



ABBONATI
A VITA BOOKAZINE

Ultime

Topics ▾

Storie ▾

Interviste ▾

Blog ▾

Bookazine ▾

Sezioni

Home

Sezioni

Mondo

Attualità

#montagnafelix

Baldi (Censis): «Montagne, un paradigma per il futuro del Paese»

di **Marco Dotti** | 5 ore fa



Nelle aree montane si producono 235 miliardi di euro di valore aggiunto, il 16,3% della ricchezza nazionale. E la qualità dell'ambiente resta altissima: «consumato» solo il 2,7% di suolo contro il 9,7% dei comuni non montani. Ne parliamo con il professor Marco Baldi del Censis sul numero di Vita magazine in edicola da venerdì 8 luglio

Le aree montane rappresentano un peso negli itinerari di sviluppo e di modernizzazione del Paese? Sono territori incapaci di autosostenersi e privi di un loro futuro autonomo? Drenano le risorse generate da altri territori? La risposta è negativa e viene da un'analisi approfondita del valore aggiunto generato nei comuni italiani. La risposta viene dai numeri: il territorio montano rappresenta complessivamente il 54,3% della superficie nazionale. Qui si producono 235 miliardi di euro di valore aggiunto, pari al 16,3% della ricchezza totale generata in Italia. È quanto emerge dall'ultima ricerca del **Censis** sull'**economia della montagna** pubblicata nel volume La "quota dello



SCELTE PER VOI

Riforme

Da mecenate a donatore 3.0

Addii

Bud Spencer: ora più che mai ho bisogno della fede

Volontariato

Il dono crea una relazione, più significativa se condivisa

sviluppo. La mappa socio-economica della montagna italiana (Franco Angeli, 2016). Ne parliamo con il sociologo **Marco Baldi**, che dirige l'area "Economia e Territorio" del Censis e con Marco Marcantoni ha curato la ricerca.

Innovazione

Tre motivi per favorire il più possibile l'impresa sociale nel nostro Paese



Monte Rosa

OLIVIER MORIN/AFP/Getty Images

Nel 1962, i coniugi Paul e Germaine Veyret parlavano di "un certo tipo di vita dell'uomo" in montagna. La questione si ripresenta con forza oggi: quella che Giuseppe De Rita chiama "montante egolatria" incontra limiti seri, strutturali in montagna, dove il noi prevale. Questo è un buon punto da cui partire, per capire e riconfigurare il nostro rapporto con la montagna, non trova?

Poniamoci una domanda: se i fatti di Roma di qualche settimana fa - la morte di una ragazza, uccisa brutalmente tra l'indifferenza di coloro che transitavano - fossero accaduti in un piccolo contesto montano, caratterizzato da una dimensione di vita comunitaria, improntato a legami solidi e da una forte identità locale qualcuno si sarebbe fermato e avrebbe prestato aiuto a quella ragazza? O almeno avrebbe chiamato il 113? Probabilmente sì. Per le ragioni a cui lei ha appena accennato. Ma anche senza andare alla cronaca nera, pensiamo agli incendi boschivi. Roma è il più grande comune agricolo d'Italia, ha centinaia di incendi l'anno che si sviluppano nelle sue zone boschive e rurali. Qualcuno interviene? No, al massimo si chiama il pronto intervento e dopo qualche ora arriva un Canadair per spegnere il fuoco. Risultato? Milioni di euro di danni e costi di intervento altissimi. In montagna, spesso l'intervento è immediato, ci si muove, ci si attiva, ci si mobilita in prima persona. Il contadino non prende il telefono, per prima cosa prende una frasca e cerca di spegnere l'incendio. Altri accorrono appena vedono il fumo perché il territorio è di tutti. Porto questi esempi per dire che c'è un senso di appartenenza che ancora fa la differenza del "vivere in montagna" e, forse, oggi, del vivere nel suo complesso. Questo senso dei luoghi va custodito, salvaguardato, monitorato nella sua

differenza, una differenza che spiega le specificità del “noi” montano. Il senso del “noi” è determinato anche dall’ambiente e dal territorio di appartenenza. La montagna apporta dunque all’intero sistema paese elementi di alterità e differenziazione molto importanti.

Questo dal punto di vista di una comunità reattiva, che si muove in sincrono per far fronte a disagi e problemi. Ma c’è anche una comunità attiva, lo si riscontra dai numeri della ricerca del Censis da lei curata...

Confesso che ha sorpreso anche me un tasso di imprenditorialità nei comuni totalmente montani superiore a quello dei comuni non montani. Parliamo 86,7 imprese ogni mille abitanti contro 84,7. Naturalmente nei comuni interamente montani le imprese sono più piccole, con un numero di addetti limitato, ma il tasso di imprenditorialità induce a riflettere sul fatto che fare impresa in montagna non è così difficile come pensiamo, a fronte degli svantaggi logistici, ambientali e infrastrutturali della montagna. Evidentemente in montagna c’è qualche elemento di carattere socio-economico che, comunque, rassicura nel momento in cui si decide di intraprendere una via imprenditoriale. Magari c’è meno usura, magari la burocrazia è più facilmente affrontabile, magari è più semplice l’accesso al credito, proprio perché sopravvive una dimensione comunitaria e il legame di fiducia e di vicinato non è stato integralmente dissolto. Sono ipotesi, ma resta un fatto: il tasso di imprenditorialità straordinariamente alto.

La montagna in questo senso offre un paradigma straordinario di capitali pazienti e di investimenti concreti, con ricadute tangibili: il 18,7% dei comuni totalmente montani è ricompreso nel perimetro di un distretto che genera quasi 48miliardi di euro l’anno...

La montagna sicuramente costringe a essere sempre all’erta, a non abbassare mai né la guardia, né lo sguardo. In montagna si è abituati a essere sotto sforzo, e a massimizzare una serie di fattori sui quali è possibile incidere e, quindi, la ritengo un elemento che può generare coinvolgimento e valore. “Fa legame”, se così possiamo dire. Fa legame d’impresa. Della montagna, nei dati raccolti, mi ha sorpreso proprio il fatto che le montagne siano in gran parte distrettuali. Mi colpisce questa presenza forte dei distretti e della manifattura nei territori montani, che va probabilmente oltre i casi di eccellenza che sono noti a tutti – dal distretto dello [Sportsystem di Montebelluna](#) all’occhialeria del Cadore. C’è molto di più: sono tanti i distretti che si incuneano nei fondo valle e nei quali la manifattura è ancora ben presente. Un’ipotesi che potremmo avanzare è che un territorio ben conservato, un territorio che comincia a superare le difficoltà logistiche grazie alla disintermediazione digitale forse può risultare attrattivo per imprese che hanno determinate esigenze.

Per esempio?

Associare il proprio brand a luoghi di eccellenza. Eccellenza in termini di qualità ambientale, di tutela e conservazione del territorio, eccellenza nel preservare alcune variabili in maniera corretta. In montagna questa dimensione è sicuramente presente. Ci sono delle opportunità: pensiamo al fenomeno del *reshoring*, al rientro dall’estero di imprese manifatturiere a cui stiamo assistendo in Europa e che cominciano a vedersi anche in Italia. La montagna ha qualcosa da dire per attrarre attività produttive e, in particolare, sul fronte manifatturiero.

La montagna ci porta a ripensare il piccolo, in forma reticolare più che

pulviscolare. I piccoli comuni montani cominciano anche a fare rete, mostrando una dimensione generativa...

Negli ultimi dieci anni ci si è soffermati sul tema della montagna considerandola unicamente come una fonte di costi e di spese. Oggi sta cambiando la nostra prospettiva sul fenomeno.

Qui diventa cruciale il tema della digitalizzazione della pubblica amministrazione.

Si tratta di un tema cruciale per la montagna, ma direi per l'intero Paese. La digitalizzazione può aiutare rispetto alla necessità di mantenere i servizi di prossimità.

La vicenda è delle comunità montane è esemplificativa in tal senso...

Come qualunque altro ente le comunità montane hanno funzionato male o bene in maniera molto disomogenea e variabile nel Paese. Ma l'ansia di disarticolare i soggetti intermedi e di ricentralizzare i poteri decisionali, ha preso tutto il Paese, pensiamo al caso delle province... Comunque, quali che siano i soggetti di governance della montagna è evidente che se togliamo i servizi al territorio e i singoli presidi - siano essi scuole, stazioni dei carabinieri, uffici postali - questo comporta problemi gravi e induce nuovi esodi. È altrettanto evidente, però, che se proviamo a innovare, anche attraverso il digitale, il format di questi servizi nelle aree montane, possiamo mantenerli sul territorio. Servono dei dispositivi normativi che consentano alla montagna di derogare da certi standard che invece sono presenti in pianura. Intendo dire proprio questo, quando affermo che la montagna non va assistita, ma aiutata a valorizzare le sue specificità e, contemporaneamente, va aiutata a relativizzare i suoi svantaggi.

In copertina: Dolomiti, Val Gardena (OLIVIER MORIN/AFP/Getty Images)



CONTENUTI CORRELATI



Rapporto Censis

03 giugno 2016

Volete essere ricchi e vivere di più? Andate a vivere in montagna