

ECONOMIA MONTANA TRA SVILUPPO GLOBALE E SOSTENIBILITA' LOCALE. IL CASO TARVISIO (a cura di Mauro Vidrigh)

1. Aspetti introduttivi

La storia stessa dell'umanità ha dimostrato l'importanza della montagna non solo come “grande madre” della pianura, ma anche – di volta in volta – come:

- a) punto di naturale confine tra popoli e nazioni diversi;
- b) luogo di primo incontro e di scambio tra diverse realtà economico-culturali;
- c) infino fonte e riserva di risorse economiche visibili – acqua, legname, frutti selvatici, foraggio, etc. e più recentemente “aspetto paesaggistico e naturale” – e/o apparentemente nascoste – minerali, marmi, fossili, etc. -.

Se da un lato il vivere in montagna è stato sempre associato dall'*homo sapiens* a maggiori difficoltà e minori comodità, dall'altro i paesi montani hanno anche saputo rappresentare però un luogo ove non solo si poteva sopravvivere, ma in determinati periodi storici si poteva perfino prosperare.

Più in particolare le nostre alpi orientali sono state e sono perfino ora – seppure in maniera sempre nuova – tutto questo.

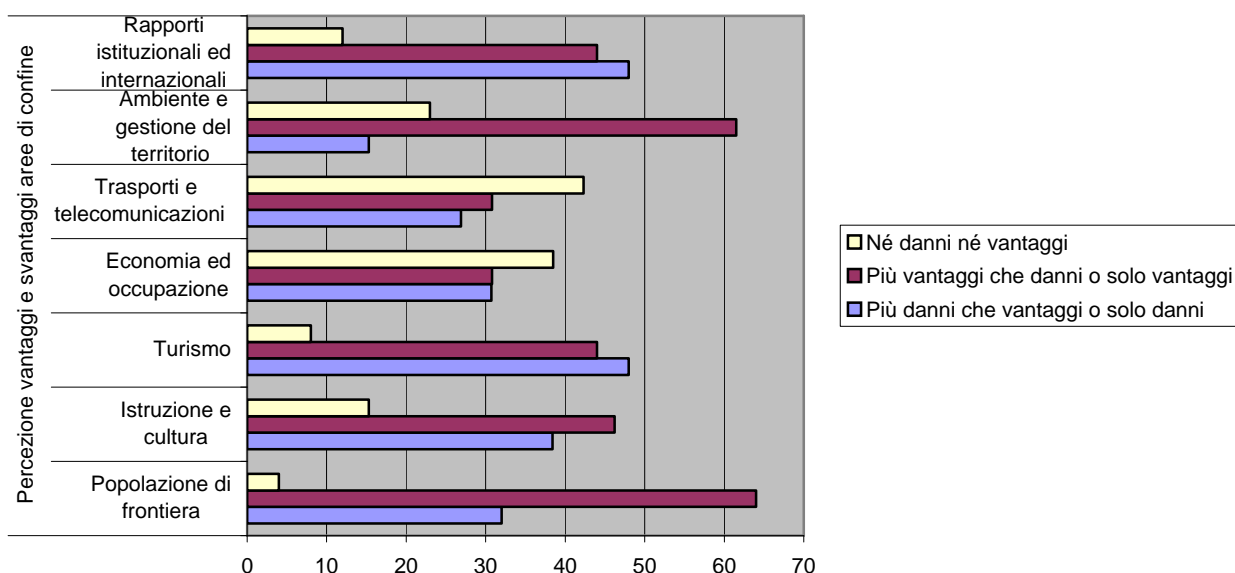
Come punto di naturale confine va ricordato infatti che sino dai primordi degli stanziamenti umani nel Vecchio Continente ed in modo codificato già dai tempi dell'impero romano la Valcanale ed il Canal del Ferro hanno rappresentato un punto di accesso strategico tra Nord e Sud dell'Europa; un valico di fondamentale importanza e di collegamento tra la civiltà e l'economia latina e mediterranea e la civiltà e l'economia barbara prima e mittel-europea dopo. Dalla *statio bilachiniensis*, attuale Camporosso, alla Chiusa di Chiusaforte, alla Pontebba-Pontafeln, alla Tarvisio-Coccau, nelle varie epoche ed a seconda dei vari domini succedutisi, ciò che ha rappresentato una delle caratteristiche più peculiari della Valcanale e della Canal del Ferro è l'essere stata cerniera tra Nord e Sud, punto di scontro e di incontro nella direttrice Roma – Vienna.

Con tutto ciò che ne consegue: presenza di eserciti, di guardie confinarie, ma anche di popolazioni e di mercanti che trovavano per loro valido motivo di stretti contatti socio-economici.

I primi nuclei abitati tuttora esistenti si sono sviluppati inizialmente grazie ed intorno ai loro “mercati”, luogo di incontro prima e di libero scambio per eccellenza poi. Non a caso, ad esempio, in relazione allo sviluppo economico già raggiunto, Tarvisio nel 1452 è assunta al ruolo di *Markt* – città mercato - ufficiale; Pontebba-Pontafeln, confine tra il *Kaisertum*, l'impero asburgico, ed il Regno d'Italia fino al 1866, ha finito con l'essere non solo un mercato di tipo tradizionale, ma anche e soprattutto un interporto doganale di vitale importanza fino a pochi anni or sono; scendendo più a valle, Chiusaforte, che deve il suo stesso nome alla Chiusa – punto di sbarramento nel luogo orograficamente più stretto per rendere possibile la “fluitazione” verso valle – ed al fortalizio posto a difesa di quel centro strategico, non sarebbe esistita senza essere il primo mercato a servizio della Val Raccolana; ancora più a Sud, Moggio, che con la sua antica abbazia benedettina è stato per secoli il riferimento teologico-economico, sia per la popolazione locale, sia per i pellegrini in transito verso Aquileia e soprattutto verso Roma, capitale della Chiesa cattolica, non si sarebbe sviluppato se non fosse divenuto in tal modo un centro di incontro ed un luogo di scambio per i “*mercatores*”¹.

¹ Per uno sguardo d'insieme sul territorio rimane sempre interessante G. Valussi, *Friuli Venezia Giulia*, Vol. V della Collana Utet a cura di R. Almagià, Le Regioni d'Italia, Torino, 1961.

Percezione dei vantaggi e svantaggi dovuti alla vicinanza del confine %
 (Fonte: Moreno Zago - Fattibilità dell'Euroregione - Progetto di sviluppo e conoscenza reciproca
 Italo - Slovena - ISIG - pag. 68)



Le Alpi Giulie hanno offerto ed offrono per altro anche risorse materiali specie un tempo assai ricercate; per citarne solo alcune: il legname utilizzato non solo per la costruzioni dei mobili, bensì pure per le galere e le navi che per conto della Serenissima solcavano i mari del Mediterraneo; il ferro, estratto, lavorato e soprattutto trasportato sin dall'antichità nella vallata che ha persino assunto il nome di "Canal del ferro"; senza parlare poi del piombo e dello zinco estratti in abbondanza dalla miniera del Raibl – a "Cave" del Predil - fino agli ultimi anni del secolo scorso. Ma anche l'acqua utilizzata nella produzione dell'energia elettrica rappresenta una delle risorse fondamentali per la vita di ogni giorno.

Mentre, però, il fabbisogno crescente di energia rende ancora appetibile la costruzione di nuove centraline per lo sfruttamento di risorse "eco-compatibili" a basso impatto ambientabile, la continuazione di attività minerarie si è dimostrata non economicamente sostenibile rispetto alle mutate condizioni di mercato. Il corso della storia può comportare infatti anche questo: far perdere un qualsiasi valore ad attività un tempo fiorenti. E ciò lo si riscontra in ogni settore, dal primario al secondario, al terziario avanzato.

2. Dall'economia "primaria" *strictu sensu* all'economia delle "risorse naturali" e della "tutela ambientale"

Nella scala dei bisogni e delle necessità umane di Maslow trova spazio innanzitutto l'aspetto primario del nutrimento e del sostentamento; poi si passa al bisogno della sicurezza; e solo come ultimo gradino c'è quello dell'autorealizzazione².

Orbene, nell'ambito dell' "economia primaria" ha trovato largo spazio nel "passato rurale" della civiltà contadina di montagna l'attività silvo-pastorale connessa allo sfruttamento del legnatico, dei pascoli per l'alpeggio - specie estivo - e l'allevamento in genere, la coltivazione, seppur limitata, di prodotti ortofrutticoli (in particolare negli ultimi secoli di patate, legumi, ed altre piante commestibili che si adattassero all'ambiente).

² Sull'argomento cfr. A. Maslow, *Motivation and personality*, Harper and Brothers, New York, 1954.

In un regime di tipo autarchico, dove l'uomo era portato in ogni caso a procacciare il cibo per sé e la propria famiglia, la montagna si rilevava però in complesso assai avara di soddisfazioni: ma di necessità virtù...

Con il passare del tempo ed il miglioramento delle condizioni di vita generali il significato stesso di "economia primaria di montagna" è mutato: lo sguardo ora non può essere più puntato sul quanto coltivare ed allevare, ma sul cosa, sul perché e sul come fare "economia delle risorse naturali" presenti nel territorio.

Come in tutto il mondo evoluto, anche in montagna gli occupati in agricoltura non superano di media il 3-5 per cento della popolazione attiva. Se si dovesse tener conto esclusivamente delle esigenze del mercato poi, il rapporto prezzo/quantità metterebbe fuori gioco la gran parte delle aziende del settore primario site in montagna. Altri sono però i fattori da esaminare e le considerazioni da fare.

In primis, la qualità del prodotto nella filiera enogastronomico-alimentare assume un rilievo sempre maggiore: produrre in piccole quantità prodotti tipici risulta premiante. Lamponi, mirtili, ribes, rappresentano prodotti di nicchia con mercato sicuro; così come funghi, alcune specie di fagioli, di patate, di mele, di pere, etc. Ma anche miele, formaggi di qualità, latte selezionato, salumi tipici, persino pane: esistono veri e propri itinerari del "buon gusto" che fanno oggi la fortuna di zone vocate alla qualità (un esempio per tutti: le mele golden, i frutti di bosco, lo speck del Tirolo; i vini, i salumi, le carni dell'entroterra toscano, etc.).

Il solo produrre del resto non consentirebbe prospettive per un comparto efficiente ed efficace capace di cogliere le sfide del futuro: al di là dei prodotti di nicchia, infatti, nell' "economia agricola di sussidio" che ha caratterizzato questo "mondo" per troppi anni, non si potrebbe oggettivamente concepire il mantenimento di realtà agricole nella montagna friulana e della Valcanale in particolare. Infatti in termini di fatica e di guadagni perché un *Homo sapiens* dovrebbe sacrificarsi in montagna quando ben maggiore utilità troverebbe nel condurre un'azienda con annessa frasca in collina o pianura dove si può produrre anche il vino *doc*?

La globalizzazione non vuol dire necessariamente andare contro la localizzazione, semplicemente sposta i parametri di riferimento su cui basare la propria analisi economica e razionale.

Se la carne – magari dell'Argentina - i pomodori – magari dell'Olanda - la verdura fresca – magari della Spagna - posso trovarli più comodamente e ad un più basso prezzo al supermercato di fronte a casa, perché dovrei continuare a proporre di "fare agricoltura" in montagna? Perché addirittura porsi interrogativi sul futuro stesso dell'agricoltura montana? Perché ostinarsi a voler mantenere aziende silvo-pastorali in luoghi impervi ed economicamente improduttivi?

E' l'ottica con cui guardare alla realtà agricola montana che deve essere un'altra.

Gli obiettivi sono infatti mutati rispetto al passato:

- se un tempo le persone dovevano coltivare o allevare seguendo le necessità relative al bisogno primario del sopravvivere ora devono continuare a farlo soprattutto perché incentivate a presidiare in modo permanente il territorio per una vera salvaguardia ambientale (presidiare la montagna significa infatti anche difendere la pianura; si pensi ad esempio alla regolazione dei corsi fluviali sia per le piene, sia per le irrigazione della campagna). Che poi ci si specializzi nell'agricoltura "biologica" o si riscopra l'attività silvo-pastorale, con la corretta sistemazione dei pascoli e dei boschi, poco conta: l'importante è esserci ed avere una giusta remunerazione per l'esserci;

- se un tempo qualsiasi agricoltore aveva garantito un sussidio per il fatto stesso di essere coltivatore diretto, oggi – nel rispetto anche delle direttive comunitarie – si dovrebbe premiare chi dell'agricoltura in montagna fa un'economia delle "risorse naturali" e con l'agricoltura rende un vero servizio alla comunità quale vero "tutore dell'ambiente" e, quindi, "agente di prevenzione delle catastrofi ambientali", operando la cura quotidiana dei campi, dei ruscelli, dei boschi, etc.;

- se un tempo l'agricoltura montana poteva essere intesa in senso pressoché autonomo rispetto agli altri comparti economici esistenti, ora invece deve necessariamente essere pensata in maniera

integrata e non solo sotto l'aspetto dell'ambiente. L'integrazione in senso economico può essere realizzata invero anche con l'artigianato e con l'industria di tipo alimentare, oltre ovviamente che con il turismo. Ma non solo attraverso gli agriturismo! Anche il consumo di prodotti tipici negli alberghi e nei ristoranti locali favorisce lo sviluppo sostenibile della zona. Come si prefiggevano i GAL ed i Piani europei territoriali, bisognerebbe rendere possibile la creazione di filiere integrate capaci di coinvolgere i vari attori. Con un esempio:

Coltivazione di lamponi

-> Produzione di dolci artigianali è Consumo di lamponi e dolci artigianali presso

è agriturismi
è ristoranti
è alberghi

-> Produzione industriale di marmellate -> Vendita di marmellate presso i negozi ed i mercati di zona

Il problema però sta nel modo di concepire i piani integrati; nel modo di realizzarli effettivamente; nella cultura imprenditoriale esistente tra i vari attori della filiera. Un problema culturale/imprenditoriale che, al di là dei discorsi di maniera, è difficile creare dall'oggi al domani.

3. Contributi, agevolazioni e politiche fiscali per l'agricoltura e le altre attività dislocate in montagna: un diverso modo di intendere l'intervento pubblico

Entrare in Europa da un lato ci ha portato a confrontarci e ad emulare i *competitors* mondiali, dall'altro ha anche imposto un freno, seppure non totale, ad una dissennata politica di aiuti a pioggia perpetrata per lunghi anni nel nostro Paese e che ha causato guasti sia a livello di deficit pubblico sia a livello di preparazione alla competizione delle aziende nazionali.

Non tutti gli interventi agevolativi vanno considerati però alla stessa stregua. Non è un caso infatti che la stessa Europa abbia previsto la possibilità di utilizzo di Fondi strutturali a favore di zone svantaggiate quali vengono a tutti gli effetti ancora considerate le zone montane della nostra Regione.

Sovvenzioni a pioggia, contributi legati a progetti non sistematici – dunque - avevano già dimostrato di non funzionare, ma gli Obiettivi 5B, 2, ora 3, hanno contribuito a colmare il gap esistente tra pianura e montagna o è possibile fare qualcosa di diverso e di migliore?

Non c'è dubbio che gli interventi mirati hanno avuto il loro impatto positivo, ma ciò che si può constatare è che, spesso e volentieri condizionati dalle procedure burocratiche di assegnazione, non sono stati capaci in linea generale di rendere le aree svantaggiate competitive rispetto a quelle più avanzate.

Quale politica economica intraprendere allora per creare le condizioni di uno sviluppo sostenibile della nostra montagna?

Una volta utilizzati i Fondi comunitari per azioni volte a migliorare le infrastrutture complessive di territorio (vie di trasporto, impianti di risalita, messa in sicurezza delle aree a rischio, *in primis*), meglio e più vantaggioso per tutti sarebbe costituire una riserva monetaria da destinare a garantire crediti d'imposta o deduzioni aggiuntive a chi investe del suo nei progetti in cui per primo deve credere o, per lo meno, in quelle direttrici che la "politica economica" ritiene di dover valorizzare. Molto meglio e molto meno dispendioso per la stessa Europa sarebbe infatti "aiutare chi si aiuta" attraverso forme di incentivi fiscali automatici legati a corrette abitudini da assimilare, piuttosto che continuare ad elargire contributi "a la carte".

Ad esempio, in luogo di garantire tramite bandi e domande di non sempre facile ed oggettiva valutazione, contributi a fondo perso per progetti prodotti "su carta", meglio sarebbe garantire a chi investe in proprio in zona rispettando criteri logici di sviluppo un riscontro immediato in

termini fiscali (dovendo calcolare come posta negativa solo una decurtazione delle entrate tributarie alla fine questa si rilevarebbe invero addirittura inferiore al costo di elargizioni di somme a fondo perso e di annesse procedure burocratiche).

Hic et nunc:

- investi in zona montana creando nuovi posti letto in agriturismo, alberghi, camping, etc.? Hai diritto all'abbattimento dell'imposta diretta dovuta e normalmente calcolata pari al cinquanta per cento;

- acquisti come agricoltore montano macchinari d'ausilio per la migliore cura dei campi e dei boschi? Hai diritto ad un ulteriore credito d'imposta o ad una ulteriore deduzione dall'imponibile per un quinto dell'ammontare;

- acquisti come albergo servizi di *trekking* a cavallo direttamente dall'allevatore della zona? Hai diritto ad un credito d'imposta o ad una ulteriore deduzione di un quinto dell'ammontare della spesa;

- acquisti come negoziante dei prodotti locali a marchio d'origine garantita? Hai diritto ad un credito d'imposta per un quinto dell'ammontare;

- e via dicendo.

In tal modo si favorirebbe chi effettivamente si dà da fare per proprio conto evitando nel contempo:

- discrezionalità di assegnazione rispetto a domande e progetti "ad uso contributo";

- costi procedurali altrove dislocabili per bandi, assegnazioni, etc.;

- maggiori e più rapidi controlli attraverso i dati contabili e le dichiarazioni fiscali ordinarie che l'imprenditore è comunque tenuto a presentare (basterebbe infatti solo l'inserimento di un'unica casella da compilare);

- mantenimento ed incremento dell'imprenditorialità in loco e affinamento della cultura imprenditoriale mirante comunque all'ottenimento di un utile: se è vero infatti che l'utile prodotto non sarebbe eventualmente tassato nella sua totalità, d'altro canto è ancora più vero che il risultato durevolmente negativo non comporterebbe in ogni caso la perdita di valore e l'assorbimento di risorse in quelli che si potrebbero definire i nuovi "buchi neri" del capitale³.

Forse è utopico pensare ad una possibile realizzazione di un tale scenario nel breve termine, visto gli innumerevoli interessi in gioco direttamente toccati da un tal tipo di cambiamento: ma si sa, anche le sfide più ardue sono alla portata dell'*homo sapiens*... e soprattutto spesso volte è la storia stessa a determinare le condizioni del necessario cambiamento.

4. Dall'economia "secondaria" *strictu sensu* all'economia della "produzione pulita ed immateriale"

Industria uguale sviluppo è stato per decenni lo slogan della politica economica intesa in senso moderno. Il modello – o per meglio dire – lo stereotipo socio-economico della "produzione capitalistica" e del "lavoro operaio" incentrati in ogni caso sulla grossa industria "di massa" era considerato come il punto focale di ogni ipotesi di valorizzazione di un'area.

Sembrava che produrre quantità di qualcosa rappresentasse il successo e l'avvenire del paese: secondo questo assunto non poteva esserci economia senza industria, non poteva esserci industria senza operai, non poteva esserci operaio senza produzione di massa.

Non solo in montagna, ma in ogni area del Paese, la grossa industria rappresentava il segno della modernità e del progresso: per questo ogni insediamento di tipo industriale – non importava se inquinante o meno, se impattante o meno dal punto di vista ambientale – rappresentava di per se stesso il simbolo della crescita e del progresso.

³ Per una miglior comprensione del concetto di "buco nero di capitale" vedi M. Vidrigh, 1994, *Diatribite teoriche intorno al ruolo del capitale nell'economia della produzione*, Ed. Studi e ricerche 1/94, Università di Udine, Istituto di Economia ed Organizzazione aziendale, pagg. 65,66,67; nonché M. Vidrigh in M.Chang Ting Fa, L.C. Piccinini, M. Vidrigh (a cura di), 1997, *Economia dell'agro-industria*, Forum editore – Udine, pagg. 153 – 163.

Sbancamenti o riempimenti di tonnellate di materiali inerti come a Cave del Predil, capannoni con coperture all'amianto in luogo di opifici storici come a Fusine in Valromana, una edificazione selvaggia di tipo popolare con palazzine a mo' di "alveari" fuori dai canoni tradizionali a deturpare paesaggi montani incontaminati, erano visti con gli occhi di allora come un segno del nuovo che avanza e che si impone.

Per fortuna Tarvisio città non ha scontato l'impatto - spesso devastante anche per i corsi d'acqua interessati - di cartiere e di altre industrie chimiche.

La "rivoluzione industriale" però il suo segno l'ha lasciato: miniere in disuso da valorizzare tutt'al più come esempi di archeologia industriale; stabilimenti obsoleti sempre più vuoti e oramai solo da bonificare uccisi dalla logica concreta del mercato globale.

La lenta agonia di queste realtà è passata e continua a passare ancora purtroppo, in una malintesa ed ancora attuale logica di mantenimento dello *status quo*, attraverso "misure pubbliche di salvaguardia" che finora hanno portato ad un solo, incontrovertibile risultato: l'assorbimento di molte risorse più proficuamente altrove allocabili. Gli interessi contingenti, di "conservazione" non solo nel senso del posto di lavoro - fatto assai nobile e giusto - bensì pure del "modo di lavorare" senza innovazione e competizione finiscono per cozzare con la logica di un corretto impiego delle risorse.

E' così che l'economia della produzione non ha modo di evolvere in nuove forme tecnologicamente progredite, ove l'immaterialità ed il *know how* prevalgono e si impongono sull'atto meccanico.

Non c'è niente di peggio infatti che convogliare risorse in qualcosa senza futuro e senza possibilità di effettivo sviluppo competitivo. Quanti milioni di Euro o miliardi di vecchie lire - sia dei privati sia del settore pubblico - sono state assorbite per garantire produzioni in settori "maturi" a forte rischio non solo economico, ma anche ambientale, senza puntare invece - con investimenti mirati - a garantire il vantaggio competitivo in termini di innovazione?

E' vero, la globalizzazione non risparmia nessuno: il bene realizzato in Cina ad un costo mille volte inferiore rispetto a quello realizzato in Italia non può trovare argini né nelle spese aggiuntive di trasporto né nella relativa differenza qualitativa. Se quello stesso bene è prodotto però su licenza italiana e con *know how* italiano la remunerazione che ricadrà sull'Italia sarà quota parte considerevole del totale fatturato dall'appendice cinese.

Il vero problema è che in Italia si è curato al più l'innovazione di processo, il come meglio e più tecnologicamente produrre, piuttosto che guardare al prodotto ed all'innovazione di prodotto. Ovvero, prendendo in considerazione ad esempio il settore auto tanto caro a gran parte degli italiani, si è preferito puntare più sulla "fabbrica tecnologica" che sull'auto "affidabilmente innovativa"⁴.

Fintantoché i sussidi statali, regionali, locali, bastavano, anche le segherie, le acciaierie, le miniere, potevano continuare a rimanere comunque aperte pur operando in perdita. La chiusura però era già segnata ed anche se ciò può dispiacere c'era una sola ragione sottesa a tutto questo: non sono gli altri "cattivi" siamo noi che dobbiamo essere sempre "competitivi".

La logica della domanda e dell'offerta, con tutte le sue potenziali ingiustizie, è alla base del liberismo ed il liberismo, seppur necessariamente regolato, è la migliore forma possibile per consentire la crescita e lo sviluppo economico complessivo.

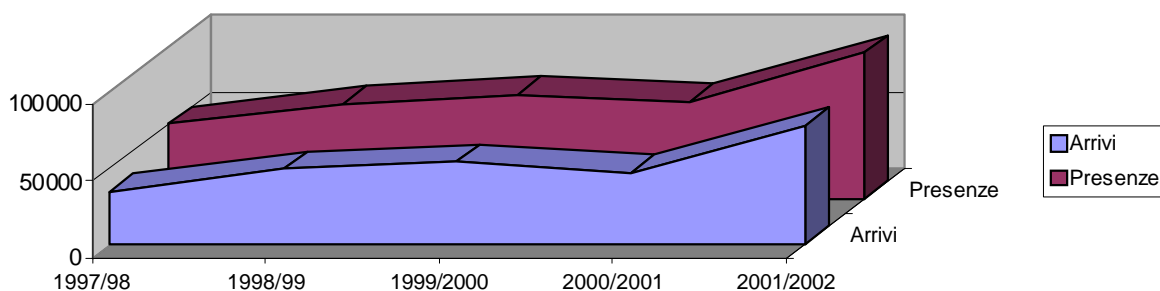
Se una realtà aziendale viene acquistata dalla concorrente, svuotata del proprio valore aggiunto, praticamente costretta alla chiusura non è economicamente corretto, seppure umanamente concepibile, lamentarsi del comportamento tenuto dall'acquirente una volta mutati gli organi sociali e decisionali.

Se il concorrente - *competitor* detiene una quota del dieci per cento e grazie agli investimenti effettuati incrementa la propria quota toccando il trenta per cento, è logico che la controparte che

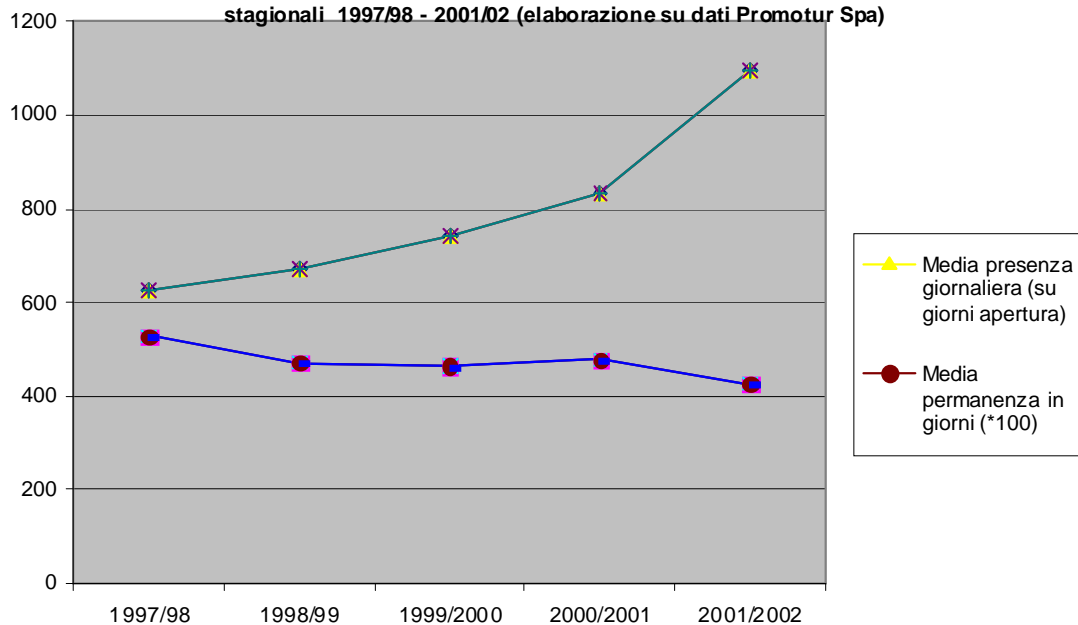
⁴ Per un'analisi più approfondita delle determinanti dell'innovazione di prodotto vedi M. Vidrigh, *Il mercato delle automobili di classe elevata: il caso BMW in Italia*, Tesi di laurea, Udine, pagg. 80-82; J. Schumpeter, *Teoria dello sviluppo economico*, Sansoni, Firenze, 1971.

ha dovuto registrare a sua volta un calo del venti per cento si attivi in tutti i modi per reagire alla disfatta, proponendosi magari anche quale acquirente dell'azienda emergente, vuoi per inglobarla, vuoi per chiuderla. E qualora il settore nel suo complesso arretri, l'acquisizione per la successiva chiusura è la soluzione scontata, visto che a parità di condizioni qualsiasi *management* prima dismette le realtà terze, poi quelle che sente proprie (cfr. caso locale della Weissenfels – Pewag, Nuova Weissenfels, etc.; ovvero tentativo Pramollo Spa – Promotur Spa ⁵).

Arrivi-presenze impianti invernali Tarvisio (elaborazione dati Promotur Spa)

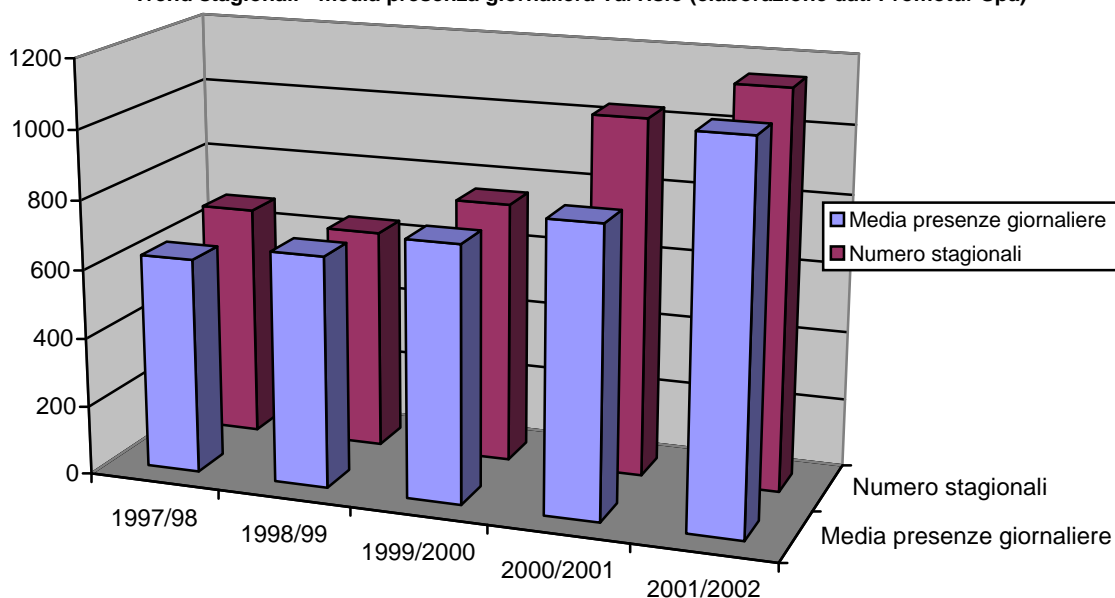


Presenza giornaliera e media permanenza in giorni sciatori paganti a Tarvisio escluso stagionali 1997/98 - 2001/02 (elaborazione su dati Promotur Spa)



⁵ E' interessante osservare come gli investimenti sugli impianti di risalita effettuati dalla Promotur Spa abbiano comportato un deciso trend di crescita degli arrivi e delle presenze complessive agli inizi del secondo millennio e come – nel contempo – tali investimenti abbiano attratto anche grosse fette di quell'utenza che in precedenza si vedeva convogliata verso altre stazioni invernali come Nassfeld-Pramollo *in primis*, Arnoldstein-Dreilaendereck, etc.. Evidenti, quanto naturali, le preoccupazioni sorte nei vertici delle società gerenti le stazioni invernali concorrenti, che pure avevano puntato su notevoli investimenti di capitali nello stesso periodo (Telecabina Millennium, etc.), senza i risultati prospettati ed i conseguenti tentativi di inglobare o limitare con interventi di altro tipo i nuovi, assai pericolosi *competitors*, capaci di sottrarre quote via via crescenti del "mercato invernale" dei pendolari e degli stanziali.

Trend stagionali - media presenza giornaliera Tarvisio (elaborazione dati Promotur Spa)



Per questo, mentre risulta difficile ipotizzare un brillante futuro per la continuazione della - produzione industriale “di massa” nel Tarvisiano, nuovi, più interessanti scenari si potrebbero dischiudere nel concepire una produzione “pulita ed immateriale” dislocata in loco grazie anche – e forse soprattutto – ad agevolazioni fiscali *ad hoc*, a condizioni climatiche ideali, a sinergie possibili ed a eco-compatibilità-ambientali esistenti. L’ “industria dell’energia pulita”, l’ ”industria della conoscenza”, l’ “industria” del *know how* con produzioni “guida” di prototipi sperimentali, l’ “industria” del “*software*” per lo sviluppo tecnologico del futuro, potrebbero senza alcun problema trovare dislocazione in montagna come già l’ ”industria del benessere fisico e sportivo” in quanto:

- rappresenterebbero realtà a basso impatto ambientale compatibili con le esigenze di tutela del territorio ed il suo sviluppo;
- rappresenterebbero realtà “leggere”, ad alto valore aggiunto, con basse limitazioni scaturenti dal layout e dalla logistica dei trasporti *tout court*;
- godrebbero di buone condizioni complessive dal punto di vista climatico.

L’economia industriale di massa *strictu sensu* era difficilmente dislocabile in montagna prima, ora è già morta o è destinata a morire con l’avvento del mercato globale: non è così invece per l’ “industria” dell’energia pulita, per l’ ”industria” del benessere fisico-sportivo, per l’ “industria” della conoscenza.

5. L’economia del terziario turistico/commerciale e del terziario avanzato: sinergie e competitività. Proposte per un nuovo ruolo tranfrontaliero dell’area di Tarvisio

La globalizzazione – come già precedentemente sottolineato - da un lato ha fatto scomparire i confini “fisici” tra Stati, dall’altro invece ha accentuato i livelli di competizione delle loro aziende. Ciò che un tempo era “tipico” del luogo o della nazione, ora con grande probabilità si trova potenzialmente riprodotto e disponibile a centinaia o migliaia di chilometri di distanza se solo vi è convenienza a farlo.

Se poco tempo fa, ad esempio, per poter disporre dei prodotti italiani – alimentari e non – i popoli d’oltralpe dovevano valicare il confine anche “fisico” ed acquistarli a Tarvisio o Pontebba, ora la stessa pasta, lo stesso olio, lo stesso vino, gli stessi vestiti, sono facilmente resi disponibili nel supermercato aperto sotto casa a Villacco. Addirittura c’è chi si spinge oltre producendo il *parmesan* come fosse Parmigiano, *Parma Ham*, con un’assonanza non solo sospetta rispetto al Prosciutto di Parma, etc. E’ vero, manca il fascino di passare “un confine” e la soddisfazione di

acquistare qualcosa di “esotico” nel Paese della pizza e del mandolino – anche se si soggiornava a Tarvisio, già storico *Markt* asburgico, o a Pontafeln, *limen* dell’ *Oesterreichisches Kaisertum* - ma questo è un discorso che appartiene ancora a pochi nostalgici e non può essere più della maggioranza.

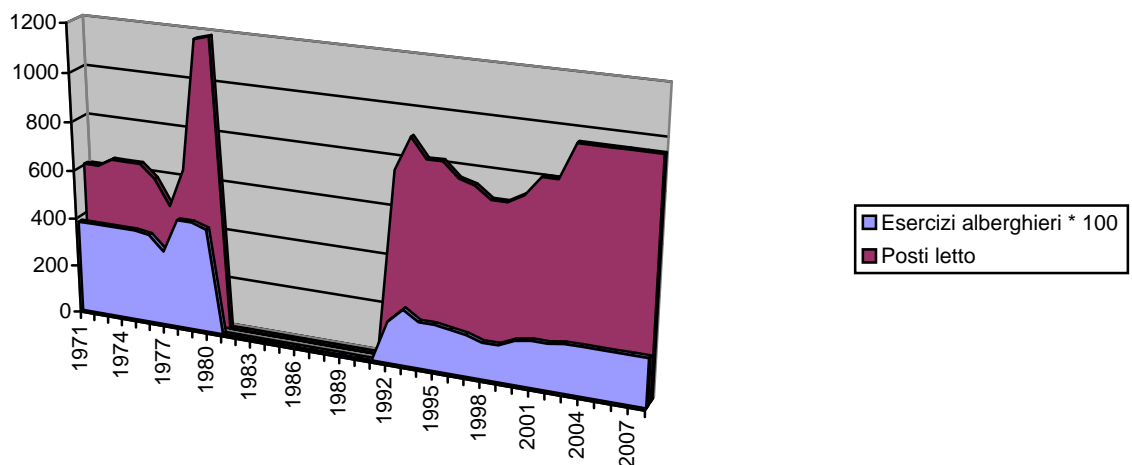
Per assurdo allora, proprio per continuare ad esistere, e quindi a sopravvivere e crescere, bisogna guardare in modo diverso alla propria peculiare posizione: Tarvisio non è più il limite al Nord-Est dell’Italia è invece uno dei possibili punti nevralgici della direttrice Roma – Vienna – Kiev nell’asse Sud – Nord-Est dell’Europa. Il passaggio epocale degli anni Novanta del XX secolo è stato quello che ha portato Tarvisio a trasformarsi da punto di stop obbligatorio a punto di transito, da centro dell’economia di confine a semplice luogo di “mercato interno”.

Non solo sono spariti i cambiavalute, i dazi ed i doganieri, infino gli eserciti ed i militari con le loro famiglie, con essi se ne è andata anche l’ultima barriera psicologica all’avvento del mercato europeo aperto, con l’attuazione del Trattato di libera circolazione di Schengen che ci porta, senza necessità di esibire alcun documento, fino a Przemysl, al confine con l’Ucraina. Per capire la Tarvisio commerciale di ieri, la Tarvisio del secondo dopo guerra, bisogna infatti spingersi fino colà, ai limiti del deserto dei tartari e della città di Leopoli, ultimo avamposto dell’Impero Asburgico in direzione della Grande Russia.

Eppure nel percorrere questo itinerario temporale verso il futuro si può dire che c’è altresì un ritorno al passato, quasi a voler accreditare la tesi vichiana dei corsi e ricorsi storici. Ancora in pieno dominio austriaco Tarvisio guardava ad una sua vocazione turistica ed il suo Sindaco, nonché onorevole del Parlamento di Vienna, Kaetan Schnablegger puntava decisamente sullo sviluppo di questo territorio attraverso il miglioramento della ricezione e dell’accoglienza degli ospiti del Centro-Europa.

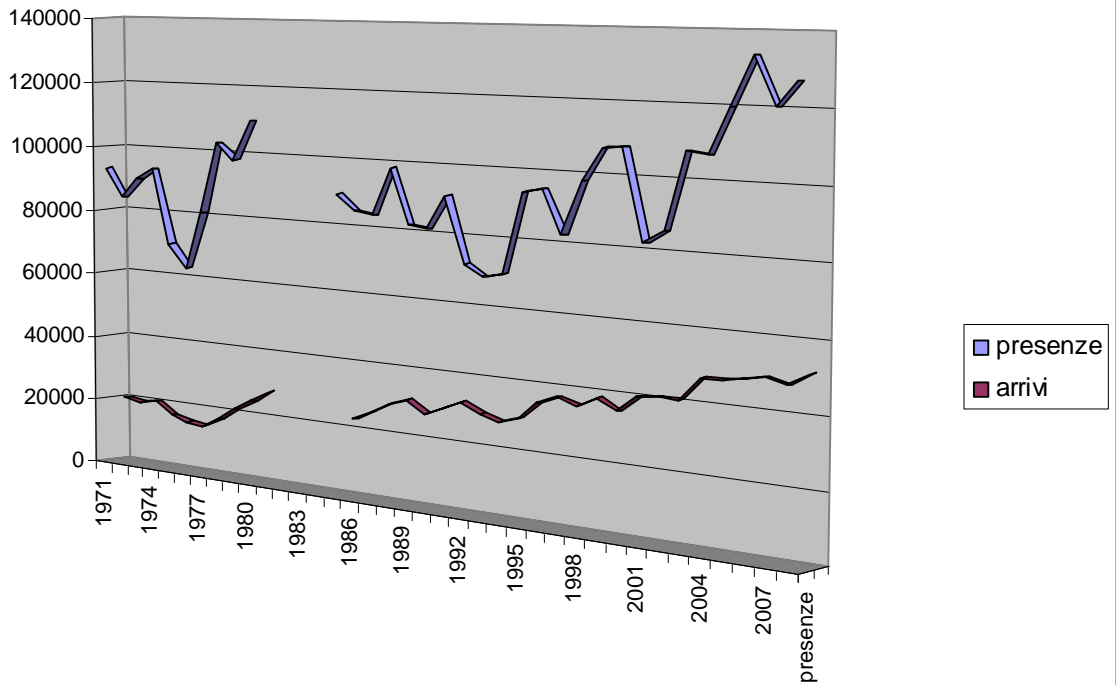
Tutti, oggi – anche se le aride cifre ed i freddi dati paiono ancora non confortare in tal senso ⁶ – parlano di “Turismo” come di risorsa principale, se non unica per il futuro della Valcanale.

Esercizi alberghieri e posti letto a Tarvisio (elaborazione dati di fonte Aiat - anni 1981-1991 non disponibili)

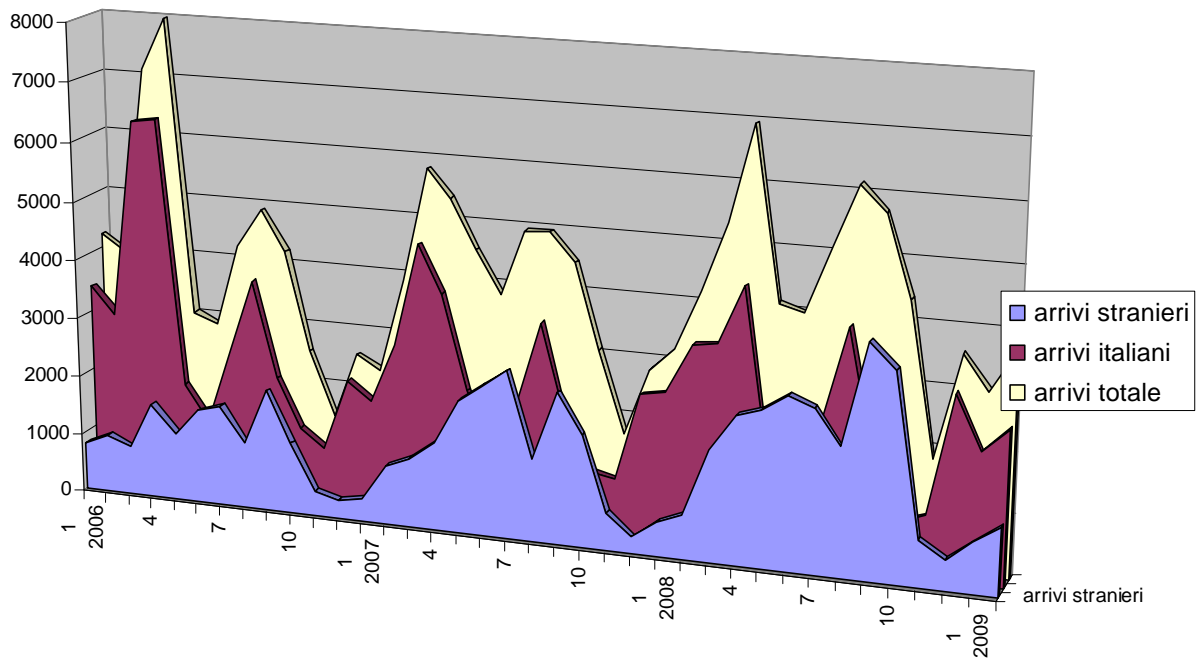


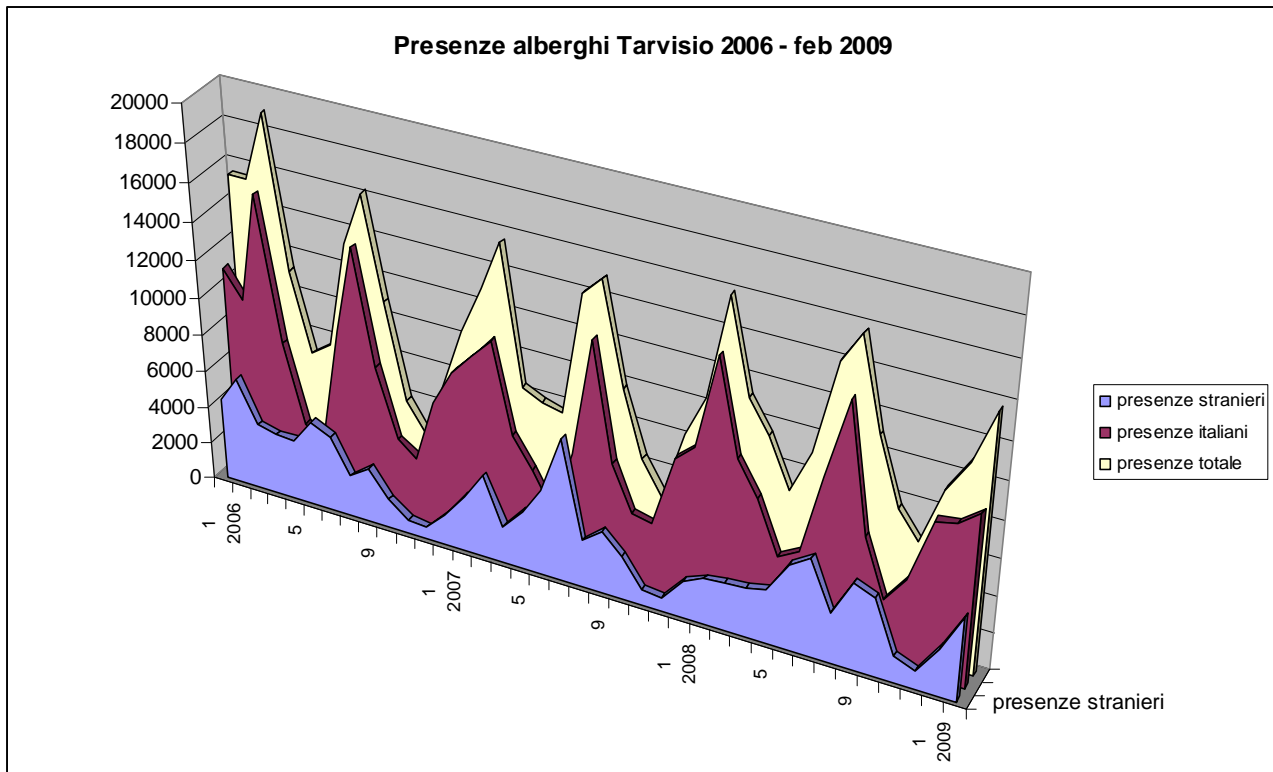
⁶ In effetti analizzando i dati relativi agli esercizi alberghieri, ai numeri di posti letto correlati ad arrivi e presenze annuali censite, si intuisce che solo forti investimenti strutturali, unitamente a quelli infrastrutturali già effettuati per gli impianti di risalita, possono portare ad un effettivo risveglio del settore turistico, anche dal punto di vista qualitativo. Manca invero ad oggi un deciso incremento dei posti letto alberghieri, essendosi potuto constatare invece all’inizio del secondo millennio - anziché un auspicabile aumento dei posti letto alberghieri ad un livello minimo di tre-quattromila unità - un indiscriminato incremento di unità abitative ad uso seconda casa, in una logica speculativa di rientro “immediato” dell’investimento sostenuto.

**Arrivi e presenze alberghiere a Tarvisio anni 1971-2008
(anni disponibili)**



Arrivi mensili alberghi tarvisiano 2006 - feb 2009



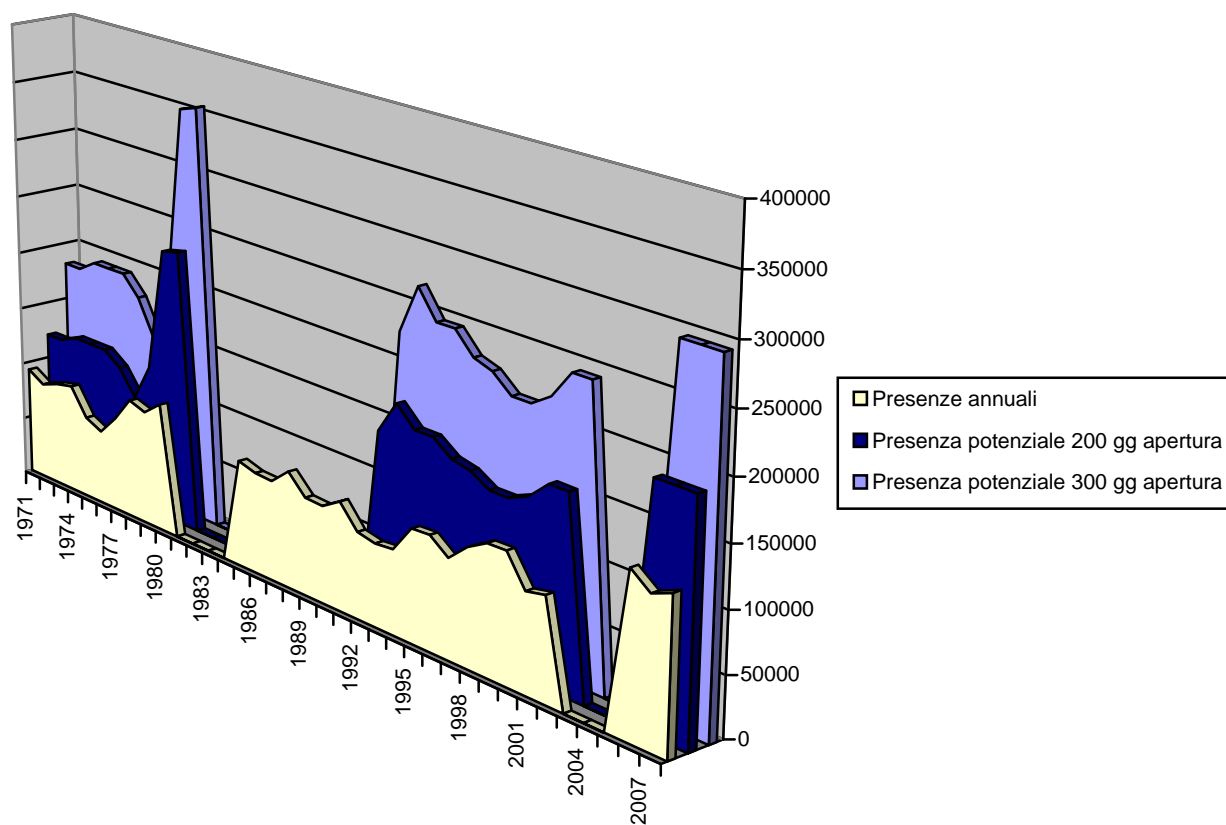


In realtà di solo turismo, come di solo commercio, non si vive. Non si può progettare un futuro economico mono-settoriale nelle condizioni di competitività attuale: se si vuole pensare ad un futuro legato al terziario turistico, questo deve essere concepito con il terziario commerciale, con l'artigianato, con l'agricoltura e l'attività silvo-pastorale, ma non solo: tutto a questo punto rientra in gioco. Anche il terziario avanzato, il terziario dello studio e della ricerca. Alcune iniziative, seppur circoscritte e da sviluppare come quella del Liceo scientifico degli sport invernali, dimostrano che la montagna, ed in questo caso la montagna tarvisiana, può essere potenzialmente centro non solo di sport, ma anche di cultura per studenti di diversa provenienza ed estrazione.

Se un tempo era solo il clima meno caldo a favorire il temporaneo trasferimento estivo di prestigiose Università come quella patavina in località ai piedi delle Alpi quali Bressanone, ora - grazie alla tecnologia "delle reti" ed al continuo progredire degli applicativi software - pensare a centri stanziali di studio e di ricerca al di fuori delle caotiche e sempre meno vivibili città, non è più utopia, può essere anzi un'ipotesi percorribile.

Non si parla certo della massa, si parla invece di nuclei, team ristretti di ricercatori pubblici e privati, che a Tarvisio e nella Valcanale potrebbero benissimo trovare il loro *habitat* ideale. Senza grandi voli pindarici ipotizzare ad esempio la dislocazione stanziale di un centro di ricerca avanzato della foresta e della fauna selvatica e/o di un centro di studio permanente per il monitoraggio delle varianti idrogeologiche connesse alle variazioni climatiche, potrebbe essere visto pure come un completamento del percorso evolutivo di quella parte della scienza che vede l'uomo moderno sempre più coinvolto dalle problematiche eco-ambientali. Con uno o più centri di ricerca stanziali si dovrebbe senz'altro pensare all'organizzazione dell'attività convegnistica, con il conseguente, miglior utilizzo delle strutture esistenti e la creazione/riconversione di altre.

Presenze alberghiere effettive e potenziali a Tarvisio (elaborazione dati di fonte Aiat - dati anni 1981/1984 non disponibili)



Persino il problema della stagionalità della domanda potrebbe a questo punto essere sentito in maniera meno forte, se non addirittura eliminato, risultando in grado di congegnare una giusta alternanza di eventi scientifici, culturali e promozionali, scanditi nel corso dell'anno.

Nihil novum sub sole, è vero, ma fino ad ora tutte le migliaia di euro investite in manifestazioni spot, quale effettivo "ritorno" in termini di dati riscontrabili e riscontrati hanno avuto? La percentuale di saturazione della pur complessivamente limitata offerta di posti letto alberghieri – al di là dei discorsi di maniera - rappresenta purtroppo la più oggettiva ed incontrovertibile delle risposte.

D'altro canto, dove un tempo ci si doveva talora fermare per il fatto stesso di essere "al confine", ora ciò non accade più. Dove un tempo il Confine di Stato imponeva di dotarsi di stazioni di carabinieri, di caserme di polizia di frontiera e di guardia di finanza, di locali ad uso dei doganieri e degli spedizionieri, ora tutto ciò risulta storicamente del tutto superato, non attuale. Da un controllo del transito tra Stati nazionali si è passati ad un libero scambio all'interno di uno spazio europeo che, semmai, chiama maggiormente in causa i rapporti tra Euro-regioni contermini, tra operatori commerciali a livello europeo e transnazionale.

Dai problemi di dazi, di quantità in transito da tassare, di tempi di sosta in dogana per il disbrigo di pratiche di transito, si è passati a considerare i nuovi aspetti del "vivere" economico comune, basato su legislazioni sempre più uniformi – stante l'introduzioni di Direttive europee – ma ancora non identiche. Si è passati quindi dai rapporti Nazione-Nazione ai rapporti Regione-Regione e, ancor più concretamente, Operatore-Operatore, con il conseguente sorgere di nuove problematiche e la necessità emergente di regolare più flessibilmente e celermente gli eventuali aspetti relazionali insorgenti da detti rapporti transfrontalieri.

Dove un tempo si pagavano dazi, dove un tempo addirittura si combatteva a difesa del sacro suolo della patria, ora si potrebbe pensare a creare un nuovo punto di incontro e di risoluzione dei

“conflitti” commerciali insorgenti tra operatori transfrontalieri delle Euro-regioni: un centro di conciliazione internazionale che renda attuale il ruolo di Tarvisio come area a vocazione da sempre transnazionale. Questo potrebbe essere un modo intelligente ed assai attuale per rileggere in positivo l’evoluzione economica del territorio montano della Valcanale agli albori del terzo millennio.

6. Conclusioni: economia della montagna tra sviluppo globale e sostenibilità locale.

Il quadro delineato mostra un’alternanza di chiaro-scuro nel concepire un futuro dell’economia della montagna tra sviluppo globale e sostenibilità locale. Se è ben vero che la rivoluzione delle telecomunicazioni, il grado di mobilità raggiunto dall’uomo, il processo evolutivo che caratterizza i rapporti socio-economici-politici internazionali, hanno fatto emergere il concetto di “villaggio globale” dalla sua sfera metafisica per calarlo nella realtà fattuale di ogni giorno; se è ben vero che non esiste più fatto, azione, pensiero, sviluppo tecnologico, che non abbia una sua ripercussione od un suo riscontro a livello planetario; se è ben vero che la possibilità di raggiungere in breve tempo ogni angolo del pianeta fa considerare viepiù come una scelta obbligata la proiezione verso una dimensione transnazionale dell’esistenza rendendo parimenti effettiva una visione unitaria dell’attuale percorso evolutivo dell’umanità; se tutto questo è vero, è altrettanto vero però che l’odierno “ambiente-mercato” di riferimento, proprio perché ed in quanto va considerato in maniera complessiva, si complica, si frammenta, si rivela sempre più condizionato dalle pretese individuali della clientela da soddisfare, soprattutto laddove un tenore di vita superiore rende ancora maggiore il bisogno degli utenti finali di essere e sentirsi diversi, di differenziarsi in qualche modo nella – e rispetto alla – massa indistinta.

Per questo accanto ad una tendenza alla globalizzazione emerge ora con forza anche una tendenza alla regionalizzazione ed alla “localizzazione”: in quest’ottica la valorizzazione delle peculiarità della propria offerta di prodotto e di servizio può rappresentare effettivamente la chiave di volta per fornire una risposta adeguata ad una domanda sempre più differenziata e frammentata⁷.

Per contrastare il declino della montagna ed il conseguente spopolamento della stessa risulta per altro di fondamentale importanza anche il sapersi adattare alle diverse situazioni che si possono presentare ed il dimostrarsi capaci in ogni circostanza di approntare gli specifici interventi richiesti. Flessibilità, risposte *ad hoc*, “*focal communication*”, “*Kundenmarketing*”⁸, possono rappresentare altrettanti modi di eliminare la rigidità ed il dogmatismo propri di una “cultura economica monodimensionale”: sfruttare le sinergie che si possono trovare fin dove possibile e particolarizzare l’offerta dove si deve non rimarrebbe così solo un principio teorico e nulla più. Ciò consentirebbe altresì di rendere produttivi i propri investimenti nel tempo ed anche di rendere consapevolmente produttivo quello stesso tempo che viene impiegato nelle iniziative di sviluppo portate avanti, perché se è vero che esiste un *tempo produttivo* ed un *tempo improduttivo*, è anche vero che ciascun lavoratore, ciascuna azienda, ciascuna entità sociale, ha in sé inglobato il *tempo accumulato* della cultura che le è propria, della *sua* formazione e della *sua* capacità di essere concretamente progettuale.

Sicché considerare il *tempo perso* come un *costo senza ricavo*, equivarrebbe a far considerare l’esistenza di un *capitale negativo* inteso come un *fondo che brucia il tempo produttivo* altrove

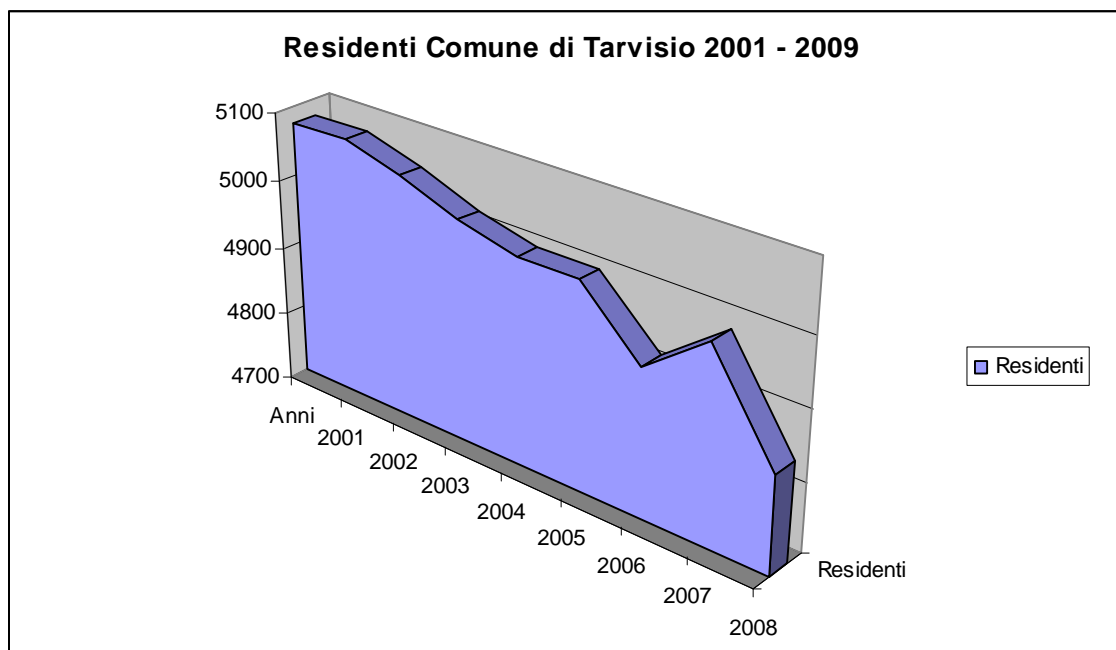
⁷ Sull’argomento cfr. anche J. Wirz, *Globalisierung und Markt-Kommunikation*, Die Unternehmung, Bern, 1990, pagg. 100 – 108; A. Meyer, *Mikrogeografische Marktsegmentierung*, Jahrbuch del Absatz- und Verbrauchsforschung, Berlin 1990, pagg. 342-365; M. Vidrigh, *Il mercato delle automobili di classe elevata: il caso BMW in Italia*, Tesi di laurea, Udine, pagg. 147-153.

⁸ Cfr. R.E. Baer, *Rentabilitaet im Kundenmarketing*, Thexis, St. Gallo 1990, pagg. 19-21. Il *Kundenmarketing* è il marketing orientato al cliente ed al suo grado di soddisfazione. Il grado di soddisfazione della clientela è vista come la misura che separa – anche in termini di offerta – i migliori dai più.

generato senza produrre un flusso altrettanto positivo, con la conseguenza che la ricchezza complessiva non aumenterebbe pur all'aumentare dello *stock* fisico di capitale impegnato⁹.

Avere ben presente questo rischio, avere ben presente qual è il quadro generale e locale di riferimento, quale è la propria tradizione e la propria, peculiare storia, avere ben presente chi sono sia i propri *competitors* sia i propri utenti potenziali, consente pertanto di delineare con più precisione e con minore rischio di errore le strategie da adottare in funzione dei propri punti di forza e dei propri punti di debolezza.

Se tutto questo sarà tenuto ben presente, allora e solo allora interrogarsi sul futuro del settore agricolo in Valcanale e Canal del Ferro avrà un senso compiuto; allora e solo allora potrà essere possibile pensare ad un'economia della produzione "pulita ed immateriale"; allora e solo allora parlare di sviluppo turistico integrato nell'ottica di un'economia montana sostenibile potrà effettivamente assumere una valenza ed un significato dai contorni meglio definiti; allora e solo allora pensare ad una conversione dell'economia di confine doganale ad un'economia della conciliazione transnazionale, potrà rappresentare un motivo di più per valorizzare la peculiarità di un territorio ben difeso ed integrato nelle sue componenti in grado di contrastare un declino evidente attraverso una ridefinizione aggiornata ed attuale del proprio ruolo di punto d'incontro degli operatori delle regioni del centro-est Europa¹⁰.



⁹ Per un approfondimento di questa tematica cfr. M. Vidrigh, 1994, *Diatrube teoriche intorno al ruolo del capitale nell'economia della produzione*, Ed. Studi e ricerche 1/94, Università di Udine, Istituto di Economia ed Organizzazione aziendale, pagg. 57-67; nonché M. Vidrigh in M.Chang Ting Fa, L.C. Piccinini, M. Vidrigh (a cura di), 1997, *Economia dell'agro-industria*, Forum editore – Udine, pagg. 131 – 163.

¹⁰ Al riguardo si rinvia per la proposta relativa ad un "Centro della conciliazione – arbitrato transfrontaliero" all'articolo presente in questo libro a cura di M.Vidrigh e R.Mossenta.