

## **Rabdomanti di comunità: il caso dell'Appennino Reggiano**

*Paola Graziano, Paolo Rizzi*

*Laboratorio di Economia Locale-Università Cattolica di Piacenza*

*“Dall’Alpe si vede l’universo, e forse anche Dio,  
ma dall’Appennino si vedono gli uomini...  
Non c’è vetta, o colle o sella, o crepa o falesia e spiaggia  
dell’Appennino che non abbia un segno di vita di uomini...  
L’Appennino è un crocicchio ideale,  
le sue vie si compiono sempre in un luogo di incontri  
per quelli che sulla strada hanno ancora voglia di conoscere”  
M. Maggiani*

### **1. La montagna italiana tra marginalità e nuove vocazioni**

Le condizioni di marginalità e vulnerabilità delle aree montane, l'importanza della tutela del diritto di cittadinanza di chi vi risiede e il contributo potenziale che le risorse ambientali e culturali di questi territori potrebbero fornire al benessere del nostro Paese fanno della coesione sociale ed economica di queste aree interne un'esigenza di rilevanza nazionale. Si assiste così in questi anni al passaggio da una politica per la montagna essenzialmente assistenziale, volta a compensare i fattori di fragilità di queste aree, ad una politica fondata sulla consapevolezza dell'esistenza di potenziali risorse di elevato valore, che rendono la montagna un patrimonio vulnerabile ma al tempo stesso prezioso per la sostenibilità dello sviluppo italiano. La strategia nazionale per le "aree interne" avviata dal Ministero della coesione territoriale (Barca 2012) offre un importante tracciato per l'individuazione delle esigenze di fondo e degli obiettivi che le politiche pubbliche per la montagna devono soddisfare. Le aree interne sono caratterizzate dalla lontananza dai servizi essenziali, intesa non tanto in termini di distanza fisica, quanto di modalità, mezzi, tempi e frequenza degli spostamenti nello spazio. Sono territori spesso segnati da fenomeni di declino demografico e occupazionale in termini sia quantitativi sia qualitativi, che determinano un allentamento del presidio della popolazione sul sistema locale, una crescente rarefazione sociale e produttiva, la conseguente perdita di tutela attiva del territorio. Sono aree che vivono sostanziali cambiamenti nell'uso del suolo e nell'assetto paesaggistico, con conseguente aumento del rischio idraulico e idrogeologico (Barca 2012, Bevilacqua 2014). Il progetto nazionale per le aree interne sottolinea la necessità di garantire a chi vive in questi luoghi gli stessi diritti di cittadinanza e le stesse opportunità di realizzazione individuale di chi vive in aree a maggiore densità demografica e migliore livello di infrastrutturazione<sup>1</sup>. L'acquisizione di un vantaggio competitivo duraturo e difendibile, che si concretizza mediante la differenziazione dell'offerta territoriale, appare legata ad alcuni fattori specifici: infrastrutture, servizi reali e finanziari, servizi per la produzione di conoscenza, competenze, capitale sociale e capitale creativo. Si tratta degli stessi fattori di competitività e sostenibilità che la letteratura delle scienze regionali indica come strategici per la crescita dei sistemi locali nel tempo della globalizzazione (Camagni 2009; Camagni e Capello 2013; Florida 2003; Ciciotti et.al. 2014). Sebbene la dotazione infrastrutturale del territorio e la

---

<sup>1</sup> Il programma pone in evidenza gli interventi e le azioni necessarie a raggiungere questo scopo: prevenire e contenere in primis i rischi idraulici ed idro-geologici cui questi territori sono esposti, assicurare un sistema di welfare, trasporti e comunicazioni che possa soddisfare efficacemente le esigenze di chi vive in questi luoghi, favorire il sostegno del presidio demografico, sociale ed economico per garantire la cura delle risorse.

qualità dei servizi immediatamente strumentali allo sviluppo di attività economico-imprenditoriali appaiano tuttora fattori localizzativi imprescindibili, le componenti immateriali dell'offerta territoriale risultano cruciali nella definizione del posizionamento competitivo di un sistema locale. Rientrano in questa dimensione la disponibilità di competenze localizzate, il sistema di relazioni tra imprese e tra imprese e territorio e, infine, la dotazione di capitale sociale, concetto che si riferisce al clima relazionale di fiducia ed esprime il legame tra individui e individui e istituzioni (Putnam 1993 e 2000; Bagnasco 2001; Rizzi 2006; Rizzi e Pianta 2011)<sup>2</sup>.

Anche le aree interne sono ricche di "patrimonio territoriale", in quanto capaci di accumulazione primaria, aree in cui si sono sedimentate risorse materiali (agrarie, idriche, forestali, energetiche, ambientali, paesaggistiche) e cognitive (identità, modelli socioculturali, milieu, saperi contestuali) che possono offrire nuovi servizi per l'economia di prossimità e favorire la rigenerazione urbana e dell'interfaccia urbano-rurale (Magnaghi 2010; Poli 2014).

Aree interne e aree montane non coincidono, né in senso geografico né semantico: nel primo caso il riferimento geografico è per lo più metaforico e relativo alla "lontananza" dalle possibilità di sviluppo e realizzazione individuale di chi vi risiede, nel secondo il riferimento geografico attiene a molteplici caratteristiche ambientali, sociali ed economiche strettamente legate alla dimensione altitudinale del territorio (Dematteis 2013). E' possibile osservare in ogni caso come il cambiamento di paradigma, alla base dell'evoluzione delle politiche per le aree interne, trovi riscontro o persino anticipazione nel nuovo rapporto con la montagna dei suoi abitanti e dei suoi utenti esterni. Si assiste infatti ad una graduale presa di coscienza, soprattutto da parte dei giovani residenti, del valore del patrimonio territoriale di questi luoghi e ad una rivendicazione di una loro gestione più autonoma. Parallelamente si sviluppa oggi una trasformazione nelle modalità di fruizione turistica della montagna, con una riduzione dei segmenti tradizionali di domanda, orientati soprattutto alle attività sciistiche, a favore di segmenti nuovi, interessati ad attività maggiormente sostenibili da svolgere a stretto contatto con la natura e la cultura dei luoghi (Dematteis 2014).

In questo quadro si inserisce il fenomeno dei "nuovi montanari", individui in cerca di legami comunitari che decidono di stabilirsi in modo permanente in luoghi frequentati dapprima come turisti (Dematteis 2013 e 2014; Meloni 2014) o residenti part-time che scelgono la montagna per una migliore qualità dell'ambiente e della vita (Cersosimo 2013) e quale luogo privilegiato di relazioni interpersonali (Censis 2002).

In questo quadro di riferimento appare necessaria una riflessione sulle modalità di disegno ed attuazione delle politiche per la montagna, in relazione ai diversi passaggi del policy cycle. Le politiche per la montagna devono riconoscere innanzitutto, a fronte della marginalità spaziale che contraddistingue questi territori, la centralità delle loro specificità e qualità intrinseche (Ferlandino e Rota 2013, Granata e Pileri 2013). I territori montani vivono costantemente non solo processi di abbandono ma anche di riassetto e adattamento, che hanno consentito ad alcune risorse di mantenersi allo stato nascosto, di restare sottovalutate e, al contempo, preservate (Meloni 2014). Le aree montane hanno preservato, più che altri contesti, qualità ambientali e paesaggistiche, risorse insediative e capacità di produrre beni collettivi in risposta alle esigenze dell'intera società. Il territorio montano con la sua dotazione di biodiversità, di risorse culturali e vocazioni produttive, può costituire, se opportunamente valorizzata, uno scrigno di resilienza e capacità autopoietiche, quali condizioni imprescindibili per il mantenimento nel tempo del suo posizionamento competitivo (Boschma 2004; Sotarauta 2005; Graziano 2014).

---

<sup>2</sup> Va sottolineata l'oggettiva difficoltà della generazione dei fattori immateriali e del capitale sociale, dal momento che si tratta di asset territoriali che sedimentano nel tempo, non sono riproducibili in tempi brevi e sono anche difficilmente utilizzabili fuori dal contesto in cui sono stati generati.

L'efficacia degli interventi per lo sviluppo dei territori montani si può misurare sia con la capacità di trattenere popolazione e imprese esistenti, sia con la capacità di attirare nuovo capitale umano e nuove realtà produttive. Emerge quindi l'importanza della valorizzazione di attività "radicate", vale a dire ancorate a fattori non delocalizzabili, che favoriscono l'uso sostenibile di risorse naturali e culturali specifiche del territorio montano. Si tratta di attività in grado di valorizzare il capitale umano qualificato, in possesso del know-how necessario ad esprimere professionalità strettamente legate alle potenzialità proprie di quel contesto. Emerge anche il ruolo degli imprenditori di attività a localizzazione "ubiquitaria", cioè attività che potrebbero svolgersi nello stesso modo anche in località non montane ma che fanno crescere l'occupazione totale (Dematteis 2013). In tal senso l'offerta di investimenti esterni rappresenta un'opportunità di sviluppo locale soltanto se l'insediamento produttivo favorisce l'interazione tra gli attori locali e i portatori di risorse finanziarie e commerciali esterne, per una valorizzazione innovativa delle specificità locali in termini produttivi e organizzativi. Al contrario, lo sfruttamento omologato delle risorse montane come l'acqua, le biomasse forestali e, in prospettiva, anche della biodiversità come fonte di servizi eco-sistemici commerciabili risponde esclusivamente a interessi esterni. Non favorisce l'aumento di un vantaggio comparato sicuro, radicato nella natura e nella cultura del territorio, non contribuisce alla soluzione dei problemi locali, anzi rischia di aggravarli. Risulta cioè indispensabile una selezione degli investimenti con la predilezione di economie territoriali solidali e corali rispetto ad economie estrattive, per generare processi di innovazione legati al patrimonio territoriale (Poli 2014). Un target cruciale delle politiche per l'attrattività della montagna è quello degli amenity migrants, lavoratori autonomi intellettuali, artistico-creativi, pensionati, lavoratori autonomi connessi in rete e, in generale, tutti gli individui che scelgono la montagna per una migliore qualità dell'ambiente e della vita (Dematteis 2014). Un ruolo molto importante nello sviluppo di questi territori è ricoperto anche dagli individui con motivazioni prevalentemente esistenziali, che non ricercano soltanto l'amenità dei luoghi, ma utilizzano in modo diffuso le risorse ambientali e culturali del territorio. Queste persone, partecipando attivamente alla tutela delle risorse territoriali e alla conservazione innovativa della cultura locale, nelle sue espressioni tangibili (caratteri paesaggistici, artistici e architettonici) e intangibili (saperi, abilità, tradizioni), contribuiscono in modo significativo a frenare l'emorragia demografica che segna questi luoghi.

La tenuta del tessuto sociale locale può anche essere rafforzata attraverso azioni di attrazione e accompagnamento di famiglie in cerca di un'abitazione a basso costo, che favoriscono così il sostegno del presidio demografico locale e il rilancio di un programma di integrazione rivolto al recupero del patrimonio edilizio degradato. Ma le azioni e gli interventi capaci di rispondere alle esigenze della popolazione e delle imprese insediate devono sempre essere il risultato di una *governance* multi-scalare: il livello locale, lo spazio vissuto delle famiglie e delle imprese, è quello che sembra rappresentare meglio le interazioni tra individui, gruppi sociali e istituzioni ed esprimere i bisogni reali a cui le politiche sono chiamata a rispondere (Ciciotti, Dallara e Rizzi 2008). Le politiche e le azioni per l'attrattività, la valorizzazione e l'animazione dei territori montani quindi devono necessariamente presupporre un'attività di riscoperta e riconoscimento, necessaria ad attivare il percorso partecipativo per un'efficace rivitalizzazione del tessuto socio-economico locale.

## ***2. Un progetto partecipato per l'Appennino Reggiano***

A partire dal 2008, con "Riconoscere la montagna", la Camera di Commercio di Reggio Emilia insieme ad altre associazioni di categoria ha promosso lo sviluppo di un percorso di ricerca-intervento che è partito da un approfondito lavoro di analisi sullo stato di salute sociale ed economica dell'Appennino Reggiano, culminato nel 2010 nella costituzione dell'Osservatorio Appennino Reggiano (OAR). L'iniziativa ha assunto già dai primi anni un approccio volto alla

ricerca-azione e all'animazione territoriale, metodologia mantenuta e valorizzata negli anni successivi. La rappresentazione dei fenomeni socio-economici attraverso gli sguardi e le storie delle famiglie, delle imprese e delle istituzioni che vi risiedono, per un'osservazione del territorio partecipata e condivisa, costituisce allo stesso tempo il cardine della metodologia e il nucleo di queste indagini, che avevano come obiettivo l'avvio di un percorso di riscoperta delle specificità culturali e dei fattori localizzativi della montagna Reggiana. L'analisi del territorio è stata condotta innanzitutto dal punto di vista dei giovani, delle famiglie, degli imprenditori, degli amministratori locali e degli insegnanti in ruolo nelle scuole di questo distretto, mediante focus territoriali, indagini dirette e seminari tematici realizzati dal 2010 al 2014.

Particolare significato ha assunto il forte coinvolgimento degli istituti scolastici del territorio per la realizzazione delle ricerche e delle rilevazioni e la lettura critica dei dati. La scuola è presidio civile, sociale, culturale e luogo di elezione per la crescita del capitale umano e per la formazione della cittadinanza, prima di tutto per gli studenti, ma anche per il resto della popolazione. Nelle aree di montagna questo ruolo della scuola è ancora più importante di quanto non lo sia nelle aree urbane, in particolare per gli aspetti che concorrono ad intensificare i rapporti tra individui e territorio, tra comunità e luoghi di appartenenza e che possono creare un circolo virtuoso tra potenzialità umane e ambientali (Barca 2014). Tuttavia sono proprio queste aree ad essere generalmente caratterizzate da una progressiva rarefazione del rapporto tra scuola e territorio, che rischia di compromettere le capacità di sviluppo dei sistemi socio-economico locali<sup>3</sup>. Con queste attività, l'Osservatorio Appennino Reggiano è diventato e si è legittimato come una porzione "abitata" del territorio, nella quale cittadini, imprenditori, amministratori, funzionari associativi e sindacali, giovani e adulti, si confrontano "alla pari" nella lettura dei dati e nel confronto delle proprie visioni e aspettative. Lo sviluppo di un consenso territoriale ampio e diffuso ha consentito di delineare un percorso di indagine filtrato attraverso gli occhi dei suoi abitanti e la storia dei suoi borghi, e di portare a valore le naturali riserve e diffidenze che la gente d'Appennino, per dignità e storia, propone di fronte al cambiamento.

L'accrescimento del livello di osservazione partecipata ha richiesto il supporto indispensabile di tutte le fonti statistiche in uso presso l'Ufficio Studi camerale, incluse quelle specializzate come la congiunturale comprensoriale attiva dal 2011, che hanno integrato ed indirizzato i risultati conseguiti nell'ascolto delle voci del territorio ed elaborazione delle differenti visioni d'insieme. Analisi dei dati statistici, audience territoriale, partecipazione, realizzazione di prodotti di ricerca e progetti di animazione territoriale sono gli strumenti fondamentali che, in modo via via più esteso, sono stati proposti dall'Osservatorio Appennino Reggiano alla comunità locale per uno sviluppo sostenibile e condiviso del territorio. A questa iniziativa gli stessi abitanti e i ricercatori chiedono oggi un salto verso un maggiore sforzo progettuale per fornire nuovi strumenti di analisi e indicare percorsi di crescita. In questo lavoro vengono presentate le caratteristiche sociali ed economiche del territorio oggetto di osservazione: a partire dall'analisi dei dati relativi all'evoluzione demografica, vengono presentati i caratteri strutturali e congiunturali del sistema produttivo fino ad una lettura comparata delle indagini a cui sono stati sottoposti in questi anni famiglie, insegnanti, giovani e amministratori locali.

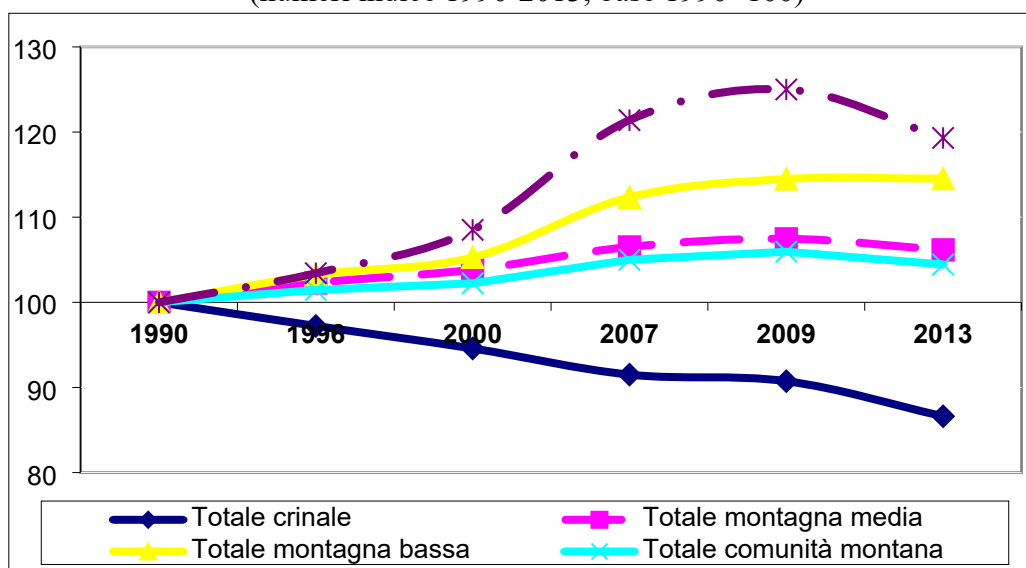
### ***3. Gli scenari demografici ed economici dell'Appennino Reggiano***

---

<sup>3</sup> Il coinvolgimento degli istituti scolastici dell'Appennino Reggiano e l'assegnazione del coordinamento dell'attività dell'OAR ad uno di questi, l'Istituto Cattaneo-Dall'Aglio, ha mostrato come uno degli intenti alla base del progetto fosse quello di porre la scuola al centro dell'intreccio degli sguardi al proprio territorio di giovani, insegnanti, amministratori pubblici, imprenditori e famiglie (Rizzi et.al. 2008, Rizzi e Teneggi 2013).

L'esame dell'evoluzione demografica della montagna della provincia di Reggio Emilia, effettuato sull'andamento in serie storica della popolazione residente negli ultimi 60 anni, evidenzia una dinamica di segno opposto: la provincia reggiana ha segnato un netto aumento dei residenti, che passano da meno di 400mila unità censite nel 1951 alle oltre 500mila del 2013 (in calo rispetto al 2009), mentre tutte le aree della montagna hanno vissuto un significativo calo della popolazione, soprattutto per quanto riguarda il Crinale. Tuttavia, considerando gli ultimi 20 anni e confrontando la popolazione della montagna reggiana con quella della regione Emilia Romagna e dell'Italia, emerge la lieve crescita demografica dell'area, fatta eccezione per i comuni del Crinale, soggetti a continuo spopolamento.

**Fig. 1 - La dinamica della popolazione residente**  
(numeri indice 1990-2013, base 1990=100)



Fonte: Istat, ns. elaborazioni

Si evidenzia ad esempio l'aumento della popolazione della montagna bassa del 14,6% tra il 1991 ed il 2013 e dell'8,4% tra il 2001 ed il 2013. Dall'analisi della struttura demografica per classi di età emerge il prevalere delle classi più anziane, con percentuali superiori di ultrasessantacinquenni nelle aree appenniniche, quasi il 34% nel Crinale e il 26% nella Comunità Montana, rispetto all'incidenza media provinciale del 19,5% e media regionale del 22%<sup>4</sup>. L'operare congiunto, poi, dei fenomeni demografici "naturali" (riduzione del tasso di natalità e aumento della vita media) ha portato alla strutturale impossibilità di riproduzione nel tempo della popolazione insediata (Zobbi 2005; Bevilacqua 2014). L'aumento della popolazione totale nella regione, nella provincia reggiana e nell'area della montagna media è determinata soprattutto dal saldo migratorio, che risulta positivo in tutte le aree, ma la sua dinamica denota una diminuzione nell'ultimo quinquennio, segnale probabile di una perdita di attrattività di questi territori, anch'essi colpiti dalla crisi.

Il settore produttivo rappresenta una componente decisiva del sistema, uno "zoccolo duro" occupazionale, fondamentale per evitare il rischio di incrementare i flussi migratori o pendolari

<sup>4</sup> Il forte deterioramento della struttura demografica deriva dal consistente processo migratorio che ha interessato l'area dal secondo dopoguerra. Un fenomeno che ha operato selettivamente all'interno delle fasce d'età, interessando prevalentemente la quota di popolazione in età lavorativa e indirettamente le classi infantili e provocando un aumento percentuale della popolazione anziana.



verso altre zone della provincia. Si tratta di una presenza limitata in termini numerici ma capace di esprimere livelli interessanti di specializzazione e qualità produttiva (Rizzi et.al 2008). Si osserva una maggior concentrazione di attività nelle aree della Montagna Media e Montagna Bassa, laddove il crinale presenta invece numeri piuttosto ridotti. La difficoltà a raggiungere tali zone, la carenza di infrastrutture e la lontananza dalle vie principali di comunicazione sono le cause principali ascrivibili alla scarsità di attività produttive nel Crinale. Le imprese della montagna reggiana registrano un continuo decremento ma gli effetti della crisi economica internazionale e nazionale hanno iniziato ad influire in modo significativo sulla struttura produttiva locale (dinamica comune anche alle altre realtà di confronto provinciale e regionale) a partire dal 2010.

Le nuove imprese iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio sono circa 200 all'anno. In termini di percentuali sullo stock di imprese complessive, si riscontrano tassi abbastanza equilibrati tra le tre aree della Comunità Montana.

**Tab. 1 La dinamica delle imprese**  
(valori assoluti, 2006-2014)

	2006	2008	2010	2014
<i>Crinale</i>	1.029	1.007	1.000	967
Castelnovo ne' Monti	1.289	1.282	1.239	1220
<i>Montagna media</i>	2.655	2.614	2.574	2.446
<i>Montagna bassa</i>	1.904	1.871	1.840	1.666
Totale Comunità Montana	5.588	5.492	5.414	5.079
Reggio Emilia	58.545	58.699	57.955	56.161
Emilia Romagna	478.965	477.181	475.308	465.717
Italia	6.125.514	6.104.067	6.109.217	6.039.837

Fonte: Elaborazioni LEL, dati Registro Imprese Camera di Commercio di Reggio Emilia, Unioncamere

Il confronto dei tassi di natalità tra il 2011 e il 2014 evidenzia tuttavia un sostanziale calo della dinamica imprenditoriale, frutto anche dell'attuale situazione economica. Soprattutto l'area del Crinale è contraddistinta da una netta diminuzione dei tassi di natalità e questo dato trova riscontro anche nell'analisi disaggregata a livello comunale.

Un'altra rilevazione importante attivata dal Centro Studi Unioncamere sulla montagna reggiana è costituito dall'indagine congiunturale sulle imprese del settore manifatturiero e del commercio con cedenza trimestrale. Raramente si assiste alla possibilità di raccogliere dati congiunturali su aree interne, che possono fornire indicazioni molto più rapide per cogliere le dinamiche di breve periodo a livelli di produzione, fatturato, addetti, esportazioni. Da queste rilevazioni attivate nel 2011 è emerso come gli effetti recessivi che hanno colpito tutta la regione e l'intera provincia registrino andamenti differenziati nelle zone montane, con trend di solito più lenti, quasi "ritardati", e in alcuni casi meno ciclici, quasi che la multifunzionalità produttiva connaturata con il tessuto economico montano possa attenuare gli shock esogeni almeno nei primi periodi di crisi.

#### **4. La sostenibilità economica delle imprese locali**

Il primo fattore di sostenibilità territoriale delle aree interne deriva dalla capacità di sviluppo e tenuta delle imprese attive nell'area: l'imprenditorialità rappresenta quindi il primo elemento da analizzare per comprendere le condizioni di "rigenerazione" del tessuto produttivo locale, i fattori di spinta e di eventuale attrazione per le attività economiche, sia del primario che dell'industria e dei servizi (Ciciotti 2004, Ciciotti e Rizzi 2005). A partire dalla pubblicazione del primo rapporto di ricerca "Ri-conoscere la montagna" (Rizzi et.al. 2008) sono state condotte diverse indagini dirette sull'area dell'Appennino reggiano, tramite somministrazione di questionari o interviste ad alcune

categorie di soggetti chiave del territorio, tra cui anche le imprese. L'intento è stato quello di approfondire la conoscenza del sistema socio-economico locale, offrire una fotografia e una rappresentazione dell'evoluzione del territorio appenninico, completando così le informazioni statistiche precedentemente presentate e le analisi svolte.

In particolare un focus specifico è stato indirizzato alle imprese appenniniche con un sondaggio realizzato tra il 2010 e il 2011 con interviste a 100 imprese del territorio, appartenenti a diversi settori produttivi: agroalimentare, artigianato, industria, commercio, servizi. L'obiettivo era quello di analizzare gli impatti della crisi economica in termini di riduzione del fatturato e di implicazioni sull'occupazione; valutare le condizioni di permanenza delle imprese in Appennino e, di conseguenza, i rischi di delocalizzazione; far emergere il punto di vista degli imprenditori rispetto alla priorità per lo sviluppo del territorio in termini di politiche pubbliche e strategie private. Lo strumento adottato è stato un questionario impostato insieme alle Associazioni di categoria e sottoposto alle aziende in incontri diretti o focus group. Gli addetti delle imprese coinvolte nell'indagine sono prevalentemente operai e addetti alla produzione (53%), mentre in termini di provenienza sono quasi esclusivamente (91%) residenti nel comune dell'impresa o in altri comuni dell'Appennino. Per tre imprese su quattro, la crisi ha avuto impatti significativi, circa un terzo degli intervistati ha dichiarato molto forte l'incidenza della crisi sulla propria attività imprenditoriale, con pesanti contraccolpi sul fatturato negli ultimi anni ed in termini di previsioni sul biennio successivo. Meno pronunciati sono risultati gli impatti negativi sull'occupazione, per la quale sembra prevalere una certa tenuta, pur in presenza di criticità da non sottovalutare. Sono emersi problemi significativi rispetto alla situazione finanziaria del tessuto imprenditoriale ed ai rapporti con gli istituti di credito, con cui si riscontrano difficoltà crescenti nel reperimento di affidamenti e risorse. Per migliorare questa situazione, le imprese hanno evidenziato la centralità del ruolo dei Consorzi Fidi e delle Associazioni Imprenditoriali. Oltre la metà delle imprese intervistate (54%) ha dichiarato di aver introdotto nell'ultimo anno innovazioni di prodotto/servizio. Sembra quindi piuttosto marcata la vocazione innovativa del tessuto imprenditoriale in termini "product oriented", mentre appare meno pronunciata la propensione ad introdurre innovazioni gestionali, a livello organizzativo, informatico e di marketing. La capacità di collaborare con altre imprese del territorio risulta ancora legata a modalità tradizionali, come la fornitura di servizi (oltre il 62%) e la subfornitura produttiva, mentre risultano ancora poco sviluppate modalità più evolute di partnership, quali in particolare le "reti di imprese", su cui tra l'altro si stanno orientando i finanziamenti regionali a sostegno dell'innovazione e dell'internazionalizzazione.

**Tab.2 I fattori di permanenza dell'impresa sul territorio**  
(% di importanza elevata e molto elevata)

Zona di residenza dell'imprenditore e/o dei soci	74%
Legame affettivo di appartenenza al territorio	71%
Qualità della vita e dell'ambiente	67%
Capitale umano qualificato	33%
Rapporti con altre imprese del territorio	30%
Disponibilità di manodopera	21%
Vicinanza ai mercati di sbocco	21%
Minor costo della vita	18%
Attenzione degli enti locali	15%
Minor costo delle aree produttive	14%
Incentivi e finanziamenti pubblici	11%
Miglioramento trasporti e viabilità	11%
Vicinanza alle materie prime	8%
Servizi offerti dal territorio	6%

Fonte: OAR interviste dirette imprese

Per quanto riguarda i fattori di permanenza delle imprese sul territorio, emerge la netta prevalenza di tre fattori su tutti gli altri: la zona di residenza dell'imprenditore, il legame affettivo di appartenenza e la qualità della vita e dell'ambiente. E' sicuramente positivo considerare che si tratti di fattori di fatto non intaccabili da aspetti congiunturali o da dinamiche economiche negative.

Tra i fattori di rischio di delocalizzazione delle imprese dell'Appennino emergono differenze assai meno pronunciate, segnale che appaiono piuttosto bassi i rischi di significative fuoriuscite. Inoltre si assiste ad un certo livellamento tra i vari fattori di rischio, con una leggera prevalenza degli aspetti legati alla carenza di infrastrutture, alle difficoltà finanziarie e alla riduzione dei mercati di sbocco.

Per gli imprenditori, le priorità di intervento di interesse per la propria impresa riguardano prevalentemente il potenziamento delle infrastrutture viabilistiche (indicato da 3 imprese su 4), gli incentivi per progetti di ricerca e sviluppo e per l'impiego di energie rinnovabili. Mentre nel primo caso si tratta di un elemento "tradizionale", seppur particolarmente importante, e sentito dal mondo imprenditoriale, negli altri due casi viene posta l'attenzione su progettualità innovative negli ambiti della ricerca e dell'energia. Gli imprenditori sono stati chiamati ad esprimersi anche in termini di priorità non tanto rispetto alla propria realtà aziendale, quanto in riferimento al territorio dell'Appennino nel suo complesso. Sono tre le indicazioni largamente prevalenti (con percentuali attorno all'80%), di cui due prettamente legate alle attività produttive e ai bisogni ad esse connessi (economia e lavoro, trasporti e viabilità), ed una, quella del turismo, che risulta particolarmente interessante, in quanto evidenziata dalla stragrande maggioranza degli imprenditori operanti nei diversi comparti economici, a conferma delle potenzialità trasversali del comparto turistico per il territorio. I settori con maggiori possibilità di sviluppo per gli imprenditori sono quelli della difesa e valorizzazione del territorio e dell'assistenza sociale e sanitaria, strettamente connessi al ruolo del settore pubblico, seguiti dal comparto agricolo e alimentare (indicati come settori con maggiori possibilità di sviluppo nel 62% dei casi). Le imprese e le famiglie sono state interrogate in merito all'adeguatezza dei percorsi formativi: il giudizio delle imprese risulta meno positivo rispetto a quello delle famiglie, in quanto il 53% degli imprenditori si è espresso negativamente, contro circa il 40% delle famiglie. In termini di indirizzi scolastici, le valutazioni più positive da parte delle imprese vengono espresse a favore dell'Istituto Alberghiero e dell'Istituto Tecnico Industriale. Le imprese si sono espresse anche sui profili professionali che presentano maggiori necessità di interventi formativi, il che non significa necessariamente un giudizio negativo sugli stessi, ma si lega piuttosto ad azioni di riqualificazione rispetto a figure per le quali si presentano nuovi fabbisogni e nuove prospettive di sviluppo. Si riscontra una coerenza tra i principali profili indicati dalle imprese e i settori prima evidenziati come quelli con maggiori prospettive di sviluppo (valorizzazione del territorio, assistenza socio-sanitaria, produzioni agro-alimentari).

Un secondo focus è stato quello relativo alla natalità di impresa, con un'indagine ad hoc sulle nuove imprese nate dopo il 2010 all'interno del territorio dell'Appennino Reggiano. L'obiettivo è stato quello di andare oltre il dato statistico, approfondendo sul campo la conoscenza delle realtà più interessanti e delle motivazioni che hanno spinto le nuove iniziative imprenditoriali. La nascita di nuove imprese, infatti, se da un lato è interpretata come un fattore positivo, in quanto espressione di vivacità e dinamicità di un determinato territorio, d'altro canto spesso può essere invece legata a criticità o a fenomeni problematici come l'espulsione di soggetti dal mercato del lavoro o alla frammentazione di attività in determinati settori (si veda l'elevato numero di nuove ditte individuali nel comparto edile, almeno prima della crisi del settore innescata dallo scoppio della bolla immobiliare nel 2008). L'analisi si è focalizzata su 81 nuove imprese con forme societarie più strutturate (società di capitali, società di persone, cooperative), attraverso interviste dirette e visite in azienda, mirate ad incrociare voci, volti, storie degli imprenditori. Le nuove imprese intervistate risultano equamente distribuite nelle diverse aree dell'Appennino, e prevalentemente attive nei comparti Bar, Ristoranti, Alberghi, Manifattura con specializzazioni in meccanica, elettronica,

**Created with an evaluation copy of Aspose.Words. To discover the full versions of our APIs please visit: <https://products.aspose.com/words/>**



mobili, Agricoltura e Agroalimentare. Emerge la rilevanza di nuove attività finalizzate alla valorizzazione di prodotti tipici, territorio, turismo, soprattutto nell'area del Crinale. Le nuove imprese analizzate possono essere distinte in tre macro-categorie: quelle nate per sviluppare una nuova attività vera e propria, finalizzata a valorizzare/scoprire un nuovo prodotto/mercato: si tratta dei casi più interessanti, in quanto espressione di una spiccata capacità innovativa e di una vivacità imprenditoriale volta a perseguire nuove traiettorie di sviluppo; quelle attivate per favorire l'ingresso di nuovi soci o un ricambio generazionale in un'impresa già precedentemente in essere: in questo caso può trattarsi di mere trasformazioni a livello societario, ma anche di interessanti situazioni di giovani che si inseriscono in società di famiglia per rilanciarle e per una scelta di vita, rinunciando quindi ad altre opportunità per rimanere sul territorio della montagna; quelle frutto di riorganizzazioni e/o di riconversioni di attività precedenti in essere nello stesso settore, messe in campo per fronteggiare situazioni di crisi attraverso una nuova organizzazione produttiva, logistica e/o commerciale, con lo scopo di una maggiore efficienza e di una riduzione dei costi. Si riscontra un sostanziale equilibrio rispetto a questa tripartizione, con una prevalenza della tipologia "ingresso nuovi soci / ricambio generazionale" in cui rientra il 38% delle nuove aziende intervistate, mentre le tipologie "nuova attività" e "riorganizzazioni / riconversioni" corrispondono rispettivamente al 33% e al 29% del totale. I "fondatori" delle nuove imprese analizzate sono in prevalenza costituiti da imprenditori già attivi in altre aziende (37%), che nella maggior parte dei casi hanno deciso di intraprendere nuove aree di business (biomasse, energia, agriturismi). Tale aspetto dovrebbe essere letto positivamente in termini prospettici e di durata delle nuove iniziative, considerando l'esperienza manageriale che contraddistingue i titolari e soci. Il 20% delle nuove attività è invece guidato da ex-dipendenti o collaboratori dell'azienda, che subentrano o si affiancano al precedente imprenditore: in questi casi, si tratta soprattutto di esperienze di ricambio generazionale, in cui i figli, già in azienda come dipendenti/collaboratori, entrano nella compagine sociale sostituendo od affiancando i genitori. Per quanto riguarda le motivazioni che hanno spinto le persone intervistate all'apertura della nuova impresa, risultano prevalenti (55%) le motivazioni "pro-attive" nell'apertura di nuove iniziative, come ad esempio la volontà di autorealizzazione/riconversione professionale e la determinazione nello sviluppare un nuovo prodotto/servizio/mercato. Risultano invece meno diffusi i fattori "difensivi", volti a riorganizzazioni aziendali spinte da necessità di miglioramento dell'efficienza e di riduzione dei costi (33%), o all'autoimpiego dovuto ad espulsioni dal mercato del lavoro (5%). L'analisi dei legami delle nuove iniziative con il territorio dell'Appennino ha fatto emergere che il territorio rappresenta un valore anche per l'insediamento di nuove imprese, in termini di qualità della vita e di legame affettivo (38% dei casi). Sono invece meno marcati i fattori normalmente incentivanti rispetto all'apertura di nuove iniziative imprenditoriali (aspetti organizzativi/produttivi e di mercato), cui sono poi spesso correlati la durata ed il successo delle iniziative. Infine, ai protagonisti delle nuove imprese è stato chiesto di estendere lo sguardo ai destini del territorio e di esprimersi rispetto alle priorità su cui concentrarsi per favorire lo sviluppo economico della montagna reggiana. L'elemento prevalentemente richiamato dagli imprenditori (38%) è quello della necessità di maggiori incentivi finanziari alle imprese per investimenti: non si tratta di richieste di interventi "a pioggia" ma di sostegni mirati a progetti di innovazione produttiva, organizzativa, di filiera, che possano creare valore aggiunto per il territorio in una prospettiva di medio-lungo periodo. Risultano poi rilevanti i fattori legati allo sviluppo del turismo (29%) e della promozione territoriale e delle eccellenze locali (19%), confermando che anche dal punto di vista degli imprenditori si tratta di aree strategiche per il futuro della montagna.

##### ***5. Le voci del territorio montano: valori, appartenenza, identità***

Le indagini condotte su famiglie, docenti, giovani e amministratori<sup>5</sup> hanno consentito una lettura comparata su aspetti di percezione di valori e aspettative così come sul rapporto con il territorio di appartenenza.

Tutti i soggetti intervistati ritengono prevalenti, tra “le cose importanti della vita”, la famiglia, la salute, l’amore e l’amicizia (aspetti legati all’intorno ristretto della persona), seguiti dal blocco dei valori astratti come libertà, pace, solidarietà; infine i valori più materiali connessi all’autorealizzazione; da ultimo gli aspetti relativi all’impegno sociale, religioso e politico. La gerarchia dei valori appare simile ad altre rilevazioni nazionali (Iard 2007) e coerente tra le diverse categorie censite, anche se i giovani hanno espresso minor attenzione al rispetto delle regole, alla libertà, alla pace, mentre hanno dato maggior rilevanza a salute, amicizia, lavoro, tempo libero e autorealizzazione. La graduatoria dei valori attribuita dai giovani risulta anche stabile nel tempo, con la salute al primo posto in tutti e tre gli anni considerati, seguita da famiglia e amicizia. Emerge un netto aumento tra il 2008 e il 2013 dell’importanza attribuita al lavoro (indicato come “molto importante” nel 44% dei casi nel 2008 e nel 63% nel 2013), ma anche agli interessi culturali e all’istruzione, alla solidarietà e all’impegno sociale. E’ invece diminuita nel corso del tempo l’importanza attribuita al fare carriera, il benessere economico e il guadagnare molto, ovvero ai valori più materialistici e di *self-interest*. Da questa rilevazione si può affermare come il mondo valoriale di riferimento dei giovani montanari ed in generale degli abitanti delle aree appenniniche non si differenzi in modo significativo da altri contesti territoriali, enfatizzando semmai la prevalenza dei valori personali legati alla vita relazionale delle persone.

**Tab.3 Quanto sono importanti nella sua vita le seguenti cose?**

(valori % di rispondenti “molto” su totale)

	Famiglie	Insegnanti	Amministratori	Giovani
Salute	90,3	91	75,9	86,2
Famiglia	91,9	86,9	82,0	79,8
Amicizia	56,2	71,1	70,7	75,0
Libertà	75,1	83,4	88,7	67,0
Lavoro	69,6	67	51,6	63,2
Autorealizzazione	37,4	42,5	30,8	61,1
Pace	81,2	82,9	81,2	61,0
Amore	76,2	75,9	45,1	60,4
Tempo libero	26,2	32,5		

**This document was truncated here because it was created in the Evaluation Mode.**

<sup>5</sup> Le rilevazioni sono state effettuate nel periodo 2008-2014: in particolare sono stati intervistati 702 giovani degli ultimi tre anni delle scuole superiori di Castelnovo ne’ Monti nel 2010 e nel 2013, 415 famiglie di questi studenti nel 2011, 406 insegnanti delle scuole primarie e secondarie dell’area montana nel 2012, 133 amministratori locali (sindaci e consiglieri comunali) nel 2013-14.

**Created with an evaluation copy of Aspose.Words. To discover the full versions of our APIs please visit: <https://products.aspose.com/words/>**