

*Conferenza Regionale della Montagna “Le proposte dell’UNCCEM Emilia-Romagna
per una nuova politica nazionale della Montagna”
Bologna, 26 Ottobre 2018*

**IL VALORE DELLE IMPRESE ARTIGIANALI E COMMERCIALI PER LA
SOPRAVVIVENZA DELLE AREE MONTANE**

Non è scontata la percezione e la consapevolezza di quanto le imprese del commercio e dell’artigianato siano importanti nelle aree montane, specialmente nei piccoli comuni, rispetto a quello che è un contesto di pianura o di grande città.

Collegare la presenza di imprese artigianali e commerciali alla sopravvivenza stessa delle aree montane non è una iperbole. Al contrario, capire questo passaggio e proporre delle azioni di sostegno e sviluppo delle imprese artigiane e commerciali per il ripopolamento della montagna, diventa decisivo per una politica nazionale di queste zone.

Se guardiamo al trend delle imprese attive la montagna ha sofferto la crisi con il calo della demografia delle imprese più marcato nei piccoli Comuni, con punte di -23% di imprese attive.

Dal punto di vista occupazionale, il ruolo del piccolo artigianato e del commercio, ha una maggiore valenza nei comuni di minori dimensioni, che spesso non vedono attive imprese con più di cinquanta dipendenti, e per i quali più del 50% dei lavoratori dipendenti lavora in imprese con un numero di dipendenti inferiore a 10.

Senza piccole imprese artigiane e del commercio non c’è lavoro e senza lavoro non c’è futuro per queste aree.

COMMERCIO, RISTORAZIONE E TURISMO

Il ruolo di servizio per la popolazione locale

Per quel che riguarda il servizio alla popolazione locale, non è facile avere nelle zone di montagna degli insediamenti commerciali di imprese della distribuzione, indipendenti o di catene commerciali. Oltre allo spopolamento ci sono le proiezioni demografiche che ci parlano di invecchiamento della popolazione: dunque le aree montane come mercato obiettivo o mercato locale, per la distribuzione non sono molto appetibili.

Qual è il nucleo familiare che viene ad abitare o decide di rimanere ad abitare in montagna se per fare la spesa deve fare chilometri di distanza ?

Nei contesti di montagna la rete di negozi di commercio al dettaglio alimentare ed extra alimentare svolge ancora anche quel servizio di prossimità per i fabbisogni quotidiani, che in pianura vede sia le piccole imprese che le grandi insegne della distribuzione.

Niente imprese, niente servizio per i bisogni primari. Spiace dirlo ma è così. Magari si sopperisce andando nel comune o nella località più vicina, ma il disservizio spesso porta a difficoltà quotidiane.

La funzione di riqualificazione e aggregazione sociale

Il commercio, ma anche la ristorazione, svolgono una funzione di qualificazione e aggregazione sociale.

Questo in pianura lo stanno iniziando a capire. Laddove c'è un problema di riqualificazione urbana di un quartiere o di una zona della città con delle difficoltà, i Comuni fanno il bando per attrarre negozi di vicinato e artigiani di servizio.

Questo perché, è evidente, commercio e pubblici esercizi sono punti di aggregazione sociale, di qualificazione di vie e quartieri, spesso impegnati in prima linea nell'animare e fare iniziative di promozione.

Il valore aggiunto del turismo è sempre di più legato non solo alle risorse del territorio, ma dalla storia, dai prodotti e servizi che le imprese possono raccontare ai visitatori e turisti. Senza imprese non si fa turismo, e questo è evidente. Quello che è importante focalizzare è che specialmente in contesti a bassa densità di imprese i settori sono tra loro collegati.

ARTIGIANATO – PICCOLA IMPRESA

Nella filiera del turismo, fatta da tanti operatori specializzati c'è spazio anche per l'artigianato e la piccola impresa.

Per rendere l'idea : come fa un albergo a funzionare se non ha elettricisti, artigiani o imprese che lo possano supportare nello svolgimento della propria attività in alta stagione o quando si fanno dei lavori di riqualificazione ? Si parla tanto delle nuove forme di turismo (il turismo in bicicletta, ecc.). Ebbene senza officine e artigiani di servizio, come si sviluppano queste nicchie emergenti di turismo ?

Ecco dunque che torna in modo preponderante la necessità di una politica di sviluppo e di sostegno alla localizzazione delle imprese per la montagna.

Senza imprese non c'è area montana che tenga.

Per questo siamo d'accordo con il Presidente Bonaccini che anche recentemente ha dichiarato di favorire una fiscalità di vantaggio per le imprese delle aree montane.

Il ruolo di artigiani e commercianti è importante anche per Comuni ed Enti Pubblici rispetto a Bandi e Offerte di appalti che non sempre possono seguire le logiche delle grandi opere.

Come fa un piccolo Comune della montagna per le esigenze quotidiane di manutenzione, riparazione e gestione delle proprie attrezzature (.. dall'elettricista al muratore, da chi ripara i computer all'auto riparatore per le automobili...) . Senza una rete di imprese locali che possano fungere da fornitori, come fa un piccolo Comune a operare nel quotidiano con degli appalti ad imprese che stanno a molti chilometri di distanza ?

La mancanza di imprese poi diventa un costo anche per la macchina pubblica : si possono fare tutti i bandi che si vogliono, ma il sovrapprezzo dovuto alla distanza sarà inevitabile.

Non dimentichiamoci infine dell'Artigianato artistico, che richiede progetti di valorizzazione locale attraverso anche associazioni di artigiani che operano in diversi settori : pietra, ceramica e porcellana, vetro e cristallo, metalli, legno, restauro, prodotti della tradizione alimentare, per mantenere in vita la tradizione artigiana e la grande capacità tecnica ed artistica del territorio.

LE PROPOSTE PER LO SVILUPPO DELLA MONTAGNA

Per quanto riguarda una nuova politica per la montagna, le proposte di Confartigianato che riguardano le piccole imprese, presentate anche recentemente agli Stati Generali della Montagna Italiana si possono riassumere nei seguenti 10 punti prioritari :

1. Chiara definizione di montanità. Oggi la “montagna italiana” è troppo ampia e indifferenziata;
2. Fiscalità di vantaggio, quali detrazioni di imposta per i territori montani, che prevedano una premialità con abbattimento delle imposte dirette, a fronte dei maggiori costi e oneri sostenuti quali: riscaldamento, disagi della viabilità, delocalizzazione degli Uffici amministrativi;
3. Semplificazione del Codice degli Appalti pubblici, accompagnata da ulteriori misure finalizzate al raggiungimento di una “burocrazia zero” soprattutto per le attività svolte in condizioni di svantaggio strutturale;
4. Valorizzazione con strumenti plurimi delle capacità di autogoverno dei territori montani;

5. Più incisiva remunerazione dell'uso delle risorse naturali a cominciare dall'acqua
6. Riconoscimento di tutti i servizi ecosistemici resi dai territori montani;
7. Rinegoziazione della partita idroelettrica (a prescindere dalla scadenza delle concessioni);
8. Focalizzazione della Strategia nazionale per le aree interne su tutte le aree montane delle Regioni a statuto ordinario (oltre che sulle risorse endogene) sui servizi alle PMI;
9. Sviluppo delle intese Stato Regioni per l'autonomia differenziata (ex art. 116, Cost.) con attenzione anche alle esigenze dei territori di montagna;
10. Un "Libro verde" (per superare il deficit informativo) su costi e sovracosti del vivere e operare in montagna

Già nel 2014 Confartigianato, attraverso la conferenza nazionale della montagna a Belluno, si è attivata per legare le strategie progettuali con le opportunità offerte dai fondi strutturali. Siamo a disposizione per offrire il nostro contributo nei tavoli proposti dal Ministero competente, auspicando che i testi elaborati potranno poi essere presi in considerazione dal Governo.

La Confartigianato regionale esprime infine apprezzamento per la recente risoluzione, votata a larga maggioranza dal Parlamento Europeo, per rilanciare lo sviluppo delle zone rurali e montane e contrastare l'abbandono.

A tal fine occorrono investimenti strutturali che facciano da volano economico-sociale quali l'interconnessione, l'inclusione sociale, la creazione di posti di lavoro e la digitalizzazione.

Le aree di montagna hanno un grande potenziale che va compreso e assecondato, tenendo presente le peculiarità di ciascun territorio.