

# Botteghe di montagna Il rilancio deve passare dalla multifunzionalità



**La bottega** polivalente di Livemmo di Pertica Alta

Sono 150, affiancate da 303 bar e ristoranti, 59 alberghi e camping e 122 esercizi di altro genere (nell'elenco figurano per esempio enoteche, farmacie e anche le ormai quasi scomparse mercerie). Questo dice il report, o meglio se vogliamo il censimento del 2020 attuato dal Gal Garda Valsabbia e legato al progetto di cooperazione tra Gal di Brescia e Bergamo intitolato «Una Montagna di botteghe»: le attività in questione sono appunto quelle delle terre alte; comprese la Valsabbia e alto Garda.

Non si è trattato naturalmente solo di una mappatura: il censimento è il punto di partenza per altre azioni di animazione e networking, finalizzate ovviamente alla sopravvivenza e magari al rilancio delle piccole vetrine, che coinvolgeranno ora le comunità locali fino al maggio del 2022, quando il progetto chiuderà.

**Il report spiega** progetto e obiettivi, descrive la mappatura, presenta i dati e soluzioni utili a sostegno del sistema del piccolo commercio montano.

La gente lascia la montagna e

i negozi di prossimità chiudono, mentre grande distribuzione ed e-commerce crescono. E anche la burocrazia uccide le piccole attività, le uniche a fornire i servizi di base che tengono vivo un territorio anche fornendo occasioni di socialità e di promozione delle tradizioni e delle culture locali.

L'operazione si sta occupando delle attività presenti nei territori dei tre Gal: il ruolo di capofila spetta a quello di Garda e Valsabbia2020, mentre sono partner il Gal Val Brembana2020 e il Val Seriana e Laghi Bergamaschi. Mappate le strutture di prossimità nei Comuni scelti per altitudine e numero di abitanti, è iniziata una fase di analisi e di elaborazione ora in corso destinata a scoprire punti di forza e di debolezza, per poi considerare le azioni da attuare.

**Il programma** lavorerà su networking, promozione e comunicazione a partire dalla stesura di un piano d'azione su come gestire meglio, da parte degli esercenti, comunicazione e marketing verso la comunità di appartenenza e verso l'esterno. I numeri sono importanti, perché la campagna si estende su 1.075 chilometri quadrati all'interno dei quali ci sono 26 Comuni con le caratteristiche giuste (7 nell'Alto Garda e 19 in Valsabbia) e centinaia di attività commerciali. Che nelle intenzioni dei Gal, per sopravvivere e rilanciarsi devono diventare anche centri di informazione turistica, valorizzare i prodotti locali e, appunto, mettersi in rete. **M.Pas.**