

Una montagna di botteghe, salvaguardia e attrattore per piccoli borghi e frazioni

Nasce il progetto che valorizza gli esercizi di vicinato presenti nei piccoli comuni bergamaschi e bresciani. Un patrimonio insostituibile per presidiare aree marginali, mantenere i residenti nel territorio e servire turisti e visitatori



Le botteghe di montagna rappresentano spesso l'unico servizio presente e, per questo motivo, sono fondamentali per il permanere delle comunità in tali aree. Il progetto di cooperazione interterritoriale "Una montagna di botteghe" nasce con l'obiettivo di valorizzare l'insostituibile ruolo degli esercizi di vicinato nelle piccole frazioni e borghi montani. Questo progetto della durata biennale intende porre al centro dei processi di sviluppo territoriali le botteghe quali attività commerciali ma anche punti di accoglienza fondati sul valore umano e sul lavoro.

Le attività di progetto intendono quindi rilanciare il sistema botteghe favorendone la connessione tramite la creazione di reti locali interconnesse proiettate sia verso l'interno che verso l'esterno. Azioni di marketing, promozione e comunicazione rafforzeranno la consapevolezza delle comunità locali sull'importanza del sistema botteghe fornendone un'immagine rinnovata.

Mantenere in piedi i negozi di vicinato nelle realtà più periferiche è insieme una sfida e una necessità; perché è complesso far tornare i conti e perché ogni chiusura dà un colpo basso in più accelerando lo spopolamento. Ma le operazioni in questa direzione fortunatamente non mancano. L'ultima in ordine di tempo vede in scena il Gal Garda e Valsabbia, ed è intitolata «Una Montagna di botteghe». Tutto parte dalla Regione, che col Piano di sviluppo rurale mette sul tavolo 312mila euro per il triennio 2020/22. Il Gal è capofila di un gruppo che comprende realtà della Valsabbia ma anche i Gal Valseriana dei Laghi Bergamaschi e Val Brembana e altre realtà bresciane e bergamasche. Il progetto vuole rilanciare il piccolo commercio (alimentari, bar, panifici, trattorie, edicole e tabacchi) dei paesi montani bresciani e bergamaschi, un microsystema economico in grave difficoltà anche per un regime fiscale, giuridico e normativo che non considera i piccoli comuni montani. Questa iniziativa sostiene il commercio cercando soluzioni, e agisce a favore delle aree rurali e montane che soffrono di marginalità economica e sociale. Se i negozi muoiono lo stesso succede alla montagna. Il problema è che tenere aperto un negozio in aree difficili, bilanciando spese e ricavi, richiede fatica e ingegno. Solo l'amore per il proprio lavoro e le radici territoriali fanno sì che non si chiuda. Il percorso previsto da una Montagna di botteghe prevede mappatura dei negozi, valutazione dei dati conosciuti (esercizi, abitanti, visitatori, indici di natalità e mortalità, l'età del gestore) sul territorio per scoprire punti di forza e debolezza, bisogni e aspettative.

Poi la valutazione della connettività del sistema botteghe prima di «lanciare un capillare lavoro d'animazione e supporto agli operatori con una visione progettuale verso la crescita».

Bisogna anche migliorare il collegamento tra botteghe e filiere produttive locali, prodotti tipici, turismo rurale; ma anche con istituzioni e associazioni di categoria. L'obiettivo è far diventare i negozianti ambasciatori del territorio. Insomma, un tentativo di ridare vita alle botteghe rafforzando l'intero «sistema montagna» che coinvolge tante realtà locali bresciane e bergamasche e molti borghi e frazioni.

Questo progetto deve prevedere anche un salto di qualità da parte delle pubbliche amministrazioni. Riconoscendo il valore dei negozi di montagna le amministrazioni comunali devono, e non solo dovrebbero, attuare scelte amministrative consone all'obiettivo che si vuol raggiungere. Dalle parole bisogna passare ai fatti con atti amministrativi ben precisi; uno su tutti, la salvaguardia del territorio e delle sue bellezze in un'ottica di attrattività verso i potenziali clienti; inoltre anche i residenti devono essere loro stessi ambasciatori delle bellezze locali vedendo il turista non come un impiccio ma come un portatore di benessere economico.