



# UNA MONTAGNA DI BOTTEGHE

## REPORT INTERMEDIO AZIONE 2.1 - MAPPATURA COORDINATA

QUALI E QUANTE SONO LE BOTTEGHE DI MONTAGNA  
SITUATE NEL TERRITORIO DEL GAL GARDAVALSABBIA2020?

Elaborato a cura del GAL GardaValsabbia2020



## PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERRRITORIALE

MISURA 19 - SOSTEGNO ALLO SVILUPPO LOCALE LEADER  
OPERAZIONE 19.3.1 - COOPERAZIONE INTERRRITORIALE E TRANSNAZIONALE



**GAL**  
2020 **GARDA**  
**VALSABBIA**

# INDICE

## *Introduzione*

|                                                    |         |
|----------------------------------------------------|---------|
| 1. Il Progetto.....                                | pag. 1  |
| 1.1 Partner di Progetto                            |         |
| 2. Azioni Comuni.....                              | pag. 3  |
| 3. Il Territorio del GAL GardaValsabbia2020.....   | pag. 4  |
| 4. La Popolazione del GAL GardaValsabbia2020.....  | pag. 6  |
| 5. Frazione e Località: Concetti Geografici.....   | pag. 7  |
| 6. La Mappatura - Azione 2.1.....                  | pag. 8  |
| Obiettivi                                          |         |
| Strategia Operativa                                |         |
| Fasi di Lavoro                                     |         |
| Fase 1 - Raccolta Dati                             |         |
| Fase 2 - Definizione Criteri di Selezione          |         |
| Fase 3 - Attività Operativa                        |         |
| La mappatura in sintesi                            |         |
| 7. Analisi Generale - Fase 1 - Dati Rilevati.....  | pag. 13 |
| 7.1 - Macrocategorie e Numeri                      |         |
| 8. Analisi Specifica - Fase 2 - Dati Rilevati..... | pag. 15 |
| 9. Verifica Dati.....                              | pag. 16 |
| 10. Spunti operativi.....                          | pag. 18 |

## *Conclusioni*

# INTRODUZIONE

Il presente Report è finalizzato alla presentazione e condivisione delle informazioni raccolte nella fase iniziale del progetto di Cooperazione tra GAL Bresciani e Bergamaschi “Una Montagna di Botteghe”.

In questa prima fase, attraverso un'azione di mappatura coordinata tra Partner, si è voluto intercettare e selezionare, tra tutte le attività commerciali presenti nel territorio di pertinenza, quelle corrispondenti al profilo della *bottega di montagna*.

Obiettivo principale: approfondire le conoscenze in relazione al tema dei piccoli esercizi di vicinato, situati nelle aree più marginali del territorio locale.

Da qui a Maggio 2022, data di termine del progetto, verranno sviluppate in modo coordinato ed integrato tra i GAL Partner, le numerose azioni di animazione e networking, volte a coinvolgere in modo operativo i diversi attori della comunità locale.

In sintesi, il presente report vuole:

- raccontare il progetto e i suoi obiettivi;
- descrivere la modalità operativa utilizzata in fase di mappatura;
- illustrare i dati raccolti dal punto di vista quantitativo;
- ipotizzare possibili soluzioni utili al fine di sostenere il sistema botteghe.



# IL PROGETTO

Nei territori montani si assiste da tempo ad un fenomeno di spopolamento dei borghi e ad una lenta ma progressiva chiusura delle botteghe locali. Nei territori più svantaggiati queste rappresentano un bene da tutelare in quanto, oltre ad offrire servizi essenziali per la comunità locale, sono luoghi dove la socialità, la tradizione e la cultura locale, rimangono in vita nel corso del tempo.

Il progetto "Una Montagna di Botteghe" focalizza la propria attenzione sulle piccole attività commerciali presenti nei territori montani, con l'obiettivo di intraprendere azioni a sostegno di questo fragile e al contempo importante, sistema sociale ed economico. Le botteghe coinvolte sono quelle collocate all'interno dei territori dei tre partner di progetto, quali: GAL GardaValsabbia2020 (capofila) GAL Valle Brembana 2020 (partner) e GAL Valle Seriana e Laghi Bergamaschi (partner).

Le botteghe coinvolte nel progetto sono state rilevate attraverso una mappatura coordinata tra i GAL partner al fine di reperire informazioni quantitative e qualitative relativamente alle dinamiche commerciali presenti nei comuni più marginali del territorio. Tali comuni sono stati identificati sulla base di criteri specifici (altitudine e popolazione) definiti in accordo tra i partner durante la fase preliminare del progetto.

I dati raccolti saranno poi analizzati ed elaborati nell'ottica di individuare i punti di forza e di debolezza del settore e forniranno la base per una valutazione delle possibili azioni concrete a supporto degli operatori. In particolare, il progetto prevede l'implementazione delle attività di networking, di promozione e di comunicazione, veicolate sulla base di quanto emergerà nella fase di indagine e di confronto diretto con gli operatori.

Grazie ad una strategia suddivisa per azioni comuni e azioni locali (differenti per ciascun GAL partner) l'iniziativa intende porre l'attenzione sull'importanza cruciale e sul ruolo di presidio territoriale che le botteghe di montagna svolgono nel contesto in cui si trovano: luoghi del commercio e dell'artigianato locale, punto di riferimento per la comunità residente, luoghi di scambio e incontro, dove il turismo incontra la cultura locale.



## IL PROGETTO

L'abbandono progressivo delle comunità di montagna da parte della popolazione residente, la presenza sempre più massiccia della grande distribuzione sul territorio, l'evento dell'e-commerce e i nuovi adempimenti burocratici (es. obbligo dello scontrino elettronico) sono alcune tra le principali cause della lenta e progressiva chiusura delle piccole attività commerciali presenti nei borghi più remoti del territorio.

Secondo UNCEM Nazionale sono già 200 i Comuni senza più una bottega, e il fenomeno non accenna a diminuire. Oltre a favorire l'ulteriore spopolamento, la chiusura delle botteghe priva i borghi montani delle uniche realtà in grado di offrire quei servizi fondamentali che mantengono vitale un territorio.

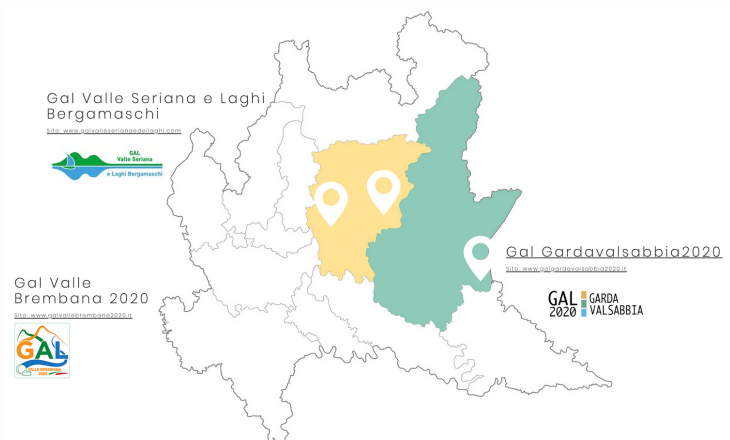
I piccoli esercizi commerciali svolgono infatti un vero e proprio sostegno alla comunità, in quanto spazi del quotidiano, di economica e socialità, dove umanità e lavoro si incontrano, offrendo servizi e commercializzando prodotti.

Emerge quindi il bisogno di intervenire per arrestare il fenomeno della desertificazione commerciale nei borghi montani, supportando e rilanciando il valore del lavoro delle botteghe e degli operatori che le animano.

Il progetto "Una Montagna di Botteghe" si pone l'obiettivo di affrontare con soluzioni mirate e concrete, un fenomeno nazionale che, ahimè anche nel territorio locale, sta assumendo il volto di una vera e propria desertificazione sociale, economica e infine umana.

## I PARTNER DI PROGETTO

- GAL GardaValSabbia2020 | GAL capofila di progetto
- GAL Valle Brembana 2020
- Gal Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi



## AZIONI COMUNI

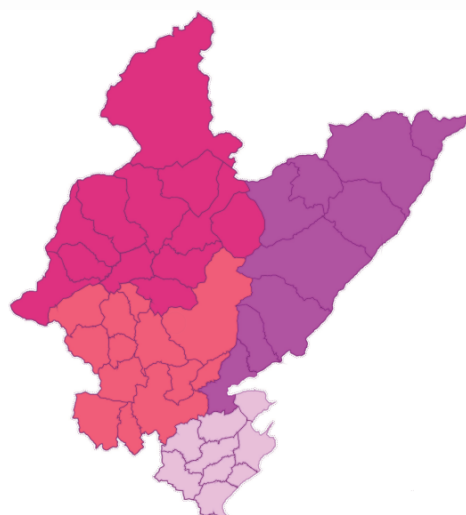
Le azioni comuni, coordinate dal GAL capofila, verranno sviluppate in modo coordinato ed integrato –ma allo stesso tempo autonomo– da ciascuno dei GAL partner, assicurando, in ognuna delle fasi di attuazione del progetto, il coinvolgimento degli altri soggetti partner e sostenitori.

Nello specifico le azioni comuni sono:

- 1 Mappatura quali-quantitativa** per individuare nel territorio del GAL le botteghe e i piccoli negozi delle frazioni e dei borghi montani.
- 2 Redazione Piano d'azione** tramite cui i GAL partner definiranno una strategia coordinata di intervento e gli obiettivi prioritari da perseguire, sulla base dei quali verranno costruite e sviluppate le attività di animazione e networking.
- 3 Redazione di documento guida** per supportare i piccoli esercizi commerciali su aspetti e problematiche fiscali/ amministrative, con l'obiettivo di contribuire al miglioramento dello status quo.
- 4 Comunicazione e marketing verso l'esterno** per sviluppare un pacchetto promozionale delle botteghe di montagna, presentando le realtà coinvolte, proponendo allo stesso tempo itinerari rurali - culturali / eno-gastronomici.
- 5 Comunicazione e marketing verso l'interno:** verranno svolte in modo coordinato tra GAL Partner azioni di promozione e comunicazione per diffondere su ampia scala i risultati e gli obiettivi del progetto.
- 6 Contaminazione e scambio inter-territoriale di buone prassi** attraverso la promozione di momenti di incontro tra i partner della rete e i sostenitori di progetto (workshop tematici e visite conoscitive).
- 7 Valutazione indipendente del progetto,** grazie al coinvolgimento di un consulente esterno capace di valutare l'efficienza e l'efficacia del progetto nel suo complesso, aumentandone il valore e affiancando il GAL nel suo percorso di miglioramento ed efficientamento interno.

# IL TERRITORIO DEL GAL GARDAVALSABBIA2020

## COMUNI DEL GAL GARDAVALSABBIA2020



### ALTA VALLE SABBIA

Bagolino  
Lavenone  
Anfo  
Idro  
Capovalle  
Treviso bresciano  
Vestone  
Pertica Bassa  
Pertica Alta  
Mura  
Casto  
Provaglio Val Sabbia

### ALTO GARDA BRESCIANO

Limone sul Garda  
Tremosine  
Tignale  
Magasa  
Valvestino  
Gargnano  
Toscolano Maderno  
Gardone Riviera  
Salò

### VALTENESI

San Felice sul Benaco  
Manerba del Garda  
Puegnago sul Garda  
Muscoline  
Calvagese della Riviera  
Polpenazze del Garda  
Solano del Lago  
Moniga del Garda  
Padenghe sul Garda

### BASSA VALLE SABBIA

Vobarno  
Sabbio Chiese  
Barghe  
Preseglie  
Blone  
Agnosine  
Odolo  
Vallio Terme  
Serle  
Paltone  
Gavardo  
Villanuova sul Clisi  
Roè Volciano

Come riportato nel PSL GAL Gardavalsabbia2020, il territorio del progetto occupa una superficie complessiva di 1.074,60 kmq, suddivisa amministrativamente fra 43 comuni, di cui 25 ricadenti nel territorio di competenza della Comunità Montana di Valle Sabbia, 9 in quello della Comunità Montana del Parco Alto Garda Bresciano, ed infine 9 nel territorio della Valtenesi.

Questi tre distinti comprensori territoriali sono storicamente integrati tra loro per vari aspetti funzionali e profondamente collaborativi. Facendo un'ulteriore distinzione è possibile suddividere la Valle Sabbia in due zone, individuando così quattro grandi macroaree omogenee:

1. Alta Valle Sabbia;
2. Bassa Valle Sabbia;
3. Alto Garda Bresciano;
4. Valtenesi.

## IL TERRITORIO DEL GAL GARDAVALSABBIA2020

Il territorio del GAL GardaValsabbia occupa un'area vasta quasi un quarto (22,45%) dell'intero territorio della Provincia di Brescia. La classificazione dei comuni proposta, definita dall'Istat, conferma che il territorio di competenza risulta prevalentemente montano: i 34 comuni afferenti alle Comunità Montane di Valle Sabbia e del Parco Alto Garda Bresciano sono classificati come Totalmente montani, mentre i 9 comuni della Valtenesi sono considerati - Non Montani. Analoga suddivisione si può osservare per quanto riguarda la classificazione proposta dal PSR 2014-2020 di Regione Lombardia relativa alle Aree svantaggiate di montagna, attribuita a tutti i 34 comuni della Valle Sabbia e dell'Alto Garda. Per quanto riguarda la classificazione altimetrica, il 67% del territorio ricade in fascia 1 (Montagna interna) mentre l'intera Valtenesi più altri 5 comuni (Salò, Gavardo, Paitone, Roè Volciano e Villanuova sul Clisi) ricadono in fascia 3 (Collina interna).

Questi elementi trovano piena coerenza con gli obiettivi di progetto, che vede la sua piena realizzazione in un'azione di supporto specifico alle attività commerciali localizzate nelle aree montane locali.

# LA POPOLAZIONE DEL GAL GARDAVALSABBIA2020

Come riportato dal PSL GAL Gardavalsabbia2020, in base ai dati ISTAT, la popolazione totale residente nel territorio in oggetto, è pari a 125.185 persone, distribuite su un'area di 1074,60 Km<sup>2</sup>. La densità media è quindi bassa, pari a 116,5 abitanti per km<sup>2</sup> (263,8 è la media della Provincia di Brescia, 185,1 quella dell'area Leader di Regione Lombardia, inferiore anche ai 147 abitanti/km<sup>2</sup> quella delle "aree svantaggiate di montagna" definite da Regione Lombardia).

Emerge un grande divario fra i 2 estremi (Valvestino 6,5 ab/km<sup>2</sup> e Roè Volciano 786,8 ab/km<sup>2</sup>) e notevoli difformità fra i quattro territori di candidatura (dai 50,3 dell'Alta Valle Sabbia ai 232,3 della Bassa Valle Sabbia).

Tutti i comuni in zona altimetrica 3 (collina interna) presentano una densità di popolazione medio-alta (fra 141,1 e 786,8). Osservando la distribuzione della popolazione sul territorio emergono altri aspetti tra cui il profondo divario tra Magasa (145 abitanti) e Gavardo (11969 abitanti), un totale di 4 comuni sotto i 500 abitanti, 10 sotto i 1000 mentre solo 6 comuni sopra i 5000 abitanti (2 di questi superano i 10.000).

E' interessante notare come l'86% dei comuni nel territorio del GAL rientri nella definizione ISTAT di "piccoli comuni" (< 5000 abitanti).

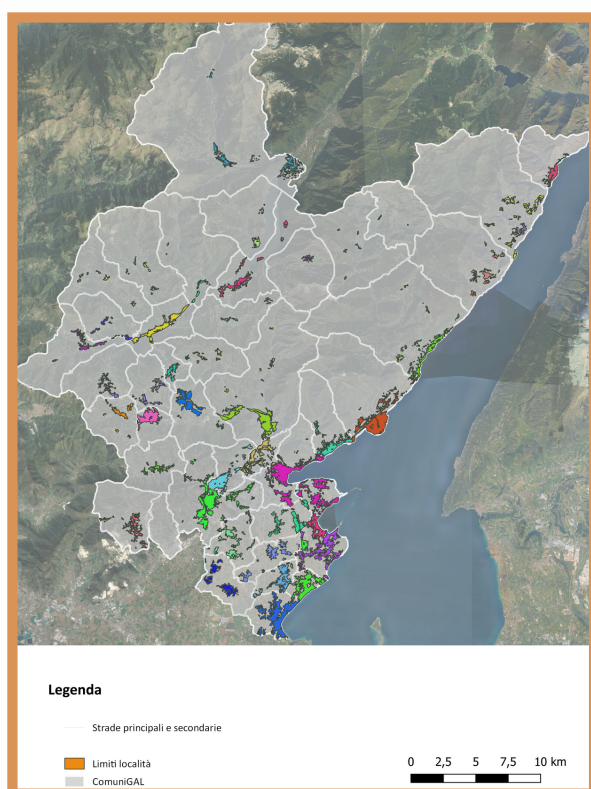
In sintesi:

- Valle Sabbia: 25 Comuni - 123 Località - 52% Popolazione
- Alto Garda: 9 Comuni - 59 Località - 23% Popolazione
- Valtenesi: 9 Comuni - 57 Località - 25% Popolazione

# FRAZIONI E LOCALITÀ CONCETTI GEOGRAFICI

La frazione nella geografia amministrativa italiana è un'entità amministrativa appartenente a un comune, costituita da «un'area del territorio comunale comprendente, di norma, un centro abitato, nonché nuclei abitati o case sparse gravitanti sul centro»; questa gravitazione sussiste quando gli abitanti dei nuclei e delle case sparse sono attratti dal centro, cioè vogliono concurrervi per ragioni di approvvigionamento, culto, istruzione, lavoro, affari e simili; in casi rari una frazione può appartenere anche a due o più comuni diversi; può anche essere una contrada territoriale.

In questo specifico documento si farà riferimento al concetto geografico di località, e non di frazione. Sebbene nel gergo comune si utilizzino indistintamente i due termini, da un punto di vista geografico, questo non risulta corretto. Nel 1991 infatti, in occasione del censimento della popolazione, l'ISTAT decise di sopprimere le frazioni, pubblicando solo i dati demografici relativi alle località.



Rappresentazione Cartografica delle 239 Località del Territorio del GAL GardaValsabbia2020

Questo perché lo sviluppo urbano di molti comuni italiani e delle vie di comunicazione tra le varie località abitate, hanno reso obsoleto quel carattere di gravitazione economico-sociale che conferiva alla frazione geografica la sua individualità. Pertanto, per una più semplice interpretazione dei dati ISTAT, si è scelto di focalizzare l'attenzione sul concetto geografico di località, anziché su quello di frazione, nonostante comunemente i due termini siano usati in modo indistinto come sinonimi. La figura a fianco mostra chiaramente l'estensione territoriale delle località nei rispettivi comuni di pertinenza. Nello specifico, il territorio del GAL GardaValsabbia è composto da 239 località, qui rappresentate in diverse scale cromatiche.



# LA MAPPATURA

## 6.1 - OBIETTIVI

Con la prima azione di progetto si è voluto incrementare la conoscenza delle risorse del territorio, reperendo informazioni circa la tipologia, quantità e geolocalizzazione delle botteghe (attività commerciali) presenti nelle aree di competenza dei tre GAL partner. Questa prima fase è stata necessaria al fine di intercettare dati reali ed aggiornati, utili per cogliere potenzialità e debolezze del settore, nell'ottica di attivare azioni di animazione e networking adeguate alle realtà considerate.

## 6.2 - STRATEGIA OPERATIVA : LE FASI DI LAVORO

L'attività di mappatura è stata svolta in maniera coordinata tra i GAL partner che dopo aver definito una strategia comune, hanno potuto reperire dati uniformi e comparabili, utili per le successive fasi di lavoro. La fase di ricerca è iniziata da una selezione ad ampio spettro su criteri specifici e condivisi, per poi entrare nel dettaglio delle precise aree territoriali e delle relative attività commerciali.

### • FASE 1. RACCOLTA DEI DATI

Sono stati raccolti i dati relativi alla popolazione residente e all'altitudine di tutti i comuni e località del territorio, ed è stata svolta una prima selezione delle aree di possibile interesse. Questa si è basata prevalentemente su criteri soggettivi che hanno permesso di selezionare i comuni con rilevanti caratteristiche di ruralità e marginalità.

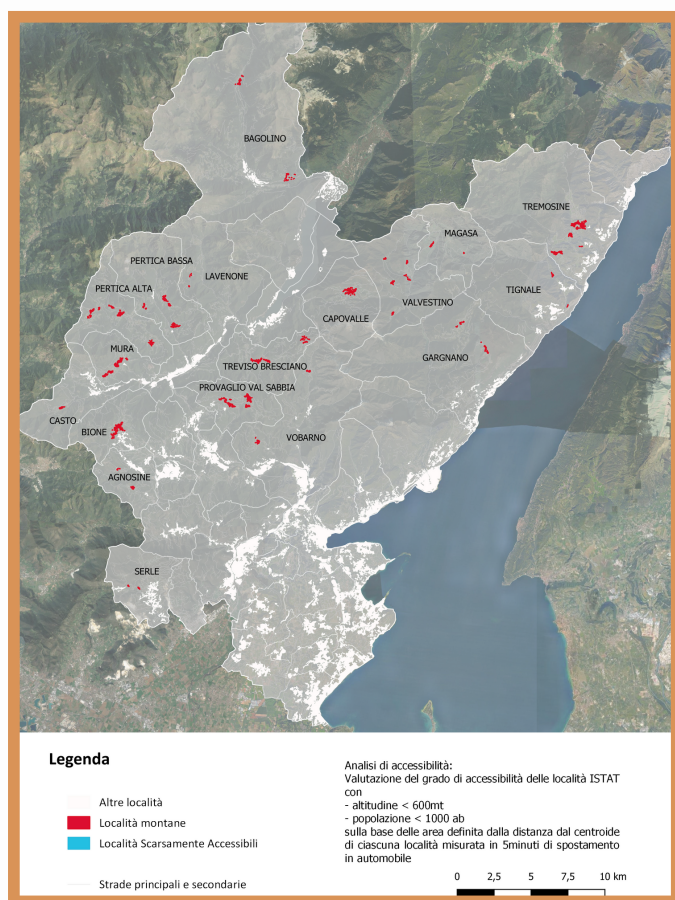
ESITO: N. 26 (su 43) COMUNI SELEZIONATI

### • FASE 2 . DEFINIZIONE DEI CRITERI DI SELEZIONE

#### A) Altitudine e Popolazione

Sono stati definiti i criteri per selezionare i comuni/località aventi precise caratteristiche di "svantaggio/fragilità". Oggetto delle azioni di progetto sono infatti le "botteghe di montagna" ovvero quelle realtà commerciali che rappresentano un micro sistema economico in difficoltà di permanenza a causa dell'attuale sistema produttivo. Per individuare quali tra tutte le attività commerciali presenti appartengano a tale categoria è stato necessario individuare quali tra i comuni del territorio rientrino nella categoria "comuni montani".

## LA MAPPATURA



Per fare ciò i partner hanno stabilito che un comune/località è montano se:

- la popolazione residente è inferiore ai 1000 abitanti;
- l'abitudine minima è pari a 600 metri s.l.m.

In particolare per il secondo criterio si è fatto riferimento all'Art.1 della Legge n. 991 del 25/07/52 - Provvedimenti in favore dei territori montani - che esplica la determinazione dei territori montani: "(...) i Comuni censurati situati per almeno l'80% della loro superficie al di sopra dei 600 metri di altitudine sul livello del mare (...)".

**ESITO: N. 18 (su 26) COMUNI SELEZIONATI.**

Rappresentazione Cartografica dei 18 Comuni Montani del Territorio del GAL Garda Valsabbia 2020

## LA MAPPATURA

### B) Codice ATECO

In seguito si è deciso di portare l'attenzione sui Codici Ateco identificativi delle attività pertinenti con il progetto. Nello specifico sono stati considerati i seguenti Codici Ateco:

- 47.1 - Commercio al dettaglio in servizi non specializzati;
- 47.11 - Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande;
- 47.11.4 - Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari;
- 47.19 - Commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati;
- 47.19.9 - Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari;
- 47.2 - Commercio al dettaglio di prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati;
- 47.21 - Commercio al dettaglio di frutta e verdura in esercizi specializzati;
- 47.22 - Commercio al dettaglio di carni e di prodotti a base di carne in esercizi specializzati;
- 47.24 - Commercio al dettaglio di pane, torte, dolci e confetteria in esercizi specializzati;
- 47.25 - Commercio al dettaglio di bevande in esercizi specializzati;
- 47.26 - Commercio al dettaglio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati;
- 47.29 - Commercio al dettaglio di altri prodotti alimentari in esercizi specializzati;
- 55.10 - Alberghi e strutture simili;
- 56.1 - Ristoranti e attività di ristorazione mobile;
- 56.10.11 - Ristorazione con somministrazione;
- 56.30 - Bar e altri esercizi simili senza cucina.

Oltre ai Codici Ateco, sopra elencati in una prima fase sono state ricercate e catalogate anche attività commerciali con i seguenti Codici Ateco:

- 47.6 - Commercio al dettaglio di articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati;
- 47.61 - Commercio al dettaglio di libri in esercizi specializzati;
- 47.62 - Commercio al dettaglio di giornali e articoli di cartoleria in esercizi specializzati;

## LA MAPPATURA

- 47.64 - Commercio al dettaglio di articoli sportivi in esercizi specializzati;
- 47.65 - Commercio al dettaglio di giochi e giocattoli in esercizi specializzati;
- 47.8 - Commercio al dettaglio ambulante

Visto il carattere “non essenziale” di tali attività, ai fini dello scopo principale del progetto, in una seconda fase di ricognizione si è scelto di non considerarle come botteghe di montagna; si è perciò provveduto a classificarle come “Altro”.

Per sintetizzare, i 4 codici Ateco principali attorno a cui si è svolta la ricerca sono:

- 47.1 - Commercio al dettaglio in servizi non specializzati;
- 47.2 Commercio al dettaglio di prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati;
- 55.10 - Alberghi e strutture simili;
- 56.30 - Bar e altri esercizi simili senza cucina.

### FASE 3. ATTIVITÀ OPERATIVA

I dati raccolti sono stati catalogati in uno foglio Excel organizzato in modo da poter selezionare con velocità le informazioni più rilevanti ai fini del progetto. In particolare, i dati ricercati per ogni Comune del territorio sono stati: Popolazione, altitudine, frazioni (e relativa popolazione e altitudine); numero, tipologia e localizzazione delle botteghe presenti.

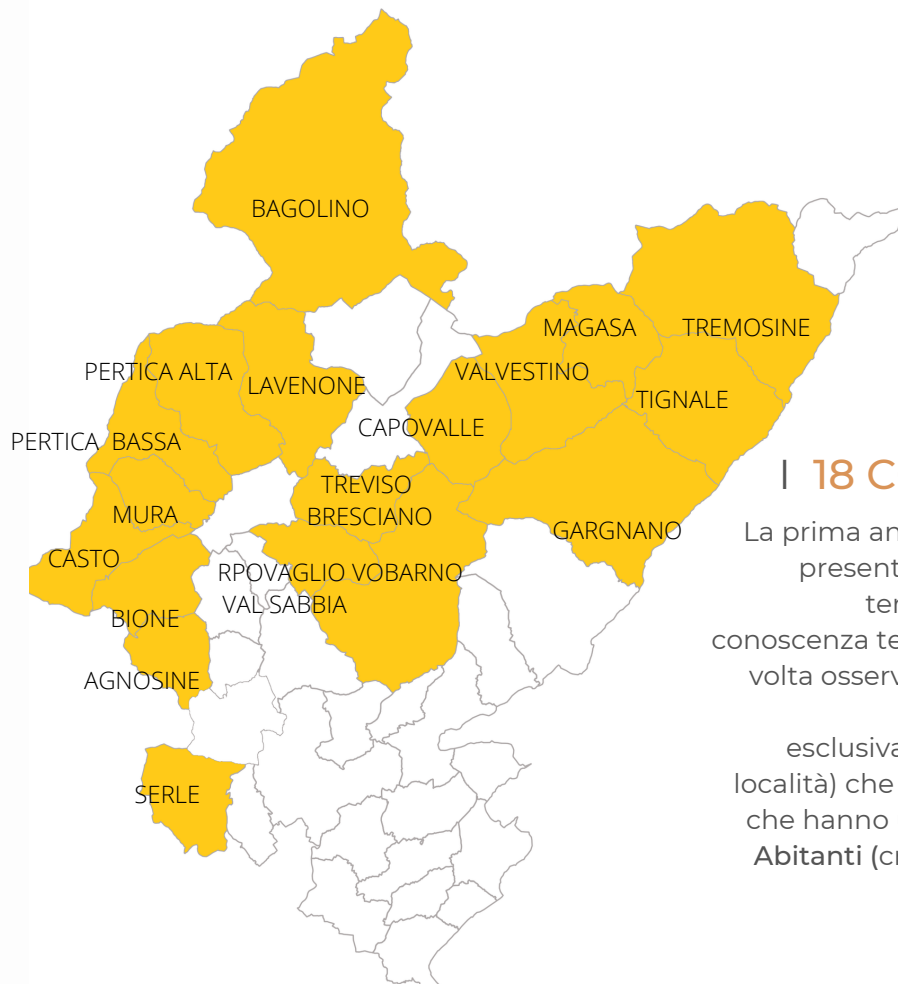
Si precisa che i dati qui riportati non sono da considerarsi definitivi in quanto per alcuni contesti non è stato possibile affrontare un'indagine nel dettaglio. Questa verrà svolta e affinata in seguito, attraverso interviste dirette agli operatori, a cura dei professionisti del GAL GardaValsabbia2020.

L'importanza dei dati raccolti finora risiede nel ricco database di informazioni, punto di partenza utile per ogni possibile progettualità futura.

Di seguito le principali fonti utilizzate.

- Registro Imprese / Banca Dati Camera Commercio Brescia;
- Osservatorio Regionale del Commercio di Regione Lombardia;
- PSL GAL GardaValsabbia2020;
- Ricerca informale sul web;
- Riconcontro diretto con amministrazioni/ tecnici comunali ( vd. email).

## LA MAPPATURA IN SINTESI



### I 18 COMUNI SELEZIONATI

La prima analisi si è concentrata sulle attività presenti nei 26 comuni (e 141 località) del territorio selezionati sulla base della conoscenza territoriale posseduta dal GAL. Una volta osservati i dati relativi ai 26 Comuni si è raffinata l'indagine selezionando esclusivamente i Comuni (e i Comuni con località) che si trovano sopra i 600 mt. S.l.m. e che hanno una popolazione inferiore ai 1000 Abitanti (criteri precedentemente definiti in accordo con i GAL partner ).

### CRITERI DI SELEZIONE

ALTITUDINE SUPERIORE AI  
600MT SLM  
POPOLAZIONE INFERIORE AI 1000  
ABITANTI

### DATI RILEVATI

43 COMUNI DI CUI 18 INCLUSI  
239 LOCALITÀ DI CUI 51 INCLUSE

### CATEGORIE CENSITE

- FRUTTA E VERDURA
- FORNERIE
- BAR/TABACCHERIE
- ALIMENTARI
- MACELLERIE

### DATI RILEVATI

98 BOTTEGHE DI CUI 24 SELEZIONATE

# ANALISI GENERALE DATI RILEVATI FASE 1

La prima analisi si è concentrata sulle attività presenti nei 26 Comuni (e 141 Località) del territorio, selezionati sulla base della conoscenza territoriale posseduta dal GAL GardaValsabbia2020.

In particolare la distribuzione dei 26 Comuni rientrati nella prima selezione è la seguente:

- Area Alto Garda: 7
- Area Valsabbia: 19
- Area Valtenesi: 0

La zona della Valtenesi risulta esclusa in quanto non vi sono Comuni o Località con evidenti criticità legate a caratteristiche di marginalità. Le basse altitudini, la prossimità con il Lago di Garda, la vicinanza al principale centro urbano (Brescia), le floride attività legate al turismo, alla viticoltura e all'olivicoltura rendono la Valtenesi un territorio vivace da un punto di vista socio-economico e culturale.

Nelle aree di questa prima selezione sono state rilevate 634 attività commerciali, suddivise sulla base dei Codici Ateco precedentemente elencati in 4 macro categorie:

- Botteghe
- Bar&Ristorazione
- Attività Ricettive
- Altro

## MACROCATEGORIE E NUMERI

### MACROCATEGORIA 1 - BOTTEGHE

Include:

- Alimentari
- Bar Multiservizio ( Bar + Rivendita giornali + Edicola + Tabacchi)
- Forneria
- Fruttivendolo
- Macelleria

DATI RILEVATI: 150 "BOTTEGHE" su 634 attività (24%).



## ANALISI GENERALE - DATI RILEVATI FASE 1

### MACROCATEGORIA 2 - BAR & RISTORAZIONE

Include:

- Bar
- Bar e Ristorante
- Gelateria
- Pasticceria
- Ristorante (osteria, pizzeria, trattoria)
- Ristorazione ad asporto

DATI RILEVATI: 303 "BAR & RISTORAZIONE" su 634 attività (48 %).

### MACROCATEGORIA 3 - ATTIVITÀ RICETTIVE

Include:

- Affittacamere
- Albergo
- Campeggi
- Hotel
- Altre strutture ricettive B&B, ostelli, agriturismo)

DATI RILEVATI: 59 "ATTIVITÀ RICETTIVE" su 634 attività (9 %).

### MACROCATEGORIA 4 - ALTRO

Include:

- Negozio Articoli Vari (merceria, ferramenta, fiorista, libreria, cartoleria);
- Negozio Abbigliamento;
- Negozi di Prodotti Alimentari (enoteca, prodotti tipici);
- Commercio Ambulante;
- Farmacia;
- Altro.

DATI RILEVATI: 122 "ALTRO" su 634 attività (19 %).

# ANALISI SPECIFICA DATI RILEVATI FASE 2

La rilevazione delle attività commerciali si è focalizzata su specifiche categorie, pertanto non corrisponde alla totalità delle attività presenti nel territorio di pertinenza del GAL. Come già esplicitato, i dati qui presenti verranno aggiornati a seguito della ricognizione diretta sul territorio.

Dopo aver osservato i dati relativi ai 26 Comuni selezionati, l'indagine è stata ulteriormente affinata considerando solo i comuni situati sopra i 600 mt. S.l.m. con una popolazione inferiore ai 1000 Abitanti.

I risultati di tale selezione sono i seguenti:

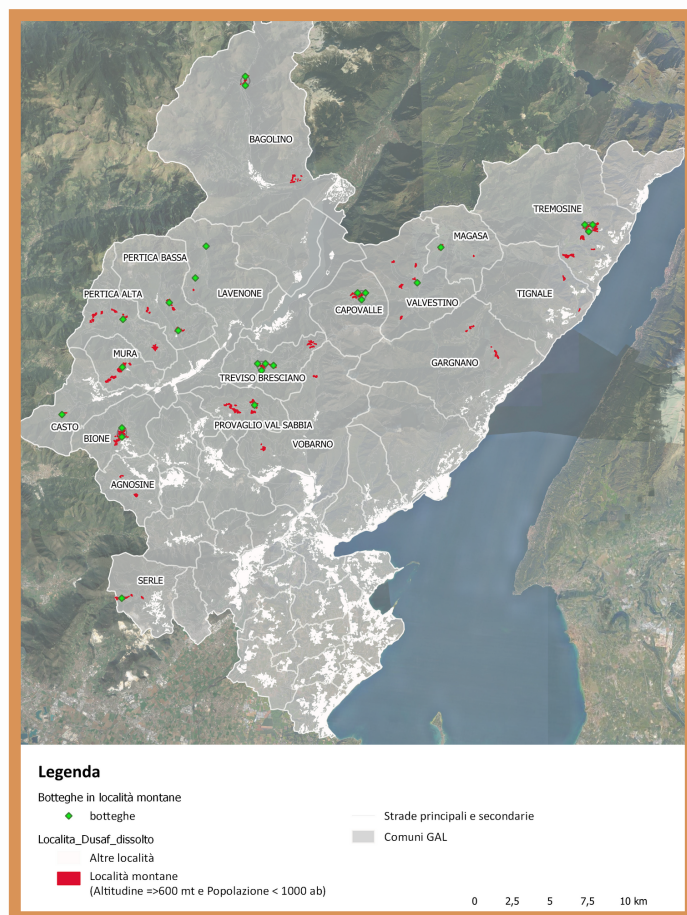
- N. 18 Comuni
- N. 64 Attività Commerciali
- N. 4 Macro Categorie
  - n. 6 Attività Ricettive
  - n. 30 Bar & Ristorazione
  - n. 20 Botteghe
  - n. 8 Altro
- N. 35 località (su 239) prive di Botteghe.

# VERIFICA DATI

Al termine della fase di ricerca e di sistematizzazione dei dati, grazie all'ausilio di un'ulteriore professionalità, è stato possibile verificare da un punto di vista geografico la veridicità dei dati raccolti.

Il numero delle botteghe di montagne individuate nei 18 comuni del territorio del GAL GardaValsabbia2020 è così salito a 24, classificabili in questo modo.

- N. 12 - Alimentari
- N.3 - Fornerie
- N. 3 - Macellerie
- N. 6 - Bar Multiservizi ( Bar + Rivendita giornali + Edicola + Tabacchi).

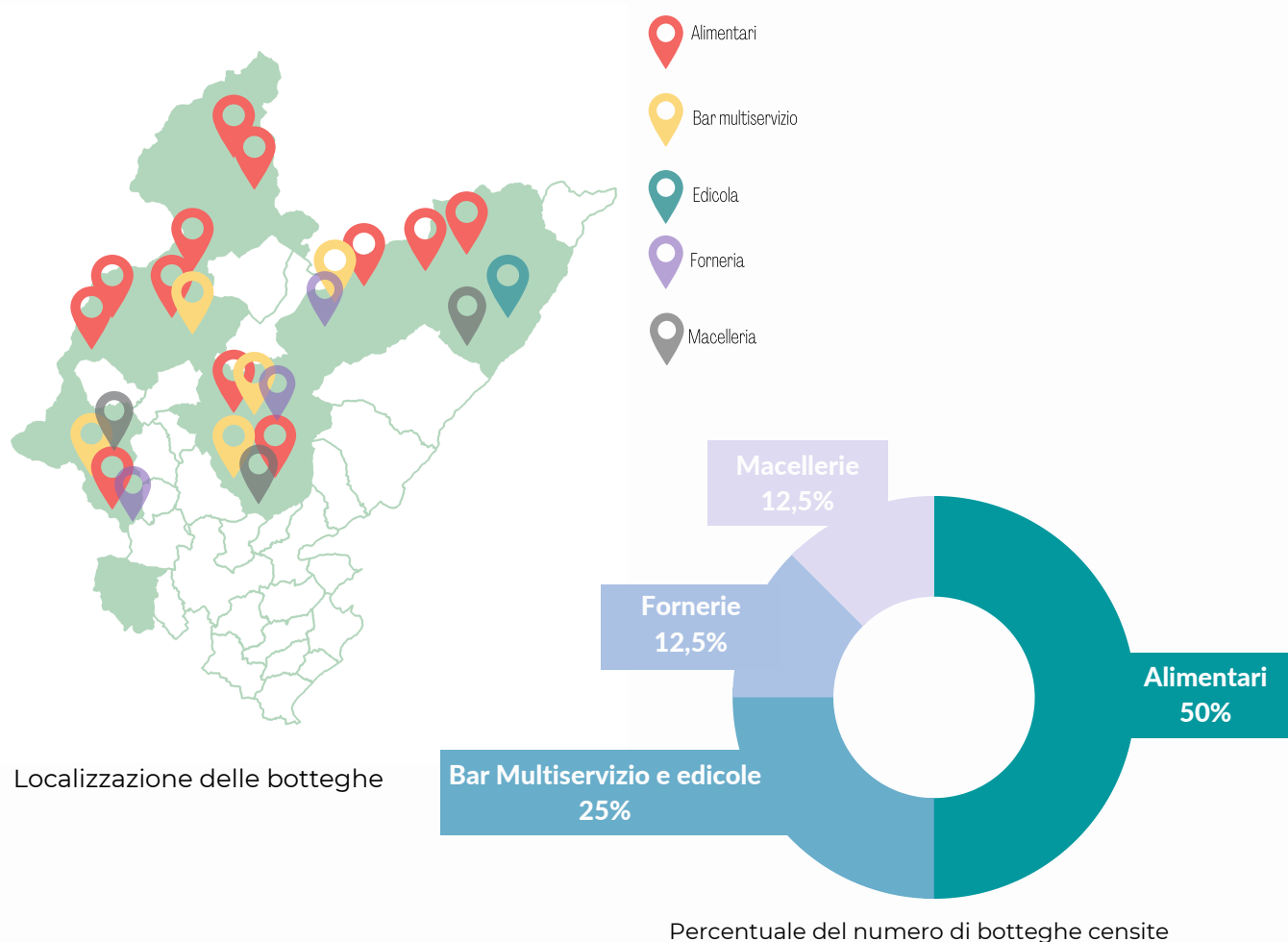


Rappresentazione Cartografica delle 24 Botteghe di Montagna nel Territorio del GAL GardaValsabbia2020

## DATI RILEVATI - SINTESI

*Le Botteghe di Montagna sono quelle attività commerciali, localizzate nelle aree più marginali del territorio rurale spesso scarsamente popolate, specializzate nell'erogazione di servizi e nella vendita di prodotti di prima necessità percepiti come essenziali (alimentari, tabacchi, riviste e giornali, servizio bar). Queste attività, per il loro carattere di unicità nel territorio in cui sono localizzate, rivestono un ruolo fondamentale per la comunità locale, poichè, grazie al servizio svolto nei confronti della comunità locale, ne garantiscono la sopravvivenza e la permanenza in tali contesti svantaggiati.*

Sono state rilevate **634 attività commerciali** suddivise, sulla base dei Codici Ateco, in 4 macro categorie: bar e ristoranti / attività ricettive - botteghe - negozi di articoli vari. Di queste, sono state considerate solo quelle appartenenti ai criteri di selezione stabiliti. A seguito di questa selezione le botteghe prese in considerazione dal report sono: **3 fornerie, 3 macellerie, 1 edicola, 12 alimentari e 5 bar multiservizio.**



# SPUNTI OPERATIVI

## IL RUOLO DELLE BOTTEGHE DI MONTAGNA

Le botteghe di montagna, così come sono state definite nel presente report, rappresentano realtà che offrono alla comunità servizi fondamentali per la sussistenza sociale ed economica dei territori stessi. Nelle aree più svantaggiate rappresentano talvolta l'unica forma di servizio ed opportunità per coloro che vi abitano o vi transitano per lavoro o per piacere.

Il presente report è uno strumento di conoscenza e informazione iniziale, fondamentale per il progetto; da qui è possibile inviare a ragionare in merito a possibili soluzioni in risposta ad una mancanza di servizi e al fenomeno dello spopolamento progressivo delle aree più marginali del territorio.

Sebbene i dati finali non siano da considerarsi definitivi o esaustivi, le informazioni contenute in tale documento concorrono a fotografare quanto presente (o assente) sul territorio. Si ricorda nuovamente che l'azione di mappatura descritta nel presente report è la prima fase di un lavoro articolato e complesso che proseguirà con azioni più mirate (es. interviste sul territorio, incontri e tavoli di lavoro) utili a cogliere in modo diretto e approfondito le vere necessità degli operatori del settore.

Di seguito verranno illustrate le diverse funzioni che le botteghe svolgono attualmente (fornitura di servizi di prima necessità e servizi essenziali) e quali altri ruoli/ funzioni potrebbero svolgere. L'obiettivo è sottolineare il grado di multifunzionalità e quindi il valore aggiunto che le botteghe hanno, o potrebbero avere, nei territori dove sono ubicate. Partendo dai servizi potenziali/aggiuntivi è possibile pensare ad una strategia (azioni mirate) di sviluppo e sostegno per il sistema commerciale locale, tale da rafforzare l'operatività stesse delle botteghe, ampliando la gamma di servizi da loro offerti.

## SPUNTI OPERATIVI IL RUOLO DELLE BOTTEGHE DI MONTAGNA

### SERVIZI OFFERTI: FORNITURA BENI DI PRIMA NECESSITÀ

Le botteghe rappresentano un servizio fondamentale per il territorio e la comunità locale, ma a causa dello spopolamento progressivo, dell'invecchiamento della popolazione e per la mancanza di ricambio generazionale nella gestione, sono a rischio chiusura.

Azioni:

- Rilevare tramite indagini e questionari le difficoltà operative/ gestionali alle quali gli operatori devono rispondere.
- Ricercare e studiare buone pratiche applicate da altri operatori per far fronte alle stesse difficoltà emerse.
- Elaborare un documento (linea guida) che raccolga strumenti, risorse e suggerimenti a supporto della gestione di una bottega di montagna in grado di facilitare l'attività degli operatori tramite il supporto di professionisti esterni.

### SERVIZI POTENZIALI / AGGIUNTIVI

#### 1) CENTRO DI AGGREGAZIONE SOCIALE

Accentuare questo ruolo che le botteghe già possiedono, organizzando attività inclusive per la comunità e il territorio circostante.

Azione

- Organizzare nelle botteghe attività ed eventi (in collaborazione con enti del territorio) di carattere culturale e sociale, replicabili anche in altri territori, attrattivi sia per la comunità residente che per turisti.

#### 2) CENTRO DI INFORMAZIONI TURISTICHE

Rendere le botteghe punti di informazione turistiche garantirebbe un ulteriore servizio in grado di supportare l'economia locale e l'attività della bottega stessa.

Azione:

- Dotare tutte le botteghe di materiale informativo riguardo i punti di interesse del territorio dal punto di vista naturalistico, enogastronomico e culturale.

## SPUNTI OPERATIVI IL RUOLO DELLE BOTTEGHE DI MONTAGNA

### 3) VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI LOCALI

Le botteghe potrebbero rappresentare una vetrina importante per l'economia del territorio implementando la propria offerta con le tipicità e le eccellenze del territorio locale; questo favorirebbe anche il sistema di filiera corta, creando una rete solida tra produttore - venditore.

Azioni:

- Creare relazioni tra produttori locali e operatori, strutturando canali preferenziali di scambio, comunicazione e vendita.
- Ideare un logo identificativo per le botteghe di montagna quali luoghi specifici dove trovare prodotti locali; ideare e proporre pacchetti promozionali per promuovere la filiera locale.

### 4) MULTIFUNZIONALITÀ DELLA BOTTEGA

Il carattere di multifunzionalità, in determinati contesti svantaggiati, permette ai gestori di ampliare l'offerta dei servizi a favore dei residenti, aumentando l'efficacia e la produttività del negozio stesso.

Azioni:

- Stimare l'esistenza di un bisogno autentico da parte della popolazione in relazione ai servizi di prima necessità.
- Ricercare e studiare la modalità organizzativa e gestionale dei negozi multiservizio per valutarne la replicabilità nel nostro contesto di interesse, tramite il supporto di professionisti esterni.

### AZIONI TRASVERSALI

- Mettere in rete gli operatori del settore.
- Promuovere e comunicare le iniziative del progetto, sia quelle rivolte al pubblico esterno, sia quelle rivolte agli operatori stessi.



## SPUNTI OPERATIVI IL RUOLO DELLE BOTTEGHE DI MONTAGNA



# CONCLUSIONI

La fase di mappatura è terminata con il presente report, grazie al quale è stato possibile sistematizzare il lavoro svolto finora. In questa prima fase sono nati spunti e suggerimenti che verranno successivamente discussi e approfonditi con gli operatori del territorio e gli stakeholder di progetto.

L'obiettivo è rispondere in modo effettivo ad un'esigenza reale, espressa e rilevata a livello territoriale, grazie anche all'ausilio di professionisti e consulenti esterni. Come detto precedentemente, l'obiettivo delle successive azioni sarà quello di interloquire direttamente con gli operatori delle botteghe, valutando insieme criticità e bisogni al fine di coinvolgerli direttamente in una fase di elaborazione delle soluzioni, sviluppando strategie d'azione capaci di dare sostegno al sistema botteghe.

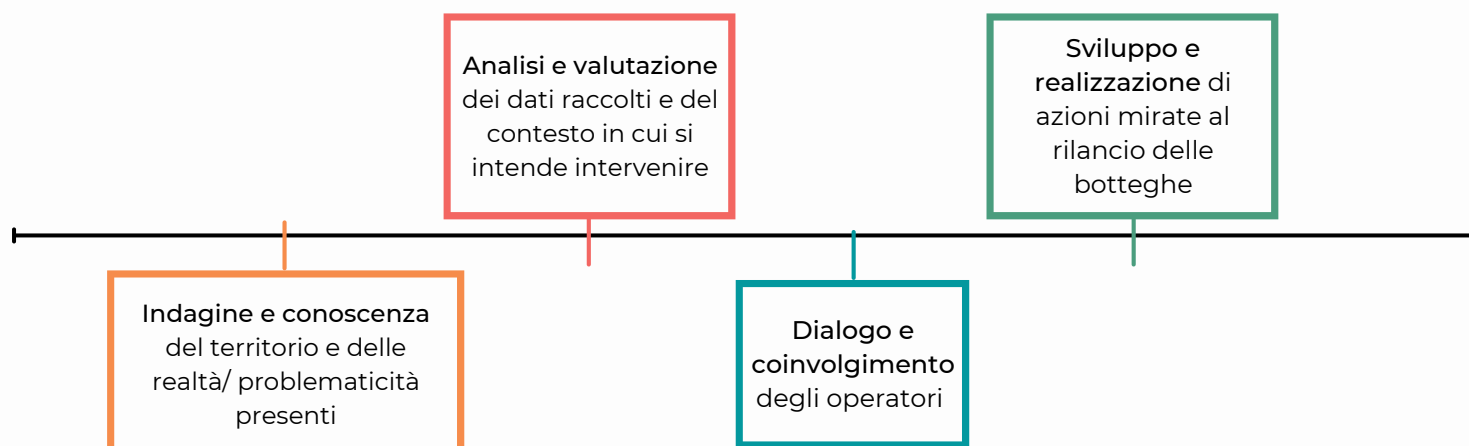
## In sintesi:

### Azioni Concluse:

- Indagine e conoscenza del territorio e delle realtà presenti;
- Analisi e valutazione dei dati raccolti e del contesto in cui si intende intervenire.

### Azioni in itinere:

- Dialogo e coinvolgimento degli operatori e degli stakeholder (questionari, incontri, workshop);
- Sviluppo e realizzazione attività di progetto e sensibilizzazione al tema.





# UNA MONTAGNA DI BOTTEGHE



REFERENTE PROGETTO  
FRANCESCA SCALVINI

VIA ROMA, 4 - PUEGNAGO DEL GARDA (BS)

[info@galgardavalsabbia2020.it](mailto:info@galgardavalsabbia2020.it)

TEL. 0365 - 651085

[www.galgardavalsabbia2020.it](http://www.galgardavalsabbia2020.it)



MISURA 19 - SOSTEGNO ALLO SVILUPPO LOCALE LEADER  
OPERAZIONE 19.3.1 - COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE E TRANSNAZIONALE

