



Reggio Emilia

Progetto Montagna

FEBBRAIO 2021 - MAGGIO 2022

SOMMARIO

PREMESSA	2
1. ANDAMENTO DELL'IMPRESA NELLA FASE D'EMERGENZA (FEBBRAIO 2021)	5
2. PRINCIPALI CRITICITÀ VISSUTE NELL'ANNO 2020 (FEBBRAIO 2021)	6
3. UTILIZZO RISTORI NELL'ANNO 2020 (FEBBRAIO 2021)	6
4. ANDAMENTO DELL'ANNO 2021 (NOVEMBRE 2021)	7
5. PROSPETTIVE PER L'ANNO 2022 (NOVEMBRE 2021 E MAGGIO 2022)	8
6. SPECIFICITÀ MONTANA	8
7. INDICAZIONI PER CNA	9
8. TRE PROGETTI PER L'APPENNINO REGGIANO	10
ALLEGATI	11

PREMESSA

Il Progetto “CNA AREA MONTAGNA” nasce da un confronto sviluppatosi nel corso di alcuni Direttivi dell’Area montagna nell’inverno 2019-2020.

La richiesta di un’attenzione che superasse il livello dell’erogazione di servizi per investire in pieno la sfera “politica”, ossia della rappresentanza, è stata considerata meritevole di una riflessione accurata e di una risposta puntuale ed efficace.

La Presidenza di CNA Reggio Emilia ha quindi sostenuto la opportunità di sperimentare sull’area un “modello” articolato e integrato di azioni mirate e combinate da potere replicare anche su altre zone della nostra provincia.

Questo il testo del documento approvato dalla Presidenza:

“Gli interventi, in stretto collegamento con i Direttori di filiale e il Responsabile di Area, si concentreranno su queste quattro linee:

- Programma di visite presso le imprese del territorio da parte dei Responsabili di Unione, Area territoriale, Raggruppamento di interessi;
- Permanenza una mattina ogni quindici giorni presso l’Ufficio di Castelnuovo Monti di un Responsabile di Unione;
- Programmazione di incontri con i Sindaci dei comuni dell’area (Carpinetti, Casina, Castelnuovo ne’ Monti, Toano, Ventasso, Vetto, Villa Minozzo), con l’Unione Montana dei Comuni dell’Appennino Reggiano, con il Parco nazionale dell’Appennino Tosco Emiliano, con il Gruppo Azione Locale (GAL) Antico Frignano e Appennino Reggiano;
- Utilizzo di una risorsa commerciale presente in CNA in funzione di supporto al progetto, con particolare riferimento all’individuazione di criticità e alla segnalazione di imprese eccellenti.

Fondamentale sarà l’opera di coordinamento delle azioni anche in termini di raccolta e condivisione delle informazioni. In questo senso si procederà ad un monitoraggio mensile degli interventi – a cura del Coordinatore dell’Area economica, del Responsabile dell’Area Montagna e dei direttori delle filiali di Castelnuovo ne’ Monti e Casina – così da verificare l’andamento del progetto, individuare le azioni prioritarie e organizzare le iniziative ritenute più utili.”

L'emergenza Covid-19 ha costretto, a più riprese, a rinviare la partenza di un'attività che vedeva il suo fulcro e il suo principale significato nella visita alle imprese e dunque nel contatto diretto, "in presenza" come si dice oggi, con gli imprenditori.

Per non disperdere il lavoro svolto e non deludere le aspettative si è deciso di utilizzare in tre momenti distinti (febbraio e novembre 2021 e maggio 2022) il contatto telefonico, che ha permesso il confronto con 47 imprese del territorio, così suddivise per attività e localizzazione, monitorando costantemente il loro andamento nel corso degli ultimi trenta mesi.

Alimentare	3
Commercio e Turismo	7
Costruzioni e Impianti	12
Produzione	10
Servizi alla comunità	5
Servizi alla persona	4
Trasporti	6

Carpineti	6
Casina	4
Castelnovo ne' Monti	13
Toano	3
Ventasso	12
Vetto	4
Villa Minozzo	3
Vezzano*	2

Si tratta di imprese e imprenditori rappresentativi degli associati CNA, per dimensione, fatturato e attività economica.

I colloqui telefonici hanno seguito una griglia comune, articolata sui seguenti punti.

- 1. ANDAMENTO DELL'IMPRESA NELL'ANNO 2020.**
- 2. PRINCIPALI CRITICITÀ VISSUTE NELL'ANNO 2020.**
- 3. UTILIZZO DI RISTORI NELL'ANNO 2020.**
- 4. ANDAMENTO DELL'ANNO 2021.**
- 5. PROSPETTIVE DELL'ANNO 2022.**
- 6. RELAZIONI CON CNA.**
- 7. SPECIFICITÀ MONTANA.**
- 8. PRINCIPALI "BISOGNI" E/O RICHIESTE PER CNA.**

Occorre precisare che non si è trattato di una indagine fondata su rigorosi criteri numerici ma di una sorta di "sondaggio" qualitativo volto a meglio comprendere la situazione delle imprese dell'area appenninica, il grado di soddisfazione rispetto alla loro Associazione e i temi da condividere e portare all'attenzione delle istituzioni locali, al fine di trovare soluzioni efficaci.

Sotto questo profilo, crediamo che lo sforzo abbia prodotto risultati significativi in termini di dati, informazioni e indicazioni, che volentieri mettiamo a disposizione della comunità montana.

1. ANDAMENTO DELL'IMPRESA NELLA FASE D'EMERGENZA (FEBBRAIO 2021)

Ovviamente la molteplicità dei settori e delle attività delle imprese comporta notevoli differenze nell'impatto provocato dall'emergenza Covid-19. Comune – a parte alcune eccezioni sulle quali torneremo – è un calo del fatturato, che varia tra il 4 e l'80%.

Le interviste ci consegnano un quadro non uniforme, legato al settore di attività e alle "filiera" di riferimento delle imprese coinvolte.

Resta indubbio che si sia trattato di un anno complessivamente molto difficile, in particolare nei mesi di lockdown.

Si registrano a consuntivo sensibili diminuzioni di fatturato, con alcune aziende stabili e poche in controtendenza.

Di fatto, tranne alcune rare eccezioni, tutte le attività hanno subito dei fermi importanti, compreso il trasporto merci (con particolare riferimento al settore ceramiche) e le aziende della produzione legate ai momenti di chiusura di clienti e fornitori.

A questo si aggiunge, nei mesi di maggiore pressione sanitaria, il blocco dei cantieri per edilizia e installatori.

I settori più colpiti appaiono il commercio al dettaglio, la ristorazione, la ricezione alberghiera e i servizi alla persona (in qualche modo connessi al turismo), il trasporto persone, che trascina con sé l'automotive (autocarrozzeri, meccanici e gommisti).

Reggono meglio l'alimentare (in particolare le produzioni collegate alla grande distribuzione), il sanitario e le imprese produttive e strutturate, inserite in filiere solide.

2. PRINCIPALI CRITICITÀ VISSUTE NELL'ANNO 2020 (FEBBRAIO 2021)

I problemi maggiori si sono ovviamente riscontrati nella prima fase dell'emergenza: dai pasti dei dipendenti (con particolare riferimento alla gestione dei cantieri aperti) alla disponibilità di dispositivi di protezione individuale, dalla gestione dei protocolli di sicurezza all'approvvigionamento dei materiali, dalla difficoltà di programmazione alle difficoltà di relazione con la pubblica amministrazione a causa dello smart working.

Significativo, e insieme anche preoccupante, che più di un'impresa abbia segnalato le difficoltà di natura psicologica sorte tra i collaboratori e l'esigenza di sostenerli, anche sotto il profilo umano.

Da parte delle attività commerciali, in particolare, è emerso il tema della concorrenza esercitata dall'e-commerce, i cui volumi sono notevolmente cresciuti nel corso dell'anno.

Accanto a questi problemi sono da segnalare però delle significative reazioni, come l'attività di asporto e consegna a domicilio di pasti e generi alimentari – anche presso le aziende –, la costruzione di una rete tra imprese del settore alimentare (prodotti di nicchia e a chilometro zero anche verso la città) e azioni di social media marketing.

Un altro aspetto da sottolineare è l'utilizzo del lavoro su appuntamento come soluzione organizzativa efficiente non solo per le imprese del settore benessere e sanità ma anche per i servizi alla comunità.

3. UTILIZZO RISTORI NELL'ANNO 2020 (FEBBRAIO 2021)

Si riscontra un significativo ricorso ai ristoranti e agli ammortizzatori sociali a disposizione.

Di fatto, a parte alcuni casi sui quali torneremo, tutte le opportunità – naturalmente in misura e con intensità differenti – sono state utilizzate.

L'indennità INPS Covid-19 (il cosiddetto "bonus 600 euro") per autonomi e professionisti e la Cassa Integrazione per le imprese con dipendenti sono le forme di sostegno più praticate.

Ad esse si aggiungono il credito imposta per la sanificazione, il bonus affitto e i finanziamenti per la liquidità sino a 20.000 euro, oltre alla rinegoziazione dei mutui e alla posticipazione versamenti.

Da segnalare il fatto che alcune attività non hanno potuto accedere alle agevolazioni in quanto non comprese nei codici ateco di riferimento, al di là delle effettive difficoltà vissute.

4. ANDAMENTO DELL'ANNO 2021 (NOVEMBRE 2021)

Il giudizio complessivo finale sull'andamento dello scorso anno è sostanzialmente positivo. Fermo restando l'impossibilità di trarre conclusioni generalizzate, l'anno si chiude certamente meglio del 2020, ma non tutti hanno recuperato i livelli di fatturato pre-Covid 19. Si assiste di fatto a una sorta di "polarizzazione" tra le imprese uscite in migliori condizioni dal 2020 e quelle invece profondamente segnate dall'emergenza Covid-19, con un inevitabile effetto di trascinamento sui due anni.

In particolare sembrano avere recuperato una buona intonazione la filiera del turismo, in virtù di una ripresa (seppure parziale) della mobilità, e il settore edile ed impiantistico, grazie alla spinta causata dal pacchetto di bonus e superbonus messi a disposizione del mercato, sia pure in un contesto normativo non sempre ben definito.

Più in continuità l'andamento delle imprese produttive che meglio avevano retto l'urto dell'emergenza Covid-19.

5. PROSPETTIVE PER L'ANNO 2022 (NOVEMBRE 2021 E MAGGIO 2022)

I segnali di preoccupazione legati all'incremento dei costi delle materie prime, dell'energia e della logistica registrati a novembre 2021 si sono purtroppo rafforzati, anche alla luce delle conseguenze del conflitto bellico in Ucraina.

Accanto ad alcune tendenze di "apertura", come la ripresa dei viaggi, delle gite scolastiche e degli eventi, assistiamo a rincari generalizzati (gas, energia elettrica, carburanti, farina e così via) e a difficoltà di reperimento delle materie prime e dei componenti che le imprese non riescono a "scaricare" sui prezzi finali (con particolare riferimento a chi opera con la GDO).

Si aggiunge il permanere di elementi di incertezza, con particolare riferimento ai consumi individuali, che pure avevano mostrato segnali di miglioramento nel corso del 2021, e alle modalità di prosecuzione di alcuni provvedimenti incentivi (in primis il cosiddetto 110%).

Il quadro complessivo è quindi caratterizzato da una forte prudenza, che impone una certa cautela negli investimenti e suggerisce, in particolare per le imprese industriali, una strategia di "mantenimento" più che di espansione e crescita, alla luce della difficoltà di programmazione della propria attività e dell'esigenza di comprendere meglio come le imprese piccole e medie e artigiane possano beneficiare delle risorse destinate alla "ripresa" del sistema economico italiano.

6. SPECIFICITÀ MONTANA

Appare chiaro l'obiettivo centrale sul quale concentrare gli sforzi e le risorse pubbliche e private: contrastare il progressivo spopolamento del territorio a cui conseguono inevitabilmente la perdita dei servizi e l'effetto "slittamento" verso la pianura.

In altri termini, occorre migliorare la capacità complessiva di attrazione dell'area appenninica, agendo su una serie di fattori ambientali positivi rivolti sia alle imprese sia alle persone, consolidando la presenza di chi vive e opera nel territorio e insieme facendo in modo di incrementare l'arrivo e la permanenza di nuovi "soggetti".

Il primo tema è una criticità ricorrente nelle riflessioni sullo sviluppo della mon-

tagna, ossia la viabilità. Ai limiti dei collegamenti verso la pianura si aggiunge la insufficienza di quelli interni all'area, in un quadro di progressivo deterioramento e scarsa manutenzione. La chiusura dal 24 febbraio 2022 della galleria del Seminario ha ulteriormente esasperato la situazione.

Ma la necessità di potenziare le infrastrutture non riguarda soltanto le strade, si riferisce anche a quelle "immateriali" con particolare riferimento al digitale e alla rete WIFI, che presentano ancora zone poco o per nulla "coperte".

L'emergenza Covid-19 ha certamente dimostrato l'importanza degli spazi aperti e la cresciuta sensibilità verso gli ambienti naturali. In questo senso l'Appennino reggiano può legittimamente porsi come un luogo gradevole e ospitale in grado di rispondere a queste rafforzate esigenze.

Il potenziamento dell'attrattività turistica rappresenta una leva fondamentale in grado di portare con sé importanti settori, dal trasporto persone alla ricezione alberghiera, dalla ristorazione al commercio, dalle attività ricreative ai servizi alla persona.

Alla capacità di attrazione "temporanea" deve essere affiancato un lavoro di "in-coming" più duraturo, rivolto a giovani coppie e ai proprietari di seconde case, anche attraverso lo strumento della riqualificazione – più che di una nuova edificazione – con una attenzione e una incentivazione particolare alle unità immobiliari collabenti (ossia in forte degrado).

Vi è poi il tema delle relazioni con la Pubblica Amministrazione, con particolare riguardo alle gare d'appalto che troppo spesso non valorizzano le imprese locali.

In tutto questo, anche una sorta di "autocritica", ossia la scarsa capacità di fare rete tra le imprese del territorio.

7. INDICAZIONI PER CNA

Al di là degli aspetti specifici che caratterizzano l'area appenninica, sono tante le criticità generali riconducibili al sistema Italia segnalate dalle imprese e che le imprese stesse chiedono a CNA di affrontare, nei vari livelli territoriali e istituzionali competenti.

Il primo punto riguarda certamente la burocrazia. Si tratta di un cronico ostacolo allo sviluppo delle attività imprenditoriali, esasperato dalla situazione di emer-

genza. La lentezza dei tempi di risposta, la farraginosità e la complessità dei provvedimenti contribuiscono ad allargare un solco tra pubblica amministrazione e imprese che rischia di non essere più colmabile.

Il secondo punto, molto ben conosciuto dall'Associazione, e in sé fatto certamente critico, può essere interpretato più positivamente, collegandosi comunque a una prospettiva di "sviluppo" imprenditoriale. Si tratta della difficoltà di reperimento di figure professionali idonee, su molteplici settori e per competenze medie ma anche alte. Di qui una richiesta di relazioni con gli istituti scolastici e le Università al fine, anche in questo caso, di ridurre un preoccupante gap non solo tra esigenze delle imprese e "preparazione" dei giovani ma tra domanda e offerta nel mercato del lavoro.

Il terzo punto è un forte invito a proseguire nella lotta all'abusivismo, una pratica di concorrenza sleale che, oltre ad arrecare un danno economico nei confronti di chi rispetta norme e regole, porta con sé notevoli rischi in materia di qualità, sicurezza e salute per clienti e utilizzatori.

Il quarto punto, infine, chiama in causa il ruolo di rappresentanza dell'Associazione e riguarda l'esigenza di un serrato confronto con i soggetti pubblici locali (dalla Unione dei Comuni al Parco dell'Appennino) sulle strategie di sviluppo dell'area e sull'allocazione delle risorse attualmente disponibili e future (anche alla luce dei finanziamenti legati al PNRR e alla strategia nazionale per le aree interne), al fine di valorizzare le piccole e medie imprese e artigiane.

8. TRE PROGETTI PER L'APPENNINO REGGIANO

In conclusione del documento, CNA Reggio Emilia intende farsi promotrice di tre progetti di analisi, approfondimento e proposta rispetto ad alcuni temi emersi con forza dal confronto con le imprese.

Il primo consiste nel monitoraggio di tre tratti stradali dell'Appennino reggiano (SP 9 delle Forbici, Felina-Villa Minozzo-Civago; SP 15 Sparavalle-Ramiseto-Miscoso-Confini Massa; Pista Gatta-Pianello) per verificare le criticità e gli interventi pubblici programmati.

Il secondo riguarda una puntuale mappatura delle imprese associate CNA operanti nella filiera del turismo (ristoranti, alberghi, trasporto persone, commercio, artigianato artistico, agroalimentare ...) finalizzata a una migliore conoscenza

Tre progetti per l'Appennino reggiano

delle attività e alla creazione di una pagina web dedicata alla loro promozione e valorizzazione.

Il terzo, raccogliendo le segnalazioni di diverse imprese, è rappresentato da uno studio di fattibilità per l'individuazione di un sito in area appenninica per il deposito dei materiali di risulta delle imprese operanti nel settore scavo e movimento terra, alla luce della saturazione dei siti precedentemente attrezzati e delle inevitabili e pesanti conseguenze in termini di costi, traffico e inquinamento dell'obbligo di trasportare tali materiali sino alla "Cava Spalletti" di Montecchio Emilia.

ALLEGATO 1 - SUDDIVISIONE IMPRESE ASSOCIATE NELL'AREA MONTAGNA

Le imprese associate a CNA nell'area Montagna sono complessivamente 654 e rappresentano il 10,7% del totale provinciale dell'Associazione,

Questa la suddivisione per macro settori di attività e lo scostamento rispetto alla media provinciale

	Montagna	Provincia	
CNA Costruzioni	28.27%	18.71%	9,56%
CNA Agroalimentare	11.28%	7.63%	3,65%
CNA Servizi alla Comunità	14.35%	12.15%	2,02%
CNA FITA	10.31%	8.88%	1,43%
CNA Installazioni e Impianti	8.36%	8.00%	0,36%
CNA Artistico e Tradizionale	1.25%	1.74%	-0,49%
CNA Federmoda	1.39%	3.42%	-2,03%
CNA Comunicazione e Terziario Avanzato	6.27%	9.80%	-3,53%
CNA Benessere e Sanità	5.71%	9.75%	-4,04%
CNA Produzione	12.81%	19.93%	-7,12%

ALLEGATO 2 - ANDAMENTO POPOLAZIONE RESIDENTE AREA MONTAGNA 1921-2019

	1921	1951	1961	1971	1981	1991	2001	2011	2019
Baiso	5.131	6.415	4.958	3.639	3.312	3.213	3.258	3.403	3.222
Carpineti	6.425	6.979	5.812	4.401	4.119	4.026	4.111	4.176	3.966
Casina	5.835	6.105	5.163	4.183	3.949	4.055	4.382	4.534	4.425
Castelnovo ne' Monti	8.477	9.677	9.348	8.909	9.330	9.635	10.046	10.495	10.464
Toano	5.545	6.748	5.492	4.211	3.971	3.962	4.264	4.421	4.296
Ventasso	11.510	11.016	9.290	6.812	6.027	5.282	4.830	4.407	4.090
Vetto	3.763	3.800	3.267	2.452	2.261	2.107	1.972	1.956	1.806
Viano	3.678	4.158	3.348	2,546	2.471	2.670	3.017	3.363	3.344
Villa Minozzo	9.334	8.594	7.725	5.150	4.519	4.063	4.147	3.897	3.612
Totale	59.698	63.492	54.403	42.303	39.959	39.013	40.027	40.652	39.225

ALLEGATO 3 - CONFRONTO POPOLAZIONE RESIDENTE AREA MONTAGNA 1921-2019, 1921-1951, 1951-2019

	1921	2019		1921	1951		1951	2019	
Baiso	5.131	3.222	-37%	5.131	6.415	25%	6.415	3.222	-50%
Carpineti	6.425	3.966	-38%	6.425	6.979	9%	6.979	3.966	-43%
Casina	5.835	4.425	-24%	5.835	6.105	5%	6.105	4.425	-28%
Castelnovo ne' Monti	8.477	10.464	23%	8.477	9.677	14%	9.677	10.464	8%
Toano	5.545	4.296	-23%	5.545	6.748	22%	6.748	4.296	-36%
Ventasso	11.510	4.090	-64%	11.510	11.016	-4%	11.016	4.090	-63%
Vetto	3.763	1.806	-52%	3.763	3.800	1%	3.800	1.806	-53%
Viano	3.678	3.344	-9%	3.678	4.158	13%	4.158	3.344	-20%
Villa Minozzo	9.334	3.612	-61%	9.334	8.594	-8%	8.594	3.612	-58%
Totale	59.698	39.225	-34%	59.698	63.492	6%	63.492	39.225	-38%

ALLEGATO 4 - INDICE DI NATALITÀ AREA MONTAGNA (2019)

INDICE DI NATALITÀ

(NASCITE/1.000 RESIDENTI E POSIZIONAMENTO TRA I COMUNI DELLA PROVINCIA)

2.	Vetto	9,9
17.	Viano	7,5
20.	Baiso	7,1
30.	Casina	6,5
31.	Toano	6,5
36.	Castelnovo ne' Monti	5,7
40.	Carpineti	5
41.	Ventasso	4,6
42.	Villa Minozzo	4,4

Media nazionale	7,3
Media provinciale	7,4

ALLEGATO 5 – INDICE DI MORTALITÀ AREA MONTAGNA (2019)

INDICE DI MORTALITÀ

(DECESSI/1.000 ABITANTI E POSIZIONAMENTO TRA I COMUNI DELLA PROVINCIA)

1.	Vetto	19,8
2.	Villa Minozzo	19
3.	Casina	17,1
4.	Baiso	17
5.	Ventasso	16
6.	Toano	15
7.	Carpineti	15
9.	Castelnovo Monti	12,9
10.	Viano	9,6

Media nazionale	10,6
Media provinciale	10,3

ALLEGATO 6 – INDICE DI VECCHIAIA AREA MONTAGNA (2019)

**INDICE DI VECCHIAIA (POPOLAZIONE >65 ANNI/POPOLAZIONE 0-14 ANNI X 100
E POSIZIONAMENTO TRA I COMUNI DELLA PROVINCIA)**

1.	Ventasso	398,4
2.	Villa Minozzo	353,6
3.	Vetto	315,8
4.	Carpineti	249,2
5.	Casina	237,2
6.	Baiso	225,8
7.	Toano	215,1
8.	Castelnovo Monti	206,3
17.	Viano	168,2

Media nazionale	174
Media provinciale	155,5



Reggio Emilia