

una BOTTEGHE MONTAGNA MONTAGNA di BOTTEGHE

Report finale di progetto



PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE

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

UNA MONTAGNA DI BOTTEGHE



AZIONI LOCALI E ANALISI QUALITATIVA

Elaborato a cura del GAL Valle Brembana 2020



INDICE

1. Il Progetto.....	pag. 1
2. Azioni Locali e Comuni.....	pag. 2
3. Territorio.....	pag. 3
4. Analisi Questionari Qualitativi.....	pag. 7
5. Azione Locale " <i>Bimbi in Bottega</i> ".....	pag. 18
6. Azione Locale " <i>Sportivi in Bottega</i> ".....	pag. 28
7. Azione Locale " <i>Botteghe di Prossimità</i> ".....	pag. 30
8. Buone Pratiche.....	pag. 34



“Bimbi in bottega” è l’azione locale appartenente a un progetto molto più ampio: “Una montagna di Botteghe”. Esso focalizza la propria attenzione sulle **piccole attività commerciali** dei paesi di montagna, intese non più come semplici punti di acquisto di beni, ma luoghi di incontro e di socialità.

Questo progetto di cooperazione, proposto dai GAL Bresciani e Bergamaschi, intende **innescare processi di sviluppo attraverso le botteghe** – “dove il lavoro è passione e si tiene aperto con coraggio” – cercando di perseguirne uno **scenario di sviluppo** possibile.

Si intende sostenere e rafforzare le attività degli operatori e, tramite un’accurata azione di animazione, contribuire alla ricerca di soluzioni riconoscendo, ovunque possibile, l’importanza multifunzionale e il marcato ruolo sociale delle botteghe di montagna.

In altri termini il progetto pone la propria attenzione sui piccoli esercizi in aree marginali, cercando di metterli al centro di nuovi processi di sviluppo locale.



In seguito a una mappatura coordinata in termini quali-quantitativi dell’insieme di esercizi da far partecipare al progetto, sono state poi mappate le scuole primarie e secondarie di primo grado presenti sul territorio.

In questo modo, sarà possibile agire localmente coinvolgendo un target costituito da bambini e ragazzi, coinvolgendoli nella **riscoperta e nella valorizzazione delle botteghe di montagna**.



AZIONI LOCALI E COMUNI

Il progetto prevede una parte di azioni comuni ai tre GAL partner e azioni locali specifiche per ogni GAL.

In modo particolare, le azioni comuni, coordinate dal GAL capofila, sono state sviluppate in modo coordinato ed integrato - ma allo stesso tempo autonomo - da ciascuno dei GAL partner, assicurando in ogni caso nelle fasi di attuazione la partecipazione di tutti gli altri soggetti sostenitori.

Nello specifico, le azioni comuni sono state: **mappatura quali-quantitativa delle botteghe, redazione di un piano d'azione, animazione e networking, redazione di un documento guida, comunicazione e marketing verso l'esterno (A), comunicazione e marketing verso l'interno (B), contaminazione e scambio inter-territoriale di buone prassi, valutazione indipendente del progetto.**

Per quanto riguarda invece l'azione locale, il GAL Valle Brembana 2020 si propone di rafforzare la rete delle botteghe presenti sul territorio, integrando anche la filiera enogastronomica con quella turistica, portare maggior consapevolezza del ruolo delle botteghe per le comunità locali, sostenendole e proponendo iniziative che portino alla loro valorizzazione.

L'azione locale si struttura in 3 sotto-azioni con target di riferimento diversi: le scuole, gli escursionisti e i residenti.

Si attua tramite la realizzazione di tre attività specifiche:

- BIMBI IN BOTTEGA
- SPORTIVI IN BOTTEGA
- BOTTEGHE DI PROSSIMITÀ

PARTNER DI PROGETTO

GAL GARDAVALSABBIA2020 - GAL capofila



GAL VALLE BREMBANA 2020



GAL VALLE SERIANA E DEI LAGHI BERGAMASCHI



TERRITORIO

Mappatura quali-quantitativa delle botteghe delle frazioni e dei comuni montani del territorio del Gal Valle Brembana 2020.

CONDIZIONI DI AMMISSIBILITÀ

ALTITUDINE SUPERIORE AI **600MT SLM**



POPOLAZIONE INFERIORE AI **1000 ABITANTI**



TERRITORIO ANALIZZATO

55 COMUNI DI CUI 40 INCLUSI



DATI RILEVATI

900 BOTTEGHE DI CUI 106 SELEZIONATE



CATEGORIE CENSITE

- FRUTTA E VERDURA
- FORNERIE
- BAR MULTISERVIZIO
- TABACCHERIE | EDICOLE
- ALIMENTARI
- MACELLERIE



TERRITORIO

Mappatura quali-quantitativa delle botteghe delle frazioni e dei comuni montani del territorio del Gal Valle Brembana 2020.



COMUNI SELEZIONATI



AVERARA	650 mt	181
AVIATICO	1022 mt	565
BEDULITA	600 mt	724
BLELLO	815 mt	75
BRACCA	707 mt	689
BRANZI	874 mt	715
BRUMANO	911 mt	114
CARONA	1100 mt	301
CASSIGLIO	602 mt	108
COLZATE- BONDO	800 mt	200
BARBATA	900 mt	10
CORNA IMAGNA	736 mt	921
CORNALBA	893 mt	299
COSTA SERINA	868 mt	906
COSTA VALLE IMAGNA	1014 mt	574
CUSIO	1040 mt	234
DOSSENA	986 mt	910
FOPPOLO	1508 mt	187
FUIPIANO VALLE IMAGNA	1055 mt	210
GAZZANIGA- OREZZO	680 mt	600
ISOLA DI FONDRA	799 mt	172
MEZZOLDO	835 mt	160
MOIO DE CALVI	654 mt	203
OLTRE IL COLLE-		
ZAMBLA BASSA	1060 mt	126
ZAMBLA ALTA	1197 mt	151
ZORZONE	1016 mt	220



ORNICA
 PIAZZATORRE
 PIAZZOLO
 RONCOBELLO
 RONCOLA
 ROTA D'IMAGNA
 SAN GIOVANNI BIANCO-
 COSTA SAN GALLO
 S. PIETRO D'ORZIO
 S. PELLEGRINO TERME-
 SANTA CROCE
 S. OMOBONO TERME-
 VALSECCA
 SANTA BRIGIDA
 SERINA- LEPRENO
 TALEGGIO
 VAL BREMBILLA -
 GEROSA
 S. A. ABBANDONATO
 VALLEVE
 VALTORTA
 VEDESETA -
 REGETTO
 ZOGNO-
 MIRAGOLO S. MARCO



922 mt
 868 mt
 702 mt
 1007 mt
 854 mt
 690 mt
 716 mt
 603 mt
 778 mt
 627 mt
 805 mt
 820 mt
 758 mt
 760 mt
 987 mt
 1141 mt
 938 mt
 820 mt
 962 mt
 942 mt



147
 384
 86
 439
 768
 915
 225
 220
 417
 436
 541
 160
 543
 360
 64
 132
 265
 211
 20
 111

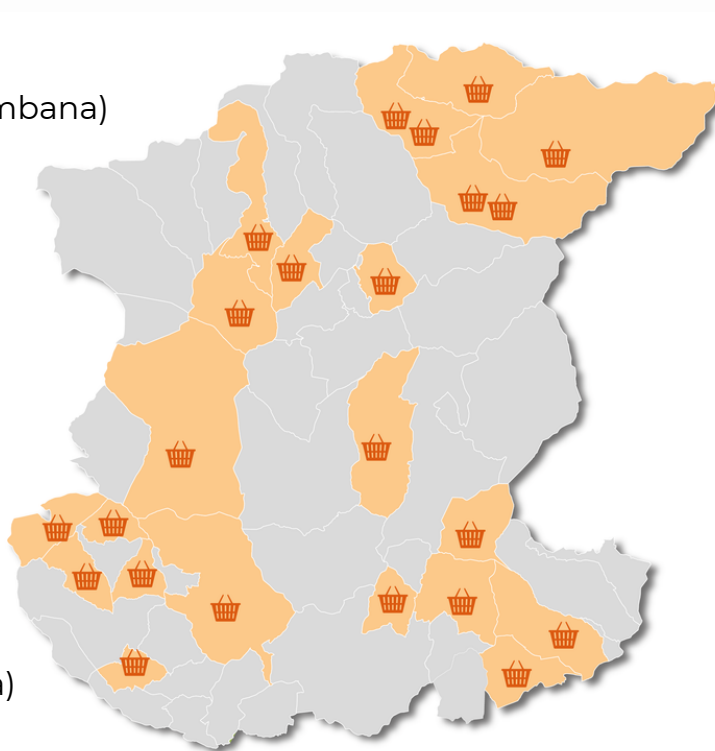
ANALISI

QUESTIONARI QUALITATIVI A CAMPIONE

A seguito della mappatura delle botteghe rientranti nei parametri definiti da progetto sul territorio del GAL Valle Brembana, l'azione successiva è stata quella di sviluppare un questionario che andasse ad esaminarne le condizioni, i bisogni, le difficoltà e le prospettive future.

I questionari sono stati svolti a campione su tutto il territorio, comprendendo i seguenti comuni:

- Branzi (Valle Brembana)
- Peghera e Olda- Taleggio (Valle Brembana)
- Rota D'Imagna (Valle Imagna)
- Santa Brigida (Valle Brembana)
- Valleve (Valle Brembana)
- Orezzo - Gazzaniga (Valle Seriana)
- Brumano (Valle Imagna)
- Carona (Valle Brembana)
- Olmo al Brembo (Valle Brembana)
- Foppolo (Valle Brembana)
- Fuipliano Valle Imagna (Valle Imagna)
- Moio de' Calvi (Valle Brembana)
- Gerosa - Val Brembilla (Valle Brembana)



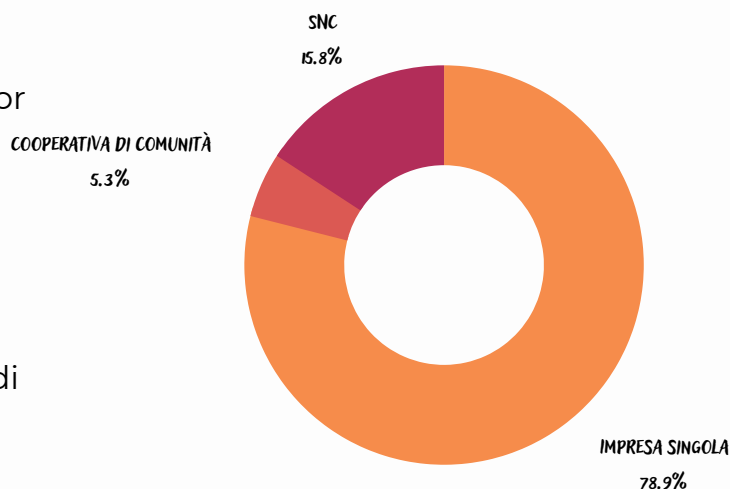
ANALISI DATI

GESTIONE DELLA BOTTEGA E PROPRIETÀ

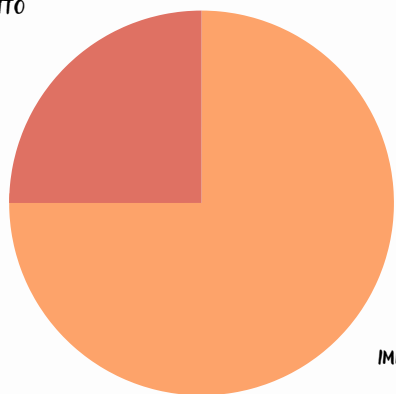
Proprietà attività

L'indagine ha evidenziato che nella maggior parte dei casi, la bottega si identifica come impresa singola.

Interessante, anche se si tratta di un dato minore, la presenza di attività a gestione cooperativa di comunità, a testimonianza di una volontà specifica della popolazione.



IMMOBILE IN AFFITTO
25%



IMMOBILE DI PROPRIETÀ
75%

Proprietà dell'immobile

Oltre la metà degli immobili è di proprietà.

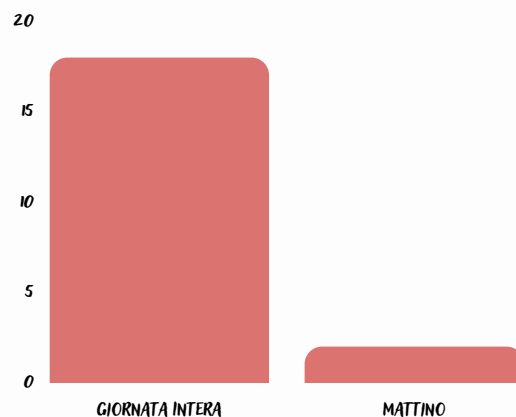
Rilevante un dato messo in luce dagli intervistati: in molti casi, se ci fosse stato un affitto da pagare, l'attività sarebbe stata costretta a chiudere.

Orari e giorni di apertura

Il 90% degli intervistati afferma di tenere aperta la propria attività tutto il giorno.

Inoltre, il 65% tiene aperto anche durante i weekend, a maggior ragione nel periodo estivo.

Il 30% tiene aperto il sabato e chiude domenica, mentre solo il 5% non fornisce servizi durante il fine settimana.



ANALISI DATI

CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE DEI PROPRIETARI

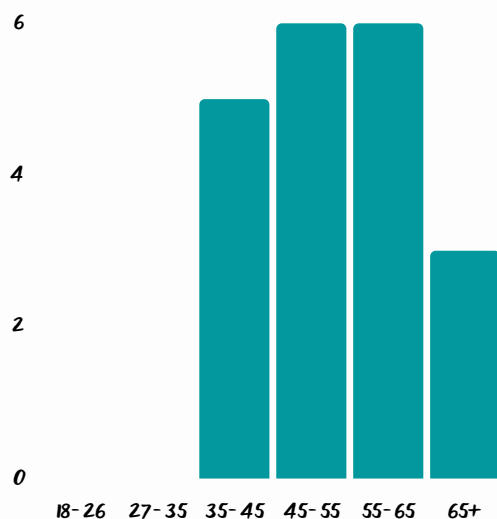
Genere in cui si identificano i proprietari

L'analisi a campione ha identificato una maggioranza della figura femminile a capo delle attività. Il 60% dei soggetti intervistati sono donne.



Età dei proprietari

È emerso un dato significativo: l'età media dei proprietari si colloca nella fascia d'età dei 55 anni. Non abbiamo incontrato soggetti che avessero meno di 35 anni e, al contrario, ce ne sono alcuni ormai in pensione, che continuano a tenere aperta l'attività, per garantire un servizio di base al proprio paese.

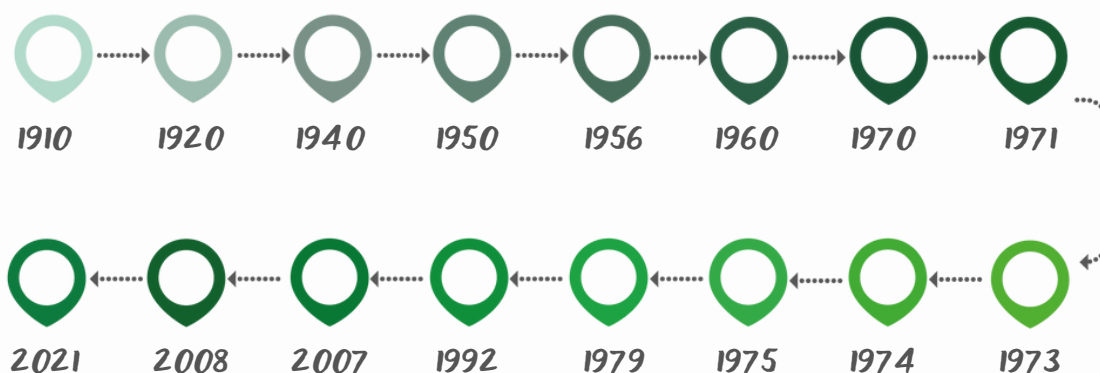


ANALISI DATI

ASPETTI STORICI DELLE ATTIVITÀ

Anno di apertura

Tutte le botteghe intervistate hanno aperto prima degli anni 2000. In molti casi, si tratta di attività centenarie o quasi, in cui si sono susseguite anche tre o quattro generazioni.



Negozio storico Regione Lombardia

Nonostante molti dei negozi abbiano le caratteristiche per essere identificati come Negozi Storici da Regione Lombardia, sono in pochi ad essersi effettivamente attivati per ottenere questo riconoscimento.



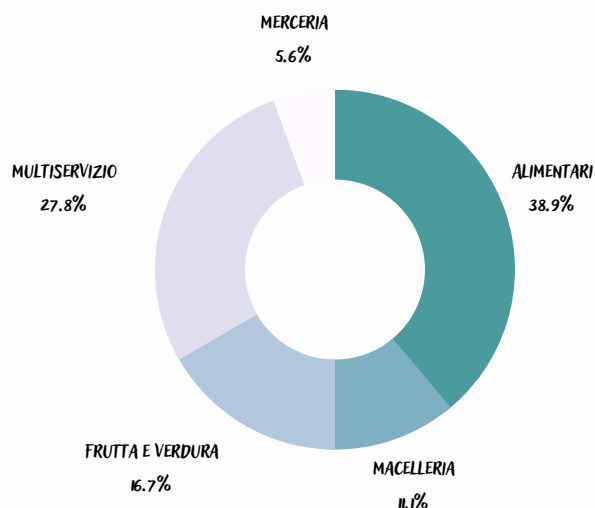
ANALISI DATI

CATEGORIE MERCEOLOGICHE VENDUTE, PRODUZIONI PROPRIE E PRODOTTI LOCALI

Categoria merceologica venduta

Il grafico a fianco mostra chiaramente la varietà di prodotti venduti dalle botteghe del territorio.

Sono state identificate come multiservizio quelle attività che comprendono tutte le categorie merceologiche e oltre.



Produzione propria

Il 55% delle botteghe intervistate ha anche una produzione propria. È stato spiegato come far leva su un proprio prodotto sia un modo per diversificarsi e sopravvivere all'ingente presenza dei grandi supermercati. Le produzioni proprie variano dai prodotti da forno, a formaggi e salumi, primi piatti e gastronomia.



Vendita di prodotti locali

Il 90% delle botteghe intervistate vende prodotti locali. Questo implica la volontà di valorizzare il patrimonio gastronomico del proprio territorio e di dare visibilità e sostegno ai piccoli produttori locali. In questo modo si garantisce anche alla clientela un prodotto di qualità di filiera corta e a km zero.

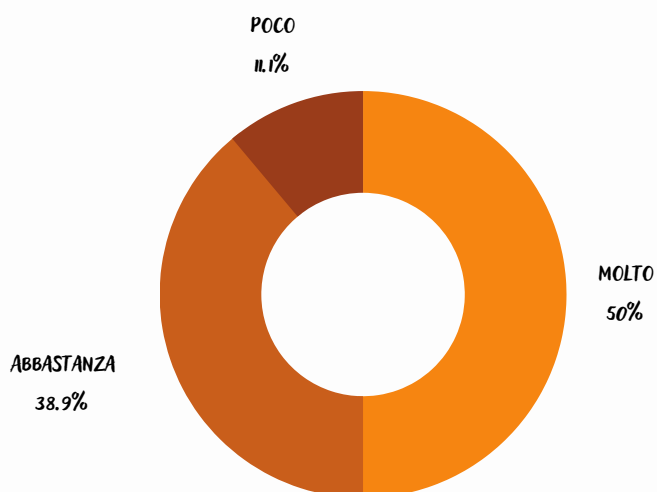


ANALISI DATI

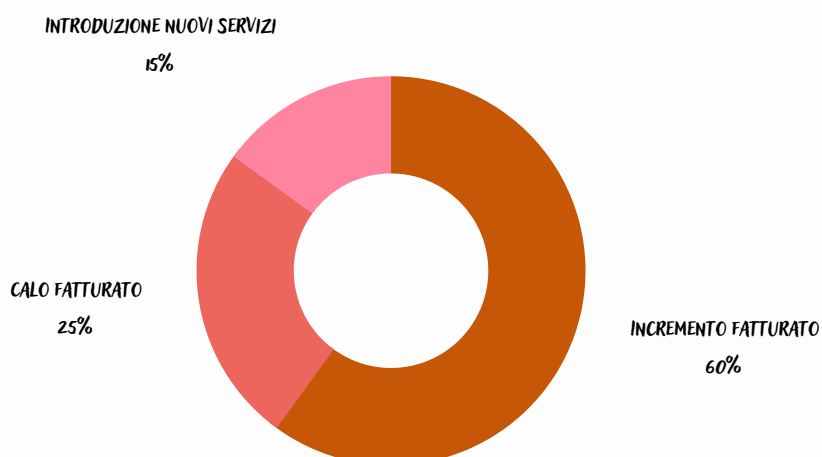
EFFETTI DELLA CRISI PANDEMICA

Effetti primo lockdown

Il lockdown dovuto alla pandemia da Covid-19, durato dal 9 marzo 2020 al 18 maggio 2020, ha costretto i cittadini a non uscire dal proprio comune. Questa situazione ha influito notevolmente sul lavoro delle piccole botteghe, che si sono impegnate il più possibile per garantire i servizi essenziali a tutta la popolazione del proprio comune.



È in questa sede che molte botteghe hanno attivato il servizio di consegna a domicilio e hanno poi deciso di mantenerlo anche successivamente, soprattutto a favore delle classi sociali più fragili, come gli anziani.



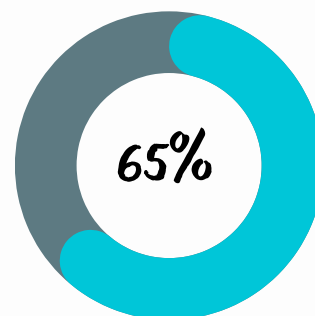
ANALISI DATI

RETI LOCALI: RAPPORTI CON PRODUTTORI LOCALI

Rete con produttori locali

Il 65% dei proprietari di bottega fa rete con realtà locali, rivendendo i loro prodotti nella propria attività.

Alcuni poi mantengono contatti e relazioni anche con ristoranti, enoteche e trattorie presenti sul territorio. Non abbiamo riscontrato collaborazioni attive tra botteghe e non è stato dimostrato interesse nel volerle eventualmente attuare.



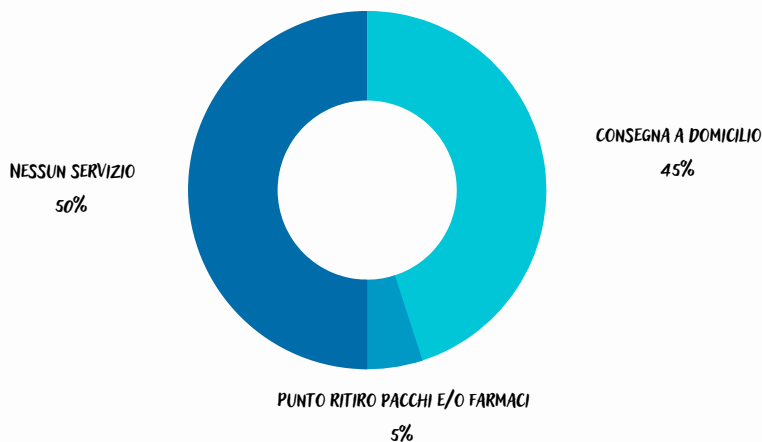
SERVIZI OFFERTI EXTRA

È stato chiesto agli intervistati se avessero attivi servizi particolari, quali consegna a domicilio, punto ritiro pacchi e/o farmaci, wifi gratuito, colonnine elettriche ricarica biciclette, punto internet.

Il 45% dei soggetti ha attivo il servizio di consegna a domicilio. Solo il 5% ha attivo il servizio di punto ritiro pacchi e/o farmaci.

Relativamente agli altri servizi sopra citati, il 65% delle botteghe ha dichiarato di non avere attivo nessuno di questi servizi e di non essere interessato ad attivarli.

In molti casi, è stato detto che esistono già altre realtà nel proprio comune, che si occupano di consegna farmaci e assistenza agli anziani.

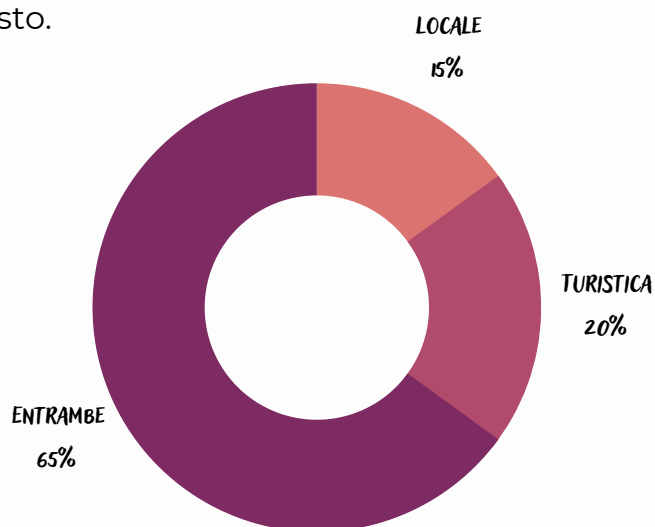


ANALISI DATI

TIPOLOGIA E RAPPORTI CON LA CLIENTELA

Clientela

Trattandosi di piccoli paesi di montagna, la clientela locale, anche quando presente, non rappresenta un numero consistente. Durante il periodo estivo e invernale, qualora il comune si trovi in una zona sciistica, la clientela diventa principalmente turistica. La maggior parte delle botteghe afferma di lavorare maggiormente nei mesi di luglio e agosto.



Rapporti con la clientela

I proprietari di bottega ci descrivono una relazione quasi di amicizia e profonda fiducia con la clientela locale. Questo dato è di enorme importanza relativamente al ruolo sociale e relazionale che le botteghe rivestono nei piccoli centri abitati.



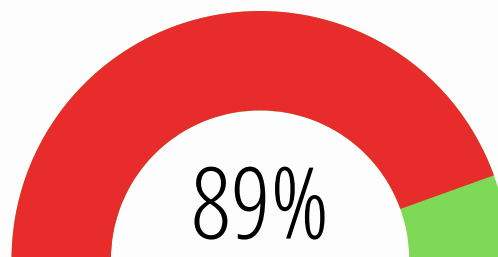
ANALISI DATI

SVILUPPI DIGITALI: E-COMMERCE, CANALI WEB E SOCIAL MEDIA

E-commerce

Solo l'11% delle botteghe intervistate ha un canale di vendita online.

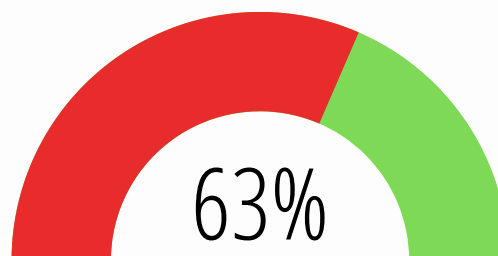
Interessante il caso dell'Az. Agr. Cattaneo di Branzi: la proprietaria racconta di essersi attivata durante il periodo pandemico per iniziare a vendere i propri prodotti anche online. Si è appoggiata a una realtà preesistente in Val Brembana: Val Brembana Shop, "la bottega degli artigiani del cibo in Val Brembana", che fornisce uno spazio di vendita online ai produttori locali e si occupa direttamente delle spedizioni.



Presenza sui canali social

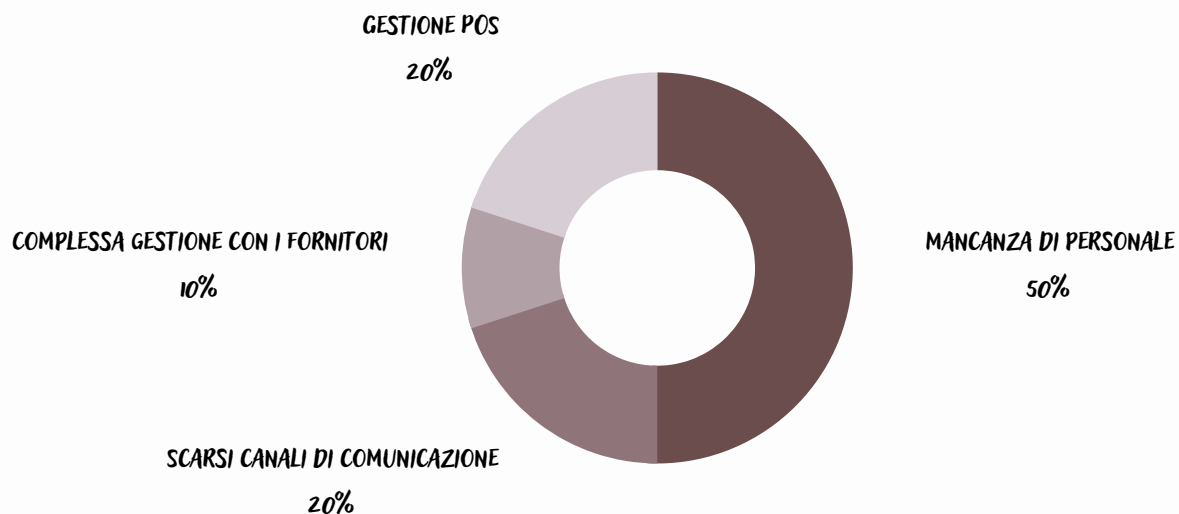
Solo una piccola parte delle botteghe ha un proprio sito web e il 63% di loro non è nemmeno presente sui canali social.

Sfruttare al meglio questi canali di comunicazione potrebbe essere un modo per promuovere la propria attività e raggiungere un target più giovane.

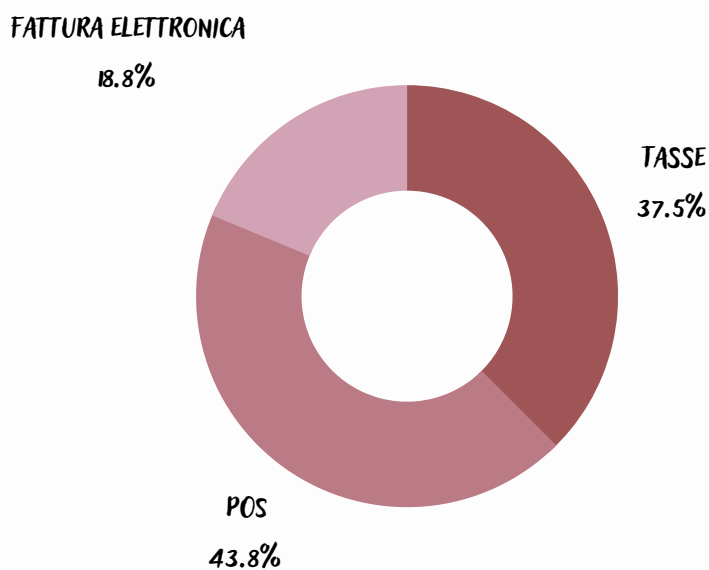


ASPETTI CRITICI E PRINCIPALI DIFFICOLTÀ

Difficoltà in ambito amministrativo e gestionale



Difficoltà in ambito fiscale



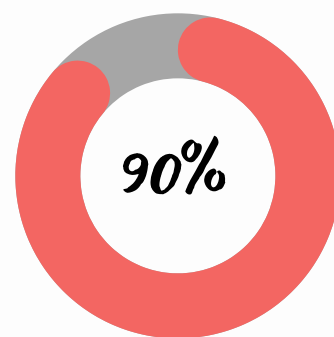
La maggior parte delle botteghe ha comunque un commercialista o una associazione di categoria a cui si appoggiano. Dunque, affidano a loro tutte le questioni fiscali e burocratiche.

ASPETTI CRITICI E PRINCIPALI DIFFICOLTÀ

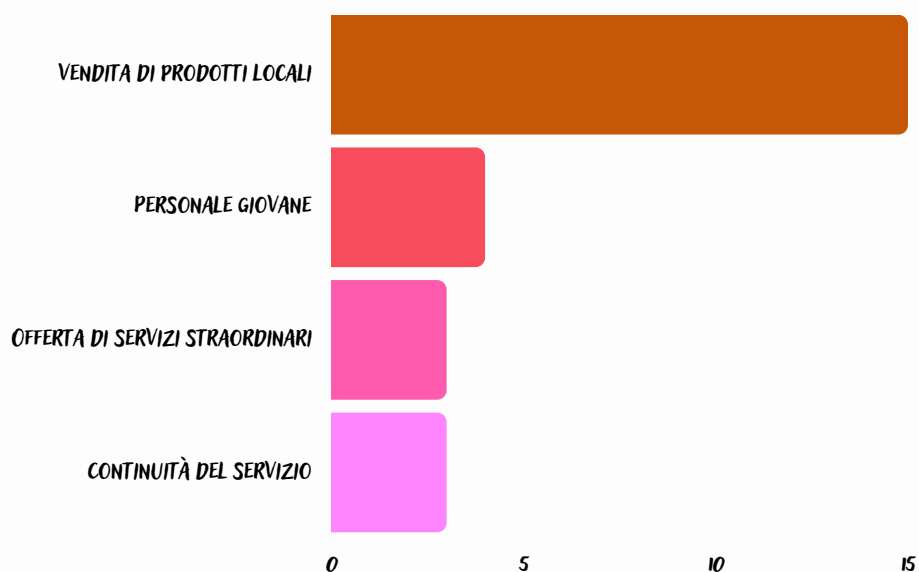
Il 90% delle botteghe intervistate definisce come primaria difficoltà la scarsità di clientela.

Nonostante l'aumento di clienti durante il periodo di lockdown, la situazione è tornata come prima, non appena sono stati consentiti gli spostamenti.

Esiste inoltre il pregiudizio che i prezzi in bottega siano più alti, mentre quelli dei supermercati più convenienti e con una maggior varietà di scelta. Questo fatto è vero solo in parte e si rivela un problema per le piccole attività locali.



Aspetti che favoriscono l'attività



AZIONE LOCALE

Bimbi in Bottega

Nella specifica azione di “Bimbi in Bottega” sono state coinvolte alcune scuole del territorio, in modo particolare primarie e secondarie di primo grado.

L’obiettivo principale è stato quello di avvicinare bambini e ragazzi alla conoscenza di quanto importanti siano le attività imprenditoriali del territorio e del valore che deriva dal consumo di prodotti derivanti dalla filiera corta.

Il progetto si è basato sulla diretta partecipazione degli studenti a diverse attività, in modo da stimolare la loro creatività, riflessività e capacità di analisi.

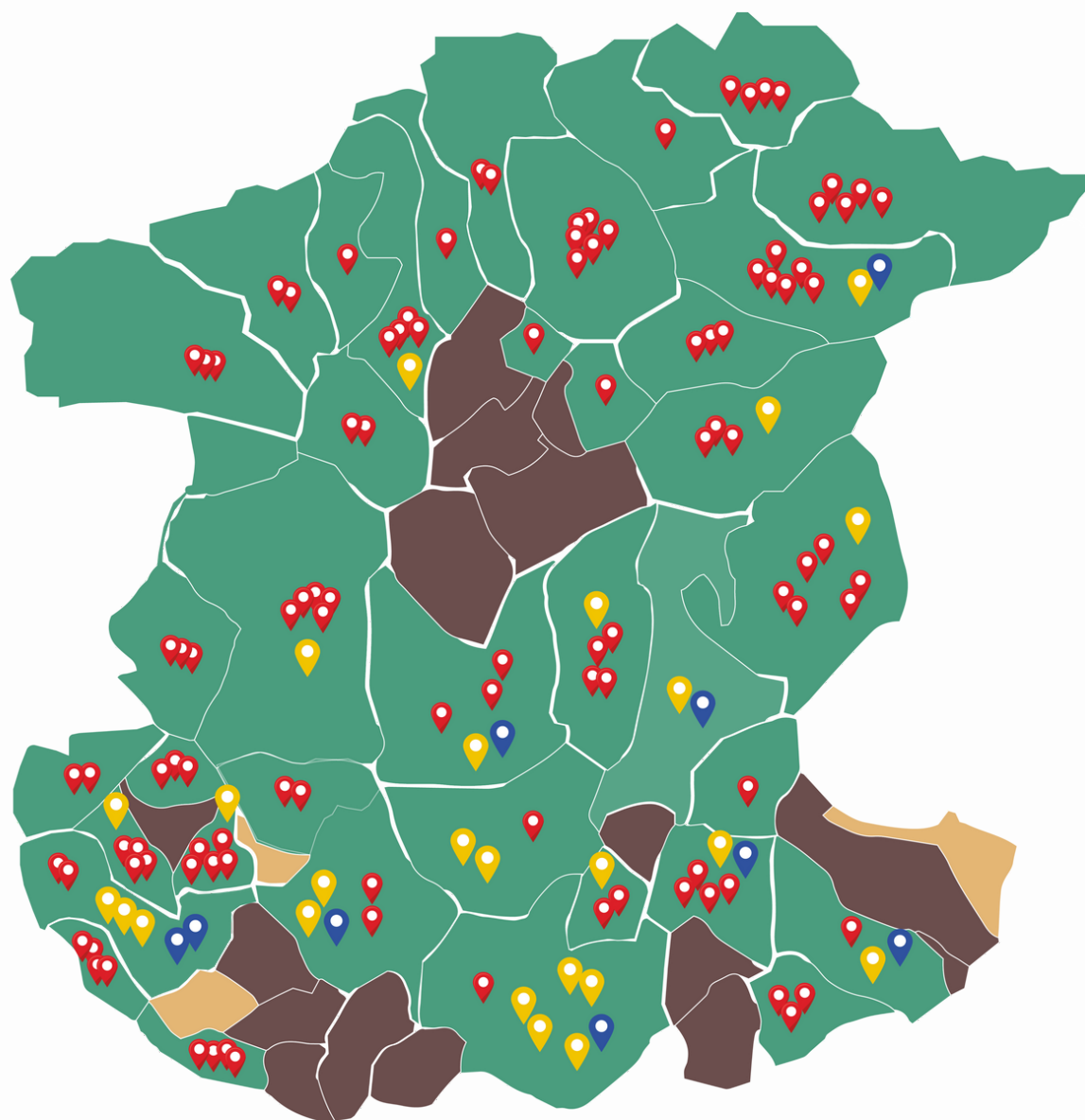
Attraverso un percorso ben strutturato, gli allievi sono giunti alla comprensione di quanto siano rilevanti le piccole attività commerciali per i paesi di montagna in cui vivono, hanno capito come in passato i centri abitati si siano sviluppati anche proprio grazie ai commercianti sul territorio e come questi siano diventati fulcro di scambi e interazione sociale.

Successivamente, gli studenti si sono messi in gioco in prima persona, sviluppando le loro competenze e la loro immaginazione, per contribuire allo sviluppo di un progetto che sottolineasse l’importanza delle piccole botteghe, i prodotti tipici e le tradizioni del territorio.

Questo progetto non è stato solo un’opportunità di crescita, formazione e apprendimento, ma anche un’occasione per sfruttare le proprie conoscenze e abilità a favore di un’azione a valorizzazione e sostegno della propria comunità.



Localizzazione di Scuole e Botteghe



-  BOTTEGHE MAPPATE
-  SCUOLE PRIMARIE MAPPATE
-  SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO GRADO MAPPATE

A livello pratico, il progetto si è sviluppato in tre differenti fasi:

1) INTERVENTO DIDATTICO

Si è svolto un primo intervento didattico nelle classi selezionate, tenuto dai nostri collaboratori. Si è parlato dell'evoluzione storica e culturale delle botteghe, della loro importanza sociale e di come la loro esistenza garantisca la vita dei piccoli paesi di montagna. Ci si è soffermati poi sul valore dei prodotti locali e della filiera corta.

2) GITA IN BOTTEGA

Successivamente all'intervento didattico, è stata organizzata una "gita in bottega". Sono state coinvolte botteghe del posto, in modo che fosse possibile per gli studenti raggiungerle a piedi. La visita alla bottega ha previsto una merenda e un breve racconto da parte di chi vi lavora di cosa significhi contribuire alla vita di un piccolo paese e di quanto importante si riveli come momento di incontro e di scambio sociale.

3) PROGETTO LABORATORIALE "BIMBI IN BOTTEGA"

Obiettivo di questa attività è stato stimolare la creatività e l'immaginazione degli studenti, spronandoli ad approfondire le loro conoscenze e le proprie abilità.

INCONTRI ED EVENTI ORGANIZZATI:

- **22 OTTOBRE 2021:** incontro informativo e organizzativo con insegnanti e proprietari di botteghe presso la sede del GAL Valle Brembana 2020.
- **31 MARZO 2022:** evento conclusivo dell'azione locale "Bimbi in Bottega" presso il Teatro dell'Oratorio di San Pellegrino Terme.

Progetto Laboratoriale

Bimbi in Bottega

LABORATORIO RIVOLTO ALLE SCUOLE PRIMARIE

Ogni classe partecipante ha realizzato un racconto illustrato, in ogni chiave e forma (libro, video, cartelloni...).

Sono state messe in risalto le tradizioni del territorio, l'importanza delle botteghe di montagna e dei prodotti tipici, i valori socio-culturali presenti. Il racconto è stato realizzato e arricchito con creatività.

Le parole chiave sono state creatività e immaginazione.

I lavori sono stati poi analizzati da una commissione di valutazione, che ha offerto alle classi maggiormente meritevoli tre diverse opportunità:

- 1) Gita didattica e laboratoriale sul territorio, interamente organizzata e spesa dal GAL Valle Brembana 2020. Sarà non solo una grande occasione di apprendimento, ma un evento di grande impatto formativo;
- 2) 200€ in materiale didattico;
- 3) 100 € in materiale didattico.

Premio di partecipazione: buono didattico e attestato di partecipazione per ogni classe.

Scuole e Botteghe che hanno aderito

SCUOLE

- Scuola primaria di **Santa Brigida** (IC Valnegrà)
- Scuola primaria di **Branzi** (IC Valnegrà)
- Scuola primaria di **Olmo al Brembo** (IC Valnegrà) *
- Scuola primaria di **Dossena** (IC San Pellegrino Terme)
- Scuola primaria di **Taleggio-Olda** (IC San Giovanni Bianco)
- Scuola primaria **Maria Consolatrice, Cepino**** circa 220 studenti iscritti

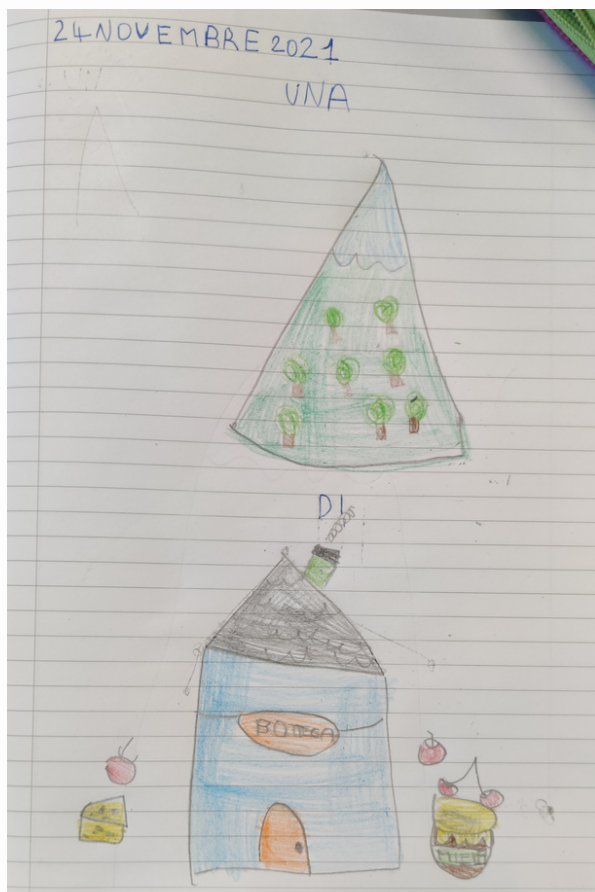
BOTTEGHE

- Non solo pane, Arioli Luciano e La Casa del Formaggio (Santa Brigida)
- Alimentari di Walter Monaci e Az. Agr. Cattaneo (Branzi)
- Panificio Ronzoni (Olmo al Brembo)
- Alimentari Tiraboschi (Dossena)
- La Bottega di Olda (Taleggio-Olda)
- Alimentari "Da Tite" (Valsecca)
- Produttori locali.

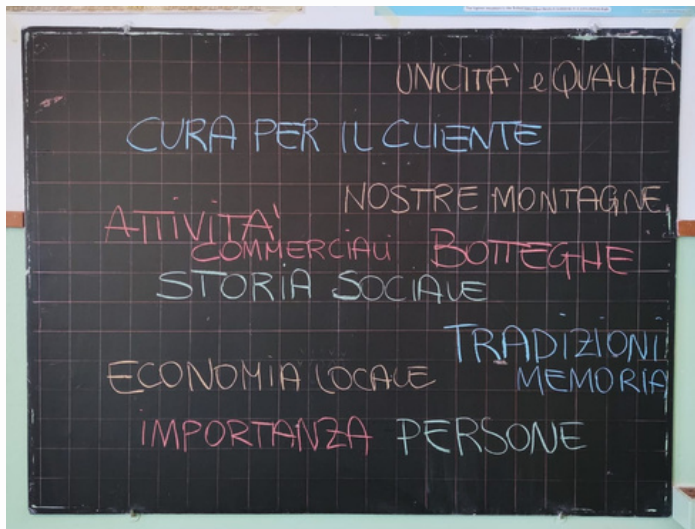
*La scuola è stata coinvolta, vista la volontà di aderire al progetto, dal momento che Olmo al Brembo ha parametri al limite con quelli definiti da progetto: 500 abitanti, 556 msl.

** La scuola di Cepino, frazione di Sant'Omobono Terme, è stata coinvolta vista la mancanza di adesioni da parte di Istituti della Valle Imagna, nonostante il paese di Sant'Omobono non rientri nella mappatura. Cepino si trova a 440 msl e ha meno di 40 abitanti.

Novembre 2021 DIDATTICA



Novembre 2021 DIDATTICA



Bimbi in Bottega

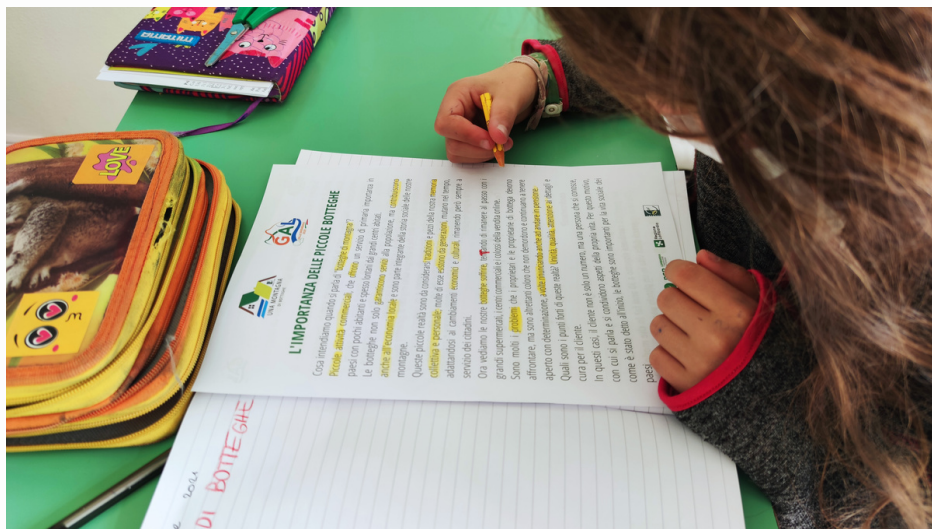
Nel mio piccolo paese tra montagne e cieli blu c'è una piccola bottega in cui parlare a tu per tu!

Tante cose fresche e buone puoi trovare quando vai e se poi vuoi chiacchierare cose nuove scoprirai!

Trovi sempre latte fresco, formaggi, pane e poi miele dolce e marmellate, frutta e verdura quanta ne vuoi!

Nel mio piccolo paese vado sempre a fare spese trovo sempre cortesia, tanta gioia ed allegria.

Logos: European Union, PSR LOMBARDIA 2014-2020, Regione Lombardia



Dicembre 2021

MERENDA IN BOTTEGA



Dicembre 2021

MERENDA IN BOTTEGA



Marzo 2022 EVENTO FINALE



COSA ERA RICHiesto?

OGNI CLASSE DOVEVA PREPARARE UN PROGETTO, CON TECNICHE E MATERIALI LIBERI, CHE VALORIZZASSE L'IMPORTANZA DELLE BOTTEGHE E DEI PRODOTTI LOCALI DEL TERRITORIO



AZIONE LOCALE

Sportivi in Bottega



Le botteghe situate nelle aree più marginali del territorio si trovano in prossimità di punti di partenza di diverse tappe del Sentiero delle Orobie che accoglie ogni anno migliaia di escursionisti.

Si tratta di soggetti che apprezzano l'ambiente montano e che necessitano di un servizio che potrebbero svolgere a livello di informazioni fornite a sportivi, turisti e non interessati ad attività sul territorio.

L'azione locale si propone di **favorire la creazione di una rete tra botteghe, territorio ed enti turistico-sportivi**, in modo da aiutare le piccole realtà locali a fornire **servizi aggiuntivi per turisti e sportivi** che arrivano nelle valli bergamasche.

Sono stati organizzati incontri formativi e sono stati forniti materiali a supporto dello sviluppo dell'azione.

Il GAL ha anche attivato una collaborazione con il **CAI Bergamo**, per la realizzazione di una cartografia di sentieri e botteghe, dedicando una pagina del geoportale CAI all'azione locale "Sportivi in Bottega".

Inoltre, il GAL ha fatto realizzare per ogni bottega partecipante all'azione un "kit per ciclisti e sportivi" da posizionare nei pressi della propria attività.



Sportivi in Bottega

Collaborazione CAI e kit per ciclisti

Portale geografico Club Alpino Italiano
Sezioni e sottosezioni di Bergamo

CERCA MAPPE RIFUGI SENTIERI ITINERARI BIKE

di quelle Italiane, e la difesa del loro ambiente naturali. Statuto del Club Alpino Italiano, Articolo 1

🇬🇧 🇩🇪 🇮🇹

L'ABBIAMO FATTO CON
GLO&BO

👍 Mi piace Piace a 5325 persone.

Sportivi in Bottega

Lingua Italiano

Le botteghe situate nelle aree più marginali del territorio si trovano in prossimità di punti di partenza di diverse tappe del Sentiero delle Orobie che accoglie ogni anno migliaia di escursionisti. Si tratta di soggetti che apprezzano l'ambiente montano e che necessitano di un servizio che potrebbero svolgere a livello di informazioni fornite a sportivi, turisti e non interessati ad attività sul territorio.

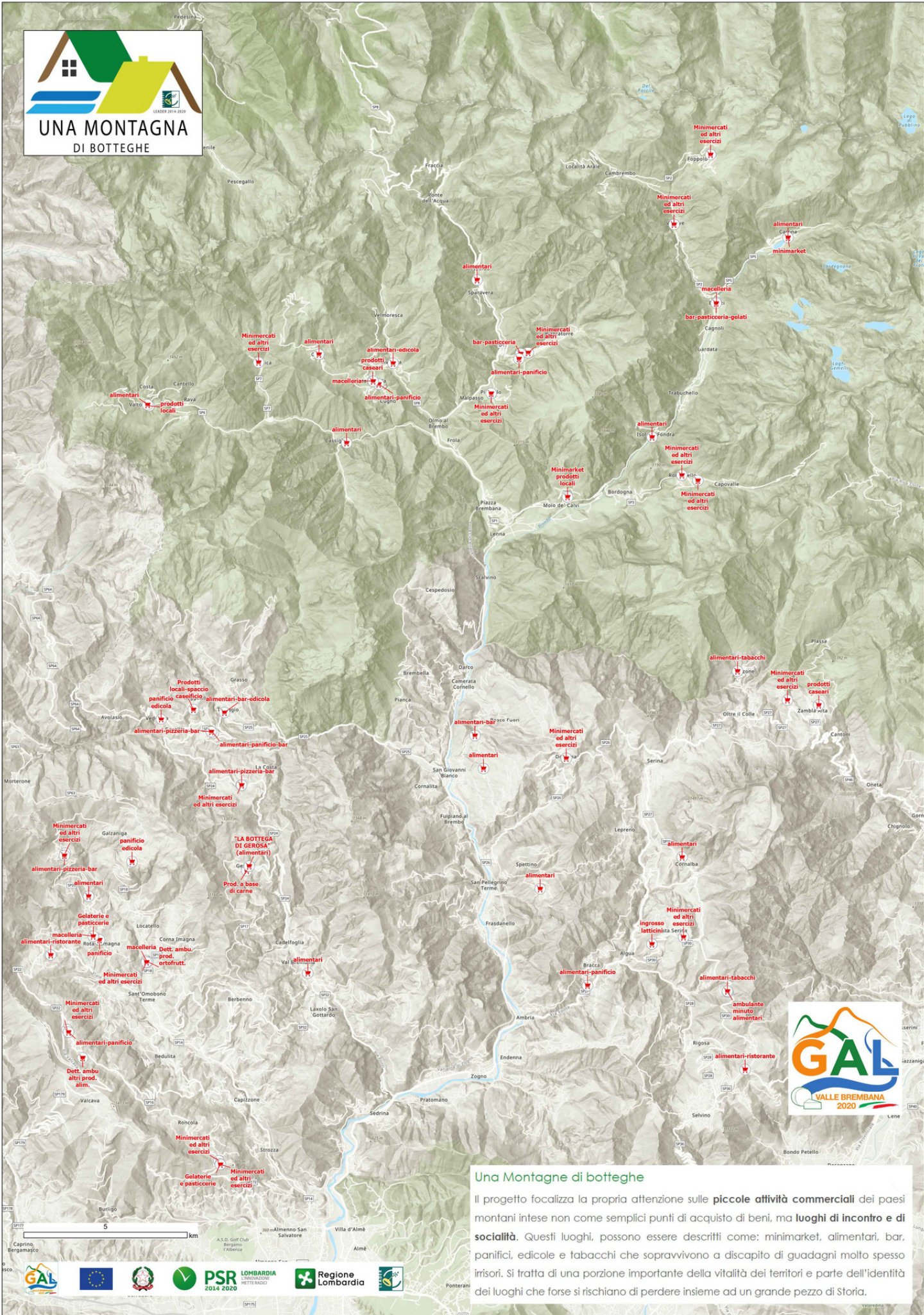
L'azione locale del GAL Valle Brembana 2020 si propone di favorire la creazione di una rete tra botteghe, territorio ed enti turistico-sportivi, in modo da aiutare le piccole realtà locali a fornire servizi aggiuntivi per turisti e sportivi che arrivano nelle valli bergamasche. Sono stati organizzati incontri formativi e sono stati forniti materiali a supporto dello sviluppo dell'azione.

Qui per sapere di più sul progetto di cooperazione "Una Montagna di Botteghe":
<https://www.unamontagnadibotteghe.it/>

Visita la pagina web dedicata a botteghe sul sito del GAL Valle Brembana 2020:
<https://www.galvallebrembana2020.it/progetti-00002/dettaglio-progetto/Una-Montagna-di-Botteghe/>

ACCESSO UTENTE





Una Montagne di botteghe

Il progetto focalizza la propria attenzione sulle **piccole attività commerciali** dei paesi montani intese non come semplici punti di acquisto di beni, ma **luoghi di incontro e di socialità**. Questi luoghi, possono essere descritti come: minimarket, alimentari, bar, panifici, edicole e tabacchi che sopravvivono a discapito di guadagni molto spesso irrisori. Si tratta di una porzione importante della vitalità dei territori e parte dell'identità dei luoghi che forse si rischiano di perdere insieme ad un grande pezzo di Storia.



AZIONE LOCALE

Botteghe di Prossimità



L'obiettivo principale previsto dall'azione locale è creare una **rete tra botteghe di prossimità**, che attivino dei servizi a supporto della popolazione residente, contribuendo alla vita del paese e sostenendo la comunità.

È stato fornito supporto per l'attivazione di servizi aggiuntivi, soprattutto favorendo la creazione di **reti tra le varie botteghe e gli enti del territorio**.

Sono stati organizzati anche **incontri formativi** su tematiche richieste dalle botteghe.

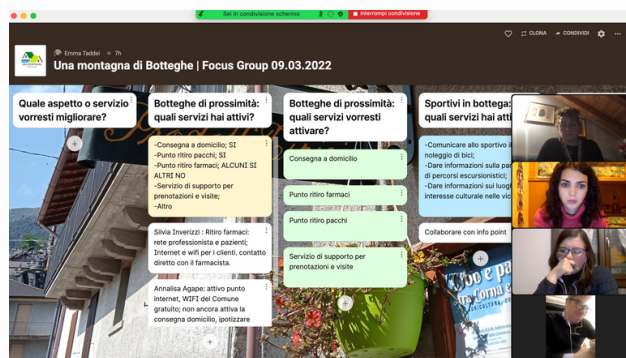
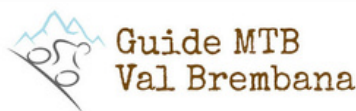
Inoltre, il GAL Valle Brembana 2020 ha realizzato delle shopper in cotone riciclato per promuovere l'azione di progetto, a favore di un commercio e di un consumo più sostenibile.



Le attività svolte

- Focus Group con botteghe del territorio
- Ciclo di incontri formativi | Botteghe e territorio, tra turismo e sport
- Ciclo di incontri formativi | Narrare, comunicare il territorio e i prodotti locali

Le realtà coinvolte



Focus group | 9 marzo 2022

Incontri con enti e stakeholders del territorio

"Botteghe e territorio, tra turismo e sport" il ciclo di incontri formativi organizzato nell'ambito del progetto di Cooperazione "Una montagna di botteghe".

Durante gli incontri i relatori hanno fornito linee guida e indirizzi che le piccole attività commerciali possono seguire nei confronti della comunità e dei turisti, favorendo un legame tra botteghe, territorio e sportivi.

Online | Martedì 17 maggio ore 20:30

"Botteghe e territorio, tra turismo e sport. Strumenti e linee guida per la creazione di reti".

Relatori:

Elena Riceputi, Direttrice Visit Brembo;
Stefano Bartoli, Tignale Bike Experience



Una Montagna di Botteghe - Sportivi in Bottega
MARTEDÌ 17 MAGGIO H 20:30

**BOTTEGHE E TERRITORIO,
TRA TURISMO E SPORT**
STRUMENTI E LINEE GUIDA PER LA CREAZIONE DI RETI

Intervengono:
Elena Riceputi
Direttrice Visit Brembo
Stefano Bartoli
Tignale Bike Experience

Online | Martedì 24 maggio ore 20:30

"Botteghe e territorio, tra turismo e sport. Strumenti e linee guida per la creazione di reti"

Relatori:

Riccardo Marengoni, Presidente
Commissione Sentieri CAI;
Claudio Locatelli, Presidente Guide MTB
Valle Brembana



Una Montagna di Botteghe - Sportivi in Bottega
MARTEDÌ 24 MAGGIO H 20:30

**BOTTEGHE E TERRITORIO,
TRA TURISMO E SPORT**
STRUMENTI E LINEE GUIDA PER LA CREAZIONE DI RETI

Intervengono:
Riccardo Marengoni
Presidente Commissione Sentieri CAI
Claudio Locatelli
Presidente Guide MTB Valle Brembana

Il ciclo di incontri legato a "Botteghe di prossimità" ha trattato temi suggeriti proprio dalle botteghe nel primo focus group del 9 marzo.

Online | Lunedì 6 giugno ore 20:30

"Botteghe di prossimità, botteghe smart: narrare, comunicare il territorio e i prodotti locali"

Relatori:

Lucia Masserini, Account Executive Studio

BElive;

Patrizio Musitelli, Direttore GAL Valle

Brembana 2020

- **sentieri** (collaborazione alla manutenzione e promozione della rete escursionistica)
 - circa 450 percorsi segnati e cartografati
 - circa 2.000 ore di lavoro da parte dei volontari CAI

SOCIAL NETWORK

I passaggi per una buona strategia

Avere una pagina o un profilo sui social network non è sufficiente! Dopo aver compiuto il primo passo dell'iscrizione è necessaria accortezza che permettano il raggiungimento degli obiettivi riferimenti:

- **Contenuti:** sono la chiave della fidelizzazione nei confronti necessario che ciò che scriviamo sui social sia in linea con quel così da agire non solamente in ambito content, ma anche aut awareness;
- **TOV:** i tre social hanno target completamente differenti e di cui TOV che verrà utilizzato all'interno dei post dovrà essere in linea di rivolgiamo;
- **Programmazione:** i post e i contenuti è necessario che vengano un breve anticipo, così da avere già un'idea della programmazione pubblicare durante il mese, sia a livello contenutistico che quello di creare con i clienti una sorta di «appuntamento» setti ragione è anche necessario mantenere costanti i giorni di pubblicazione.

Il CAI

promuove la conoscenza e frequentazione dell'ambiente montano attraverso:

- formazione (corsi di escursionismo, alpinismo, tutela ambientale...)
- conoscenza diretta dei monti (organizza escursioni guidate)
- **pubblica guide e carte escursionistiche**
- **rifugi alpini**
- **siti web** (geoportale Unione bergamasca CAI)
- **sentieri** (collabora alla manutenzione e promozione della rete escursionistica)

Una Montagna di Botteghe - Botteghe di prossimità

LUNEDÌ 6 GIUGNO H 20:30

BOTTEGHE DI PROSSIMITÀ, BOTTEGHE SMART:

NARRARE, COMUNICARE IL TERRITORIO E I PRODOTTI TIPICI

Intervengono:

Lucia Masserini, Account Executive Studio BELive

Patrizio Musitelli, Direttore GALVB2020

Presentazione bandi aperti

Botteghe e territorio, tra turismo e sport

Panoramica generale sul turismo sportivo

- Il turismo sportivo rappresenta il 10% dell'industria turistica internazionale (fonte: European Travel Commission).
- L'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e Legambiente hanno realizzato un rapporto sul turismo attraverso l'Osservatorio dell'Economia del Turismo delle Camere di Commercio che ha mostrato la crescita del turismo sportivo e outdoor in questa estate appena trascorsa (2020-2021).
- Tra le attività sportive all'aria aperta è stato il trekking a farla da padrone, con il 39% delle preferenze, seguito dal ciclismo con il 32%.
- Interessanti anche i dati sulle fasce di età dei trekker, con una crescita degli under 31 che dal 2,1% del 2008 sono passati al 7,9% del 2021.
- Il turista sportivo viaggia, per il 65% dei casi, con amici o la propria famiglia.
- La ricerca mostra inoltre che le regioni più gettonate sono state quelle più ricche di natura, borghi e in grado di offrire esperienze di viaggio attive e autentiche. Territori ricchi di natura e cultura, costellati di piccoli paesi e borghi antichi toccati da numerosi sentieri e cammini storici.

Panificio Ronzoni

Il Panificio Ronzoni si trova a Olmo al Brembo, in alta Val Brembana. Esiste dal 1910 ed è stato gestito nel tempo da cinque generazioni, che hanno condiviso passione, lavoro e sacrifici.

Questa attività ha saputo perfettamente adattarsi ai cambiamenti storici e sociali dell'ultimo periodo.

Per far fronte alla concorrenza dei grandi supermercati, ha deciso di puntare su un prodotto caratteristico di nicchia: la torta di mele!

La ricetta originale rimane segreta ed è stata creata da Giuseppe Ronzoni, che ha attualmente 88 anni.

La giovane nipote di Giuseppe, Sara, si è attivata a livello di comunicazione e relazioni, riuscendo a stringere rapporti con ristoranti e locali della provincia e oltre.

In questo modo, il Panificio Ronzoni è riuscito a far conoscere il proprio nome anche oltre oceano: la famosa torta di mele è arrivata addirittura in America, a New York, Santo Domingo e Puerto Rico.

Sara vorrebbe in futuro attivare anche un servizio di e-commerce, per il momento gestiscono internamente le consegne.

Sono presenti sui canali social, che sono stati di grande aiuto per aumentare la loro popolarità.



ELEMENTI D'ISPIRAZIONE

- Rivalorizzazione delle tradizioni;
- Puntare su un prodotto di nicchia di alta qualità,
- Instaurare reti e legami sul territorio;
- Sfruttare i nuovi canali di comunicazione.

BUONE PRATICHE



Alimentari e Trattoria "Da Tite"

Questo negozio di alimentari con trattoria si trova nella frazione di Valsecca, in cui vivono ormai poco più di 400 persone, rientrando nel comune di Sant'Omobono Terme dal 2014.

È gestito dalla nipote degli originali proprietari ed è stato riconosciuto "Negozio Storico" da Regione Lombardia.

La proprietaria attuale gestisce in contemporanea sia la trattoria, sia il negozio di alimentari accanto e si occupa anche in parte della gestione del B&B "Il Roccolino".

Nella bottega si può trovare tutto ciò che un punto vendita di montagna deve offrire a turisti (aumentati nell'ultimo periodo) e residenti: giornali, riviste, cartine e mappe turistiche, prodotti tipici, marmellate, salumi, formaggi e i caratteristici "biscotti di Valsecca", realizzati a mano dalla proprietaria a base di frolla con pepite di cioccolato.

È attivo anche il servizio di consegna a domicilio e gli orari di apertura sono estremamente flessibili.

La bottega è un punto di riferimento per il paese e, quando necessario, offre il servizio di punto ritiro pacchi e farmaci.

Altro elemento interessante: tutti i piatti della Trattoria sono cucinati a mano con prodotti locali. Capita spesso che i clienti, dopo aver pranzato, vadano in negozio per comprare gli ingredienti e provare a cucinare di nuovo il piatto a casa propria!



ELEMENTI D'ISPIRAZIONE

- Legame con le tradizioni;
- Servizi per la popolazione;
- Connessione di due attività diverse (trattoria e alimentari).



BUONE PRATICHE



Cooperativa di comunità Terre d'Oltre Goggia

La cooperativa di comunità Terre d'Oltre Goggia nasce nel 2020 nel comune di Moio de' Calvi. 28 i soci fondatori, ai quali, nel corso del primo anno di attività, se ne sono aggiunti molti altri. Uno dei primi obiettivi che si erano prefissati riguardava proprio la riapertura dell'unica bottega di paese, rimasta chiusa per quattro anni. Il periodo di lockdown ha reso evidente quanto fosse di essenziale importanza un servizio di base come quello svolto dalle botteghe.

Il tutto ha avuto origine da un'idea, un bisogno e dal lavoro di un'intera comunità. È attiva anche una rete di collaborazione con i produttori locali.

Per sostenere l'attività della bottega, sono stati attivati in parallelo altri servizi: spalatura della neve per i comuni di Moio e Valnegrà, lavori di manutenzione del verde e pulizia dei locali pubblici.

La volontà di ravvivare il paese e poter garantire nuovi servizi alla popolazione, ha spinto la cooperativa a realizzare anche uno spazio di co-working con internet point.

C'è anche la volontà di attivare in futuro servizi annessi al negozio, come un punto ritiro farmaci, un servizio di trasporto a sostegno delle categorie sociali più deboli e la possibilità di prenotare la propria spesa.



ELEMENTI D'ISPIRAZIONE

- Compartecipazione e impegno da parte della cittadinanza;
- Rete con produttori locali;
- Appoggio e partecipazione attiva dell'amministrazione locale;
- Attivazione di servizi per la comunità;
- Partecipazione volontaria di molti giovani.

VIDEO DI PROGETTO



Per ogni azione di progetto, il GAL Valle Brembana 2020 ha realizzato video divulgativi, visibili sulla pagina del sito dedicata: <https://www.galvallebrembana2020.it/progetti-00002/dettaglio-progetto/Una-Montagna-di-Botteghe/>

Inoltre, in collaborazione con i partner di progetto, sono stati realizzati video-interviste sul territorio, volti a sensibilizzare e raccontare le realtà dei piccoli paesi di montagna e delle loro botteghe.





UNA MONTAGNA DI BOTTEGHE



REFERENTI PROGETTO
EMMA TADDEI E BEATRICE PEDRETTI

comunicazione@galvallebrembana2020.it

0345/92354

www.galvallebrembana2020.it

Via A.Locatelli 111, Zogno (BG)



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



PSR LOMBARDIA
2014 2020
L'INNOVAZIONE
METTE RADICI



Programma di Sviluppo Rurale 2014 - 2020

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



GAL Valle Brembana 2020



Pubblicazione realizzata con il cofinanziamento del FEASR
Responsabile dell'informazione: GAL Valle Brembana 2020
Autorità di Gestione del Programma: Regione Lombardia