

Work in progress

I mercati contadini come esperienze di disintermediazione e di rivitalizzazione economica delle piccole aziende agricole

Ugo Pazzi*

*Agronomist and President of Slow Food Marche, Italy; mail: ugotpaz@yahoo.it

Abstract. *The 2016 earthquake involved a large area of central Italy, affecting some inland areas of the country that already had showed signs of decline in socio-economic terms. The considerations that followed the earthquake have been mainly focused on the debate about material reconstruction of cities and villages. But what emerges, a few years after the events of August and October 2016, is the need to develop a strategy for the survival of those places, so full of history and memory but slowly declining as secluded from the leading areas of development in Italy. And survival requires communities, and communities live on relationships. Then, in some areas, some started reasoning about intangible infrastructures, relationship and trust networks, that could be a first obstacle to depopulation or, in any case, an incentive to repopulation, even for people who are not local with respect to what the jargon calls seismic crater. Slow Food has been working for years on producers, on their census, on the classification of their productions (and their culture) and, more recently, has focused on the value of grouping together producers for micro-economy and micro-community processes. The article tries to describe strengths and weaknesses of a project involving the monthly promotion of a farmer market in Comunanza.*

Keywords: *farmer markets; innovation/regeneration; community; values; food.*

Riassunto. *Il terremoto del 2016 ha riguardato una vasta zona del Centro Italia, colpendo alcune aree interne dello stivale che già presentavano dei segni di declino dal punto di vista socio-economico. Le riflessioni che sono seguite al sisma si sono incentrate sul dibattito circa la ricostruzione fisica delle strutture dei paesi. Ma quello che emerge, a qualche anno dai fatti dell'Agosto e dell'Ottobre del 2016, è la necessità di elaborare una strategia per la sopravvivenza di quei luoghi, così pieni di storia e di memoria ma in lento declino da anni perché fuori dalle aree dello sviluppo emergente d'Italia. E per la sopravvivenza sono necessarie le comunità, e le comunità si alimentano dalle relazioni. Allora, in alcuni comprensori, il ragionamento è diventato quello delle infrastrutture immateriali, delle reti di relazioni e fiducia che potevano costituire un primo ostacolo allo spopolamento o comunque uno stimolo al ripopolamento, anche di persone estranee ai luoghi di quello che gergalmente si definisce cratere sismico. Slow Food sta da anni facendo un lavoro sui produttori, sul loro censimento, sulla catalogazione delle loro produzioni (e della loro cultura) e, più recentemente, si è concentrato sul valore dell'aggregazione tra produttori per processi di microeconomie e microcomunità. L'articolo descrive gli aspetti di forza e debolezza di un progetto che prevede l'organizzazione mensile di un Mercato della Terra a Comunanza.*

Parole-chiave: *mercati contadini; innovazione/rigenerazione; comunità; valori; cibo.*

Dopo il sisma di Agosto e di Ottobre 2016, che ha colpito una vasta area del Centro Italia, è ancora presente una situazione di emergenza con gravi difficoltà per le popolazioni colpite e prospettive economiche ancora incerte. Tale condizione non riguarda solo aspetti legati alla ricostruzione fisica delle strutture ma, piuttosto, attiene ad una condizione di fragilità che chi più direttamente, chi meno, sta vivendo in questi anni, ed ha a che fare con la natura intrinseca delle aree appenniniche e il sentire delle sue genti. Facendo le debite differenze in base a fattori di natura socio-economica variabili fra le quattro regioni colpite dal sisma, si nota che il dibattito sul futuro dei territori montani pur aperto da anni vive, proprio ora che meriterebbe più attenzione, una scarsa partecipazione dalla popolazione. Prevalde spesso la sfiducia e non è facile vivere in un territorio se nessuno crede che esso possa mantenersi, rinnovarsi, accrescersi.

Soprattutto per le giovani generazioni. Non è facile per le disuguaglianze implicite, strutturali, di servizi, di scuole, opportunità di incontri per loro e per tutto l'ecosistema intorno, *in primis* le imprese e le opportunità di lavoro. Non è facile per i pregiudizi, su un certo modo di essere e di vivere, sulle prospettive da qui ai prossimi dieci o venti anni, circa il valore degli immobili, sui posti di lavoro, sulle relazioni, avendo, a 45 minuti di auto, luoghi sulla costa che per anni hanno esercitato e continuano ad esercitare una forte attrattiva da molti punti di vista. La montagna d'altra parte è, oggi ancora di più rispetto a qualche anno fa, e proprio a causa del sisma, oggetto di attenzioni da parte di coloro che la vedono come luogo elettivo di sperimentazioni, di racconti, di relazioni tra soggetti, imprese, produttori agricoli, allevatori ed Enti pubblici, perlopiù però esterni a quel mondo di relazioni quotidiane. "La montagna si misura non solo dai dati statistici ma salendo in una sera d'inverno in un paesino di montagna per contare le luci accese da dietro le finestre", come recitava Massimo Angelini (2013). Sono gli abitanti e non i residenti quelli che *in primis* vanno coinvolti in progetti di rinascita e di nuova ruralità in montagna. Sono le aziende agricole e le attività in genere che non solo hanno sede in montagna, ma in quel contesto operano, a dover essere coinvolte. D'altronde, le risorse sono utili se indirizzate verso dinamiche di economia anche innovativa che porti alla riprogettazione prima, e ricostruzione poi, della comunità locale. Queste brevi riflessioni sono una doverosa premessa rispetto ai progetti che ha messo in campo Slow Food Italia con Slow Food Marche, proprio dopo il sisma, per affrontare in modo non emergenziale una questione che riguarda quei territori in modo intrinseco e con cui bisognerà convivere per molti anni ancora in futuro. In particolare nelle Marche, una significativa parte di immobili distrutti o danneggiati, sia di uso abitativo che produttivi, sta costringendo la comunità regionale a domandarsi ora quale scelte strategiche effettuare, a cosa dare priorità, in che tempi e con che modalità ci sarà la ricostruzione. Come si vedrà in seguito i progetti di Slow Food hanno riguardato, nelle aree colpite dal sisma dei Monti Sibillini, l'istituzione di un presidio (Anice di Castignano), di un Mercato della Terra (il primo delle Marche) e di una Cooperativa di comunità (grazie al contributo di LEGACOOP). Queste tre azioni racchiudono tre micro-mondi di problematiche, analisi e soluzioni, relazioni complesse e comunque incentrate sul confronto tra soggetti diversi.



Figura 1. Due immagini del Mercato della Terra di Civitanova Marche.

1. Il progetto del Mercato della Terra

L'idea di organizzare un Mercato della Terra a Comunanza è nata in seno ad una comunità che presenta degli elementi di complessità che proverò a delineare brevemente. Su Comunanza convergono, per motivi di posizionamento territoriale, molte persone di alcuni Comuni della Provincia di Ascoli Piceno e di alcuni della Provincia di Fermo.

Work in progress

Situata lungo il Fiume Aso, Comunanza, il cui nome racconta di esperienze comunitarie ancestrali, le comunanze agrarie di cui oggi sopravvivono pochi esempi, ha subito negli anni '60 uno sviluppo industriale che ne ha incrementato la popolazione e ne ha decretato anche una sorta di centralità economica rispetto ai piccoli borghi limitrofi, che comunque assicurano manodopera e orbitano per una serie di motivi anche economici su tale realtà. Il modello industriale locale di distretto industriale, dotato di una sua vivacità, si regge ancora sulla presenza dello stabilimento del gruppo Whirlpool (ex-Merloni) e dell'indotto. Accanto a questa realtà vi sono le realtà come quella dello stabilimento di Diego Della Valle e poi una serie di aziende operose a capitale locale, figlia di un contesto che testimonia un fertile tessuto imprenditoriale che ha sviluppato una buona rete di servizi e che, negli ultimi anni, si sta riconvertendo all'agro-alimentare e al turismo di qualità come porta dei Monti Sibillini. A livello agro-alimentare la svolta, intorno agli anni 2000, fu l'istituzione del presidio della Mela rosa dei Monti Sibillini, che negli anni è cresciuto e raccoglie oggi una ventina di produttori ufficiali e una serie di emuli lungo la Valdaso, dove le rese sono maggiori ma il profilo aromatico del prodotto non è paragonabile a quello del prodotto della montagna. Il successo di tale presidio racconta di una frutticoltura montana e altocollinare che è sostenibile dal punto di vista ambientale, economico e sociale ed è stata un motivo che ha fatto sviluppare una comunità di produttori ispirati ai principi di Slow Food.



Recentemente, nel territorio di riferimento, si è aggiunto il presidio dell'Anice di Castignano, che delinea una strada di paniere di prodotti della biodiversità del territorio piceno.

Ora, vista la componente di Slow Food presente e attiva, sia di produttori che di ristoratori e associati, si è cercato di realizzare un mercato contadino che potesse essere un appuntamento fisso in un luogo che è punto di incontro del territorio e che già ospitava un mercato, anche di prodotti agro-alimentari, che però accoglieva anche non produttori e ogni partecipante al quale era comunque legato dagli altri, l'unico movente di quel modello di mercato essendo quello economico. Come si vedrà in seguito, il Mercato della Terra contiene una sorta di aspetti che lo fanno assomigliare più ad un laboratorio sociale che ad un mero punto di compravendita di prodotti.

Inoltre, dopo il sisma del 2016, Slow Food Italia ha chiesto alle Condotte (i suoi gruppi territoriali) di incrementare lo sforzo e realizzare qualcosa che potesse avere una ricaduta positiva sul territorio: il Mercato della Terra è sembrato la cosa migliore in quel contesto territoriale.

Figura 2. Due immagini del Mercato della Terra di Comunanza: sopra, un momento organizzativo; sotto, un tavolo in attività.

2. I soggetti dei mercati

Considerato che, a livello globale, l'evoluzione del sistema agro-alimentare ha generato

- standardizzazione e riduzione della diversità biologica, culturale ed economica
 - erosione della qualità
 - patologie legate ai modelli di consumo alimentare
 - crisi ecologica
 - compressione dei redditi ed espulsione dell'agricoltura familiare
 - concentrazione del potere e appropriazione privata del valore aggiunto,
- i mercati contadini rappresentano un modo per riattivare, tagliando le catene lunghe dell'intermediazione commerciale, una relazione diretta fra i tre attori principali del comparto, ovvero produttori, Ente pubblico e consumatori.

Le *finalità* rispettive sono:

- *per i produttori*
valorizzare il proprio lavoro sotto il profilo economico e del riconoscimento sociale
rendere coerente la gestione aziendale con i valori in cui credono;
- *per i consumatori*
qualità
convenienza
rendere coerenti i propri stili di consumo e di acquisto con i propri valori;
- *per l'Ente pubblico*
valorizzare le risorse del territorio
rafforzare l'identità locale
favorire la produzione e il mantenimento dei beni pubblici
trattenere il valore aggiunto prodotto sul territorio
creare occasioni di sviluppo.



Tutte e tre le componenti presentano, nella quotidianità dell'azione, dei *punti di contraddizione*:

- *per i consumatori*
convenienza economica contro valori
velocità della spesa contro qualità della spesa;
- *per i produttori*
reddito contro valori;
- *per l'Ente pubblico*
consenso di breve periodo contro obiettivi di lungo periodo.

Sin dall'inizio, considerato questo quadro concettuale, si è pensato che il Mercato fosse l'occasione per riqualificare l'offerta agroalimentare del territorio ma soprattutto per offrire una opportunità di maggiore visibilità, di relazione ed economica, ai produttori colpiti dal sisma. Ma si sta ragionando sul Mercato della Terra come leva per l'innovazione attraverso la disintermediazione e il miglioramento di una serie di aspetti di seguito riportati:

- stili di consumo e di vita più sostenibili;
- modalità organizzative e distributive più locali e 'di buon senso';
- mantenimento della centralità dei produttori e, in seno ad essi, di maggior potere, inteso come opportunità di reddito e di rappresentanza del mondo agro-alimentare, in capo alla Comunità locale;

- innovazione tecnico-produttiva: un mercato prevede una organizzazione del lavoro differente e consente agli agricoltori di fare delle scelte;
- stimolo all'evoluzione del resto del sistema: intorno al mercato nascono iniziative di animazione mentre la plusvalenza della vendita diretta può essere impiegata per operatori che spiegano le caratteristiche dei prodotti agro-alimentari al pubblico e possono contribuire tramite *social* alla crescita dell'esperienza, che diviene un *format* replicabile anche in altri contesti territoriali con maggiore presenza di pubblico.

Il mercato genera dunque valore sul territorio in quanto:

- stimola i produttori agricoli a rispettare un disciplinare di produzione e a ragionare non individualmente, nonché a individuare prodotti o servizi nuovi per differenziarsi rispetto al resto del sistema agro-alimentare circostante;
- favorisce l'apprendimento individuale e organizzativo;
- favorisce l'innovazione istituzionale.

Per rappresentare e valutare meglio il fenomeno, è forse utile abbozzare una tassonomia dei comportamenti messi tipicamente in campo dai suoi protagonisti in base alle finalità che essi prioritariamente perseguono.

UNA CLASSIFICAZIONE DEGLI AGRICOLTORI

UTILITÀ	VALORI	
	+	++
+	AGRICOLTORI PER CASO	PIONIERI
++	CONVENZIONALI	ALTERNATIVI

UNA CLASSIFICAZIONE DEI CONSUMATORI

UTILITÀ	VALORI	
	+	++
+	DISTRATTI	CURIOSI
++	CONVENZIONALI	ALTERNATIVI

In entrambi i casi, il punteggio base è assegnato a coloro che sono poco interessati sia all'utilità che ai valori in gioco per poi elevarsi a proposito dei convenzionali, ossia coloro che sono orientati a scelte che massimizzano il proprio interesse economico. Da questa maggioranza si stacca sempre un gruppo di produttori/consumatori che sono pionieri/curiosi e che, magari anche solo per una piccola produzione o un piccolo acquisto alimentare, antepongono il rispetto di valori condivisi all'utilità nell'immediato. Poi solo una esperienza radicata e una pratica quotidiana consentono di coniugare l'utilità con i valori, perseguendo il mantenimento e il rafforzamento dei primi ma salvaguardando anche gli aspetti economici, sia dal punto di vista dei produttori che dei consumatori. Proprio qui emerge il ruolo dei mercati contadini, e del Mercato della Terra in particolare, che consiste nel favorire in modo strutturato un'evoluzione del sistema agro-alimentare nel senso della sostenibilità e dell'identità alimentare rafforzando in pari tempo i legami di solidarietà della comunità locale.

3. La cooperativa di comunità

Oltre al Mercato della Terra, sul territorio è nata, grazie al sostegno di LEGACOOP Marche, una cooperativa di comunità, impresa cooperativa a tutti gli effetti ma con una missione in più e distintiva, ossia quella di avere una particolare attenzione alle ricadute economiche sui territori, e in cui i cittadini sono allo stesso tempo fruitori e gestori di spazi e di servizi, consumatori, imprenditori e lavoratori.

Il ruolo della cooperativa è quello di assecondare processi di sviluppo territoriale, di sostegno e incubazione di impresa; rimanendo al fianco delle imprese e dei cittadini, per mantenere e accrescere le occasioni di lavoro del contesto; mettendo in relazione gli Enti locali con attività ed esperienze già sviluppate altrove e contestualizzandole in un sistema di valori, locali e condivisi, che sono in grado di fare la differenza nel fare impresa.

Conclusioni

Le iniziative messe in campo, attraverso un meccanismo di concertazione che ha visto ragionare insieme una serie di soggetti tra cui Slow Food Italia, Slow Food Marche e Slow Food Piceno, il Comune di Comunanza, LEGACOOOP Marche e diversi soggetti privati sul territorio, hanno consentito di realizzare alcune azioni a sostegno della rigenerazione dei fattori di continuità sociale ed economica della zona dei Monti Sibillini. Ora questo percorso, ancora all'inizio, deve essere rafforzato attraverso l'allargamento progressivo dello spettro dei soggetti coinvolti mantenendo il *focus* sulle parole chiave del progetto: comunità, cibo, valori, innovazione.

Non ci sono certezze circa le prospettive dello stato di salute, a tutti i livelli, della comunità locale. Molto dipenderà dalle scelte degli stessi operatori economici e dei cittadini che, insieme, potranno decidere se abbandonare i territori oppure continuare a lavorare su di essi, da se sapranno realmente 'fare economia' e se sapranno inscrivere questa economia in sistemi di valori a disposizione della comunità oppure no.

Probabilmente la chiave del successo sarà strutturare comunità locali che sappiano adeguatamente favorire e coltivare la conoscenza a tutti i i livelli, sia quello delle tradizioni che quello dell'innovazione e della ricerca scientifica, magari coniugandoli. Alla fine il buon cibo, la conoscenza e la voglia di confronto renderanno le comunità più aperte, più attraenti e più forti.

Riferimenti bibliografici

ANGELINI M. (2013), *Minima ruralia. Semi, agricoltura contadina, ritorno alla terra*, Pentàgora Editore, Savona.

Ugo Pazzi, *agronomist, is the President of Slow Food Marche and the Vice-president of the Italian confederation of environmental associations "Confassociazioni Ambiente" responsible for agro-food resources.*

Ugo Pazzi, *agronomo, è Presidente di Slow Food Marche e Vicepresidente nazionale di Confassociazioni Ambiente con delega alle risorse agro-alimentari.*