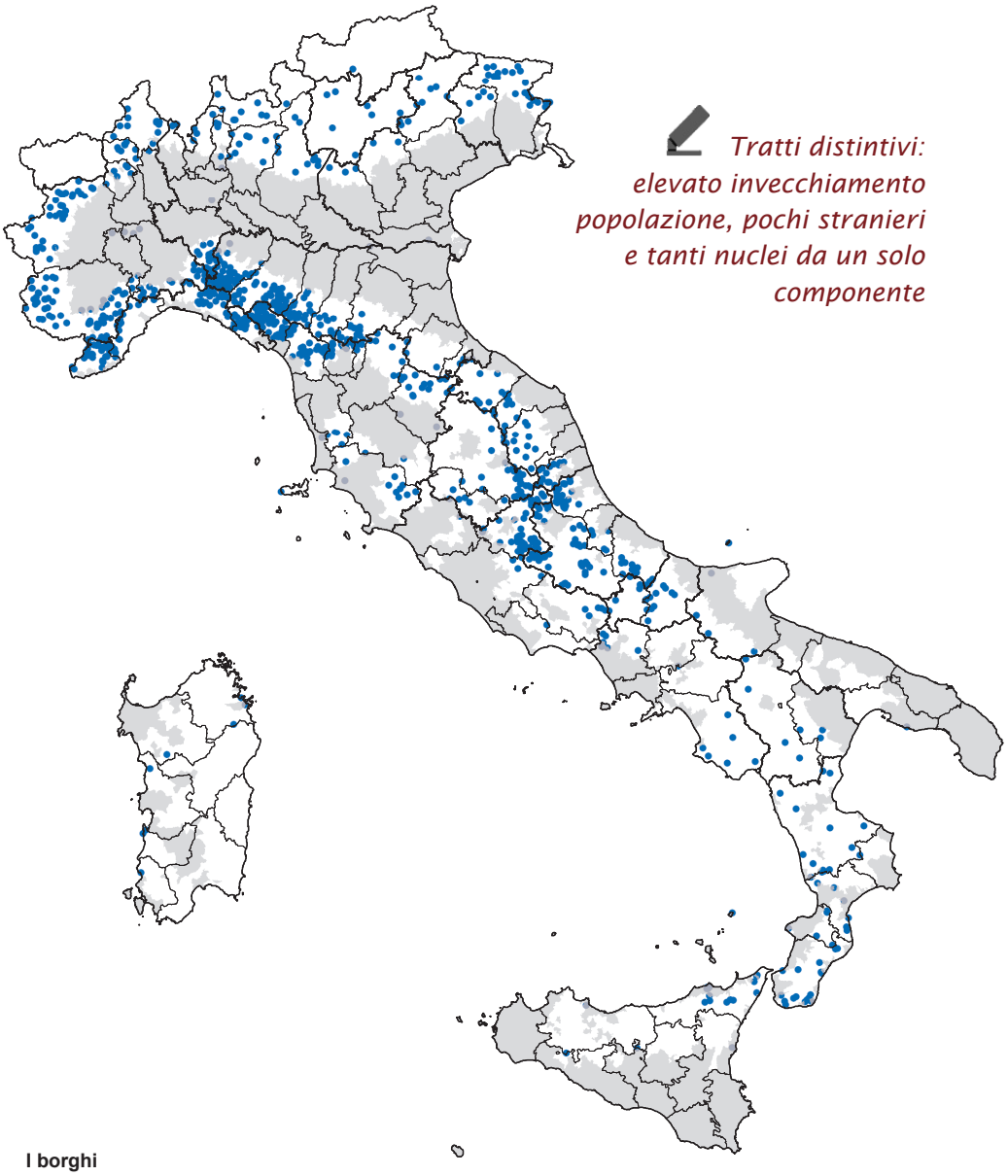
Comuni in cui figurano borghi classficati "dello spopolamento"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.3

I borghi "dello spopolamento"



Tratti distintivi: elevato invecchiamento popolazione, pochi stranieri e tanti nuclei da un solo componente

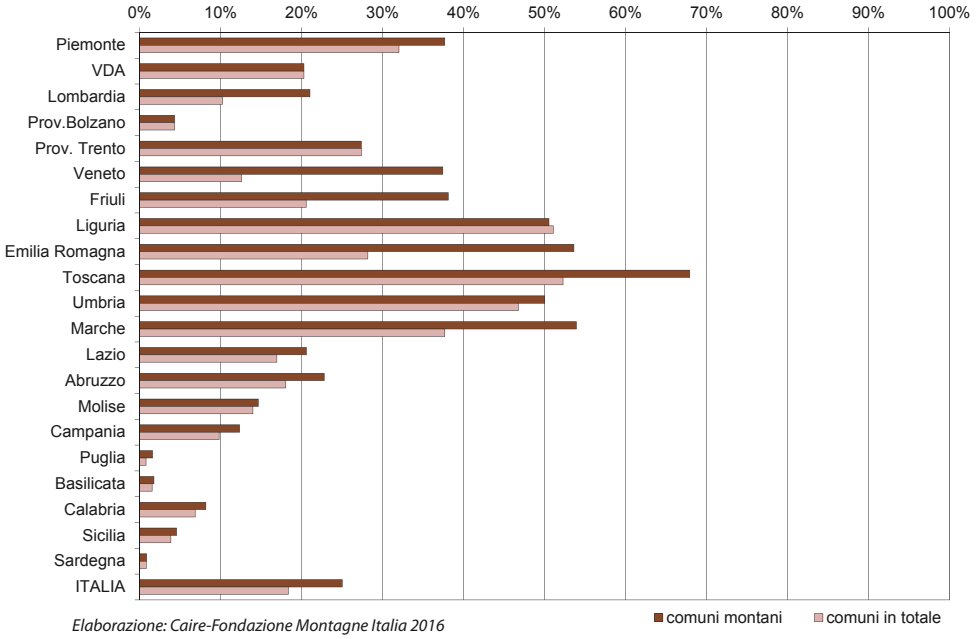
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.4 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni in cui figurano borghi classficati come "storici"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	37,7%	32,0%	28,6%	20,3%	30,9%	29,0%
Valle d'Aosta	20,3%	20,3%	16,0%	16,0%	12,5%	12,5%
Lombardia	21,0%	10,2%	19,5%	6,3%	23,5%	14,6%
Prov. Aut. Bolzano	4,3%	4,3%	10,6%	10,6%	5,1%	5,1%
Prov. Aut. Trento	27,4%	27,4%	19,8%	19,8%	27,8%	27,8%
Veneto	37,4%	12,6%	43,6%	7,7%	42,7%	17,0%
Friuli Venezia Giulia	38,1%	20,5%	10,7%	6,7%	45,9%	30,0%
Liguria	50,5%	51,1%	48,9%	75,9%	47,7%	52,3%
Emilia Romagna	53,6%	28,2%	56,5%	30,6%	57,1%	34,3%
Toscana	67,9%	52,3%	71,6%	40,1%	77,2%	63,4%
Umbria	50,0%	46,7%	57,8%	52,5%	57,5%	55,8%
Marche	53,9%	37,7%	58,0%	38,1%	66,3%	51,7%
Lazio	20,6%	16,9%	7,7%	6,6%	20,6%	18,4%
Abruzzo	22,8%	18,0%	19,5%	11,4%	24,2%	20,7%
Molise	14,6%	14,0%	5,5%	4,3%	12,3%	10,7%
Campania	12,3%	9,8%	10,5%	4,8%	10,4%	11,0%
Puglia	1,6%	0,8%	2,3%	0,6%	3,6%	1,5%
Basilicata	1,8%	1,5%	1,8%	1,0%	2,5%	1,9%
Calabria	8,2%	6,8%	7,4%	3,9%	7,8%	6,4%
Sicilia	4,5%	3,8%	4,7%	3,4%	7,4%	3,6%
Sardegna	0,9%	0,8%	0,7%	0,4%	1,3%	1,1%
ITALIA	**25,0%**	**18,3%**	**20,9%**	**13,9%**	**26,1%**	**21,1%**

Comuni in cui figurano borghi classficati come "storici"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.4

I borghi "storici"

Piemonte, Toscana e Liguria sono le regioni dove l'incidenza di questa tipologia è più elevata

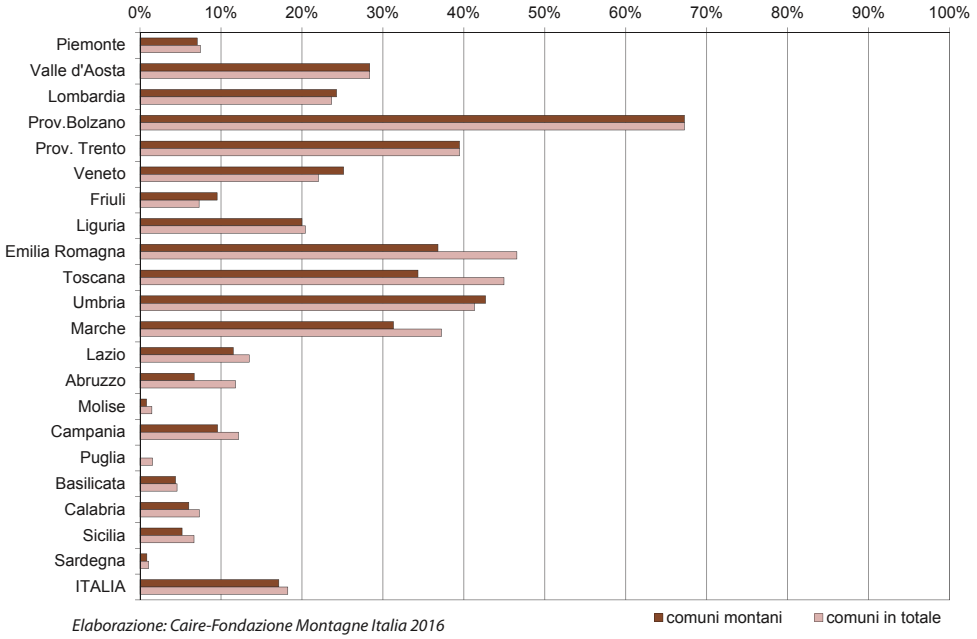
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.5 le regioni e le montagne in cifre 1 3 0 2 0

Comuni in cui figurano borghi classficati come "attivi"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	7,1%	7,5%	19,2%	15,8%	5,6%	7,8%
Valle d'Aosta	28,4%	28,4%	51,4%	51,4%	22,2%	22,2%
Lombardia	24,3%	23,7%	37,7%	39,5%	33,9%	29,1%
Prov. Aut. Bolzano	67,2%	67,2%	54,7%	54,7%	81,2%	81,2%
Prov. Aut. Trento	39,5%	39,5%	61,1%	61,1%	41,9%	41,9%
Veneto	25,2%	22,0%	34,5%	29,2%	31,3%	27,3%
Friuli Venezia Giulia	9,5%	7,3%	7,8%	14,2%	9,8%	9,5%
Liguria	20,0%	20,4%	42,4%	64,5%	22,0%	26,9%
Emilia Romagna	36,8%	46,6%	56,3%	73,6%	35,5%	49,6%
Toscana	34,3%	44,9%	49,6%	57,5%	41,2%	49,4%
Umbria	42,7%	41,3%	75,7%	63,8%	60,0%	58,5%
Marche	31,3%	37,2%	50,8%	58,1%	42,1%	47,6%
Lazio	11,5%	13,5%	22,1%	61,2%	16,5%	24,6%
Abruzzo	6,7%	11,8%	11,3%	31,8%	7,3%	16,7%
Molise	0,8%	1,5%	0,2%	2,6%	1,2%	2,7%
Campania	9,6%	12,2%	17,7%	14,0%	8,4%	11,7%
Puglia	0,0%	1,6%	0,0%	2,5%	0,0%	2,2%
Basilicata	4,4%	4,6%	9,6%	8,5%	4,5%	5,7%
Calabria	6,0%	7,3%	7,3%	19,9%	5,0%	7,5%
Sicilia	5,2%	6,7%	5,8%	7,6%	8,5%	5,9%
Sardegna	0,9%	1,1%	1,0%	4,9%	1,9%	2,5%
ITALIA	**17,1%**	**18,3%**	**25,7%**	**34,1%**	**21,0%**	**23,0%**

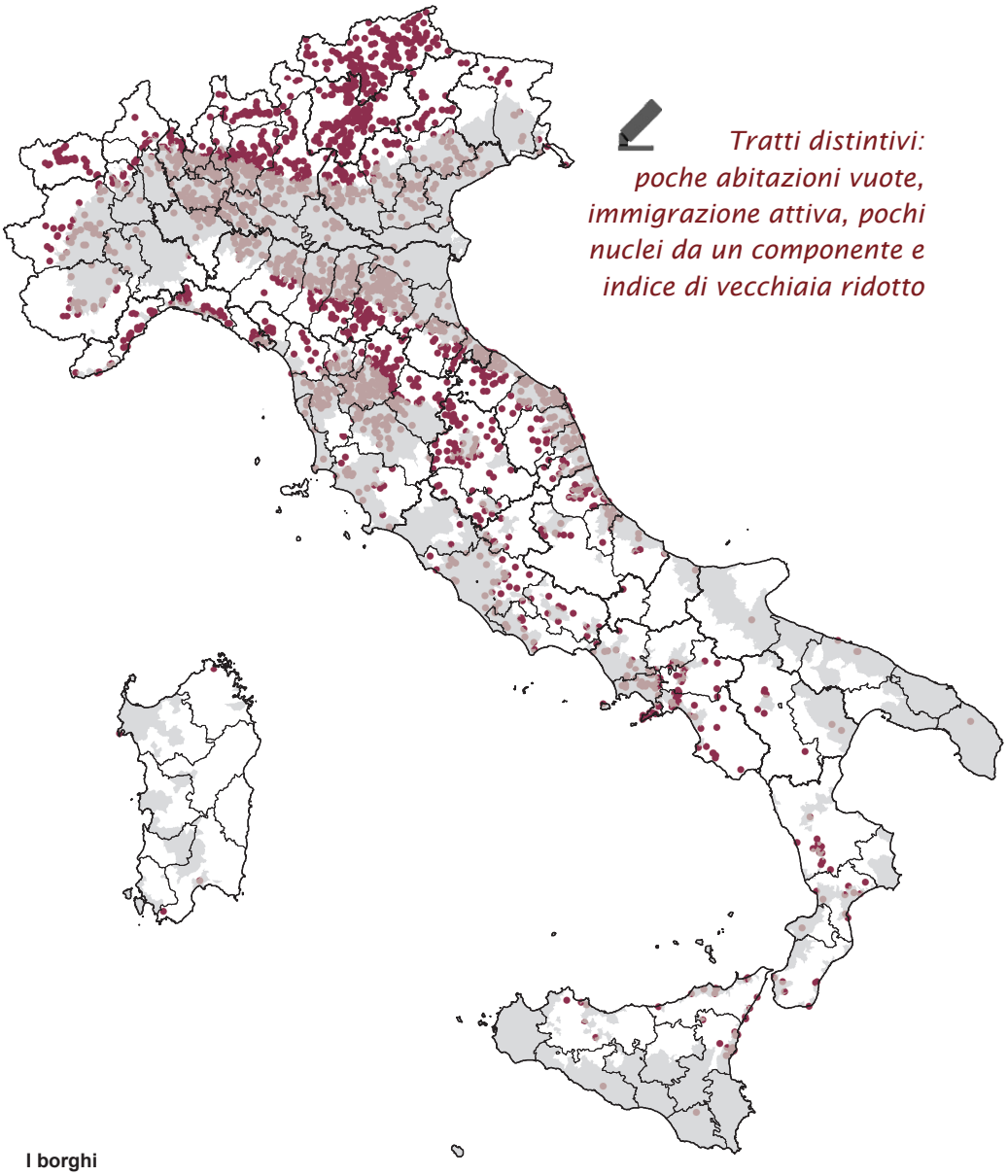
Comuni in cui figurano borghi classficati come "attivi"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.5

I borghi "attivi"



Tratti distintivi: poche abitazioni vuote, immigrazione attiva, pochi nuclei da un componente e indice di vecchiaia ridotto

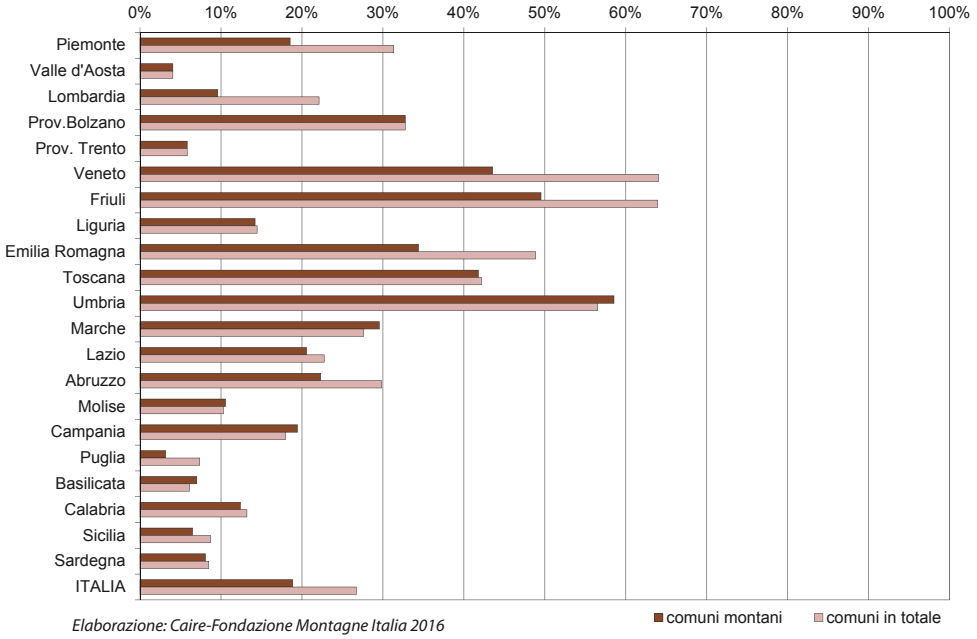
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.6 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni in cui figurano borghi classficati come "residenza di pregio"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	18,5%	31,3%	40,7%	61,9%	16,5%	33,3%
Valle d'Aosta	4,1%	4,1%	29,8%	29,8%	2,2%	2,2%
Lombardia	9,6%	22,1%	11,6%	33,6%	7,0%	28,5%
Prov. Aut. Bolzano	32,8%	32,8%	23,3%	23,3%	51,8%	51,8%
Prov. Aut. Trento	5,8%	5,8%	27,7%	27,7%	8,4%	8,4%
Veneto	43,6%	64,0%	65,8%	77,7%	38,7%	64,9%
Friuli Venezia Giulia	49,5%	63,9%	73,7%	75,6%	41,6%	55,8%
Liguria	14,2%	14,5%	34,4%	54,8%	18,0%	21,8%
Emilia Romagna	34,4%	48,9%	43,0%	70,7%	38,4%	60,2%
Toscana	41,8%	42,2%	62,8%	49,3%	41,3%	44,3%
Umbria	58,5%	56,5%	85,6%	87,8%	75,1%	77,0%
Marche	29,6%	27,6%	53,1%	51,1%	50,6%	48,5%
Lazio	20,6%	22,8%	35,0%	70,8%	24,6%	36,4%
Abruzzo	22,3%	29,8%	43,3%	44,4%	26,0%	35,1%
Molise	10,6%	10,3%	25,1%	21,4%	11,6%	11,5%
Campania	19,5%	18,0%	27,8%	15,7%	21,5%	20,9%
Puglia	3,2%	7,4%	4,8%	8,8%	5,2%	7,5%
Basilicata	7,0%	6,1%	15,0%	8,6%	8,1%	6,0%
Calabria	12,4%	13,2%	24,2%	17,8%	15,6%	15,4%
Sicilia	6,5%	8,7%	44,2%	24,7%	7,9%	12,7%
Sardegna	8,1%	8,5%	2,9%	12,5%	5,5%	8,6%
ITALIA	**18,9%**	**26,7%**	**35,4%**	**43,7%**	**23,2%**	**31,5%**

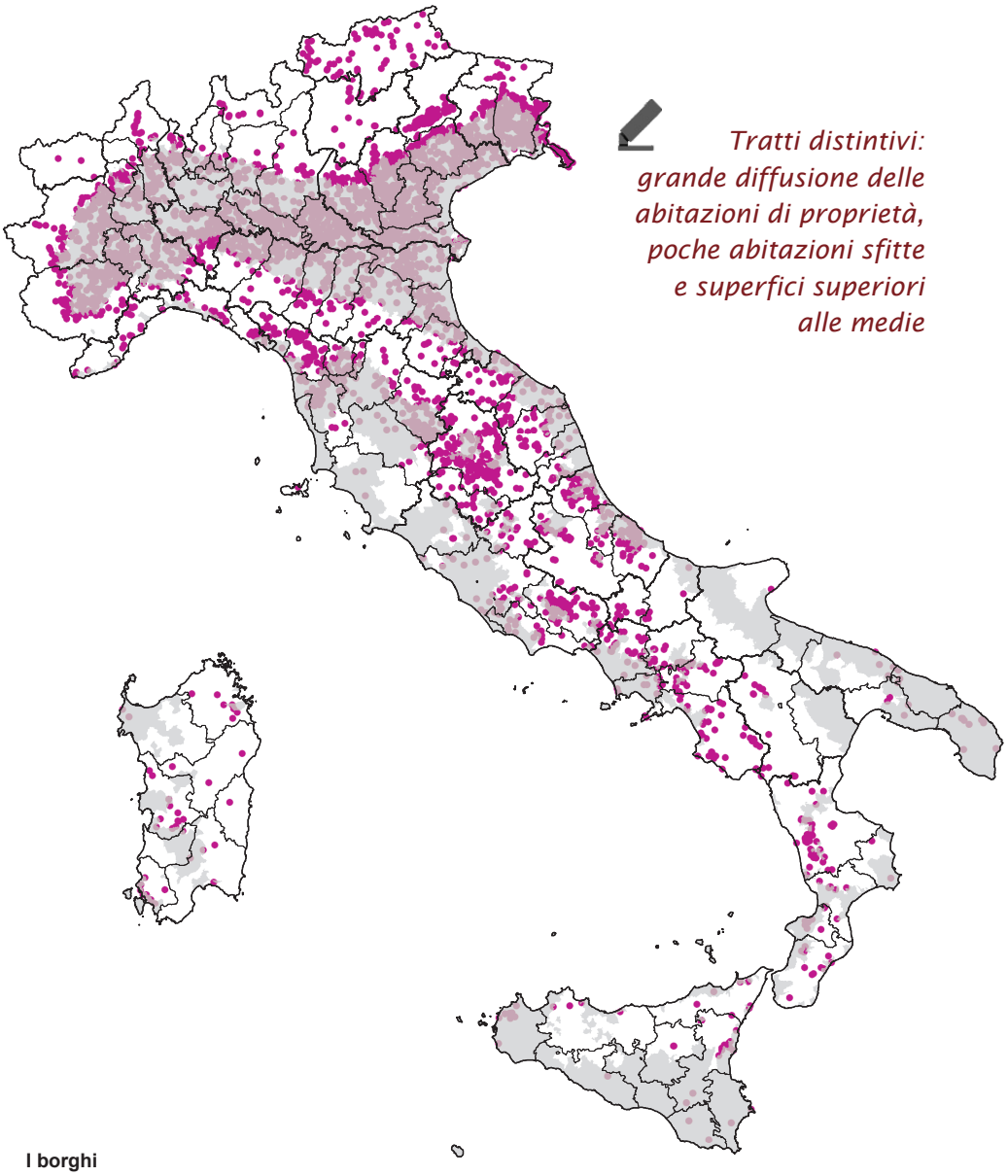
Comuni in cui figurano borghi classficati come "residenza di pregio"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.6

I borghi "della residenza di pregio"



Tratti distintivi: grande diffusione delle abitazioni di proprietà, poche abitazioni sfitte e superfici superiori alle medie

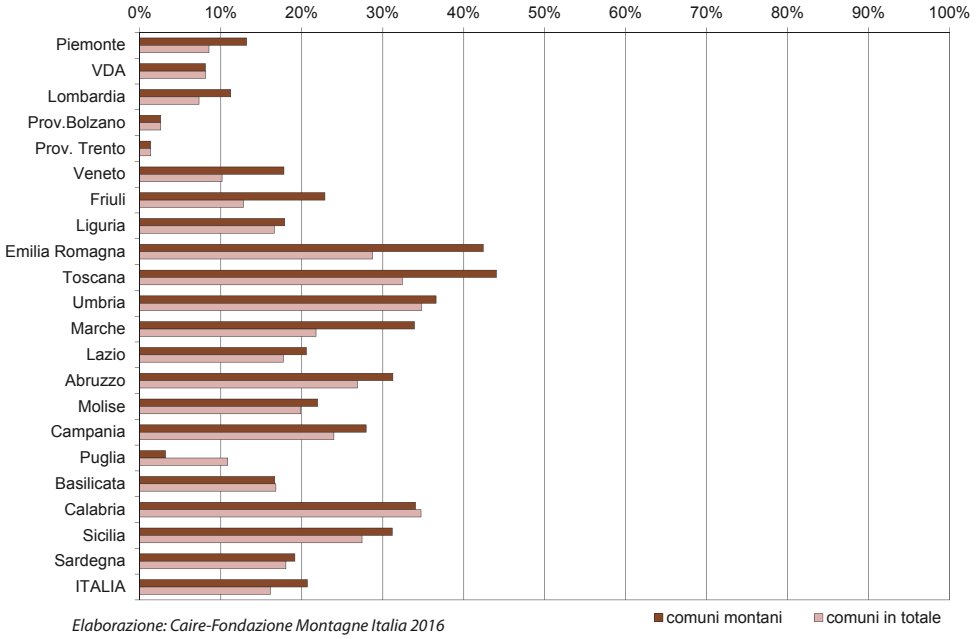
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.1.7 le regioni e le montagne in cifre 2030

Comuni in cui figurano borghi classficati come borghi con "deficit di manutenzione"

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	13,2%	8,5%	15,0%	12,4%	15,8%	13,0%
Valle d'Aosta	8,1%	8,1%	8,8%	8,8%	7,0%	7,0%
Lombardia	11,2%	7,3%	10,0%	11,5%	18,0%	13,3%
Prov. Aut. Bolzano	2,6%	2,6%	5,3%	5,3%	1,5%	1,5%
Prov. Aut. Trento	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	4,0%	4,0%
Veneto	17,8%	10,2%	30,5%	28,1%	25,1%	23,3%
Friuli Venezia Giulia	22,9%	12,8%	13,5%	6,5%	27,4%	17,8%
Liguria	17,9%	16,6%	25,9%	52,3%	29,2%	31,5%
Emilia Romagna	42,4%	28,7%	43,4%	51,1%	48,3%	45,6%
Toscana	44,0%	32,4%	41,5%	38,5%	51,2%	43,9%
Umbria	36,6%	34,8%	60,9%	54,3%	58,8%	57,0%
Marche	33,9%	21,8%	51,7%	34,1%	48,6%	39,1%
Lazio	20,6%	17,7%	26,6%	63,5%	29,3%	33,5%
Abruzzo	31,3%	26,9%	48,3%	41,2%	36,3%	37,7%
Molise	22,0%	19,9%	38,2%	28,9%	22,1%	18,8%
Campania	27,9%	24,0%	38,9%	25,5%	36,7%	36,4%
Puglia	3,2%	10,9%	2,8%	24,3%	3,6%	19,8%
Basilicata	16,7%	16,8%	30,4%	32,8%	21,9%	21,5%
Calabria	34,0%	34,7%	47,3%	50,6%	38,3%	39,8%
Sicilia	31,2%	27,4%	69,8%	43,3%	36,4%	34,4%
Sardegna	19,1%	18,0%	24,1%	25,5%	18,9%	20,0%
ITALIA	**20,7%**	**16,1%**	**32,9%**	**32,0%**	**28,3%**	**28,1%**

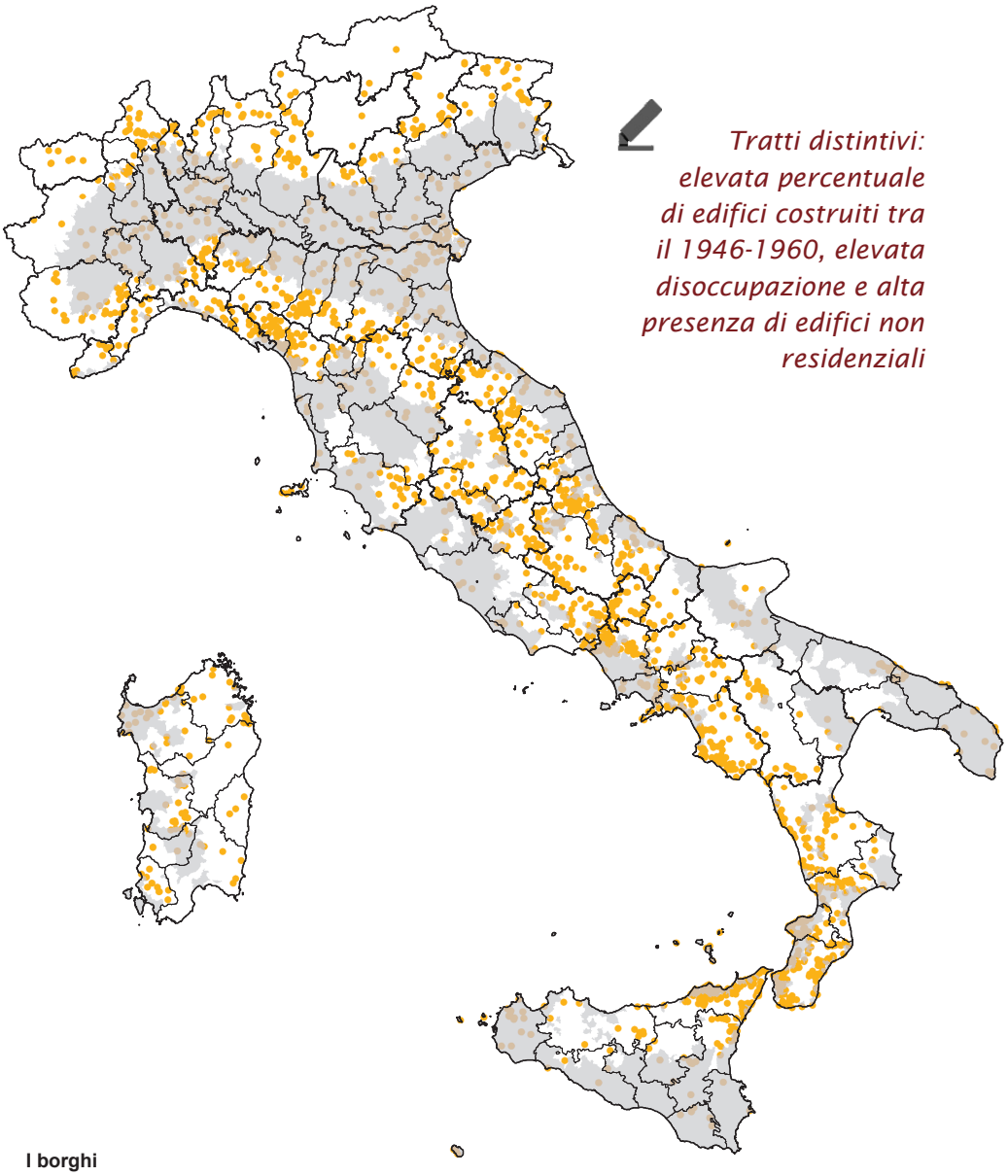
Comuni in cui figurano borghi classficati come borghi con "deficit di manutenzione"



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.1.7

I borghi con “deficit di manutenzione”



Tratti distintivi: elevata percentuale di edifici costruiti tra il 1946-1960, elevata disoccupazione e alta presenza di edifici non residenziali

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

C.2

Le Comunità e la *Governance*

Il tema delle comunità al tempo della globalizzazione è in primo luogo quello della capacità di resistenza – meglio, di resilienza - che legami sociali intensi e stabili entro contesti territoriali determinati e circoscritti possono esercitare nei confronti di sollecitazioni dirompenti.

Sollecitazioni che provengono dalle dinamiche economiche dei mercati e culturali della comunicazione sociale e dei suoi *media* e che si esercitano nei confronti di soggetti economici e sociali chiamati ad stabilire e sviluppare relazioni sempre più estese e sempre più virtuali entro reti che vorrebbero eliminare l'attrito della distanza geografica e minacciano di annichilire il valore della prossimità.

È un tema che investe le comunità naturali del vicinato urbano e in misura non minore quelle rurali dei borghi e dei piccoli comuni.

Qui ad essere messe in discussione sono anche le comunità politiche, le espressioni istituzionali di autonomie radicate nella storia che stentano però a tenere il passo con le esigenze di organizzare una offerta di servizi di cittadinanza desiderabile e durevole nel tempo. Un offerta che richiede investimenti importanti, sulle tecnologie e sul capitale umano, per non condannare i propri utenti a prestazioni di "seconda scelta" e se stesse ad un inarrestabile declino.

Le dinamiche demografiche, con le loro criticità largamente interconnesse a quelle socio economiche, ripropongono una questione di tenuta delle comunità politiche locali in presenza di condizioni istituzionali particolarmente critiche nelle aree montane e interne del Paese. Condizioni che disegnano un contesto sociale e istituzionale più difficile per promuovere e sostenere un processo di assorbimento positivo delle dinamiche della globalizzazione.

Focalizziamo per questo l'attenzione sul dato, davvero strutturale, della frammentazione comunale e quindi della piccola dimensione della più gran parte dei comuni italiani che risulta naturalmente particolarmente accentuato nelle aree montane.

Il 70% dei comuni italiani ha meno di 5.000 abitanti. In essi risiede un sesto della popolazione. Questa popolazione pur così ridotta governa tuttavia oltre la metà del territorio nazionale. A questi si aggiungono anche altri 600 comuni che hanno più di 5.000 abitanti ma sono comunque "piccoli comuni" perché sono poveri o spopolati. Per di più dei 6.300 piccoli comuni italiani ben 4.800 (il 76% del totale) sono infatti comuni "minimi". Cioè comuni con una popolazione inferiore a 2.000 abitanti o che producono una ricchezza inferiore ad un comune di questa dimensione con un PIL pro-capite allineato alla media o ancora con una densità insediativa inferiore a 50 abitanti per kmq. Si tratta cioè di realtà territoriali che per la rarefazione dell'insediamento umano presentano una difficoltà strutturale a mantenere relazioni comunitarie intense e di garantire bacini di utenza facilmente accessibili alla rete dei servizi pubblici di prossimità, a partire da quelli scolastici.

La geografia della frammentazione istituzionale che contraddistingue il nostro Paese ha le sue concentrazioni massime nelle aree montane dell'arco alpino, della dorsale appenninica e nelle aree interne delle isole maggiori. È una geografia che con la sua evidente specializzazione nelle aree periferiche del Paese segnala un serio problema di natura organizzativa con cui si devono misurare le politiche per il governo del territorio.

Politiche del territorio che, per un verso, non possono che considerare le comunità locali come il proprio interlocutore più diretto e come la principale risorsa per una propria efficace implementazione, ma che, al tempo stesso, devono misurarsi con contesti organizzativi particolarmente fragili e disarmati.

A questi è comunque affidata la più diretta responsabilità nella gestione quotidiana di insediamenti, infrastrutture e utilizzazioni del suolo che riguardano una estensione ben più che maggioritaria del territorio nazionale, posto per quasi i due terzi della sua estensione sotto la loro giurisdizione. Una responsabilità che si deve naturalmente misurare in termini più diretti con la loro capacità operativa, figlia delle dimensioni demografiche ed economiche ma anche delle diverse culture amministrative e della loro capacità di stabilire relazioni e costruire coalizioni territoriali stabili e rappresentative.

La grande frammentazione del tessuto istituzionale italiano, soprattutto nella sua dimensione comunale, espressione non solo del più evidente livello di prossimità delle politiche pubbliche ma anche della dimensione istituzionale più radicata nella consapevolezza diffusa dei cittadini, è stata attraversata negli anni più recenti da significative trasformazioni, se si può dire che negli ultimi anni la geografia politica dei comuni italiani ha conosciuto le maggiori trasformazioni registrate dopo gli anni 20 del XX secolo. Dal 2001 ad oggi, 167 comuni (il 2% del totale) è stato coinvolto in processi di fusione arrivati a termine. E molti altri ne stanno esplorando la strada.

Per la stragrande maggioranza dei casi il tempo di incubazione di questo processo è ancora più contenuto essendosi realizzato sostanzialmente a partire dal 2010. È una novità davvero rilevante per il destino dei piccoli comuni. Una novità in larga misura inattesa, almeno sino a pochissimi anni fa.

La geografia del fenomeno (vedi Tav. C.2.1) segnala una duplice polarizzazione. Da un lato i processi di fusione interessano in misura particolarmente accentuata il territorio montano dove sono presenti ben 125 dei 167 comuni considerati e dove è doppia rispetto alla media nazionale l'incidenza di questi comuni sul totale delle unità amministrative presenti (3,9%). Emblematica delle dimensioni minime dei comuni interessati dai processi di fusione il fatto che la percentuale di popolazione montana interessata si limiti all'1,2%, un terzo del valore espresso in termini di numerosità dei comuni.

La seconda caratterizzazione è quella che si colloca nel rapporto tra regioni centro -settentrionali e regioni meridionali e insulari del Paese. Solo due dei 167 comuni interessati dalle fusioni è infatti al Sud del Paese, in regione Campania, dove, in territorio montano si registra l'unico episodio meridionale del fenomeno.

Al Centro-Nord il contesto più attivo nella scelta delle fusioni è senz'altro la Provincia Autonoma di Trento dove i processi di fusione interessano ben 67 comuni, quasi i 2/5 dell'intero totale comuni italiani coinvolti nel processo e comunque ben il 30% dei comuni trentini.

Molto al di sotto di questo livello di incidenza ma comunque con dimensioni significative processi di fusione interessano significativamente i contesti territoriali dell'Emilia-Romagna dove riguardano oltre 1/6 del totale dei comuni e la Toscana dove l'incidenza si avvicina ad 1/8 del totale. In entrambi i casi l'incidenza del fenomeno è particolarmente significativa nel contesto montano delle due Regioni, dove l'incidenza percentuale dei comuni interessati dalle fusioni è "in doppia cifra", ma si estende significativamente anche alle aree di pianura.

Numeri di una qualche consistenza sono presenti anche in Piemonte e in Lombardia dove però il livello di frammentazione comunale è massimo (le due regioni ospitano assieme oltre 1/3 di tutti i comuni italiani) e l'impatto dei processi di fusione sulla struttura della organizzazione comunale è quindi estremamente contenuto.

Se il tema del superamento del quadro di estrema frammentazione del ritaglio

amministrativo comunale comincia a trovare una risposta di qualche consistenza sul fronte delle fusioni, ad una scala decisamente più ampia si ripropone attraverso lo sviluppo delle Unioni di Comuni.

Per le Unioni il processo di diffusione sostenuto dalla riforma del quadro delle autonomie locali procede, nonostante le proroghe ripetute degli appuntamenti di legge per l'attribuzione obbligatoria da parte dei piccoli comuni alle Unioni delle funzioni fondamentali.

Sono oggi ben 3.118 comuni ad appartenere ad Unioni e sono oltre 1.200 in più di quelli che risultavano essersi associati in Unioni ancora nel 2014 . Comuni, quelli che appartengono alle Unioni, che in misura decisamente significativa appartengono all'orizzonte montano (vedi Tav. C.2.2).

I comuni montani appartenenti ad Unioni sono infatti 1.322 e sono pari al 42,8% dei comuni montani, con una incidenza superiore, ma non di molto, a quella che si registra per l'intero territorio nazionale italiano (38,5%). Sono però ancora una frazione minoritaria dell'intero campo dei comuni montani che per una significativa parte del territorio nazionale non ha quindi ancora "recuperato" una pratica della intercomunalità dopo il venir meno dell'esperienza delle comunità montane.

Al riguardo in realtà deve essere considerato il fatto che nel territorio delle Province Autonome di Trento e di Bolzano dove il fenomeno delle Unioni è assente, le istituzioni "regionali" hanno comunque garantito il permanere di istituzioni sovracomunali in grado di esercitare politiche territoriali significative attraverso la istituzione delle Comunità di Valle o delle Comunità Comprensoriali.

Eccezione istituzionale delle Province Autonome a parte, il quadro regionale della diffusione delle Unioni è estremamente diversificato con la maggiore diffusione nell'arco alpino, Lombardia esclusa, coinvolgendo Piemonte, Valle d'Aosta, Veneto e Friuli-Venezia Giulia con percentuali che rappresentano valori non distanti dalla generalità dei comuni montani.

Percentuali un poco più modeste (ma che rappresentano sempre oltre i 3/4 dei comuni montani) sono quelle presenti in Toscana, Marche ed Emilia-Romagna. Per quest'ultima regione deve però essere rimarcato come il fenomeno associativo conosce per i territori montani una diffusione minore (sia pure con uno scarto percentuale limitato al livello dei decimali) come quella che il fenomeno conosce nell'intero contesto regionale. Una "inversione" che si presenta anche (e in modo più accentuato) per alcune regioni meridionali come la Puglia (dove lo scarto è massimo) il Molise e la Sardegna.

Nelle regioni meridionali tuttavia la presenza delle Unioni è in genere decisamente più circoscritta e di norma minoritaria, in generale e anche tra i comuni montani: fanno eccezione solo le due isole maggiori, con la Sardegna che presenta valori allineati a quelli delle maggiori regioni del Centro-Nord.

WELFARE MAIL: Ecco fatto!

Welfare Mail: Ecco Fatto! Servizio postale in montagna

Welfare Mail: Ecco Fatto! **è un progetto sperimentale che nasce con l'obiettivo di ripristinare l'erogazione del tradizionale servizio postale nelle aree montane, fruendo della liberalizzazione del mercato.**

Il connubio tra servizio postale e sportello multiservizi si sviluppa in Toscana mediante il progetto *Ecco Fatto!*, nato da un'idea di UNCEM Toscana con la collaborazione della Regione Toscana e Anci Toscana, al fine di garantire l'erogazione dei servizi di prossimità alle popolazioni e ai territori montani. Nel 2012, infatti, Poste S.p.A., in virtù di una razionalizzazione dei costi, decise di chiudere 74 uffici postali, molti dei quali ubicati in frazioni montane in cui, si sa, la presenza di popolazione anziana è alta. Questo, in un contesto economico-finanziario difficile, fatto di continui tagli ai trasferimenti erariali e alle risorse per gli Enti Locali, con rischi anche maggiori nelle zone montane per quanto concerne i servizi erogati e la loro qualità. L'obiettivo principale del progetto è stato proprio quello di continuare a garantire servizi essenziali alla popolazione che vive nelle aree periferiche rispondendo alle specifiche esigenze territoriali. Il progetto si sviluppa infatti dalle criticità più volte manifestate dalle persone che vivono in aree montane e rurali in relazione ad alcuni servizi che via via vengono rimodulati a causa di minor disponibilità di risorse locali dovute a tagli lineari o scelte che tendono a penalizzare sempre le aree marginali del Paese.

Il progetto ha preso avvio con una prima fase di sperimentazione, presso 10 PAAS (Punti Accesso Assistiti ai Servizi), con il supporto dei giovani volontari del Servizio Civile Regionale Toscano, erogando servizi innovativi alla cittadinanza tramite l'ausilio delle nuove tecnologie. Attualmente sono attivi (o comunque in fase di avvio) *89 sportelli Ecco Fatto* ubicati in 80 Comuni toscani, montani ma non solo, dove prestano servizi i ragazzi del Servizio Civile.

I punti *Ecco Fatto* sono semplici da individuare e offrono ai cittadini un accesso facile ai servizi, sia in città, sia nelle zone più disagiate della nostra regione. I servizi disponibili in ogni punto *Ecco Fatto* possono adattarsi a nuove specifiche esigenze delle comunità che viene sempre coinvolta per la definizione delle stesse.

***Ecco Fatto* permette quindi di dotare i territori più disagiati di servizi utili ai cittadini, grazie alle nuove tecnologie e all'impiego di forze fresche. Con un duplice obiettivo: ridurre al minimo la burocrazia e fornire un'opportunità in più per alcuni giovani che hanno deciso di investire sul futuro delle proprie comunità, grazie al Servizio Civile. Inoltre, possiamo dire che il progetto gode di un valore aggiunto significativo, soprattutto per le zone periferiche: essere un vero e proprio punto di riferimento per la popolazione che sa di poter rivolgersi ad uno sportello che eroga servizi sul territorio, oltre che offrire una occasione di professionalizzazione dei giovani che hanno svolto il Servizio Civile presso gli Sportelli.**

Grazie alla funzionalità e agli ottimi risultati registrati dal progetto *Ecco Fatto*, a fine 2015 UNCEM e *Globe Postal Service* (*GPS*), con il supporto della

Fondazione Montagne Italia, hanno deciso di arricchire lo sportello Ecco Fatto mediante la fornitura di una piattaforma multimediale per l'erogazione dei servizi postali. La sperimentazione si sta svolgendo presso il Comune di Pescia, nello specifico nella frazione di Castelvecchio, ma già altri Comuni hanno manifestato interesse ad aderire. La *GPS* è un operatore postale privato impegnato dal 2013 nel segmento postale del retail, nel 2015 l'estensione territoriale ha raggiunto quota i 1100 punti vendita su tutto il territorio nazionale. La GPS si caratterizza per la commercializzazione di stamps di propria emissione, utili per spedizioni nazionali ed internazionali fino ad un peso massimo di 20 gr, inoltre, si caratterizza per il servizio di raccolta e lavorazione della corrispondenza imbucata presso mail boxes di sua proprietà; da gennaio 2015 tutti gli stamps *GPS* sono muniti di tecnologia Qr-Code che consente di tracciare la spedizione fino a destino. Con il progetto *Welfare Mail*, pertanto, si intende ripristinare un equo accesso all'utilizzo dei servizi postali in quei comuni che sono stati oggetto di chiusura di uffici postali o di razionalizzazione dell'orario di apertura. Attraverso l'allestimento di un nuovo punto fisico che coincide con lo sportello *Ecco Fatto*, la *GPS* rende possibile il ripristino dei servizi di pagamento telematico, di ricarica di carte pre-pagate, di corriere espresso e di altri servizi postali.

I destinatari del progetto *Welfare Mail* sono i Comuni con densità di popolazione pari o inferiore ai 100.000 abitanti, i Comuni Montani o contraddistinti da oggettive condizioni di svantaggio per i propri cittadini, tutti i comuni interessati dalla Delibera 342/14/CONS "Punti di accesso alla rete postale: modifica dei criteri di distribuzione degli uffici di poste italiane".

Il progetto è modulare e per questo capace di adattarsi in modo specifico alle necessità postali di ciascun Comune, inoltre, attraverso l'allestimento di uno sportello mobile, il progetto tutela soprattutto i cittadini appartenenti a categorie protette.

In coabitazione col progetto *Ecco Fatto*, l'allestimento iniziale del servizio postale e del punto fisico non sarà sostenuto dalla Pubblica Amministrazione che però potrà fruire degli aggi così da poter contribuire nel tempo al mantenimento gratuito del servizio postale e del punto fisico.

Il progetto si sviluppa in due fasi: la prima è finalizzata a garantire l'accesso alla linea internet in modalità wifi (erogato in multilanguage) e a erogare servizi elettronici per effettuare il pagamento di bollettini postali, ricariche poste pay, ricariche telefoniche nazionali ed internazionali, pagamento dei principali abbonamenti televisivi (altro). La seconda fase e la terza fase prevedono invece l'attivazione del Servizio di Corriere espresso nazionale ed internazionale, la possibilità di vendere stamps GPS validi per spedizioni nazionali e internazionali di posta entro 20 gr, la possibilità di vendere carte di credito ricaricabili, anche personalizzabili e di richiedere l'allestimento di uno sportello postale mobile.a

Con *Welfare Mail*, i vantaggi per le amministrazioni - oltre a quelli già garantiti dallo sportello *Ecco Fatto* - sono la possibilità di garantire a tutti i cittadini l'erogazione dei principali servizi postali, anche a fronte della chiusura dell'ufficio postale territoriale e l'attivazione gratuita di un servizio postale in grado di riconoscere anche aggi per la pubblica amministrazione ospitante. I cittadini così possono utilizzare un servizio postale in grado di generare introiti per il Comune di residenza, scegliere il punto postale al quale rivolgersi secondo criteri di prossimità e, inoltre, il punto postale mobile è in grado di servire a domicilio tutti i cittadini dando però la precedenza alle categorie protette. Il progetto *Welfare mail* è modulare ed integrativo perché nasce con l'intento di soddisfare sin da subito le esigenze primarie Comune ma, nel tempo, può essere integrato con altri servizi postali.

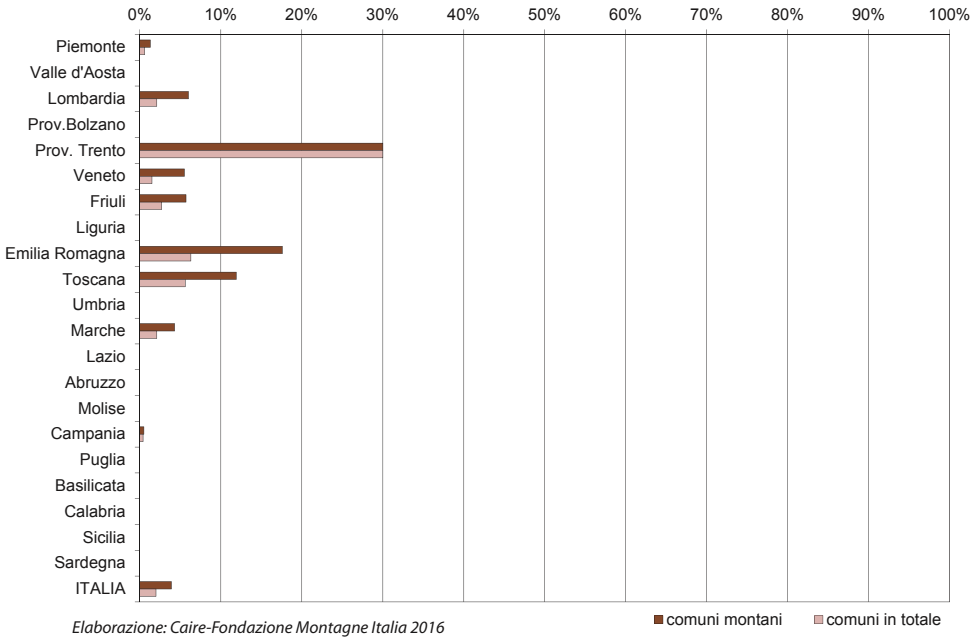
http://montagneitalia.it/inaugurato-progetto-gps-welfare-mail-nel-comune-pescia/

TAB. C.2.1 le regioni e le montagne in cifre

Comuni che dal 2001 ad oggi (aprile 2016) sono stati interessati da fusioni

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	1,3%	0,6%	0,5%	0,1%	0,4%	0,2%
Valle d'Aosta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lombardia	6,0%	2,1%	2,1%	0,6%	2,6%	1,6%
Prov. Aut. Bolzano	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Prov. Aut. Trento	30,0%	30,0%	11,7%	11,7%	23,6%	23,6%
Veneto	5,5%	1,5%	2,9%	0,4%	6,0%	2,1%
Friuli Venezia Giulia	5,7%	2,7%	0,0%	0,9%	0,0%	1,1%
Liguria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Emilia Romagna	17,6%	6,3%	5,8%	1,7%	5,1%	3,6%
Toscana	11,9%	5,6%	4,1%	1,9%	4,0%	2,9%
Umbria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Marche	4,3%	2,1%	0,0%	1,5%	0,0%	0,8%
Lazio	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Abruzzo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Molise	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Campania	0,5%	0,4%	1,5%	0,3%	0,4%	0,3%
Puglia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Basilicata	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Calabria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sicilia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sardegna	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ITALIA	**3,9%**	**2,0%**	**1,2%**	**0,6%**	**1,7%**	**1,2%**

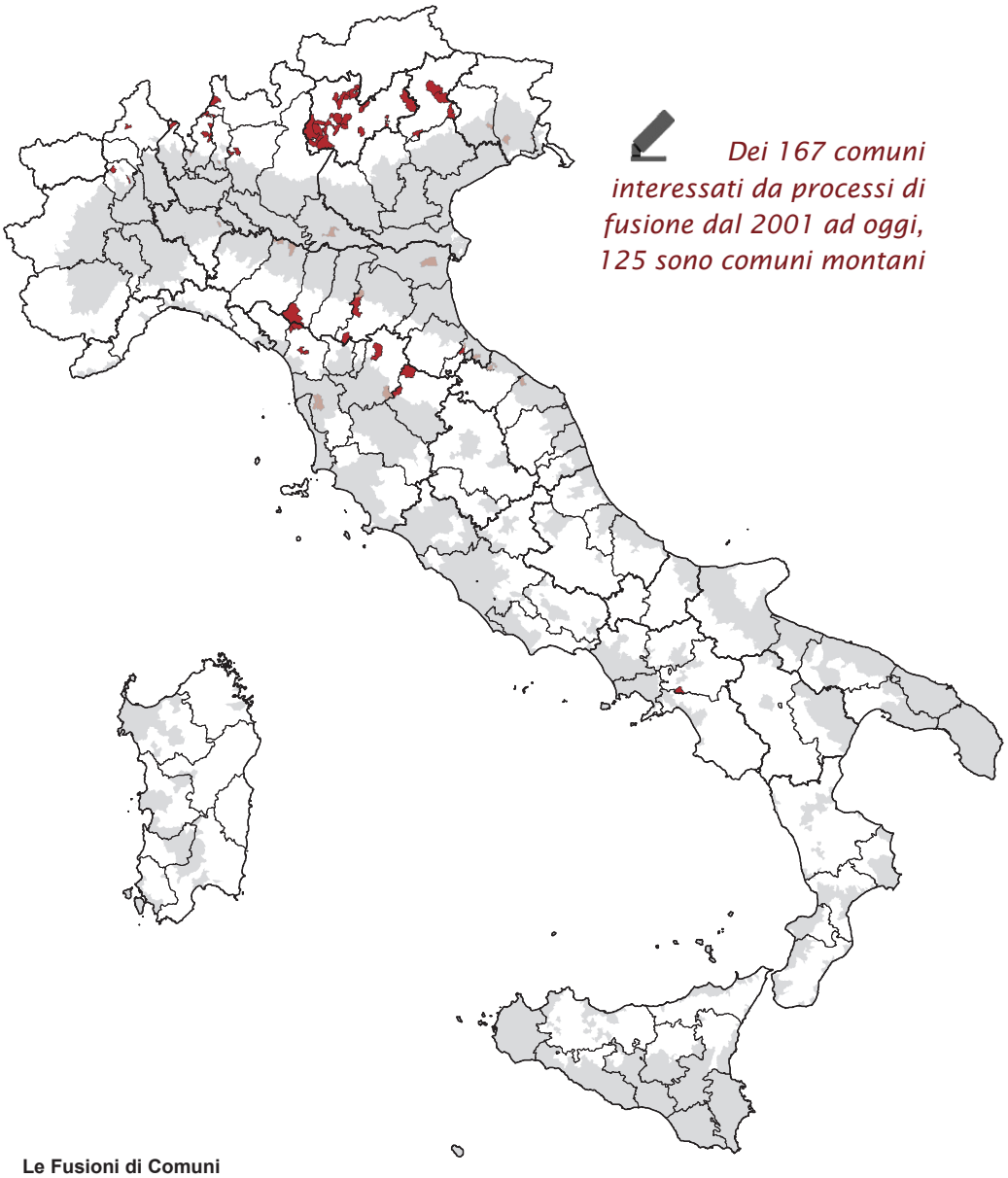
Comuni che dal 2001 ad oggi (aprile 2016) sono stati interessati da fusioni



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.2.1

L'evoluzione della *governance*: le fusioni di Comuni



Dei 167 comuni interessati da processi di fusione dal 2001 ad oggi, 125 sono comuni montani

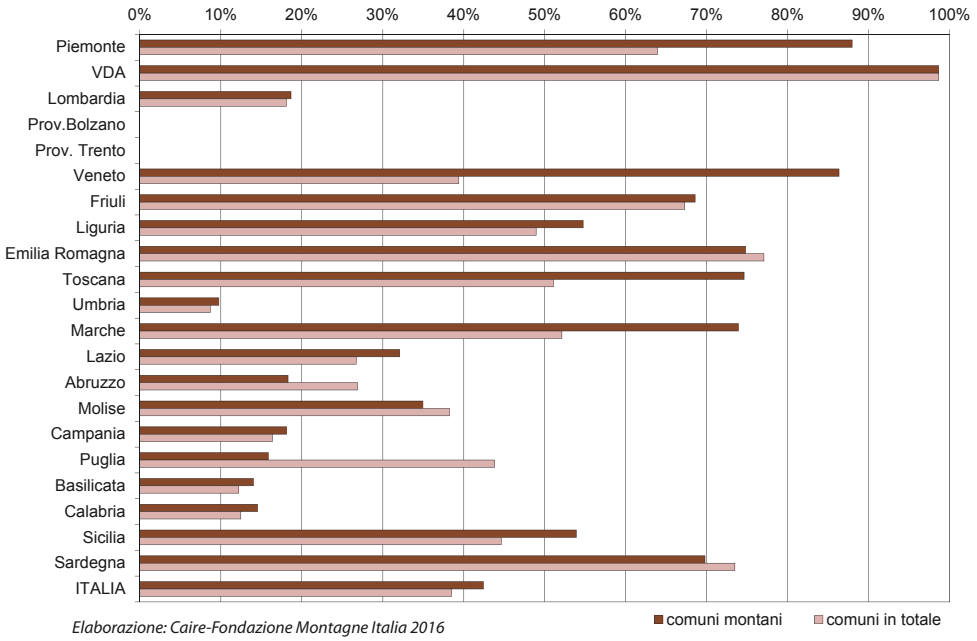
Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAB. C.2.2 le regioni e le montagne in cifre 2017 2030

Comuni appartenenti ad Unioni (maggio 2016)

	% comuni montani	% comuni totale	% popolazione montana	% popolazione totale	% superficie montana	% superficie totale
Piemonte	88,0%	63,9%	85,1%	30,4%	85,1%	61,6%
Valle d'Aosta	98,6%	98,6%	72,9%	72,9%	99,3%	99,3%
Lombardia	18,7%	18,1%	13,6%	6,3%	19,4%	17,5%
Prov. Aut. Bolzano	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Prov. Aut. Trento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Veneto	86,3%	39,4%	80,8%	23,0%	89,5%	42,1%
Friuli Venezia Giulia	68,6%	67,3%	87,1%	77,0%	69,4%	67,8%
Liguria	54,7%	48,9%	32,4%	11,4%	53,1%	45,9%
Emilia Romagna	74,8%	77,1%	84,1%	54,2%	73,3%	68,2%
Toscana	74,6%	51,1%	57,5%	24,5%	76,3%	47,6%
Umbria	9,8%	8,7%	7,5%	4,4%	6,6%	5,8%
Marche	73,9%	52,1%	81,6%	28,5%	78,4%	56,4%
Lazio	32,1%	26,7%	14,3%	3,6%	19,9%	12,6%
Abruzzo	18,3%	26,9%	13,6%	22,5%	15,9%	19,7%
Molise	35,0%	38,2%	24,3%	30,0%	30,6%	36,7%
Campania	18,1%	16,4%	19,0%	8,3%	13,1%	13,8%
Puglia	15,9%	43,8%	29,3%	25,8%	20,8%	25,1%
Basilicata	14,0%	12,2%	18,0%	10,3%	17,6%	13,1%
Calabria	14,5%	12,5%	12,4%	7,5%	11,4%	10,0%
Sicilia	53,9%	44,6%	17,5%	16,6%	50,4%	35,6%
Sardegna	69,8%	73,5%	46,9%	40,6%	60,8%	61,5%
ITALIA	**42,4%**	**38,5%**	**33,0%**	**19,8%**	**42,6%**	**36,5%**

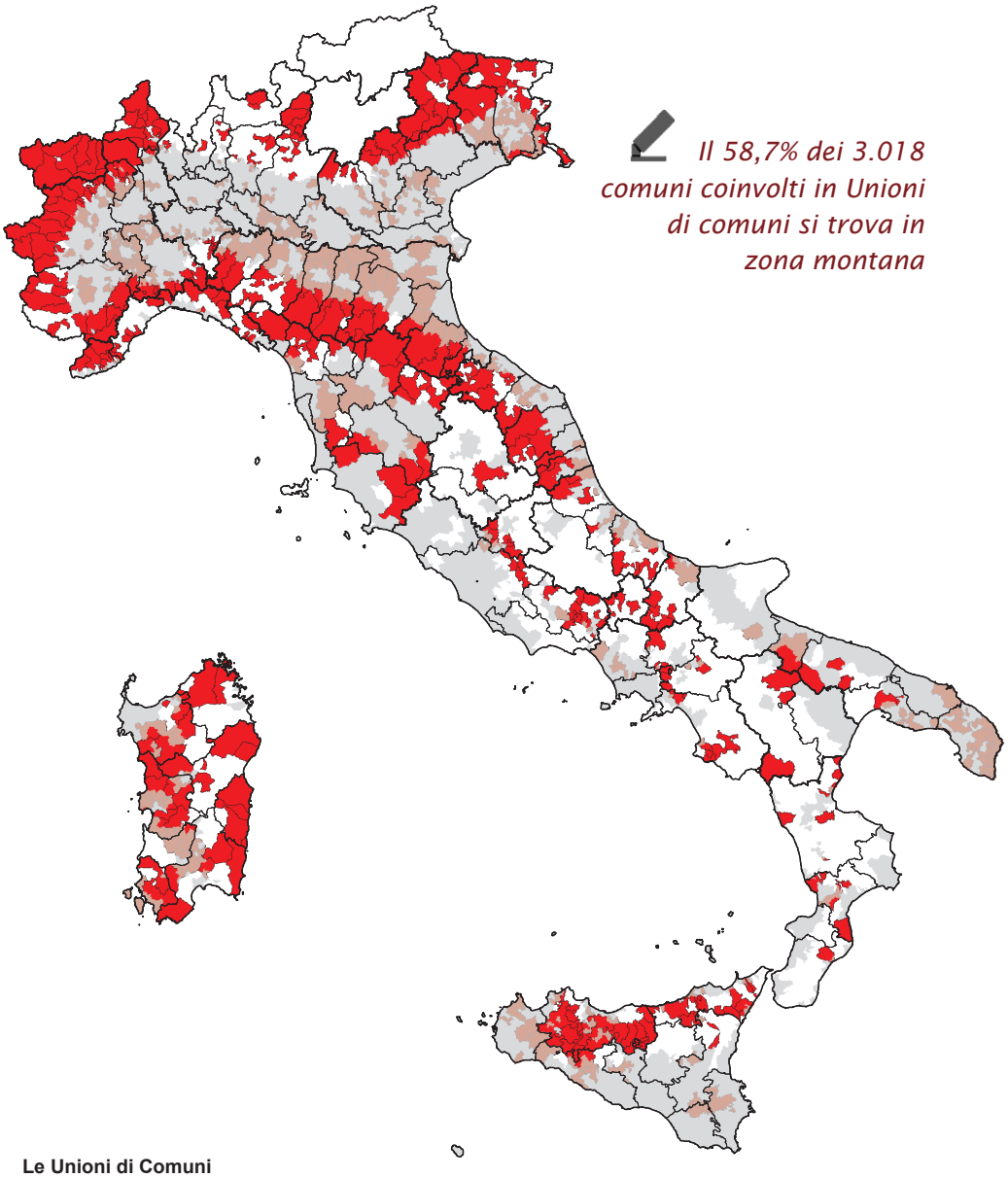
Comuni appartenenti ad Unioni (maggio 2016)



Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

TAV. C.2.2

L'evoluzione della governance: le Unioni di Comuni



Il 58,7% dei 3.018 comuni coinvolti in Unioni di comuni si trova in zona montana

Elaborazione: Caire-Fondazione Montagne Italia 2016

D.1 Indagine campionaria tra le imprese

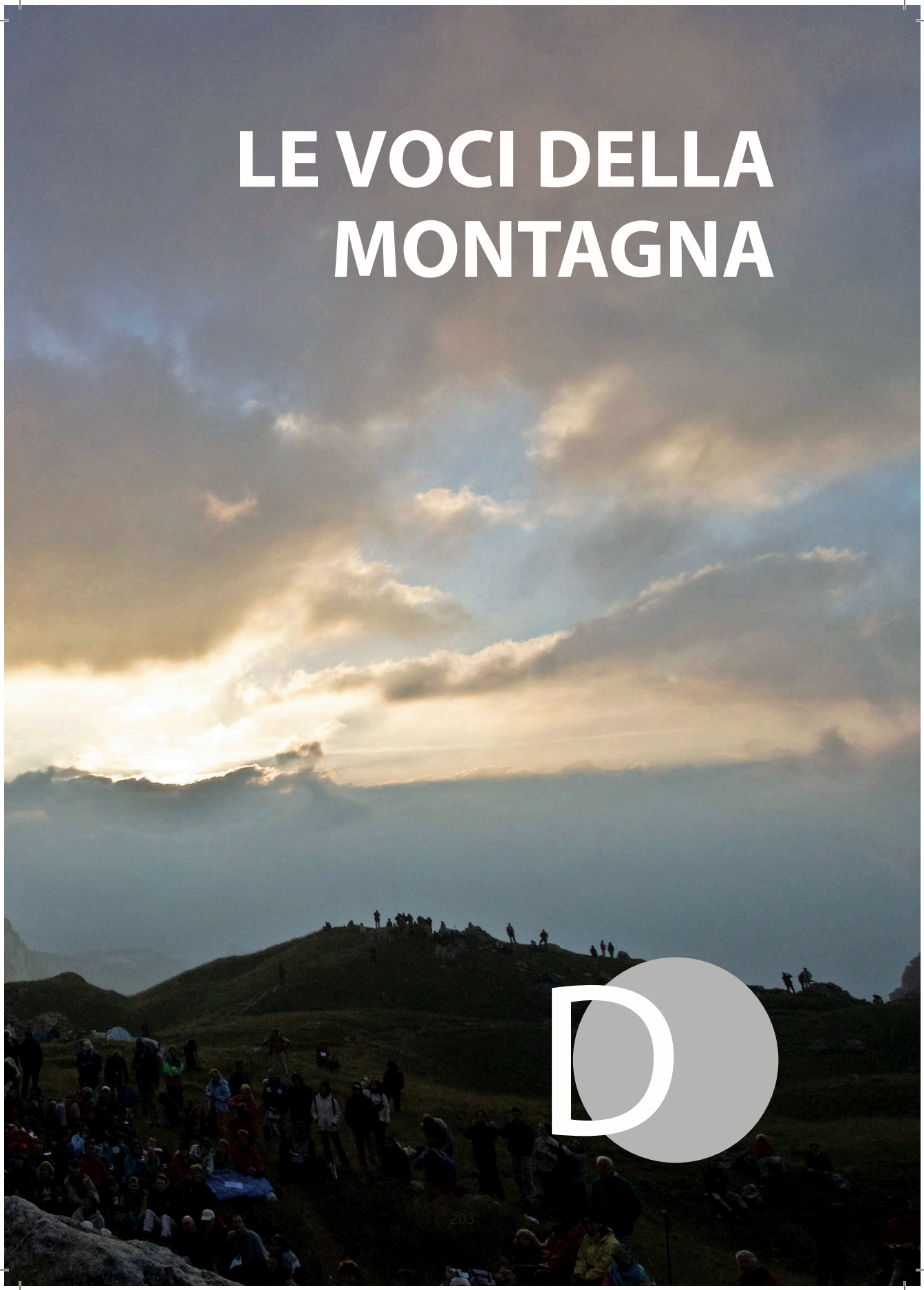
1 Il campione
2 il profilo dell'impresa
3 Il profilo dell'imprenditore
4 Fare impresa in un comune montano
5 Impresa, ambiente e territorio
6 Andamento del mercato

D.2 Le interviste in profondità

APPENDICE: Le interviste in profondità

http://www.isuonidelledolomiti.it/IT/i-suoni-delle-dolomiti-musica-sulle-montagne-del-trentino/

LE VOCI DELLA MONTAGNA



D

D.1

Indagine campionaria tra le imprese

Introduzione e nota metodologica

Lo scopo di questa seconda edizione del Rapporto sulla Montagna in Italia, in continuità con gli obiettivi della prima edizione, è stato quello di costituire un punto di riferimento importante per chi - Amministratori locali e centrali e operatori economici e sociali - abbia interesse a intervenire nei territori montani, ripristinando una positiva connessione con i cittadini e con il sistema produttivo, tornando a discutere di territorio e fornendo utili informazioni su esigenze e bisogni di chi vive e produce in montagna.

In particolare, infatti, l'indagine campionaria ha raccolto le voci, le problematiche e le esigenze degli operatori economici, rilevando il difficile rapporto tra il "capitale naturale" della montagna, con il suo lascito di fragilità, vulnerabilità ed esigenza di conservazione e tutela, e il "capitale umano" (rappresentato dai cittadini e dalle imprese) che esprime a sua volta specifiche esigenze di servizi, e strumenti di sostegno sociale, economico e istituzionale.

L'esigenza di far convivere queste due "anime" della montagna risulta centrale per la sua stessa sussistenza: la montagna non può infatti essere considerata un territorio inviolabile e impenetrabile, in quanto la vitalità endogena (e quindi la capacità di cittadini e imprese di costruire) rappresenta il presupposto necessario affinché il tessuto economico e sociale non si disgreghi e renda

possibile la stessa conservazione del territorio. Il paesaggio antropologico risulta infatti, al pari di quello ambientale, fondamentale per la sostenibilità della montagna e si lega al concetto di identità e di appartenenza di coloro che vi abitano. In altri termini una componente fondamentale della sostenibilità, termine chiave per lo sviluppo dei comuni montani, risiede nella capacità del territorio di supportare e di sostenere un adeguato livello di attività economica, essendo al tempo stesso in grado di offrire opportunità e qualità della vita alla popolazione che vi risiede. L'indagine è servita anche ad approfondire il grado di conoscenza e condivisione riguardo le novità introdotte dalla recente legislazione ed in particolare dalla Legge 221/2015 in cui si parla, tra l'altro, di acquisti verdi, pagamento dei servizi ecositemici, Strategia delle Green Communities.

Ciò premesso, nell'analisi dei risultati dell'indagine campionaria se da una parte si conferma l'esistenza di numerose "montagne" in Italia (si pensi, ad esempio, alle profonde differenze geografiche, morfologiche, antropologiche e culturali, che sussistono tra i comuni delle Alpi e quelli degli Appennini, o tra comuni in cui si registra una elevata concentrazione di attività economiche e commerciali e comuni caratterizzati da fenomeni di marginalizzazione e di abbandono), dall'altra si osserva in molti casi una netta convergenza nelle indicazioni degli imprenditori intervistati. Una convergenza che si realizza in particolare nella richiesta di un maggiore sostegno da parte delle Istituzioni, nell'esigenza di una maggiore attenzione e vicinanza, nella necessità di allentare le maglie burocratiche e fiscali, nel bisogno di superare profonde problematiche infrastrutturali (legate in primo luogo a viabilità e trasporti), che marginalizzano invece di avvicinare.

Per affrontare questi temi, nella sezione dedicata all'indagine campionaria, è stato previsto il coinvolgimento di 600 rappresentanti del sistema economico-produttivo dei comuni "totalmente montani", chiamati a documentare, attraverso lo strumento del questionario semi-strutturato, la propria esperienza e le proprie esigenze in relazione alle seguenti tematiche:

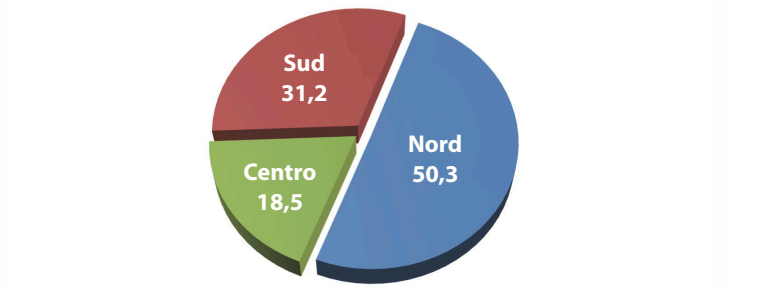
- attività realizzata (mercato di riferimento e condizioni di esercizio nella realizzazione del prodotto/servizio offerto);
- punti di forza, punti di debolezza e specificità legate all'esercizio di un'attività economico-produttiva in un comune montano;
- motivi della scelta della localizzazione dell'attività economico-produttiva in un comune montano;
- ruolo effettivo ed auspicato per le Istituzioni locali e Centrali quali interlocutori dell'impresa;
- valutazione dell'offerta di infrastrutture e servizi ed effetti sull'attività economico-produttiva realizzata dall'impresa;
- partecipazione/integrazione dell'impresa con altri soggetti privati (accordi e/o sinergie con imprese della stesso o di altri settori, partecipazione a reti, associazione a strutture di rappresentanza, ecc.);
- principali bisogni dell'impresa (formazione, accesso a risorse umane qualificate, accesso ai finanziamenti, ecc.);
- futuro atteso e/o auspicato per lo sviluppo del territorio.

D.1.1. Il Campione

Le caratteristiche delle imprese intervistate

L'indagine campionaria (realizzata tra il 2 aprile e 20 maggio 2016) ha coinvolto 600 imprese distribuite all'interno di oltre trecento comuni montani, interessando 67 province e tutte le regioni italiane. Il campione finale, rappresentativo del tessuto imprenditoriale nei comuni montani a livello regionale per macro-settore di attività e classe di addetti, risulta distribuito per il 50,3% dei casi in una regione del Nord (con 302 imprese intervistate), per il 31,2% in una regione del Sud (187) e per il 18,5% al Centro (111 imprese).

Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per area geografica. Valori %



La distribuzione delle interviste in base all'ampiezza demografica dei comuni montani in cui sono localizzate, pur non costituendo un criterio di stratificazione campionaria, risulta tuttavia complessivamente coerente con i dati di scenario relativi alla popolazione residente: il 29,9% delle imprese intervistate risulta infatti localizzata in un comune montano con una popolazione inferiore alle 2 mila unità (a fronte del 22,4% di italiani residenti in piccolissimi centri), il 25% in un comune con una popolazione compresa tra 2.001 e 5.000 abitanti (a fronte del 30,4% della popolazione), il 24,8% in un comune di 5-15.000 abitanti (a fronte del 27,8% dei residenti), mentre il restante 20,3% delle interviste è stato realizzato tra imprese localizzate in un comune montano con una popolazione superiore ai 15.000 abitanti (a fronte del 27,8% della popolazione).

Tabella 1 - Distribuzione del campione finale e della popolazione residente in base alla dimensione demografica dei comuni montani. *Valori assoluti e %*

	Campione		Popolazione residente	
	V.A.	%	V.A.	%
Fino a 1.000	76	12,7	714.823	8,0
1-2.000	103	17,2	1.287.433	14,4
2-5.000	150	25,0	2.710.738	30,4
5-15.000	149	24,8	2.483.628	27,8
Oltre 15.000	122	20,3	1.729.074	19,4
Totale	**600**	**100,0**	**8.925.696**	**100,0**

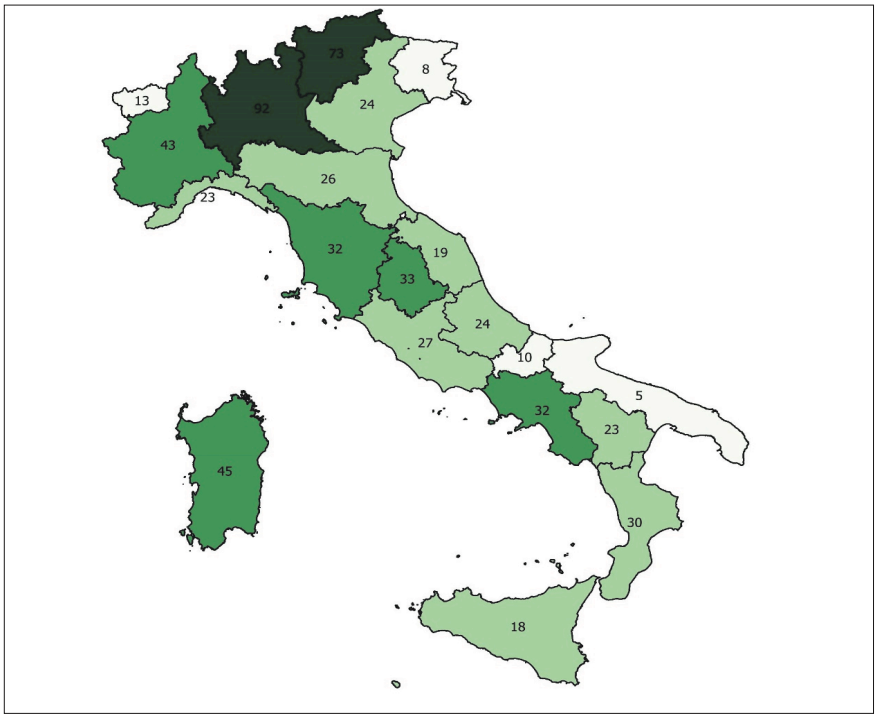
Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Come premesso, il piano campionario è stato realizzato sulla base della distribuzione delle imprese nei comuni montani utilizzando, come criteri di stratificazione, il numero degli addetti, il settore di attività e la regione di ubicazione.

A livello regionale, coerentemente alla distribuzione delle imprese nel territorio, sono la Lombardia (con 92 imprese intervistate), e il Trentino Alto Adige (con 73) a registrare la più alta percentuale di interviste realizzate, seguite da Sardegna (45), Piemonte (43), Umbria (33), Toscana e Campania (32).

Sul fronte opposto, il minor numero di interviste si conta in Puglia (5) e in Friuli Venezia Giulia (8).

Figura 1- Distribuzione del campione finale per regione di localizzazione delle imprese



A livello territoriale, appare interessante rilevare, coerentemente alla morfologia dei territori montani nelle diverse aree del paese, come al Nord il 40,4% delle imprese intervistate risulti collocata in un "piccolissimo comune" (inferiore ai 2 mila abitanti), mentre tale dimensione demografica risulti decisamente meno significativa sia per le imprese del Centro Italia (25,2%) sia, in misura ancora superiore, per quelle del Sud (15,5%).

In queste ultime la percentuale delle imprese localizzate in un comune di oltre 5 mila abitanti supera la maggioranza (attestandosi al 54,5%, di cui il 29,9% in un comune con oltre 15 mila abitanti). Infine al Centro si osserva una distribuzione

più omogenea di imprese collocate in piccolissimi comuni (25,2%), in comuni di 2-5 mila abitanti (24,3%), in comuni di 5-15 mila abitanti (32,4%) e in comuni con un'ampiezza demografica superiore (18%).

Tabella 2 - Ampiezza demografica dei comuni coinvolti in base all'area geografica e all'altitudine media. *Valori %*

	≤2.000 abitanti	2-5.000 abitanti	5-15.000 a bitanti	Oltre 15.00 abitanti	V.A.
Disaggregazione in base alla regione a all'area geografica					
Nord	40,4	22,2	22,2	15,2	302
Centro	25,2	24,3	32,4	18,0	111
Sud	15,5	29,9	24,6	29,9	187
Disaggregazione in base all'altitudine					
Fino a 600 metri slm	16,8	24,7	29,6	28,9	291
Oltre 600 metri slm	42,1	25,2	20,4	12,3	309
Totale	**29,9**	**25,0**	**24,8**	**20,3**	**600**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

L'altitudine media dei comuni in cui sono collocate le imprese intervistate costituisce un utile strumento di approfondimento e di analisi, rappresentando una chiave di lettura significativa per interpretare i bisogni e le problematiche espresse dal campione e per rilevare le specificità del rapporto tra imprese, cittadini e montagna.

Analizzando la distribuzione del campione per altitudine media del comune, si registra una sostanziale omogeneità tra comuni collocati nella "bassa montagna" (il 48,5% delle imprese si trova in un comune situato a meno di 600 metri di altezza sul livello del mare) e tra quelli di "alta montagna" (il 51,5% si trova ad oltre 600 metri slm, di cui un significativo 29% è collocato in comuni con un'altitudine media superiore agli 800 metri).

A livello ripartizionale, al Nord si registra una distribuzione omogenea di imprese collocate in "alta" (>600 metri slm) e in "bassa montagna" (≤600 metri slm); al Centro Italia si registra una forte prevalenza di imprese situate in comuni di "bassa montagna" (72,1%) e al Sud il 67,9% delle imprese è situata in comuni con un'altitudine media superiore ai 600 metri.

Più nel dettaglio appare interessante rilevare come nel Nord Italia (coerentemente alla morfologia del territorio, costituito da comuni di piccole dimensioni demografiche situati in alta montagna) oltre un terzo delle imprese "montane" (il 34,1%) si collochi in un comune di oltre 800 metri di altitudine (a fronte di un marginale 12,6% rilevato tra le imprese del Centro e del 30,5% tra quelle del Sud).

Nel meridione prevalgono invece le imprese situate in c omuni di 601-800 metri slm, mentre al Centro ben il 45,9% delle imprese è situata in un comune di 401-600 metri slm.

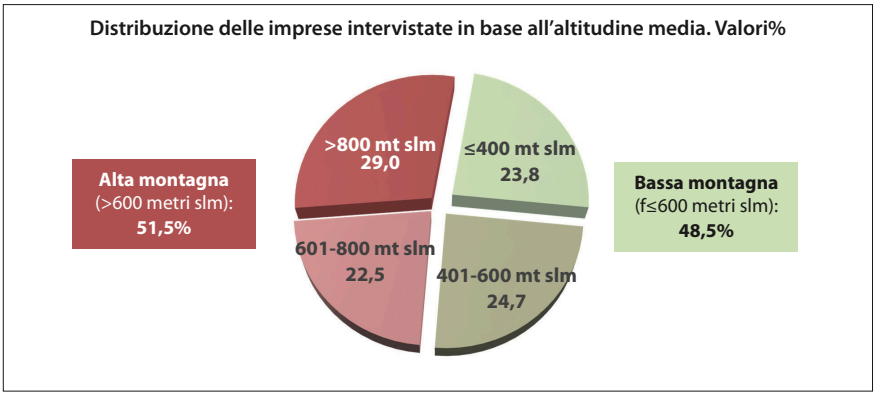


Tabella 3 - Distribuzione del campione in base all'altitudine media. *Valori assoluti e %*

	V.A.	%		V.A.	%
Fino a 400 metri slm	143	23,8	Fino a 600 metri slm	291	48,5
Da 401 a 600 metri slm	148	24,7			
Da 601 a 800 metri slm	135	22,5	Oltre 600 metri slm	309	51,5
Oltre 800 metri slm	174	29,0			
Totale	**600**	**100,0**	**Totale**	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Tabella 4 - Altitudine media dei comuni coinvolti in base all'area geografica. *Valori %*

	Nord	Centro	Sud		Nord	Centro	Sud
Fino a 400 mt slm	34,1	26,1	5,9	Fino a 600 mt slm	50,0	72,1	32,1
401-600 mt slm	15,9	45,9	26,2				
601-800 mt slm	15,9	15,3	37,4	Oltre 600 mt slm	50,0	27,9	67,9
Oltre 800 mt slm	34,1	12,6	30,5				
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**Totale**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Come nella prima edizione del Rapporto, un utile strumento di lettura delle specificità territoriali è stato costituito dalla dinamica demografica (stabilità, espansione o declino), osservata confrontando la variazione della popolazione (Istat) tra gli ultimi 2 censimenti (2001 e 2011).

Analizzando la distribuzione del campione sotto tale prospettiva appare interessante sottolineare come, rispetto alla distribuzione reale dei 3.516 comuni montani italiani, quelli in cui sussistono attività imprenditoriali coinvolte nell'indagine risultino maggiorente "solidi" sotto il profilo demografico, registrando nella prevalenza dei casi (il 42,5%) una situazione di espansione demografica (ovvero una crescita superiore al 3%), a fronte di un dato di scenario significativamente inferiore (pari al 33,4%). Coerentemente, una situazione di declino demografico, pur interessando una quota significativa dei comuni in cui sono collocate le imprese intervistate (il 31,7%) appare meno estesa rispetto alla reale distribuzione dei comuni montani (che nel 43,9% dei casi sono a rischio spopolamento).

Infine, sostanzialmente sovrapponibile risulta la quota di comuni che si trova in una situazione di stabilità (il 25,8% del campione intervistato e il 22,7% tra tutti i comuni montani), rilevando variazioni demografiche – negative o positive – inferiori al 3%. Complessivamente, i 600 comuni montani coinvolti nell'indagine campionaria registrano un incremento demografico (pari al 2,6%) leggermente più elevato di quello registrato tra i 3.516 comuni montani italiani (+1,6%).

Tabella 5 - Distribuzione del campione e della totalità dei comuni montani in base alla dinamica demografica tra gli ultimi 2 Censimenti (2001 e 2011). *Valori assoluti e %*

	CAMPIONE		*COMUNI MONTANI*	
	V.A.	%	*V.A.*	%
Espansione demografica	255	42,5	1.174	33,4
Stabilità demografica	155	25,8	798	22,7
Declino demografico	190	31,7	1.544	43,9
Totale	**600**	**100,0**	**3.516**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

La disaggregazione dei dati in base all'area geografica, all'ampiezza demografica e all'altitudine media dei comuni in cui sono collocate le imprese intervistate, evidenzia significativi scarti, confermando la presenza di una elevata sperequazione tra i diversi territori: ad esempio al Nord l'ampia maggioranza del campione (il 59,9%) si trova in comuni che vivono una situazione di espansione demografica, a fronte del 40,5% al Centro e di un marginale 15,5% al Sud.

Sul fronte opposto, i comuni montani del Sud Italia confermano le maggiori criticità, registrando nel 61% dei casi una situazione di declino demografico (contro il 18,9% rilevato al Centro e il 18,2% al Nord). Anche l'ampiezza demografica e l'altitudine media si correlano significativamente all'andamento demografico segnalato, registrando le maggiori criticità i comuni di piccolissime dimensioni demografiche e quelli di alta montagna (collocati al di sopra degli 800 metri slm), che, rispettivamente, nel 42,5% e nel 51,1% dei casi vivono una condizione di declino demografico, a fronte dei valori minimi rilevati nei comuni di 5-15 mila abitanti (19,5%) e in quelli collocati ad un'altitudine media inferiore ai 401 metri slm (11,9%), che, coerentemente, risultano in espansione demografica nel 49,7% e nel 62,2% dei casi.

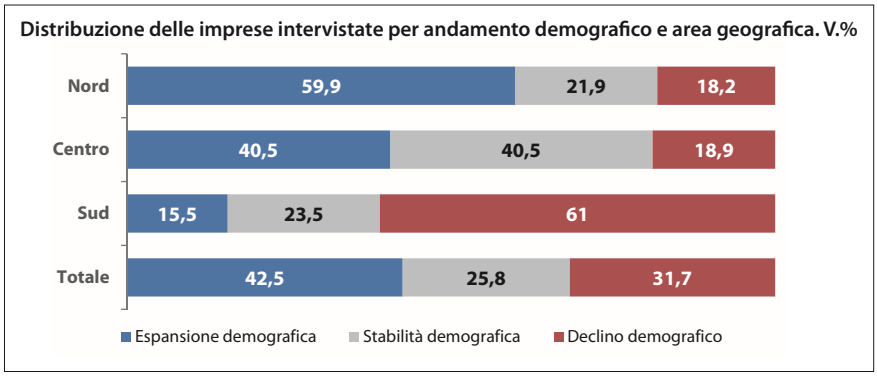


Tabella 6 - Dinamica demografica dei comuni in cui sono collocate le imprese intervistate in base ad area geografica, ampiezza demografica e altitudine media. *V. %*

	Espansione	Stabilità	Declino
Disaggregazione per settore di attività			
Nord	59,9	21,9	18,2
Centro	40,5	40,5	18,9
Sud	15,5	23,5	61,0
Disaggregazione per classe di addetti			
≤ 2.000 abitanti	39,1	18,4	42,5
2.001-5.000 abitanti	42,7	22,7	34,7
5.001-15.000 abitanti	49,7	30,9	19,5
Oltre 15.000 abitanti	38,5	34,4	27,0
Disaggregazione per ampiezza demografica			
≤ 400 metri slm	62,2	25,9	11,9
Da 401 a 600 metri slm	41,2	37,2	21,6
Fino a 600 metri slm	51,5	31,6	16,8
Da 601 a 800 metri slm	42,2	19,3	38,5
Oltre 800 metri slm	27,6	21,3	51,1
Oltre 600 metri slm	34,0	20,4	45,6
Totale	**42,5**	**25,8**	**31,7**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Una ulteriore informazione significativa per approfondire il contesto economico, sociale e territoriale vissuto dalle imprese intervistate riguarda la densità demografica dei comuni coinvolti nell'indagine campionaria.
Analizzando quindi i dati, il 68,7% delle imprese è ubicata in comuni con un'ampiezza superiore ai 50 abitanti per Kmq, a fronte di un minoritario 31,3% collocato in comuni con un'ampiezza demografica inferiore. Più in generale, i comuni montani dove hanno sede le imprese intervistate registrano una densità media (pari a 128 abitanti per Kmq), leggermente superiore a quella complessivamente rilevata nei 3.516 comuni montani italiani (pari a 100 abitanti per Kmq).

Tabella 7 - Distribuzione del campione in base alla densità demografica (abitanti per Km^2). *Valori assoluti e %*

	V.A.	%
≤50 abitanti/Kmq	188	31,3
Oltre 50 abitanti/Kmq	412	68,7
Totale	600	100,0
	Campione	**Comuni montani**
Media abitanti/Kmq	127,7	100,3

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando la densità e l'andamento demografico in base all'altitudine media dei comuni coinvolti nell'indagine campionaria, si confermano valori maggiormente positivi nei comuni di "bassa montagna", caratterizzati nell'82,5% dei casi da una densità demografica superiore ai 50 abitanti per Kmq e da una maggioritaria situazione di espansione demografica (rilevata nel 51,5% dei casi a fronte del 16,8% in declino demografico). Nei comuni di "alta montagna" (collocati ad oltre i 600

metri di altitudine), ben il 44,3% registra una densità demografica inferiore ai 51 abitanti per Kmq (che sale al 52,3% nei comuni collocati al di sopra degli 800 metri slm), e il 45,6% vive una situazione di declino demografico (una quota che sale al 51,1% nei comuni collocati al oltre 800 metri di altitudine), contro il 34% che vive una situazione di espansione.

Tabella 8 – Altitudine media dei comuni coinvolti in base alla densità demografica (abitanti per Km^2) e all'andamento demografico. *Valori %*

	Densità demografica		Andamento demografico (2011/2001)		
	≤50 abitanti/Kmq	Oltre 50 abitanti/Kmq	Espansione demografica	Stabilità demografica	Declino demografico
Disaggregazione per altitudine					
≤400 metri slm	14,7	85,3	62,2	25,9	11,9
4-600 metri slm	20,3	79,7	41,2	37,2	21,6
≤600 metri slm	**17,5**	**82,5**	**51,5**	**31,6**	**16,8**
6-800 metri slm	34,1	65,9	42,2	19,3	38,5
>800 metri slm	52,3	47,7	27,6	21,3	51,1
>600 metri slm	**44,3**	**55,7**	**34,0**	**20,4**	**45,6**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

D.1.2. Il profilo dell'impresa

L'indagine campionaria è stata finalizzata, oltre che a rilevare il rapporto tra le imprese montane e il territorio, a disporre di una "mappatura" quanto più completa degli elementi di forza e di debolezza del sistema delle imprese montane in Italia. A tale scopo sono state rilevate le caratteristiche delle imprese (in termini di addetti, di fatturato, analizzando forma giuridica e anno di costituzione), e degli imprenditori titolari di aziende montane (raccogliendo informazioni relative al sesso, all'età, al titolo di studio e alle modalità di costituzione dell'impresa).

All'interno di tale obiettivo, un importante sezione è stata dedicata ad approfondire il livello di competitività e il potenziale di crescita delle imprese montane, rilevando strategie produttive, organizzative e di mercato, analizzando la capacità innovativa delle imprese, la proiezione internazionale e l'organizzazione aziendale. I dati raccolti, di seguito approfonditamente analizzati, restituiscono l'immagine di un sistema produttivo montano in cui prevalgono modelli di governance estremamente semplificati, caratterizzati da un controllo a prevalente carattere familiare e una gestione aziendale accentrata (la maggioranza del campione è infatti costituito da ditte individuali o da società di persone), in cui risultano fortemente dominanti la piccola e la piccolissima dimensione d'impresa.

Per quanto riguarda il mercato di riferimento, l'orientamento all'internazionalizzazione, che rappresenterebbe un importante fattore di traino per l'uscita dalla recessione, specialmente in un momento come quello attuale caratterizzato da una domanda interna stagnante, appare del tutto marginale, caratterizzandosi le imprese montane per una clientela e un mercato scarsamente diversificato e dal carattere specificatamente locale, che le espone maggiormente al rischio fallimento.

Passando quindi ad analizzare la forma giuridica assunta dalle imprese montane intervistate, come premesso, la prevalenza del campione (il 37,5%) è costituito da ditte individuali (spesso a gestione familiare); seguono il 29,8% di società di persone e il 22% di SRL. Meno di un'impresa su 10 è rappresentato da una società cooperativa (il 9%) e un marginale 1,7% da una SPA.

Distribuzione delle imprese intervistate per forma giuridica. Valori %

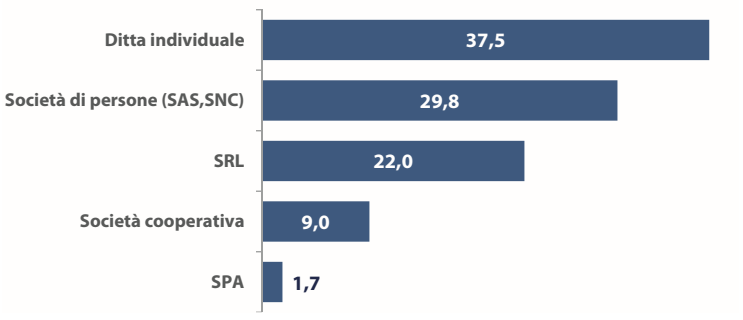


Tabella 9 – Distribuzione del campione in base alla forma giuridica dell'impresa intervistata. *Valori assoluti e %*

	V.A.	%
Ditta individuale	225	37,5
Società di persone (SAS, SNC)	179	29,8
SRL	132	22,0
Società cooperativa	54	9,0
SPA	10	1,7
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Per quanto riguarda l'anno di costituzione delle imprese, mediamente si tratta di imprese con "un'anzianità" superiore ai 25 anni (l'anno di costituzione mediamente rilevato risulta infatti il 1988). Più nel dettaglio il 13,7% delle imprese è stata costituita prima del 1970; il 25,8% tra il 1970 e il 1989, il 21,3% tra il 1990 e il 1999 e il 39,1% dopo il 1999 (di cui soltanto il 15,7% risulta di più recente costituzione, essendo nata dopo il 2005).

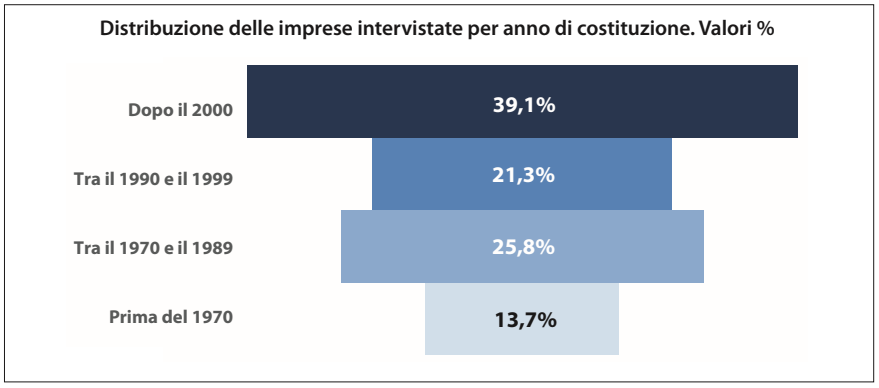


Tabella 10 – Distribuzione del campione in base all'anno di costituzione dell'impresa intervistata. *Valori assoluti, % e percentuali valide*

	V.A.	V.%	% valide
Prima del 1970	73	12,2	13,7
Tra il 1970 e il 1989	138	23,0	25,8
Tra il 1990 e il 1999	114	19,0	21,3
Dal 2000 in poi	209	34,8	39,1
- di cui dopo il 2005	*84*	*14,0*	*15,7*
Non indica	66	11,0	-
Totale	600	100,0	100,0
Media anno di costituzione	*1988*		

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Il settore di attività delle imprese intervistate, come precedentemente ricordato, ha rappresentato una variabile di stratificazione; il campione, coerentemente con la distribuzione delle imprese nei comuni montani, risulta quindi costituito

per la prevalenza (38,5%) da imprese operanti nel settore del commercio e della ristorazione (di cui il 25,2% operanti nel commercio e il 13,3% nelle attività di alloggio e ristorazione); seguono le imprese di trasporto, magazzinaggio e altri servizi (28,5%), le imprese di costruzioni (16,2%), le attività manifatturiere (11,7%) e le imprese operanti nel settore agricolo (5,2%).

Tabella 11 - Distribuzione del campione in base al settore di attività dell'impresa intervistata. *Valori assoluti e %*

	V.A.	%
Agricoltura	31	5,2
Attività manifatturiere	70	11,7
Costruzioni	97	16,2
Commercio e ristorazione	231	38,5
- di cui: commercio all'ingrosso e al dettaglio	151	25,2
attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	80	13,3
Trasporto e altri servizi	171	28,5
- di cui: trasporto e magazzinaggio e comunicazioni	20	3,3
servizi immobiliari, finanziari e culturali	65	10,8
istruzione, attività scientifiche e tecniche	52	8,7
sanità e assistenza sociale	34	5,7
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Relativamente al numero degli addetti, rispetto alla reale distribuzione delle 608.354 imprese collocate nei comuni montani, costituite nel 76% dei casi da microimprese (fino a 2 addetti), nel 14,9% da imprese con 3-5 addetti, nel 4,9% da imprese con 6-9 addetti e nel 4,1% da un numero di addetti uguale o superiore alle 10 unità, si è deciso di sottodimensionare le microimprese, escludendo le imprese unipersonali (ovvero quelle in cui lavora soltanto il titolare, che rappresentano ben il 56% del totale) e di sovradimensionare le imprese di maggiori dimensioni, in quanto

presentano dinamiche economiche più complesse e un rapporto con la montagna e con l'ambiente più strutturato. Ciò premesso, il campione finale risulta costituito nel 31,2% dei casi da micro-imprese (con meno di 3 addetti), nel 38,8% dei casi da imprese con 3-5 addetti, nel 13,2% dei casi da imprese di 6-9 addetti e nel 16,9% da imprese con un numero di addetti superiore a 9.

Complessivamente le 600 imprese intervistate contano un numero di addetti (compreso il titolare) pari a 4.424 unità, con una media di 7,4 addetti per impresa. Di questi, una quota ampiamente prevalente (l'87%, pari mediamente a 6,5 addetti) risultano dipendenti.

Tabella 12 – Distribuzione delle imprese e degli addetti in base alla dimensione di impresa. *Valori assoluti, % e valori medi*

	Imprese			N. Addetti censiti	
	Campione		*% Imprese attive*	Campione	
	V.A.	%		**V.A.**	**%**
Fino a 2 addetti	187	31,2	*76,0*	337	7,6
3-5 addetti	233	38,8	*14,9*	886	20,0
6-9 addetti	79	13,2	*4,9*	576	13,0
≥ 10 addetti	**101**	**16,9**	*4,1*	**2.625**	**59,4**
Totale	**600**	**100,0**	*100,0*	**4.424**	**100,0**
Media addetti	***7,4***				
Media dipendenti	***6,5***				

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Per quanto riguarda la fascia di fatturato delle imprese intervistate, coerentemente alla dimensione aziendale precedentemente rilevata, oltre la metà del campione (il 52%) registra nel 2015 un fatturato inferiore ai 100 mila euro (di cui il 12,6% inferiore ai 30 mila, il 15,4% tra i 30 e i 50 mila e il 24% tra i 50 e i 100 mila euro).
Il 17,2% delle imprese registra un fatturato compreso tra i 100 e i 250 mila euro; il 12,1% tra i 250 e i 500 mila euro; l'8,4% si colloca tra i 500 mila e il milione di euro e soltanto il 10,3% supera il milione di euro di fatturato nel 2015.

Tabella 13 - Fascia di fatturato (anno 2015) in cui si sono collocate le imprese intervistate. *Valori assoluti, % e percentuali valide*

	V.A.	V.%	% valide
Fino a 30.000 euro	57	9,5	12,6
Da 30.001 a 50.000 euro	70	11,7	15,4
Da 50.001 a 100.000 euro	109	18,2	24,0
Da 100.001 a 250.000 euro	**78**	**13,0**	**17,2**
Da 250.001 a 500.000 euro	**55**	**9,2**	**12,1**
Da 500.001 a 1.000.000 euro	**38**	**6,3**	**8,4**
Oltre 1.000.000 di euro	**47**	**7,8**	**10,3**
Non sa/non indica	**146**	**24,3**	-
Totale	**600**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Infine, soltanto il 4,5% delle aziende intervistate lavora all'interno di una rete di imprese (21, pari al 3,5%) o in franchising (6 imprese, pari all'1%), a fronte di un quasi plebiscitario 95,5% che lavora in forma autonoma.

L'assetto piuttosto tradizionale delle imprese montane intervistate è confermato inoltre dal limitato utilizzo dell'e-commerce: soltanto il 20,7% delle imprese, infatti, realizza attività di vendita attraverso una piattaforma on-line (percentuale che sale al 36,3% tra le imprese del settore alloggio e ristorazione, scendendo al valore minimo del 9,7% tra quelle agricole), a fronte del 79,3% che non ne dispone. Tra le imprese che utilizzano una piattaforma e-commerce, inoltre, la quota delle vendite realizzate appare piuttosto marginale, pari al 23,8%, confermando come il ricorso a "metodi tradizionali" risulti ancora ampiamente diffuso e prevalente.

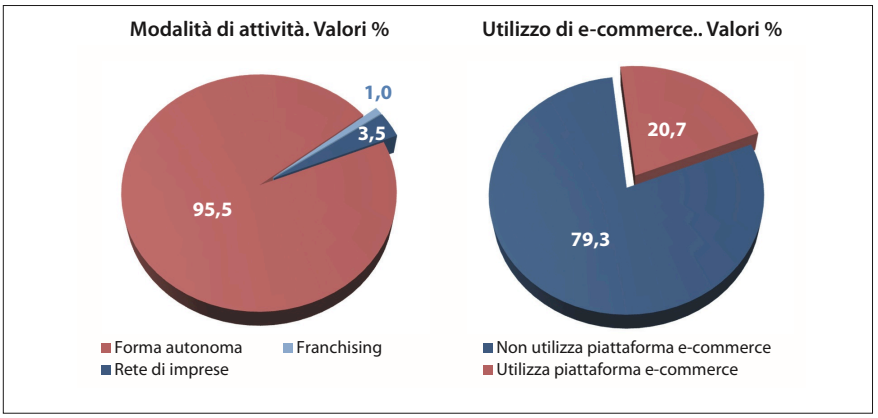


Tabella 14 – Distribuzione delle imprese in base alla modalità con cui svolgono la propria attività e quota di mercato realizzata attraverso attività di e-commerce. *V.A. e %*

Modalità con cui le imprese svolgono la propria attività		
	V.A.	**V.%**
In forma totalmente autonoma	573	95,5
In franchising	6	1,0
All'interno di una rete di imprese	21	3,5
Totale	**600**	**100,0**
Utilizzo e-commerce		
	V.A.	**V.%**
Non utilizza piattaforma e-commerce	476	79,3
Utilizza piattaforma e-commerce	124	20,7
- Quota realizzata con e-commerce	*23,8%*	
Totale	**600**	**100,0**

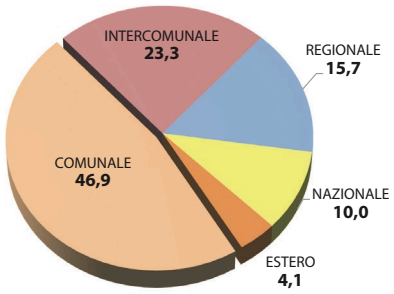
Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Passando ad analizzare le caratteristiche dell'attivitàimprenditoriale delle imprese montane intervistate, attraverso l'osservazione delle vendite e dei ricavi in base al territorio di provenienza e alla tipologia della clientela, è possibile rilevare la forte prevalenza di imprese con un mercato di riferimento locale e privato.

Circa la metà delle vendite e dei ricavi delle imprese (il 46,9%) derivano infatti dal mercato interno (ossia da residenti del comune di riferimento), confermando da una parte un forte legame (anche di natura economica) con il territorio e dall'altra un assetto fortemente tradizionale e localistico.

Un significativo 23,3% del fatturato delle imprese è inoltre costituito da una clientela proveniente dai comuni limitrofi o dalla provincia di riferimento, mentre le quote dei ricavi si riducono progressivamente all'aumentare della dimensione territoriale di riferimento: il 15,7% delle vendite deriva infatti da un mercato regionale; il 10% da un mercato nazionale e soltanto il 4,1% è frutto di relazioni commerciali/economiche con l'estero.

Distribuzione delle vendite/ricavi dell'impresa intervistata in base al territorio di provenienza della clientela. Valori %



Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Il settore di attività e l'ampiezza aziendale (misurata in numero di addetti) incidono in misura significativa sul mercato territoriale di riferimento. Sono infatti le imprese operanti nel settore del commercio (69,3%) e delle costruzioni (50,5%) a "dipendere" in misura più elevata da una clientela comunale, ricavando oltre la metà del proprio fatturato dai residenti del proprio comune; seguono le imprese di trasporti, comunicazioni e altri servizi (42,9%), le imprese manifatturiere (38,3%), quelle agricole (28,7%) e quelle di alloggio e ristorazione (23,1%), che si rivolgono in misura prevalente ad una clientela nazionale (23,8%), registrando quote di mercato significative anche all'estero (11,6% registrato soprattutto dagli alberghi, dove la quota di clienti stranieri sale al 20%).

Una maggiore apertura ai mercati nazionali e internazionali si registra inoltre tra le attività manifatturiere (rispettivamente con il 16,1% e il 5,8% del fatturato) e le imprese agricole (13,1% e 4,3%).

Anche la dimensione di impresa incide in misura significativa sulla tipologia di clientela registrata: se infatti le micro-imprese (fino a 2 addetti) e quelle di 3-5 addetti registrano una clientela prettamente locale e comunale (che rappresenta rispettivamente il 59,9% e il 53,5% dei ricavi), tale incidenza scende al 28,4% tra le imprese di 6-9 addetti e al valore minimo di 23,9% tra quelle di 10 o più addetti,

che guardano anche ai mercati esteri (con quote di fatturato pari rispettivamente al 6,8% e al 7%) e ai mercati nazionali (17,5% e 14,5%).

Non si rilevano infine significativi scarti disaggregando i dati in base alle caratteristiche del comune in cui è situata l'impresa, confermandosi fortemente prevalente la dimensione locale e comunale sia nelle imprese collocate in piccolissimi comuni (44,3%), sia in quelli di medio-grandi dimensioni demografiche (47,1%), sia nelle imprese di "bassa montagna" (47,5%), sia in quelle di "alta montagna" (46,2%).

Tabella 15 - Distribuzione territoriale delle vendite/ricavi delle imprese intervistate in base al settore di attività, al n. di addetti, all'ampiezza demografica e all'altitudine. *Val. medi*

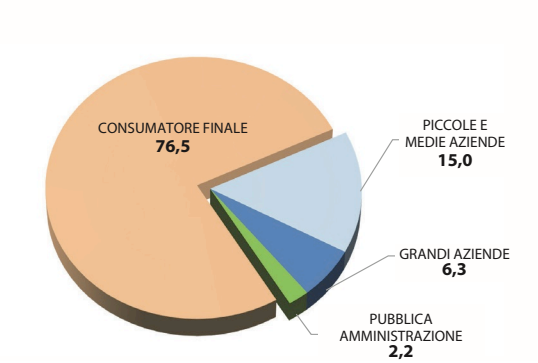
	Comunale	Intercom.	Regionale	Nazionale	Estero	Totale
	Disaggregazione per settore di attività					
Agricoltura	28,7	34,0	20,0	13,1	4,3	100,0
Manifattura	38,3	23,4	16,3	16,1	5,8	100,0
Costruzioni	50,5	25,0	19,9	3,9	0,8	100,0
Commercio	69,3	18,9	6,1	3,9	1,8	100,0
Alloggio e ristoraz.	23,1	21,4	20,1	23,8	11,6	100,0
Trasp. e altri servizi	42,9	25,2	18,7	9,3	3,9	100,0
	Disaggregazione per classe di addetti					
Fino a 2 addetti	59,9	21,7	8,3	7,9	2,2	100,0
3-5 addetti	53,5	23,2	12,8	7,0	3,5	100,0
6-9 addetti	28,4	25,3	21,9	17,5	6,8	100,0
≥10 addetti	23,9	24,6	30,0	14,5	7,0	100,0
	Disaggregazione per ampiezza demografica					
≤2.000 abitanti	44,3	22,6	16,2	11,1	5,8	100,0
2-5.000 abitanti	45,3	22,4	17,9	10,5	3,8	100,0
5-15.000 abitanti	51,4	24,8	11,9	9,0	2,9	100,0
≥15.000 abitanti	47,1	23,7	16,8	8,9	3,5	100,0
	Disaggregazione per altitudine media					
≤600 metri slm	47,5	23,8	15,8	8,8	4,0	100,0
>600 metri slm	46,2	22,8	15,5	11,2	4,3	100,0
Totale	**46,9**	**23,3**	**15,7**	**10,0**	**4,1**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Per quanto riguarda la tipologia di clientela servita dalle imprese intervistate, oltre i due terzi del fatturato (il 76,5%) proviene da privati cittadini/consumatori finali; la forte presenza di un mercato di "prossimità" (locale e costituito da consumatori finali) se da una parte non espone le imprese al problema della mancanza di liquidità che investe complessivamente il sistema delle PMI (come successivamente analizzato, il tema dei ritardi nei pagamenti investe infatti soltanto una quota marginale delle imprese), ne limita certamente la spinta all'innovazione e alla crescita che può invece essere generata dalla partecipazione a filiere integrate (o a gruppi di impresa) proiettate su mercati a maggiore esposizione competitiva.

Conseguentemente a quanto emerso, soltanto quote secondarie di mercato provengono da piccole e medie imprese (15%), da grandi aziende (6,3%) o dalla Pubblica Amministrazione (2,2%).

Distribuzione del campione in base alla tipologia della clientela. Valori %



Sono soprattutto le attività manifatturiere e quelle operanti nel settore della costruzione che, spesso in qualità di contoterzisti, collaborano con altre aziende, registrando, oltre ai consumatori finali (che si confermano clienti prevalenti anche in questi settori), significative quote di mercato tra le piccole, le medie e le grandi aziende.

Soltanto le imprese di costruzioni registrano infine una quota significativa di ricavi derivanti da rapporti commerciali con la Pubblica Amministrazione (9,9%, a fronte di valori marginali o nulli negli altri settori).

Oltre al settore di attività è, ancora una volta, la dimensione aziendale a risultare significativa nella lettura del mercato di riferimento delle imprese montane: la percentuale di ricavi derivanti dai privati cittadini/consumatori finali (seppure ampiamente prevalente in tutte le imprese) risulta infatti superiore all'80% nelle realtà imprenditoriali di piccolissime dimensioni (con l'82,8% dei ricavi nelle imprese con meno di 3 addetti e l'81,5% in quelle di 3-5 addetti), mentre scende significativamente nelle imprese di 6-9 addetti (attestandosi al 68,2%) e in quelle con oltre 9 addetti (60,1%). Tra queste ultime una quota rilevante del fatturato deriva da piccole e medie aziende (19%), da grandi aziende (14,4%) e dalla Pubblica Amministrazione (6,5%).

La localizzazione delle imprese montane non sembra infine modificarne significativamente la struttura del mercato di riferimento, confermandosi ampiamente prevalente (con percentuali vicine o superiori al 75%) la quota di ricavi proveniente dai consumatori finali.

Tabella 16 - Distribuzione dei ricavi/vendite per tipologia di clientela in base al settore di attività, al n. di addetti, all'ampiezza demografica e all'altitudine. *Valori medi*

	Consumatore finale	Piccole-medie aziende	Grandi aziende	PA	Totale
	Disaggregazione per settore di attività				
Agricoltura	81,8	14,5	3,7	0,0	100,0
Manifattura	53,0	26,3	18,6	2,2	100,0
Costruzioni	58,6	23,4	8,1	9,9	100,0
Commercio	89,6	9,3	1,1	0,0	100,0
Alloggio e ristoraz.	94,7	3,1	1,2	1,0	100,0
Trasp. e altri servizi	74,7	16,6	7,6	1,0	100,0
	Disaggregazione per classe di addetti				
Fino a 2 addetti	82,8	13,5	2,6	1,1	100,0
3-5 addetti	81,5	12,8	4,0	1,7	100,0
6-9 addetti	68,2	19,9	10,9	1,1	100,0
≥10 addetti	60,1	19,0	14,4	6,5	100,0
	Disaggregazione per ampiezza demografica				
≤2.000 abitanti	78,7	12,9	6,3	2,1	100,0
2-5.000 abitanti	72,4	18,4	7,8	1,4	100,0
5-15.000 abitanti	78,8	13,5	5,9	1,8	100,0
≥15.000 abitanti	75,1	16,1	4,8	4,0	100,0
	Disaggregazione per altitudine media				
≤600 metri slm	74,6	16,1	6,6	2,7	100,0
>600 metri slm	78,2	14,0	5,9	1,8	100,0
Totale	**76,5**	**15,0**	**6,3**	**2,2**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

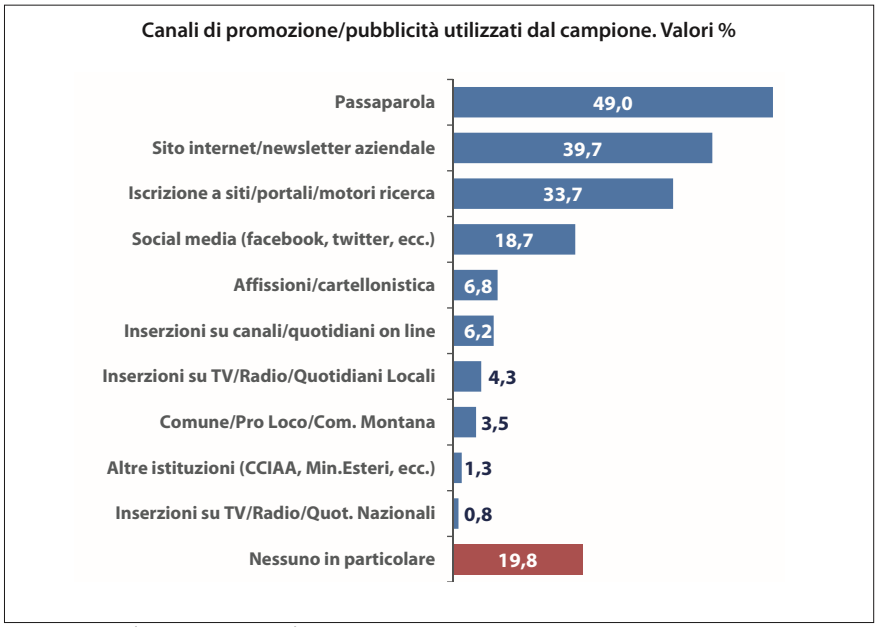
Per completare il quadro descrittivo delle imprese intervistate, è risultato interessante analizzare i canali attraverso i quali le imprese intervistate solitamente promuovono e pubblicizzano la propria attività.

In primo luogo risulta significativo rilevare come circa un'impresa su 5 (il 19,8%) non utilizzi alcuno strumento di comunicazione o di pubblicità, non adottando strategie pubblicitarie, ed evidenziando un generale atteggiamento di chiusura o disinteresse ad aprirsi a nuove opportunità di mercato, attraverso l'utilizzo di nuove o tradizionali forme di marketing.

Coerentemente all'assetto "tradizionale" delle imprese montane più volte sottolineato, inoltre, circa la metà del campione (il 49%) utilizza il "passaparola" per promuovere la propria attività, ovvero un marketing legato all'esperienza diretta di altri utenti, particolarmente efficace per le imprese che lavorano in contesti locali.

Gli strumenti offerti dalla rete risultano comunque utilizzati e apprezzati da una quota significativa di imprenditori, considerando che il 39,7% utilizza il proprio sito internet per promuovere la propria attività; il 33,7% risulta iscritto a siti e portali specializzati e il 18,7% utilizza i social media (come facebook o twitter) per farsi pubblicità, mentre meno utilizzati risultano le inserzioni su canali, quotidiani e magazine on line (6,2%).

Un minore attrattività si riscontra per gli strumenti e i canali di marketing e pubblicità "tradizionali", come le affissioni e la cartellonistica (utilizzati soltanto dal 6,8% delle imprese), le inserzioni su Tv, radio e quotidiani locali (6,2%) o nazionali (0,8%), mentre marginali appaiono i supporti ricevuti dai soggetti istituzionali (considerando che soltanto il 3,5% dichiara di promuovere la propria attività attraverso il Comune, la Pro loco o la Comunità montana e l'1,3% attraverso altri soggetti istituzionali).



Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Tabella 17a - Canali attraverso i quali vengono solitamente promossi/pubblicizzati l'attività/i prodotti delle aziende intervistate. *V.A. e %*

	V.A.	*V.%**
Attraverso il "passaparola"	294	49,0
Sito internet/newsletter aziendale	238	39,7
Iscrizione a siti/portali specializzati/motori di ricerca	202	33,7
Social media (facebook, twitter, ecc.)	112	18,7
Affissioni/cartellonistica	41	6,8
Inserzioni su canali/quotidiani/magazine on line	37	6,2
Inserzioni su TV/Radio/Quotidiani Locali	26	4,3
Attraverso l'attività di promozione del Comune/Pro Loco/Com. Montana	21	3,5
Attraverso altri soggetti istituzionali (CCIAA, Min.Esteri, ecc.)	8	1,3
Inserzioni su TV/Radio/Quotidiani Nazionali	5	0,8
Nessuno in particolare	119	19,8

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Sono soprattutto le attività di alloggio e ristorazione ad affidare la propria promozione a strumenti di "nuova generazione" utilizzando in misura maggiore il sito internet (58,8% delle citazioni, rispetto al 39,7% di media), i portali specializzati (47,5%, rispetto al 33,7%) e i social media (43,8%, rispetto al 33,7%). Più tradizionali risultano invece i canali pubblicitari utilizzati dai commercianti intervistati, che nel 65,6% dei casi si affidano al semplice "passaparola", dagli operatori economici impegnati nel settore agricolo (54,8%) e nelle costruzioni (51,5%).

Tabella 17b – Canali attraverso i quali vengono solitamente promossi/pubblicizzati l'attività/i prodotti delle aziende intervistate in base al settore di attività. *V.A. e %*

	Agricoltura	Attività manifat.	Costruz.	Commercio	Alloggio e ristoraz.	Altri servizi	Totale
Attraverso il "passaparola"	54,8	50,0	51,5	65,6	41,3	35,1	49,0
Sito internet/newsletter aziendale	32,3	48,6	26,8	28,5	58,8	45,6	39,7
Iscrizione a siti/portali / motori di ricerca	35,5	38,6	26,8	25,8	47,5	35,7	33,7
Social media (facebook, twitter, ecc.)	9,7	14,3	7,2	8,6	43,8	25,7	18,7
Affissioni/cartellonistica	-	5,7	13,4	7,3	-	7,6	6,8
Inserzioni su canali/quot. /magazine on line	6,5	14,3	6,2	4,0	7,5	4,1	6,2
Inserzioni su TV/Radio/ Quotidiani Locali	3,2	2,9	2,1	5,3	7,5	4,1	4,3
Promozione Comune/ Pro Loco/Com. Montana	-	-	-	1,3	11,3	5,8	3,5
Altri soggetti istituzionali (CCIAA, Min.Esteri, ecc.)	-	1,4	1,0	0,7	1,3	2,3	1,3
Inserzioni su TV/Radio/ Quot. Nazionali	-	1,4	1,0	-	2,5	0,6	0,8
Nessuno in particolare	22,6	17,1	22,7	19,9	7,5	24,6	19,8

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

D.1.3. Il profilo dell'imprenditore

Per quanto riguarda il profilo dei titolari delle imprese montane intervistate, l'analisi di alcune informazioni socio-anagrafiche consente di completare il quadro descrittivo di riferimento e di approfondire alcune dinamiche relative al rapporto tra imprenditori e montagna.

Analizzando quindi in primo luogo la variabile anagrafica dei 600 imprenditori intervistati, coerentemente alla elevata età media che caratterizza i territori montani, un'ampia maggioranza del campione (il 55,9%) risulta ultraquarantanovenne (di questi un significativo 8,7% ha oltre 64 anni). Sul fronte opposto i "giovani imprenditori" con un'età inferiore ai 40 anni rappresentano una quota minoritaria del campione, pari ad appena l'11,3%, a conferma della scarsa propensione dei giovani a "fare impresa" nei comuni montani e dello spopolamento in atto in alcune zone montane italiane così come indicato anche dagli esperti intervistati nella sezione qualitativa dell'indagine, mentre il restante 32,8% del campione registra un'età compresa tra i 40 e i 49 anni. Complessivamente l'età media degli imprenditori intervistati risulta pari a 50,9 anni.

Tabella 18 – Distribuzione degli imprenditori intervistati in base all'età. Valori assoluti, %, percentuali valide ed età media

	V.A.	V.%	% valide
Fino a 39 anni	62	10,3	11,3
40-49 anni	181	30,2	32,8
50+ anni	308	51,3	55,9
- di cui 65+ anni	*48*	*8,0*	*8,7*
Non indica	49	8,2	-
Totale	**600**	**100,0**	**100,0**
Età media	**50,9 anni**		

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Il divario di genere che caratterizza ancora fortemente l'imprenditorialità italiana (con un tasso di femminilizzazione pari ad appena il 26,1%), risulta ancora più marcato nei comuni montani, considerando che tra le 600 imprese intervistate soltanto il 24,5% è amministrato e diretto da una donna, a fronte del 75,5% in cui il titolare risulta un uomo (pari a 453 in valori assoluti).

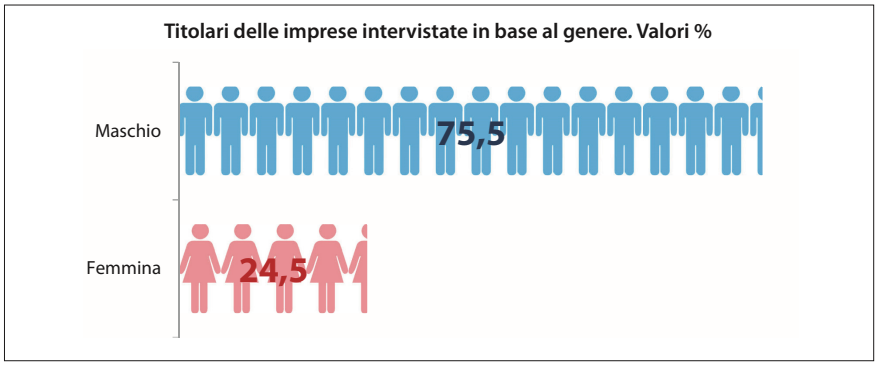


Tabella 19 –Titolari delle imprese intervistate in base a genere. *Valori assoluti e percentuali*

	V.A.	V.%
Maschio	453	75,5
Femmina	147	24,5
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Infine, relativamente al titolo di studio, un'ampia maggioranza del campione (il 53,9%) risulta diplomata; il 26,9% possiede la sola licenza media, mentre un significativo 19,2% dei titolari delle imprese intervistate risulta laureato.

Tabella 20 – Distribuzione del campione degli imprenditori intervistati in base al titolo di studio. *Valori assoluti, % e percentuali valide*

	V.A.	V.%	% valide
Laurea	101	16,8	19,2
Diploma	283	47,2	53,9
Fino alla licenza media	141	23,5	26,9
Non indica	75	12,5	-
Totale	600	100,0	100,0

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Passando all'analisi delle modalità di costituzione delle imprese, il 57,3% degli intervistati dichiara di aver realizzato ex novo il proprio progetto imprenditoriale, il 28,3% del campione ha asserito invece di aver ricevuto l'impresa in eredità o per cessione da parte di un familiare e il 14,3% ha acquistato o rilevato l'attività da soggetti terzi.

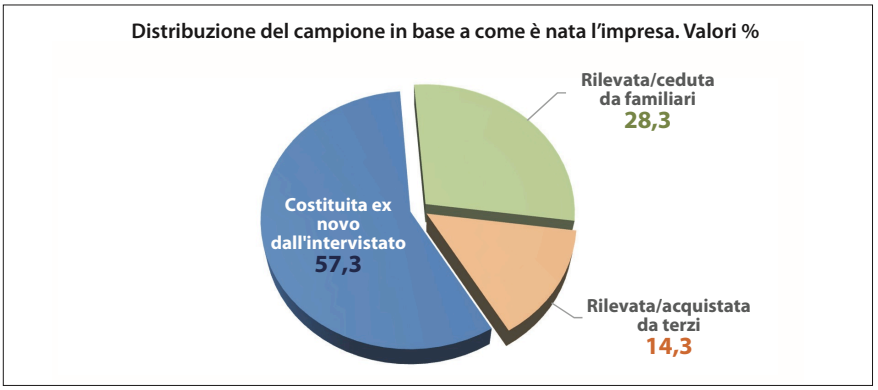


Tabella 21 – Distribuzione del campione in base a come è nata l'impresa. *V.A. e %*

	V.A.	%
Costituita ex novo dall'intervistato	344	57,3
Rilevata/ceduta da familiari	170	28,3
Rilevata/acquistata da terzi (non familiari)	86	14,3
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando i dati in base all'età del titolare e all'anno di costituzione dell'impresa, appare interessante rilevare come i giovani imprenditori (con meno di 40 anni) nella prevalenza dei casi (il 46,8%) abbiano ereditato l'attività da un familiare, a fronte di valori significativamente inferiori tra gli imprenditori di 40-49 anni (27,6%) e tra quelli di oltre 49 anni (28,6%) tra i quali risulta ampiamente prevalente l'iniziativa imprenditoriale autonoma (rispettivamente nel 59,1% e nel 56,8% dei casi).

Analizzando infine i dati in base all'anno di costituzione dell'impresa, è possibile evidenziare come tra le imprese "storiche", nate prima del 1970, il titolare nella maggior parte dei casi (il 52,1%) abbia ereditato l'attività da propri parenti, proseguendo una tradizione familiare consolidata, mentre tale indicazione risulta ampiamente minoritaria e progressivamente decrescente tra le imprese di più recente costituzione. In particolare tra i titolari di imprese nate dopo il 1999, soltanto il 16,3% ha ereditato la propria attività da un familiare, a fronte del 70,8% che l'ha costituita ex novo (una indicazione, questa, che registra il valore minimo di 23,3% tra le imprese nate prima del 1970).

Tabella 22 – Modalità di costituzione dell'impresa in base all'età del titolare e all'anno di costituzione. *Valori %*

	Costituita ex novo dall'intervistato	Ereditata/ ceduta da familiari	Rilevata/ acquistata da terzi	Totale
	Disaggregazione in base all'età del titolare			
Fino a 39 anni	45,2	46,8	8,1	100,0
40-49 anni	59,1	27,6	13,3	100,0
50+ anni	56,8	28,6	14,6	100,0
	Disaggregazione in base all'anno di costituzione			
Prima del 1970	23,3	52,1	24,7	100,0
Tra il 1970 e il 1989	58,0	31,9	10,1	100,0
Tra il 1990 e il 1999	56,1	29,8	14,0	100,0
Dopo il 2000	70,8	16,3	12,9	100,0

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Passando ad analizzare le ragioni che hanno spinto gli imprenditori ad avviare la propria impresa in un comune montano, una prima informazione riguarda l'assenza di una motivazione fortemente dominante sulle altre, quanto piuttosto una serie di elementi e concause che hanno determinato la scelta imprenditoriale degli intervistati.

Tra i fattori "motivazionali" maggiormente incisivi, sono la famiglia, gli affetti e la residenza a risultare determinanti "molto" o "abbastanza" per il 75,9% del campione, che non ha quindi imputato la scelta di localizzare la propria impresa in un comune montano ad una ragione economica o strategica, ma ad una motivazione prettamente personale; anche il legame con il territorio e la montagna ha rappresentato una motivazione decisiva per ben il 70,1% degli intervistati (a fronte di un marginale 5,2% che attribuisce "poca" o "per niente" importanza a tale fattore), mentre le opportunità economiche e di guadagno, pur costituendo una motivazione

rilevante per il 63,8% del campione, sono risultate meno determinanti rispetto alle altre di natura sentimentale o personale, risultando pari ad un significativo 10,2% la quota di intervistati che non ha tenuto conto di tale fattore nella propria scelta imprenditoriale.

Misura in cui i seguenti fattori hanno inciso sulla scelta di avviare l'attività imprenditoriale in un comune montano. Valori %

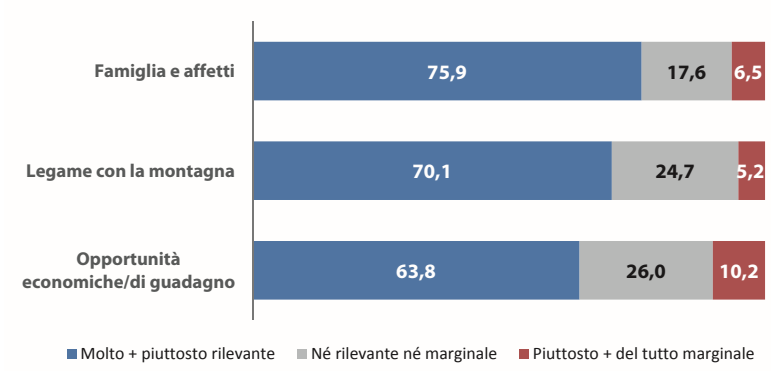


Tabella 23 - Misura in cui i seguenti fattori hanno inciso sulla scelta di avviare l'attività imprenditoriale in un comune montano. Valori assoluti e %

	Famiglia e affetti/ residenza		Opportunità economiche/di guadagno		Legame con il territorio/ montagna/ambiente	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Molto rilevante	292	48,7	138	23	173	28,8
Piuttosto rilevante	163	27,2	245	40,8	248	41,3
RILEVANTE	**455**	**75,9**	**383**	**63,8**	**421**	**70,1**
Né rilevante né marginale	**106**	**17,6**	**156**	**26,0**	**148**	**24,7**
Piuttosto marginale	24	4,0	48	8,0	24	4,0
Del tutto marginale	15	2,5	13	2,2	7	1,2
MARGINALE	**39**	**6,5**	**61**	**10,2**	**31**	**5,2**
Totale	**600**	**100,0**	**600**	**100,0**	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando i dati in base all'area geografica, all'ampiezza demografica e all'altitudine media dei comuni coinvolti nella rilevazione, emergono alcune interessanti differenze, pur confermandosi la compresenza di motivazioni personali ed economiche alla base della scelta logistica della localizzazione dell'impresa. In primo luogo sono le imprese collocate al Nord Italia a rilevare in misura superiore sia l'importanza della famiglia (citata nell'81,5% dei casi), sia il legame con la montagna (76,5%), sia le opportunità di guadagno (67,5%), a fronte di valori inferiori di circa 10 punti percentuali al Sud.

L'analisi dei dati in base alla dimensione demografica conferma come tra i piccolissimi comuni le motivazioni alla base della scelta logistica siano dettate in

misura molto rilevante da famiglia/affetti (84,9%) e legame con la montagna (78,8%), a fronte di valori progressivamente decrescenti nelle realtà demograficamente superiori (registrando infatti i valori minimi nei comuni con oltre 15 mila abitanti, pari rispettivamente a 63,9% e a 56,6%). Le prospettive di guadagno hanno invece rappresentato una motivazione rilevante (con il 69,8% delle citazioni) soprattutto per gli imprenditori che hanno localizzato la propria attività in un comuni di 5-15 mila abitanti.

Infine appare interessante sottolineare come il legame con la montagna sia stato forte e determinante soprattutto per i titolari di imprese collocate in comuni di alta montagna, raggiungendo l'82,2% delle citazioni in quelli situati al di sopra degli 800 metri, a fronte del valore minimo (pari a 61,5%) nei comuni di 4-600 metri, dove è invece la motivazione economica ad essere stata maggiormente rilevante nella scelta della localizzazione dell'impresa (registrando il 71,6% delle citazioni).

Tabella 24 - Misura in cui i diversi fattori hanno inciso sulla scelta di avviare l'attività in un comune montano in base a: area geografica, dim. demografica e altitudine. *V. %*

	Famiglia e affetti/ residenza		Legame con il territorio/ montagna/ambiente		Opportunità economiche/ di guadagno	
	Rilevante	Marginale	Rilevante	Marginale	Rilevante	Marginale
	AREA GEOGRAFICA					
Nord	81,5	7,0	76,5	4,6	67,5	8,9
Centro	72,9	2,7	64,8	7,2	66,7	15,3
Sud	68,4	8,0	63,2	4,8	56,1	9,1
	AMPIEZZA DEMOGRAFICA					
≤ 2.000 ab.	84,9	4,5	78,8	5,1	66,4	12,9
2-5.000 ab.	72,7	8,0	74,7	3,4	62,6	8,6
5-15.000 ab.	77,8	6,1	66,5	6,7	69,8	6,7
> 15.000 ab.	63,9	8,2	56,6	5,7	54,1	12,3
	ALTITUDINE MEDIA					
≤ 400 mt slm	74,2	7,0	65,1	7,0	60,2	9,8
4-600 mt slm	65,5	6,1	61,5	6,1	71,6	6,8
> 600 mt slm	***69,8***	***6,5***	***63,2***	***6,5***	***66,0***	***8,2***
6-800 mt slm	76,3	8,1	69,6	5,1	54,8	11,1
> 800 mt slm	85,6	5,1	82,2	2,9	67,2	12,6
> 600 mt slm	***81,6***	***6,4***	***76,7***	***3,8***	***61,8***	***12,0***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

D.1.4. Fare impresa in un comune montano

In linea generale la prevalenza degli imprenditori intervistati (il 42,5%) non ritiene che la localizzazione della propria attività in un comune montano costituisca un elemento di debolezza o un punto di forza, evidentemente legando ad altri fattori il successo o l'insuccesso dell'impresa.

Tuttavia, tra coloro che hanno espresso una valutazione di merito, appare interessante rilevare una significativa prevalenza di quanti riconoscono nel "fattore montagna" un punto di forza (33,7%), rispetto a quanti ne sottolineano gli elementi di debolezza (23,8%).

Cosa rappresenta, per gli intervistati, la localizzazione dell'impresa in un comune montano. Valori %

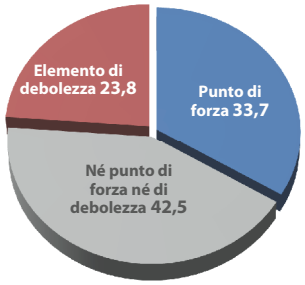


Tabella 25 – Cosa rappresenta, per gli intervistati, la localizzazione dell'impresa in un comune montano. *Valori assoluti e percentuali*

	V.A.	V.%
Prevalentemente un punto di forza	202	33,7
Né un punto di forza né un elemento di debolezza	255	42,5
Prevalentemente un elemento di debolezza	143	23,8
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

La disaggregazione delle risposte in base ad alcune caratteristiche geografiche e morfologiche dei comuni in cui sono localizzate le imprese intervistate, conferma le profonde differenze che caratterizzano i diversi territori.

Lo scarto più evidente si registra in relazione all'area geografica: se infatti per le imprese collocate in un comune montano del Nord Italia la localizzazione "montana" rappresenta un punto di forza nel 36,8% dei casi (un elemento di debolezza nel 20,9% e un fattore neutrale nel restante 42,4%), per le realtà imprenditoriali collocate al Sud Italia il "fattore montagna" rappresenta soprattutto un elemento di debolezza (nel 36,4% dei casi, contro il 29,4% convinto che invece rappresenti un punto di forza e il 34,2% che non vi attribuisce un peso "specifico").

Anche l'andamento demografico dei comuni montani in cui sono localizzate le imprese incide significativamente sulla percezione del "valore positivo" della montagna, risultando tale valutazione prevalente su quella di segno negativo nei comuni in "espansione demografica" (36,1% contro il 17,3%) e in quelli "demograficamente stabili" (40% le valutazioni positive contro il 18,7% di quelle negative), e decisamente minoritaria (pari al 25,3% dei casi) tra i comuni che vivono una condizione di "declino demografico", convinti nel 36,8% dei casi che la localizzazione montana costituisca per loro un ulteriore svantaggio.

Tabella 26 - Cosa rappresenta per gli intervistati la localizzazione in un comune montano in base a: area geografica, ampiezza, dinamica demografica e altitudine. *V.%*

	Un punto di forza	Un elemento di debolezza	Né punto di forza né di debolezza
	Disaggregazione per area geografica		
Nord	**36,8**	20,9	42,4
Centro	**32,4**	10,8	56,8
Sud	29,4	**36,4**	34,2
	Disaggregazione per ampiezza demografica		
≤ 2.000 abitanti	35,2	23,5	41,3
2.001-5.000 abitanti	37,3	22,0	40,7
5.001-15.000 abitanti	33,6	23,5	43,0
Oltre 15.000 abitanti	27,0	27,0	45,9
	Disaggregazione per dinamica demografica		
Declino demografico	25,3	**36,8**	37,9
Stabilità demografica	**40,0**	18,7	41,3
Espansione demografica	**36,1**	17,3	46,7
	Disaggregazione per altitudine media		
≤ 600 metri slm	34,0	17,5	48,5
Oltre 600 metri slm	33,3	29,8	36,9

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Analizzando più in particolare come il "fattore montagna" si declini (positivamente o negativamente) nei differenti ambiti imprenditoriali (clientela, reputazione del territorio, costi, personale, ecc.), una prima indicazione, coerente con quanto precedentemente emerso, riguarda la presenza di una quota significativa del campione che non riconosce alla collocazione montuosa dell'impresa un elemento di criticità o di prestigio, risultando la percentuale di valutazioni "neutrali" prevalente e compresa tra il valore minimo di 40,2% (attribuito alla fidelizzazione della clientela) e quello massimo di 68,3% (attribuito alla qualità e alla formazione delle risorse umane).

Passando invece ad esaminare le indicazioni degli intervistati per i quali la localizzazione in un comune di montagna incide – positivamente o negativamente – sull'andamento di alcuni ambiti di impresa, gli aspetti maggiormente valorizzati dalla localizzazione montuosa riguarderebbero la fidelizzazione della clientela e dei committenti (citata quale punto di forza dal 53,8% degli intervistati, contro il 6% di opposta opinione) e la reputazione del territorio (punto di forza per il 51,7% e di debolezza per un marginale 6,3%).

Anche il costo e la disponibilità di immobili e locali sembra maggiormente vantaggiosa nei comuni montani, risultando le valutazioni positive (32,7%) significativamente più elevate di quelle negative (15,2%).

Sul fronte della qualità e della formazione delle risorse umane le valutazioni di segno positivo (15,7%) risultano sostanzialmente sovrapponibili a quelle di segno negativo (16%), mentre le maggiori criticità si registrano in relazione alla redditività di prodotti e servizi (elemento di debolezza per il 22,2% degli imprenditori intervistati contro il 14,8% di opposta opinione); l'adeguatezza e i costi di forniture e approvvigionamenti (per il 38,7% elemento critico contro un marginale 13,3% che ne riconosce un punto di forza) e l'attenzione/la vicinanza delle Istituzioni locali, in relazione alle quali ben il 41,8% esprime una valutazione negativa, a fronte di un marginale 7,5% che evidentemente ritiene di essere seguito e assistito in misura adeguata dalle istituzioni del territorio.

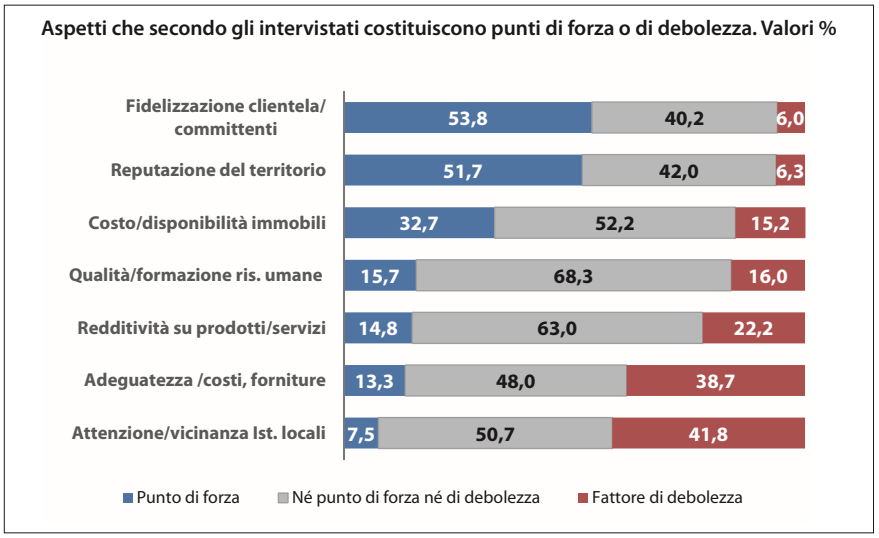


Tabella 27 - Aspetti che secondo gli intervistati costituiscono punti di forza o di debolezza. Valori assoluti e percentuali

	Punto di forza		Fattore di debolezza		Né punto di forza né di debolezza	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Fidelizzazione clientela/ committenti	323	53,8	36	6,0	241	40,2
Reputazione del territorio	310	51,7	38	6,3	252	42,0
Costo/disponibilità immobili/locali	196	32,7	91	15,2	313	52,2
Qualità/formazione risorse umane	94	15,7	96	16,0	410	68,3
Redditività su prodotti/servizi venduti	89	14,8	133	22,2	378	63,0
Adeguatezza /costi forniture, approv.	80	13,3	232	38,7	288	48,0
Attenzione/vicinanza Istituzioni locali	45	7,5	251	41,8	304	50,7

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

La disaggregazione delle risposte in base ad alcune caratteristiche demografiche e territoriali dei comuni interessati dall'indagine (area geografica, andamento demografico e altitudine media) ha consentito di confermare la presenza di maggiori criticità nei comuni montani del meridione e nei comuni che vivono una situazione di declino demografico.

Anche analizzando gli aspetti giudicati maggiormente vantaggiosi per le imprese montane, indicati quali "punti di forza" dalla prevalenza del campione, i titolari di imprese collocate in comuni meridionali registrano infatti più diffuse criticità, attribuendo ad esempio alla fidelizzazione della clientela, alla reputazione del territorio, al costo e alla disponibilità degli immobili e alla qualità della formazione delle risorse umane valutazioni positive significativamente inferiori rispetto al resto del campione, e in particolare agli imprenditori del Nord.

Analogamente nelle imprese collocate in comuni che vivono una situazione di declino demografico, anche la reputazione del territorio, trasversalmente riconosciuta uno dei principali punti di forza dal campione, registra una percentuale di citazioni (41,1%) di oltre 10 punti percentuali inferiore rispetto al resto del campione, e inferiore alla quota che indica tale aspetto come "neutrale", accusando inoltre evidenti criticità sul fronte della formazione e della qualità delle risorse umane, considerate dal 20,5% del campione un elemento di debolezza.

La disaggregazione in base all'altitudine media evidenzia invece come gli imprenditori dei comuni di "alta montagna" siano maggiormente consapevoli delle potenzialità del territorio e di quanto la reputazione del territorio costituisca un punto di forza anche per le attività imprenditoriali (tanto da citarlo nel 53,4% dei casi).

Infine, disaggregando i dati in base al settore di attività dell'impresa, è possibile rilevare interessanti differenze: ad esempio tra gli imprenditori agricoli e quelli che si occupano di commercio e di ristorazione risulta più diffusa la consapevolezza di vivere una situazione di privilegio (in particolare per quanto riguarda la fidelizzazione delle clientela e la reputazione del territorio), mentre le imprese di costruzioni lamentano le più forti criticità, giudicando, in misura superiore al resto del campione, la collocazione montuosa un punto di debolezza anche sotto l'aspetto della fidelizzazione della clientela, della reputazione del territorio, del costo e della disponibilità degli immobili e della qualità della formazione delle risorse umane.

Tabella 28 - Aspetti che secondo gli intervistati costituiscono punti di forza o di debolezza in base a: area geografica, dinamica demografica, altitudine e settore di attività. *V. %*

	Fidelizzazione clientela			Reputazione territorio			Costo/disponib. immobili			Qualità/formazione RU		
	Disaggregazione per area geografica											
Nord	58,3	2,3	39,4	63,2	3,6	33,1	36,8	18,9	44,4	17,9	20,2	61,9
Centro	60,4	1,8	37,8	49,5	3,6	46,8	36	9,9	54,1	19,8	8,1	72,1
Sud	42,8	14,4	42,8	34,2	12,3	53,5	24,1	12,3	63,6	9,6	**13,9**	76,5
	Disaggregazione per andamento demografico											
Declino	44,7	11,6	43,7	41,1	11,6	47,4	28,4	14,2	57,4	12,1	**20,5**	67,4
Stabilità	58,7	3,9	37,4	53,5	6,5	40	32,9	18,1	49	14,2	12,3	73,5
Espansione	57,6	3,1	39,2	58,4	2,4	39,2	35,7	14,1	50,2	19,2	14,9	65,9
	Disaggregazione per altitudine media											
≤600 mt slm	56	2,1	41,9	49,8	5,8	44,3	27,1	17,2	55,7	16,5	12	71,5
>600 mt slm	51,8	9,7	38,5	53,4	6,8	39,8	37,9	13,3	48,9	14,9	**19,7**	65,4
	Disaggregazione per settore di attività											
Agricoltura	58,1	6,5	35,5	80,6	3,2	16,1	32,3	16,1	51,6	32,3	6,5	61,3
Manifattura	51,4	5,7	42,9	45,7	5,7	48,6	38,6	18,6	42,9	21,4	17,1	61,4
Costruzioni	37,1	**7,2**	55,7	32	**10,3**	57,7	21,6	**23,7**	54,6	11,3	**24,7**	63,9
Comm./ristoro	65,8	5,2	29	57,6	7,4	35,1	33,3	13,9	52,8	11,3	12,6	76,2
Altri servizi	47,4	6,4	46,2	52	3,5	44,4	35,7	10,5	53,8	18,7	17	64,3
Totale	**53,8**	**6**	**40,2**	**51,7**	**6,3**	**42**	**32,7**	**15,2**	**52,2**	**15,7**	**16**	**68,3**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Passando ad analizzare gli aspetti complessivamente ritenuti più "critici" per un'impresa montana (redditività su prodotti/servizi, adeguatezza e costi delle forniture e degli approvvigionamenti e attenzione e vicinanza delle Istituzioni locali) appare interessante sottolineare come siano in particolare i comuni montani del Nord e quelli di alta montagna, gli imprenditori agricoli, quelli impegnati in attività manifatturiere, i commercianti e i ristoratori ad accusare più diffusamente il "tributo economico" pagato dai comuni montani per i costi delle forniture e degli approvvigionamenti (evidentemente considerati più costosi, rispetto ad analoghi servizi forniti ad attività collocate in comuni di pianura), mentre una più forte denuncia alle istituzioni locali, considerate lontane e poco attente, viene soprattutto dagli imprenditori del Sud, dai comuni che vivono una situazione di declino demografico e da quelli di alta montagna.

Tabella 29 - Aspetti che secondo gli intervistati costituiscono punti di forza o di debolezza in base a: area geografica, dinamica demografica, altitudine e settore di attività. V. %

	Fidelizzazione clientela			Reputazione territorio			Costo/disponib. immobili		
	😊	☹	😐	😊	☹	😐	😊	☹	😐
	Disaggregazione per area geografica								
Nord	14,2	**24,2**	61,6	14,6	**43,7**	41,7	7,9	40,1	52,0
Centro	20,7	13,5	65,8	18,0	27,0	55,0	7,2	38,7	54,1
Sud	12,3	**24,1**	63,6	8,6	37,4	54,0	7,0	**46,5**	46,5
	Disaggregazione per andamento demografico								
Declino	9,5	**27,9**	62,6	9,5	**43,2**	47,4	7,4	**50,5**	42,1
Stabilità	16,8	16,8	66,5	11,6	39,4	49,0	5,8	38,7	55,5
Espansione	17,6	**21,2**	61,2	17,3	34,9	47,8	8,6	37,3	54,1
	Disaggregazione per altitudine media								
<600 mt slm	14,4	14,1	71,5	14,1	29,9	56,0	7,2	34,4	58,4
>600 mt slm	15,2	29,8	55,0	12,6	**46,9**	40,5	7,8	**48,9**	43,4
	Disaggregazione per settore di attività								
Agricoltura	12,9	**35,5**	51,6	22,6	**45,2**	32,3	9,7	35,5	54,8
Manifattura	20,0	24,3	55,7	25,7	**44,3**	30,0	8,6	42,9	48,6
Costruzioni	16,5	20,6	62,9	12,4	39,2	48,5	4,1	44,3	51,5
Comm./ristoro	14,3	23,4	62,3	12,1	**44,2**	43,7	5,2	**46,3**	48,5
Altri servizi	12,9	18,1	69,0	8,8	27,5	63,7	11,7	35,1	53,2
Totale	**14,8**	**22,2**	**63,0**	**13,3**	**38,7**	**48,0**	**7,5**	**41,8**	**50,7**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Il tema della dotazione infrastrutturale e dell'adeguatezza/accessibilità dei servizi, rappresenta da sempre un nodo centrale per lo sviluppo locale, così come evidenziato anche dagli esperti intervistati nella sezione successiva del Rapporto, specialmente nei comuni montani e nelle zone "svantaggiate" in cui spesso al disagio legato alla complessità ambientale e strutturale del territorio, si lega l'inadeguatezza e l'inefficienza di servizi e prestazioni per la cittadinanza e per le imprese, che aumentano, rendendo spesso insostenibile, lo svantaggio vissuto.

Sebbene gli investimenti in infrastrutture e servizi nelle aree "periferiche" del nostro Paese dovrebbero rappresentare il fulcro delle politiche pubbliche, in quanto principali strumenti in grado di attivare risorse e contenere/prevenire i processi di marginalizzazione, gli operatori economici intervistati lamentano una scarsa presenza e vicinanza delle Istituzioni (locali e centrali) e un diffuso livello di criticità in relazione a molti servizi essenziali per la vita e lo sviluppo delle imprese.

Approfondendo infatti il livello di adeguatezza di alcuni servizi e infrastrutture (allacciamenti e reti, servizi postali e bancari, internet veloce e banda larga, collegamenti stradali e autostradali e collegamenti ferroviari), utilizzati dalle imprese nella loro quotidianità, emerge un diffuso e trasversale livello di criticità che investe in particolare l'area dei trasporti e della mobilità e l'area delle comunicazioni

(ovvero due ambiti fondamentali che - in positivo o in negativo - incidono in misura significativa sull'andamento economico e sulla vita delle imprese). In particolare sono i collegamenti ferroviari a registrare la valutazione peggiore, con un voto medio – compreso tra 1 e 10 - pari a 4,8, e una percentuale di valutazioni insufficienti pari a ben il 58,4%. Sebbene la prevalenza degli intervistati "promuova" la rete stradale e autostradale (la percentuale dei giudizi di adeguatezza raggiunge infatti il 55,3%), la valutazione complessiva risulta ancora insufficiente (voto medio: 5,5). Analogamente anche internet veloce e la banda larga, pur registrando una percentuale maggioritaria di valutazioni di "adeguatezza" (58,7%) registra un voto complessivamente insufficiente (pari a 5,7/10).

Sul fronte opposto, gli unici servizi che ricevono una piena sufficienza sono quelli postali e bancari (voto medio: 6,4) e gli allacciamenti e le reti idriche, elettriche, ecc. (voto: 6,5) che registrano peraltro una percentuale di valutazioni di adeguatezza superiori all'80% (a fronte di aree di criticità comunque non del tutto marginali se rapportate all'importanza del servizio in questione, pari rispettivamente al 19,4% e al 14,8%).

Percentuale giudizi SUFFICIENTI, INSUFFICIENTI e VOTO MEDIO sulla presenza/adeguatezza dei seguenti servizi nel comune.

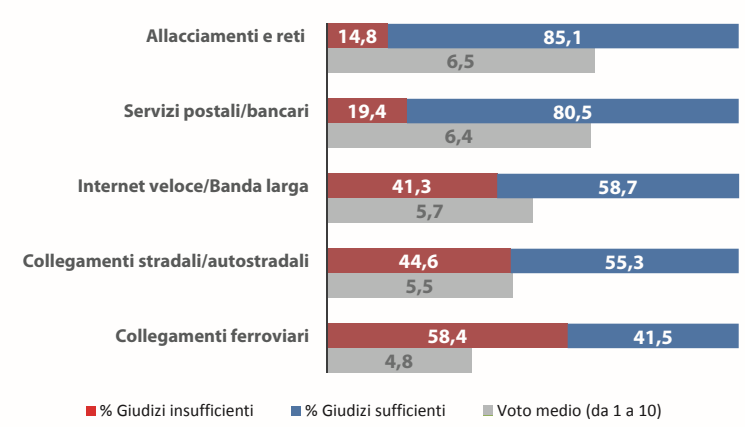


Tabella 30 – Giudizio su presenza/adeguatezza dei servizi per l'attività/sviluppo di impresa nel comune dell'intervistato. % giudizi sufficienti e insufficienti e voto medio (da 1 a 10)

	Per niente adeguata	Poco adeguata	Giudizio Insuff.	Abb. adeguata	Molto adeguata	Giudizio sufficiente	*Voto (da 1 a 10)*
Allacciamenti e reti	2,1	12,7	14,8	62,8	22,3	85,1	***6,5***
Servizi postali/bancari	3,1	16,3	19,4	60,1	20,4	80,5	***6,4***
Internet veloce/Banda larga	11,9	29,4	41,3	43,9	14,8	58,7	***5,7***
Colleg.stradali/autostradali	11,6	33,0	44,6	43,4	11,9	55,3	***5,5***
Collegamenti ferroviari	26,4	32,0	58,4	33,2	8,3	41,5	***4,8***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Come premesso sono proprio le realtà più svantaggiate e marginali a registrare le maggiori criticità sul fronte dei servizi e delle infrastrutture.

Analizzando infatti i voti medi attribuiti alla presenza/adeguatezza dei servizi per l'attività/lo sviluppo di impresa disaggregati per le variabili demografiche e morfologiche del territorio (ampiezza, andamento e densità demografica, area geografica e altitudine media), sono i comuni più piccoli (con meno di 2.001 abitanti), i territori caratterizzati da un processo di spopolamento (che registrano un declino demografico e/o una densità inferiore ai 51 abitanti per Kmq), i comuni di "alta montagna" (in particolare quelli collocati ad oltre 800 metri slm) e i comuni meridionali a registrare le valutazioni peggiori in relazione a tutti i servizi considerati.

Sul fronte opposto, i comuni di medio-grandi dimensioni "promuovono" con una piena sufficienza internet veloce (6,3/10 contro il voto minimo di 5,3 nei piccolissimi centri abitati), i servizi postali e bancari (6,7) e gli allacciamenti e le reti (6,6), attribuendo una "quasi sufficienza" (5,8/10) anche ai collegamenti stradali e autostradali (che invece registrano un voto pari a 5,2 nei comuni di minori dimensioni demografiche), bocciando nettamente soltanto i collegamenti ferroviari (5,1), che evidentemente rappresentano un nodo critico per tutte le realtà territoriali.

Particolarmente evidente risulta inoltre la sperequazione tra i territori di "bassa montagna" (collocati ad un'altitudine media inferiore ai 401 metri) e quelli di "alta montagna" (ad oltre 800 metri slm).

Mentre i primi attribuiscono un voto pienamente sufficiente a tutti i servizi (compresi i collegamenti ferroviari, unica realtà a registrare una valutazione positiva), i secondi "promuovono" (pur se con una valutazione significativamente inferiore rispetto alle realtà collocate in bassa montagna) soltanto i servizi bancari e postali (con un voto pari a 6,1) e gli allacciamenti e le reti (voto: 6,3).

Infine, a livello geografico è possibile rilevare un livello di criticità superiore nei territori del Sud, che bocciano internet veloce (con un voto pari a 5,4 contro 5,8 al Nord), i collegamenti stradali e autostradali (voto: 4,9 contro il voto più alto pari a 5,9 al Centro Italia), i collegamenti ferroviari (3,9, contro il voto più elevato pari a 5,7 nei comuni del Centro Italia), attribuendo anche ai servizi postali e bancari (voto 6,1) e agli allacciamenti e alle reti (voto 6,2) una sufficienza decisamente più "tiepida" rispetto ai comuni del Centro e del Nord.

Tabella 31 - Voto su presenza/adeguatezza dei servizi per attività/sviluppo di impresa in base a: ampiezza, dinamica e densità demografica, area geografica e altitudine. *Valori medi (da 1 a 10)*

	Internet veloce/ Banda larga	Collegamenti stradali/ autostradali	Collegamenti ferroviari	Servizi postali/ bancari	Allacciamenti e reti
	Ampiezza demografica				
≤2.000 ab.	5,3	5,2	4,3	5,9	6,4
2-5.000 ab.	5,5	5,5	4,9	6,4	6,4
5-15.000 ab.	5,7	5,8	5,2	6,7	6,8
>15.000 ab.	6,3	5,8	5,1	6,7	6,6
	Andamento demografico				
Declino	5,1	4,7	4	5,9	6
Stabilità	5,8	5,7	4,8	6,5	6,6
Espansione	5,9	6	5,5	6,7	6,9
	Densità demografica				
≤50 ab./Kmq	5,1	5,1	4,5	6	6,3
>50 ab./Kmq	5,9	5,8	5	6,5	6,6
	Area geografica				
Nord	5,8	5,8	5,1	6,5	6,8
Centro	5,7	5,9	5,7	6,5	6,3
Sud	5,4	4,9	3,9	6,1	6,2
	Altitudine media				
≤400 mt slm	6,4	6,3	6	6,9	7
4-600 mt slm	6	5,7	4,8	6,4	6,4
≤600 mt slm	**6,2**	**6**	**5,4**	**6,7**	**6,7**
6-800 mt slm	5,3	5,3	4,3	6,2	6,4
>800 mt slm	5,1	5,1	4,2	6,1	6,3
> 600 mt slm	**5,2**	**5,2**	**4,3**	**6,1**	**6,3**
Totale	**5,7**	**5,6**	**4,8**	**6,4**	**6,5**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Passando ad analizzare i bisogni espressi dalle imprese intervistate per migliorare la propria posizione sul mercato, una prima indicazione riguarda l'elevata presenza di intervistati (pari al 24,7%) che ritiene di non avere bisogno di ulteriori strumenti o servizi. Un risultato, questo, che si presta a due letture: da una parte potrebbe infatti far ritenere tali aziende talmente solide e affermate da non necessitare di ulteriori azioni migliorative, dall'altra potrebbe indurre, più verosimilmente, a ritenere la mancata indicazione di concrete azioni di intervento come una scarsa fiducia nella possibilità di cambiamento e, in generale, come un diffuso disinteresse e immobilismo da parte di circa un'impresa "montuosa" su 4.

Tra gli intervistati che hanno indicato un ambito di intervento per poter migliorare la propria posizione sul mercato, la principale richiesta riguarda la necessità di realizzare attività di marketing e promozione, al fine di dare maggiore visibilità all'attività aziendale. Tale bisogno, che registra il 43,8% delle citazioni, risulta ampiamente prevalente su tutti gli altri, registrando uno scarto di oltre 20 punti percentuali sul secondo ambito di intervento citato, rappresentato dall'accesso al credito (21,3%). Soltanto il 13,7% delle imprese ritiene di dover investire sull'innovazione

tecnologica o sulla costruzione di reti di impresa per rafforzare la propria posizione sul mercato, confermando come nei comuni montani la presenza di imprese tradizionali, spesso familiari e caratterizzate da piccole dimensioni, costituisca un freno all'innovatività e allo sviluppo imprenditoriale del territorio. Ancora inferiore risulta la quota di imprenditori convinta che occorra investire sull'incontro tra domanda e offerta di lavoro (10,8%) o sul ricambio generazionale (9,2%). Marginali, coerentemente a quanto precedentemente sottolineato, sono inoltre i riferimenti all'internazionalizzazione (5%), che invece potrebbe rappresentare un motore di sviluppo per le future prospettive di crescita aziendale, o per la formazione (4,8%). Poco avvertito risulta infine il tema della ristrutturazione del debito verso le banche (3,2%), o dei ritardi nei pagamenti della Pubblica Amministrazione, che appare coerente con la marginale committenza pubblica precedentemente rilevata.

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Tabella 32 – Ambiti in cui l'impresa dell'intervistato avrebbe principalmente bisogno di servizi/strumenti di sostegno per migliorare la propria posizione sul mercato. *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Marketing/visibilità/promozione	263	43,8
Accesso al credito	128	21,3
Innovazione tecnologica	82	13,7
Costruzione di reti di impresa	74	12,3
Incontro domanda/offerta di lavoro	65	10,8
Ricambio generazionale	55	9,2
Internazionalizzazione	30	5,0
Formazione	29	4,8
Ristrutturazione del debito verso le banche	19	3,2
Garanzie sui ritardi dei pagamenti delle PA	14	2,3
Nessuno/Nessuno in particolare	148	24,7

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 poiché erano possibili 3 risposte*

La dimensione di impresa rappresenta la variabile maggiormente significativa nella valutazione dei bisogni espressi dagli intervistati. In generale sono le aziende di 6-9 addetti ad evidenziare il maggior dinamismo, registrando un più ampio spettro di richieste di servizi e di interventi finalizzati a migliorare la propria posizione sul mercato, e registrando, coerentemente, l'incidenza più bassa (pari al 16,5%) di mancate richieste, a fronte del 18,8% rilevato tra le imprese con oltre 9 addetti, del 24% registrato tra quelle di 3-5 addetti e del valore più alto, pari al 32,1%, tra le microimprese. Particolarmente interessante risulta confermare la correlazione tra dimensione di impresa e richiesta di ulteriori interventi e strumenti nel campo della formazione (3,2% indicato dalle microimprese e 9,9% da quelle con oltre 9 addetti), dell'internazionalizzazione (0,5% a fronte del 10,1% tra le imprese di 6-9 addetti e 13,9% in quelle di oltre 9 addetti). Anche la richiesta di innovazione tecnologica registra il dato minimo del 10,7% tra le microimprese, salendo al 21,5% tra quelle di 6-9 addetti, così come avviene per l'accesso al credito (con valori pari rispettivamente al 15,5% e al 32,9%).

Per quanto riguarda infine la richiesta di maggiori garanzie sui ritardi nei pagamenti delle PA, questa registra il valore più elevato tra le imprese di maggiori dimensioni (6,9%, a fronte di un marginale 1,1% in nelle microimprese).

Tabella 33 - Ambiti in cui l'impresa intervistata avrebbe bisogno di servizi/strumenti di sostegno per migliorare la propria posizione sul mercato in base al n. di addetti. *Valori %*

	Fino a 2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	≥10 addetti
Marketing/visibilità/promozione	39,6	46,4	50,6	40,6
Accesso al credito	15,5	22,7	32,9	19,8
Innovazione tecnologica	10,7	12,4	21,5	15,8
Costruzione di reti di impresa	11,8	9,9	17,7	14,9
Incontro domanda/offerta di lavoro	10,2	11,6	7,6	12,9
Ricambio generazionale	9,1	9,4	11,4	6,9
Internazionalizzazione	0,5	3,0	10,1	13,9
Formazione	3,2	2,6	8,9	9,9
Ristrutturazione debito verso banche	2,1	1,7	6,3	5,9
Garanzie su ritardi pagamenti PA	1,1	1,7	1,3	6,9
Nessuno/Nessuno in particolare	32,1	24,0	16,5	18,8

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

La disaggregazione delle risposte in base al settore imprenditoriale evidenzia la presenza di specifiche richieste e servizi che rispondono ai diversi bisogni delle imprese. Oltre la metà degli intervistati operanti nel settore del commercio e della ristorazione (il 52,8%) ritiene infatti che potrebbe migliorare la propria posizione sul mercato incrementando l'attività di marketing e promozione, a fronte del valore minimo (pari al 30%) rilevato tra le imprese manifatturiere.

Queste ultime manifestano invece più diffusamente la necessità di investire sull'innovazione tecnologica (22,9% delle citazioni), sulla costruzione di reti di impresa (15,7%) e sull'internazionalizzazione (11,4%).

Tra le imprese agricole un significativo 29% auspica un più efficace incontro tra domanda e offerta di lavoro; il 12,9% delle imprese operanti negli "altri servizi" evidenzia la necessità di migliorare la formazione delle risorse umane, mentre le imprese di costruzioni esprimono più diffusamente il bisogno di sostenere l'accesso al credito (con il 28,9% delle citazioni).

Tabella 34 - Ambiti in cui l'impresa intervistata avrebbe bisogno di servizi/strumenti di sostegno per migliorare la propria posizione sul mercato in base al settore di attività. *Valori %*

	Agricoltura	Attività manifat.	Costruzioni	Commer. e ristorazione	Trasporto e altri servizi
Marketing/promozione	45,2	30,0	33,0	52,8	43,3
Accesso al credito	25,8	28,6	28,9	19,9	15,2
Innovazione tecnologica	16,1	22,9	13,4	10,8	13,5
Costruzione di reti di impresa	12,9	15,7	15,5	8,2	14,6
Incontro dom./offerta lavoro	29,0	12,9	13,4	7,8	9,4
Ricambio generazionale	9,7	7,1	11,3	8,2	9,9
Internazionalizzazione	3,2	11,4	3,1	5,2	3,5
Formazione	0,0	4,3	4,1	0,0	12,9
Ristrutturazione debito	9,7	7,1	4,1	2,2	1,2
Garanzie su pagamenti PA	0,0	5,7	5,2	0,9	1,8
Nessuno	16,1	20,0	22,7	25,5	28,1

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Coerentemente allo scarso interesse dimostrato per migliorare la qualità formativa delle risorse umane (avvertita come una necessità soltanto dal 4,8% delle imprese), non stupisce come soltanto una quota minoritaria degli intervistati ritenga utile rafforzare le diverse competenze del personale (nei diversi ambiti linguistici, informatici e gestionali) per migliorare la propria posizione sul mercato.

In particolare ben il 90,7% degli intervistati ritiene di avere adeguate competenze linguistiche (o comunque di non doverle rafforzare), a fronte di un marginale 9,3% di opposta opinione; l'86,8% non ritiene utile rafforzare le proprie competenze informatiche e l'84,4% quelle manageriali.

La necessità di una maggiore formazione appare maggiormente condivisa (pur risultando ampiamente minoritaria) in relazione alle competenze tecnico-specialistiche e gestionali/amministrative (con il 20,1% degli intervistati che vorrebbe un loro rafforzamento) e alla capacita di trovare finanziamenti e accedere a bandi (19,4%).

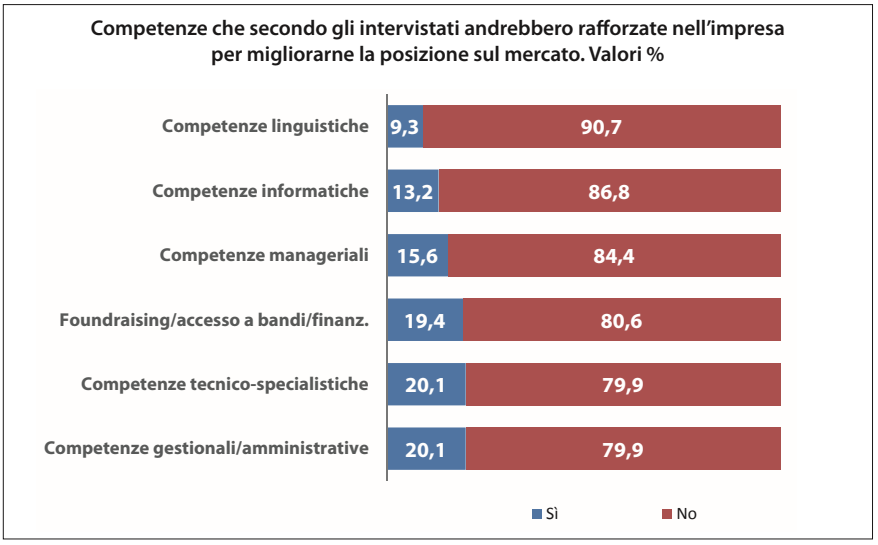


Tabella 35 - Competenze che secondo gli intervistati andrebbero rafforzate nell'impresa per migliorarne la posizione sul mercato. *Valori assoluti e percentuali valide*

	Sì		No		*Non sa*
	V.A.	% val.	V.A.	% val.	*V.A.*
Competenze linguistiche	52	9,3	509	90,7	39
Competenze informatiche	74	13,2	488	86,8	38
Competenze manageriali	87	15,6	472	84,4	41
Foundraising/accesso a bandi/finanz.	107	19,4	444	80,6	49
Competenze tecnico-specialistiche	113	20,1	448	79,9	39
Competenze gestionali/amministrative	112	20,1	446	79,9	42

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando le risposte in base alla dimensione di impresa e al settore di attività, pur confermandosi una "autosufficienza formativa" ampiamente prevalente e trasversale tra le tutte imprese intervistate (che in un'ampia maggioranza dei casi negano la necessità di rafforzare le proprie competenze), è possibile rilevare una maggiore attenzione al tema della formazione nelle imprese di maggiori dimensioni (6-9 addetti e ≤10 addetti), che esprimono (in oltre il 30% dei casi) la necessità di ampliare e rafforzare in particolare le competenze tecnico-specialistiche e quelle gestionali/amministrative. Sul fronte opposto, coerentemente a quanto emerso in precedenza, soltanto una minima parte delle "microimprese" esprime fabbisogni formativi legati al rafforzamento delle diverse competenze, registrando i valori minimi in relazione a tutte le sfere.

Differenziati risultano inoltre i fabbisogni formativi espressi dalle imprese in base ai settori di attività: se infatti tra quelle turistiche, operanti nel settore del commercio e della ristorazione, appare più forte l'esigenza di rafforzare le competenze linguistiche (indicate dall'11,1% del campione), il 24,6% delle imprese manifatturiere

avverte la necessità di rafforzare la propria capacità di foundraising, e le proprie competenze tecnico-specialistiche (30,3%). Una maggiore attenzione al tema della specializzazione tecnica è avvertito anche dalle imprese di costruzione (nel 30,6% dei casi). Infine, una maggiore attenzione al tema della gestione e dell'amministrazione è segnalato dal 26,7% delle imprese agricole (a fronte del valore minimo, pari a 16,6%, rilevato tra quelle operanti nel settore dei trasporti, magazzinaggio e altri servizi).

Tabella 36 – Competenze che andrebbero rafforzate nell'impresa per migliorarne la posizione sul mercato in base alla classe di addetti e al settore di attività. *Valori %*

	Linguistiche	Informatiche	Manageriali	Foundraising	Tecnico-special.	Gestionali/ Ammin.
	Disaggregazione per classe di addetti					
Fino a 2 addetti	8,5	11,3	14,5	16,4	12,6	16,2
3-5 addetti	8,5	**14,3**	15,1	15,8	19,6	16,1
6-9 addetti	12,3	13,7	18,1	**28,8**	25,0	**31,5**
≤10 addetti	10,2	13,6	16,7	26,7	**31,9**	28,1
	Disaggregazione per settore di attività					
Agricoltura	3,6	14,3	16,7	**21,4**	20,0	**26,7**
Att. manifatturiere	9,2	12,5	10,8	**24,6**	**30,3**	20,0
Costruzioni	8,0	10,3	16,7	20,0	**30,6**	20,5
Comm./ristorazione	**11,1**	13,8	16,1	18,8	14,1	21,7
Trasporto/altri serv.	8,5	13,9	16,0	17,6	18,6	16,6
Totale	**9,3**	**13,2**	**15,6**	**19,4**	**20,1**	**20,1**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Uno degli elementi di debolezza maggiormente segnalati dai titolari di attività economiche collocate in comuni montani riguarda (come precedentemente segnalato) la scarsa vicinanza delle istituzioni locali (indicazione che aveva registrato il 41,8% delle citazioni). Oltre alle Istituzioni locali, anche le Istituzioni Centrali, i soggetti economici e le associazioni di categoria sembrano tuttavia condividere tale giudizio critico. Approfondendo infatti il livello di soddisfazione degli intervistati per l'attenzione e le azioni di sostegno avviate negli ultimi anni da importanti soggetti (pubblici e privati) in favore delle attività economiche "di montagna", si rileva una maggioritaria e trasversale "bocciatura".

Sottoponendo infatti all'attenzione degli imprenditori intervistati l'operato dei diversi soggetti che, a vario titolo, potrebbero incidere qualitativamente sulla vita delle imprese montane, nessuno registra un maggioritario livello di soddisfazione.

Nella graduatoria del "gradimento" al primo posto si colloca la Camera di Commercio, che ha avviato azioni di sostegno "soddisfacenti" per il 30,3% degli intervistati (lasciando tuttavia insoddisfatto il restante 69,7%). Il Comune dove è collocata l'impresa presenta un livello di soddisfazione leggermente inferiore (29,7%), mentre al terzo posto si collocano le banche o i soggetti finanziari (con il 26,2% delle valutazioni positive e il 73,8% di giudizi negativi), ovvero soggetti privati che con le loro politiche finanziarie e creditizie possono incidere profondamente sulla vita economica delle imprese.

Le azioni di sostegno operate dalla comunità montane e dalle associazioni di comuni hanno soddisfatto poco più di un imprenditore su 5 (il 22,3%, a fronte del 77,7% di opposta opinione), così come una valutazione sostanzialmente analoga ha riguardato la Regione (22,1% i soddisfatti e 77,9% gli insoddisfatti) e la Provincia (21,5% contro il 78,5%).

Le critiche più diffuse e trasversali riguardano tuttavia gli organismi istituzionali nazionali e sovranazionali, confermando quella incolmabile distanza spesso denunciata da cittadini e imprenditori rispetto alle istituzioni centrali (anche per le superiori attese e le potenzialità di tali soggetti), avvertendo al contrario, una maggiore vicinanza e sostegno nei livelli istituzionali di prossimità.

L'Unione Europea e il Governo Centrale registrano infatti un livello di insoddisfazione quasi plebiscitario, pari rispettivamente al'88,4% e al 90%, evidenziando una valutazione positiva soltanto in quote marginali del campione (pari all'11,6% per l'UE e al 10% per il Governo Centrale).

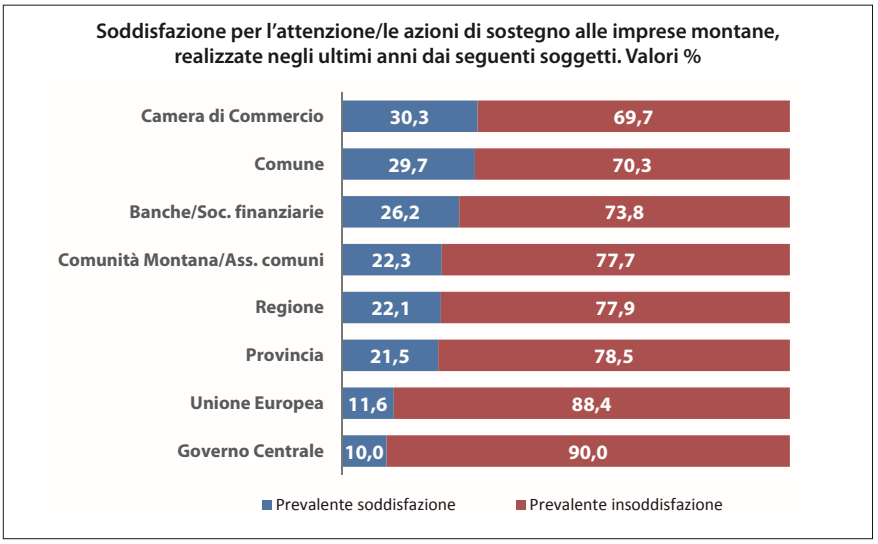


Tabella 37 - Livello di soddisfazione per l'attenzione/le azioni di sostegno alle imprese localizzate nei comuni montani, realizzate negli ultimi anni dai seguenti soggetti. *V.A e % val.*

	Prevalente soddisfazione			Prevalente insoddisfazione			Non sa	
	V.A.	%	% val.	V.A.	%	% val.	V.A.	%
UE	46	7,6	11,6	352	58,7	88,4	202	33,7
Governo	45	7,5	10,0	406	67,7	90,0	149	24,8
Regione	105	17,5	22,1	370	61,7	77,9	125	20,8
Provincia	100	16,7	21,5	365	60,8	78,5	135	22,5
Comune	144	24	29,7	341	56,8	70,3	115	19,2
Banche	117	19,5	26,2	329	54,8	73,8	154	25,7
Camera Comm.	119	19,8	30,3	274	45,7	69,7	207	34,5
Com. Montana	87	14,5	22,3	303	50,5	77,7	210	35

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando i dati in base alle diverse caratteristiche (geografiche, morfologiche, demografiche ed economiche) del campione, pur confermandosi un livello di insoddisfazione ampiamente prevalente in tutte le sue articolazioni, appare interessante rilevare alcune differenze, che confermano come le valutazioni più negative provengano proprio tra quelle categorie maggiormente vulnerabili e marginali da un punto di vista economico, demografico e geografico.

Analizzando infatti nel dettaglio le risposte degli intervistati disaggregate per area geografica, appare interessante rilevare come siano le attività economiche collocate in comuni montani del Centro e del Sud Italia ad esprimere le valutazioni peggiori, mentre i titolari di imprese collocate in comuni montani del Nord evidenziano un livello di soddisfazione decisamente più elevato, pari al 45,3% per la Camera di Commercio (contro il valore minimo di 3,5% rilevato nei comuni del Centro Italia), al 38,8% per il Comune (contro il 16,3% registrato tra gli imprenditori del Meridione) e al 38% per le Banche (a fronte del 5,4% al Centro).

Anche le azioni avviate dalle Comunità Montane soddisfano un significativo 33,2% di imprenditori del Nord (a fronte dell'8,6% al Centro e del 10,5% al Sud), così come valutazioni positive superiori al 30% riguardano la Regione (31,6% al Nord contro il 6,7% del campione "soddisfatto" al Centro e il 14,4% al Sud) e la Provincia (31,2% contro il 7,1% e l'11,7%).

Le maggiori criticità si confermano infine per le azioni di sostegno alle imprese avviate dall'Unione Europea e dal Governo Centrale, che comunque tra gli imprenditori del Nord registrano un più esteso livello di approvazione (rispettivamente pari al 17,1% e al 13,2% contro il valore minimo rilevato al Centro, dove i soddisfatti per le azioni operate dal Governo sono soltanto il 2,6% e per quelle adottate dall'UE il 4,8%).

Tabella 38 – Intervistati "prevalentemente soddisfatti" per l'attenzione/le azioni di sostegno alle imprese montane, in base all'area geografica. *Valori %*

	Cam. Comm	Comune	Banche	Com. Montana	Regione	Provincia	UE	Governo Centrale
	Disaggregazione in base all'area geografica							
Nord	45,3	38,8	38,0	33,2	31,6	31,2	17,1	13,2
Centro	3,5	24,4	5,4	8,6	6,7	7,1	4,8	2,6
Sud	16,4	16,3	17,0	10,5	14,4	11,7	6,1	9,0

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Anche la dimensione e l'andamento demografico dei comuni intervistati incide significativamente sulle valutazioni espresse: sono infatti i comuni di maggiori dimensioni (con oltre 15 mila abitanti) e quelli che vivono una fase di espansione demografica a registrare un più diffuso livello di soddisfazione, mentre i comuni di minori dimensioni e quelli "a rischio spopolamento", ovvero proprio quelle realtà che avrebbero bisogno di un maggiore sostegno da parte delle istituzioni, registrano invece le criticità maggiori.

Una differenza meno marcata nelle valutazioni espresse si osserva tra i comuni di "bassa" e di "alta montagna", anche se tra questi ultimi si registrano livelli di

soddisfazione leggermente superiori in relazione a tutti i soggetti sottoposti al loro giudizio. Infine, disaggregando le risposte in base alla dimensione di impresa, sono le microimprese ad avvertire la distanza maggiore rispetto alle Istituzioni e ai soggetti associativi e finanziari, capaci di soddisfare meno di un imprenditore su 5 (per arrivare a meno di uno su 10 per quanto riguarda le azioni di sostegno avviate dall'Unione Europea e dal Governo Centrale).

Tabella 39 - Intervistati "prevalentemente soddisfatti" per attenzione/sostegno alle imprese montane, in base a dinamica e ampiezza demogr., altitudine e n. addetti. *Valori %*

	Cam. Comm	Comune	Banche	Com. Montana	Regione	Provincia	UE	Governo Centrale
	Disaggregazione in base all'andamento demografico							
Declino	16,4	19,9	19,3	11,2	14,3	12,9	8,8	6,5
Stabilità	29,8	28,7	26,1	16,5	16,2	17,5	6,6	3,3
Espansione	39,9	37,1	31,3	33,3	31,8	30,0	16,8	16,7
	Disaggregazione in base all'ampiezza demografica comunale							
≤2.000 ab.	35,4	31,9	26,1	21,7	18,4	21,3	12,4	7,8
2-5.000	24,7	24,6	20,2	20,2	19,7	16,2	8,4	7,1
5-15.000	22,1	25,4	27,2	21,2	20,7	18,3	7,6	8,5
> 15.000	38,5	38,2	32,6	26,4	31,7	31,7	18,8	18,5
	Disaggregazione in base all'altitudine media							
≤600 mt	30,4	31,0	29,6	23,7	23,0	24,0	12,4	10,8
>600 mt	30,2	28,6	23,5	21,0	21,3	19,3	10,8	9,3
	Disaggregazione in base al numero di addetti							
≤2 add.	21,9	22,8	20,5	17,5	16,4	16,9	7,0	7,5
3-5 add.	35,5	36,4	31,0	25,3	21,5	24,7	14,5	11,1
6-9 add.	29,6	26,8	23,9	23,1	22,4	19,1	8,6	6,1
≥10 add.	32,9	29,4	27,8	23,0	32,2	24,1	15,1	15,0
Totale	**30,3**	**29,7**	**26,2**	**22,3**	**22,1**	**21,5**	**11,6**	**10,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

In ogni caso, è stato chiesto agli intervistati quali iniziative per lo sviluppo locale dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni per rilanciare l'economia e le opportunità di crescita delle imprese. La proposta maggiormente caldeggiata dagli intervistati (condivisa da circa la metà del campione) riguarda lo snellimento degli adempimenti burocratici a carico delle imprese che, con il 47,2% delle citazioni, registra uno scarto di oltre 20 punti percentuali sulla seconda richiesta espressa, ovvero la creazione di zone a fiscalità di vantaggio (26,5%). La terza iniziativa attesa e auspicata, con un leggero scarto sulla seconda, fa riferimento alle iniziative di marketing territoriali (25,3%). Nonostante le criticità precedentemente emerse, soltanto il 16,3% del campione vorrebbe fossero potenziate le reti viarie per migliorare l'accessibilità del territorio, evidentemente considerando tale fattore meno centrale per lo sviluppo delle imprese montane rispetto alla burocrazia, alla fiscalità e al marketing territoriale.

Poco più di un intervistato su 10 riterrebbe inoltre importante che le Istituzioni sostenessero maggiormente l'imprenditoria giovanile e le start up (13,7%) o si attivassero maggiormente per contrastare lo spopolamento (12,8%) o per

conservare e manutenere il territorio (11,3%). Infine soltanto l'8,3% richiama la necessità di promuovere la legalità e il rispetto delle regole, per ripristinare una maggiore equità e una concorrenza più leale a parità di condizioni.

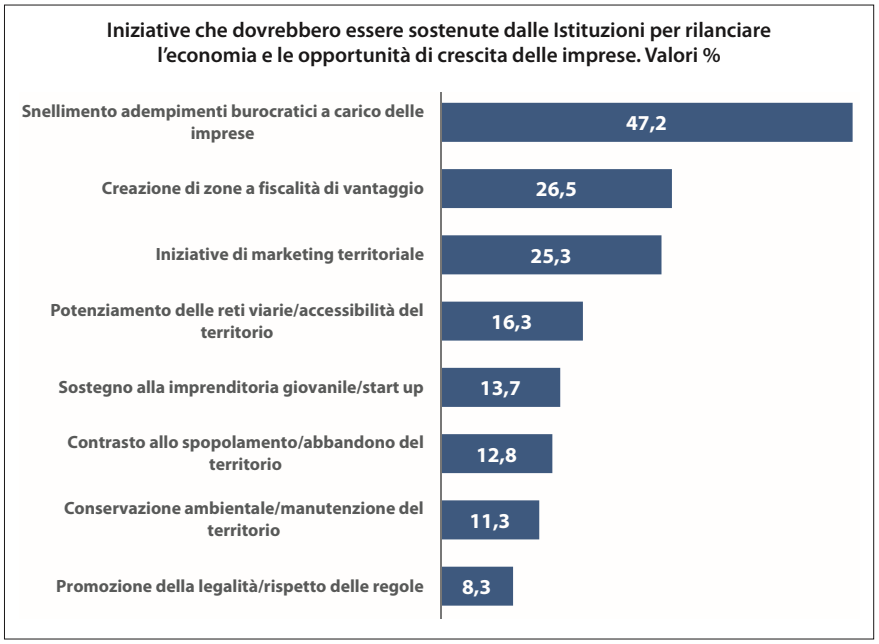


Tabella 40 - Iniziative per lo sviluppo locale che dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni per rilanciare l'economia e le opportunità di crescita delle imprese. *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Snellimento degli adempimenti burocratici a carico delle imprese	283	47,2
Creazione di zone a fiscalità di vantaggio	159	26,5
Iniziative di marketing territoriale	152	25,3
Potenziamento delle reti viarie/accessibilità del territorio	98	16,3
Sostegno alla imprenditoria giovanile/start up	82	13,7
Contrasto allo spopolamento/abbandono dei territorio	77	12,8
Conservazione ambientale/manutenzione del territorio	68	11,3
Promozione della legalità/rispetto delle regole	50	8,3
Non sa/non indica	78	13

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 poiché erano possibili 3 risposte*

Disaggregando i dati in base alle diverse caratteristiche del campione, appare interessante osservare come le priorità segnalate si modifichino sensibilmente in relazione alle condizioni del territorio in cui ha sede l'impresa e alle caratteristiche settoriali e dimensionali delle imprese intervistate. Lo snellimento delle pratiche burocratiche a carico delle imprese si conferma tuttavia al primo posto tra le richieste di intervento, a testimonianza di come l'eccessiva burocrazia sia vissuta come il principale impedimento allo sviluppo imprenditoriale di un territorio. Analizzando quindi le altre "richieste di intervento" (disaggregate in base all'andamento demografico comunale), si osserva come mentre un terzo dei comuni che vivono

una situazione di espansione demografica (il 31,8%) vorrebbe che le Istituzioni si impegnassero maggiormente in iniziative di marketing finalizzate a rilanciare il territorio, i comuni "a rischio spopolamento" indirizzino le proprie richieste soprattutto sul potenziamento della viabilità e dell'accessibilità (27,4% delle citazioni) e sul contrasto dello spopolamento (17,9% a fronte del valore minimo di 9,4% tra i comuni in "espansione").

Tabella 41 - Iniziative per lo sviluppo locale che dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni in base alla dinamica demografica. *V. %*

	Declino demografico	Stabilità demografica	Espansione demografica
Snellimento burocrazia	37,4	**54,8**	49,8
Zone fiscalità vantaggio	24,2	29,0	26,7
Marketing territoriale	18,9	22,6	**31,8**
Potenziamento accessibilità	**27,4**	12,3	10,6
Sostegno imprese giov. /start up	13,2	11	15,7
Contrasto spopolamento	**17,9**	12,3	9,4
Manutenzione territorio	8,9	12,3	12,5
Promozione legalità	9,5	7,1	8,2

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Per quanto riguarda il settore di attività, al di là della trasversale e prevalente richiesta di snellire gli adempimenti burocratici (che assume i valori più elevati nelle imprese manifatturiere – 60% - e in quelle operanti nelle costruzioni – 58,8%) sono soprattutto le attività manifatturiere a chiedere la creazione di zone a fiscalità di vantaggio (nel 45,7% dei casi a fronte del valore minimo di 19,9% tra le imprese operanti nei trasporti e in altri servizi), mentre le imprese agricole vorrebbero un maggior impegno nel marketing territoriale (41,9%).

Le imprese operanti nei trasporti e negli altri servizi esprimono invece in misura superiore rispetto al resto del campione la necessità di un potenziamento dell'accessibilità e delle reti viarie (19,9%) e un maggiore sostegno all'imprenditoria giovanile e alle start up (22,9%). Più avvertito tra le imprese agricole risulta infine il problema dello spopolamento e della manutenzione del territorio, ambiti nei quali il 16,1% e il 32,2% delle imprese auspicherebbe un maggiore impegno da parte delle istituzioni.

Tabella 42 - Iniziative per lo sviluppo locale che dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni in base al settore di attività delle imprese intervistate. *V. %*

	Agricoltura	Att. manifatturiere	Costruzioni	Comm./ ristoraz.	Trasporto altri servizi
Snellimento burocrazia	45,2	60,0	58,8	42,0	42,7
Zone fiscalità vantaggio	32,3	45,7	27,8	24,2	19,9
Marketing territoriale	41,9	22,9	10,3	29,4	26,3
Potenziam.accessibilità	16,1	15,7	12,4	15,6	19,9
Sost. impr.Giov. /start up	6,5	5,7	8,2	12,6	22,8
Contrasto spopolamento	16,1	10	11,3	14,3	12,3
Manutenzione territorio	32,3	10	8,2	14,3	5,8
Promozione legalità	3,2	5,7	14,4	7,4	8,2

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Per quanto riguarda infine la dimensione di impresa è possibile rilevare tra le imprese di 6-9 addetti una richiesta più diffusa di snellire gli adempimenti burocratici (65,8% delle citazioni), di investire sul marketing territoriale (34,2%) e di sostenere maggiormente le imprese giovanili e le start up (16,5%); tra le microimprese appare invece più avvertita l'esigenza di ricevere un sostegno per migliorare l'accessibilità del territorio (richiamata nel 20,3% dei casi) e di contrastare lo spopolamento (15,5%, a fronte del valore minimo, pari a 6,9%, tra le imprese di maggiori dimensioni).

Tabella 43 – Iniziative per lo sviluppo locale che dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni in base al numero di addetti delle imprese intervistate. *V. %*

	≤2 addetti	3-5 addetti	6-9 addetti	≥10 addetti
Snellimento burocrazia	39,6	44,2	65,8	53,5
Zone fiscalità vantaggio	27,3	23,6	29,1	29,7
Marketing territoriale	22,5	25,3	34,2	23,8
Potenziam.accessibilità	20,3	16,7	7,6	14,9
Sostegno impr.Giov. /start up	14,4	13,7	16,5	9,9
Contrasto spopolamento	15,5	14,2	10,1	6,9
Manutenzione territorio	9,6	11,2	15,2	11,9
Promozione legalità	10,7	4,3	11,4	10,9

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Entrando nel merito delle azioni finalizzate allo sviluppo delle aree montane concretamente avviate dalle Istituzioni, a conferma della distanza tra imprese e Istituzioni, soltanto il 12% del campione ha potuto usufruire negli ultimi 5 anni di vantaggi economici/finanziamenti/agevolazioni (l'8,5% in una sola occasione e il 3,5% in più occasioni), a fronte di ben l'88% che non ha avuto modo di accedere a tale opportunità.

Imprese che negli ultimi 5 anni hanno usufruito di vantaggi economici/finanziamenti per lo sviluppo delle aree montane. Valori %

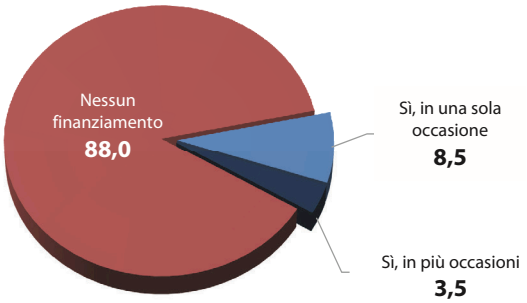


Tabella 44 - Imprese che negli ultimi 5 anni hanno usufruito di vantaggi economici/finanziamenti/agevolazioni per lo sviluppo delle aree montane. *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Sì, in una sola occasione	51	8,5
Sì, in più occasioni	21	3,5
No	528	88,0
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Analizzando la tipologia dei finanziamenti ricevuti dalle 71 imprese che hanno risposto positivamente, si è trattato prevalentemente di finanziamenti a fondo perduto (47,8%) o di finanziamenti agevolati (44,9%). In 6 casi i finanziamenti erano finalizzati alla riduzione dei costi energetici e in 4 si è trattato di defiscalizzazioni.

Tabella 45 – Tipologia di finanziamenti ricevuti (base: 71 intervistati). *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Finanziamenti a fondo perduto	33	47,8
Finanziamenti agevolati/garanzie fidi	31	44,9
Defiscalizzazioni	4	5,8
Riduzione costi energetici	6	8,7

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 in quanto erano possibili più risposte*

Per quanto riguarda inoltre la finalità dei finanziamenti ricevuti dalle imprese, nel 31,9% dei casi si è trattato di erogazioni concesse allo scopo di acquistare o sostituire macchinari e attrezzature; nel 27,8% di finanziamenti per inserire o formare il personale; nel 26,4% per acquistare/ristrutturare locali/immobili destinati a produzione/magazzini; nel 22,2% i finanziamenti ricevuti sono stati utilizzati per l'efficientamento energetico/ambientale; nel 12,5% per l'avvio attività/costituzione di nuove imprese; isolati risultano i finanziamenti per la riconversione dell'attività (2 casi, pari al 2,8%) e in un solo caso (pari all'1,4%) il finanziamento ricevuto era finalizzato a rafforzare le opportunità di mercato attraverso internazionalizzazione, reti, ecc.

Tabella 46 - Principali finalità dei finanziamenti ricevuti (base: 71 intervistati). V.A. e %

	V.A.	V.%*
Acquisto/sostituzione/revisione macchinari/attrezzature	23	31,9
Inserimento/formazione del personale	20	27,8
Acquisto/ristrutt. locali/immobili destinati a produzione/magazzini, ecc.	19	26,4
Efficientamento energetico/ambientale	16	22,2
Avvio attività/costituzione nuova impresa	9	12,5
Riconversione attività	2	2,8
Rafforzamento opportunità di mercato (internazionalizzazione, reti, ecc.)	1	1,4

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 in quanto erano possibili più risposte*

D.1.5. Impresa, ambiente e territorio

Il concetto di sostenibilità rappresenta (o dovrebbe rappresentare) il punto di partenza per qualsiasi ragionamento legato al rapporto tra sviluppo economico e montagna, ovvero alla relazione tra capitale sociale e capitale naturale. La montagna, territorio fragile e vulnerabile, spesso semplicisticamente considerata area marginale e svantaggiata, se da una parte rappresenta una risorsa di indicibile valore in termini naturalistici, culturali ed economici (si pensi al fronte energetico o turistico), proprio per la sua fragilità, in misura superiore rispetto ad altri territori, deve essere tutelata e sostenuta, sia attraverso iniziative istituzionali, sia confidando sulla responsabilità dei singoli (cittadini e imprese in primis). Un modello sostenibile di sviluppo per il territorio montano non può quindi prescindere dal considerare quali soggetti responsabili della qualità ambientale le stesse imprese, che, attraverso la scelta e l'utilizzo di comportamenti "sostenibili" possono esercitare un ruolo importante nella salvaguardia della montagna.

Per queste ragioni uno dei temi centrali dell'analisi ha riguardato, al di là del rapporto affettivo e soggettivo con la montagna (precedentemente analizzato), il tema della responsabilità ambientale delle imprese, ovvero il rapporto tra attività economiche e tutela dell'ambiente, sottolineando da una parte il ruolo e le ricadute (in termini strategici e di sviluppo) che la qualità ambientale può avere sull'attività economica dell'impresa, e dall'altra rilevando il livello di sensibilità ambientale degli imprenditori ed evidenziando i comportamenti concretamente messi in atto finalizzati alla tutela del territorio.

Passando quindi ad analizzare il ruolo che la qualità ambientale svolge, in termini di opportunità economiche, per le imprese intervistate, emerge un ampio e trasversale riconoscimento positivo, considerando che ben il 61,9% ritiene che la questa costituisca un vantaggio per le opportunità economiche della propria impresa (per il 26% tale vantaggio risulterebbe "molto elevato" e per il 35,9% "abbastanza elevato"). Sul fronte opposto una minoranza del campione (pari al 38,1%) non attribuisce alla qualità del territorio un valore strategico (in termini economici) per la propria impresa, considerando tale fattore "poco" (30,8%) o "per niente vantaggioso" (7,3%).

Misura in cui la qualità ambientale del territorio costituisce un vantaggio per le opportunità economiche delle imprese. Valori %

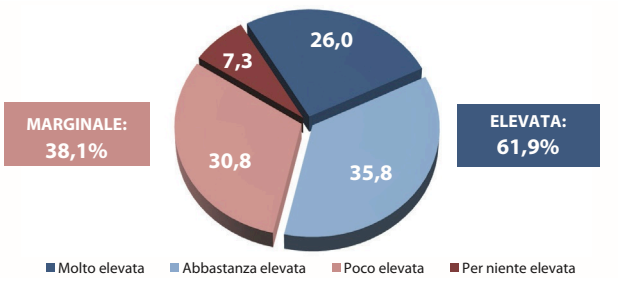


Tabella 47 - Misura in cui la qualità ambientale del territorio costituisce un vantaggio per le opportunità economiche delle imprese intervistate. *V.A. e %*

	V.A.	V.%
Molto elevata	156	26,0
Abbastanza elevata	215	35,9
Molto + abbastanza elevata	***371***	***61,9***
Poco elevata	185	30,8
Per niente elevata	44	7,3
Poco + per niente elevata	***229***	***38,1***
Totale	600	100,0

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Disaggregando le risposte in base alle caratteristiche del campione appare interessante sottolineare alcune differenze, pur confermandosi una forte, maggioritaria e trasversale attribuzione di valore e di importanza alla qualità del territorio quale fattore strategico per lo sviluppo delle imprese.

A fare eccezione sono soltanto le attività impegnate nel settore delle costruzioni, che in un'ampia maggioranza dei casi (il 55,7%) non rilevano particolari benefici economici dalla qualità ambientale del territorio in cui è collocata l'impresa, evidentemente considerando altri fattori, estranei a quelli territoriali, maggiormente significativi (anche se un consistente 44,3% esprime l'opinione contraria).

Sul fronte opposto, sono la quasi totalità delle imprese agricole (il 93,6%) e circa 9 imprese turistiche su 10 (l'86,3% delle imprese di "alloggio e ristorazione") a riconoscere alla qualità ambientale un'elevata valenza strategica, correlandosi in un caso alla qualità delle produzioni alimentari e agricole, e nell'altro costituendo un fattore attrattivo di primaria importanza.

Meno diffuso, ancorché ampiamente maggioritario, appare il riconoscimento dell'importanza del "fattore ambientale" per le attività manifatturiere (nel 55,7% dei casi), per quelle operanti nel commercio (57,6%) e nei trasporti e altri servizi (60,9%).

L'attribuzione di importanza alla qualità ambientale sembra inoltre inversamente correlata all'ampiezza demografica, risultando superiore tra i piccolissimi centri (64,8%), e scendendo progressivamente (pur mantenendosi tale convinzione maggioritaria) in quelli di maggiori dimensioni (64,6% nei comuni di 2-5 mila abitanti, 63,8% in quelli di 5-15 mila e 51,6% in quelli di oltre 15 mila abitanti), nei quali evidentemente il successo economico delle imprese si lega maggiormente ad altri fattori.

Anche la disaggregazione in base all'area geografica evidenzia significative differenze, attestandosi a ben il 70,5% la quota delle imprese collocate in un comune montano del Nord che riconoscono alla qualità ambientale un valore strategico centrale anche per lo sviluppo economico dell'impresa, segnando uno scarto di oltre 15 punti percentuali rispetto alle imprese del Centro (54,9%) e del Sud (51,9%).

Infine l'altitudine media in cui è collocata l'impresa costituisce una ulteriore chiave di lettura nell'attribuzione di importanza al fattore "ambiente" quale marchio di qualità anche per l'impresa, attestandosi al 64,7% tra le imprese collocate in "alta montagna" a fronte del 58,8% rilevato tra quelle di "bassa montagna".

Tabella 48 – Misura in cui la qualità ambientale del territorio costituisce un vantaggio per le imprese in base a ampiezza demografica, area geografica, altitudine e settore di attività. V. %

	Molto + abbastanza elevata	*Poco + per niente elevata*
Disaggregazione per ampiezza demografica		
≤ 2.000 abitanti	64,8	35,2
2.001-5.000 abitanti	64,6	35,4
5.001-15.000 abitanti	63,8	36,2
Oltre 15.000 abitanti	51,6	48,4
Disaggregazione per area geografica		
Nord	70,5	29,5
Centro	54,9	45,1
Sud	51,9	48,1
Disaggregazione per altitudine media		
≤ 600 metri slm	58,8	41,2
Oltre 600 metri slm	64,7	35,3
Disaggregazione per settore di attività		
Agricoltura	93,6	6,4
Attività manifatturiere	55,7	44,3
Costruzioni	44,3	55,7
Alloggio e ristorazione	86,3	13,8
Commercio	57,6	42,4
Trasporto e altri servizi	60,9	39,1
Totale	**61,9**	**38,1**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Analizzando nel dettaglio i fattori "reputazionali" legati al territorio che costituiscono un vantaggio per le imprese intervistate, la qualità dell'aria e dell'acqua risulta quello maggiormente citato, costituendo per circa la metà degli intervistati (il 48,7%) un vantaggio per le imprese.

Segue, con un ampio scarto, la qualità delle produzioni agricole e alimentari (27%), mentre ancora inferiori sono i fattori reputazionali legati alla qualità dell'accoglienza (indicata dal 16,2% degli intervistati), alla qualità dei servizi (12,7%), alla qualità delle produzioni artigiane/industriali (9,5%) e al valore storico/culturale/tradizionale del territorio (7,5% delle citazioni).

Sul fronte opposto, circa un quarto degli intervistati (il 25,3%) non riconosce alcun fattore di "pregio" al proprio territorio, che possa costituire un vantaggio per l'impresa.

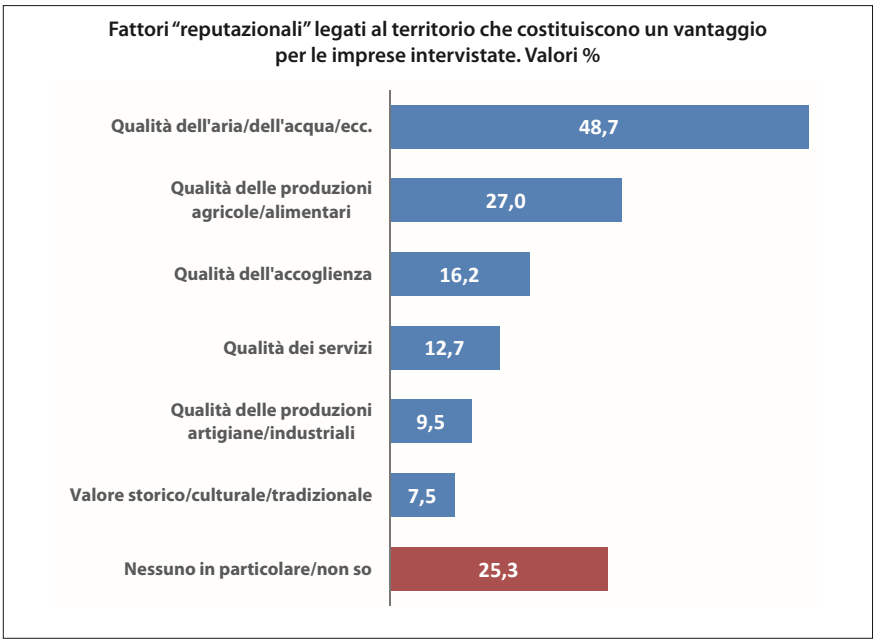


Tabella 49 - Fattori "reputazionali" legati al territorio che costituiscono un vantaggio per le imprese intervistate. V.A. e %

	V.A.	V.%*
Qualità dell'aria/dell'acqua/ecc.	292	48,7
Qualità delle produzioni agricole/alimentari	162	27,0
Qualità dell'accoglienza	97	16,2
Qualità dei servizi	76	12,7
Qualità delle produzioni artigiane/industriali	57	9,5
Valore storico/culturale/tradizionale	45	7,5
Nessuno in particolare/non so	152	25,3

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 *Il totale è superiore a 100,0 in quanto erano possibili 2 risposte*

Disaggregando le risposte in base al alcune caratteristiche geografiche e demografiche dei comuni in cui sono collocate le imprese intervistate, è possibile rilevare interessanti differenze che in larga parte rimandano alle caratteristiche e ai "punti di forza" dei diversi territori.

Ad esempio la qualità dell'aria e dell'acqua, che si conferma il principale fattore reputazionale di vantaggio indicato da tutti gli intervistati, assume un valore ampiamente maggioritario nei piccolissimi centri (52,5%) e nei comuni di alta montagna (53,1%), mentre l'importanza strategica delle produzioni agricole e artigiane appare maggiormente condivisa nei comuni di 2-5 mila abitanti (rispettivamente nel 37,3% e nel 15,3% dei casi).

A "puntare" sulla qualità dei servizi sono invece soprattutto le imprese collocate in comuni di 5-15 mila abitanti (nel 15,4% dei casi), mentre il 15,6% del campione con

un'attività economica in comuni con oltre 15 mila abitanti riconosce al valore storico e culturale del proprio territorio un vantaggio anche per la propria attività, a fronte del valore minimo, (pari al 2,2%), tra i comuni con meno di 2.001 abitanti.

Anche l'analisi delle risposte in base all'area geografica in cui sono collocate le imprese fornisce alcuni interessanti elementi di riflessione: ad esempio appare piuttosto significativo evidenziare come circa un terzo degli imprenditori del Sud (il 32,1%) non riconosca nel proprio territorio alcun fattore reputazionale in grado di costituire un vantaggio per la propria impresa, contro il 23,4% rilevato al Centro e il valore minimo del 21,9% al Nord.

Gli intervistati settentrionali attribuiscono invece nel 54,3% dei casi un forte valore aggiunto alla qualità dell'acqua e dell'aria, registrando in misura superiore al resto del campione un valore positivo anche alla qualità dell'accoglienza (21,5%, a fronte del dato minimo di 5,9% al Sud).

Tra gli imprenditori del Centro Italia appaiono maggiormente citati il valore storico e culturale e le produzioni artigiane e industriali (entrambi fattori indicati dal 18% del campione), mentre gli imprenditori del Sud riconoscono in misura superiore il valore aggiunto offerto dalla qualità delle produzioni agricole e alimentari (30,5%).

Infine, non stupisce come ben il 57,2% degli imprenditori che non riconosce un particolare valore strategico alla qualità ambientale del proprio territorio, non sappia neppure indicare un fattore "reputazionale" positivo per la propria attività (a fronte di un marginale 5,7% rilevato tra gli imprenditori di opposta opinione).

Tabella 50 - Fattori "reputazionali" che costituiscono un vantaggio per le imprese in base a ampiezza demografica, area geogr., altitudine e riconoscimento valore qualità ambientale. *V. %*

	Aria acqua	Prod. agricole aliment.	Prod. Artigiane industr.	Accoglienza	Servizi	Storia cultura tradiz.	Nessuno
Disaggregazione per ampiezza demografica							
≤2.000 ab.	**52,5**	23,5	6,1	**20,1**	13,4	2,2	26,8
2-5.000 ab.	48,0	**37,3**	**15,3**	13,3	9,3	5,3	22,0
5-15.000 ab.	45,6	24,2	10,7	18,1	**15,4**	9,4	25,5
>15.000 ab.	**47,5**	**23,0**	**5,7**	**11,5**	**12,3**	**15,6**	**27,0**
Disaggregazione per area geografica							
Nord	**54,3**	28,5	6,3	**21,5**	13,9	5,6	21,9
Centro	38,7	17,1	**18,0**	18,9	14,4	**18,0**	23,4
Sud	**45,5**	**30,5**	**9,6**	**5,9**	**9,6**	**4,3**	**32,1**
Disaggregazione per altitudine media							
≤600 mt slm	44,0	25,4	10,7	15,1	**14,8**	11,3	26,1
>600 mt slm	**53,1**	28,5	8,4	17,2	10,7	3,9	24,6
Disaggregazione per riconoscimento vantaggio qualità ambientale							
Elevato	63,3	38,0	11,9	20,8	15,9	8,9	5,7
Non elevato	24,9	9,2	5,7	8,7	7,4	5,2	**57,2**
Totale	***48,7***	***27,0***	***16,2***	***12,7***	***9,5***	***7,5***	***25,3***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Al di là del vantaggio economico che può costituire la qualità ambientale per le imprese montane, è parso importate verificare in quale misura le stesse attività economiche ritengano giusto essere considerate protagoniste e responsabili della qualità ambientale del territorio in cui operano.

Analizzando quindi i risultati, emerge un diffuso e ampiamente maggioritario senso di responsabilità delle imprese che nel 77,5% dei casi dichiarano di essere d'accordo (il 21,7% "molto d'accordo" e il 55,8% "abbastanza") nel ritenersi direttamente responsabili della salvaguardia del territorio. Sul fronte opposto un significativo 22,5% di imprese risulta di opposta opinione (di cui il 21,5% "poco d'accordo" e l'1% "per niente d'accordo"), probabilmente attribuendo il compito della salvaguardia e della tutela ambientale ad altri soggetti.

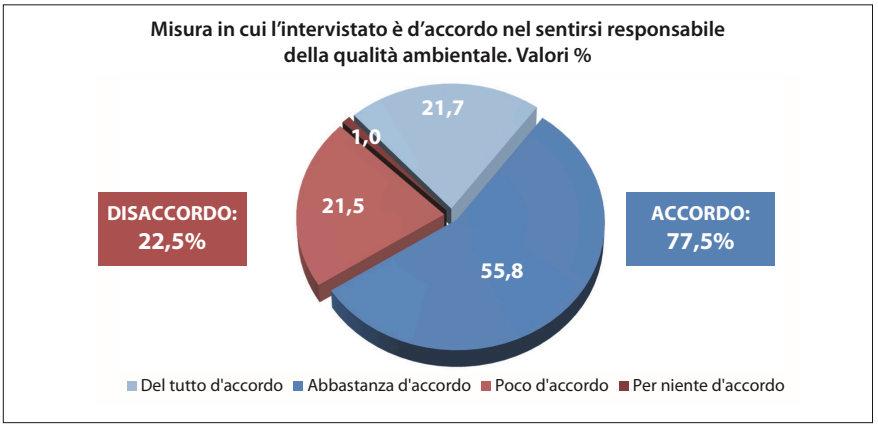


Tabella 51 - Misura in cui l'intervistato è d'accordo con l'affermazione per cui la responsabilità ambientale deve investire direttamente la vita e la gestione di impresa. V.A. e %

	V.A.	V.%
Del tutto d'accordo	130	21,7
Abbastanza d'accordo	335	55,8
Del tutto + abbastanza d'accordo	*465*	*77,5*
Poco d'accordo	129	21,5
Per niente d'accordo	6	1,0
Poco +per niente d'accordo	*135*	*22,5*
Totale	**600**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

La consapevolezza che la tutela ambientale rappresenta un dovere sia dei cittadini sia delle imprese appare ampiamente condivisa e trasversale, registrando adesioni più convinte tra gli intervistati del Nord (87,1%), tra le attività operanti nel settore agricolo (100%), tra le imprese "storiche", nate prima del 1970 (91,8%), e tra quelle con un numero di addetti superiore alle 9 unità (91,1%), e registrando più tiepide adesioni tra gli intervistati del Centro Italia (64%), tra le imprese operanti nel settore delle costruzioni (70,1%), tra quelle di più recente costituzione (71,3%) e tra le microimprese (68,4%).

Tabella 52 - Accordo su responsabilità ambientale delle imprese in base a ampiezza dem., area geografica, altitudine, settore di attività, anno costituzione, età titolare e n. addetti. *V. %*

	Del tutto + abbastanza d'accordo	*Poco + per niente d'accordo*
Disaggregazione per ampiezza demografica		
≤ 2.000 abitanti	76,5	23,5
2.001-5.000 abitanti	76,0	24,0
5.001-15.000 abitanti	81,9	18,1
Oltre 15.000 abitanti	75,4	24,6
Disaggregazione per area geografica		
Nord	87,1	12,9
Centro	64,0	36,0
Sud	70,1	29,9
Disaggregazione per altitudine media		
≤ 600 metri slm	79,4	20,6
Oltre 600 metri slm	75,7	24,3
Disaggregazione per settore di attività		
Agricoltura	100,0	0,0
Attività manifatturiere	84,3	15,7
Costruzioni	70,1	29,9
Commercio e ristorazione	76,6	23,4
Trasporto e altri servizi	76,0	24,0
Disaggregazione per anno di costituzione dell'impresa		
Prima del 1970	91,8	8,2
Tra il 1970 e il 1989	88,4	11,6
Tra il 1990 e il 1999	80,7	19,3
Dopo il 2000	71,3	28,7
Disaggregazione per età del titolare		
Fino a 39 anni	75,8	24,2
40-49 anni	75,7	24,3
50+ anni	82,1	17,9
Disaggregazione per numero di addetti dell'impresa		
Fino a 2 addetti	68,4	31,6
3-5 addetti	76,4	23,6
6-9 addetti	84,8	15,2
≤10 addetti	91,1	8,9
Totale	***77,5***	***22,5***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Entrando nel merito delle azioni e dei comportamenti realizzati negli ultimi 3 anni dalle imprese intervistate per contribuire alla salvaguardia del patrimonio ambientale del territorio, appare significativo rilevare come ben il 39% non ne abbia realizzata alcuna, evidenziando, al di là di una adesione "formale" alla responsabilità diretta delle imprese per la salvaguardia del territorio, una assenza di azioni concrete finalizzate alla sua tutela.

Tra le imprese che invece dichiarano di aver personalmente contribuito alla salvaguardia del territorio, la principale attività segnalata riguarda l'incremento della raccolta differenziata (con il 32,7% delle citazioni), seguita dalla riduzione dei

consumi energetici e idrici (26,3%). Il 19,5% delle imprese dichiara di aver riusato/riciclato i materiali; il 16% di essere ricorso alle energie rinnovabili; l'11% di aver ridotto le emissioni di CO2; il 10,7% di aver realizzato acquisti o di aver utilizzato prodotti verdi o certificati e il 9% di aver contribuito direttamente alla manutenzione del territorio.

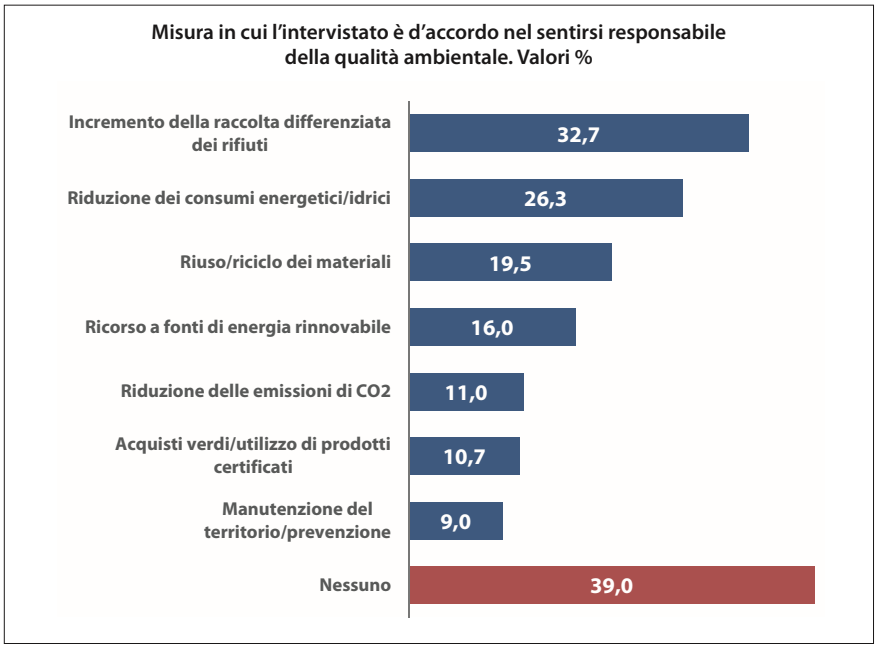


Tabella 53 - Azioni/comportamenti realizzati negli ultimi 3 anni dalle imprese intervistate, per contribuire alla salvaguardia del patrimonio ambientale del territorio. *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Incremento della raccolta differenziata dei rifiuti	196	32,7
Riduzione dei consumi energetici/idrici	158	26,3
Riuso/riciclo dei materiali	117	19,5
Ricorso a fonti di energia rinnovabile	96	16,0
Riduzione delle emissioni di CO2	66	11,0
Acquisti verdi/utilizzo di prodotti certificati	64	10,7
Manutenzione del territorio/prevenzione	54	9,0
Nessuno	234	39,0

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 poiché erano possibili più risposte*

L'analisi delle risposte in base alle caratteristiche del campione evidenzia un livello di attenzione superiore e la realizzazione di un maggior numero di attività orientate alla tutela ambientale tra le imprese localizzate nei piccoli centri abitati, tra quelle dislocate in comuni del Nord Italia, tra le imprese di più elevate dimensioni, e tra quelle impegnate nell'agricoltura e nelle attività manifatturiere.

Sul fronte opposto, a registrare l'assenza negli ultimi 3 anni di attività finalizzate

alla salvaguardia del patrimonio ambientale è il 46,7% delle imprese collocate in comuni con oltre 15 mila abitanti, il 59,4% delle imprese del Sud Italia; il 48,5% delle imprese impegnate nel settore dei trasporti e degli altri servizi e il 52,9% delle microimprese.

Appare infine interessante rilevare come anche tra gli intervistati convinti che le imprese abbiano una responsabilità diretta nel sostenere e nel tutelare la qualità ambientale, una quota significativa, pari al 24,9%, non abbia poi, concretamente, realizzato alcuna attività in tal senso.

Tra gli intervistati che invece hanno espresso il proprio disaccordo sulla responsabilità soggettiva delle imprese nella salvaguardia ambientale, ben l'87,4% non ha realizzato alcuna attività/comportamento "sostenibile".

Tabella 54 – Azioni/comportamenti "sostenibili" realizzati negli ultimi 3 anni dalle imprese intervistate, in base a ampiezza demografica, area geografica, altitudine, settore di attività, n. addetti e accordo sulla responsabilità ambientale delle imprese. *V %*

	Energia rinnovabile	Riduz. CO2	Riduz. consumi	Raccolta differenziata	Manutenzione Territ.	Riuso/ riciclo mater.	Acquisti verdi	Nessuno
Disaggregazione per ampiezza demografica								
≤2.000 ab.	20,1	15,1	27,9	34,6	10,6	23,5	12,3	33,5
2-5.000 ab.	18,0	10,0	25,3	31,3	10,7	15,3	12,7	40,7
5-15.000 ab.	17,4	12,1	30,9	32,2	8,7	20,8	10,1	37,6
>15.000 ab.	5,7	4,9	19,7	32,0	4,9	17,2	6,6	46,7
Disaggregazione per area geografica								
Nord	20,5	17,5	37,1	44,0	10,6	28,1	14,2	22,2
Centro	17,1	5,4	21,6	17,1	9,9	10,8	6,3	50,5
Sud	8,0	3,7	11,8	23,5	5,9	10,7	7,5	59,4
Disaggregazione per altitudine media								
≤600 mt slm	13,7	11,3	28,9	33,7	9,3	19,2	9,3	36,4
>600 mt slm	18,1	10,7	23,9	31,7	8,7	19,7	12,0	41,4
Disaggregazione per settore di attività								
Agricoltura	38,7	9,7	29,0	22,6	32,3	3,2	12,9	29,0
Manifattura	21,4	18,6	37,1	27,1	4,3	22,9	7,1	27,1
Costruzioni	11,3	15,5	28,9	22,7	9,3	23,7	7,2	44,3
Comm/ristor	15,6	11,7	28,1	42,9	8,2	19,9	15,6	34,6
Altri servizi	12,9	4,7	17,5	28,7	7,6	18,1	7,0	48,5
Disaggregazione per classe di addetti dell'impresa								
≤2 addetti	3,2	3,7	15,5	26,7	8,6	15,0	8,0	52,9
3-5 addetti	14,6	8,6	25,3	35,6	6,9	22,7	9,9	38,2
6-9 addetti	25,3	19,0	31,6	38,0	6,3	26,6	13,9	24,1
≥10 addetti	35,6	23,8	44,6	32,7	16,8	14,9	14,9	26,7
Disaggregazione per opinione su responsabilità ambientale delle imprese								
Accordo	20,4	14,2	33,3	38,7	11,4	24,7	13,5	24,9
Disaccordo	0,7	0,0	2,2	11,9	0,7	1,5	0,7	87,4
Totale	***16,0***	***11,0***	***26,3***	***32,7***	***9,0***	***19,5***	***10,7***	***39,0***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Analizzando infine il riscontro che le attività di salvaguardia ambientale realizzate negli ultimi 3 anni hanno prodotto tra le 366 imprese che hanno adottato almeno un comportamento "virtuoso", emerge come nella prevalenza dei casi (il 45,9%) queste non abbiano prodotto alcun beneficio.

Tra le imprese che invece hanno registrato un riscontro positivo, quello maggiormente citato (dal 30,8% degli intervistati) riguarda il risparmio economico (garantito soprattutto da attività quali il risparmio energetico, la riduzione dei consumi, il riciclo dei materiali, o l'utilizzo di energia rinnovabile).

75 imprese, pari al 20,3%, hanno invece riconosciuto come la qualifica di impresa "verde" e attenta all'ambiente abbia determinato anche un riconoscimento in termini reputazionali e del brand, mentre 44 imprese (pari all'11,9%) hanno verificato come l'avvio di attività "sostenibili" abbia comportato anche una innovazione di prodotti e di processi. Marginali risultano infine le quote del campione che ritengono che aver adottato comportamenti e attività sostenibili abbia rappresentato un fattore di attrattività per i giovani e i talenti (3%) o che abbia favorito l'acceso a nuovi mercati (1,6%).

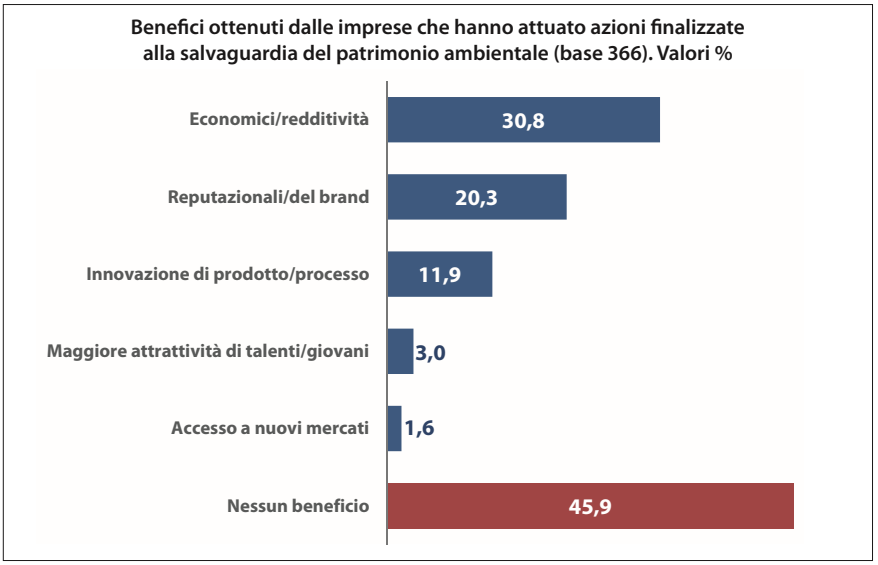


Tabella 55 - Benefici ottenuti dalle imprese che hanno attuato azioni/comportamenti finalizzati alla salvaguardia del patrimonio ambientale del territorio (base 366). *V.A. e %*

	V.A.	V.%*
Economici/redditività	114	30,8
Reputazionali/del brand	75	20,3
Innovazione di prodotto/processo	44	11,9
Maggiore attrattività di talenti/giovani	11	3,0
Accesso a nuovi mercati	6	1,6
Nessun beneficio	170	45,9

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016 **Il totale è superiore a 100,0 poiché erano possibili 2 risposte*

In ogni caso è stato chiesto alle imprese di indicare il loro eventuale interesse nel realizzare azioni sostenibili, e in particolare nell'acquistare prodotti o servizi verdi (ecosostenibili), nel realizzare prodotti/servizi verdi (ecosostenibili) e nell'essere inserita in un "distretto verde", ovvero in un consesso di territori aventi elevate qualità e standard ambientali e tenuti ad uno sviluppo sostenibile.

Dall'analisi delle risposte, escludendo una significativa quota di intervistati che non sa cosa rispondere (compresa tra il 26,5% e il 33,7%), evidenziando una scarsa attenzione e/o conoscenza di tematiche ambientali legate ad acquisti e produzioni ecosostenibili o a programmazione "verde", emerge in linea generale una sostanziale omogeneità nella distribuzione delle imprese favorevoli o contrarie ad adottare comportamenti sostenibili e orientati alla tutela ambientale.

Occorre premettere in tal senso che il favore o la contrarietà espressi si legano in molti casi alla reale possibilità di realizzare di tali comportamenti. Ciò premesso, un orientamento più diffusamente favorevole si osserva in relazione alla possibilità di effettuare acquisti ecosostenibili (che vedono concordi il 58% del campione contro il 42% di contrari); risulta invece minoritaria la quota di imprese interessate o, più frequentemente, in grado di realizzare prodotti o servizi ecosostenibili (ipotesi che riceve il 42,8% delle adesioni a fronte del 57,2% delle contrarietà). L'ipotesi di essere inseriti in un "distretto verde" (che registra il maggior numero di "indecisi/disinformati", pari al 33,7%) raccoglie infine le adesioni del 48,2% del campione e la contrarietà del 51,8%.

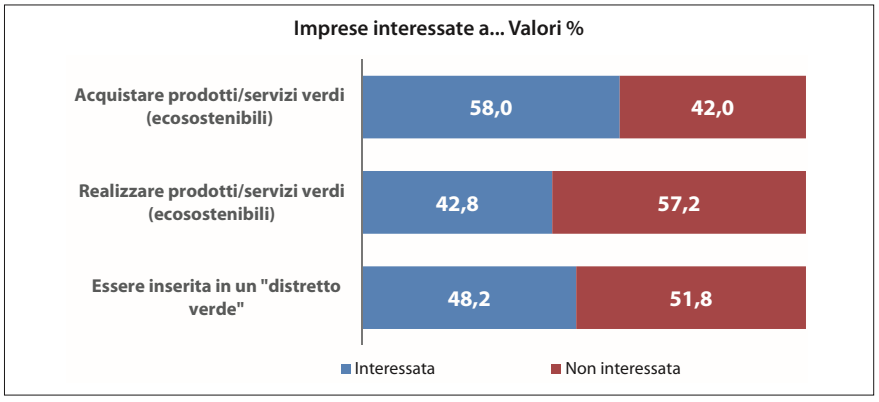


Tabella 56 - Imprese interessate ad acquistare o realizzare prodotti/servizi verdi e ad essere inserita in un "distretto verde". *V.A., percentuali e % valide*

	Sì			No			Non sa	
	V.A.	%	% val.	V.A.	%	% val.	V.A.	%
Acquistare prodotti/servizi verdi (ecosostenibili)	256	42,7	58,0	185	30,8	42,0	159	26,5
Realizzare prodotti/servizi verdi (ecosostenibili)	183	30,5	42,8	245	40,8	57,2	172	28,7
Essere inserita in un "distretto verde"	192	32,0	48,2	206	34,3	51,8	202	33,7

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Come premesso è la possibilità e/o la capacità delle imprese di realizzare concretamente azioni ecosostenibili (con particolare riferimento agli acquisti e soprattutto alla realizzazione di prodotti verdi) a determinarne il livello di interesse e di partecipazione. Disaggregando infatti le risposte in base al settore di attività dell'impresa, emerge un'ampia adesione ad acquistare e realizzare prodotti verdi in particolare tra le imprese agricole (rispettivamente nell'88% e nell'84% dei casi), tra quelle manifatturiere (70,6% e 66%) e tra le imprese turistiche (attive nei settori dell'alloggio e della ristorazione), interessate nell'86,4% dei casi ad acquistare prodotti verdi e nel 64,2% ad offrire prodotti e servizi verdi.

Tra le aziende agricole, manifatturiere e turistiche appare peraltro elevata l'adesione all'ipotesi di essere inseriti in un distretto verde, che certamente potrebbe dare uno slancio e un positivo impulso (in termini economici e di attrattività) sia alle imprese turistiche (che aderirebbero nell'80,5% dei casi), sia a quelle attività economiche che puntano sulla tradizione e sulla genuinità delle produzioni, come le imprese agricole (favorevoli nel 77,3% dei casi a far parte di un distretto verde) e le imprese manifatturiere (67,4%).

A livello ripartizionale la maggiore sensibilità ambientale e il più forte legame con la montagna più volte rilevato tra le imprese ubicate in comuni del Nord Italia, si conferma anche in questa occasione, risultando gli imprenditori del Nord maggiormente interessati ad acquistare prodotti ecosostenibili (nel 65,6% dei casi contro il 58,5% rilevato tra quelli del Centro e il 44,7% tra quelli del Sud) e ad essere inseriti in un distretto verde (53,7% a fronte del 47,4% al Centro e del 39,7% al Sud). Minoritarie appaiono invece le adesioni espresse sulla possibilità/capacità di realizzare prodotti e servizi ecosostenibili (con il valore più basso ancora una volta al Sud, pari al 35,9%).

Tabella 57 – Imprese interessate ad acquistare, realizzare prodotti/servizi verdi e ad essere inserita in un "distretto verde" in base all'area geogr. e al settore di attività. *V.%*

	Acquistare prodotti/servizi verdi		Realizzare prodotti/servizi verdi		Essere inserita in un "distretto verde"	
	Sì	No	Sì	No	Sì	No
Disaggregazione per area geografica						
Nord	**65,6**	34,4	45,4	54,6	**53,7**	46,3
Centro	58,5	41,5	46,8	53,2	47,4	52,6
Sud	44,7	55,3	35,9	64,1	39,7	60,3
Disaggregazione per settore di attività						
Agricoltura	**88,0**	12,0	**84,0**	16,0	**77,3**	22,7
Manifattura	**70,6**	29,4	**66,0**	34,0	**67,4**	32,6
Costruzioni	53,6	46,4	45,1	54,9	37,1	62,9
Commercio	50,0	50,0	38,1	61,9	35,5	64,5
Alloggio/ristor.	**86,4**	13,6	**64,2**	35,8	**80,4**	19,6
Altri servizi	43,5	56,5	19,7	80,3	37,9	62,1

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

D.1.6. Andamento del mercato

L'ultima sezione del questionario ha riguardato la rilevazione dell'andamento del fatturato delle imprese.

Nonostante i primi timidi segnali di una ripresa del sistema economico nazionale, ancora il 30,4% delle imprese intervistate denuncia una situazione di perdurante crisi, dichiarando di aver registrato nel 2015, rispetto al 2014, una diminuzione del proprio fatturato (nel 23,2% si è trattato di una riduzione compresa tra il 10 e il 30% e nel 7,2% di una riduzione superiore al 30%). Sul fronte opposto, appare decisamente più contenuta (pari al 14,3%) la quota delle imprese che sta vivendo una fase di crescita, avendo aumentato molto (1,3%) o abbastanza (12,9%) il proprio fatturato. Il restante 55,3% registra infine una situazione di sostanziale stabilità nell'ultimo biennio.

Dinamica del fatturato delle imprese intervistate nel 2015 rispetto al 2014. Valori%

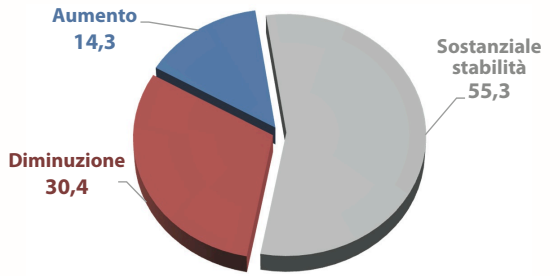


Tabella 58 – Dinamica del fatturato delle imprese intervistate nel 2015 rispetto al 2014. *Valori assoluti, % e percentuali valide*

	V.A.	V.%	% valide
Forte aumento (superiore al 30%)	8	1,3	1,3
Aumento (tra +10% e +30%)	77	12,8	12,9
AUMENTO	**85**	**14,2**	**14,3**
Sostanziale stabilità (±10%)	**329**	**54,8**	**55,3**
Diminuzione (tra -10% e -30%)	138	23,0	23,2
Forte diminuzione (superiore al 30%)	43	7,2	7,2
DIMINUZIONE	**181**	**30,2**	**30,4**
Non sa/non indica	5	0,8	-
Totale	**600**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

L'analisi delle risposte disaggregate in base alle caratteristiche geografiche del comune dove ha sede l'attività imprenditoriale e alle caratteristiche dell'impresa, evidenzia, coerentemente all'elevata sperequazione tra i diversi territori a più riprese sottolineata, la presenza di alcune situazioni di maggiore criticità che appare interessante sottolineare.

Sono infatti le imprese del Sud (42,1%), quelle collocate in alta montagna (32,6%), le microimprese (37,1%), le imprese manifatturiere e soprattutto le imprese che operano nel settore delle costruzioni (52,6%) a registrare la situazione più critica, denunciando nell'ultimo anno, in misura significativamente più elevata rispetto al resto del campione, una flessione del proprio fatturato.

Sul fronte opposto, le imprese del Nord (15,9%), quelle con oltre 9 addetti (18,2%) e le imprese operanti nel settore agricolo (19,4%) e del commercio/turismo (17,8%) evidenziano la situazione più positiva, avendo migliorato significativamente il proprio fatturato nell'ultimo anno.

Tabella 59 - Dinamica del fatturato delle imprese intervistate nel 2015 rispetto al 2014 in base a dimensione demogr., area geogr., altitudine, settore di attività e n. addetti. *V. %*

	Aumento	Stabilità	Flessione
Disaggregazione per ampiezza demografica			
≤ 2.000 abitanti	14,0	59,0	27,0
2.001-5.000 abitanti	15,3	51,3	33,3
5.001-15.000 abitanti	11,4	63,8	24,8
Oltre 15.000 abitanti	16,9	44,1	39,0
Disaggregazione per area geografica			
Nord	15,9	62,6	21,5
Centro	9,1	55,5	35,5
Sud	14,8	43,2	**42,1**
Disaggregazione per altitudine media			
≤ 600 metri slm	15,3	56,6	28,1
Oltre 600 metri slm	13,4	54,1	32,6
Disaggregazione per settore di attività			
Agricoltura	19,4	61,3	19,4
Attività manifatturiere	11,4	47,1	41,4
Costruzioni	11,3	36,1	**52,6**
Commercio e ristorazione	17,8	57,8	24,3
Trasporto e altri servizi	11,4	65,3	23,4
Disaggregazione per numero di addetti dell'impresa			
Fino a 2 addetti	11,3	51,6	**37,1**
3-5 addetti	15,1	53,4	31,5
6-9 addetti	14,1	60,3	25,6
≤10 addetti	18,2	62,6	19,2
Totale	***14,3***	***55,3***	***30,4***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Le prospettive future (relative alle previsioni del fatturato per l'anno 2016) mostrano una situazione leggermente più positiva: se infatti la larga maggioranza delle imprese (il 60,1%) non riscontra significativi cambiamenti nell'andamento del proprio fatturato rispetto al 2015, è possibile osservare un leggero incremento delle imprese "in crescita" (pari al 16,5%) e una più significativa riduzione delle imprese "in perdita" (pari al 23,4%).

Previsioni degli intervistati sull'andamento del fatturato nel 2016, rispetto al 2015. Valori%

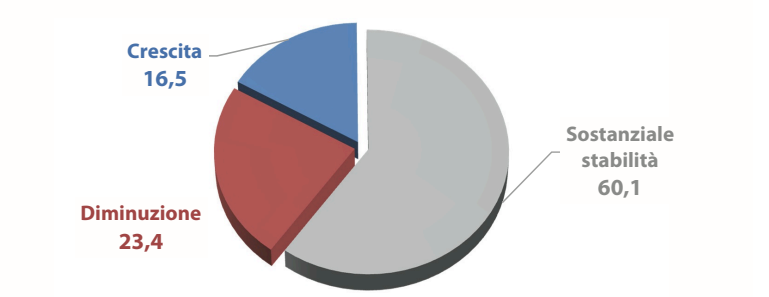


Tabella 60 – Previsioni degli intervistati sull'andamento del fatturato nel 2016, rispetto al 2015. *Valori assoluti, % e percentuali valide*

	V.A.	V.%	% valide
Forte crescita (superiore al 30%)	2	0,3	0,3
Crescita (tra +10% e +30%)	96	16,0	16,2
CRESCITA	**98**	**16,3**	**16,5**
Sostanziale stabilità (±10%)	**357**	**59,5**	**60,1**
Diminuzione (tra -10% e -30%)	116	19,3	19,5
Forte diminuzione (superiore al 30%)	23	3,8	3,9
DIMINUZIONE	**139**	**23,2**	**23,4**
Non sa/non indica	6	1,0	-
Totale	**600**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Un dato allarmante riguarda tuttavia la scarsa dinamicità delle imprese, che nel 2016 sembrano replicare, in una situazione di evidente e preoccupante immobilismo, i risultati dell'anno precedente: incrociando i dati sul fatturato 2015 con quelli previsionali 2016 emerge come le situazioni di crisi siano destinate ad aggravarsi ulteriormente (nel 59,5% dei casi le imprese in flessione nel 2015 prevedono infatti una ulteriore flessione nel 2016, a fronte di un marginale 3,6% rilevato tra le imprese "sane"); sul fronte opposto le imprese con un fatturato già in crescita nel 2015 sembrano migliorare ulteriormente le proprie performance (aumentando nel 51,2% dei casi il proprio fatturato nel 2016, a fronte di un marginale 4,4% rilevato tra le imprese "in crisi").

Infine, anche le imprese che non hanno registrato significativi cambiamenti nel proprio fatturato dell'ultimo anno confermano nell'anno in corso una sostanziale stabilità (nel 76,8% dei casi, a fronte del 36,1% tra le imprese in flessione nel 2015 e al 45,2% rilevato tra quelle in crescita).

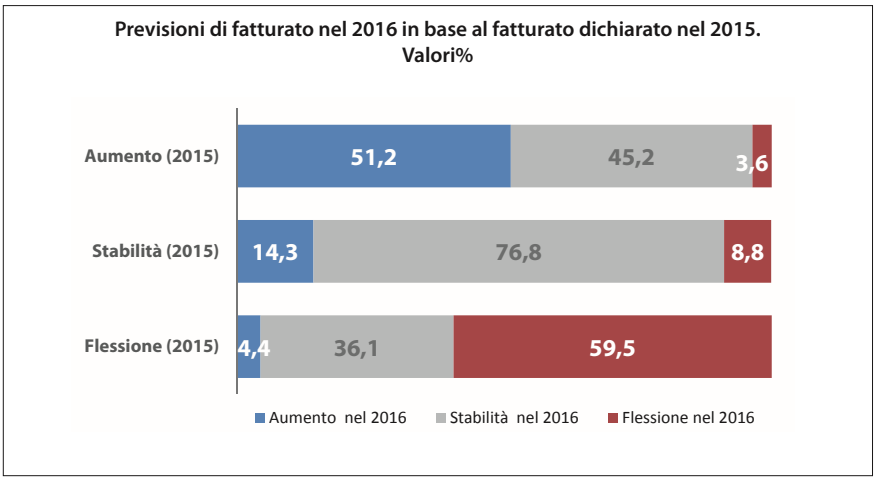


Tabella 61 – Previsioni di fatturato nel 2016 in base al fatturato dichiarato nel 2015. *Valori %*

	Aumento (2016)	Stabilità (2016)	Flessione (2016)
Disaggregazione per dinamica fatturato 2015			
Aumento (2015)	**51,2**	45,2	3,6
Stabilità (2015)	14,3	**76,8**	8,8
Flessione (2015)	4,4	36,1	**59,5**

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

Coerentemente alle prospettive sostanzialmente invariate delle imprese nel 2016, l'analisi dei dati disaggregati in base alle caratteristiche del campione conferma in larga parte quanto emerso in relazione all'andamento del fatturato nel 2015.

A denunciare un ulteriore peggioramento della propria condizione economica sono infatti soprattutto le imprese del Centro e del Sud (rispettivamente nel 34,6% e nel 32,9% dei casi contro il 13,6% rilevato tra le imprese del Nord), così come le microimprese (31,2%, contro il valore minimo di 11,3% rilevato in quelle con oltre 9 addetti), le imprese manifatturiere (31,4%) e le imprese operanti nel settore delle costruzioni (36,1%).

Tabella 62 - Previsioni di fatturato nel 2016 in base in base a ampiezza demografica, area geografica, altitudine, settore di attività e n. di addetti. *V. %*

	Aumento	Stabilità	Flessione
Disaggregazione per ampiezza demografica			
≤2.000 abitanti	18,4	59,8	21,8
2.001-5.000 abitanti	11,3	60,7	28,0
5.001-15.000 abitanti	15,4	67,1	17,5
Oltre 15.000 abitanti	21,6	50,9	27,6
Disaggregazione per area geografica			
Nord	18,2	68,2	13,6
Centro	13,6	51,8	**34,6**
Sud	15,4	51,6	**32,9**
Disaggregazione per altitudine media			
≤ 600 metri slm	19,3	59,9	20,8
Oltre 600 metri slm	13,7	60,3	25,9
Disaggregazione per settore di attività			
Agricoltura	32,2	41,9	25,8
Attività manifatturiere	15,7	52,9	**31,4**
Costruzioni	12,3	51,5	**36,1**
Commercio e ristorazione	18,3	60,7	21,0
Trasporto e altri servizi	13,8	70,7	15,6
Disaggregazione per numero di addetti dell'impresa			
Fino a 2 addetti	12,9	55,9	**31,2**
3-5 addetti	16,7	59,2	24,0
6-9 addetti	14,1	67,9	18,0
≤10 addetti	24,7	63,9	11,3
Totale	***16,5***	***60,1***	***23,4***

Fonte: Eures-Fondazione Montagne Italia 2016

D.2

Le interviste in profondità

D.2.1 Nota metodologica e definizione del panel degli stakeholders

La montagna, accanto alle sue immediate evocazioni naturalistiche, sta maturando nel corso degli ultimi anni una crescente caratterizzazione come luogo di produzione e conservazione di valore, tanto più laddove l'affermazione del paradigma della sostenibilità sta divenendo un punto di riferimento condiviso all'interno delle Istituzioni, del sistema economico-produttivo e della pubblica opinione.

In Italia, la prevalenza del territorio montano, che in passato si è tradotta nella marginalizzazione di vaste aree del Paese - quanto meno nella definizione delle strategie di sviluppo e nella destinazione degli investimenti -, sta quindi assumendo oggi una diversa caratterizzazione, divenendo il "laboratorio naturale" per lo sviluppo sostenibile. Infatti, non soltanto la specificità del territorio montano trova nella prospettiva della *green economy* una direttrice di sviluppo più coerente con le proprie vocazioni, ma il riconoscimento della relazione eco-sistemica tra i territori e del valore generato da chi ne garantisce e ne preserva la qualità, assegnano alla montagna una funzione di snodo che integra e sopravanza quanto già garantito in termini di tutela e recupero del territorio, ovvero di prevenzione del dissesto idrogeologico.

Anche nella domanda dei consumatori si aprono oggi nuovi spazi ed elementi di vantaggio competitivo per le produzioni di qualità dei territori montani: l'identità, la riconoscibilità e la reputazione di un territorio divengono infatti sempre più conseguenza e garanzia della qualità dei processi in esso generati, ed il concetto stesso di qualità rimanda ad una implicita certificazione del corretto utilizzo delle componenti necessarie alla realizzazione delle produzioni e dei servizi (materie prime e lavoro in primis). Ciò che in passato era svantaggio e marginalità territoriale si trasforma in opportunità, e la consapevolezza di un necessario riequilibrio di ruolo e di valore, tra la pianura e la montagna, rilancia in nuove forme il tema della compensazione, che diviene finalmente interscambio e confronto, archiviando in maniera definitiva ogni riferimento alla subalternità e all'assistenzialismo. Il lancio della Strategia nazionale delle green Communities e l'introduzione del pagamento dei servizi eco sistemici contenuti nella Legge 221/2015 (Collegato ambientale) dà concretezza a questa prospettiva.

In questo contesto si inserisce l'analisi qualitativa della seconda edizione del Rapporto Montagne Italia, realizzata attraverso il ricorso allo strumento delle interviste in profondità, con l'obiettivo di impostare una riflessione sull'economia della montagna, ovvero sui suoi punti di forza e sulle sue criticità, sulle sue condizioni attuali e sulle sue possibili direttrici di sviluppo, sui suoi bisogni e sulla specificità del suo contributo alla crescita complessiva del Paese.

A tale scopo è stato selezionato un panel di interlocutori di alto livello all'interno del sistema economico-produttivo, al fine di costruire un approfondito e articolato dibattito sui temi sopra citati e di sollecitare risposte e soluzioni da parte dei diversi livelli istituzionali e decisori politico-amministrativi coinvolti nella definizione delle politiche per lo sviluppo locale.

Le questioni oggetto di approfondimento dell'indagine qualitativa, trasversalmente affrontate nelle diverse azioni in cui è articolato il Rapporto Montagne Italia 2016, hanno infatti riguardato in primo luogo il contesto economico attuale e le strategie di sviluppo per le aree montane, accanto ad una riflessione sulle motivazioni, sulla aspettative e sulle condizioni che regolano l'operatività e le relazioni di un'impresa che sceglie di investire e di localizzarsi in un comune montano.

Una seconda importante area di analisi ha riguardato la conoscenza e le valutazioni degli esperti intervistati in merito al quadro normativo ed alla cornice istituzionale in cui si inscrive la realtà delle imprese, dei cittadini e, più in generale, dei comuni montani: all'interno di tale prospettiva, un importante approfondimento è stato rivolto alla forte innovazione costituita, come detto, dal Collegato Ambientale alla Legge di stabilità 2014, che ha ridefinito le politiche e le strategie per una economia attenta alla salvaguardia dell'ambiente ma capace, al tempo stesso, di sostenere le prospettive di crescita dei territori "periferici" e delle aree interne: in tale contesto si è inserita la riflessione sulle *Green Communities*, quali possibili contenitori e modelli idonei a sintetizzare, valorizzandole, le potenzialità e le risorse ambientali dei territori montani.

Tema di riflessione, all'interno delle interviste, è stata inoltre la questione della qualità e dell'adeguatezza della rappresentanza Istituzionale espressa dai territori montani, ovvero della sua capacità/possibilità - in termini di strumentazione normativa e di competenze espresse -, di garantire un'adeguata interlocuzione per le comunità rappresentate, nella difficile dialettica tra interessi, territori e visioni spesso divergenti sui futuri possibili.

Ciò premesso, l'analisi delle interviste guidate, realizzate attraverso l'ausilio di una traccia aperta con temi comuni a tutti gli intervistati ed aree specifiche di approfondimento sulla base delle competenze e delle alte professionalità espresse dal panel selezionato, ha permesso in primo luogo di pervenire a valutazioni di carattere generale sull'economia della montagna (nella sua dimensione attuale e prospettica), sulla cornice normativa e Istituzionale in cui questa si inserisce e sulle potenzialità e prospettive aperte dal Collegato Ambientale; la metodologia proposta ha inoltre consentito la valorizzazione delle specifiche e spesso esclusive esperienze e competenze di ciascuno dei partecipanti al panel, potendo così acquisire informazioni e letture capaci di coniugare un solido inquadramento generale con approfondimenti tematici, esempi concreti e contributi originali dettati dall'esperienza professionale.

Più in particolare, i diversi temi oggetto di analisi hanno riguardato: il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo della montagna; criticità e vantaggi derivanti dalla localizzazione di un'impresa in montagna; conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014; riconoscimento e funzione dei servizi ecosistemici (PSEA) per una riorganizzazione dei comuni montani; il contributo dei territori montani alla *green economy*; qualità e adeguatezza degli interventi comunitari e nazionali per l'economia della montagna; Istituzioni locali, sviluppo della montagna e imprese; il futuro delle aree montane, tra attese e necessità.

A margine della raccolta delle esperienze, valutazioni e proposte, obiettivo dell'analisi qualitativa è stato quello di conoscere le più significative buone prassi adottate dalle organizzazioni di riferimento degli stakeholders intervistati (o comunque note agli stessi) nell'ambito della valorizzazione dell'economia dei territori montani secondo una prospettiva capace di coniugare gli elementi "tradizionali" (reputazione, tutela dell'ambiente, valorizzazione della comunità, qualità dei processi produttivi, ecc.), con innovazioni sostenibili nei processi, nelle produzioni e nei servizi.

A tale riguardo, se gli obiettivi e la metodologia proposta non hanno consentito di pervenire alla costruzione di un vero e proprio catalogo delle *best practices* adottate in Italia, sono comunque emerse interessanti ed originali esperienze – talvolta potenzialmente replicabili in altri territori – che segnalano come la qualità del capitale umano e la scelta di investire nell'economia della montagna costituiscano una combinazione vincente sia nella capacità di rispondere alla crescente domanda di beni e servizi sostenibili, sia nella costruzione di una offerta destinata ad aprire nuove opportunità occupazionali e di mercato.

Come sopra premesso, i contributi qualitativi raccolti all'interno della presente edizione del Rapporto Montagne Italia hanno coinvolto numerose importanti espressioni del sistema economico-produttivo nazionale e/o locale impegnato nel territorio montano, in linea con l'analisi di scenario proposta in apertura del Rapporto e con il target dell'indagine campionaria realizzata tra i titolari di imprese localizzate in territorio montano.

La composizione del panel ha tenuto conto di una esigenza di articolazione dei contributi raccolti e delle organizzazioni rappresentate su scala territoriale, settoriale e dimensionale. Sulla base di tale valutazione, il panel degli esperti è stato costituito da: due rappresentanti di Fondazioni impegnate nella promozione della cultura, dell'arte e della formazione nei territori montani, nonché nel rafforzamento delle competenze professionali dei giovani (Fondazione Cariplo e Fondazione Garrone); cinque rappresentanti di Associazioni di categoria (Confederazione Italiana Agricoltori, Confederazione Nazionale dell'Artigianato, FederlegnoArredo, Utilitalia, Confcooperative) che, insieme, hanno composto un'esaustiva panoramica delle esperienze e delle aspettative degli operatori economici delle aree montane nei diversi settori e ambiti di appartenenza; tre rappresentanti di organizzazioni operanti nell'ambito della valorizzazione del settore turistico e della conservazione del territorio, che hanno scandagliato le diverse potenzialità di valorizzazione di un asset centrale per la montagna, ma anche evidenziato le possibili interazioni con altri settori e, soprattutto, rappresentato le potenzialità e il valore di un turismo sostenibile, capace cioè di portare sviluppo economico e benessere diffuso senza intaccare il patrimonio ambientale che resta la vera ricchezza del territorio (Montagna 2000, Comprensorio Dolomiti Superski e Club Alpino Italiano).

Un contributo di particolare rilevanza è inoltre pervenuto dall'operatore di reti per la trasmissione di energia elettrica Terna, che ha riportato la propria qualificata esperienza, analizzando le diverse forme e modalità di collaborazione sviluppate nel tempo nei diversi territori del Paese per creare sinergie e condividere risorse e competenze utili a rispondere alle esigenze e alle problematiche comuni di chi vive e opera sul territorio montano; di eguale interesse sono infine risultate le testimonianze di tre imprese private (Globe Postal Service, Fattoria Biò e Agri Pietrantica) che hanno arricchito il lavoro di ricerca presentando le proprie originali esperienze, le problematiche e le interlocuzioni incontrate e, soprattutto, le strategie vincenti adottate, in quanto operatori economici in territori montani.

Il panel degli intervistati

Nominativo	Società/Organizzazione	Ruolo
Francesca Campora	Fondazione Garrone	Direttore Generale
Sonia Cantoni/Elena Jachia	Fondazione Cariplo	Consigliere CDA con Delega Ambiente /Direttrice Area ambiente
Giuseppe Cornacchia	Confederazione Italiana Agricoltori - CIA	Capo Dipartimento Sviluppo Agroalimentare e Territorio
Marco Lawrence Crociani	Terna Spa	Responsabile Area Operativa Trasmissione Padova
Barbara Gatto	Confederazione Nazionale dell'Artigianato - CNA	Coordinatrice Dpt Politiche Ambientali
Mario Grillo	Fattoria Biò	Proprietario
Emilio Guidetti	Montagna 2000	Direttore
Sandro Lazzari	Comprensorio Dolomiti Superski	Presidente
Umberto Martini	Club Alpino Italiano	Presidente
Stefano Paniconi	GPS	Amministratore Delegato
Marisa Sanelli	Agri Pietrantica	Proprietario
Roberto Snaidero	FederlegnoArredo	Presidente
Adolfo Spaziani	Utilitalia	Senior Consulting Politiche Energetiche e Ambientali
Giovanni Teneggi	Confcooperative	Direttore

I quattordici contributi qualitativi raccolti sono stati organizzati secondo criteri redazionali omogenei, che hanno previsto interventi soltanto marginali rispetto ai contenuti originali forniti dagli intervistati, e successivamente approvati dagli stessi nella loro sua redazione finale, divenendo così parte integrante del presente rapporto di ricerca.

Numerosi altri esperti hanno espresso un concreto interesse a poter partecipare all'indagine, ma i diversi impegni da cui sono investiti ed i tempi di chiusura dell'indagine non hanno consentito, almeno per la presente edizione, di poter positivamente dare riscontro alla volontà di collaborazione esplicitata.

D.2.2 Guida alla lettura dei principali risultati

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Le aree interne e montane subiscono ormai da molti anni un processo di spopolamento, più marcato nelle zone appenniniche ma presente, seppure in misura più contenuta, anche in quelle alpine; in questo modo i territori totalmente montani, pur costituendo il 48,8% della superficie nazionale, ospitano oggi soltanto il 15% della popolazione italiana (dati Istat al 1 gennaio 2015).

Questo fenomeno porta con sé conseguenze economiche, ambientali e sociali rilevanti: il progressivo abbandono di queste aree, infatti, indebolisce le attività economiche che in questi contesti trovano la loro vocazione naturale (agricoltura, allevamento e turismo in primo luogo) e allo stesso tempo espone il territorio a rischi ambientali (incendi, dissesti idrogeologici, incuria del paesaggio) che si ripercuotono sull'intera collettività.

Inoltre lo spopolamento di queste aree rischia di costituire un disincentivo alla destinazione di adeguati investimenti pubblici, rendendo peraltro più costosi alcuni servizi essenziali per i cittadini, quali i trasporti, le comunicazioni, i servizi sanitari e quelli scolastici.

All'interno di tale quadro di riferimento, il punto di partenza proposto per la riflessione degli esperti intervistati ha riguardato il contesto economico attuale delle aree montane e le strategie di sviluppo future.

In merito alle diagnosi sullo "stato di salute" dell'economia della montagna, le valutazioni espresse dagli intervistati appaiono piuttosto eterogenee, pur in presenza di alcune generali valutazioni e letture largamente condivise: tra queste, la maggioranza degli stakeholders intervistati manifesta una generale soddisfazione per l'accresciuta attenzione del Legislatore al tema della montagna (e delle aree interne), che per la prima volta dopo anni di "trascuratezza", sembra aver acquisito una quasi-centralità nelle politiche mirate allo sviluppo e alla rinascita del territorio.

Questo interesse, unito alla volontà di monitorare nel tempo l'efficacia delle politiche avviate, alla maggiore intraprendenza delle comunità locali coinvolte e ad una serie di positive esperienze di riscoperta e di "ritorno" alla montagna, rappresentano, sempre a giudizio degli esperti intervistati, le chiavi di volta per assicurare alle aree montane italiane una prospettiva di crescita nei prossimi anni.

Mi sembra che la fase attuale sia favorevole dal punto di vista culturale, politico e progettuale; forse per la prima volta, dopo diversi cicli economici e politici, convergono novità legislative interessanti, una attenzione "di genere" che riguarda le aree interne e la montagna e una intraprendenza delle comunità locali, anch'essa fino ad oggi tassello mancante di questo processo. (Confcooperative).

L'esistenza di una strategia nazionale destinata alle aree interne rappresenta un elemento positivo perché è stata avviata secondo una modalità di individuazione di indicatori di misurazione e di volontà di continuare a monitorare l'efficacia di tale politiche nel tempo. Il secondo elemento che ci ha spinto verso questo settore è la presenza di esperienze di "ritorno" alla montagna che, a nostro avviso, vanno accompagnate e agevolate anche attraverso il nostro contributo. (Fondazione Cariplo).

Queste aree hanno in comune il ruolo fondamentale del capitale naturale in termini di sviluppo, essendo comunità che per avere uno sviluppo economico devono necessariamente "mettere al centro" il loro territorio (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).

Una generale e marcata perplessità emerge tuttavia nel constatare come le positive novità legislative e le strategie introdotte manchino, ad oggi, di un'adeguata dotazione di risorse mirate nonché di un piano di investimenti idoneo a sostenerle, rischiando di generare una pericolosa cesura tra la qualità della proposta e la sua percorribilità, derivante dall'assenza di adeguate coperture finanziarie. Anche a tale riguardo si riscontra infatti una generale convergenza nelle valutazioni degli intervistati, i quali concordano nell'affermare che la valorizzazione delle aree montane deve necessariamente avvenire attraverso forti investimenti, in particolare a carattere infrastrutturale, allo scopo di poter quanto meno attenuare, se non colmare, il *gap* esistente con gli altri territori.

La valorizzazione di queste aree deve passare attraverso forti investimenti soprattutto in campo infrastrutturale richiedendo, di conseguenza, risorse ben spese e mirate per le specifiche esigenze; forse quello che manca in alcune delle novità normative introdotte è proprio l'assenza di risorse mirate e un piano di investimenti per mettere in atto le strategie delineate. (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).

Sul fronte opposto, non mancano valutazioni negative sul contesto economico attuale delle aree montane italiane - espresse tuttavia da una minoranza di intervistati -, di cui si enfatizza una dinamica ancora condizionata dalla persistenza della crisi economica e dei suoi effetti che continuano a declinarsi nella chiusura di numerose attività produttive e commerciali, nella carenza di opportunità e nel conseguente spopolamento del territorio verso i comuni di pianura.
Questa visione risulta decisamente più marcata tra gli intervistati che più

direttamente legano la propria esperienza al destino dei territori a vocazione agricola e forestale, che ancora non riescono a beneficiare del rallentamento della crisi: come sottolineano sia la Confederazione Italiana Agricoltori sia i responsabili delle due imprese agricole che hanno partecipato all'indagine qualitativa, si tratta infatti di territori che pagano, forse più degli altri, i forti ritardi strutturali e la mancanza di una visione strategica, non disponendo cioè di una adeguata capacità di lettura e di interpretazione dei pur deboli positivi segnali di uscita dal ciclo recessivo.

In questo momento il contesto economico è caratterizzato da una forte crisi economica con una tendenza allo spopolamento dell'area a seguito della chiusura di molte attività economiche e una conseguente migrazione (Montagna 2000).

Lo scenario economico attuale, soprattutto nel settore agricolo e forestale, è di grossa difficoltà, a causa di forti ritardi strutturali e soprattutto da un punto di vista di visione strategica (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

In linea con quanto precedentemente emerso sia in merito alle problematiche di abbandono dei territori montani (spopolamento, mancanza di opportunità e chiusura delle attività commerciali e di impresa), sia in relazione alla "nuova centralità" riconosciuta alla montagna sul piano politico-normativo, un tema irrinunciabile è dato dall'analisi dei principali punti di forza e degli elementi di criticità che deve affrontare un imprenditore che decida di localizzare, investire o lavorare in montagna, ovvero dalla valutazione della sua attrattività.

A tale riguardo, i punti di forza indicati dagli intervistati si concentrano principalmente su tre fattori: le risorse naturali, la possibilità di attuare politiche di qualità e la forte presenza di forza lavoro qualificata.

Tra questi, la presenza di risorse naturali risulta il "vantaggio competitivo" più citato dagli stakeholders intervistati, i quali individuano nella "disponibilità di acqua, legna e vento" un'opportunità unica per gli investimenti sulle energie rinnovabili e, di conseguenza, una condizione nettamente favorevole per lo sviluppo del business.

Strettamente collegata al primo punto di forza individuato appare anche la possibilità di applicare politiche di qualità ai prodotti realizzati in aree montane. Proprio questa possibilità è riconosciuta come un elemento strategico di sviluppo, in una società in cui è sempre più richiesta la certificazione di qualità in particolare per i prodotti alimentari (sia essa biologica, organica, ecc.), e dove le aree montane, anche soltanto grazie alla loro collocazione, possono rappresentare un bacino naturale di provenienza di prodotti certificati. Tale valutazione risulta peraltro fortemente condivisa anche dalla maggioranza degli operatori economici che hanno partecipato all'indagine campionaria contenuta nel presente Rapporto, i quali nel 51,7% dei casi hanno indicato la reputazione del territorio come principale punto di forza della localizzazione montana della loro impresa.

Infine, anche la disponibilità di forza lavoro qualificata viene citata come punto di forza per le imprese operanti in aree montane perché, come sottolineato anche in precedenza, l'ondata di "ritorno" verso la montagna sta incrementando l'offerta di giovani preparati e intraprendenti ai quali affidare lo sviluppo futuro delle imprese.

Una testimonianza molto interessante, in quanto latrice di esperienze imprenditoriali "dirette", proviene a tale riguardo dalle indicazioni contenute nelle interviste qualitative dei responsabili delle due importanti imprese agricole inserite nel panel, i quali confermano pienamente, quale punto di forza, la possibilità di produrre in montagna prodotti di qualità, cui si accompagna, per chi sceglie di lavorare e di vivere in territori montani, un livello di qualità della vita decisamente più elevato, che rappresenta, per chi investe, non solo una scelta imprenditoriale ma anche una scelta di vita (che consente di *mangiare prodotti biologici e fare crescere i figli in un ambiente sano, naturale e a contatto con la natura… - Agri Pietrantica)*.

Appare inoltre interessante rilevare come le imprese agricole intervistate siano riuscite a trasformare i potenziali elementi critici del territorio (quali l'isolamento, la mancanza di collegamenti internet e telefonici) in elementi strategici positivi, molto apprezzati soprattutto dai turisti stranieri.

I punti di forza principali degli investimenti in territori montani sono le risorse naturali e, quindi, la possibilità di avere acqua, legna e vento in un'ottica di investimenti sulle energie rinnovabili e di "sfruttamento" di queste opportunità come sviluppo ulteriore del proprio business. (Montagna 2000).

Il principale punto di forza è la possibilità concreta di fare politiche di qualità legate al territorio: abbiamo una grande tradizione di culture e di prodotti tipici della montagna (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

Il punto di forza principale risiede nella grande disponibilità, in alcune aree montane, di forza lavoro (Club Alpino Italiano - CAI).

La montagna ti assicura una qualità del prodotto e una qualità della vita che non ha eguali (Fattoria Biò).

Siamo riusciti a trasformare in punti di forza tutti quelli che inizialmente si presentavano come punti di debolezza (Agri Pietrantica).

Anche sul fronte opposto, considerando cioè i punti di debolezza del fare impresa in un territorio montano riscontrati dagli esperti intervistati, risultano essere tre le principali criticità riscontrate, peraltro individuate nelle "carenze storiche" di tali territori: la prima di queste è infatti indicata nell'inadeguatezza delle infrastrutture e dei servizi, connessa alla complessità morfologica del territorio, sulla quale si è peraltro concentrata la gran parte del dibattito sullo sviluppo dei comuni montani (e delle aree interne); la seconda criticità, strettamente interdipendente con la prima, è la questione della bassa densità abitativa, cui si legano la debolezza della domanda interna e la scarsa capacità di attrazione degli investimenti.

Il terzo elemento di debolezza individuato riguarda infine la mancanza di organizzazione. Per quanto riguarda il primo punto gli intervistati sottolineano come siano le caratteristiche geografiche, naturali e strutturali del territorio a condizionare negativamente e a limitare fortemente un adeguato sviluppo infrastrutturale, necessario per assicurare alle imprese l'avviamento e la sussistenza della stessa attività imprenditoriale; strettamente correlata a tale carenza infrastrutturale, gli intervistati denunciano inoltre la presenza di costi significativamente più elevati sostenuti da chi vive e produce in montagna, sia a causa della geografia e delle distanze fisiche dei comuni montani, sia per il gap infrastrutturale rispetto alle aree di pianura ancora molto lontano da colmare.

La scarsa densità abitativa di alcune aree montane italiane rappresenta un ulteriore punto di debolezza e un forte ostacolo alla diffusione dei servizi, a causa dell'enorme dispendio economico che comporterebbe la realizzazione di infrastrutture destinate ad un numero limitato di utenti.

Le considerazioni degli stakeholders intervistati, trovano pieno riscontro nelle valutazioni espresse dagli imprenditori interpellati nell'indagine campionaria, che hanno evidenziato forti criticità proprio in relazione alla redditività di prodotti e servizi (indicati quali elemento di debolezza dal 22,2% del campione) e all'adeguatezza e ai costi di forniture e approvvigionamenti (elemento critico per il 38,7% contro un marginale 13,3% che ne riconosce un punto di forza).

La mancanza di organizzazione da parte delle Associazioni datoriali e la scarsa capacità di aggregazione tra le imprese montane risulta un ulteriore ostacolo che è costretto ad affrontare chi decide di investire in montagna, in quanto, a giudizio degli esperti intervistati, lo sviluppo futuro di questi territori non può assolutamente prescindere da un effettivo rilancio della visione di comunità e dell'organizzazione territoriale.

In tale contesto, una testimonianza particolarmente interessante proviene dal Presidente di Dolomiti Superski, che afferma come a suo parere *"i punti di forza e di debolezza risiedono sostanzialmente nelle scelte di chi decide di investire e di localizzare in un territorio montano, cioè nell'impostare una attività che sia adatta, conforme e in sintonia con le possibilità offerte dal territorio scelto. La montagna consente di impostare determinate attività in una determinata maniera che bisogna assolutamente seguire".*

Le criticità principali sono rappresentate dalle maggiori complessità che il territorio (per le sue caratteristiche strutturali e naturali) presenta a chi avvia una attività e le richieste maggiori sono indirizzate verso un maggiore sviluppo infrastrutturale (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).

I problemi principali sono quelli legati essenzialmente alla montagna e quindi altitudine e mancanza di infrastrutture che portano una carenza di produttività e di professionalità rispetto ai bisogni di innovazione dei quali necessita un'impresa che si deve sviluppare (Fondazione CARIPLO).

Vivere, e soprattutto produrre, in montagna ha un costo o improduttività ancora troppo alto rispetto al resto del territorio, da un lato a causa della geografia e delle distanze di queste aree, dall'altro perché il gap infrastrutturale è ancora molto ingeneroso (Confcooperative).

Le criticità maggiori risiedono nella scarsa densità abitativa dei territori montani che rende più complicato riuscire a fornire attività e servizi alla popolazione soprattutto a causa dello scarso ritorno economico. (MONTAGNA 2000).

I punti di debolezza sono rappresentati dall'insufficienza delle politiche, dalla carenza di servizi e dalla mancanza di organizzazione e di aggregazione (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

Infine, appare ancora una volta interessante evidenziare le indicazioni dei proprietari delle aziende agricole intervistate che, più degli altri, vivono direttamente le problematiche dei territori montani e che evidenziano come *"lavorare in montagna significa avere i costi triplicati rispetto alla pianura riuscendo a produrre un prodotto eccezionale ma con un prezzo che, se si applicassero le giuste maggiorazioni, nessuno sarebbe disposto a pagare"*. I due imprenditori intervistati denunciano una ulteriore criticità, non evidenziata dagli altri esperti, che fa riferimento alla "concorrenza sleale" vissuta dalle imprese oneste: *"…spesso ci troviamo a competere con prodotti contraffatti (con materie prime estere e difficilmente rintracciabili), che, a causa dello scarso controllo degli organi preposti, vengono paragonati ai nostri prodotti ma con un prezzo decisamente più competitivo"*

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale alla Legge di Stabilità 2014 rappresenta un testo complesso e articolato che affronta in modo del tutto innovativo le questioni legate all'ambiente per la promozione della "*green economy*" (parole usate per la prima volta in una legge dello Stato) e per il contenimento del consumo eccessivo delle risorse naturali. Il provvedimento rappresenta inoltre la prima legge organica dedicata alla *green economy*, comportando significative opportunità per i territori montani e le zone rurali, che vengono così riconosciuti come un volano dello sviluppo sostenibile.

Il Collegato ambientale all'articolo 72 introduce anche la "*strategia nazionale delle Green community*", che "*assegna un valore ai territori rurali e di montagna che intendono sfruttare in modo equilibrato le risorse di cui dispongono e contempla la possibilità di aprire un nuovo rapporto di scambio con le comunità urbane e metropolitane, dal quale far scaturire, nella fase della "green economy", un piano di sviluppo sostenibile energetico, ambientale ed economico*". Per la prima volta viene quindi riconosciuta la funzione ambientale dei territori montani (e rurali), con l'introduzione di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici ambientali a beneficio degli Enti locali e delle Aree protette della montagna (la cui portata sarà esaminata più in dettaglio nelle pagine successive).

Inoltre per rafforzare i concetti espressi nel Collegato Ambientale, nel 2016 il DEF (Documento di Economia e Finanza) torna ad occuparsi (con un iter parlamentare iniziato il 16 aprile 2016), dopo anni, dello sviluppo della montagna, anticipando l'adozione di una specifica Strategia nazionale per le aree montane che si svilupperà all'interno della Strategia nazionale per le aree interne: *"Il Governo intende infine sviluppare una serie di interventi su temi settoriali di diretto interesse dei cittadini delle zone montane, da cui discenda un percepibile aumento della loro qualità della vita. La scelta delle priorità di investimento e la individuazione delle fonti finanziarie che verranno destinate a ciascuna di esse verrà definita attraverso la costruzione di una Strategia nazionale per le aree montane nella più vasta Strategia Nazionale per le Aree Interne."* (Documento di Economia e Finanza).

Passando quindi ad analizzare le valutazioni degli esperti intervistati in merito al Collegato Ambientale, emerge in primo luogo una soddisfazione trasversale per i principi e per i contenuti in esso espressi in quanto, al di là del merito dei temi affrontati, inserisce nel dibattito politico la trattazione di questioni scarsamente presenti negli ultimi anni, portando all'attenzione dell'opinione pubblica e degli attori locali nuovi e interessanti concetti, visioni e opportunità di organizzazione amministrativa, di programmazione e di sussidiarietà verticale.

A tale generale apprezzamento si affianca peraltro la positiva valutazione verso una normativa improntata ad una diversa e più equilibrata visione del rapporto tra i territori, ovvero dal riconoscimento che *"ci sia finalmente la volontà di iniziare a prendere atto, anche a livello centrale, di tutto quello che sta avvenendo sui territori da anni, riconoscendogli una dignità strategica e governativa e stabilendo che ci debbano essere regole e obiettivi atti a concretizzare queste tematiche"* (Fondazione Garrone).

Il Collegato Ambientale rappresenta un segnale importante perché i temi che affronta sono rimasti assenti dall'agenda politica degli ultimi anni (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).

L'attenzione posta dalla Legge di stabilità alle aree interne e alla montagna ci sembra, già di per sé, un'ottima notizia e una novità rispetto al passato (Fondazione Cariplo).

Il Collegato Ambientale prima che punti specifici introduce nuovi ed interessanti concetti, visioni ed opportunità di organizzazione amministrativa, di programmazione e di sussidiarietà verticale. (Confcooperative)

Entrando nel merito dei temi trattati nel Collegato Ambientale, si rileva una forte attenzione alle potenzialità future che le disposizioni in esso contenute potranno avere sui territori montani (e sulle aree interne); a tale riguardo si registrano in primo luogo pareri molto positivi sul richiamo alle "comunità" contenuto nel testo che, in un'ottica futura di *green communities* (che sarà analizzata in seguito), devono rivestire il ruolo di ecosistemi autosufficienti, in grado cioè di garantire la propria sostenibilità nel contesto istituzionale, politico e geografico, in modo da poter utilizzare al meglio le nuove possibilità amministrative loro riconosciute.

Una particolare soddisfazione da parte degli intervistati si rileva inoltre in merito alle opportunità di valorizzazione delle attività imprenditoriali presenti nei territori montani offerte dal Collegato Ambientale, soprattutto nell'ambito dei prodotti tradizionali e nella filiera del turismo "verde", ovvero in un segmento che trova crescenti riscontri negli orientamenti della domanda turistica (in particolare di provenienza Nord Europea).

All'interno delle molte innovazioni introdotte dal collegato ambientale e dalla prospettiva delle *green communities*, il cui punto di forza è implicitamente riconosciuto nel mutamento di prospettiva all'interno del quale vanno ad integrarsi, un più positivo apprezzamento sembra riguardare gli interventi che presentano una più marcata natura sistemica, ovvero una maggiore capacità di modificare congiuntamente i processi organizzativi, i modelli di gestione e la cultura istituzionale che li accompagna.

Tra questi, i maggiori apprezzamenti riguardano in particolare la creazione del marchio *made green in Italy* (percorso per la definizione del primo schema certificativo nazionale sull'Impronta ambientale di prodotto); l'istituzione delle *Oil free zone* (aree territoriali nelle quali si prevede la progressiva sostituzione del petrolio e dei suoi derivati con energie da fonti rinnovabili, demandando le modalità di organizzazione di tali aree alla legislazione regionale); l'applicazione obbligatoria dei Criteri Ambientali Minimi per gli acquisti verdi della Pubblica Amministrazione necessaria nel caso di gare d'appalto per le forniture *energy related* (quali: lampadine e corpi illuminanti, PC, servizi energetici per gli edifici) e, per almeno il 50% del valore della gara d'appalto, per altre categorie di fornitura.

Il richiamo fondamentale del Collegato Ambientale, così come quello del Piano operativo nazionale sulle aree interne, è proprio alle comunità che, se si riconoscono come ecosistemi capaci di garantirsi la propria sostenibilità nel contesto istituzionale, geografico e di mercato nel quale vivono, allora hanno a disposizione grosse possibilità amministrative (Confcooperative).

Il Collegato Ambientale offre, a mio parere, una imperdibile occasione di valorizzare le attività imprenditoriali del territorio, sfruttandole anche come "richiamo" per un turismo verde di matrice tipicamente nord europea (Montagna 2000).

Il Collegato Ambientale affronta molteplici argomenti e dal nostro punto di vista abbiamo individuato un paio di cose molto importanti: la valorizzazione del concetto di green economy da un lato e la valorizzazione dei prodotti tradizionali dall'altro (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

Non mancano tuttavia dubbi e perplessità relativi alla reale efficienza ed efficacia del Collegato Ambientale, il cui principale punto di debolezza, secondo alcuni esperti intervistati, riguarderebbe la scollatura tra gli obiettivi enunciati e gli strumenti necessari a raggiungerli, lasciando eccessivo margine all'interpretazione delle "raccomandazioni" in esso contenute. Da tale asimmetria discenderebbe dunque il rischio di arbitrarietà nei processi decisionali, ad esempio in relazione alla possibilità di non consentire la realizzazione di iniziative valide, ovvero di autorizzarne altre invece non significative.

Singoli interventi critici affermano infine che Il testo mancherebbe di una reale "taratura" sulle realtà montane, rappresentando un tentativo di legislazione in materia di montagna ma senza una effettiva ricaduta su quei territori che dovrebbero avvantaggiarsi di tali disposizioni.

Il Collegato Ambientale indica criteri ambientali da seguire attraverso norme e raccomandazioni ma ancora mancano le indicazioni precise per raggiungere questi obiettivi, lasciando troppo spazio alle interpretazioni e alle ideologie. Il risultato, purtroppo, è quello di bloccare iniziative valide o di consentire di intraprenderne altre non altrettanto positive. (Dolomiti Superski).

Il Collegato Ambientale, a mio avviso, rappresenta un onesto tentativo di legislazione in tema di territori montani, che però andrebbe tarato sulle realtà territoriali prima di assumere la forma definitiva (Club Alpino Italiano - CAI).

Valutazione dell'introduzione nel Collegato Ambientale di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) nell'ottica di una riorganizzazione dei servizi di cittadinanza e delle politiche di sviluppo dei comuni montani

Lo sviluppo delle economie e la costruzione di risposte ai crescenti fabbisogni energetici e alimentari del pianeta ha generato un progressivo impoverimento

della biodiversità e delle risorse naturali, reso possibile dalla tardiva e insufficiente comprensione della loro unicità e del lor valore. A fronte di tale storica debolezza, si è tuttavia progressivamente affermato negli ultimi decenni il cosiddetto paradigma della sostenibilità: una visione, che riscrivendo la gerarchia e la correttezza dei rapporti tra l'uomo, la natura e l'ambiente, sta provando a contenere le più negative conseguenze del depauperamento ambientale e ad innestare, nel medio-lungo periodo, le condizioni per una progressiva inversione di tendenza.

Alcuni importanti risultati, a tale riguardo, sono rinvenibili negli accordi e nei protocolli globali o multilaterali, dove i riferimenti al "costo" del consumo delle risorse naturali e ambientali del pianeta ed alla priorità della loro conservazione è divenuto una variabile nodale nella definizione delle politiche e delle strategie dei singoli Paesi. Allo stesso modo nel nostro Continente la Strategia Europa 2020 ha posto l'obiettivo della crescita sostenibile (accanto a quello della crescita intelligente e della crescita solidale) come una delle tre linee strategiche al centro della propria strategia decennale per la crescita, chiamando i singoli Paesi membri ad adeguarsi a tale prospettiva ed a mettere in campo strumenti idonei a sostenerla.

Strettamente connesso al tema della crescita sostenibile, è quello della definizione del valore delle risorse naturali e della contestuale remunerazione di quei soggetti che si impegnano a conservarli. A tale livello si inserisce una delle più importanti innovazioni contenute nel Collegato Ambientale, dove all'art.70[1] si delega il Governo a promuovere interventi per la tutela ambientale basati sulla valorizzazione e sulla remunerazione dei servizi ecosistemici e ambientali.

Nonostante non esistano ancora né gli strumenti e le modalità per rendere operativa tale delega, né precisi riferimenti ai meccanismi di finanziamento del sistema e ai soggetti sui quali dovrebbero gravare i costi dei corrispettivi economici da riconoscere agli operatori, l'Art.70 del Collegato Ambientale stabilisce un importante principio, ovvero che il capitale naturale rappresenta una risorsa da cui deriva una utilità collettiva che, proprio attraverso il meccanismo dei PES (*Payment for Ecosystem Services*) dovrebbe rappresentare una risorsa economica per il territorio stesso.

Il principio sotteso all'introduzione di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) si fonda quindi sulla identificazione di tipologie di ecosistemi di riferimento (boschi, acque, montagne, ecc.) da tutelare attraverso la valorizzazione dei benefici che da questi possono derivare per la collettività (cibo, risorse idriche, materie prime, ecc.), attraverso una serie di incentivi e meccanismi di mercato volti a tradurre valori ambientali non di mercato in reali incentivi finanziari per gli attori locali, promuovendo e supportando in tal modo il mantenimento delle molteplici funzioni ecologiche offerte dalla biodiversità e dal capitale naturale, attraverso certificazioni volontarie, buone pratiche, ecc.

Secondo alcune stime[2] *"basterebbero 1.350 chilometri quadrati di territorio (un duecentesimo della superficie complessiva del nostro Paese), per ricevere due miliardi di euro sotto forma di benefici che gli ecosistemi naturali forniscono al benessere*

umano", evidenziando quindi la presenza di un "tesoro" non ancora sfruttato, che garantirebbe un nuovo impulso, anche sotto il profilo economico e produttivo, a territori finora considerati "marginali".

Entrando quindi nel merito dei giudizi degli esperti intervistati, emerge una trasversale soddisfazione verso la delega contenuta nel Collegato Ambientale, poiché il sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) introdurrebbe per la prima volta il concetto di "chi sfrutta paga" già presente in altri Paesi soprattutto in campo agricolo. Al di là della positiva valutazione generale, si sottolinea soprattutto la portata economica almeno potenziale di tale provvedimento sui territori montani, nell'ottica di uno sviluppo futuro delle aree interessate; inoltre il principio di "compensazione" dei servizi ambientali rappresenterebbe un ulteriore incentivo per la salvaguardia della qualità ambientale dei territori montani.

Questo approccio, di cui si riscontrano già alcune esperienze, positive (soprattutto all'estero o nel campo dell'agricoltura), potrebbe rappresentare una nuova lettura per quantificare e valorizzare da un punto di vista economico il capitale naturale italiano. (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).

Mi sembra ottima l'introduzione di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali perché, a mio parere, chi sfrutta il capitale naturale (monetizzandolo o ricostituendolo) è giusto che lo indennizzi, non può esistere uno sfruttamento a costo zero (Montagna 2000).

Credo che il pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali sia l'introduzione più importante contenuta nel Collegato Ambientale nell'ottica di uno sviluppo multifunzionale delle aziende agricole (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

A fronte di una positiva valutazione, unanimemente condivisa, gli intervistati sottolineano tuttavia la presenza di due principali ostacoli alla corretta attuazione del sistema di remunerazione proposto e auspicato, che riguardano in primo luogo la necessità di individuare i giusti criteri di remunerazione da applicare e, quindi, l'esigenza di trovare un sistema di misurazione efficace e condiviso da attori economici e Istituzioni Pubbliche.

Sul fronte operativo il contributo degli esperti intervistati, consapevoli della complessità di tale questione, si concentra in poche proposte, peraltro provenienti dal sistema delle imprese: tra queste, la prima riguarda l'opportunità di un riconoscimento per le aziende operanti sul territorio di una "funzione ambientale", remunerata attraverso un corrispettivo economico per i servizi svolti per la tutela del territorio e per la mitigazione del cambiamento climatico; una seconda alternativa potrebbe essere costituita dalla possibilità per le Amministrazioni locali di affidare in convenzione alle imprese i servizi di manutenzione del territorio, di gestione della rete idrologica, di piccoli rimboschimenti e tanto altro: una operazione, questa, che offrirebbe ai territori montani l'opportunità di passare finalmente dalla "*logica emergenziale a quella della prevenzione e della costante manutenzione del territorio*" *(Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).*

Il rapporto tra Green Communities e territori montani

La crisi che ha colpito l'economia mondiale negli ultimi anni si è sovrapposta alle molteplici debolezze strutturali del sistema Italia ed al suo precario equilibrio finanziario, inducendo gli ultimi Governi ad avviare processi di revisione straordinaria della spesa.

Al di là delle possibili valutazioni di tale strategia, che non rientrano tra gli obiettivi del presente lavoro di ricerca, è tuttavia possibile evidenziare come nei comuni montani la politica di *spending review* abbia comportato effetti e conseguenze che rischiano di vanificare i progetti di valorizzazione e di rilancio avviati in tali territori, tanto più laddove questa abbia ridefinito gli equilibri nel rapporto tra prelievo fiscale, trasferimenti ed autonomia impositiva, generando evidenti difficoltà soprattutto nelle aree con una bassa pressione demografica.

Tra gli interventi che hanno generato un "danno diretto" ai territori montani si segnala in primo luogo il contenimento degli investimenti e dei trasferimenti, che ha negativamente inciso sulla manutenzione del territorio e sull'ammodernamento delle infrastrutture, ma anche la progressiva riduzione dei fondi alle Comunità Montane; altre previsioni normative hanno invece comportato un accresciuto impegno per le comunità locali non adeguatamente sostenuto in termini finanziari, così come segnalato in relazione all'aggregazione dei piccoli comuni, finalizzata a contenere i "costi istituzionali" e ad ottimizzare i servizi per i cittadini, ma i cui consistenti oneri (organizzativi, amministrativi, ecc.) sono interamente ricaduti sulle comunità locali.

Se molte risultano quindi essere le doglianze dei Sindaci e degli amministratori locali in relazione alla distribuzione delle risorse, il quadro normativo introdotto dal Collegato Ambientale, affinché possa dispiegare appieno le sue positive potenzialità, implica un netto ripensamento del ruolo degli amministratori locali; questi devono infatti divenire i veri protagonisti e motori del cambiamento e dello sviluppo del territorio, di cui devono saper valorizzare le risorse economiche, naturali ed umane. Devono cioè trasformarsi in agenti di sviluppo locale, imprenditori del territorio più che semplici distributori di risorse, secondo norme e direttive definite dall'alto.

Tale nuova prospettiva appare peraltro pienamente condivisa dall'Unione Europea, che risulta sempre più orientata verso politiche "*place based*" (articolate in modo specifico, a secondo dell'identità e delle caratteristiche di ogni territorio) più che verso politiche standard, riconoscendo maggiore importanza alla capacità dei territori di definire progetti propri e ipotesi di sviluppo locale.

All'interno del quadro descritto si inserisce la strategia nazionale delle *Green Communities*, ossia la creazione di "*comunità rurali o di montagna che intendano sfruttare le loro risorse secondo un piano di sviluppo sostenibile che preveda anche lo sviluppo di un modello di azienda agricola sostenibile ed indipendente da un punto di vista energetico*".

Tale strategia di sviluppo, costituendo una delle più rilevanti innovazioni introdotte

dal Collegato Ambientale, raccoglie valutazioni decisamente positive tra gli intervistati, anche per la sua capacità di declinare sul piano concreto la cultura della sostenibilità applicata all'esperienza amministrativa, gettando così le basi per una nuova economia della montagna.

Un'economia capace di valorizzare il patrimonio ambientale, ma anche le competenze professionali e imprenditoriali espresse dal territorio: anche per questo la rappresentante delle imprese artigiane esprime un esplicito apprezzamento verso "l*'obiettivo di creare piccole comunità che valorizzino le proprie risorse e abbiano una gestione sostenibile e integrata di tutti i settori che hanno un impatto ambientale importante, che costituisce un punto di partenza fondamentale per creare una vera e propria economia montana e per rilanciare definitivamente i territori interessati" (Confederazione Nazionale dell'Artigianato-CNA).*

Appare tuttavia una pre-condizione importante, secondo quanto indicato da diversi intervistati, il fatto che i contributi maggiormente significativi alla *green economy* da parte del sistema montano possano derivare da progetti di distretto territoriale che individuino macro aree (superando quindi gli stretti confini del territorio comunale) e realizzino progetti all'interno dei quali ogni comune possa seguire un aspetto specifico; in questo modo il distretto creato potrebbe diventare di fatto una *green community di pregio*.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

La montagna, con le risorse e i problemi ad esse associati, attira da sempre l'attenzione e le iniziative degli operatori pubblici locali, ma (almeno fino ad ora) è apparsa raramente come oggetto di interventi realmente organici da parte dei Legislatori nazionali. Al tempo stesso ha saputo però "conquistare" l'attenzione delle politiche promosse dalla Comunità Europea acquisendo una posizione privilegiata che deriva dalla centralità fisica e politica che le montagne possono assumere nello "spazio unico europeo". Non sembra dunque un caso che le politiche comunitarie abbiano spesso affrontato in modo organico i problemi del degrado socioeconomico della montagna, della marginalità e dello svantaggio delle aree montane e di quelle interne.

In questo contesto è parso interessante chiedere agli intervistati la loro valutazione sugli interventi comunitari e nazionali degli ultimi anni in ambito montano al fine di rilevarne l'efficacia, sia in termini di territori raggiunti, sia di risultati e di indirizzare al meglio fondi e interventi strutturali.

A tale riguardo, alcuni interlocutori (in particolare Confcooperative) sottolineano da una parte la capacità di spesa degli interventi, esprimendo una valutazione positiva sulla quantità di fondi destinati alle aree montane, ma allo stesso tempo denunciano una scarsa efficacia soprattutto in termini di infrastrutturazione produttiva e di cultura imprenditoriale, evidenziando l'incapacità di creare un sistema imprenditoriale ed economico specializzato per le aree montane.

Si rileva una lunga tradizione di interventi senz'altro efficienti dal punto di vista della capacità di spesa e della rendicontazione ma non efficaci in termini assoluti per l'infrastrutturazione produttiva e per la cultura imprenditoriale; con tutte queste risorse non abbiamo ancora creato un sistema imprenditoriale ed economico specializzato per le aree montane (Confcooperative).

Ovviamente non è possibile fornire una valutazione generalizzata dell'efficacia dell'utilizzo dei fondi messi a disposizione a livello nazionale e comunitario, risultando significativamente differenti sia le finalità, sia gli utilizzi degli stessi: *"esiste un ventaglio di esperienze (positive e negative) che hanno evidenziato fondi utilizzati nel modo migliore per sfruttare al massimo le possibilità offerte ma anche lo spreco di tali opportunità a causa della scarsa efficienza di chi doveva utilizzare i fondi messi a disposizione" (Club Alpino Italiano - CAI).*
Viene fatta infine proposta una distinzione per quanto riguarda gli interventi comunitari *"tra I Pilastro e II Pilastro: nel primo caso credo che la politica potesse fare di più destinando più risorse alle aree montane e alle aree interne piuttosto che a quelle di pianura; nel secondo caso invece è stata data la possibilità di investire in maniera concreta" (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA)*

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

A conclusione del percorso conoscitivo e valutativo sul tema della montagna e della produzione economica in territori montani, è parso interessare chiedere agli esperti intervistati una previsione personale sul futuro delle aree montane, rilevandone aspettative e valutazioni.

Analizzando le testimonianze dei 14 intervistati, emerge in primo luogo un prevalente ottimismo sul prossimo futuro delle aree montane, che si sostanzia nella considerazione, o per meglio dire nell'auspicio, che la montagna possa divenire protagonista del rilancio economico del Paese. Tale ottimistica prospettiva potrebbe tuttavia realizzarsi soltanto in presenza di alcune condizioni, quali l'uscita da una logica di isolamento e di "isola verde" accompagnata dall'avviamento di attività imprenditoriali innovative e dal recupero di stimoli e incentivi capaci di motivare la popolazione residente a rimanere sul territorio e ad investire sul proprio futuro in montagna.

In questo senso si muove la riflessione della Fondazione Garrone: *"Abbiamo conosciuto, grazie al lavoro che stiamo svolgendo con i giovani imprenditori della montagna, molte storie di ragazzi che vogliono abitare il territorio con idee innovative, fattibili e che sempre più devono essere "messe in rete", incentivate e sostenute. Abbiamo il dovere di contribuire alla costruzione di questo futuro, in cui la montagna non sia più un luogo "lontano" marginale, ma il luogo di una vita non solo possibile, ma anche auspicabile e desiderabile. Un luogo di ispirazione e di realizzazione.*

Personalmente sono ottimista perché mi accorgo che esistono tecniche per fare economia nelle zone montane rispettando l'ambiente, occorre soltanto utilizzare al meglio le risorse e avviare le attività che possono essere avviate senza esitazioni. (Dolomiti Superski).

Se le aree montane saranno capaci di cogliere le opportunità che sono contenute nelle nuove normative, uscendo da una logica di isolamento e di "isola verde" (da non confondersi con le green communities), prevedo un futuro certamente positivo. Occorre però ritrovare stimoli affinché la gente non vada più via dal territorio, riesca a trovare un lavoro e affinché la montagna stessa ritorni a rivestire un ruolo attrattivo per investitori e turisti. (Montagna 2000).

Dobbiamo essere ottimisti sulla capacità dei territori di sfruttare positivamente questa fase di attenzione. Benché sappiamo già che consentirà di accelerare a quelli più pronti aumentando a macchia di leopardo il loro divario dal resto (Confcooperative).

Per migliorare le prospettive future delle aree montane del nostro Paese occorre inoltre sostenere e promuovere la nascita di una nuova "cultura della montagna" che, a giudizio degli intervistati, non deve più rappresentare nell'immaginario collettivo un territorio in "ritardo" ma deve necessariamente trasformarsi in un'area nella quale "sperimentare" nuove strategie di sviluppo da diffondere successivamente nel resto del Paese; soltanto in questo modo si potranno sfruttare le potenzialità innovative delle aree montane e renderle finalmente protagoniste nel sistema-Italia perché "*la montagna deve rappresentare una risorsa e non un problema per il nostro Paese*".

La nostra idea montagna non è quella di un territorio in ritardo ma di un territorio che possiede grandi potenzialità di sviluppo innovativo e che può rappresentare una "palestra" proprio per mettere a punto nuove strategie (Fondazione Cariplo).

Cogliere e valorizzare le caratteristiche di questi territori che sono molto legati alla sostenibilità può rendere veramente queste aree protagoniste anche da un punto di vista economico rispetto al Paese nel suo complesso (Confederazione Nazionale dell'Artigianato - CNA).

Un Paese come l'Italia, che è fondamentalmente un paese di montagna, credo che possa riprendere a crescere economicamente proprio partendo da un sviluppo integrato dei territori primo fra tutti quello montano sicuramente in grado di produrre ricchezza, perché la montagna deve rappresentare una risorsa e non un problema per il nostro Paese (Confederazione Italiana Agricoltori - CIA).

In questo contesto l'esigenza di una "buona amministrazione" delle aree montane diviene *conditio sine qua non* per rendere possibile il rilancio e la crescita del territorio; solo la lungimiranza degli amministratori e dei legislatori potrà infatti rendere possibile realizzare le aspettative espresse dagli intervistati: *"Il futuro delle aree mon-*

tane è legato principalmente alla intelligenza e alla apertura mentale di chi le amministra e della legislazione che verrà proposta e prodotta in materia" (Club Alpino Italiano - CAI).

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

L'ultima area tematica delle interviste in profondità ha riguardato la conoscenza o l'esperienza diretta degli intervistati di buone prassi, modelli o esperienze virtuose adottate dai comuni montani per rilanciare il territorio, al fine di raccogliere una serie, seppure limitata, di *best practices* replicabili anche in altri contesti montani.

Si tratta di iniziative che, sulla base di quanto emerso, hanno tutte il pregio di riuscire a coniugare tradizione e innovazione, ovvero di conservare, modificare e valorizzare insieme le risorse del territorio (risorse ambientali, esperienze e competenze), costruendo così un nuove opportunità per il futuro delle comunità e dei territori montani.

A tale riguardo, osservando le risposte fornite dagli stakeholders intervistati, si riscontra in prima istanza una limitata conoscenza di *best practices* avviate in Italia (o all'estero) che abbiano efficacemente perseguito gli intenti sopra esposti; a tale generale carenza si accompagna, tuttavia, una condivisa ambizione e volontà, da parte degli intervistati e delle organizzazioni da essi rappresentate, di contribuire alla costruzione di una buona *governance* "montana", dove le buone pratiche, messe in rete, possano produrre risultati concreti nello sviluppo dei territori.

Come sopra riportato, le buone pratiche raccolte, pur riguardando un numero limitato di esperienze, si contraddistinguono per la compresenza di un carattere fortemente innovativo e di una capacità di valorizzazione del patrimonio ambientale ed esperienziale espresso dal territorio, ed il cui principale pilastro è rappresentato dal protagonismo di una nuova generazione (autoctona, di ritorno o di nuova residenza), portatrice di energie e di idee innovative, da immettere e far maturare in territori non ancora "occupati" (si torna, in questo senso, alla visione della montagna come "palestra" nella quale sperimentare nuove strategie di sviluppo da diffondere successivamente nel resto del Paese analizzata nel paragrafo precedente).

Un ulteriore "filo conduttore" che lega le esperienze di *best practices* raccolte è rappresentato dall'esigenza di un recupero del territorio nelle sue componenti tradizionali (in modo particolare quelle agro-alimentari) e nelle sue filiere economico-produttive (soprattutto quella turistica), ovvero in una prospettiva responsabile e sostenibile capace di trasferire i valori e la reputazione della comunità e del territorio quali elementi distintivi e quali garanzie per la domanda di beni e servizi in esso realizzati.

Tra le esperienze citate dagli esperti intervistati emerge infine un interesse diffuso per il rilancio dei territori montani attraverso storie di successo imprenditoriali, realizzate soprattutto da giovani che hanno creduto nelle potenzialità della montagna

e che vi hanno investito, riuscendo a realizzare i loro ambiziosi progetti di lavoro e di vita.

Entrando nel merito delle specifiche esperienze segnalate, le buone pratiche raccolte coinvolgono prevalentemente la conservazione e la valorizzazione del patrimonio agro alimentare, spaziando dal recupero della capra bionda dell'Adamello (progetto che mira a conservare questa razza ovina autoctona in via di estinzione dal cui latte si produce il formaggio Fatulì, da poco diventato Presidio Slow Food), all'esperienza dell'impresa Rigoni di Asiago (che, producendo prodotti alimentari realizzati con prodotti locali biologici, ha assunto i connotati di una azienda multinazionale), al progetto Snood Kitchen realizzato da un giovane chef di 38 anni.

Anche il campo della formazione e della ricerca sono presenti nella lista delle buone pratiche raccolte, attraverso due importanti progetti: il progetto RestartAlp (realizzato da Fondazione Garrone e Fondazione Cariplo) che vuole promuovere lo sviluppo di idee di impresa da parte di giovani imprenditori, e il progetto Ager (promosso da 10 Fondazioni per lo sviluppo del settore agroalimentare).

Infine un ultimo contributo interessante è stato fornito da Globe Postal Service che con il suo progetto "GPS Welfare Mail: Ecco Fatto" sta ripristinando un accesso sul territorio ai prodotti postali, finanziari e telefonici.

Di seguito il dettaglio delle *best practices* indicate:

Recupero della capra bionda dell'Adamello	Progetto presentato dal GAL Vallecamonica Val di Sclave che mira a conservare questa razza autoctona in via di estinzione che produce il pregiato formaggio Fatulì.
Rigoni di Asiago	Produce marmellate realizzate con prodotti locali e, riuscendo a trovare il giusto equilibrio tra tradizione e innovazione, sta assumendo i connotati di una vera e propria multinazionale pur partendo da una esperienza di impresa a conduzione familiare.
Snood Kitchen	Gatto delle nevi la cui cabina è attrezzata per cucinare con una temperatura esterna fino a -30°; ha una cabina di sette metri cubi dove è stata installata una cucina su misura dove si realizzano piatti tipici con prodotti locali. L'iniziativa è di Andrea Campi, 38enne chef-patron dell'Osteria al Dosso di Aprica, con l'obiettivo di portare i sapori genuini e naturali in alta quota per legare l'ambiente e la neve all'arte culinaria.
RestartAlp	Campus gratuito per lo sviluppo di idee d'impresa e la creazione di start-up impegnate nelle filiere produttive tipiche del territorio Alpino dedicato a giovani imprenditori (under 35 anni).

Ager	Primo progetto di collaborazione tra Fondazioni di origine bancaria per lo sviluppo del settore agroalimentare attraverso il sostegno alla ricerca scientifica.
GPS Welfare mail: Ecco Fatto	Fornitura gratuita, ad opera di GPS, di una piattaforma multimediale presso alcuni degli sportelli cittadini "Ecco Fatto" al fine di ripristinare in modo proporzionale sul territorio un equo accesso al servizio di pagamento delle utenze, dei servizi finanziari, televisivi e telefonici.

[1] L'articolo 70 del "Collegato ambientale" (Ddl 1676-A) prevede che il Governo sia delegato ad adottare uno o più decreti legislativi per introdurre un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici ed ambientali (Psea). Il dispositivo introduce i criteri direttivi in vista della definizione di un sistema che assicuri la remunerazione dei servizi resi, anche dall'agricoltura, per l'ambiente e l'ecosistema. La norma prevede che il sistema di Psea sia definito quale remunerazione di una quota di valore aggiunto derivante, secondo meccanismi di carattere negoziale, dalla trasformazione dei servizi ecosistemici ed ambientali in prodotti di mercato, nella logica della transazione diretta tra consumatore e produttore, ferma restando la salvaguardia nel tempo della funzione collettiva del bene.

Tra i criteri direttivi, la nuova disposizione indica l'obiettivo di assicurare la remunerazione dei servizi di fissazione del carbonio delle foreste e dell'arboricoltura da legno di proprietà demaniale, collettiva e privata; di regimazione delle acque nei bacini montani; di salvaguardia della biodiversità delle prestazioni ecosistemiche e delle qualità paesaggistiche.

E' stabilito, quindi, che, nel sistema di Psea, debbano essere considerati gli interventi di pulizia e manutenzione dell'alveo dei fiumi e dei torrenti e che debba essere riconosciuto il ruolo svolto dall'agricoltura e dal territorio agroforestale nei confronti dei servizi ecosistemici, prevedendo meccanismi di incentivazione attraverso cui il pubblico operatore possa creare programmi con l'obiettivo di remunerare gli imprenditori agricoli che proteggono, tutelano o forniscono i servizi medesimi.

[2] Prof. Davide Marino, docente di Economia della biodiversità e contabilità ambientale all'università del Molise e coordinatore scientifico del progetto europeo Life+MGN

APPENDICE
le interviste in profondità

Francesca Campora | *Direttore Generale* - FONDAZIONE EDOARDO GARRONE

A partire dal 2013 Fondazione Edoardo Garrone ha iniziato a interessarsi concretamente alle tematiche riguardanti lo sviluppo della montagna. L'ispirazione ci è arrivata proprio dal nostro fondatore Riccardo Garrone che, fortemente legato all'Appennino, a un certo punto della sua vita, tra le tante attività, aveva anche preso molto a cuore la prospettiva di rilancio e di riqualificazione di questo territorio. In particolare, per motivi di radicamento famigliare, il Dottor Garrone si era interessato all'Appennino Ligure che, a partire dall'immediato dopoguerra, è stato interessato da un massiccio e inesorabile processo di spopolamento che ne ha determinato il degrado del tessuto ambientale, sociale ed economico. Ma appariva subito evidente già allora, circa 15 anni fa, che la partita si giocava a livello nazionale e che l'Appennino era un'immensa opportunità che si estendeva per oltre 1/3 del territorio italiano con importanti risorse a lungo dimenticate pronte a essere ritrovate e rilanciate.

Dopo la crisi del 2008, attraverso le nostre attività di formazione a contatto con i ragazzi, ci siamo resi conto che stavano cambiando in modo significativo orientamenti e interessi dei giovani e, contemporaneamente, si stava disegnando una nuova geografia delle professioni, dei mestieri e dei saperi: i ragazzi incominciavano a interessarsi alle tematiche *green,* che non venivano più percepite come astratte visioni politiche, ma erano vissute attraverso precise scelte di rigenerazione personale, studio, formazione e imprenditorialità.. Seguendo questi segnali siamo riusciti a coniugare la nostra missione, rivolta a una formazione gratuita d'eccellenza per giovani intraprendenti, con il tema della montagna creando, nel 2014 il Campus ReStartApp: format intensivo residenziale di 3 mesi che prevede una totale immersione nell'ambiente appenninico. Al progetto hanno partecipato 15 ragazzi, provenienti da tutta Italia, selezionati con una *call for ideas,* attraverso la quale potevano presentarci le loro idee imprenditoriali da avviare nelle filiere tipiche

dell'Appennino. Fondazione ha inoltre messo a disposizione un premio di start-up per i 3 migliori progetti e un importante network di partner come Fondazione Symbola, Università della Montagna di Edolo, Associazione Nazionale Alberghi Diffusi, Federbim e Federforeste che hanno lavorato insieme a noi affinché questo incubatore diventasse un'eccellenza nel panorama della formazione in Italia.

Considerati i successi ottenuti con le due passate edizioni di ReStartApp, quest'anno, in collaborazione con Fondazione Cariplo, abbiamo deciso di spostarci su un nuovo territorio e realizzare ReStartAlp: stesso format, ma sulle Alpi: obiettivo comune delle due Fondazioni, in assoluta comunione d'intenti, è quello della valorizzazione e dello sviluppo delle Terre Alte italiane per mettere a sistema le buone pratiche e diffonderle su tutto il territorio nazionale.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Dopo il primo anno di ReStartApp, ci siamo resi conto che i ragazzi, terminato il nostro Campus, benché ben preparati e i migliori supportati anche da un premio di start-up, incontravano enormi difficoltà sul territorio – amministrative, burocratiche, finanziarie – e così abbiamo deciso di accompagnare i progetti più validi con 12 mesi di consulenza totalmente gratuita in alcuni ambiti strategici come il *fundraising,* inteso come capacità di aderire a finanziamenti pubblici, quello amministrativo, quello fiscale e societario e il marketing.

In questo senso parlano chiaro i numeri: dopo i nostri 3 Campus che hanno coinvolto 45 aspiranti imprenditori, 35 di questi hanno prodotto il business plan della loro idea d'azienda, 9 hanno ricevuto un premio di start-up e 10 hanno avuto accesso al servizio di consulenza gratuita di 1 anno. Tra i 15 partecipanti al primo Campus del 2014, 6 di loro hanno effettivamente avviato un'impresa; tra i 30 partecipanti del 2015, 2 hanno già costituito l'impresa e 5 sono attualmente impegnati nel suo avvio. Il tasso di mortalità delle start-up che hanno partecipato a ReStartApp è intorno al 55%, vale a dire che 1 partecipante su 2 abbandona il proprio sogno entro un anno dal termine del Campus.

Questo dato a noi sembra abbastanza positivo soprattutto per la difficoltà di fare impresa in Italia oggi, a maggior ragione sui territori montani e considerando che uno degli obiettivi principali del percorso formativo è proprio quello di selezionare i progetti più pronti al mercato.

I 3 vincitori del primo Campus operano tutti in ambito agricolo con investimenti pari a 50 mila euro, il che rende evidente un primo dato importantissimo: per avviare start-up in filiere tradizionali è necessario disporre di ingenti investimenti iniziali che non riguardano, ad esempio, quelle innovative, determinando un importante sforzo iniziale. Inoltre, nessuno di loro è ancora riuscito a ottenere finanziamenti pubblici sia a causa dell'incompatibilità dei tempi di uscita dei bandi, sia per le difficoltà burocratiche incontrate, sia per il conservatorismo del territorio che non riesce a capire le enormi potenzialità che potrebbero derivare da investimenti fatti da giovani intraprendenti.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

In questo momento registro importanti sforzi a livello normativo per rendere più fluide alcune opportunità di sviluppo sia in ambito culturale sia in ambito green economy. Leggendo dal nostro punto di vista alcuni passaggi più rilevanti è come se ci fosse finalmente la volontà di iniziare a prendere atto, anche a livello centrale, di tutto quello che sta avvenendo sui territori da anni, riconoscergli una dignità strategica e governativa e stabilire che ci debbano essere regole e obiettivi atti a concretizzare queste tematiche.

Tutto questo dà spazio ai giovani che sanno cogliere queste aperture e che, cercando di tornare al valore della comunità e della filiera corta – unico modello per lo sviluppo sostenibile delle montagne – sanno però immettere nel sistema innovazione, tecnologia e contemporaneità.

Penso ad esempio al pacchetto di misure per la mobilità sostenibile che mette a disposizione dei comuni con più di 100 mila abitanti 35 milioni di fondi per finanziare progetti per limitare il traffico e l'inquinamento – progetti ciclabili, car-pooling, car-sharing, bike-pooling, bike-sharing, etc… - , realizzazione di percorsi protetti per gli spostamenti anche collettivi e guidati tra casa e scuola, a piedi o in bicicletta, di laboratori e uscite didattiche con mezzi sostenibili...obiettivi che, sapientemente coniugati a una prospettiva di valorizzazione del patrimonio culturale e artistico dei luoghi, dispiegano interessanti opportunità per nuove forme di imprenditorialità e di collaborazione tra pubblico e privato.

Così come ad esempio il provvedimento che, pur nel rispetto di regole di eco-compatibilità e delle principali normative in ambito edile, annulla l'imbuto della concessione per la costruzione di manufatti leggeri e prefabbricati destinati a specifiche esigenze quali ospitalità turistica e magazzino, può agevolare significativamente l'avvio di giovani imprese e di nuove attività sui territori.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Vedo un presente significativamente coinvolto nella green economy: negli ultimi 2 anni, circa 1 impresa su 5 ha scommesso su innovazione, ricerca, sostenibilità, qualità, bellezza e alla green economy si deve più del 10% dell'economia nazionale.

L'80% dei consumatori è disposto a spendere di più per prodotti e servizi ecosostenibili e ben il 60% dell'attuale domanda di lavoro è legata a competenze green. Le scelte green ripagano significativamente anche in termini di fatturato: nel manifatturiero, oltre il 25,8% delle imprese eco-investitrici ha visto crescere il proprio fatturato nel 2013, mentre tra le non eco investitrici è successo solo per il 17,5%. Le imprese manifatturiere che puntano sul green sono anche le più forti all'estero: circa il 44% esporta stabilmente contro il 24% di quelle che non investono.

Questi sono solo alcuni dei dati offerti dal report "Green Italy" di Fondazione Symbola e Unioncamere…il movimento è percepibile, vivo, crescente e in misura predominante riguarda proprio le nostre montagne che offrono le risorse ideali per

lavorare secondo principi e criteri della green economy. Non posso che figurarmi un futuro in questa direzione: all'emergenza ambientale e alla scommessa dello sviluppo sostenibile stiamo iniziando a rispondere sempre più efficacemente, impossibile tornare indietro, la posta in gioco è il futuro stesso.

A giudicare dall'impegno profuso in particolare in questi ultimi anni di tante persone, Istituzioni ed Enti, immagino montagne sicuramente differenti da come sono state finora; vedo che esiste un reale interesse a cui seguono scelte e decisioni. Ho conosciuto, grazie al lavoro che stiamo svolgendo con i giovani imprenditori della montagna, molte storie di ragazzi che vogliono abitare il territorio con idee innovative, fattibili e che sempre più devono essere "messe in rete", incentivate e sostenute.

Abbiamo il dovere, ognuno secondo le proprie competenze specifiche, ma in piena collaborazione – Istituzioni, Fondazioni, Università, Enti Pubblici e singoli cittadini – di contribuire alla costruzione di questo futuro, in cui la montagna non sia più un luogo "lontano" marginale, ma il luogo di una vita non solo possibile, ma anche auspicabile e desiderabile.

Un luogo di ispirazione e di realizzazione.

Sonia Cantoni | *Consigliere di Amministrazione – Delega Ambiente*
Elena Jachia | *Direttrice dell'Area ambiente della nostra Fondazione e Responsabile del Programma integrato "ATTIV•AREE"*
FONDAZIONE CARIPLO

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Fondazione Cariplo è un soggetto filantropico, una fondazione ex-bancaria ed è un attore del cosiddetto terzo settore; è un soggetto privato che si pone in posizione intermedia e complementare rispetto ai soggetti pubblici e privati. Come Fondazione abbiamo l'obiettivo di gestire in modo efficace il nostro patrimonio e di destinarne circa il 3% ogni anno ad azioni di supporto allo sviluppo sostenibile. La Fondazione agisce nel campo dei servizi alla persona, arte e cultura, ambiente e ricerca; il nostro territorio di riferimento è quello della Lombardia e delle provincie di Novara e Verbano Cusio Ossola.

Dal 2016 Fondazione Cariplo è impegnata nel nuovo programma **"ATTIV•AREE"** dedicato alle aree interne e montane che rappresenta uno dei quattro programmi intersettoriali attualmente attivi. Queste aree costituiscono un grande potenziale di rischio e di opportunità per lo sviluppo sostenibile del territorio su cui interveniamo. A fronte di situazioni diffuse di degrado e impoverimento delle risorse, di perdita di capacità economica e di spopolamento, la presenza di esperienze positive, di "ritorno" alla montagna, va a nostro avviso accompagnata e agevolata, anche attraverso il nostro contributo. L'esistenza di una Strategia Nazionale Aree Interne rappresenta un elemento favorevole di contesto, per le sinergie che può generare e

perché nasce e si sviluppa con la volontà di monitorare l'efficacia di tali politiche nel tempo. Questo programma integrato è inoltre un'occasione per valorizzare precedenti esperienze della Fondazione nelle tematiche di sviluppo locale, sia sotto il profilo culturale (progetto distretti culturali), sia sotto quello sociale (welfare di comunità), che nel campo della ricerca.

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

Un'interessante iniziativa è rappresentata da ReStartAlp, che Fondazione Cariplo e Fondazione Garrone hanno avviato in stratta collaborazione. E' il primo campus gratuito per lo sviluppo di idee d'impresa e la creazione di start-up impegnate nelle filiere produttive tipiche del territorio Alpino dedicato a giovani imprenditori (under 35 anni); si pone l'obiettivo di diffondere una vera e propria cultura dello sviluppo delle terre alte italiane e di offrire un concreto sostegno alle giovani imprese montane del territorio nazionale. Realizzare e rafforzare una nuova "economia della montagna italiana", stimolare sinergie e scambio di buone pratiche tra Alpi e Appennini, puntare sullo sviluppo delle eccellenze territoriali valorizzando al contempo l'unità identitaria del "made in Italy" che accomuna le varie attività produttive locali e offrire sempre maggiore impulso ai green jobs sono gli scopi principali di ReStartAlp.

Tra le altre iniziative promosse dalla Fondazione in ambito montano, ricordiamo anche un progetto dedicato al recupero della capra bionda dell'Adamello finanziato sul nostro bando "Comunità resilienti". La proposta è stata presentata dal GAL Valle Camonica Val di Scalve e mira a conservare questa razza autoctona in via di estinzione che produce il pregiato formaggio Fatulì. Infine Ager (Agroalimentare e Ricerca) è il primo progetto di collaborazione tra Fondazioni di origine bancaria per lo sviluppo del settore agroalimentare attraverso il sostegno alla ricerca scientifica. I positivi risultati raggiunti con la prima edizione, che a partire dal 2008 ha riunito tredici Fondazioni con uno stanziamento di oltre 27 milioni di euro e finanziato 16 progetti di ricerca, hanno portato ad un nuovo accordo di partenariato tra dieci Fondazioni, di cui sette già presenti nella prima edizione di Ager e tre nuovi ingressi, con un ulteriore stanziamento di oltre 7 milioni euro. La scelta delle Fondazioni è di sostenere quattro nuovi: acquacoltura, agricoltura di montagna, olivo e olio e prodotti caseari. Per questa seconda edizione sono privilegiati i progetti attenti ai temi della sicurezza alimentare, della sostenibilità ambientale e le ricadute che i risultati delle ricerche avranno per le imprese e per la società civile.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

I problemi principali sono legati ai caratteri della montagna e quindi alla lontananza dai centri di offerta di servizi e alla mancanza di infrastrutture, che possono generare una minore produttività, una carenza di professionalità e di pratica di "rete". Tali fattori sono essenziali per la vita di un'impresa, particolarmente in un contesto dove le risorse sono tante, ad esempio quelle classificate come capitale naturale, ma a

volte difficili da valorizzare in modo davvero sostenibile. Il problema dell'isolamento può comportare sia scarsa attrattività verso chi potrebbe venire "da fuori" (e quindi nuovi residenti e nuovi imprenditori), sia una forma di "chiusura" verso le nuove idee o verso le idee esterne che contribuisce ad aumentare l'isolamento anziché ridurlo. L'aspetto che può aiutare in questo senso potrebbe essere quello di puntare su una modalità di offerta di servizi ad ampio raggio, che consenta a chi vuole abitare o investire in montagna di continuare a farlo: in primo luogo la maggiore diffusione di internet e della banda larga ma, a nostro avviso ancora più importante, nuove modalità di generazione dei servizi alla collettività. In questo caso la presenza di un terzo settore che sperimenti forme innovative di welfare comunitario potrebbe essere un elemento di attrattività per le famiglie che decidono di vivere in territori montani. Il ripopolamento dei territori, anche attraverso esperienze di inserimento socio-lavorativo di migranti, potrebbe aiutare a creare professioni ed economie altrimenti non possibili con la sola presenza dei residenti.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

L'attenzione posta dalla Legge di stabilità alle aree interne e alla montagna ci sembra, già di per sé, un'ottima notizia e una novità rispetto al passato. Offre spunti e strategie interessanti, anche perché sostiene unioni e fusioni di comuni, che – a nostro avviso - vanno sicuramente incentivate ma non rese obbligatorie, in quanto a volte anche la presenza del presidio istituzionale è un elemento importante di identità e di attrattività. Particolarmente interessanti all'interno del Collegato Ambientale sembrano la strategia della green economy e la proposta della gestione integrata dei beni comuni; la creazione del marchio *made green in Italy* (percorso per la definizione del primo schema certificativo nazionale sull'Impronta ambientale di prodotto); l'istituzione delle *Oil free zone* (aree territoriali nelle quali si prevede la progressiva sostituzione del petrolio e dei suoi derivati con energie da fonti rinnovabili); l'applicazione obbligatoria dei Criteri Ambientali Minimi per gli acquisti verdi della Pubblica Amministrazione, necessaria nel caso di gare d'appalto per le forniture *energy related* (quali: lampadine e corpi illuminanti, PC, servizi energetici per gli edifici) e, per almeno il 50% del valore della gara d'appalto, per altre categorie di fornitura. Di grande potenzialità infine, proprio per quelli che sono i valori e i bisogni della montagna, è la nuova attenzione verso i servizi ecosistemici; l'auspicio è che il Governo definisca in tempi rapidi le linee guida per il pagamento di tali servizi.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Per concludere, la nostra visione della montagna non è quella di un territorio in ritardo, ma di un territorio che possiede grandi potenzialità di sviluppo innovativo e che può rappresentare una "palestra" proprio per mettere a punto nuove strategie di sviluppo locale, welfare comunitario e valorizzazione delle risorse umane, culturali e naturali da diffondere anche sugli altri territori.

Giuseppe Cornacchia | *Responsabile Dipartimento Sviluppo Agroalimentare e Territorio*
CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI - CIA

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Il contesto economico attuale nel settore agricolo e forestale evidenzia grandi difficoltà a causa di forti ritardi strutturali del nostro sistema produttivo. E' mancata e manca una visione strategica. Usciamo da un lungo periodo di politiche sbagliate che hanno fatto perdere competitività e consumato risorse. L'abbandono delle aree interne e la mancata valorizzazione delle aree boschive hanno comportato danni economici e sociali per i territori montani, con conseguenze per l'intero Paese. Una strategia futura di sviluppo dovrà necessariamente invertire questa tendenza. Affinché questo Paese torni a crescere, dobbiamo sviluppare una politica mirata alla valorizzazione delle aree interne ed alla gestione sostenibile delle nostre foreste.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Il principale punto di forza è la possibilità concreta di fare politiche di qualità legate al territorio: abbiamo una grande tradizione di culture e di prodotti tipici della montagna. Questi prodotti integrati con il turismo sostenibile offrono grandi opportunità di sviluppo.

I punti di debolezza sono rappresentati dall'insufficienza delle politiche, dalla carenza di servizi e dalla mancanza di organizzazione e di aggregazione. Lo sviluppo non può prescindere da un rilancio della visione di comunità e dell'organizzazione territoriale. Un'azienda montana biologica, per esempio, se è isolata ha un impatto relativo anche sul mercato locale. Diverso è prefigurare dei "distretti montani biologici" che riescano a collegare la qualità agroalimentare con il turismo, favorendo effettivamente lo sviluppo integrato del territorio e recuperando il "senso di comunità". In questo contesto, l'agricoltura multifunzionale può certamente rivestire un ruolo da protagonista sia per la produzione di alimenti, sia per quella di servizi. L'agricoltura sociale, per esempio, può essere uno dei fattori di un welfare innovativo adeguato alle aree interne e montane.

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

Noi abbiamo evidenza di bellissime esperienze in diversi settori.

In primo luogo nel settore agrituristico, dove esistono tantissime aziende che riescono ad integrare prodotti tradizionali eccellenti con servizi di valorizzazione paesaggistica e di promozione turistica del territorio. In secondo luogo abbiamo testimonianze di aziende, spesso condotte da giovani, che sono riuscite a promuovere il prodotto tipico, recuperando anche borghi abbandonati e rivitalizzando la cultura della malga. Poi ci sono esperienze, ancora troppo limitate in Italia, della valorizzazione dei prodotti legnosi. Il legno è una materia prima tanto antica, quanto innovativa per la produzione di energie rinnovabili, per l'industria e per la cosiddetta bioedlizia. Ci sono quindi grandi opportunità ed esperienze che

dimostrano la possibilità concreta di creare filiere di successo. Laddove la montagna si organizza, integrando i valori della qualità e del territorio con i moderni sistemi organizzativi esprime appieno il proprio enorme potenziale economico.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale affronta molteplici problematiche ed offre diverse opportunità. Dal nostro punto di vista sono particolarmente rilevanti almeno due aspetti: il riconoscimento della concretezza della green economy e la valorizzazione delle risorse territoriali e dei prodotti tradizionali. In questo ambito, per esempio, ritengo fondamentale nel nostro Paese il rilancio del pascolo e la zootecnia estensiva. Negli ultimi trenta anni abbiamo perso oltre 3 milioni di ettari di prati-pascolo. La stessa parola "pascolo" non compare quasi più nei documenti di programmazione. I terreni abbandonati e non gestiti degradano ed accrescono i problemi del dissesto idrogeologico, così gravi nel nostro Paese. L'Italia, inoltre, censisce il 30 per cento del territorio come superficie boschiva, ma non riesce ad avere una gestione corretta di questo enorme potenziale, da promuovere nelle logiche della green economy.

Valutazione dell'introduzione nel Collegato Ambientale di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) nell'ottica di una riorganizzazione dei servizi di cittadinanza e delle politiche di sviluppo dei comuni montani

La valorizzazione dei servizi ecosistemici e ambientali è un aspetto cruciale per l'economia delle aree interne e montane. Aver introdotto questo tema rappresenta un altro aspetto molto importante del Collegato Ambientale, nell'ottica dello sviluppo multifunzionale delle aziende agricole

A mio avviso ci sono due sistemi non alternativi, ma complementari per fornire un corrispettivo alle imprese agricole e forestali che svolgono servizi ecosistemici.

Da una parte dobbiamo operare per una riforma della PAC che riconosca alle aziende agricole operanti sul territorio la loro funzione ambientale e fornisca un corrispettivo economico ai servizi svolti per la tutela del territorio e per la mitigazione del cambiamento climatico. Nei nuovi accordi sul clima a Parigi si riconosce, infatti, una grande importanza alla gestione delle foreste, ma anche a quella dei terreni agricoli e dei pascoli, per la possibilità concreta di accumulare carbonio.

La seconda tipologia di pagamento è data, invece, dalla possibilità per le Amministrazioni locali di affidare in convenzione direttamente alle imprese agricole multifunzionali servizi di manutenzione del territorio, di gestione della rete idrologica, di piccoli rimboschimenti e tanto altro. E' una grande opportunità per passare finalmente dalla logica emergenziale a quella della prevenzione e della costante manutenzione del territorio

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

Per quanto riguarda gli interventi comunitari occorre distinguere tra I pilastro e II pilastro. Nel primo pilastro, oggi le aree interne e montane sono fortemente penalizzate ed occorre invertire questa logica. Nel secondo pilastro, invece, in particolare con i Programmi di Sviluppo Rurale, le Regioni italiane hanno avuto ed hanno finanziamenti importanti che possono essere destinati allo sviluppo delle aree montane. Non sempre però siamo riusciti a spendere per intero questi finanziamenti e molto spesso li abbiamo utilizzati in modo non ben finalizzato. Abbiamo tre problemi interagenti da superare: l'assenza di una visione condivisa, le difficoltà a programmare coinvolgendo le comunità locali, e, non ultimo, l'eccesso di burocrazia.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Un Paese come l'Italia, che è fondamentalmente un paese di mare e di montagne, non può prefigurare un proprio sviluppo senza il rilancio effettivo delle aree montane. Dobbiamo tutti acquisire la consapevolezza che la montagna rappresenta una risorsa e non un problema per il nostro Paese.

Marco Lawrence Crociani | *Responsabile Area Operativa Trasmissione Padova* - TERNA RETE ITALIA SPA

I territori montani rappresentano la realtà dove più che in ogni altro contesto la prevenzione dai rischi per la sicurezza delle comunità locali e dell'ambiente diventa una responsabilità comune da assolversi attraverso la cooperazione tra le istituzioni locali, le realtà associative e di volontariato e le imprese presenti sul territorio.
Terna, gestore della rete elettrica di trasmissione nazionale, è presente con proprie sedi in tutta Italia e assicura il corretto esercizio degli elementi della rete, necessari alla continuità del servizio elettrico, su tutto il territorio nazionale.

Nelle aree montane, forme di collaborazione con soggetti quali la Protezione civile, i Vigili del Fuoco e le Guide alpine si sono sviluppate nel tempo per creare sinergie e mettere a fattor comune risorse ed esperienze utili a dare una risposta corale alle esigenze e a problematiche comuni di chi vive e opera sul territorio.

Già in fase di pianificazione e di progettazione di un'opera di sviluppo in un'area montana, è necessario concertare con le amministrazioni e le autorità locali le caratteristiche dell'infrastruttura in modo da coniugare al meglio le esigenze di tutela del paesaggio e dell'ambiente con le esigenze di sicurezza (ad esempio per i profili attinenti la sicurezza del volo).

In fase realizzativa, poi, la cantierizzazione dei lavori è di norma programmata in modo da limitarne l'impatto sul territorio e garantire il ripristino dei luoghi come in origine, sulla base di accordi con il Corpo Forestale.

La collaborazione tra Terna e il Corpo Forestale è utile alla corretta e condivisa gestione del territorio montano. Le attività di manutenzione della rete di trasmissione, che comprendono il taglio delle piante in prossimità dei conduttori delle linee elettriche, devono al contempo perseguire l'obiettivo di prevenire il rischio di incendi e di caduta (con conseguenti guasti e minacce alla continuità del servizio elettrico) ma anche rispettare il paesaggio, la natura e gli interessi della comunità locale. Per questo, nella gestione di tali attività, che solitamente coinvolgono soggetti privati titolari dei terreni interessati dal taglio, è utile il dialogo con le amministrazioni regionali, locali e le associazioni a tutela degli interessi ambientali e paesaggistici.

Negli ultimi anni sono stati stipulati anche accordi che definiscono alcune regole reciproche di preavviso, che ad esempio consentono ai proprietari dei boschi di alta montagna di coordinarsi con Terna per effettuare le attività in modo da garantire la salvaguardia del patrimonio forestale nel tempo e la valorizzazione economica delle risorse naturali. Questa collaborazione contribuisce pertanto a realizzare efficacemente per il servizio elettrico il taglio delle piante e al contempo a sostenere l'economia di montagna.

Il dialogo con la Protezione Civile e i Vigili del Fuoco permanenti e volontari è poi continuo e costante, in quanto permette un utile scambio di informazioni e competenze. In particolare, al Corpo dei Vigili del Fuoco sono fornite indicazioni, nell'ambito di attività di formazione, sull'approccio corretto da seguire in caso di emergenza/incendio presso gli elettrodotti in alta tensione. Terna, d'altronde, riceve supporto per l'accesso agli elettrodotti in caso di guasti e mette a disposizione le proprie competenze nell'affrontare incendi in prossimità di elementi di rete ad alta tensione.

In caso di guasti agli elementi di rete (per esempio caduta di piante sui conduttori, manicotti di ghiaccio con danneggiamento dei conduttori o dei sostegni, ecc.), la tempestività di intervento è fondamentale per la ripresa del normale esercizio; in tali situazioni spesso le condizioni meteo rendono ancora più difficile per il nostro personale il lavoro di individuazione e di successiva riparazione dei guasti, per esempio a causa di forti nevicate, a volte anche con pericolo di valanghe.

Sono stati pertanto perfezionati accordi con il Corpo Nazionale del Soccorso Alpino e Speleologico e i gruppi di Guide alpine, valorizzando le competenze di tali organizzazioni, al fine di garantire il trasporto in sicurezza del personale di Terna e dei materiali necessari per gli interventi in ambiente ostile ed impervio con l'ausilio di mezzi speciali (motoslitta o quad cingolato/catenato). Queste forme di cooperazione sono volte anche a formare i dipendenti Terna che lavorano sul territorio a gestire il rischio di valanghe e slavine, progredire in sicurezza in montagna sia in estate sia in inverno, percorrere vie ferrate e svolgere ricerche con apparecchi ARTVA. La cooperazione con le organizzazioni della società civile montana persegue poi la finalità comune alla realizzazione e al ripristino secondo standard e modalità condivisi e rispettose dell'ambiente dei percorsi attrezzati.

Terna, infatti, svolge interventi di realizzazione/messa in sicurezza di sentieri mon-

tani per consentire l'accesso alle linee elettriche di Terna da parte del proprio personale. Queste opere, che si concretano nella realizzazione di nuovi percorsi attrezzati o il ripristino di percorsi attrezzati preesistenti mediante corde, parapetti, scalette, ecc., rimangono fruibili sul territorio a beneficio dell'accessibilità alla montagna principalmente a scopo sportivo, turistico, naturalistico, ma anche di pratica della caccia. Le specificità del territorio montano esigono una particolare attenzione ai delicati aspetti inerenti la tutela del paesaggio e della natura. Ma portano anche all'instaurarsi di stretti rapporti di cooperazione, scambio di informazioni, supporto reciproco, solidarietà tra amministrazioni, associazioni, imprese, tra le persone che vivono e lavorano in queste realtà, unite nell'intento di garantirsi una sicurezza reciproca e una rispettosa presenza dell'uomo nell'ambiente montano.

Barbara Gatto | *Coordinatrice Dpt Politiche Ambientali* **-** CONFEDERAZIONE NAZIONALE ARTIGIANATO - CNA

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Le aree montane hanno una valenza fondamentale per l'economia nazionale, essendo il nostro territorio per gran parte montano e assumendo caratteristiche che richiedono una valorizzazione del loro ruolo. Riuscire a fare un ragionamento generale non è semplicissimo in quanto le aree montane italiane sono decisamente eterogenee e presentano caratteristiche diverse a seconda della loro collocazione; questa diversità interna fino ad ora non è stata molto considerata nelle strategie messe in atto, cercando di proporre soluzioni condivise in realtà territoriali che non possono essere accomunate.

In ogni caso tutte queste aree hanno in comune il ruolo fondamentale del capitale naturale in termini di sviluppo, essendo comunità che per avere uno sviluppo economico devono necessariamente "mettere al centro" il loro territorio; da questo punto di vista credo che esistano ancora margini e potenzialità enormi da sfruttare attraverso strategie più solide e strutturate.

La valorizzazione di queste aree deve però passare attraverso forti investimenti soprattutto in campo infrastrutturale richiedendo, di conseguenza, risorse ben spese e mirate per le specifiche esigenze; forse quello che manca in alcune delle novità normative introdotte è proprio l'assenza di risorse mirate e un piano di investimenti per mettere in atto le strategie delineate.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

La stretta connessione tra territorialità e impresa è una caratteristica propria del nostro Paese, caratteristica che, nelle aree montane è ancora più accentuata; proprio questo può essere considerato un punto di forza per lo sviluppo e la crescita di questi territori. Come CNA, in particolare, rappresentiamo imprese che fanno della territorialità e della tradizione i loro punti cardine. Trovare il giusto equilibrio

tra tradizione e innovazione rappresenta proprio la sfida principale che le nostre imprese stanno affrontando in questi anni per mantenere e consolidare la loro posizione sul mercato. Inoltre, molte delle nostre imprese fanno della valorizzazione del territorio, della green economy e delle energie sostenibili le loro attività principali e, in questi nuovi "spazi di sviluppo", trovano nuovi ambiti di mercato e quindi nuove opportunità di crescita.

Le criticità principali sono rappresentate dalle maggiori complessità che il territorio (per le sue caratteristiche strutturali e naturali) presenta a chi avvia una attività e le richieste maggiori sono indirizzate, come visto anche in precedenza, verso un maggiore sviluppo infrastrutturale. Nei territori più marginali inoltre si rileva anche l'esigenza di valorizzare il potenziale del territorio anche dal punto di vista istituzionale.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale rappresenta un segnale importante perché i temi che affronta sono rimasti assenti dall'agenda politica degli ultimi anni; devo ammettere che, rispetto alle potenzialità che questo provvedimento poteva avere, il contenuto è limitato in quanto vi sono trattati alcuni temi e aspetti importanti ma senza un preciso filo conduttore. Inoltre, alcuni temi fondamentali, quali i servizi ecosistemici e le green communities, sono rimandati a provvedimenti successivi che ad oggi non possiamo ovviamente valutare.

Valutazione dell'introduzione nel Collegato Ambientale di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) nell'ottica di una riorganizzazione dei servizi di cittadinanza e delle politiche di sviluppo dei comuni montani

Quello dei sistemi di pagamento dei servizi ecosistemici rappresenta un approccio con un importante potenziale su cui si è molto discusso negli ultimi anni. Questo approccio, di cui si riscontrano già alcune esperienze, positive (soprattutto all'estero o nel campo dell'agricoltura), potrebbe rappresentare una nuova lettura per quantificare e valorizzare da un punto di vista economico il capitale naturale italiano. Anche in questo caso però nel Collegato Ambientale sono presenti i principi generali per questa misura ma bisogna attendere come verrà recepito in concreto prima di dare una valutazione definitiva al provvedimento. A mio avviso, per rendere efficace questo strumento, risulta fondamentale, in primo luogo, l'aspetto della misurazione e, in secondo luogo, sarà necessario un forte coinvolgimento degli attori economici in sinergia con le Istituzioni pubbliche locali.

Il rapporto tra Green Communities e territori montani nell'ottica di una nuova impostazione dell'economia della montagna: potenzialità e limiti

Il testo del Collegato relativo alle green communities sembra scritto appositamente per le realtà montane e ho apprezzato molto l'approccio volto a rendere queste

realtà autosufficienti a 360 gradi (dalla gestione dei rifiuti, all' auto-produzione di energia, agli altri servizi ambientali). L'obiettivo di creare piccole comunità che valorizzino le proprie risorse e abbiano una gestione sostenibile e integrata di tutti i settori che hanno un impatto ambientale importante, credo che sia un punto di partenza fondamentale per creare una vera e propria economia montana e per rilanciare definitivamente i territori interessati.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

I Fondi Europei hanno rappresentato un'ottima risorsa per investire nei territori montani e per cominciare a dare un nuovo impulso alle economie locali, mentre a livello nazionale, ad oggi, siamo ancora piuttosto carenti. Devo però ammettere che in termini di strategia generale si è fatto ancora molto poco.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Il futuro delle aree montane si intuisce dai ragionamenti generali fatti fin qui; cogliere e valorizzare le caratteristiche di questi territori che sono molto legati alla sostenibilità può rendere veramente queste aree protagoniste anche da un punto di vista economico rispetto al Paese nel suo complesso. Tra l'altro credo che questo sia il momento giusto in cui parlare di questi argomenti in quanto il tema della sostenibilità sta avendo un forte impulso nel dibattito Europeo e Internazionale, con il coinvolgimento anche di Paesi che finora avevano tralasciato il tema ambientale.

Mario Grillo | *Proprietario* - FATTORIA BIÒ

La nostra è una azienda di 5 generazioni familiari, nasciamo come pastori transumanti dalla marina verso la Sila e negli anni 70 i miei genitori hanno comprato un fondo di 100 ettari da altri parenti non interessati alla pastorizia. Circa 7 anni abbiamo introdotto anche i bovini (oltre agli ovini e ai caprini), arrivando ad avere oltre 600 ovi-caprini e circa 100 bovini; trasformiamo il latte producendo caciocavallo, mozzarella, pecorino e da circa 3 anni abbiamo introdotto la coltivazione della canapa sativa ad uso alimentare che rappresenta un'ottima alternativa per diversificare le produzioni.

Siamo una azienda biologica certificata e abbiamo fatto anche un investimento all'estero producendo formaggi in Giappone nella zona di Hokkaido. Personalmente vengo dal settore della consulenza e dopo 5 anni di attività nel settore bancario della gestione dei sistemi complessi ho deciso di ritornare in azienda e abbiamo utilizzato i Fondi Europei per dare vita alla Fattoria Biò con annesso un agriturismo.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Lavorare in montagna significa avere i costi triplicati rispetto alla pianura riuscendo a produrre un prodotto eccezionale ma con un prezzo che, se si applicassero le giuste maggiorazioni, nessuno sarebbe disposto a pagare: ad esempio il nostro caciocavallo ha un costo di 12€ al chilogrammo e per riuscire a venderlo ci manteniamo soltanto un margine di guadagno bassissimo. Come concorrenza, inoltre, spesso ci troviamo a competere con prodotti contraffatti (con materie prime estere e difficilmente rintracciabili), che, a causa dello scarso controllo degli organi preposti, vengono paragonati ai nostri prodotti ma con un prezzo decisamente più competitivo.

Inoltre un altro elemento di debolezza risiede nei costi di gestione delle aziende montane come la nostra: ad esempio, già soltanto per riscaldare gli animali si consuma di più, si devono alimentare in un certo modo e le strutture devono avere determinate caratteristiche. Al tempo stesso però la montagna ti assicura una qualità del prodotto e una qualità della vita che non ha eguali.

A mio avviso ci sarebbe bisogno di incentivi per produrre in montagna, anche perché se devo avvicinarmi ai prezzi delle altre aziende di pianura, devo per forza ricevere in cambio un aiuto. In tutto questo discorso non dobbiamo dimenticare che chi produce in montagna fornisce un servizio alla società non avendo in cambio alcun servizio: ad esempio mio figlio per potere svolgere una attività scolastica, sportiva o culturale decente ha bisogno di uno spostamento di circa 40 km. La montagna ha una assoluta necessità di essere viva e che ci siano momenti di aggregazione più marcati.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Non conosco il Collegato Ambientale nella sua interezza ma posso senza dubbio dire che le ricadute sul territorio calabrese sono state, ad ora, pari a zero. La tanta decantato Legge sulla Montagna non esiste nella pratica; l'Europa non ha ancora dato un input serio ed efficace per rilanciare i territori montani e le aree interne. Se l'intenzione è quella di valorizzare i territori anche attraverso la qualità dei prodotti è necessaria una programmazione efficace per riuscire ad abbattere i costi.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

Noi riceviamo un aiuto in più con la nuova PAC ma personalmente credo sia necessario che un'azienda dovrebbe avere la possibilità di farcela da sola "senza aiuti" perché con questi finanziamenti si "droga" il mercato e una azienda se dovesse un giorno trovarsi senza rischia di morire.

La PAC in questo momento è utilizzata dalle aziende per riuscire a sopravvivere ma così non rispecchia lo spirito iniziale di queste iniziative che volevano in primo luogo calmierare i prezzi, mantenere il territorio, tutelare l'ambiente e offrire servizi sociali.

Dal 2006 abbiamo anche creato una rete di impresa che comprende 30 aziende del territorio silano, cercando di promuovere l'internazionalizzazione e cercando di rivitalizzare l'imprenditorialità del nostro territorio.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Le aree montane hanno un grande potenziale perché in questa fase storica le persone sono sempre di più alla ricerca di un cibo sano grazie alla consapevolezza dei danni che può causare una alimentazione non corretta. L'aspettativa nostra è quella che si vada verso un concetto di "consumare meno ma consumare meglio" e in quest'ottica i nostri prodotti hanno sicuramente una qualità superiore rispetto agli altri. Si potrebbe pensare in futuro alla Sila come "Altopiano del benessere".

Emilio Guidetti | *Direttore* - MONTAGNA 2000

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Parlando delle aree montane di competenze della nostra Azienda, in questo momento il contesto economico è caratterizzato da una forte crisi economica con una tendenza allo spopolamento dell'area a seguito della chiusura di molte attività economiche e una conseguente migrazione verso la città di Parma o comunque verso comuni di pianura.

Dal nostro punto di vista (di un'azienda che opera sul territorio montano con un capitale totalmente pubblico) possiamo avere l'opportunità e, soprattutto, il compito di individuare le migliori opportunità di business sul territorio legate, nel nostro caso, principalmente al servizio idrico integrato ed alle energie rinnovabili. Opportunità che possano creare occasioni di lavoro per gli abitanti dell'area evitandone così l'allontanamento.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

I punti di forza principali degli investimenti in territori montani sono le risorse naturali e, quindi, la possibilità di avere acqua, legna e vento in un'ottica di investimenti sulle energie rinnovabili e di "sfruttamento" di queste opportunità come sviluppo ulteriore del proprio business.

Le criticità maggiori risiedono nella scarsa densità abitativa dei territori montani che rende più complicato riuscire a fornire attività e servizi alla popolazione soprattutto a causa dello scarso ritorno economico.

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

Nel nostro territorio alcune aziende hanno installato centraline idroelettriche per riuscire a coniugare lavoro e sviluppo sostenibile del territori, vi sono anche esperienze territoriali sulla generazione eolica. La nostra azienda sta progettando

piccole centrali idroelettriche per produrre energie rinnovabili e stiamo lavorando anche sullo sfruttamento delle biomasse. Inoltre, recentemente, sempre nel nostro territorio, si è installato un nuovo polo ceramico che ha rilevato una vecchia attività preda della crisi e uno stabilimento di riciclaggio di pneumatici che sicuramente potranno dare un beneficio al territorio.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Quando ho letto il Collegato Ambientale sin dalle prime bozze e fino al testo definitivo, ed in particolare l'articolo 72 sulle cosiddette strategie *green*, ho subito pensato che fosse scritto appositamente per un territorio come il nostro e che dia spunti estremamente significativi per collegare tutta la filiera delle energie rinnovabili al riciclaggio dei rifiuti alla bellezza e alla salvaguardia del territorio. Il Collegato Ambientale offre, a mio parere, una imperdibile occasione di valorizzare le attività imprenditoriali del territorio, sfruttandole anche come "richiamo" per un turismo verde di matrice tipicamente nord europea.

In questo senso mi sembra ottima l'introduzione di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) perché, a mio parere, chi sfrutta il capitale naturale (monetizzandolo o ricostituendolo) è giusto che lo indennizzi, non può esistere uno sfruttamento a costo zero; per quanto riguarda le modalità di indennizzo, si potrebbe valutare il pagamento di una percentuale del ricavo che consente di fare, ad esempio, una turbina idroelettrica, reinvestendo tale capitale nel territorio in modo mirato quali, per esempio, ripristino ambientale o valorizzazione del territorio.

Il rapporto tra Green Communities e territori montani nell'ottica di una nuova impostazione dell'economia della montagna: potenzialità e limiti

Le potenzialità, anche in questo caso, sono infinite sposandosi perfettamente con i territori montani in generale e con il nostro in particolare; per cui credo ci sia solo la necessità di mettere d'accordo tutti gli attori coinvolti in questo processo. Esistono però al tempo stesso difficoltà infrastrutturali, nel senso che dal Nord Europa (area tradizionalmente più attenta al turismo verde) arrivare nelle nostre zone non è così semplice proprio dal punto di vista logistico; di conseguenza il richiamo turistico deve necessariamente essere accompagnato da interventi infrastrutturali che permettano una facile fruibilità dei territori.

Quali sono gli ambiti per i quali il sistema montano può dare un contributo importante alla green economy?

I contributi maggiori da parte del sistema montano alla green economy possono derivare esclusivamente da progetti di distretto territoriale, individuando macro aree che vadano al di fuori del semplice territorio comunale, stilando progetti all'interno dei quali ogni comune segua un aspetto specifico e nell'insieme il distretto diventa di fatto una green community di pregio.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

A volte gli interventi comunitari e nazionali in ambito montano sono veramente difficili da cogliere, risultando abbastanza difficile riuscire a trovare progetti calzanti; a mio avviso questi interventi dovrebbero essere decisamente più permeabili alle persone "normali" e non soltanto per gli specialisti

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Se le aree montane saranno capaci di cogliere le opportunità che sono contenute nelle nuove normative, uscendo da una logica di isolamento e di "isola verde" (da non confondersi con le green communities), prevedo un futuro certamente positivo. Occorre però ritrovare stimoli affinché la gente non vada più via dal territorio, riesca a trovare un lavoro e affinché la montagna stessa ritorni a rivestire un ruolo attrattivo per investitori e turisti.

Sandro Lazzari | *Presidente* - COMPRENSORIO DOLOMITI SUPERSKI

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Le aree montane non possono essere tratte tutte nella stessa maniera, presentando diversi livelli di sviluppo e diverse vocazioni territoriali; la nostra specializzazione riguarda ovviamente il turismo invernale (basato sullo sci) e quello estivo (escursionismo, ecc.) e in questo senso indirizzerò le mie considerazioni e valutazioni.

Nel contesto economico turistico parlare di nuove strategie vuol dire principalmente riuscire ad utilizzare al meglio la montagna a scopi turistici soprattutto perché le esperienze passate hanno evidenziato come la nascita del turismo invernale, rappresentando una forte risorsa per le popolazioni locali, abbia evitato lo spopolamento di queste aree e le migrazioni verso le città. Lo scopo principale del turismo montano, infatti, è quello di trovare una fonte economica di vita e di permanenza in montagna per la popolazione locale.

Lo sviluppo del settore turistico è stato forte e ha permesso di creare lavoro e finanziare la cosiddetta "filiera turistica" che comprende tutte le attività collegate al turismo montano che devono mantenere altissimo il loro livello di professionalità per non compromettere il corretto sviluppo di tutte le altre.

Questa filiera si è sviluppata seguendo le possibilità offerte dalla montagna che non sono soltanto quelle del paesaggio ma anche la possibilità di viverci, di intraprendere una attività e di potervi operare ed investire; in questo senso l'ambiente fornisce una forma di sostentamento alla popolazione la quale deve utilizzare l'ambiente in maniera "permanente", rispettando cioè le regole e i limiti imposti, sviluppando una forma di "turismo sostenibile" e durevole.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

I punti di forza e di debolezza risiedono sostanzialmente nelle scelte di chi decide di investire e di localizzare in un territorio montano, cioè nell'impostare in una determinata montagna e in un determinato ambiente una determinata attività che sia adatta e conforme e che sia in sintonia con le possibilità offerte dal territorio scelto. La montagna consente di impostare determinate attività in una determinata maniera che bisogna assolutamente seguire.

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

I vincoli ambientali sono essenzialmente di due tipologie: quelli naturali per i quali bisogna avere la sensibilità di adattarsi senza forzarli e quelli normativi (imposti dalla legge) che impongono limiti ai quali attenersi. È molto difficile trovare il giusto compromesso tra tradizione e innovazione, in quanto una politica troppo espansiva può sovraccaricare l'ambiente ma, allo stesso tempo, una politica troppo restrittiva può "svuotare" i territori in questione. Il giusto equilibrio sarebbe quello di dare il minimo impatto con il massimo risultato, ma non sempre si riesce in questo intento.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale indica criteri ambientali da seguire attraverso norme e raccomandazioni ma ancora mancano le indicazioni precise per raggiungere questi obiettivi, lasciando troppo spazio alle interpretazioni e alle ideologie. Il risultato, purtroppo, è quello di bloccare iniziative valide o di consentire di intraprenderne altre non altrettanto positive.

Valutazione dell'introduzione nel Collegato Ambientale di un sistema di pagamento dei servizi ecosistemici e ambientali (PSEA) nell'ottica di una riorganizzazione dei servizi di cittadinanza e delle politiche di sviluppo dei comuni montani

Qualsiasi attività venga avviata deve essere fatta in determinate maniere, con determinate cautele e con determinate regole di manutenzione che comportano costi anche molto elevati; in questo senso si paga già l'utilizzo dei servizi ecosistemici e ambientali. L'introduzione di una tassa non sarebbe utile, a mio avviso, basterebbe soltanto fare rispettare le regole e responsabilizzare chi utilizza l'ambiente a mantenerlo sostenibile con i propri mezzi economici senza ricadere sulle comunità presenti sul territorio.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Personalmente sono ottimista perché mi accorgo che esistono tecniche per fare economia nelle zone montane rispettando l'ambiente, occorre soltanto utilizzare al meglio le risorse e avviare le attività che possono essere avviate senza esitazioni.

Umberto Martini | *Ex Presidente* - CLUB ALPINO ITALIANO

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Il contesto economico montano italiano si presenta decisamente eterogeneo, presentandosi alcune situazioni economiche evolute e rimanendo, altre, nell'area di marginalità spesso accentuando questa caratteristica di esclusione dal tessuto economico nazionale. Al contempo esistono però aree di eccellenza legate a iniziative, alla volontà e alla capacità di singoli di innovare e di portare idee "nuove" che permettono un "ritorno alla montagna" da parte dei giovani, creando situazioni di sviluppo e una economia diversa rispetto a quella tradizionale.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Il punto di forza principale risiede nella grande disponibilità, in alcune aree montane, di forza lavoro; in tal senso però occorre fare una valutazione preliminare perché si dovrebbe creare un filone di sviluppo legato a una filiera "di tradizione", incentivando, cioè, prodotti locali e approfondendo e, talvolta, recuperando, tradizioni antiche. Per fare questo servono principalmente idee e la capacità di riuscire a trasferire in concreto le buone pratiche già sperimentate in altri contesti con ottimi risultati.

Localizzare, investire e lavorare in montagna alla ricerca di un equilibrio tra tradizione e innovazione: testimonianze e buone pratiche

Nel settore alimentare un esempio concreto di buona pratica che mantiene un forte equilibrio tra tradizione e innovazione è rappresentato da una azienda dell'Altopiano di Asiago che produce marmellate realizzate con prodotti locali e che, riuscendo a trovare proprio questo equilibrio, sta assumendo i connotati di una vera e propria multinazionale pur partendo da una esperienza di impresa a conduzione familiare.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale, a mio avviso, rappresenta un onesto tentativo di legislazione in tema di territori montani, che però andrebbe tarato sulle realtà territoriali prima di assumere la forma definitiva. Questo processo, purtroppo, non è quasi mai realizzato, venendo a mancare la parte più "reale" delle leggi emanate in materia di montagna e di aree interne.

Il rapporto tra Green Communities e territori montani nell'ottica di una nuova impostazione dell'economia della montagna: potenzialità e limiti

Al coraggio dei singoli e dei privati dovrebbe corrispondere una maggiore sensibilità degli Amministratori locali e questo, purtroppo, non sempre accade. Il progetto Green Communities, se vogliamo ottenere risultati concreti, è formato da una serie di attività che dovrebbero coinvolgere una intera area, diventando, quindi una operazione del territorio e non di singoli attori. Sono personalmente a conoscenza di percorsi che hanno dato ottimi risultati grazie soprattutto alle valutazioni e alle

capacità degli Amministratori di saper cogliere al massimo le opportunità offerte, anche affidandosi a soggetti esterni con una maggiore esperienza in questo campo.

Quali sono gli ambiti per i quali il sistema montano può dare un contributo importante alla green economy?

In primo luogo occorre riscoprire un turismo diverso da quello "consumistico" tradizionale, che sta mostrando in questo momento limiti evidenti di sostenibilità e di ulteriore sviluppo, soprattutto a causa degli investimenti successivi ai guadagni che non vengono effettuati sul territorio montano ma spostati su altri territori. È necessario valorizzare il territorio montano nella sua interezza, dalle potenzialità artistiche e culturali, a quelle gastronomiche ed enologiche; in questo senso il Club Alpino Italiano, grazie all'accordo sottoscritto con il Ministero del Turismo e della Cultura, sta cercando di sostenere e promuovere i percorsi di montagna che portino a conoscenza e alla luce tutto il patrimonio di tradizioni che è proprio dei territori montani.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

Esiste un ventaglio di esperienze (positive e negative) che hanno evidenziato fondi utilizzati nel modo migliore per sfruttare al massimo le possibilità offerte ma anche lo spreco di tali opportunità a causa della scarsa efficienza di chi doveva utilizzare i fondi messi a disposizione. I vari Programmi Europei hanno dato la possibilità di fare cose interessanti che sono rimaste nel tempo e hanno fornito un nuovo impulso ai territori coinvolti.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Il futuro delle aree montane è legato principalmente alla intelligenza e alla apertura mentale di chi le amministra e della legislazione che verrà proposta e prodotta in materia; purtroppo, spesso, copiare i risultati positivi di progetti riusciti costa meno che inventarsi percorsi nuovi, ma in questo modo non si darà mai un nuovo impulso di sviluppo e di innovazione ai territori montani.

Proprio in questo senso, all'interno del Film Festival che si svolgerà a Trento il 30 aprile 2016, verrà ricordata la memoria di un grande operatore della politica e della cultura Michele Gortani in occasione del 50esimo anno dalla sua scomparsa; Gortani fu il primo politico che inserì la montagna nella Costituzione Italiana e noi lo vogliamo ricordare proprio nell'ottica di cercare un nuovo slancio e un nuovo impegno politico che porti sviluppo ai territori montani italiani.

Stefano Paniconi | *Amministratore Delegato* - GLOBE POSTAL SERVICE

L'operatore postale privato Globe Postal Service (GPS) è in possesso della licenza individuale n.1900/2012 e si è specializzato nella raccolta e nella postalizzazione nazionale ed internazionale di corrispondenza, in particolare di cartoline turistiche.

GPS è il primo operatore privato che vende il suo servizio postale attraverso la commercializzazione di stamps di propria emissione con i quali è possibile postalizzare la corrispondenza esclusivamente presso una qualsiasi delle 1200 mail boxes di proprietà GPS, disponibili su scala nazionale.

Lo studio attento del territorio italiano, inizialmente rivolto soprattutto alle zone turistiche balneari, e la volontà di colmare il vuoto creato dall'ex monopolista nella vendita di francobolli (difficili da reperire per i turisti) hanno fornito a GPS le basi per strutturarsi come primo operatore postale privato attivo nel segmento retail con un proprio stamp e con una propria infrastruttura postale di mail boxes, alternativa a quella dell'ex monopolista.

Nonostante in Italia questo specifico mercato postale non sia ancora stato regolamentato, a differenza di altri Stati Europei, l'intuizione della GPS si è rivelata capace di soddisfare delle specifiche esigenze in ambito postale tanto che dal 2015 la GPS ha esteso il suo servizio postale retail anche in alcune aree turistiche montane.

A seguito del piano di razionalizzazione di Poste Italiane che avrebbe comportato la chiusura di diversi uffici postali soprattutto nelle piccole aree montane, invece, la GPS ha iniziato uno studio con l'Uncem Toscana e la Fondazione Montagne Italia con l'intento di ripristinare nei comuni interessati il tradizionale servizio postale, erogato in modalità green.

A dicembre del 2015 è stato quindi presentato alla Camera dei Deputati il progetto "GPS Welfare mail: ecco Fatto", un progetto tanto innovativo quanto sperimentale, nato dall'ascolto dei territori, realizzato in maniera collaborativa e nel rispetto dell'ambiente e delle tradizioni territoriali; il progetto intende fornire altre risposte ad altre esigenze postali locali, non beneficia di contributi statali e che, al contempo, torna a valorizzare la tradizione postale italiana.

La conferenza stampa ha visto la partecipazione dell'On. Enrico Borghi, Presidente dell'Intergruppo parlamentare per la montagna, Oreste Giurlani Sindaco di Pescia e Presidente dell'Uncem Toscana, Cristiana Di Grazia Presidente GPS, Stefano Paniconi a.d. GPS ed Emanuel Bonanni relazioni istituzionali GPS.

Il progetto "GPS Welfare mail: Ecco Fatto" è il risultato della sinergia tra i servizi postali messi a disposizione dall'operatore postale privato GPS come integrazione dei servizi già erogati dal Progetto "Ecco Fatto", realizzato da Uncem Toscana e già operativo con 74 sportelli in diversi comuni della sola Regione Toscana.

E' operativo, in fase sperimentale, da maggio del 2016 nel solo Comune toscano di Pescia (in provincia di Pistoia) e la fase iniziale del progetto prevede la fornitura gratuita, ad opera di GPS, di una piattaforma multimediale presso alcuni degli

sportelli cittadini "Ecco Fatto" al fine di ripristinare in modo proporzionale sul territorio un equo accesso al servizio di pagamento delle utenze, dei servizi finanziari, televisivi e telefonici.

I risultati raggiunti durante questa prima fase del test saranno presentati ad ottobre 2016 e le fasi successive del progetto prevedono l'integrazione presso i medesimi sportelli "Ecco Fatto" di altri servizi postali come stamps GPS utili a spedire corrispondenza in Italia e nel mondo ed il servizio di corriere espresso, servizi già erogati dall'operatore postale Globe Postal Service.

La GPS infatti contribuisce al progetto "welfare mail" fornendo i soli servizi postali già erogati dal momento che un'altra finalità della sperimentazione vuol essere quella di dimostrare che è possibile ripristinare un equo accesso ai servizi postali per tutti i cittadini attraverso le opportunità che un mercato postale correttamente liberalizzato è in grado di offrire ad aziende e cittadini: la strutturazione di un'offerta di servizi postali sempre più completa e vantaggiosa dipenderà quindi dalla capacità di collaborazione che avranno i players del settore, ciascuno in grado di contribuire con le proprie competenze tecniche.

Al termine di ciascuna fase gli ideatori del progetto "Welfare mail" renderanno pubblici i risultati ottenuti e, preso atto delle necessità in ambito postale del Comune di Pescia, valuteranno l'ampliamento della gamma dei servizi postali da integrare, quindi, valuteranno l'estensione del progetto anche in altre amministrazioni locali richiedenti.

Marisa Sanelli | *Proprietaria* - AGRI PIETRANTICA

La nostra è una azienda agricola che si occupa della coltivazione di antichi cereali; abbiamo riscoperto gli antichi cereali della Majella intensificandone la produzione e cercando di accorciare la filiera e di conseguenza di proporre un prodotto "già finito". Annesso alla azienda agricola abbiamo anche un agriturismo con la ristorazione rivolta esclusivamente agli ospiti che alloggiano nella nostra struttura. Infine la nostra struttura è anche una fattoria didattica per le scuole.

Motivi alla base della scelta di localizzare/operare/investire in montagna

Eravamo proprietari di questi pagliai in pietra e avevamo piacere di ristrutturarli, venirci a vivere e cercare di creare da uno stile di vita sano e naturale ma anche un'impresa e quindi un'entrata economica. La nostra è stata essenzialmente una scelta di vita: volevamo mangiare prodotti biologici e fare crescere i nostri figli in una ambiente sano, naturale e a contatto con la natura.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Siamo riusciti a trasformare in punti di forza tutti quelli che inizialmente si

presentavano come punti di debolezza: siamo in un posto molto isolato dove il cellulare non ha campo, non abbiamo apparecchi televisivi per scelta. Ma questo isolamento geografico e culturale, che in precedenza aveva portato all'abbandono dei territori, è stato molto apprezzato soprattutto da un turismo straniero.

Rimane il problema dell'accessibilità soprattutto nel periodo invernale (generalmente da Natale a Pasqua) durante il quale siamo bloccati a causa della neve e non abbiamo la possibilità di ospitare turisti.

Ruolo effettivo ed auspicato per le Istituzioni locali (Regione, Comune, Ente provinciale, Comunità montane, Associazioni di Comuni, Autorità di bacino) quali interlocutori dell'impresa e attori della tutela, valorizzazione e sviluppo del territorio

Credo ci sia ancora molto da fare soprattutto a livello di marketing; purtroppo gli enti locali della nostra regione non hanno ancora una visione strategica del territorio così come avviene in altri territori montani italiani (primo fra tutti il Trentino Alto Adige) dove sono riusciti a rilanciare strutture e turismo montano.

Si lascia tutto il peso sulle spalle delle iniziative imprenditoriali private senza alcun aiuto da parte delle Istituzioni che risultano del tutto passive.

Partecipazione/integrazione dell'impresa con altri soggetti privati (accordi e/o sinergie con imprese dello stesso o di altri settori, partecipazione a reti, associazione a strutture di rappresentanza, ecc.)

Abbiamo attuato uno scambio con altri agriturismi e imprese agricole attivando uno scambio di prodotti: una sorta di "baratto" dei nostri prodotti con quelli di altre aziende "amiche". Siamo riusciti a scavalcare tutta la burocrazia e, anziché il pagamento in denaro emettiamo fattura per prodotti di pari importo. In questo modo si riesce ad investire molto sui prodotti tipici e di qualità garantita e si riesce anche ad arricchire l'offerta per i turisti.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

C'è molto da fare ma ormai la montagna è per pochi, nel senso che gli imprenditori che decidono di venire a vivere in questi territori sono pochi e al tempo stesso non percepiamo alcun interesse da parte delle Istituzioni verso i nostri territori: ad esempio nel nostro comune, all'interno del Parco della Majella, zona di riserva A, non è stata ancora attivata la raccolta differenziata e questo è del tutto inconcepibile e evidenzia proprio una mancanza di cultura ambientale e di visione strategica da parte degli organi deputati.

Roberto Snaidero | *Presidente* - FEDERLEGNOARREDO

Desidero partire da una data precisa, quasi "storica", per le nostre rispettive organizzazioni: UNCEM e FederlegnoArredo (per semplicità, FLA). Il 6 giugno 2006, a Palazzo Chigi nella Sala Verde, alla presenza del Sottosegretario Enrico Letta e dell'allora Ministro per le politiche agricole e forestali, Paolo De Castro, veniva sottoscritto un Protocollo d'Intesa tra Federlegno Arredo, l'associazione aderente a Confindustria che rappresenta la filiera foresta-legno-arredo e Uncem - Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani. A sottoscrivere quell'accordo vi era – ieri come oggi - proprio il Presidente di FLA, Roberto Snaidero, come segno della continuità che si intende dare a quel primo atto per operare congiuntamente – a quell'epoca - affinché lo Stato, in raccordo con le Regioni, si dotasse di un nuovo Piano Forestale Nazionale, in linea con le migliori pratiche a livello europeo, così come una guida ed un indirizzo per le attività regionali, con particolare attenzione proprio al tema dello sviluppo dell'economia montana.
Ricordo, brevemente, i principali obiettivi di questo accordo, per il quale FLA (Federazione Italiana delle industrie del legno, del sughero, del mobile, dell'arredamento) l'associazione aderente a Confindustria che rappresenta la filiera foresta-legno-arredo ha operato ed opera attualmente, per lo sviluppo ed il miglioramento costante del sistema italiano del Legno-Arredamento, con un "occhio" rivolto specificatamente allo sviluppo del patrimonio forestale italiano per i suoi riflessi sulla disponibilità di materie prime legnose oltre che, più in generale, in termini ambientali, produttivi e occupazionali:

- La valorizzazione economica del patrimonio forestale italiano, individuando le aree territoriali ove incentivare gli interventi e le opportunità di valorizzazione energetica dei materiali legnosi;
- L'attività di supporto al processo di filiera basato sui principi dell'eco-certificazione forestale;
- La promozione della costituzione di associazioni di proprietari forestali per una razionale, attiva e sostenibile gestione dei boschi privati;
- L'individuazione delle condizioni e delle scelte necessarie a definire, promuovere e diffondere progetti di intervento per il miglioramento dei boschi in generale e più in particolare di quelli cedui, anche ai fini dei bilanci di CO_2 e delle strategie italiane di attuazione del Protocollo di *Kyoto*.

Collegandomi al rapporto di FederlegnoArredo con le Istituzioni, desidero evidenziare subito come - da quel 6 giugno 2006 - "molta acqua sia passata sotto i ponti" perché si sono creati e, successivamente, consolidati numerosi ambiti inter/intra-istituzionali, oltre che "multistakeholders", di confronto e co-progettazione di strategie, politiche ed azioni in specifici tavoli di lavoro, iniziative ed attività strategiche sui temi della valorizzazione delle aree montane (arco alpino ed Appennino), sempre con particolare riferimento alla filiera foresta-legno-energia, alla sua valorizzazione ambientale, economica e sociale, in ordine rigorosamente alfabetico….

Già nel citato protocollo del 2006, FLA si impegnava ad "operare congiuntamente affinché lo Stato, in raccordo con le Regioni, si doti di un nuovo Piano Forestale Nazionale che sia in linea con le migliori pratiche a livello europeo e serva da guida ed indirizzo per le attività regionali, con particolare attenzione per lo sviluppo dell'economia montana". Allo stesso modo, sempre in applicazione di un altro dei punti del protocollo citato ("individuare gli atti normativi all'interno dei quali possono trovare spazio le azioni di valorizzazione economica e multifunzionale del patrimonio boschivo sostenendone l'iter nelle sedi istituzionali, incluse anche quelle internazionali") FLA si è fatta promotrice ed ha coordinato- tra le molte – due strategiche azioni di "politica territoriale e forestale":

1) La costituzione (nel dicembre del 2010) del **Tavolo di Filiera Legno presso il MIPAAF** e la nomina di un apposito *Steering Committee*[1], su esplicita richiesta dell'allora Presidente di FederlegnoArredo, il mio predecessore Rosario Messina.

   Questo gruppo di lavoro *multistakeholder* ed interministeriale, istituito formalmente il 14-12-2012 con apposito decreto (il D.M. 18352) ha prodotto come prima strumento di strategico di progettazione e pianificazione territoriale, il "Piano di settore della Filiera Legno 2012-2014 - Orientamenti strategici nelle politiche di sviluppo e nell'individuazione delle misure ed azioni utili a sostegno del settore (https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/4%252F8%252F8%252FD.45868e71e4f9c94b1c5a/P/BLOB%3AID%3D5082/E/pdf), cioè un piano operativo di settore, coordinato e condiviso da tutti gli *stakeholders* della filiera foresta-legno-energia, con il quale poter realizzare processi di coordinamento e concertazione tra domanda e offerta di legno, tra amministrazioni competenti e operatori di settore.

Nel suo *iter* applicativo, il Piano di settore ha prodotto – almeno fino ad ora - due importanti risultati immediati:

a. Aggiornamento Normativo per il settore forestale nazionale, con la revisione del D.Lgs. 227/2001 –
b. La costituzione – in senso al Tavolo di Filiera Legno stesso, di uno specifico di gruppo di lavoro sul Coordinamento e convergenza di interessi per la filiera foresta-legno-energia, coordinato anche da FLA, attraverso il proprio Ufficio Foreste.

Questo impegno di FLA per la filiera foresta-legno-energia, mi sembra andare nella direzione di quanto richiesto dal Presidente di UNCEM – on.le Enrico Borghi – in una recente intervista che ho avuto modi di leggere, ovvero che "*Le politiche*

---

[1]) Lo *steering committee*, l'organismo interno al Tavolo di Filiera Legno che ha funzione di supervisione strategico sul progetto attraverso riunioni periodiche, ha anche il fondamentale compito di ragguagliano il Tavolo comitato sullo stato avanzamento lavori, sulle eventuali criticità emerse e sulle eventuali azioni da intraprendere

.

forestali devono essere inserite nella logica delle green communities che lo Stato deve incentivare" di cui si parla esplicitamente nel Collegato Ambientale, cercando di colmare - almeno in parte - *quella "assenza di strategie, nazionali e locali, può notevolmente complicare gli scenari, non permettendo la crescita di una filiera che in altri Stati alpini ha segnato, negli ultimi decenni, il rilancio economico e sociale dei territori montani*" di cui parla Borghi.

2) **Accordo interregionale sul prelievo legnoso in ambito boschivo e sulla filiera legno.** Nel corso del 2014, gli Assessori competenti in materia forestale delle Regioni Lombardia e Friuli Venezia Giulia hanno accolto una richiesta di FederlegnoArredo per la definizione di un "accordo sul prelievo legnoso in ambito boschivo" estendendo l'ambito territoriale alle Regioni Emilia Romagna, Veneto e Piemonte, cioè quello che ha portato all'accordo interregionale sul pioppo, sottoscritto a Venezia il 29 gennaio dello stesso anno.

   In sinergia col lavoro del tavolo di filiera nazionale presso il MIPAAF, l'intenzione dei sottoscrittori dell'accordo si è concretizzato nel formale impegno ad accelerare al massimo tutte le azioni di propria competenza che devono portare ad un accettabile sfruttamento della risorsa legnosa presente nei nostri boschi, comunque nell'ambito dei principi di sostenibilità ambientale così come riconosciuti dagli ormai noti protocolli internazionali (PEFC, FSC), soprattutto perché tutte le Regioni firmatarie sono caratterizzate da un sottoutilizzo più o meno marcato delle rispettive risorse forestali legnose.

I due casi appena citati, sono solamente due esempi, seppure molto significativi, di quale fondamentale importanza, strategica e gestionale, abbiano le capacità e relative attività di confronto, di dialogo, di mediazione, di coinvolgimento e condivisione di progetti e strategie tra i diversi portatori di interesse (soprattutto su temi come questi), come pratica di pianificazione e progettazione per la valorizzazione dei territori e dei numerosi e diversificati interessi che su di essi insistono. Riprendendo un ulteriore impegno di FLA nel più volte citato Protocollo con UNCEM ("promuovere la costituzione di associazione di proprietari per la gestione tecnico-economica dei boschi privati"), ritengo utile evidenziare la grande importanza che l' Accordo di partenariato che l'Italia ha presentato, come strategia coordinata di tutti i Fondi Strutturali Comunitari, potrebbe rivestire proprio per lo sviluppo delle zone montane, ponendosi esso l'obiettivo prioritario di rallentare il fenomeno dello spopolamento delle Aree Interne, attraverso un approccio di intervento integrato rivolto al recupero ed alla valorizzazione delle potenzialità presenti anche nelle aree marginali, critiche per la tenuta complessiva del territorio nazionale e dei percorsi di sviluppo equilibrato, ma tendenzialmente sempre meno presidiate e curate da comunità locali attive. La strategia Aree Interne, infatti, implica che i progetti di sviluppo locale si focalizzino su:

- tutela del territorio e comunità locali;
- valorizzazione delle risorse naturali, culturali e del turismo sostenibile;
- sistemi agro-alimentari e sviluppo locale.

Sulla base della documentazione del collegato ambientale che ho potuto visionare, non posso esimermi dall'esprimere un giudizio positivo sull'autorizzazione di spesa prevista dal medesimo, per interventi a favore dello sviluppo delle aree interne e del suo incremento per il triennio 2016 - 2018, come segno concreto di effettivo supporto alla strategia Aree Interne.

Prioritario, dunque, è il tema dell'associazionismo forestale, all'interno del quale non mancano, certo, numerose esperienze positive di filiere locali, con alcune delle quali FLA è in stretto e continuativo contatto e con le quali vi è una consolidata collaborazione.

Cito, a questo proposito, un organismo associativo di relativa recente costituzione (2012) nel settore delle imprese boschivo, ovvero del primo e fondamentale anello della filiera foresta-legno: Co.Na.I.Bo., il Coordinamento Nazionale delle Imprese Boschive auto-costituitosi nel settembre 2012, per espressa volontà delle Associazioni di categoria delle imprese Forestali esistenti all'epoca:

- Consorzio Artigiano Imprese Boschive del Friuli Venezia Giulia;
- Sezione Imprese Boschive dell'Associazione Artigiani Provinciale della Provincia Autonoma di Trento;
- ARIBL- Regione Lombardia
- Associazione Regionale Boscaioli Piemonte
- Associazione Regionale Boscaioli Toscana

Credo sia utile riportare di seguito, schematicamente, le 5 PRIORITÀ proposte dalle associazioni promotrici del coordinamento, a nome di una numerosa rappresentanza di "montanari" del XXI secolo":

1) Rafforzare l'associazionismo e le politiche di sviluppo per il settore delle biomasse forestali;
2) Favorire la crescita professionale delle imprese;
3) Superare le criticità d'inquadramento dell'impresa e tutelare la sicurezza degli operatori;
4) Sviluppare le infrastrutture e promuovere la gestione forestale sostenibile;
5) Rilanciare l'immagine dell'operatore forestale e favorire il ricambio generazionale.

Questi punti programmatici, rientrano in un più ampio – e comprensibile e necessario – contesto di presa di coscienza da parte di questo settore produttivo di una nuova ed attesa consapevolezza su temi centrali:

- Fondamentale importanza strategica del dialogo continuo con la pubblica amministrazione, a partire dai livelli ministeriali, per poter interloquire e proporre direttamente eme il propri punto di vista (insieme ed in condivisione agli altri *stakeholders*) sui disposti normativi relativi alle effettive necessità ed i relativi interventi degli interventi utili al settore montano e forestale in particolare. Il mondo imprenditoriale boschivo è, infatti, ormai maturo e conscio del proprio importante ruolo nel fornire, attraverso le proprie associazioni regionali,

contributo fondamentale ai tavoli di discussione programmatica e politica per giungere alla definizione di progetti concreti, che trovino attuazione in tempi brevi.

- Valorizzazione del ruolo produttivo e multifunzionale delle imprese boschive -> boscaiolo inteso non solo come utilizzatore/trasformatore dei prodotti legnosi, ma anche come custode del territorio, manutentore dell'assetto idrogeologico e quindi artefice della prevenzione del dissesto idro-geologico -> azione di informazione e sensibilizzazione nei confronti delle pubbliche amministrazioni e, ancora di più, dell'opinione pubblica, sfatando finalmente la visione dell'immaginario collettivo del boscaiolo come un retaggio del passato ed un elemento negativo per l'ambiente.
- Crescente necessità di Avviare un dialogo tra imprese, amministrazione pubblica e ricerca, affinché i progetti di innovazione possano incontrare le reali esigenze di chi opera sul territorio -> coordinamento dovrà svolgere un'azione di concertazione, sorveglianza e soprattutto proposta per quanto riguarda i provvedimenti che interessano il settore boschivo. "*La più grande opera di questo paese sarebbe di avere su tutte le aree collinari e montane una presenza capillare di imprese forestali qualificate che conoscano a fondo il territorio, assicurando così la cura del bosco e la manutenzione dei corsi d'acqua*".

Ampliando il discorso al tema delle *Green Communities,* ritengo importante citare un particolare esempio di *Green Community* operativa è quello rappresentato dalla Foresta Modello delle Montagne Fiorentine (un modello che, ne se non convinto, potrebbe essere replicato anche il altre realtà territoriali nel Paese) un esempio di percorso permanente a partecipazione volontaria di gestione di territori montani e rurali e che FLA segue da vicino con interesse ed un parziale supporto. Facente parte della Rete Internazionale delle Foreste Modello, un'associazione volontaria di partner di tutto il mondo che lavora per la diffusione della gestione e l'uso sostenibile delle foreste e dei paesaggi forestali, la Foresta Modello delle Montagne Fiorentine è, nei fatti, uno standard internazionale di origine canadese, soggetto ad uno ben definito e regolamentato percorso di accreditamento, e si fonda sul principio di un ampio partenariato, che lavorando in particolare (ma non solo) sulla sostenibilità della foresta, ed è via preferenziale e strategica per l'incremento, attraverso l'innovazione e la *governance*, della qualità della vita nelle aree rurali. Questi territori forestali sono amministrati secondo i principi della gestione forestale sostenibile, dove tutti i possibili conflitti tra i diversi soggetti, che interagiscono fra loro, sono risolti, preferibilmente e preliminarmente, con incontri a partecipazione volontaria, attraverso scelte gestionali il più possibile trasparenti, condivise e rappresentative di tutti gli interessi in gioco, specie di quelli sociali e di utilità pubblica, che esaltano il ruolo multifunzionale delle foreste stesse. Aspetto particolarmente innovativo di questo strumento di *governance* del territorio forestale, agricolo e rurale, è di operare concretamente negli ambiti delle filiere produttive, della distribuzione commerciale, del mercato, dell'ambiente, del turismo, della cultura, degli aspetti ricreativi e della condivisione del *know-how* territoriale.

Questo processo permanente ha per fine la sostenibilità della gestione forestale, mira a superare i limiti e a cogliere le opportunità, si ispira a criteri di chiarezza dei ruoli dei Soggetti e sussidiarietà delle competenze, ha infine ricadute di esemplarità. E sono proprio queste ricadute che ritengo molto importanti qui evidenziare: migliorare l'integrazione e la sostenibilità della gestione dei boschi e del territorio nel suo complesso, incrementando la coesione e la consapevolezza di insieme di tutte le componenti socio-economiche che direttamente o indirettamente afferiscono al territorio stesso. Particolarmente interessanti mi sembrano i seguenti scopi che si pone - tra i tanti - l'associazione che gestisce la Foresta Modello delle Montagna Fiorentine:

- rivalutazione sociale del settore forestale per le funzioni svolte a vantaggio dell'ambiente, dell'economia e del valore aggiunto nel territorio;
- sviluppo e consolidamento dell'identità culturale e socio-economica del territorio, come componente qualificante di una *governance* orientata alla sostenibilità;
- promozione e sviluppo della partecipazione da parte dei Soggetti della comunità locale ai progetti di sviluppo forestale e rurale, anche in forme innovative di networking imprenditoriale;
- rimodulazione e ottimizzazione del sistema fondiario e infrastrutturale del territorio per la produzione, fruizione, la sicurezza ed il presidio.

Piccoli segnali, certo, e diversi fra loro, ma che possono spingere istituzioni pubbliche e/o soggetti privati ad investire fondi per la nascita e la diffusione di start up, ad esempio, nel settore delle costruzioni in legno oggi si esportano in tutt'Europa case in legno, da filiera locale, alpina o comunque montana.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Venendo alla "stretta attualità" di alcun importanti temi dell'agenda politica attuale, ed in particolare al COLLEGATO AMBIENTALE ed alle c.d. *GREEN COMMUNITIES* - che l'ufficio foreste della nostra Federazione ha analizzato – desidero esprimere le seguenti considerazioni, pur "da non specialista" della materia.Per quanto concerne una valutazione dell'introduzione nel Collegato Ambientale di un sistema di pagamento dei servizi eco-sistemici e ambientali (PSEA) nell'ottica di una riorganizzazione dei servizi di cittadinanza e delle politiche di sviluppo dei comuni montani, le attuali competenze in materia, non permettono a FLA di esprimere molto di più che un giudizio di massima largamente favorevole circa la possibilità potenziale del riconoscimento di una valore economico ai numerosi e fondamentali servizi eco sistemici svolti dai territori montani (in particolare dalle foreste) per l'intera collettività.

FLA non può che salutare con particolare soddisfazione e gradimento la recente approvazione della LEGGE DI STABILITA' e del relativo COLLEGATO AMBIENTALE, alla redazione della quale – per altro – ha fornito un significativo e concreto

contributo diretto; per quanto riguarda, poi, le specifiche MISURE da esse previste per gli ENTI LOCALI, la MONTAGNA, l'AMBIENTE ed i territori, in riferimento alla effettiva possibilità di innestare politiche, progettualità e scelte concrete per la loro auspicabile concretizzazione, desidero soffermarmi, in particolare, sulle seguenti:

Strade

Sebbene nel testo del collegato ambientale si faccia chiaro riferimento alla viabilità tradizionale (si parla, infatti, di accordi Comuni- ANAS per la manutenzione delle strade trasferite alle province e alle città metropolitane), proprio nell'ottica di valorizzazione delle aree montane che sono, appunto, per lo più boscate, si ritiene indispensabile evidenziare l'urgente necessità di adeguare l'attuale sistema di viabilità forestale del tutto insufficiente alle nuove esigenze selvicolturali ed alle nuove tecnologie, proprio perché la viabilità agro-silvo-pastorale è indispensabile per poter esercitare una razionale ed economica gestione dei beni forestali, pastorali e agricoli che costituiscono una preziosa risorsa multifunzionale. In particolare nei soprassuoli forestali, in carenza o assenza di viabilità, vengono a mancare i necessari presupposti per poter eseguire, con sufficienti livelli di razionalità ed economicità, gli interventi selvicolturali richiesti per la gestione attiva dei popolamenti (oltre alla loro insostituibile multifunzionalità: accesso da parte del personale tecnico e di custodia addetto alle operazioni di misurazione, monitoraggio e controllo, accesso da parte delle squadre e dei mezzi per la prevenzione ed estinzione degli incendi boschivi, compartimentazione del bosco a fini gestionali, ecc.).

Dissesto idrogeologico

Concludendo le riflessioni sul tema del collegato ambientale, ritengo importante porre l'accento su un tema particolarmente interessante trattato in esso ovvero quello della prevenzione e della lotta contro il dissesto idrogeologico, tema sul quali FLA ha spesso posto l'accento attraverso diversi *position paper* portati alla conoscenza diversi ministri che, nel corso dell'ultimo quinquennio, sino succeduti ai dicasteri competenti in materia (MIPAAF e MATTM). In quest'ottica, ritengo certamente positivo l'istituzione di un **fondo per il rischio idrogeologico presso il MATTM** a disposizione dei Comuni, per rimuovere o demolire opere e immobili realizzati in aree a rischio idrogeologico elevato, in difformità o in assenza del permesso di costruire. Viene inoltre istituito un fondo per la progettazione degli interventi di mitigazione del rischio idrogeologico. La tutela dell'assetto idrogeologico entra nella fase di progettazione di ogni opera.

Il rapporto tra Green Communities e territori montani nell'ottica di una nuova impostazione dell'economia della montagna: potenzialità e limiti

FLA, attraverso le diverse attività in cui è impegnato su questo fronte e a cui ho accennato precedentemente, si sta impegnando proattivamente– pur nel limite delle proprie attività ed interessi - affinché questo nuovo sistema progettuale di gestione territoriale partecipata sia veramente percorribile e realizzabile, ed auspica che dal continuo e costruttivo confronto tra i numerosi e diversificati portatori

di interesse (i "famosi *stakeholders*") locali, ma non solo, possa permettere quel "ripensamento delle strategie di sviluppo di territori montani e rurali nella loro funzione di contenitori di biodiversità e custodi del patrimonio tradizionale", ma anche – come è scritto nel "Manifesto per lo Sviluppo della montagna" (UNCEM, 2009) – di far sì che "i territori montani e non urbani nella "*green economy*" rappresentino davvero un "giacimento di risorse" capace di offrire un vantaggio competitivo duraturo ai paesi che su di essi sapranno investire". FLA è convinta che ciò sia possibile grazie al potenziale di crescita presente nelle attività produttive e nel valore patrimoniale di questi territori, che può e deve essere adeguatamente "valorizzato", anche instaurando un nuovo e più avanzato modello di relazioni tra territori di montagna e territori di città, perseguendo un modello di sviluppo locale integrato e partecipato.

Nel collegato ambientale, sia fa uno specifico e diffuso riferimento alla "Strategia delle *Green Community*", come insieme di "*comunità rurali e montane che si votano alla sostenibilità"* che fanno della gestione integrata e certificata del patrimonio agro-forestale, anche tramite lo scambio dei crediti derivanti dalla cattura dell'anidride carbonica, la gestione della biodiversità e la certificazione della filiera del legno: uno dei pilastri (certamente non l'unico) di quella gestione attiva di cui FLA, ormai da almeno un quinquennio si è fatta portavoce in tutte le sedi competenti, e continuerà a farlo anche in futuro.

Contributi del sistema montano alla green economy

Spostandomi un po' dallo specifico ambito territoriale montano, vorrei citare un argomento centrale delle *green economy*, di cui FLA si è molto attivamente occupata recentemente, ovvero l'economia circolare. Poco più di un mese fa, infatti, FLA e Fondazione *Symbola* hanno presentato il dossier **"**Il *made in Italy* abita il futuro - Il Legno Arredo verso l'economia circolare", una ricerca sul settore legno-arredo italiano, definito come il più efficiente e sostenibile in Europa: consumiamo meno energia ed emettiamo meno CO_2 per unità di prodotto. Cito questo pregevole lavoro, come possibile esempio concreto ed applicativo di *green economy* che, la lunga crisi e l'attenzione crescente ai mutamenti climatici rendono ormai esempio necessario di stili di vita e di consumo più sobri e sostenibili, seguendo così la direzione indicata anche dalla Cop21 di Parigi. Una prospettiva, quella della "*circular economy"*, che rappresenta una formidabile occasione per l'economia italiana e che il Legno Arredo ha già iniziato a cogliere attraverso la transizione avviata in questo settore, dai vecchi modelli produttivi legati al cosiddetto "*business as usual"* e all'economia lineare – "produci, consuma, butta" – a quelli di un'economia più sostenibile, efficiente e circolare – "produci, consuma, recupera".

Desidero terminare queste brevi considerazioni sull'economia circolare citando l'autorevole parere sul tema del presidente della Fondazione Symbola, on.le Ermete Realacci, che afferma: "*Grazie alla sua tradizione e alla capacità di innovare senza perdere la propria anima* - commenta il - *l'industria italiana del Legno Arredo ha iniziato a cogliere, e mi auguro sia in grado di farlo sempre più, le opportunità della*

green economy e dell'economia circolare. Già oggi l'Italia è prima in Europa nel recupero dei materiali e risparmiamo circa 15 milioni di tonnellate equivalenti di petrolio all'anno, evitando 55 milioni di tonnellate di emissioni di CO_2. È questo il campo della nuova sfida che attende il made in Italy, la chiave che potrebbe garantire un rinnovamento all'altezza dei tempi. Bisogna portare in questo cammino, che è nei nostri cromosomi antichi di Paese povero di materie prime, cultura e legame con il territorio, capacità di sintesi tra valori d'uso, bellezza e sostenibilità. L'Italia deve fare l'Italia anche quando percorre la via dell'economia circolare".

Sul tema specifico dell' assorbimento (o stoccaggio) della CO_2 e della possibile (e forse necessaria) attribuzione di un valore economico per questo preziosissimo svolto dalla aree montane e forestali, in particolare, segnalo molto volentieri, che FLA (in collaborazione con CONLEGNO-Consorzio Servizi Sughero ed altri importante partner scientifici) ha ormai elaborato un'avanzata bozza di progetto relativo alla CONTABILIZZAZIONE della CO_2 STOCCATA NEI PRODOTTI LEGNOSI, in applicazione della DECISIONE N. 529/2013/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 21 maggio 2013 - "Norme di contabilizzazione relative alle emissioni e agli assorbimenti di gas a effetto serra risultanti da attività di uso del suolo, cambiamento di uso del suolo e silvicoltura (LU.LUC.F) e sulle informazioni relative alle azioni connesse a tali attività". Senza entrare nel merito di questo innovativo progetto, mi limito ad evidenziarne l'obiettivo prioritario, ossia di contabilizzare in Italia il carbonio accumulato negli "HWP" (*Harvested Wood Product*), i prodotti in legno e quelli da esso derivati, secondo quanto previsto dalla recente normativa europea di cui sopra, mediante una metodologia tecnica ed una piattaforma informatica per il tracciamento del legname italiano dalle imprese prime utilizzatrici (segherie, pannellisti,…) ai prodotti legnosi allo scopo di generare «crediti di Carbonio», collocabili presso Aziende nazionali ed internazionali (di qualunque settore produttivo) per la compensazione volontaria delle proprie emissioni di CO_2.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Vi è certamente interesse, curiosità ed aspettative circa il "destino che le diverse politiche, i progetti e le proposte che sono in cantiere e di cui vi ho fornito una succinta descrizione avranno: l'auspicio, mio personale così come delle l'intera Federazione che rappresento, e che questo destino sia certamente positivo e foriero di azioni e interventi concreti a favore delle aree montane (non solo forestali), per la loro valorizzazione in termini di multifunzionalità, di sviluppo e di creazione di occupazione e presidio del territorio montano.

In estrema sintesi, monitorare che giungano ad effettiva concretizzazione:

- L'approvazione (si spera, ormai, in dirittura d'arrivo) della revisione del D. Lgs. 227/2001.
- La piena applicazione dell'Accordo interregionale sul prelievo legnoso in ambito boschivo e sulla filiera legno, a cominciare dalle Regioni sottoscrittrici, ma con l'impegno e la concreta e fondata speranza che esso possa estendersi, a breve, tutte quelle Regioni che intenderanno aderirvi;

- Il Piano per l'agricoltura di montagna del Mipaaf (dicembre 2014), presentato dal Ministro in occasione della Giornata internazionale della Montagna (dicembre 2014) le cui due direttrici principali sono: valorizzazione e sostegno delle attività agricole in zone montane anche attraverso l'uso ottimale dei fondi europei e un piano operativo con le Regioni per la gestione del patrimonio forestale, che si inserisce nel quadro delle azioni di contrasto al dissesto idrogeologico.

Tutto questo affinché le aree montane non siano davvero più considerate dei "Congelatori di risorse", come le definiva "provocatoriamente" l'economista Paolo Gurisatti, ovvero delle aree rurali e montane come "semplici riserve di spazio territoriale, forza lavoro e risorse naturali"; al contrario l'auspicio è che esse possano davvero trasformarsi in reti di comunità locali capaci di promuovere lo sviluppo e la gestione dei servizi locali essenziali, individuando gli strumenti utili per "certificare" la qualità economica e ambientale delle proprie iniziative e che, anche sulla base di scelte aggregative "dal basso" dei piccoli comuni, e che possano guardare alla *green economy* come ad una straordinaria opportunità per rilanciare una sfida produttiva in cui nuovi investimenti, nuove professioni e nuove imprese si sviluppino non sul "vecchio e NON-sostenibile" consumo energivoro di risorse, ma sulla loro valorizzazione sostenibile e multifunzionale. In altre parole, applicare i "dettami" previsti dalla "Strategia delle *Green Community*.

Adolfo Spaziani | *Senior Consulting Politiche Energetiche e Ambientali* - UTILITALIA

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

In Italia l'incidenza delle aree montane risulta decisamente elevata e rappresenta una ricchezza per il Paese ma le politiche sui servizi pubblici degli ultimi anni risultano troppo legate alle aree metropolitane senza considerare le caratteristiche, le esigenze e le aspettative degli altri territori presenti. In questo senso andrebbe ripresa la "specificità della montagna": L'esempio più clamoroso è rappresentato alle politiche sui servizi ambientali della raccolta differenziata che continuano a considerare il territorio italiano omogeneo, adottando gli stessi provvedimenti sia per le aree urbane sia per le aree interne del Paese.

In secondo luogo, soprattutto sul tema delle risorse idriche, la tutela ambientale e la tutela della risorsa idrica richiede politiche attive che, a loro volta, richiedono investimenti che hanno bisogno di un elemento solidaristico da parte del resto dei territori. Ad esempio per rendere potabile l'acqua che si beve a Roma bisogna purificare le sorgenti partendo dall'Abruzzo; in questo senso il problema della tutela delle risorse idriche non può essere solo a carico delle aree montane ma deve essere distribuito per tutto il territorio.

Infine esiste un preconcetto da parte di chi ama la montagna verso investimenti che possono modificare alcune caratteristiche del territorio; questo discorso poteva essere corretto quando esistevano l'utilizzo delle risorse era moderato ma ora

risultano necessarie alcune azioni di prevenzione che tutelano il territorio anche (a volte) modificandolo.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Il Collegato Ambientale, a mio parere, è pieno di slogan perché quando si approvano provvedimenti che non comportano alcuna spesa per lo Stato significa che sta nascendo l'ennesima "norma manifesto". Io sono favorevole ad un provvedimento molto più semplice: è necessario che nella fruizione di servizi venga inserito anche il costo della risorsa; se si utilizza l'acqua e viene inquinata perché usata in modo non corretto, il ritorno del servizio alla condizione ottimale pregressa richiede interventi costosi che devono essere necessariamente a carico di chi ha causato il danno.

Ruolo effettivo ed auspicato per le Istituzioni locali (Regione, Comune, Ente provinciale, Comunità montane, Associazioni di Comuni, Autorità di bacino) quali interlocutori dell'impresa e attori della tutela, valorizzazione e sviluppo del territorio

Le Istituzioni Locali devono cambiare l'approccio ai problemi cercando di non chiudersi all'interno delle loro mura ma di aprirsi verso l'esterno perché i costi dei servizi continueranno a crescere esponenzialmente e non saranno più gestibili in autonomia. In primo luogo dovrebbero avere maggiore voce in capitolo nella legislazione nazionale e in secondo luogo le politiche settoriali dovrebbero saper distinguere tra aree urbane, aree montane e aree collinari e adottare provvedimenti diversificati a seconda dell'appartenenza del territorio a una di queste aree.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

Il ruolo della montagna nella legislazione è stato quasi sempre legato all'attivismo di alcuni parlamentari che per storia personale o per passione hanno provato a mettere al centro della discussione il ruolo di questi territori nel panorama nazionale. Non mi sembra che nel DNA del Legislatore ci sia una particolare attenzione verso i territori montani. Le politiche che servono per valorizzare la cultura, le risorse e le politiche di un territorio sono assolutamente da sviluppare; però queste politiche, come visto in precedenza, hanno bisogno di risorse.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Bisogna assolutamente guardare al futuro di questi territori; se si guarda esclusivamente al passato non si ha riscontro perché è in corso un cambiamento costante: i boschi vengono gestiti in maniera differente, i territori si stanno spopolando, i cambiamenti climatici hanno modificato radicalmente le aree montane.

Giovanni Teneggi | *Direttore* - CONFCOOPERATIVE

Il contesto economico e le nuove strategie di sviluppo per le aree montane

Mi sembra che la fase attuale sia favorevole dal punto di vista culturale, politico e progettuale; forse per la prima volta, dopo diversi cicli economici e politici, convergono novità legislative interessanti, una attenzione "di genere" che riguarda le aree interne e la montagna e una intraprendenza delle comunità locali, anche quest'ultima fino ad oggi tassello mancante di questo processo. Questo, nel contesto economico generale, rappresenta uno dei dati dei quali tenere conto: nel momento in cui il modello di sviluppo era tutto legato alle economie di scala massive sulla produzione e sulla globalizzazione dei consumi anziché dei valori, la montagna e le aree interne erano "schiacciate" e la loro competitività non era in alcun modo percepibile; al contrario, in questa fase post-crisi nella quale i valori si sono ridimensionati così come le scale di crescita e di sviluppo e nella quale hanno assunto nuovo valore i termini di sobrietà e di sostenibilità è chiaro come il ruolo di questo 40% del Paese ritorna protagonista.

Localizzare, investire e lavorare in montagna: punti di forza e di debolezza

Come detto in precedenza il contesto generale, istituzionale politico e di mercato mi sembra in questo momento più favorevole rispetto alle precedenti fasi economiche ed istituzionali, anche se permangono elementi di criticità. Primo fra tutti il forte gap infrastrutturale (digital divide, rete dei trasporti, rete dei servizi) che permane ancora nonostante gli interventi normativi in tal senso. Di conseguenza vivere, e soprattutto produrre, in montagna ha un costo o improduttività ancora troppo alto rispetto al resto del territorio, da un lato a causa della geografia e delle distanze di queste aree, dall'altro perché il gap infrastrutturale è ancora molto ingeneroso.

Ciò che occorre per produrre e lavorare in montagna si può sintetizzare in due condizioni:

- una maggiore qualità e competenza sul lato del valore aggiunto e del mercato: nessuna produzione che venga fatta in questi territori può essere competitiva e sostenibile sui mercati se non acquisisce un maggiore valore di prezzo alla fine della filiera e quindi al consumatore; questo può avvenire da un lato valorizzando maggiormente la qualità del prodotto attraverso una comunicazione migliore che esalti la provenienza e il marchio, e dall'altro accorciando la filiera della commercializzazione e dei trasformatori.
- la natura dell'investimento imprenditoriale: è mia convinzione che chi sceglie di abitare e produrre in montagna lo fa perché cerca remunerazione in qualità di vita, di relazioni e un certo tipo di vita per i propri figli. Nessuno produce in montagna (tranne casi isolati) per avere un maggiore valore speculativo della propria attività.

Conoscenza e valutazione del Collegato Ambientale alla legge di stabilità 2014. Novità, miglioramenti e opportunità per i territori montani

Mi sembra che il Collegato Ambientale prima che punti specifici introduca nuovi ed interessanti concetti, visioni ed opportunità di organizzazione amministrativa, di programmazione e di sussidiarietà verticale. Le green communities nascono da identità e storia ma si alimentano e sviluppano su sostenibilità e qualità. Le comunità che vogliono approfittare di questo cono di sviluppo sono chiamate a rispondere a questa opportunità in termini di visione, progettazione e investimento. È questa una delle innovazioni più interessanti e di maggiore prospettiva perché mette al centro i rapporti eco sistemici ad intra e ad extra come assi di tenuta e sviluppo. È la cooperazione fra le parti e la condivisione del territorio come asset che consente di vincere.

Tutto questo però assumerà un senso solo se saremo capaci di sviluppare amministrativamente i concetti fino a qui esposti con strumenti coerenti e premianti in termini di riconoscimento alle comunità più intraprendenti.

Il richiamo fondamentale del Collegato Ambientale, così come quello del Piano operativo nazionale sulle aree interne, è proprio alle comunità che, se si riconoscono come ecosistemi capaci di garantirsi la propria sostenibilità nel contesto istituzionale, geografico e di mercato nel quale vivono, allora hanno a disposizione grosse possibilità amministrative; in caso contrario non è possibile sfruttare le opportunità che nascono.

Il rapporto tra Green Communities e territori montani nell'ottica di una nuova impostazione dell'economia della montagna: potenzialità e limiti

Definire cosa si intende per *green communities* in queste aree in termini di principi di innovazione, di competitività e di organizzazione risulta fondamentale. A mio avviso sono principalmente tre le parole di sintesi in questo contesto: identità (legata al tema del territorio e della comunità), sostenibilità (in senso ecologico ed ecosistemico) e connessione/comunicazione/globalizzazione perché una green community non può essere isolata ma deve fare rete di collaborazione con altre comunità green nel mondo perché solo in questo modo si può garantire competitività.

In questo senso abbiamo una esperienza sull'Appennino Tosco Emiliano che ci fa percepire più da vicino il valore di questi caratteri fin qui enunciati perché reduci da un riconoscimento di tutta l'area Tosco Emiliana all'interno delle aree MAB Unesco che sono proprio quelle che richiamano la biodiversità come valore e patrimonio da salvaguardare; attraverso questo riconoscimento si entra direttamente in rete con le altre 600 aree MAB mondiali in un percorso che ci apre prospettive illimitate.

Fondamentale in questo contesto risulta anche il contributo dei giovani: se, infatti, la definizione e lo sviluppo di una green community non riguarda e non interloquisce con l'investimento che le giovani generazioni sono in grado di sviluppare sul proprio territorio, non si sta portando avanti alcun discorso innovativo.

Conoscenza e valutazione degli interventi comunitari e nazionali in ambito di montagna

In Emilia Romagna abbiamo una lunga tradizione di interventi senz'altro efficienti dal punto di vista della capacità di spesa e della rendicontazione ma non efficaci in termini assoluti per quella infrastrutturazione produttiva e per quella cultura imprenditoriale alle quali facevo riferimento prima; con tutte queste risorse non abbiamo ancora creato un sistema imprenditoriale ed economico specializzato per le aree montane così come invece è stato fatto per i distretti industriali e per le aree metropolitane.

Da tutti i fondi spesi nelle aree interne fra Piani di Sviluppo Rurale, Programma Leader e altri investimenti (Leggi Quadro o Leggi Regionali) sul piano dell'efficacia strutturale di lungo periodo e per asset di sviluppo possiamo essere ancora insoddisfatti.

È questo che oggi allora occorre con maggiore incisività. Premiare le progettualità, gli investimenti, gli approcci imprenditoriali che non solo "usano" il territorio ma lo abitano partecipandone l'arricchimento e la migliore dotazione in termini di capitale sociale, umano e infrastrutturale.

Il futuro delle aree montane: valutazioni, aspettative e necessità

Dobbiamo essere ottimisti sulla capacità dei territori di sfruttare positivamente questa fase di attenzione. Benché sappiamo già che consentirà di accelerare a quelli più pronti aumentando a macchia di leopardo il loro divario dal resto.

È inevitabile ma dobbiamo provare ad agganciare i percorsi, tenere in rete, contaminare positivamente la maggior parte delle aree montane.

Decisivo è unire e fare collaborare la natività ancora presente con le energie esterne coerenti a questi disegni e interessati a farne parte. Una forte leva in questo senso sarà data dai "ritornanti" (emigrati e figli/nipoti di emigrati, giovani adulti di recente pendolarismo o fuga…), perché non riesco a vedere una possibilità di sviluppo esclusivamente endogena. Vedo invece, come carattere di questa nuova fase sociale, culturale ed economica, una grande necessità di ritorno alle condizioni della vita "buona" che qui è possibile, attraente e leva di sviluppo. La montagna ha bisogno di abitanti responsabili e intraprendenti. Questa è una delle chiavi principali anche collegata ai gravi e imponenti fenomeni migratori.

GLOSSARIO indicatori

Glossario indicatori

A. PARTE PRIMA - LA MONTAGNA DEL CAMBIAMENTO

A.1 – LA POPOLAZIONE

A.1.1. Dinamica demografica 2007 – 2014: variazione percentuale dei residenti nel comune al 31 dicembre 2007 ed al 31 dicembre 2014.

Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.1.2. Saldo naturale medio 2009 – 2013: valore medio quinquennale della differenza tra nati e morti ogni 1.000 residenti.
Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.1.3. Saldo migratorio medio 2009- 2013: valore medio quinquennale della differenza tra residenti iscritti e residenti cancellati ogni 1.000 residenti.
Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.2 - GLI STRANIERI

A.2.1. Incidenza degli stranieri residenti al 2014: quoziente tra residenti stranieri e residenti totali per comune al 31 dicembre 2014.

Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.2.2. Incidenza degli stranieri residenti al 2007: quoziente tra residenti stranieri e residenti totali per comune al 31 dicembre 2007.
Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.2.3. Incidenza degli stranieri di sesso femminile residenti al 2014: quoziente tra residenti stranieri di sesso femminile e residenti totali di sesso femminile per comune al 31 dicembre 2014.
Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.2.4. Incidenza degli stranieri di sesso maschile residenti al 2014: quoziente tra residenti stranieri di sesso maschile e residenti totali di sesso maschile per comune al 31 dicembre 2014.
Fonte: "Demografia in cifre", Istat http://demo.istat.it/

A.3 - I GIOVANI E GLI ANZIANI

A.3.1. Variazione della popolazione 0-24 anni: variazione percentuale tra il 2010 ed il 2014 del numero di residenti in età compresa tra 0 e 24 anni per comune

Fonte: banche dati I.Stat, Istat http://dati.istat.it/

A.3.2. Variazione della popolazione 15-64 anni: variazione percentuale tra il 2010 ed il 2014 del numero di residenti in età compresa tra 15 e 64 anni per comune
Fonte: banche dati I.Stat, Istat http://dati.istat.it/

A.3.3. Variazione della popolazione oltre 75 anni: variazione percentuale tra il 2010 ed il 2014 del numero di residenti in età maggiore o uguale a 75 anni per comune
Fonte: banche dati I.stat, Istat http://dati.istat.it/

A.4 - LE IMPRESE

A.4.1. Variazione 2007-2014 delle imprese registrate: variazione percentuale tra il 2007 ed il 2014 del numero di imprese registrate per comune

Fonte: elaborazione Ufficio Studi CCIAA di Reggio Emilia su dati Infocamere

A.4.2. Variazione 2007-2014 delle imprese artigiane: variazione percentuale tra il 2007 ed il 2014 del numero di imprese artigiane per comune
Fonte: elaborazione Ufficio Studi CCIAA di Reggio Emilia su dati Infocamere

A.4.3. Variazione 2007-2014 delle imprese con titolare femminile: variazione percentuale tra il 2007 ed il 2014 del numero di imprese con titolare femminile per comune
Fonte: elaborazione Ufficio Studi CCIAA di Reggio Emilia su dati Infocamere

A.4.4. Variazione 2011-2014 delle imprese con titolare straniero: variazione percentuale tra il 2011 ed il 2014 del numero di imprese con titolare straniero per comune
Fonte: elaborazione Ufficio Studi CCIAA di Reggio Emilia su dati Infocamere

A.5 - IL REDDITO

A.5.1. Reddito disponibile pro-capite al 1987: reddito disponibile pro capite al 1987 per comune espresso con un indice su base 100. Il valore di 100 equivale alla media dell'Europa a 12 stati per lo stesso anno, per agevolare la comparabilità dei due dati.
Fonti: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Ministero dell'Economia e delle Finanze e Eurostat

A.5.2. Reddito disponibile pro-capite al 2012: reddito disponibile pro capite al 2012 per comune espresso con un indice su base 100. Il valore di 100 equivale alla media dell'Europa a 12 stati per lo stesso anno, per agevolare la comparabilità dei due dati.
Fonti: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Ministero dell'Economia e delle Finanze e Eurostat

A.5.3. Variazione del numero indice del reddito disponibile pro-capite: 1987–2012 reddito disponibile pro capite al 1987 e al 2012 per comune espresso con un indice su base 100. L'indicatore esprime la variazione temporale di questo numero indice. Il valore di 100 equivale alla media dell'Europa a 12 stati per lo stesso anno, per agevolare la comparabilità dei due dati.
Fonti: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Ministero dell'Economia e delle Finanze e Eurostat

B. PARTE SECONDA - LA MONTAGNA DELLA SOSTENIBILITA'

B.1 - LA MOBILITA' SOSTENIBILE

B.1.1. PEI 2011: rapporto tra spostamenti dei pendolari equivalenti ed il totale degli spostamenti pendolari, per motivi di studio o lavoro. I pendolari equivalenti sono i pendolari "pesati" con coefficienti variabili in funzione del tempo e del mezzo impiegato. Il pendolare equivalente "tipo" (peso = 1) è quello che fa un viaggio con una durata media di 45' utilizzando l'auto privata come conducente. Il peso aumenta in funzione del tempo impiegato, e diminuisce per tempi inferiori a 45' e in funzione del mezzo impiegato, mezzi pubblici (autobus, treno, ecc.) o è uguale a zero in caso di spostamenti a piedi o in bicicletta e in auto come passeggero trasportato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Popolazione e Abitazioni 2011

B.1.2. PEI 2001: rapporto tra spostamenti dei pendolari equivalenti ed il totale degli spostamenti pendolari, per motivi di studio o lavoro. I pendolari equivalenti sono i pendolari "pesati" con coefficienti variabili in funzione del tempo e del mezzo impiegato. Il pendolare equivalente "tipo" (peso = 1) è quello che fa un viaggio con una durata media di 45' utilizzando l'auto privata come conducente. Il peso aumenta in funzione del tempo impiegato, e diminuisce per tempi inferiori a 45' e in funzione del mezzo impiegato, mezzi pubblici (autobus, treno, ecc.) o è uguale a zero in caso di spostamenti a piedi o in bicicletta e in auto come passeggero trasportato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 14° Censimento Popolazione e Abitazioni 2001

B.1.3. PEI 1991: rapporto tra spostamenti dei pendolari equivalenti ed il totale degli spostamenti pendolari, per motivi di studio o lavoro. I pendolari equivalenti sono i pendolari "pesati" con coefficienti variabili in funzione del tempo e del mezzo impiegato. Il pendolare equivalente "tipo" (peso = 1) è quello che fa un viaggio con una durata media di 45' utilizzando l'auto privata come conducente. Il peso aumenta in funzione del tempo impiegato, e diminuisce per tempi inferiori a 45' e in funzione del mezzo impiegato, mezzi pubblici (autobus, treno, ecc.) o è uguale a zero in caso di spostamenti a piedi o in bicicletta e in auto come passeggero trasportato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 13° Censimento Popolazione e Abitazioni 1991

B.1.4. PEI TEMPO 2011: l'indice è calcolato come per B.1.1 PEI 2011, ipotizzando che tutti gli spostamenti avvengano con utilizzo dell'auto privata come conducente, "pesando" gli spostamenti solo in funzione del tempo impiegato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Popolazione e Abitazioni 2011

B.1.5. PEI TEMPO 2001: l'indice è calcolato come per B.1.2 PEI 2001, ipotizzando che tutti gli spostamenti avvengano con utilizzo dell'auto privata come conducente, "pesando" gli spostamenti solo in funzione del tempo impiegato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 14° Censimento Popolazione e Abitazioni 2001

B.1.6. PEI MEZZO 2011: l'indice è calcolato come per B.1.1 PEI 2011, ipotizzando che tutti gli spostamenti avvengano con un viaggio di 45', "pesando" gli spostamenti solo in funzione del mezzo impiegato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Popolazione e Abitazioni 2011

B.1.7. PEI MEZZO 2001: l'indice è calcolato come per B.1.2 PEI 2001, ipotizzando che tutti gli spostamenti avvengano con un viaggio di 45', "pesando" gli spostamenti solo in funzione del mezzo impiegato.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 14° Censimento Popolazione e Abitazioni 2001

B.2. L'ENERGIA

B.2.1. Dotazione di biomassa forestale: tonnellate di legna da biomassa forestale e agricola per abitante.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati Uso del Suolo CORINE LandCover 2008

B.2.2. Fotovoltaico: KW installati per 1.000 abitanti.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati Atlasole

B.2.3. Producibilità Eolica: indice della producibilità eolica in MWh/MW.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati Atlante Eolico Italiano e Uso del Suolo CORINE LandCover 2008

B.2.4. Fabbisogno energetico degli edifici:
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati Istat, 15° Censimento Popolazione e Abitazioni 2011 – dati per sezione censuaria riportati a indicatore comunale

B.3. I RIFIUTI

B.3.1. Produzione rifiuti pro capite: kg di rifiuti prodotti per abitante.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati ISPRA Ambiente – catasto rifiuti anno 2014

B.3.2. Percentuale di raccolta differenziata: rapporto tra kg di rifiuti della raccolta differenziata e kg di rifiuti totali prodotti.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati ISPRA Ambiente – catasto rifiuti anno 2014

B.4. LA MANUTENZIONE TERRITORIALE ED IL RISCHIO

B.4.1. Rapporto tra superficie aziendale e superficie totale al 1961: quoziente tra Superficie Aziendale Totale al 1961 e Superficie Territoriale per comune.
Fonte: Istat, 1° Censimento Generale dell'Agricoltura, 1961

B.4.2. Rapporto tra superficie aziendale e superficie totale al 2010: quoziente tra Superficie Aziendale Totale al 2010 e Superficie Territoriale per comune.
Fonte: Istat, 6° Censimento Generale dell'Agricoltura, 2010

B.4.3. Superficie territoriale interessata da dissesto: quoziente tra superficie territoriale a rischio frana elevato e molto elevato e superficie totale.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIOsu dati ISPRA Ambiente – "Dissesto idrogeologico in Italia: pericolosità e indicatori di rischio- Rapporto 2015"

B.4.4 Popolazione esposta al rischio di dissesto: quoziente tra popolazione che risiede in aree a rischio frana elevato e molto elevato e popolazione totale.
Fonte: elaborazione CAIRE CONSORZIO su dati ISPRA Ambiente – "Dissesto idrogeologico in Italia: pericolosità e indicatori di rischio- Rapporto 2015"

B.5. I SERVIZI ECOSISTEMICI

B.5.1. Offerta di servizi ecosistemici: stima in milioni di euro dei servizi ecosistemici offerti da ciascun comune. La metodologia utilizzata per la stima è basata sul paper *"Delphi-based change assessment in ecosystem service values to support strategic planning in Italian landscapes"* scritto nel 2012 da Rocco Scolozzi, Elisa Morri e Riccardo Santolini.
Fonte: https://www.researchgate.net/publication/234136758_Delphi-based_change_assessment_in_ecosystem_service_values_to_support_strategic_planning_in_Italian_landscapes
elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Uso del Suolo CORINE LandCover 2008

B.5.2. Rapporto tra domanda e offerta (potenziale) di servizi ecosistemici: quoziente tra reddito disponibile e stima della offerta di servizi ecosistemici.
Fonte: https://www.researchgate.net/publication/234136758_Delphi-based_change_assessment_in_ecosystem_service_values_to_support_strategic_planning_in_Italian_landscapes
elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Uso del Suolo CORINE LandCover 2008
elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Ministero dell'Economia e delle Finanze

C. PARTE TERZA - LA MONTAGNA DELLE COMUNITA'

C.1. IL RUOLO DEI CENTRI MINORI

C.1.1. Comuni con densità superiore a 5 borghi per 100 kmq: quoziente tra il numero di borghi presenti nel comune e la superficie territoriale del comune per 100.
Fonte: Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

Cluster Analysis: analisi che procede determinando il raggruppamento progressivo delle unità statistiche costituite dalle località, associando quelle unità di indagine che presentano la minor distanza relativa nello spazio n-dimensionale formato dalla distribuzione delle n variabili considerate. Utilizzata per determinare la classificazione dei borghi nei punti C.1.2.-C.1.3.-C.1.4.-C.1.5.-C.1.6.-C.1.7.

C.1.2. I borghi "delle seconde case": comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "delle seconde case"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.1.3. I borghi "dello spopolamento" comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "dello spopolamento"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.1.4. I borghi "storici": comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "storici"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.1.5. I borghi "attivi": comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "attivi"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.1.6. I borghi "della residenza di pregio": comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "della residenza di pregio"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.1.7. I borghi "del deficit di manutenzione": comuni dove figurano borghi classificati nella cluster analysis come "del deficit di manutenzione"
Fonte: elaborazioni CAIRE CONSORZIO su dati Istat, 15° Censimento Generale della Popolazione e Abitazioni, 2011

C.2. LE COMUNITA' E LA GOVERNANCE

C.2.1. L'evoluzione della governance: le Fusioni di comuni: Comuni che dal 2001 al 23 aprile 2016 hanno partecipato a fusioni di comuni.
Fonte: ISTAT - Codici dei comuni, delle città metropolitane, delle province, delle regioni e variazioni territoriali e amministrative al 23 aprile 2016
http://www.istat.it/it/archivio/6789

C.2.2. L'evoluzione della governance: le Unioni di comuni: Comuni che fanno parte di Unioni
Fonte: ANCITEL banca dati COMUNIVERSO - http://www.comuniverso.it

Finito di stampare nel luglio 2016 dalla
Tipografia **Nero Colore** di Correggio (RE)

Il materiale fotografico è stato fornito da Montagne Italia
in alcuni casi sono state utilizzate immagini non soggette a copyright
liberamente scaricabili dalla rete