



FOCUS GROUP ASSOCIAZIONI

Lunedì 20 giugno 2022

ore 18.30 - 20.00

Circolino in Piazza IV novembre - Fornaci di Barga



Introduzione

In data 20 giugno si è svolto il focus group rivolto ai **rappresentanti dell'associazionismo locale**, il secondo degli appuntamenti che il percorso Fornaci Up ha dedicato all'ascolto dei principali portatori di interesse del Comune di Barga sulle tematiche inerenti lo sviluppo del territorio. In particolare hanno partecipato rappresentanti delle seguenti realtà attive nella frazione: Fornaci 2.0, Comitato 1° maggio, Mercanti d'arte, Smascherando, la Misericordia e il Parroco.

L'incontro si è aperto con i saluti e i ringraziamenti di Sergio Suffradini, consigliere del Comune di Barga, che ha posto l'attenzione sulle motivazioni che hanno spinto l'amministrazione a promuovere il progetto Fornaci Up: **il commercio è cambiato**, l'avvento di internet e di e-commerce come Amazon e Ebay hanno modificato radicalmente l'approccio dei cittadini agli acquisti e inevitabilmente questo ha avuto un impatto anche sulle attività di Fornaci, caratterizzata da sempre da una vocazione commerciale. La pandemia di covid-19 degli ultimi due anni non ha fatto altro che accentuare questa crisi. Questa situazione ha costituito un campanello d'allarme che ha spinto l'amministrazione ad ideare Fornaci Up, **progetto pilota** per sperimentare nella frazione una strategia di rilancio del commercio attraverso il coinvolgimento della comunità locale e poi, una volta consolidata, riproporla sul territorio comunale. L'idea parte dal presupposto che, per raggiungere dei risultati efficaci, è fondamentale attivare la cittadinanza e ascoltarne il punto di vista. Per incentivare l'apertura di nuove attività, il Comune ha previsto una riduzione della tari pari al 50% per i primi due anni: una **manovra di bilancio importante e innovativa**, non ancora sperimentata dai comuni limitrofi, che ha l'obiettivo di incoraggiare un ricambio di attività e la rivitalizzazione dei fondi vuoti. La **normativa regionale sul commercio**, inoltre, permette una contaminazione tra diverse attività all'interno dello stesso ambiente: **creare collaborazioni innovative** e interessanti è un ulteriore aspetto su cui puntare per rilanciare il centro commerciale naturale di Fornaci, il più importante della Media Valle.

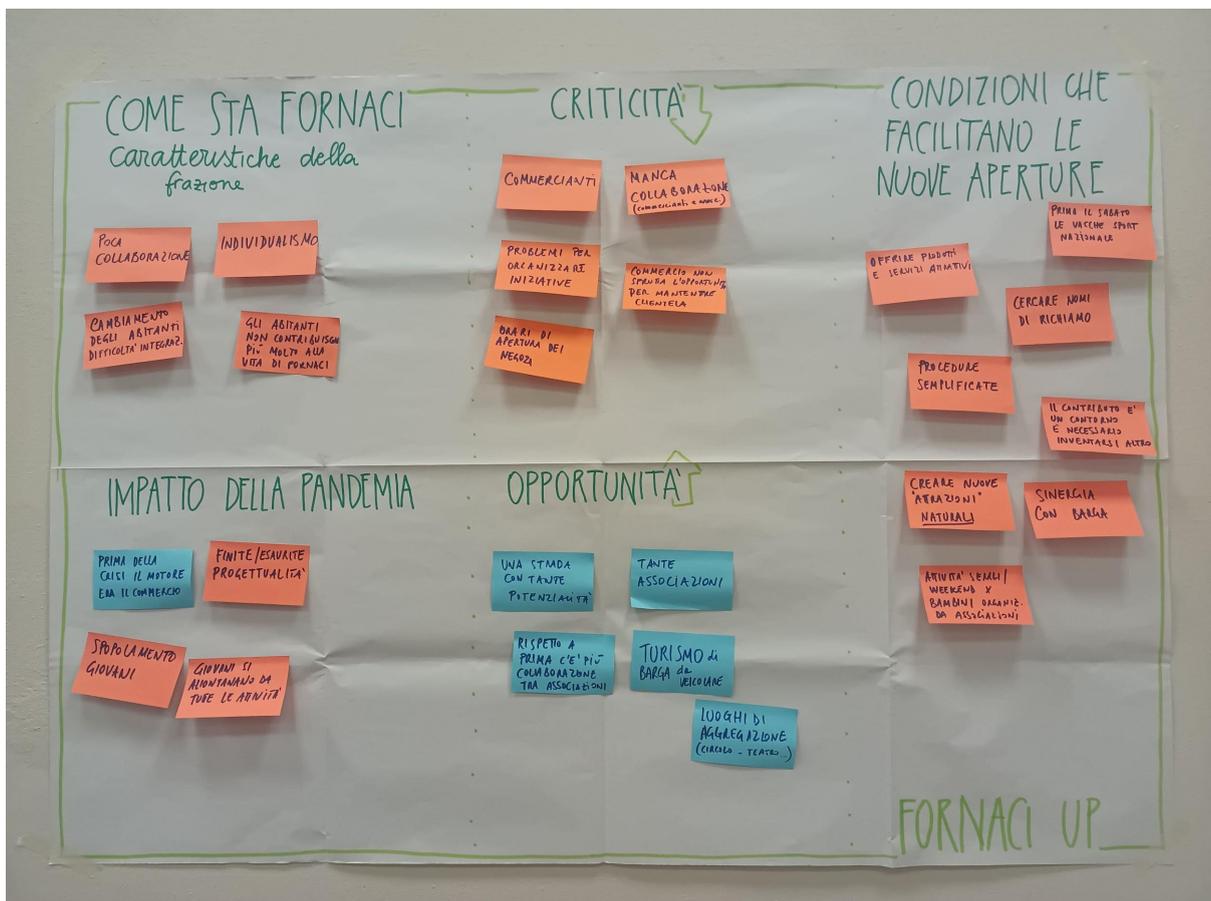
L'incontro è stato condotto dalle facilitatrici di Sociolab che, dopo aver presentato gli appuntamenti e gli obiettivi del percorso di partecipazione Fornaci Up e la call for ideas, hanno invitato i partecipanti a esprimersi in merito alla situazione del centro commerciale naturale di Fornaci e alle strategie di rilancio praticabili dal loro punto di vista.

Di seguito sono riportati in maniera schematica i principali temi emersi.

Come sta Fornaci di Barga? Che impatto ha avuto la pandemia?

La discussione si apre con un'analisi collettiva sullo stato attuale in cui si trova Fornaci di Barga. Negli anni, la situazione urbana e sociale è molto cambiata: in passato, la maggior parte degli abitanti della frazione lavorava presso Europa Metalli, e lo stesso è stato per i loro figli; ad oggi non è più così, la popolazione è cambiata, c'è meno interesse a contribuire

alla vita sociale del paese, è aumentato il numero di cittadini di origine straniera, ci sono poche famiglie con bambini e c'è sempre meno ricambio generazionale; tutti questi fenomeni influiscono sulla **percezione dei residenti rispetto al sentirsi parte di una comunità**. L'avvento della pandemia di covid-19 è andato ad aggravare una situazione già di per sé problematica: una volta sperimentata la vita in isolamento, ora che si sta ricominciando a tornare a quella che viene chiamata normalità, i giovani si allontanano più di prima dalla vita comunitaria, prediligendo altre mete anche per le attività quotidiane. L'associazionismo locale e le attività commerciali, in questo contesto, appaiono strettamente interconnesse: in passato Europa Metalli e il CCN erano un punto di riferimento nella zona, contribuivano alla costruzione di una comunità locale e trainavano l'attivismo e la vita associativa; oggi, l'associazionismo è fondamentale perché porta avanti iniziative che animano il territorio e di conseguenza provocano movimento e ricambio di flussi per le attività commerciali. Emerge quindi che **associazionismo e commercio sono due mondi che si alimentano a vicenda** e hanno bisogno l'uno dell'altro.



Criticità e opportunità

Procedendo con un'analisi collettiva delle criticità che insistono sul territorio e hanno portato a questa situazione di stallo, emergono diversi spunti interessanti dai quali partire per provare a trasformare in opportunità le problematiche presenti.

Il territorio presenta un **tessuto sociale attivo**, con associazioni animate da persone volenterose e appassionate: questo fattore costituisce una ricchezza e può essere un valido supporto per rilanciare il commercio locale. Allo stesso tempo, però, qualcuno sottolinea una **scarsa collaborazione** tra le realtà associative presenti: in alcuni casi, anziché far convogliare le energie per raggiungere obiettivi comuni, non si riesce a lavorare insieme e prevale un individualismo di fondo. Qualcuno ritiene che la situazione sia migliorata rispetto al passato e vede una maggiore collaborazione sia tra le associazioni stesse che tra queste e il mondo del commercio. Al di là dei diversi punti di vista in merito, l'ostracismo di alcuni soggetti, seppur rallenti la situazione, non impedisce l'organizzazione di eventi. *“Quando si fanno le cose fatte bene, Fornaci si riempie”*: quando **le associazioni promuovono eventi e occasioni di incontro è sempre un successo**, attraggono flussi importanti di persone, ancor di più in questa fase di riapertura post pandemia. Fornaci, inoltre, presenta diversi luoghi di aggregazione, come il teatro e il circolo, e Barga è una meta turistica che può indirizzare flussi anche sulla frazione. Nell'ottica del rilancio dell'economia locale, però, i presenti sottolineano un approccio non collaborativo e poco lungimirante dei **commercianti, che non sfruttano queste opportunità** per promuovere le loro attività attraverso aperture in orario serale, sconti per fidelizzare il cliente, convenzioni, rinnovo dell'offerta, promozione di iniziative ad hoc.

La presenza di numerosi fondi sfitti, oltre che essere legata a tutti questi fattori, dipende in primo luogo dai proprietari, che preferiscono tenerli vuoti piuttosto che affittarli e rischiare di non ricevere i pagamenti mensili e non essere tutelati dallo stato.

Condizioni che facilitano nuove aperture

Alla luce delle considerazioni emerse dall'analisi collettiva delle criticità che insistono sul territorio e delle opportunità possibili per ripensarlo in un'ottica di valorizzazione, i partecipanti hanno individuato alcune condizioni che possono facilitare l'apertura di nuove attività per un rilancio del CCN di Fornaci.

Il centro di **Barga è un'importante meta turistica** che attrae ingenti flussi di visitatori, concentrati principalmente nella stagione estiva. Questo è un fattore che può essere sfruttato a vantaggio di Fornaci: la frazione non dispone di un patrimonio architettonico attrattivo, ma è il principale centro commerciale naturale della Media Valle ed è **circondata da una natura variegata**. Questi due aspetti possono costituire un valido punto di partenza per ripensare l'offerta di Fornaci e rilanciare il territorio: la stagione su cui puntare potrebbe essere principalmente quella invernale, per non entrare in competizione con Barga, offrendo attività rivolte ad un pubblico sia di turisti che di cittadini. Andare a Fornaci non deve significare *“solo comprare, ma anche comprare”*: destinare i fondi sfitti ad iniziative non strettamente legate ad attività commerciali è una strategia che permette di **creare un tessuto sociale intorno alla via**, rianimarla e renderla attrattiva per pubblici diversi. Passeggiare in centro può diventare un'occasione per partecipare a iniziative come **corsi**

d'arte, di teatro o di fotografia, visitare mostre, mangiare fuori e, a quel punto, fare anche acquisti. La cultura porta sviluppo e interesse, ma è importante tenere in considerazione anche gli aspetti economici: **il Comune potrebbe fare da garante** per permettere sperimentazioni di questo tipo. In tal senso, Pietrasanta offre un modello interessante da prendere ad esempio.

Altra condizione che potrebbe incentivare lo shopping è un'offerta di servizi per l'infanzia: la presenza di una **ludoteca o di un baby parking** lascerebbero maggiore libertà ai genitori nel vivere il centro del paese.

Oltre a puntare su piccoli imprenditori locali pronti ad investire e su realtà associative che possano proporre attività innovative, qualcuno, ritenendo questo tipo di azioni insufficienti per far ripartire l'economia locale, suggerisce di **individuare nomi di richiamo** e provare a portarli sul territorio: grandi catene come Intimissimi, Calzedonia o Benetton hanno la sede in comuni della zona ma nessuno si trova a Fornaci.

Parallelamente a questo tipo di azioni, i partecipanti sottolineano l'importanza di sfruttare le occasioni già esistenti: gli eventi organizzati dalle associazioni costituiscono un importante pretesto per le attività commerciali per rinnovarsi e ripensare orari e modalità di vendita.