

## **Piccoli Comuni: cinque strategie per rafforzare l'Italia di qualità**

*di Fabio Renzi*

È affermata l'idea che i 5.868 comuni con meno di 5000 abitanti, presenti nel nostro paese, pari al 72% dei comuni italiani, custodiscano un patrimonio straordinario di beni culturali e ambientali, di tradizioni e abilità manifatturiere, di saperi e convivialità. Così come la consapevolezza del ruolo che i piccoli comuni possono svolgere nel qualificare e rilanciare una parte consistente dell'offerta turistica nazionale. I dati positivi sul turismo delle aree protette, che interessano per la maggior parte questa realtà, lo dimostrano. Inoltre l'importanza sempre più riconosciuta della agricoltura di qualità nel nostro paese rafforza ulteriormente il ruolo di veri e propri presidi territoriali e produttivi dei piccoli comuni italiani. L'Italia è il paese in Europa che ha più produzioni certificate: 149 DOP e IGP e oltre 4000 PTA, prodotti tradizionali agroalimentari, le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura risultino consolidate nel territorio interessato da almeno 25 anni. Anche nel settore del vino l'Italia è protagonista con ben 453 DOCG, DOC e IGT. Infine anche nel biologico siamo i primi in Europa e siamo al terzo posto nel mondo dopo Australia e Argentina. I piccoli comuni italiani danno un grande contributo a questi primati agroalimentari ed enogastronomici. Nei loro territori viene prodotto il 99,5% dei prodotti certificati, il 93% delle Dop e Igp e il 79% dei vini più pregiati. Inoltre l'Italia detiene il più vasto patrimonio di vitigni antichi, da 1000 a 2000. Molti produttori italiani di qualità stanno investendo nella ricerca e nella sperimentazione sui vitigni autoctoni, che in gran parte interessano i piccoli comuni, soprattutto montani. E non è un caso che molti dei cuochi italiani riconosciuti ed affermati a livello internazionale operino in piccoli centri.

Questo veloce affresco della realtà dei piccoli comuni italiani ci indica quanta innovazione di processo e di prodotto, quanta creatività imprenditoriale e quanta coesione sociale si siano sviluppate in questi ultimi anni. Si sono risvegliate identità locali e orgogli territoriali; sono stati riscoperti, valorizzati e proiettati su scenari nazionali ed internazionali patrimoni e culture del saper fare. La novità di questi anni è che queste dinamiche positive e queste potenzialità non riguardano

solo settori ritenuti “tradizionali” come quelli dell’agroalimentare e del turismo, ma anche quelli del manifatturiero più avanzato del nostro Made in Italy. I piccoli comuni come territori di elezione della *soft economy*: come ci raccontano nel loro libro Cianciullo e Realacci, dove la stragrande maggioranza dei casi di successo di produzioni italiane che si affermano nel mondo per la loro qualità, affidabilità e desiderabilità proviene da questa Italia profonda. Riattualizzando così uno dei caratteri di successo del nostro paese che, come afferma Carlo Maria Cipolla, è stato quello di produrre all’ombra dei campanili cose che piacciono al mondo.

Storie dietro alle quali ci sono territori, comunità, famiglie ma anche persone. A dimostrazione che i piccoli comuni non sono destinati ad essere tagliati fuori da quello che Richard Florida individua come il fattore chiave nella competizione globale, che è quello della “... competizione per le persone”.

Dopo tutto conosciamo molto bene i fattori attrattivi di molti territori della piccola grande Italia: sicurezza, controllo e coesione sociale, salubrità, qualità e fruibilità dell’ambiente, autenticità delle relazioni umane, cibo buono e genuino, tanto che molti di questi territori ospitano ormai comunità di “nuovi cittadini”, soprattutto europei ed americani, che sono diventati proprietari e anche produttori di beni. Ma la piccola grande Italia è anche quella che ha dimostrato in questi anni capacità di inclusione e di integrazione nei confronti dei tanti lavoratori immigrati, extracomunitari, impegnati nell’agricoltura e nel manifatturiero. È la declinazione italiana che arricchisce ed integra l’indicatore “Tolleranza” proposto da Florida. Se è vero che la competizione sarà vinta da chi è in grado di combinare le tre T (Talenti, Tecnologia e Tolleranza) l’Italia può aggiungere un ulteriore fattore di competizione: la quarta T, quella di Territorio.

Se lo spostamento dei talenti è legato più che al richiamo delle nazioni, a quello esercitato da regioni e città, l’Italia ha tutte le condizioni di base per competere, a patto che operi un grande investimento in innovazione e servizi per rafforzare il ruolo della rete dei piccoli comuni.

Per questo è necessario che nella prossima legislatura venga ripresa ed approvata una legge organica e specifica per i comuni sotto i 5.000 abitanti, con la quale prevedere un sistema integrato di finanziamenti, di incentivazioni, di defiscalizzazioni e di semplificazioni burocratiche amministrative per mettere questi territori in grado di competere e di cogliere le occasioni che paradossalmente proprio la globalizzazione ha aperto. Il testo della legge presentata nell’ultima legislatura da Realacci, approvata all’unanimità dalla Camera e insabbiatosi al Senato, risponde già a questo obiettivo. Partendo dai punti di forza e dalle esperienze positive vanno individuate alcune azioni strategiche che permettano di sviluppare una politica per i piccoli comuni italiani.

### **La prima azione strategica: ripensare i meccanismi della finanza locale.**

Oggi l'unico significativo introito per i piccoli comuni è dato dagli oneri di urbanizzazione relativi a interventi di infrastrutturazione e di espansione edilizia. Questi proventi, insieme alla realizzazione di strutture pubbliche come compensazione di interventi di rilevante trasformazione territoriale, mettono i piccoli comuni in una condizione di forte contraddittorietà e di oggettiva difficoltà. Da un lato i piccoli comuni sono quelli più interessati da forme di tutela paesistica, naturalistica e storico culturale e dall'altro sono quelli più deboli di fronte alle pressioni speculative e insediative. Da un lato possono intravedere un futuro valorizzando il proprio patrimonio di risorse identitarie fondamentali e dall'altro per acquisire le risorse disponibili per gli investimenti necessari, a partire dal mantenimento e dal potenziamento dei servizi territoriali di base, si vedono costretti ad intaccare parte di quel patrimonio. Per questo è fondamentale costruire un diverso meccanismo di finanza locale che associ al contributo che lo Stato e le Regioni debbono comunque assicurare a queste istituzioni e comunità locali anche forme di detassazione, di incentivazione e di tassazione locale. Per favorire il riequilibrio insediativo e il recupero dei centri abitati devono essere previsti incentivi finanziari e premi di insediamento a favore di coloro che trasferiscono la propria residenza e dimora abituale o la sede di effettivo svolgimento della propria attività economica, impegnandosi a non modificarla per dieci anni, da un comune con popolazione superiore a 5.000 abitanti a un piccolo comune. Incentivi e premi da estendere anche ai residenti nei piccoli comuni che intendono recuperare il patrimonio abitativo o avviare in essi una attività economica. Estendendo ai piccoli comuni e alle comunità montane i proventi dei diritti di ingresso e di privativa e le altre entrate derivanti dai servizi resi, già previsti per i parchi nazionali e regionali.

### **La seconda azione strategica: dotazione di infrastrutture informatiche.**

La principale infrastruttura di cui oggi devono dotarsi i piccoli comuni è quella telematica. Solo così essi possono superare i limiti fisici e relazionali dati dalla distanza che spesso li separa dai centri e dai servizi urbani. Connettere i piccoli comuni per immergerli in un fascio di comunicazioni e di relazioni è la via principale per renderli luoghi vivi ed abitabili: questo è possibile con il WIFI.

Wireless è una tipologia di comunicazione, monitoraggio e sistemi di controllo in cui i segnali viaggiano nello spazio e non su fili o cavi di trasmissione. La banda larga apre notevoli opportunità per le comunità, per le amministrazioni locali e per le organizzazioni produttive sia dal lato della fruizione che dell'erogazione dei servizi. Per questa ragione la disponibilità di banda larga può essere considerata strategica per aumentare il livello di benessere e, nello stesso tempo, di competitività di aree che hanno sempre più bisogno di gestire e condividere informazioni e comunicazioni. Le nuove tecnologie wireless costituiscono una componente strategica per una piena

connettività alla banda larga e possono essere utilizzate per servizi pubblici e privati avanzati nel campo della sicurezza, del turismo, del traffico, della scuola, dell'edutainment (imparare divertendosi). Ciascun utente potrà collegarsi a pagine specifiche con contenuti e servizi riferiti al luogo in cui si trova e navigare in internet attraverso degli hot spot che permetteranno la ricezione di internet in banda larga attraverso computer portatili, palmari e telefonini di prossima generazione.

Potrà consentire l'incremento per quantità e qualità dei servizi erogati su scala cittadina, aumentare l'attrattività per investitori esterni, garantire un miglioramento qualitativo nell'offerta turistica, migliorare la qualità della vita a scopi di sicurezza, dotare di uno strumento di comunicazione le amministrazioni comunali e le organizzazioni e gli enti collegati. Un esempio è quello della Provincia di Firenze che ha stipulato un accordo di programma con le Comunità Montane per la realizzazione e la gestione di una rete infrastrutturale in larga banda e per la gestione dei servizi mediante concessione, prevedendo un co-finanziamento da parte del privato di almeno il 20% .

### **La terza azione strategica: i servizi territoriali.**

Grazie alla infrastruttura di comunicazione rappresentata da Wifi è quindi possibile pensare al mantenimento e al potenziamento di servizi territoriali, in particolare scolastici e sanitari, che altrimenti verrebbero ridotti o soppressi. Esperienze importanti come quella del comune di Bardi in provincia di Parma, 2700 abitanti nell'appennino emiliano e di Legambiente con "La scuola adotta un Comune" indicano come grazie all'innovazione tecnologica e progettuale sia possibile mantenere e qualificare i presidi scolastici nei piccoli comuni. Grazie alla rete telematica territoriale i Comuni della Val Ceno e di Bardi sono collegati con le strutture dei Distretti scolastici della provincia. 600 ragazzi della montagna frequentano le scuole superiori con un tutor in classe per le materie di base e collegandosi in rete per le altre lezioni. Gli Istituti per Geometri, quello Tecnico e il Liceo Scientifico sono collegati rispettivamente con Parma, Fornivo e Borgotaro. Grazie alla rete wifi a Bardi sono andati a vivere quadri dirigenti di aziende e creativi che hanno trovato le condizioni ideali di relax e di facilità di comunicazione per lavorare. La scuola si apre così non solo al territorio ma a tutta la realtà nazionale, offrendosi come occasione di esperienza educativa e formativa sia per la qualità dei suoi programmi che per il contesto territoriale e culturale nella quale è inserita. Lo strumento del gemellaggio tra le scuole dei piccoli comuni e quelle delle realtà urbane sviluppa un percorso di conoscenza reciproca. Le azioni possono essere diverse: lo sviluppo delle reti telematiche rende possibile l'insediamento nei piccoli comuni di centri di eccellenza quali istituti di ricerca, laboratori, centri culturali e sportivi; prevedere la possibilità di soggiorni scolastici da tre giorni ad una settimana da parte di giovani italiani ed europei nelle scuole dei piccoli comuni;

al fine di sviluppare le relazioni e le occasioni di collaborazione tra gli attori locali va promossa l'istituzione di centri multifunzionali nei quali concentrare servizi ambientali, energetici, scolastici, postali, artigianali, culturali, turistici, di comunicazione, di volontariato, commerciali e di sicurezza. E' necessario inoltre ripensare il sistema dei presidi sanitari nei piccoli comuni, alla luce delle caratteristiche della popolazione residente e delle esigenze dei visitatori, essendo infatti molti dei piccoli comuni interessati sia da flussi turistici che dall'insediarsi di nuovi abitanti.

#### **La quarta azione strategica: il progetto “milledop” per l'agricoltura.**

Sono notevoli le possibilità di sviluppo e qualificazione del patrimonio agroalimentare dei piccoli comuni. Legambiente ha promosso insieme al Ministero delle Politiche agricole e forestali un programma di sensibilizzazione chiamato le “Milledop”, una metafora con la quale sottolineare come attingendo al grande bacino dei PTA, l'Italia possa aumentare considerevolmente il numero delle produzioni certificate. È già in atto una spinta autonoma di produttori ed istituzioni locali, in particolare piccoli comuni, parchi e comunità montane, ad ottenere certificazioni Dop e Igp. Per questo bisogna procedere ad una accurata selezione e verifica per individuare quali tra gli oltre 4000 PTA (Prodotti Tradizionali Agroalimentari) hanno ancora un effettivo radicamento territoriale, una presenza vera se pur limitata e ridotta. Inoltre la stragrande maggioranza dei PTA non ha la dimensione quantitativa e produttiva per diventare Dop o Igp e per imporsi nei mercati nazionali ed internazionali. La maggior parte di queste produzioni tipiche locali può dar vita invece a “filiera corte” che hanno come sbocco finale la ristorazione e la commercializzazione locale.

Avviare un progetto per favorire ed incentivare la certificazione volontaria delle piccole produzioni tipiche locali, attraverso disciplinari e marchi commerciali in grado di garantire il consumatore. Richiedere alle Regioni e al Ministero di riconoscere queste produzioni locali – sulla base di modalità, indirizzi e schemi disciplinari concordati a livello nazionale - anche ai fini delle assegnazioni delle risorse finanziarie. Verrebbe così a crearsi una tipologia di certificazione delle piccole produzioni tipiche locali che supera proposte riduttive e campanilistiche come quella della DECO (Denominazione d'Origine Comunale) ed evita di ricorrere a strumenti inadeguati e sovradimensionati come le Dop e le Igp. Istituzione di una specifica sezione del Registro nazionale delle varietà di viti coltivabili che classifichi i vitigni autoctoni e antichi italiani. Emanazione di un apposito decreto che limiti l'uso del nome e della coltivazione dei vitigni autoctoni alle aree di appartenenza. Attivazione di sgravi fiscali in favore delle aziende vitivinicole che investono nella ricerca, nella sperimentazione, nella qualificazione dei vitigni autoctoni e antichi italiani.

### **La quinta azione strategica: il turismo.**

I piccoli comuni italiani sono una realtà positiva nel panorama turistico nazionale che dimostra capacità di tenuta e di attrazione rispetto ad altri settori dell'offerta turistica che in questi anni hanno registrato una crisi profonda. Piccoli comuni e città d'arte, che molto spesso coincidono, sono insieme ai parchi le realtà che più di altre riescono ad intercettare quella nuova domanda turistica sempre più attenta alla qualità dell'offerta culturale, territoriale ed ambientale. Alla figura stereotipata del turista si sostituisce quella della persona che vuole investire il proprio tempo libero per conoscere luoghi e culture facendo esperienza allo stesso tempo aggreganti, autentiche e formative.

Bisogna saper offrire nuove chiavi di lettura, di interpretazione e di fruizione dello straordinario patrimonio storico, culturale, ambientale, naturale ed enogastronomico dei piccoli comuni. L'idea è quella di promuovere 10 grandi itinerari storico culturali di rilievo nazionale (le vie francigena, dei longobardi, delle transumanze,...) con i quali valorizzare e proiettare a scala nazionale ed europea la rete dei piccoli comuni interessati, evidenziandone il ruolo di vere e proprie capitali territoriali minori che per secoli hanno svolto. La rete degli itinerari dovrebbe coprire tutto il territorio nazionale e dovrebbe essere realizzata attraverso accordi di programma tra lo Stato, le Regioni, gli enti locali, il sistema delle aree protette e le organizzazioni sociali, culturali ed imprenditoriali. Come già avviene in altre realtà europee, in particolare spagnole e francesi, responsabili del coordinamento degli interventi e della gestione dell'offerta turistica sono singole associazioni. Inoltre c'è la necessità di adeguare le strutture ricettive agli standard qualitativi attuali, soprattutto dal punto di vista della qualità ecologica. Per questo va prevista una linea di finanziamento, da attuarsi attraverso un bando nazionale. Vanno incentivate e sostenute le esperienze di creazione di alberghi diffusi, con preferenza per i borghi e i centri ancora abitati da residenti.