

Quota artigiana

Nelle terre alte, le imprese artigiane tengono vivi territori e comunità.
Tra sfide complesse e nuove opportunità, il futuro si gioca in quota

Hanno collaborato a questo numero:

A. Membretti, A. Faleri, E. Quintavalle, Valentina Boschetto Doorly, R. Corbò



Le imprese artigiane, pilastro delle comunità di montagna

Di Fondazione Germozzi
30.08.2024



Cinque anni fa, il Manifesto di Camaldoli ci ha esortato a riconsiderare la centralità della montagna, un monito che oggi risuona con rinnovata urgenza. I cambiamenti climatici, sempre più evidenti, e l'evoluzione delle politiche territoriali, con la nuova legge sulla montagna che sta per essere varata, ci impongono di guardare al futuro delle terre alte con una visione chiara e lungimirante. Questa nuova legislazione, fortemente innovativa e attesa da anni, intende finalmente riconoscere la specificità delle aree montane, troppo a lungo trascurate da politiche di sviluppo generaliste.

Uno sviluppo davvero sostenibile deve essere poliforme e diversificato, capace di rispondere alle peculiarità di ciascun territorio. I territori montani, per loro natura, sono adatti ad ospitare principalmente imprese di piccole dimensioni. Queste imprese, operando in una logica di economia circolare, si integrano perfettamente nei piccoli centri, contribuendo a mantenerli vivi senza snaturarne l'essenza. Tuttavia, la sopravvivenza e la

prosperità di questi centri sono minacciate dalla chiusura delle imprese e dalla mancanza di servizi essenziali per i residenti.

Una politica lungimirante per la tenuta o il ripopolamento delle comunità montane deve quindi passare dalla creazione di nuovi servizi per i cittadini e dall'incoraggiamento di nuove iniziative imprenditoriali.

In questo contesto, le imprese artigiane svolgono un ruolo cruciale. Non sono soltanto parte integrante del sistema produttivo, ma rappresentano un fattore decisivo di coesione sociale e di sviluppo economico per i territori montani e le aree interne.

Se vogliamo davvero combattere lo spopolamento e riportare attività economiche nei piccoli centri di montagna, senza trasformarli in parchi tematici per turisti, dobbiamo riconoscere anche il ruolo sociale che queste imprese svolgono.

È quindi necessario superare la narrazione "poetica" che vede la montagna come un luogo idealizzato, fatto di piccoli borghi per turisti, con professioni legate esclusivamente allo sci o ai rifugi. Dobbiamo raccontare una montagna che crea innovazione, fatta di piccole imprese che, partendo da saperi tradizionali, sviluppano nuove attività nel solco della sostenibilità. La montagna non è solo paesaggio, ma anche un laboratorio di

sperimentazione dove tradizione e innovazione si incontrano per dare vita a nuove opportunità di sviluppo.

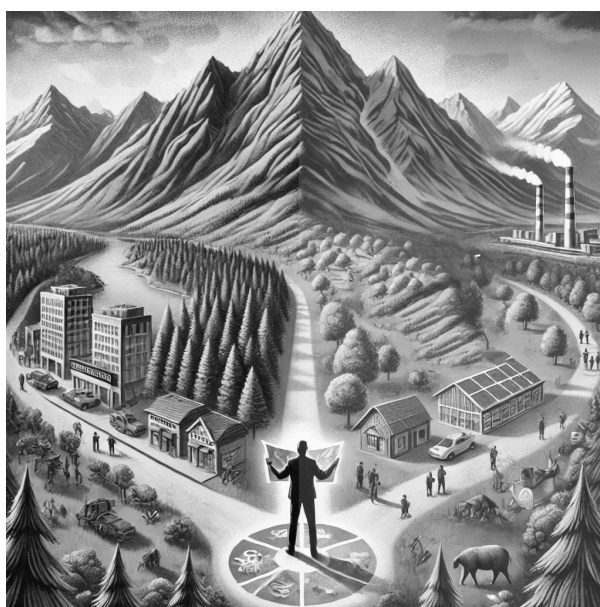
In questo numero di 'Spirito Artigiano', vogliamo celebrare tutto questo, approfondendo l'energia straordinaria delle nostre montagne e la vitalità delle piccole imprese artigiane come fattore di rinascita dei territori montani, creando valore economico e sociale.

Buona lettura!

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

La Montagna di Frontiera: Governance e Sostenibilità per un Futuro Resiliente

Di Fondazione Germozzi
30.08.2024



Marco Marchetti[1], ordinario di Pianificazione Forestale presso la Sapienza Università di Roma e direttore del Master di II livello in “Governance e sostenibilità per le montagne italiane” all’Università del Molise, è una delle voci più autorevoli nel campo della gestione sostenibile delle risorse montane. In questa intervista con Spirito Artigiano, Marchetti analizza le complesse sfide che le comunità montane italiane

devono affrontare, tra crisi climatica, spopolamento e declino della biodiversità.

La crisi climatica, demografica e il declino della biodiversità ci impongono di cambiare paradigmi. Quale modello di governance è oggi più adatto e necessario per le comunità di montagna?

«Abbiamo una sommatoria di crisi che si sovrappongono nella montagna italiana, dove lo spopolamento si somma al problema significativo della crisi ecologica, creando un'unica crisi socio-ecologica. La crisi climatica, legata all'aumento delle emissioni climalteranti, è accompagnata anche nelle nostre montagne dal declino della biodiversità. Siamo all'interno dell'hotspot climatico del Mediterraneo. Le montagne italiane, avendo anche quote elevate, fungono da vere e proprie sentinelle del cambiamento climatico. E ricordiamoci che, a causa della complicata e splendida varietà del nostro paese, non abbiamo a che fare con una sola montagna, ma con molte montagne diverse.

Proprio per adattarci a questa diversità, dobbiamo proporre un modello di governance capace di rispondere alle due crisi, mantenendo una forte componente identitaria sociale, in grado di rispondere con i saperi tradizionali che ci sono, ma innovando, nel solco della tradizione, rispetto alla gestione del territorio. Il territorio montano è infatti profondamente cambiato anche perché l'abbandono l'ha trasformato da mosaico eterogeneo, dal punto di vista ambientale e paesaggistico, in un territorio fortemente polarizzato tra l'avanzamento del bosco da una parte e la sparizione degli spazi rurali, e con essi delle relative filiere, dall'altra.

Per questo occorre ripensare le filiere produttive, innovando nelle due componenti sociale ed economica rispetto a quelle ecologico-ambientali. Quindi, è necessaria una governance locale, ma il più possibile associata e capace di cooperazione, perché da soli non si va da nessuna parte, né imprese né amministrazioni locali. Occorre anche la capacità di interloquire con i poteri centrali per chiedere non solo fondi e assistenza, ma soprattutto visione e servizi. Quello che è mancato negli ultimi decenni alle nostre montagne e che ha innescato il circolo vizioso dello spopolamento è stata l'assenza di servizi adeguati alle esigenze dell'economia e della vita sociale di oggi».

Le montagne sono state definite le prime sentinelle nella lotta al cambiamento climatico. In che modo una gestione oculata delle risorse montane può essere un deterrente al cambiamento climatico?

«Il cambiamento climatico è un fenomeno globale e ormai certo, legato alle emissioni antropogeniche, e sta andando più velocemente di quanto gli scienziati avessero previsto nei decenni passati. Perciò, più che parlare di deterrenti, dobbiamo essere in grado di parlare di prevenzione dei possibili disturbi legati alla crisi. Dobbiamo quindi fare una forte azione di analisi delle vulnerabilità e dei rischi, per esempio sugli effetti dei disturbi climatici come l'inaridimento, che si manifesta con le siccità, la deglaciazione – un fenomeno terribile e inesorabile, che condiziona la risorsa acqua, fondamentale per il paese e non solo nelle zone di montagna, ma anche per le pianure e le città – e altri disturbi come tempeste e alluvioni, che sono in aumento. Occorre, quindi, essere capaci di mettere in atto una gestione oculata del territorio e delle sue risorse naturali, con interventi di prevenzione. Questo significa più cura, più "custodia", come espresso nell'Enciclica *Laudato Si'* di Papa Francesco, più che nei documenti politico-programmatici, ma efficacemente previsto nella Strategia Forestale Nazionale.

Dobbiamo inoltre essere capaci di rivalutare la capacità che le nostre comunità hanno avuto nel passato di modificare "sistematicamente e coscientemente" (per dirla con Emilio Sereni) il territorio, in modo adeguato alle difficoltà delle zone di montagna, riprendendo quei saperi che ben conosciamo, patrimonio delle popolazioni. E questo va fatto prima che questi saperi si perdano, perché non abbiamo una finestra temporale lunga. Non possiamo aspettare. L'urgenza è infatti un altro tema fondamentale: non abbiamo tanto tempo. Tra 10, 20, 30 anni avremo ancora generazioni in grado di agire e di trasmettere sapere alle nuove generazioni e popolazioni?

Questa è un'urgenza per la politica e per tutte le istituzioni e amministrazioni che devono fare governance. Si tratta di un tema non rimandabile, proprio perché potremmo trovarci con la sparizione della cultura e del sapere della montagna, che sono la cosa più importante da preservare e tramandare».

L'ultima domanda è relativa alla filiera boschiva e alla lavorazione del legno. Oggi stiamo assistendo a narrazioni non sempre corrette, a volte un po' semplicistiche, riguardo al taglio degli alberi e al piantarne di nuovi. Quale può essere una gestione equilibrata nella nostra selvicoltura?

«Come accennato, l'abbandono degli spazi rurali, soprattutto in montagna, è iniziato ormai da cinquant'anni, e questo ha fatto aumentare enormemente la quantità di alberi, nel senso che la superficie boschiva si è allargata, quasi raddoppiata in 70 anni. La natura fa il suo corso e riprende gli spazi che nei secoli e nei millenni precedenti le erano stati sottratti, facendo aumentare il bosco sia in superficie che in provvigione legnosa, cioè la quantità di biomassa vegetale che abbiamo su ogni ettaro.

E questo vuol dire anche un aumento della quantità di legno, che può essere una risorsa. Qui bisogna avere due tipi di sguardo. Il primo è globale. Sappiamo che la crisi socio-ecologica e la crisi climatica sono di dimensioni planetarie e sappiamo che alcuni biomi, alcuni grandi ecosistemi, sono fragilissimi e molto minacciati (pensiamo alle foreste tropicali). Far ripartire un'economia come la nostra, italiana – che è una economia manifatturiera di piccole imprese capaci di grandissima innovazione e qualità – utilizzando materie autoctone come il legno, invece che importarle da paesi tropicali o da paesi boreali, può essere un primo importantissimo aspetto che ha risvolti anche etici, oltre che ecologici e socio-economici per i nostri territori.

Quindi, occorre rimettere in piedi le filiere forestali, non con l'ottica della rapina o dello sfruttamento, ma con l'ottica dell'uso sostenibile. Questo ormai sappiamo come farlo. Le esperienze del passato ci permettono di sapere cosa prelevare, in che tempi, in che quantità, con quali tecniche (il che vuol dire anche sicurezza del lavoro e miglioramento tecnologico) per garantire una filiera foresta-legno che ricominci a fare selvicoltura. Negli ultimi decenni, come abbiamo abbandonato l'agricoltura e la zootecnia, abbiamo anche abbandonato la selvicoltura. Siamo andati a raccogliere legno per usi molto semplificati, come la bioenergia (la legna da ardere), dimenticando invece gli avanzamenti che le nostre stesse industrie stanno facendo in campo tecnologico. Abbiamo portato nel mondo capacità tecnologiche avanzatissime, però fatte con legno altrui, proveniente da altri territori magari ancora più fragili socialmente ed ecologicamente. Una gestione equilibrata permette invece

di decidere dove è possibile ed utile aumentare in modo calibrato il prelievo delle nostre risorse legnose autoctone.

Dobbiamo fare tesoro della nostra esperienza e delle capacità delle nostre imprese, che sanno stare al passo con i tempi e trovare nuove modalità di utilizzazione delle risorse forestali, come ad esempio quella bioenergetica sostenibile, le filiere del legno ingegnerizzato di tipo nuovo, la filiera del legno strutturale – in particolare la bioedilizia – che per la rigenerazione urbana, la ricostruzione di ambiti difficili, come nelle aree terremotate, possono essere una risorsa immensa dal punto di vista economico e anche sociale.

Sappiamo quanto possiamo prelevare, dove possiamo prelevarlo e dove invece abbiamo bisogno di garantire una gestione che sia più conservativa anche per motivi di biodiversità o di protezione del suolo, protezione dall'erosione, protezione dell'acqua e dall'acqua. Tutto sta a fare un po' di pianificazione condivisa con gli enti locali e le comunità e avere una visione ampia, che fortunatamente la Strategia Forestale Nazionale dal 2022, e con uno sguardo sui prossimi vent'anni, ha già messo a punto in maniera assolutamente unanime rispetto a tutti i portatori di interesse del nostro paese, prime fra tutte le regioni, che esercitano la competenza primaria in materia. Abbiamo lo strumento per farlo. Si tratta di metterlo in pratica».

© Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Immagine creata con ChatGPT4

[1] Ordinario di pianificazione forestale presso Sapienza Università di Roma e Direttore del Master di II livello in "Governance e sostenibilità per le montagne italiane" all'Università del Molise. Presidente della Fondazione Alberitalia e già Chair del Board di EFI – European Forest Institute, e Presidente di SISEF – Società Italiana di Selvicoltura ed Ecologia Forestale.

Il richiamo della montagna. Segnali e fattori del neo popolamento metromontano

Di Andrea Membretti
30.08.2024



Dopo decenni in cui le grandi città di pianura hanno fatto da calamita, attirando verso di sé masse crescenti di persone e di risorse dalle zone rurali alpine e appenniniche, nell'ambito di processi di inurbamento industriale, oggi le montagne italiane fanno sentire il loro richiamo, non solo rispetto ai turisti ma anche per nuove categorie di abitanti, tra loro molto diversificate.

Nell'ambito dei mega trend globali in atto – quali la digitalizzazione, le migrazioni, il cambiamento climatico e i segnali di una crescente spinta alla de-globalizzazione – nuovi fattori di attrattività emergono rispetto alle terre alte e alle aree interne del Paese, già messi in evidenza dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) e su cui si comincia da qualche tempo a sviluppare una narrazione pubblica e mediatica positiva.

Tra questi, la diffusione dei valori legati alla sostenibilità ambientale, il desiderio di un rapporto diretto con la natura e con gli animali, la sofferenza per l'inquinamento, lo stress e il clima insopportabile delle metropoli; ma anche le opportunità di vita comunitaria offerte dai piccoli paesi, le possibilità lavorative e imprenditoriali presenti nei territori scarsamente popolati, a partire dai servizi alla persona e dal settore agro-pastorale, per non dire dell'effetto post pandemico e della diffusione di opportunità di lavoro da remoto, oltre che di abitare multi locale.

Secondo i dati di diverse ricerche realizzate in questi ultimi anni in Italia – tra cui l'indagine "Giovani Dentro", condotta dall'associazione Riabitare l'Italia nel 2020/21 (QUI) e il progetto MICLIMI, promosso dagli Ambasciatori del Patto Europeo per il Clima nel 2023 (www.miclimi.it) – numeri crescenti di persone, spesso giovani, istruite, con progetti di vita e professionali innovativi, si stanno muovendo verso la montagna; tra di loro, anche molti migranti internazionali, che nelle Alpi e negli Appennini trovano occasioni di lavoro, nel turismo così come nelle economie rurali, ma anche di accoglienza e protezione, come nel caso dei rifugiati.

Questi stessi fattori attrattivi di frequente sono alla base della scelta di "restanza" – ovvero di radicamento attivo o di ritorno nel proprio territorio – che comincia a caratterizzare ragazze e ragazzi, dal Nord al Sud del Paese, a loro volta istruiti e coraggiosi, che scelgono di rimanere a vivere nel proprio luogo di origine, anche se in una valle lontana dai servizi commerciali e dalle aree urbanizzate; giovani che preferiscono la qualità della vita che trovano in questi luoghi a quella urbana, non rinunciando a rivendicare diritti di cittadinanza e opportunità di crescita personale e professionale anche in quei luoghi che, a lungo, sono risultati ai margini di uno sviluppo nazionale "metrofilico" e centralistico.

Il richiamo della montagna si fa sentire, dunque, al di là di alcune rappresentazioni semplicistiche offerte dai media o di certe idealizzazioni romantiche ancora diffuse circa la natura e la ruralità nel nostro Paese; è un richiamo che tuttavia non comporta un ripudio della città, una forma di isolamento o di auto esclusione

sociale e territoriale delle persone dai flussi globali. Non è un riflusso, una “great resignation”.

Piuttosto, i dati ci dicono che la montagna attira anche e soprattutto quanti vogliono vivere “in-between”, a cavallo tra dimensioni territoriali diverse, sfruttando le opportunità che le terre alte offrono, senza rinunciare agli sbocchi professionali, alle occasioni culturali o di innovazione offerte da un rapporto “alla giusta distanza” proprio con le metropoli e con chi ci vive.

Quello che serve allora è adottare, a livello di pensiero sistemico come di policy making pubblico-privato, una logica “metromontana”, di connessione e scambio tra le terre alte e le grandi aree metropolitane di pianura o delle coste. La metromontagna rappresenta un grande spazio di ripensamento dello sviluppo territoriale italiano, in cui alla concentrazione e agglomerazione insostenibili delle persone e delle attività, si vada sostituendo la diffusione dell’abitare, l’allungamento delle reti lavorative, la qualità delle relazioni, l’ibridazione tra digitale e compresenza fisica, la valorizzazione dei servizi ecosistemici e la redistribuzione di diritti e risorse su scale diverse da quelle tipiche della vecchia società industriale.

In questa direzione si muove da alcuni anni il servizio “**Vivere e Lavorare in Montagna**” (QUI), promosso da Università di Torino (CPS), SocialFare impresa sociale e Città Metropolitana di Torino, con il coinvolgimento di un’ampia rete di soggetti pubblici e privati a livello metromontano.

Il servizio prevede uno sportello per accogliere e indirizzare quelli che definiamo come “aspiranti montanari”, ovvero persone – anzitutto residenti in città – delle più diverse provenienze ed età, accomunate dal desiderio e dalla progettualità di trasferirsi nelle

terre alte delle Alpi, in modo definitivo ma anche temporaneo o con forme di abitare multi locale.

In sei anni di apertura, oltre 300 tra singoli, famiglie e gruppi si sono rivolti al servizio, che, dal 2022, ha integrato le proprie attività con l'offerta di una formazione gratuita di tipo residenziale, chiamata "Scuola di Montagna": tre giorni intensivi di incontro, discussione guidata ed esplorazione delle valli alpine coinvolte, finalizzati a capire come e con chi mettere in campo la propria idea di vita e di lavoro nelle terre alte, scegliendo un approccio collaborativo e tramite la costruzione di micro alleanze trasversali (l'ultimo report sulle attività della Scuola si trova QUI).

Tante le biografie e le progettualità incontrate e accompagnate in questi anni: dal giovane maestro elementare che vuole aprire un asilo nel bosco, per il benessere dei bambini e delle loro famiglie, al medico in pensione che pensa di offrire consulenza gratuita ad altri anziani, andando a vivere in un piccolo paese in quota che si sta spopolando; e poi aspiranti agricoltori con studi di ingegneria, interessati all'innovazione nelle tecniche di coltivazione, a fronte del cambiamento climatico; o ancora chef stanchi della frenesia dei ristoranti in centro, con un progetto di micro ristorante a km zero...

Il richiamo della montagna non è mai stato così forte e concreto come in questi anni e le risorse umane e cognitive messe in campo rappresentano un capitale prezioso su cui investire: un'occasione imperdibile per il futuro di tutti noi.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto di alleksana da Pexels

Il Design e l'Artigianato si incontrano e ripartono dalla Montagna

Di Aldo Faleri
30.08.2024



ALPI DESIGN AWARDS è il Premio internazionale del Design per la Montagna, un progetto che unisce l'innovazione del Design con la grande tradizione dell'Artigianato, creando sinergie nuove e originali per il futuro del Made in Italy. L'obiettivo è di dare vita a un premio che individui nei territori montani progetti, prodotti e servizi che uniscano le competenze del «saper fare» imprenditoriale e artigiano alle tecnologie digitali dei nuovi designers, una miscela di cultura del progetto aperta ai panorami contemporanei dei mercati

internazionali ma anche espressione originale dell'unicità territoriale.

In questo contesto, i candidati al Premio saranno selezionati da un Comitato scientifico e ammessi al voto della Giuria internazionale composta da prestigiosi e autorevoli designer, architetti, sportivi e studiosi. La premiazione avverrà alla Milano Design Week 2025 e sarà collegata a una mostra-convegno dedicata a vincitori, selezionati e menzionati della prima edizione. Le iscrizioni, solo online, sono già aperte sul sito www.alpidesignawards.it per due tipologie di partecipanti: una professionale per progettisti indipendenti, istituzioni e aziende (9 categorie di concorso, premi speciali e un premio alla carriera), l'altra per under 30, in particolare studenti con i loro atenei e scuole di design (3 categorie).

Aldo Faleri, presidente dell'associazione Alpi+Milano, ideatore del Premio, illustra qui i presupposti del progetto ai lettori di Spirito Artigiano.

L'Artigianato può contaminarsi con il Design per muoversi verso un futuro di "Artigianato Glocal", legato al proprio territorio ma anche aperto alle suggestioni del mondo? E viceversa può il Design acquisire valore dalla storia e tradizione dell'Artigianato per diventare "Design Site-Specific"? E in tutto questo può contribuire al futuro dell'Artigianato un premio di Design per la Montagna – tutto ciò che è progetto specialmente dedicato alla vita, agli ambienti e alle attività montane? Sono questi alcuni degli interrogativi che ci hanno portati a confrontarci con Confartigianato anche per questa riflessione su Spirito artigiano.

Pensiamo che una risposta stia nel potenziale offerto dal mutuo scambio di competenze tecnico-materiche tra Artigianato e Design, da cui far attingere i giovani con la loro creatività analogico-digitale e l'estro tipico delle nuove generazioni, per produrre una nuova figura di imprenditore, l'Artigiano-Designer, capace di unire Valori della Tradizione e Cultura del Progetto.

La capacità di sperimentare che ha caratterizzato l'affermazione del Made in Italy, tanto apprezzato e copiato nel mondo, pensiamo possa ritornare con nuova forza e vigore in un percorso di (ri)nascita dell'Artigianato del futuro, originale e durabile, esclusivo e inclusivo al tempo stesso, e soprattutto arricchito dalla Cultura del Design.

Lo stimolo di un Premio internazionale di Design per la Montagna, ideato e realizzato nel paese d'origine del massimo riconoscimento del lavoro sul design, il Compasso d'Oro, può focalizzare energie e obiettivi dei professionisti del progetto under e over 30, e aiutarli a trovare nuovi interessi e ambiti sperimentali finalizzati a tutti gli aspetti della "vita montana", compresi quelli dell'imprenditoria artigiana.

Ecco quindi che, recuperando i valori della Montagna e dell'Artigianato e contaminandoli con quelli del Design, è possibile arrivare al nuovo paradigma imprenditoriale dell'Artigiano-Designer che in Italia può trovare il suo ambiente naturale nei territori e nelle comunità montane, alpine e appenniniche, così importanti nel nostro paese per estensione, demografia e peso economico.

Come afferma **Eugenio Massetti**, Vicepresidente vicario di **Confartigianato Imprese** e presidente di **Confartigianato Lombardia**, "è senza dubbio più utile per tutti correggere errate percezioni sul nostro sistema produttivo e migliorare, finalmente e davvero, le condizioni nelle quali gli imprenditori svolgono la propria attività, permettendogli di

diventare grandi imprenditori, in termini di creatività, lungimiranza, capacità manageriale e flessibilità, pur restando piccoli”.

Qui si trova il punto di incontro che ha portato Confartigianato Imprese a patrocinare il nostro Premio, il cui obiettivo è diventare un punto di riferimento nazionale e internazionale sui temi della Montagna quale ambito di sperimentazione di nuovi modelli di vita, lavoro, socialità e ricreazione, innovativi e sostenibili. E al tempo stesso un riconoscimento al valore dell’operato di creativi e aziende che vivono e operano in e per la Montagna, in tutti gli ambiti del percorso di progettazione, dalla ricerca all’ingegnerizzazione per finire con la produzione, ma ricominciando ogni volta questo percorso in un circolo virtuoso di miglioramento e innovazione continua.

Queste sperimentazioni e innovazioni di progetto ricordano il pionierismo degli imprenditori del periodo post-bellico, quando lo sviluppo economico nasceva spesso dalla pratica di attività connesse alle proprie passioni, come per molti di loro la pratica delle discipline sportive, che a quell’epoca muovevano i primi passi per tecniche e materiali: sci fatti a mano, scarponi di pelli con cuciture a punto, chiodi da roccia forgiati coi magli sui ruscelli alpini e tanto altro “Design Artigiano”. Col tempo, per restare sulla cresta dell’onda dei rispettivi mercati hanno imparato a essere “digitali” e “circolari” e sono diventati anche un presidio contro il declino delle aree alpine, significativi modelli per i giovani imprenditori che vorranno diventare Artigiani-Designers.

Ci vediamo sulle montagne italiane per incontrare e conoscere le realtà artigianali e con loro discutere dei valori tipo-, tecno- e morfo-logici dei loro manufatti.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto di Alan Albegov

Italia leader in Europa dell'economia di montagna, grazie al tessuto connettivo dell'artigianato

Di Enrico Quintavalle
30.08.2024



Le imprese artigiane nei territori montani assumono un ruolo cruciale per il sostegno economico, l'occupazione e lo sviluppo locale. L'artigianato è un fattore di resilienza per le comunità nelle aree montane, impegnate nelle sfide dell'accessibilità alle infrastrutture, dei rischi climatici e del declino demografico. Gli investimenti, privati e pubblici, sono essenziali per affrontare queste sfide, migliorando la competitività e la sostenibilità delle imprese. L'analisi del profilo dell'economia e delle imprese della montagna è stata oggetto della mia lezione, tenuta lo scorso giugno, al Master II Livello – Governance e sostenibilità per le montagne italiane dell'Università degli Studi del Molise con referenti scientifici i proff. Marco Marchetti e Rossano Pazzagli. In questo articolo riassumo alcuni punti chiave dell'analisi.

L'Italia è prima nell'Unione europea per PIL generato in aree montane che rappresenta il 27,7% del PIL europeo di tali aree, il doppio del 12,4% che il PIL del nostro Paese rappresenta sul totale europeo. In questi territori operano 552mila unità locali delle imprese, per cui lavorano 1 milione e 800mila addetti. Le imprese della montagna generano 313,7 miliardi di euro di fatturato e 90 miliardi di valore aggiunto, il 10,0% del totale Italia

La montagna italiana presenta una elevata vocazione artigiana: le 171mila imprese artigiane operanti in questi territori rappresentano il 13,5% dell'artigianato nazionale e il 24,4% delle imprese, a fronte del 20,8% del resto d'Italia. L'artigianato di montagna contribuisce alla **crescita dell'occupazione** nella ripresa post-pandemia. Dal 2021 al 2023, nonostante l'elevata incertezza conseguente alla guerra in Ucraina, la crisi energetica, la stretta monetaria e la crisi del commercio internazionale, l'occupazione nelle aree montane è cresciuta del 4,1%. Nel settore manifatturiero, dove è più elevata la quota di imprese artigiane, si osserva un maggiore dinamismo nelle province montane (+4,0% vs +3,6% non montane), con una accentuazione nella manifattura di montagna del Nord-Est (+8,7%) e del Mezzogiorno (+5,4%).

Una delle maggiori criticità che le imprese stanno affrontando è data dalla **difficoltà nel reperire lavoratori qualificati**. Nel 2023 le tredici province a prevalenza montana – dove oltre la metà della popolazione è residente in comuni montani – hanno difficoltà nel reperire il 50,4% dei lavoratori, quota superiore di quasi sei punti rispetto al 44,6% del resto d'Italia e in crescita di 14,5 punti tra il 2021 e il 2023.

L'artigianato manifatturiero contribuisce anche alle esportazioni, che nelle aree montane sono cresciute del 3,5% nel 2023, contro una stagnazione a livello nazionale. Le vendite all'estero di prodotti manifatturieri delle province a prevalenza montana ammontano a 34,1 miliardi di euro

Il turismo nelle aree montane, in particolare quello internazionale, rappresenta un altro driver dell'economia del territorio, contribuendo al 21,8% delle presenze turistiche nazionali. Per quanto riguarda la dinamica delle presenze, nell'inverno 2023-2024 si è registrata una crescita dell'8,2% in Italia a fronte del +5,2% della media europea.

Le imprese nelle aree montane affrontano notevoli svantaggi in termini di **accessibilità alle infrastrutture di trasporto**, sui quali influiscono diversi fattori. La geografia del terreno rende più complessa e costosa la costruzione e la manutenzione delle strade e di altre infrastrutture di trasporto. Le più difficili condizioni meteorologiche, soprattutto durante l'inverno, possono causare eventi eccezionali come frane, esondazioni e smottamenti, rendendo difficili i collegamenti e aumentando i costi di manutenzione del territorio, spesso a carico di comuni di minore dimensione e con una più contenuta dotazione di risorse per gli investimenti. Per le imprese nelle aree montane è più difficile l'accesso ai mercati, alle catene di fornitura e ai servizi necessari per lo sviluppo dell'attività imprenditoriale. I maggiori costi per raggiungere mercati più ampi, al di fuori dell'area locale, possono limitare le opportunità di espansione delle imprese. Le difficoltà logistiche possono contribuire al calo della popolazione delle aree montane e alla scarsità di manodopera locale, rendendo ancora più difficile gestire e far crescere il sistema d'impresa. Inoltre, va ricordata l'elevata domanda di mobilità determinata dal turismo, uno dei driver dell'economia dei comuni di montagna, i quali presentano un elevato tasso di turisticità, pari a 17 pernottamenti per abitante e più del doppio della media nazionale di 7 pernottamenti per abitante.

Un imprenditore che opera in montagna, con un profilo medio di mobilità, in un anno impiega il 62,7% di tempo in più rispetto ad un imprenditore in area non montana per accedere all'autostrada, stazione ferroviaria, aeroporto e porto più prossimi.

In parallelo, l'economia montana richiede adeguati investimenti per contrastare gli effetti del cambiamento climatico. Nel 2022 l'Italia registra la più alta perdita economica pro capite derivante da eventi meteorologici e legati al clima tra i 27 paesi dell'Unione europea: 284 euro per abitante a fronte della media europea di 117 euro. Oltre un quarto (26,4%) delle imprese in comuni montani è a rischio frana, oltre quattro volte il 6,0% rilevato nei comuni non montani, e il 5,1% delle imprese in montagna è ad elevato rischio alluvione, mezzo punto superiore al 4,6% dei comuni non montani. Nelle tredici province prevalentemente montane si concentrano 544 milioni di euro di investimenti fissi lordi dei comuni, il 14,1% del totale Italia a fronte del 10,9% del totale della spesa dei comuni italiani.

Grazie agli interventi del PNRR, nel primo trimestre del 2024 si è registrata una crescita del 33,8% degli investimenti nelle tredici province a prevalenza montana, un ritmo superiore rispetto alle altre province italiane. Questi investimenti, concentrati in infrastrutture e progetti di mitigazione del cambiamento climatico, sono essenziali per migliorare la resilienza delle aree montane e sostenere il tessuto economico locale

Sulla sostenibilità economica e sociale dell'economia di montagna influisce la crisi demografica. Il declino della popolazione influisce negativamente sulla domanda aggregata e riduce l'offerta di lavoro. Negli ultimi dieci anni (2013-2023) nei comuni di montagna si registra un calo della popolazione del 5,1%, un tasso più del doppio del calo medio del 2,1%. Le proiezioni demografiche indicano una accelerazione della riduzione dell'offerta di lavoro fino al 2040, a seguito della progressiva uscita dal mercato dei lavoratori nati negli anni del baby boom, gli anni Sessanta del secolo scorso.

© Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Immagine realizzata con ChatGPT

Jannik Sinner? Un ragazzo di montagna

Di Valentina Boschetto Doorly
30.08.2024



Il rifugio dove lavorano i genitori di Jannik Sinner, Hanspeter e Siglinde, si trova a fondovalle, in Val Fiscalina. Siamo nella Alta Pusteria, quel lembo di Alpi apparentemente più irraggiungibile e remoto, incuneato tra il confine con il Veneto a est e quello con l'Austria a nord. Si sconfina, di là o di qua, con una sgambata di pochi chilometri sui crinali, immaginando avventure notturne di contrabbandieri, soldati e cacciatori.

Il rifugio Talschulshütte sbuca tra le vette dei larici e degli abeti rossi dopo un agevole percorso di circa 2 ore, soli 350 mt di dislivello dalla partenza del paese di Sexten (Sesto). E' la tipica "passeggiata del primo giorno", quella amena e poco avventurosa, giusto per allungare i muscoli e adattare il respiro all'aria pura e satura di ossigeno che, è garantito, ti regalerà sonni meravigliosi già alle nove di sera. Il rifugio è grande, attrezzato, accogliente. Molto popolare tra i frequentatori del luogo, propone un risotto al pino mugo stellare ed uno strudel trionfale, motivazione sufficiente anche per i turisti più sedentari.

Si riscende a valle unendosi alla carovana colorata e sazia degli avventori, lungo l'ampia strada bianca, oppure, poco dopo la partenza, ci si imbosca a sinistra sul sentiero segreto, quello che sale ancora un po' e resta in quota fino quasi alla fine, conosciuto solo da chi frequenta la zona con regolarità. Qui si è soli con il bosco, giganti amici di aghi balsamici, inframmezzati da radure bionde di fieno profumato; la brezza di fondo valle risale nelle ore calde, inebriata di camomilla, e ti avvolge medicando qualsiasi pensiero greve.

Alla sua prima vittoria importante, gli Australian Open, le prime parole di Jannik sono state per ringraziare i suoi genitori di averlo sostenuto e lasciato libero di seguire il suo talento. Quella semplice dichiarazione di lealtà e gratitudine filiale, consegnata in mondovisione, ha lasciato di stucco tutti, ha commosso molti. E' immediatamente diventato il cocco di tutti i genitori d'Italia, che sognano, invano, di sentire qualcosa di simile dopo anni di sacrifici per i loro giovani rampolli. Alla sua seconda vittoria il suo pensiero è andato all'amica atleta impegnata a combattere un problema di salute. Alla terza vittoria ha minimizzato e complimentato invece l'avversario sconfitto. Sinner è un ragazzo di montagna: molta sostanza, poca schiuma.

Mentre molta parte delle nostre Terre Alte subivano l'onta dell'abbandono, dal dopoguerra ad oggi, il paese di Sesto non ha perso abitanti dall'inizio della sua storia italiana, passando anzi dai 1221 del 1921 ai 1846 odierni, con grandi decorazioni a forma di cicogna appese sui balconi a festeggiare ogni nuovo arrivo.

A 1,300 mt sul livello del mare, tra l'anfiteatro delle corone dolomitiche e il gorgoglio dei ghiacci che si sciolgono, questa valle ha un pallino: quello della *tradizione*. Il forno sforna i pani tradizionali in assortimento perfetto. La macelleria lavora le carni locali che pascola(va)no tutto intorno al paese. I fiori vengono disposti su ogni singolo balcone con abbondanza gioiosa ed in schemi di colore armonici ed in sintonia gli uni con gli altri. Il Natale vede il paese addobbato con autenticità e devozione. I costumi locali sono

indossati non per compiacere i turisti ma perché sono i *loro*, li hanno meritati in secoli di appartenenza, di lavoro e di restanza.

Ma questa valle ha anche un altro pallino: quello dell'innovazione. Abitazioni, hotel e locali pubblici si esercitano ogni anno in nuove e splendide architetture contemporanee che celebrano la luce e il buon gusto, pur restando saldamente iscritti nel solco della cifra stilistica tradizionale e i materiali del luogo.

Trionfa il legno, ma è legno 100% da filiere sostenibili, (e guai a cercare scorciatoie!). Grandi le finestre, ma in doppio e triplo strato per la casa a massima efficienza energetica, la mitica "CasaClima" dell'Alto Adige. Le squadre delle falegnamerie locali volano su e giù, impegnatissime dodici mesi all'anno, brandizzate con i propri colori, immacolate le tute da lavoro e i furgoni, misurazioni fatte con il laser, rendering digitali da far invidia ai migliori architetti di città.

Silenzioso, in fondo al paese batte il cuore della centrale di teleriscaldamento, benchmark di sostenibilità ed efficienza per tutto l'arco alpino europeo e citata in convegni internazionali. Lunga ben 18 chilometri riscalda tutta la valle utilizzando al 98% biomassa carbon neutral. Nel loro sito web si legge una frase illuminante:

"Sappiamo che è tempo di agire perché le scelte per il futuro sono ormai quelle dell'oggi. E ancora : "Restituiamo alla nostra terra e alle persone l'energia donataci dai luoghi che ci circondano e che ci ospitano." Grazie, avevamo proprio bisogno di sentire queste parole.

Corre la fibra ottica, tutte le abitazioni e le infrastrutture godono di ottima connettività. Questo consente ai part-time residents, i metro-montani, proprietari di seconde case, di trattenersi oltre alle vacanze canoniche per fare smart working da sotto la Croda Rossa.

Migliorano continuamente le infrastrutture ed i servizi, con trasporti pubblici impeccabili e generosi nei collegamenti. Il comune di San Candido ha avviato il cantiere per costruire un bypass stradale che alleggerisca il traffico dalla statale della valle e comprenda una innovativa galleria scambiatrice, che, in caso di minaccia di esondazione delle Drava e del Rio Sesto, viene chiusa al traffico e funge da valvola di sfogo immediato per le acque.

L'innovazione si legge e si riscontra in ogni singolo elemento del fare e del vivere qui. // *nuovo non li spaventa, lo studiano, lo cercano, e lo fanno proprio adattandolo alla loro realtà.* Sappiamo che l'obsolescenza si manifesta nel *prodotto*, nei *processi* o nelle *competenze*. E sappiamo che di solito è la terza, l'obsolescenza nelle competenze, che genera le altre due. Non è un caso che notevole e capillare sia qui, in queste valli alpine, l'investimento in formazione: di giovani, di lavoratori, degli artigiani e delle imprese locali. Tutti lavorano, tutti studiano, tutti lavorano e studiano.

E questa valle ha, infine, un altro pallino: quello della collaborazione. La gara “a chi fa meglio” è una gara solidale. Ogni volta che qualcuno va avanti e porta innovazione positiva e nuovo buon gusto gli altri lo ammirano, si complimentano, si danno da fare per adottare, allinearsi, spingere ancora in avanti il perimetro dell'eccellenza. Si chiama “loop rinforzante positivo”, è uno dei motori della leadership anticipante.

La solidarietà una volta iconicamente tipica nelle montagne e nelle terre interne, quella che era necessaria per superare gli inverni freddi e rigidi, le strade innevate e impassabili; la condivisione del pane e della legna, le commissioni a valle svolte a turno... quella solidarietà antica si è qui trasformata in una collaborazione per la protezione della propria comunità. Nella determinazione a preservare una natura epica e mistica. Nella ricerca della sostenibilità consona ad una economia circolare che genera ricchezza per tutti: si

utilizzano artigiani locali, prodotti locali, servizi locali. Si accudisce il mondo di re Laurino come devoti giardinieri che si passano gli attrezzi l'un l'altro.

Non c'è ragione di darsi delle arie. Ognuno è consapevole del proprio ruolo nel mondo tanto quanto della propria fragilità. La montagna ci insegna il limite e la prospettiva di orizzonti alti.

La restanza è qui intrecciata con l'ambizione di rendere grazie, con il proprio lavoro e con il proprio impegno, per la fortuna della vita, della natura, delle montagne. Così la ricerca di innovazione è naturale; la solidarietà competitiva funzionale; l'anticipazione di futuro una evoluzione fortunata della lungimiranza montana. La valle si riprogetta continuamente, sempre uguale a se stessa, sempre nuova.

L'innovazione non è più appannaggio riservato alle città: questa è, davvero, la grande novità del nostro tempo. Tutte le terre "altre", quelle di "Un mondo a parte", dovrebbero fare tesoro di questa consapevolezza e metterne a frutto l'opportunità. La possiamo attuare nel segno delle nostre tradizioni, in armonia con il DNA dei luoghi, e portando nelle terre interne l'orgoglio che da sempre connota le avanguardie. Perché sì, forse è proprio qui, tra i larici e il gorgoglio dei ruscelli, che troveremo il nostro seme di futuro, un nuovo paradigma di vita e di creazione di valore, fatto di tradizione, innovazione e collaborazione. Proprio come Jannik, un ragazzo delle Terre Alte, che non ha paura di osare: si parte dalla valle, si arriva in vetta.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto di Si.Robi da Wikipedia

Il futuro del turismo montano: innovazione, sostenibilità e nuove esperienze. Intervista Valentina Colleselli

Di Fondazione Germozzi
30.08.2024



Il turismo montano è in piena trasformazione, con nuove esigenze e tendenze che ne stanno ridisegnando il volto. Per approfondire questo tema, abbiamo intervistato Valentina Colleselli[1], Direttrice della Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi, l'ente che guida la

gestione e la promozione turistica di uno dei più affascinanti territori montani del Veneto.

La Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi è una DMO molto proiettata nel futuro e il turismo montano è in rapida evoluzione. Come si anticipa il futuro del turismo?

«Il tema del futuro del turismo è un tema che stiamo trattando sia come DMO che all'interno del tavolo strategico regionale del turismo. Stiamo analizzando la dinamica del cambiamento della motivazione del turista che è in rapida evoluzione per le zone montane. Infatti, anche se si mantiene una tradizione consolidata di turismo invernale e di turismo di villeggiatura, sta aumentando il turismo legato alle esperienze, alla ricerca di nuove narrazioni, nuovi luoghi da scoprire e di percorsi inesplorati da vivere.

I dati statistici di quest'anno ci dimostrano come oramai la stagione estiva abbia superato in termini di arrivi e presenze la stagione invernale.

Quindi iniziamo a ragionare come una destinazione che allarga la stagionalità e che offre una vasta gamma di prodotti ed offerte.

Come accennato, la prima sfida è il cambiamento della motivazione, la seconda è la pervasività degli altri settori economici. Per questa ragione il turismo ha bisogno di avere una visione predittiva, aperta, capire quali sono i trend economici del mercato, inserire nella propria filiera professionalità e settori economici anche innovativi,

L'artigianato, in particolare, rappresenta un settore interessante per il turismo in quanto contiene anche tutte quelle categorie economiche che fanno parte della filiera della comunicazione, della digitalizzazione e quindi dell'innovazione di prodotto che sempre più serviranno a rendere fruibile i prodotti e quindi creeranno nuove professionalità».

Le Olimpiadi sono un grande evento ma sono anche l'occasione per riflettere sul futuro degli sport di montagna. Quali sport sono più connessi al futuro del turismo montano?

«Attualmente sia nell'immaginario collettivo che nell'offerta abbiamo una forte caratterizzazione legata agli sport invernali, in particolare allo sci.

Abbiamo una destinazione sciistica molto importante, però per quanto riguarda gli sport di montagna, abbiamo anche qui un'offerta molto ampia che va dal trekking

estivo all'arrampicata, al cicloturismo (che ha un indotto collegato molto ampio), il settore del gravel (una tipologia di bici), che sta crescendo moltissimo e anche discipline nuove come il Nordic Walking, che è stato introdotto recentemente. Stanno nascendo nuovi prodotti esperienziali come il rafting e altri sport adrenalinici, che erano meno sviluppati come prodotto turistico. **Oggi possiamo davvero definire la montagna come una palestra all'aria aperta.** In particolare, proprio quest'anno, in cui il Veneto è la regione europea dello sport è molto valorizzata la già ampia offerta sportiva.

Per quanto riguarda gli sport più connessi al futuro del turismo montano, anche qui riteniamo che come domanda, avremo sempre, richiesta e quindi anche un'offerta legata allo sci e quindi al turismo invernale. In questo ambito si stanno generando nuove tipologie sportive molto connotate dal punto di vista della sostenibilità ambientale e della volontà di vivere la montagna in modo consapevole e attivo, ma anche appunto, sostenibile».

Quali sono le altre tendenze legate al turismo montano?

«Un trend importante è quello della ricerca di vacanze di relax. Esiste un'ampia fetta di turisti che vorrebbero vivere la **montagna come ambiente anche di lentezza e di riposo**, perché la vita delle città, che ormai è caratterizzata da un alto livello di stress, porta a concepire invece la **montagna come un'area in cui le persone possono disintossicarsi**. Molti operatori stanno sviluppando proposte in questo ambito perché c'è molta richiesta proprio di tempo libero e di spazi anche non attivi. In questo settore stiamo cercando di lavorare su prodotti turistici legati alla mindfulness.

Al contrario, le vacanze di tipo attivo sono di forte interesse ed in crescita per le nuove generazioni. Molti gruppi di giovani cercano esperienze per gli addii al nubilato e al celibato e per questo stanno crescendo molto anche brevi esperienze di gruppo di giovani che cercano però prodotti un po' nuovi di tipo esperienziale».

Quali sono le figure professionali chiave del futuro del turismo montano?

«Dal nostro punto di vista a stanno acquisendo, e acquisiranno, un ruolo chiave alcuni tipi di professionalità nel settore turistico come le guide e in particolare le guide alpine di media montagna, che sono quelle figure che possono accompagnarti a vivere il territorio. **Sta cambiando la modalità di fare turismo e il nostro territorio ha una varietà di offerte molto ampia, ma va raccontata, accompagnata e anche**

tutelata dal punto di vista della sicurezza.

Il cambiamento climatico comporta dei rischi dal punto di vista della fragilità del territorio e quindi credo che potrebbe esserci una buona marginalità di sviluppo di queste figure sul territorio su cui stiamo cercando di fare un ragionamento, perché c'è anche un problema di riconoscimento e di codificazione della categoria dal punto di vista professionale da parte della regione, per questo è necessario che queste figure professionali siano riconosciute secondo categorie che devono essere regolamentate.

Questo argomento è oggetto di discussione anche in alcuni tavoli di lavoro regionali sull'ampliamento della filiera turistica, dove si parla di nuove professionalità, puntando ai giovani che vogliono rimanere sul territorio e investendo nella filiera turistica, magari occupandosi dell'analisi dei dati turistici. Quindi giovani si occuperanno di gestione dei dati, digitalizzazione dei servizi e dell'intelligenza artificiale, tema che sarà fondamentale per favorire una sempre più rapida risposta a chi cerca informazioni e tutto.

Quindi il tema delle nuove tecnologie applicate al turismo è fondamentale e auspichiamo che anche grazie alla presenza dei poli universitari attualmente presenti in provincia di Belluno e degli ITS, sia possibile aprire un dialogo per capire quali professionalità potranno attrarre i giovani e farli rimanere a vivere nelle aree montane».

© Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Immagine Ivan Demenego

[1] Laureata in Giurisprudenza all'Università di Bologna, specializzata in politiche europee per il settore turistico e culturale, project design e project management. Ha collaborato con vari enti pubblici e privati, tra cui Fondazione Ca' Foscari, Regione del Veneto, Confartigianato Veneto e Camera di Commercio di Venezia-Rovigo. Co-fondatrice di MERAKI S.r.l., esperta nella gestione di servizi per il settore turistico e culturale. Manager di Reti di Impresa con esperienza nel coordinamento di progetti complessi.

Anticipare i cambiamenti nella montagna per scegliere la strada migliore

Di Fondazione Germozzi
30.08.2024



Il 2024 sarà probabilmente l'anno più caldo da quando sono iniziate le misurazioni delle temperature. Le conseguenze di questo surriscaldamento non sono uguali ovunque, ma si accentuano in alcuni punti del pianeta che hanno caratteristiche particolari, i cosiddetti "hotspot climatici". La montagna è uno di questi e sta sperimentando un aumento della temperatura doppio di quello normale, per questo gli eventi estremi come il devastante alluvione di Cogne dello scorso giugno sono purtroppo sempre più frequenti.

Quello delle "terre alte" è un ecosistema delicato quanto prezioso, perché genera tutte le risorse fondamentali che sono alla base dei Servizi Ecosistemici, come l'acqua, l'ossigeno, il legname e lo stoccaggio della CO2 tramite i boschi. Ma è anche un ambiente che ha bisogno di una presenza umana "positiva" che attraverso una gestione sostenibile e

intelligente delle risorse, prevenga quei processi di abbandono i cui danni, tra valanghe, incendi e alluvioni sono sotto gli occhi di tutti. Per questo una montagna abitata è anche una montagna gestita.

Vivere in montagna attivando filiere sostenibili e circoli virtuosi tra gestione e utilizzo delle risorse diventa quindi un argomento chiave che richiede lo sviluppo di una visione strutturata e a lungo termine, lontana sia da velleità romantiche che da visioni meramente utilitaristiche.

I macrotrend di cambiamento climatico, demografico, sociale e tecnologico stanno sviluppando impatti tali da modificare fortemente l'assetto abitativo e produttivo della montagna italiana. Nuovi approcci stanno nascendo negli ultimi anni, a partire dalla pandemia, che ha creato un forte ripensamento degli equilibri tra città e zone metromontane, ma è importante oggi lavorare a un modello più aderente al contesto futuro.

Fare impresa in un nuovo contesto è sicuramente una sfida, ma si aprono enormi possibilità di sviluppo per imprese piccole e flessibili, come le imprese artigiane, che sono già sostenibili per natura, sanno innovare e sviluppare filiere corte. Occorre però che le istituzioni e le organizzazioni di rappresentanza, a tutti i livelli, sposino una visione anticipante per essere pronte ad operare negli scenari che ci attendono nei prossimi cinquant'anni

Il Piano nazionale di adattamento ai cambiamenti climatici approvato lo scorso dicembre ha tracciato una rotta che apre la porta a nuove possibilità di residenzialità e di imprenditoria per uno sviluppo montano sostenibile.

In questo futuro anche le organizzazioni di rappresentanza imprenditoriali possono giocare un ruolo fondamentale di mediazione per sviluppare reti di collaborazione tra pubblico e privato, contribuendo alla costruzione di politiche pubbliche favorevoli ad un ecosistema imprenditoriale davvero radicato sui territori e che sia parte integrante di una strategia di area per la montagna.



Confartigianato ha mobilitato tutte le sue forze per svolgere un ruolo da protagonista del futuro sviluppo montano, attivando il Percorso Montagna Futura,

un progetto partecipato dall'intero sistema associativo, che vede coinvolti tutti i livelli confederali (provinciale, regionale e nazionale) con lo scopo di approfondire le trasformazioni che coinvolgeranno le zone montane nei prossimi anni. Questi cambiamenti impatteranno su molte tematiche diverse tra loro e territori con differenti vocazioni. Per "mettere a sistema" il tema montagna in tutte le sue angolazioni è nato un percorso nazionale formato da tappe territoriali tematiche culminate in un seminario nazionale che si è tenuto a Roma il 29 maggio 2024.

Gli incontri tematici hanno riunito rappresentanti delle istituzioni ed esperti di settore mettendo in luce le risposte innovative di adattamento ai nuovi scenari e le nuove strategie.

La prima tappa di **Belluno** ha esplorato il tema del nuovo turismo di montagna alla luce del riscaldamento globale. L'incontro di **Rieti** ha approfondito l'interconnessione tra Strategia Nazionale per le Aree Interne e la Strategia per la Montagna, con particolare riferimento alla distanza dai servizi essenziali e al problema dello spopolamento.

La tappa di **Bologna** è stata dedicata all'Appennino Tosco-Emiliano e alle nuove opportunità di fare impresa nel contesto futuro legato al cambiamento climatico.

Per riunire i maggiori esperti nazionali e discutere della nuova legge sulla montagna (attualmente in fase di elaborazione) è stato poi organizzato un grande momento di riflessione a **Roma**, in cui si è fatto sintesi dei lavori territoriali e si è delineata la strada da

percorrere. Tanti sono, infatti, i temi connessi al futuro della montagna e per questo nasceranno nuovi momenti di approfondimento.

Il primo risultato di questo percorso condiviso è stato quello di creare una coscienza comune su questi temi e attivare tutti i settori coinvolti. Avere cura di questi luoghi significa non aspettare che le trasformazioni ci travolgano. Vogliamo contribuire a rafforzare un tessuto imprenditoriale sostenibile – con al centro l'impresa artigiana – che tenga vive le comunità locali.

Siamo proiettati verso il futuro.

© Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto Ivan Demenego

Bottega 5.0 – REALIZZARE

Di Andrea Granelli
29.08.2024



Sulla stampa 3D e sulle macchine a controllo numerico – la loro crescente potenza e flessibilità ma anche la loro progressiva semplificazione d'uso e i costi sempre più contenuti – si è scritto e parlato molto, soprattutto nel mondo artigiano e quindi non li approfondirò. È comunque un ambito tecnologico da tenere sotto traccia in quanto il tasso di innovazione è davvero notevole e soluzioni considerate utili ma inaccessibili possono improvvisamente diventare a portata di mano

Ma il supporto del digitale alla realizzazione di prodotti (e naturalmente di servizi) va molto oltre la loro automazione produttiva. Il suo possibile contributo, infatti, è nell'innovazione a 360° e non si limita al COME produrre ma anche al COSA produrre.

Due attività, in particolare, vanno considerate con attenzione: la **finitura fisica** – e cioè le tecnologie e le soluzioni per migliorare e rendere unici prodotti standardizzati – e la **personalizzazione digitale**, che consente di rafforzare i legami e il senso di appartenenza dell'oggetto all'acquirente/utilizzatore.

Nel primo caso vi è una casistica infinita di strumenti – dalle decalcomanie ai laser – che consentono all'artigiano di finire l'oggetto con elementi che lo rendono unico o addirittura personale – ad esempio integrando il nome dell'acquirente o il destinatario del dono. Inoltre, la grande **innovazione dei materiali** consente di finire il prodotto aggiungendo particolari realizzati con materiali molto innovativi che possono dare un tocco di modernità anche a prodotti molto tradizionali. Pensiamo ad esempio ai materiali a memoria di forma, oppure a quelli "luminosi" e plasmabili che derivano dal mondo dei LED. Ovviamente l'uso di materiali innovativi non solo modifica l'estetica del prodotto stesso ma ne può cambiare le prestazioni e spesso in meglio. E quanto più un materiale è innovativo tanto più è difficile da usare con tecniche industriali ma richiede un approccio e una manualità artigiana.

Il secondo caso – la personalizzazione digitale – apre a notevoli spazi di innovazione. L'idea è molto semplice: associare allo specifico prodotto un'**anima digitale**, o meglio, una sorta di gemello digitale (già introdotto nell'articolo *Bottega 5.0 – sperimentare e adattare*) che ne aiuta la comprensione delle funzioni e l'utilizzo e ne moltiplica le modalità d'uso. Questa anima digitale pensata per l'utilizzatore può contenere programmi che ne variano il funzionamento, manuali d'uso audiovisivi che ne spiegano, mostrandolo, l'utilizzo; oppure ancora sensori che analizzano il contesto (pensiamo ai **robotini per pulire le case** – come Roomba – o le piscine) e adattano conseguentemente il comportamento (ad esempio superano un ostacolo o fanno marcia indietro perché hanno raggiunto una parete o delle scale).

Bottega 5.0 – 'REALIZZARE''

<https://youtube.com/watch?v=>



Ma come si attiva quest'anima? Può ad esempio essere sempre attiva (come nel caso dei robottini), oppure attivata da un sensore o un attuatore (un tasto di acceso/spento); oppure ancora scannerizzando un QR code visibile sull'oggetto che ci porta a un sito web da cui si può controllare l'oggetto stesso (ad esempio tramite il proprio smartphone) e si possono accedere a tutte le informazioni necessarie per usarlo. Talvolta questi siti raccolgono le informazioni che l'oggetto campiona durante il funzionamento: dalle informazioni che segnalano che uno specifico componente della macchina deve essere pulito (ad esempio nel caso delle macchine del caffè) o si sta rompendo e andrà sostituito a breve. Talvolta, invece, consentono una lettura storica dei dati raccolti (come nel caso dei termometri, barometri, igrometri) per fornire ulteriori informazioni all'utente che arricchiscono la sua esperienza del prodotto e ne migliorano l'usabilità e l'efficacia d'uso.

Fornire all'utente informazioni sulle modalità di utilizzo o elementi per usarlo meglio cambiano il prodotto e la sua utilizzabilità in profondità, trasformandolo da semplice oggetto a una vera e propria soluzione intelligente.

Il mondo della sensoristica inserita negli oggetti (ma anche nell'ambiente o nel corpo umano) viene chiamato **Internet delle cose (IoT o Internet of Things)** e rappresenta uno degli ambiti evolutivi del digitale più interessanti e portatore di innovazioni utili per il mondo artigiano. I sensori – e i siti web che integrano le conoscenze di prodotto e raccolgono le informazioni generate – stanno trasformando la natura stessa del prodotto e saranno sempre più economici e facili da usare. Vanno visti come ulteriori materiali a

disposizione da inserire nei prodotti e sono pertanto un ambito tecnologico da tenere sotto traccia.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Immagine realizzata con ChatGPT