

A cura di
Marco Baldi e Mauro Marcantoni



La "quota" dello sviluppo

Una nuova mappa socio-economica
della montagna italiana



Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



1801. *tsm-Trentino School of Management/Studi e Ricerche*

La **tsm-Trentino School of Management** è una Scuola, costituita dalla Provincia autonoma di Trento e dall'Università degli Studi di Trento, che opera nell'alta formazione per il settore pubblico e privato.

Per il migliore funzionamento dei Master e delle attività formative, vengono prodotti materiali di alto pregio scientifico e didattico destinati alla Pubblica Amministrazione e al comparto privato, in particolare turismo, arte e cultura. La collana raccoglie e propone questi contributi per alimentare con regolarità e garanzia di qualità la riflessione sulle problematiche del management, dell'alta formazione e dell'aggiornamento del personale in servizio, in particolare delle pubbliche amministrazioni.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

A cura di
Marco Baldi e Mauro Marcantoni

La “quota” dello sviluppo

Una nuova mappa socio-economica
della montagna italiana

Il rapporto di ricerca oggetto della presente pubblicazione è stato realizzato da un gruppo di lavoro composto da Marco Baldi (Censis) e Mauro Marcantoni (tsm). Le elaborazioni statistiche sono state curate da Vittoria Coletta (Censis).
Il Censis ha lavorato su incarico di tsm-Trentino School of Management.

*In copertina: Fortunato Depero, Bozzetto per pubblicità Lavarone. Altitudine ideale, 1953
tempera su cartoncino, 41,5 x 34,3 cm
Rovereto, Mart (Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto)
© Mart, Archivio fotografico*

Copyright © Fortunato Depero by SIAE 2016
Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Sommario

Presentazione, di Ugo Rossi	Pag.	7
Introduzione, di Mauro Marcantoni	»	11
Riflessioni		
<i>Giuseppe De Rita</i>	»	17
<i>Annibale Salsa</i>	»	21
<i>Enrico Zaninotto</i>	»	25
La ricerca		
Premessa	»	31
1. Considerazioni di contesto	»	35
1.1. Il nuovo panorama montano	»	35
1.2. Dove la montagna supera la pianura	»	40
1.3. I nuovi doveri della montagna	»	42
2. La fine dello spopolamento	»	45
3. Il capitale umano, oltre la retorica del depauperamento	»	57

4. Tutto il valore della montagna	»	63
5. Dentro il motore dell'economia	»	71
5.1. Il tasso di "imprenditorialità"	»	71
5.2. La montagna nei distretti industriali	»	77
6. Una montagna di "eccellenze"	»	83
6.1. La vocazione ad attrarre	»	83
6.2. Il <i>made in Italy</i>	»	91
6.3. I vantaggi della coesione	»	94
Appendice cartografica	»	99
Metodologia di stima del valore aggiunto a livello comunale	»	113
Riferimenti bibliografici	»	125

Presentazione

di Ugo Rossi

Scopriamo in questo testo alcune evidenze che sorprendono e affasciano. Da un lato scopriamo che la montagna ha ricominciato a crescere anche in termini di popolazione, dopo decenni di spopolamento, e che il contributo che l'intero territorio montano nazionale fornisce alla ricchezza nazionale è quasi pari alla sua quota di popolazione. Insomma, la montagna, almeno in alcune aree del Paese, non è più il luogo della dimenticanza e della marginalità, ma sembra riprendere il cammino dello sviluppo.

Per la verità anche in passato, quando la montagna sembrava condannata a vivere solo nelle cartoline, la situazione era molto diversificata, perché nelle regioni guidate dall'autonomia, come le province autonome di Trento e di Bolzano e la Regione Valle d'Aosta, lo sviluppo non è mai mancato, anzi proprio il Trentino ha segnato la crescita più evidente degli ultimi venti anni. In altre, che in termini dimensionali ricomprendono la porzione più ampia di territorio, si è registrato invece un forte arretramento, soprattutto nelle regioni dove i territori montani sono minoranza. E qui sta il passaggio chiave del ragionamento: l'arretratezza della montagna non è dovuta all'orografia, i cui svantaggi possono essere compensati, ma alla mancanza di attenzione politica o, se vogliamo, alla debolezza politica rispetto alla pianura.

In una recente ricerca curata da tsm è stata segnalata una sorta di legge della disattenzione verso la montagna: disattenzione inversamente proporzionale alla percentuale di popolazione che in essa vive. Meno popolazione significa più disattenzione e questo, a sua volta, ha determinato leggi e norme sempre meno coerenti con le reali necessità di crescita di questi

“particolari e delicati” territori anzi, addirittura penalizzanti nei loro confronti. Di qui il loro depauperamento sociale e culturale, l’abbassamento della qualità della vita e il conseguente spopolamento, che hanno prodotto ulteriore riduzione del loro peso politico.

In sostanza un circolo vizioso ha intrappolato una quota importante di territorio nazionale.

Soprattutto in Trentino, in Alto Adige e in Valle d’Aosta si è registrato, invece, un circolo virtuoso. Perché si è pensato innanzitutto a creare sviluppo, che è il più grande antidoto nei confronti dello spopolamento. Si è investito sulle infrastrutture, nelle scuole, sull’energia; si è creduto che l’agricoltura potesse svilupparsi senza snaturarsi, così come si è creduto il turismo potesse rappresentare una leva importante per creare ricchezza, lavoro e crescita culturale. Certo con difficoltà e con le inevitabili battute d’arresto, ma i risultati possono essere ritenuti comunque soddisfacenti.

Tutto ciò è stato possibile grazie all’autonomia che di tutti i temi sulla montagna rappresenta la vera sintesi politica. Autonomia significa autogoverno delle popolazioni locali e perciò minor delega ai livelli istituzionali più lontani dalle loro esigenze e specificità.

In questo volume si descrive la realtà dei comuni montani oggi, che in alcune aree sconta ancora le sue difficoltà storiche e in altre si trova allineata alle aree più sviluppate, anzi per alcuni aspetti talvolta superandole.

Si fa perciò riferimento a un nuovo dualismo interno alla montagna. È evidente che la diffusione di studi che finalmente affrontano questi temi con puntualità e valutazioni più precise non può che essere positivo. Da un lato rende consapevoli del percorso fatto, anche se la strada da percorrere è ancora lunga, e dall’altro permette di dimostrare che un’altra montagna è possibile.

Allora è utile elencare gli elementi che hanno consentito a una parte della montagna italiana di promuovere sviluppo per la sua popolazione: una dotazione d’infrastrutture non minore della pianura, anche se il costo necessario è più alto; un’accessibilità maggiore ai servizi pubblici essenziali, come la sanità, l’istruzione, i trasporti pubblici; una qualità della vita elevata e ricca di opportunità.

Il punto fondamentale perciò è essere consapevoli che la montagna non è condannata alla marginalità dall’orografia, ma dalle politiche pubbliche.

La montagna con politiche pubbliche adeguate ed accorte non solo non è regredita, ma si è collocata nelle fasce alte degli indicatori di sviluppo.

Questo volume ce lo conferma con autorevolezza e con una ricchezza di dati e di idee che – in questo caso porto l'esperienza del Trentino – aiutano a proseguire sulla strada intrapresa. Non è quindi azzardato sostenere che, oggi, l'universo della montagna possa essere visto sotto una nuova luce, positiva e promettente.

Nel mondo “piatto” che tanti studiosi descrivono per raccontare la globalizzazione, le vette della montagna possono spiccare, e non solo per l'orografia.

Introduzione

di Mauro Marcantoni

Cos'è oggi la montagna? Valgono ancora gli stereotipi associati un tempo a vette, boschi e prati? Per rispondere, è necessario interrogarsi sulle caratteristiche che da sempre hanno accompagnato il paesaggio montano, rileggendo i suoi valori e le sue diversità, in un'ottica nuova.

Siamo sempre stati abituati a una concezione dualistica della montagna, giocata su tre dimensioni. La prima è quella del dualismo valoriale: siamo stati abituati a vedere nella montagna la purezza (tantissime volte utilizzata persino nella pubblicità con sorgenti immacolate di acqua limpida), contrapposta alla pianura, o meglio alla città, dove invece questa purezza si è affievolita sino a trasformarsi nel suo opposto. È un dualismo di proporzionalità quasi diretta, nel senso che più si scende in basso nell'orografia e più diminuiscono i valori di riferimento.

Paradossalmente, il luogo della contaminazione – la pianura – è divenuto quello delle occasioni da cogliere, delle azioni da intraprendere, mentre quello della purezza – la montagna – ha perso dinamicità, fino a essere confinato nella dimensione protetta, ma isolata, delle “riserve”.

Il secondo dualismo riguarda, invece, l'economia: la montagna è sempre stata luogo dell'agricoltura, degli allevamenti, delle coltivazioni boschive in contrapposizione alla pianura e alla città dove prosperano l'industria e il largo consumo. Una contrapposizione che, ancora una volta, gioca apparentemente a favore della montagna (meno inquinata, meno aggredita dall'acciaio e dall'industria degli ipermercati, più pulita, meglio conservata, mentre la pianura combatte la sua battaglia anti-inquinamento), anche se il dualismo è benevolo solo di facciata. Andando in profondità, infatti, la

montagna appare come un'economia statica, vincolata alle stagioni, alle intemperie, ai capricci del tempo, mentre la città e la pianura sono veloci, senza vincoli di stagione e con la natura obbediente. La lentezza, l'immobilità, sono contrapposte alla velocità e al cambiamento.

La terza dimensione, invece, è più sottile e riguarda un dualismo tutto interno al paesaggio. La sua qualità e la sua bellezza contrapposte alla necessità, anzi all'istinto della tutela, come se la bellezza potesse avere come unica strada solo la conservazione, intesa come intoccabilità. Ancora una volta siamo davanti a un dualismo apparentemente favorevole, ma nel suo intimo contrario, alla montagna, perché a essa nega ogni opportunità di sviluppo. Come se al massimo, o al meglio, o all'ottimo, la montagna non potesse che restare se stessa, immutabile.

L'insieme di questi dualismi ha portato a concepire la montagna come un'entità a parole meritevole di ogni attenzione, ma nei fatti considerata come irrilevante. Come se la sua realtà fosse psicologicamente un ricordo, una riserva valoriale, sempre meno interessante, con il passare del tempo.

Un prodotto di questa concezione sono state anche le politiche che hanno inteso la montagna come una specie da salvaguardare, senza darle vita, innestando, e neppure bene, l'approccio tipico dell'assistenzialismo. Insomma un corto circuito a più livelli: parole d'oro e fatti modesti, ricordo delle occasioni speciali e dimenticanza dei giorni ordinari, etericità nella sua visione e abbandono nella realtà.

Ma, se questa impalcatura poteva (e forse doveva) avere un senso fino a un recente passato, oggi ne ha molto meno. La montagna, infatti, sta uscendo da questa dimensione.

Il primo fattore che sta cambiando ogni cosa, e dunque anche la montagna, è la digitalizzazione dell'economia, della società e dei comportamenti individuali e collettivi. Diversi aspetti dell'economia sono dematerializzati, le intermediazioni di lavoro reale si sono trasformate in flussi d'informazione tra aziende virtuali, dal lavoro tangibile si è passati al lavoro svolto da computer e telematiche. Non sono scomparsi gli oggetti, ovviamente, ma è scomparsa una parte delle aziende che vi lavoravano intorno alle funzioni post-produttive. Un processo che da un lato ha tolto un handicap

alla montagna, la cui logistica è ora un limite meno vincolante rispetto al passato, e dall'altro sposta i problemi su un'altra dimensione. Perché a questo punto il vincolo logistico è dato più dalla mancanza della banda ultra larga, ad esempio, che non dalla scarsità e ristrettezza delle strade. Tuttavia, meno c'è necessità che le persone e le cose si spostino, più crescono le chance della montagna e gli ostacoli di natura logistica si riducono, fatti salvi quelli legati proprio alle infrastrutture digitali.

I dati statistici riportati in questa pubblicazione raccontano, inoltre, che la montagna, dopo un lungo periodo di riduzione della popolazione, negli ultimi dieci anni ha fatto segnare un +1,3%; che il contributo pro capite alla ricchezza nazionale dato da questi territori è solo di poco inferiore di quello prodotto dalle aree di pianura e collina e che, addirittura, il tasso imprenditoriale è in alcune realtà più alto rispetto al resto del Paese. Sono dati che mostrano, inoltre, tra le prime tre regioni in Italia per diffusione e concentrazione delle start up, due alpine, Trentino-Alto Adige e Valle d'Aosta e che evidenziano come, in proporzione, ci siano più associazioni no profit e di volontari nei comuni montani rispetto alla media nazionale. Insomma, ecco una montagna che vive sulla stessa lunghezza d'onda del resto del Paese.

Ma questo non accade per tutti i territori. C'è, infatti, un nuovo dualismo interno alla stessa idea di montagna. Abbiamo aree, segnatamente quelle alpine, governate dalle autonomie speciali, a est e a ovest del Paese, che producono sviluppo in termini superiori alla media nazionale. E ci sono aree montane di altre regioni e di altre latitudini, dove invece la montagna è ancora il luogo dell'antico dualismo, fatto d'invecchiamento, agricoltura arretrata e ammirazione nostalgica del paesaggio. Ci sono aree montane, dunque, dove l'innovazione si è innescata direttamente nelle produzioni industriali, a cominciare proprio dall'industria alimentare, e aree dove l'innovazione stenta ad attecchire. Allo stesso modo, se questi processi vengono sintetizzati nell'andamento demografico, si hanno aree dove ancora continua lo spopolamento e aree dove, invece, il saldo demografico ha cambiato di segno, attraendo nuova popolazione dall'interno del Paese, oltre che dall'esterno.

Venendo ai valori, invece, i territori montani a connotazione positiva hanno un grande potenziale. Ecco perché, proprio in virtù della spiccata individualità di queste aree, è più facile trasformare i nomi del territorio in brand del territorio.

Una volta che i brand territoriali montani diventano tali, cioè sinonimo di valore e distinzione, entrano in un mondo iper-moderno in cui il valore dei prodotti è dato non solo da quello d'uso, ma soprattutto dal loro brand. E i brand territoriali, fatti di paesaggio, qualità della produzione agricola e delle produzioni artigianali, diventano valore in sé nel momento in cui incorporano e rispecchiano valori di autenticità e di purezza. La trasformazione dei luoghi in brand cambia, dunque, completamente il punto da cui si osserva la montagna, crea un ulteriore dualismo al suo interno, dato proprio dalla diversificazione e distinzione del potere di brand di ciascuna località e ciascuna provincia o regione.

Quell'arcadia complimentosa e irrilevante, nel mondo piatto e indistinto di oggi, si è trasformata quindi nel contenuto fondante del brand territoriale. Perciò l'inaccessibilità, o la difficile accessibilità, la scarsa densità della popolazione, la coltivazione artigianale e non industriale, la dimensione media aziendale più contenuta, sono elementi che da debolezza si sono trasformati in forza, perché permettono ai prodotti che arrivano da queste aree di avere un "premio" per il loro prezzo. Un premio dato proprio dalla difficoltà della loro produzione, difficoltà che oggi è percepita come un pregio, perché nei prodotti industriali si vedono non solo la velocità di produzione, ma anche la voracità di suolo, di alimentazione innaturale, di inautenticità. La domanda di qualità trasforma i prodotti correlati e collegati alla montagna come di per sé migliori.

Ripensare la montagna, dunque, vuol dire partire dal presupposto che essa non ha bisogno di essere "assistita", ma esprime una domanda di infrastrutture, di interventi non minori di quelli che domandano le aree urbane e di pianura.

Continua a esistere la distanza orografica, infatti, perché ancora adesso costruire e organizzare una scuola in montagna è sempre più costoso che in città; un chilometro di strada è sempre più costoso che in pianura, come è più costoso un chilometro di banda ultra larga. Perciò servono investimenti

che consentano alla montagna di stare al pari con la pianura, avendo pari opportunità di competere e di contribuire a una appropriata restituzione al Paese degli investimenti fatti sotto forma di sviluppo più equilibrato, di tipicità delle produzioni, di mantenimento della biodiversità, di manutenzione del territorio e del sistema idrogeologico.

Giuseppe De Rita

Non sono notoriamente un esperto di montagna, ma partecipo notoriamente da anni al dibattito sui problemi e sui destini dei nostri territori e delle nostre comunità montane. E ho sempre sofferto in tale dibattito, l'accorata malinconia per la montagna vista come parte residuale dello sviluppo italiano.

Certo nella nostra accelerata transizione, dal 1950 al 2000, la parte dei protagonisti vitali l'hanno fatta le grandi imprese, le grandi città, le grandi infrastrutture di comunicazione ed anche i tanti distretti industriali. Di conseguenza le dinamiche, le direttrici e i luoghi dello sviluppo hanno sconvolto il tradizionale storico equilibrio fra città e campagna e ancor più fra pianura e montagna. Ma l'accettazione di questa banale verità è stata per anni condita da una sorta di nostalgia della montagna come bel mondo troppo rapidamente scomparso.

Andate in una biblioteca pubblica o privata che sia e cercate libri sulla montagna; troverete pochi volumi di riflessione socioeconomica e molti volumi (anche molto belli sul piano fotografico) di malinconico rinvio ad un mondo che non c'è più, con titoli significativi e indiscutibili: *Lassù gli ultimi* o *Fu tempo nostro*, tanto per richiamare i libri più amati della mia libreria di Courmayeur. C'è in tutta la letteratura una sostanziale accettazione del fatto che “lentamente a morire a poco a poco” la montagna è diventata residuale rispetto alle più recenti trasformazioni: l'economia diventa sempre più finanziaria e globalizzata; la dinamica industriale diventa sempre più tecnologicamente avanzata; la vita e la cultura collettiva diventano sempre più mediatiche; l'organizzazione territoriale e amministrativa si porta su assetti metropolitani; e poi... e poi “c'è il resto”.

E il resto è la parte montana del nostro territorio che resta fuori dai grandi processi e flussi della modernità e delle post-modernità. Si è rotto il rapporto fra la montagna e la dinamica strutturale del Paese e forse è questo che è alla base della malinconia del *Lassù gli ultimi*.

Ma è proprio inevitabile considerare la montagna come “il resto” della dinamica corrente? Vederla cioè come un residuo infruttifero, da destinare agli amanti del folklore e alla bravura dei fotografi entusiasti della bellezza di luoghi sospesi fra tanta storia e poco futuro, ma proprio per questo pieni di fascino? Per rispondere a tale domanda devo preliminarmente chiarire che da qualche tempo sono diventato un cultore del “resto”, tanto che ho concluso la “mie pagine” del Rapporto Censis 2015 con una citazione di Derrida che richiamava il concetto che “la riappropriazione di una identità – sia individuale che collettiva – riparte sempre da un resto”. È una citazione che a molti appare astrusa, ma che per me corrisponde alla constatazione di come la società italiana sia cresciuta negli ultimi decenni partendo da fenomeni e processi che sembravano nettamente residuali: l’epopea della piccola impresa rispetto alla retorica primazia della grande impresa (fusioni ed acquisizioni comprese); l’esplosione dell’economia sommersa e/o molecolare rispetto alla cultura dominante della organizzazione fordista; la crescita del localismo (dei distretti industriali, delle medie città, dei borghi) rispetto all’imperiale primazia della cultura metropolitana; la crescita del peso economico della famiglia (una vera s.p.a. di formazione del reddito, di investimento, di risparmio, di consumo) rispetto alla supremazia apparentemente onnipresente della azione pubblica; e addirittura si noti che la lunga crisi 2005-2015 ha reso il mondo agricolo e enogastronomico italiano non un resto dalle analisi industrialiste o immateriali, ma un fattore di equilibrio, di sobrietà, di ricerca di nuovi sviluppi. Potrei dire, con un po’ di coraggio, che l’Italia di oggi è in gran parte figlia di fenomeni e processi che in prima istanza erano stati considerati dei “resti” della grande storia.

La domanda che a questo punto devo e voglio pormi è se la montagna sia anch’essa un resto su cui è possibile costruire un processo di riappropriazione della nostra identità collettiva.

Se continuassimo a pensarla secondo i titoli malinconici che ho citato all’inizio, ci sarebbe solo da pensare alla montagna come un “resto mortale” senza vita da seppellire. Ed invece io sono convinto che anche in questo caso quel che sembra superato e residuale può diventare fattore di