

DIETRO IL BANCONE

Le voci delle imprese e dei produttori dell'economia solidale

Marco Giovagnoli – Università degli Studi di Camerino

1. La scelta di realizzare interviste in profondità ad un panel di soggetti interessati dalla ricerca – nella fattispecie quelli genericamente definiti come “produttori”, sulla cui specializzazione produttiva torneremo in seguito – rappresenta un ulteriore contributo informativo nella definizione di possibili scenari di distrettualizzazione dell'economia solidale nel territorio regionale. L'intento di questo segmento di ricerca non è la creazione di un campione rappresentativo dell'intero universo produttivo solidale regionale, tale da poter operare vaste generalizzazioni, né quello di andare alla ricerca di ricorrenze che definiscano profili idealtipici di produttori. L'“apertura” del microfono ai soggetti dell'indagine in realtà prefigura un esito opposto, vale a dire la descrizione della straordinaria variabilità delle provenienze familiari e culturali, la molteplicità delle strutture motivazionali, la diversità degli esiti delle intraprese, la pluralità delle strategie di vita, di lavoro e di relazione. “Prefigura” non significa che necessariamente l'esito debba essere una variabilità inafferrabile – ma occorre, nello sfidare l'impegno della valutazione qualitativa, tenersi pronti ad individuare ricorrenze laddove si palesano sottotraccia e contemporaneamente apprestarsi a riconoscere, prendere atto, diremmo, della indisponibilità o quantomeno della resistenza delle storie individuali a farsi incanalare in recinti prefissati. Ricorrenze e diversità, quindi approcci, problemi, soluzioni comuni ed insieme strategie che molto risentono delle rispettive storie e provenienze, con la loro multiversità, ed anche dei contesti in cui ci si trova ad operare, dei fallimenti intercorsi che in molti casi non sono sufficienti a deviare il corso della propria esistenza da una caparbia volontà originaria di tradurre in strategia consapevole di vita una più “banale” esigenza di sopravvivenza economica. I soggetti contattati non hanno necessariamente matrici comuni che ne definiscano e determinino la scelta di campo solidale (e/o biologica, e/o equa, etc.) e le singole strategie di intrapresa non necessariamente – anzi – si definiscono a partire dal riconoscimento di una costellazione di attori che, muovendosi nel medesimo ambito, diventano così immediatamente nodi della stessa rete. Molte volte il riconoscimento, quando c'è, è successivo, graduale, certamente molte volte problematizzato; certo, soggetti che si collocano all'intersezione di sfere tra loro diverse non sono assenti dal panel raggiunto, ma la loro collocazione va attentamente sottoposta ad interpretazione. E, per dirla alla Geertz, l'interpretazione è sempre una meta-interpretazione e le culture della solidarietà possono essere espresse da una “foresta” di origini più o meno monovarietalì. Per dirla in altri termini, non sia arriva al solidale da un unico sentiero, né da una strada necessariamente condivisa, né, occorre dirlo, irreversibile o esclusiva. Dunque la lettura della grande quantità di informazioni emerse dalle interviste diventa un esercizio di ascolto teso a collocare tassello dopo tassello nel tentativo di comporre un quadro d'insieme intellegibile, quanto più coerente all'interpretazione anche nella sua multiformità ma garante del diritto alla diversità dei percorsi intrapresi.

2. Le interviste in profondità alle imprese che gravitano nella sfera dell'economia solidale vanno inquadrare in prima battuta entro le due coordinate generali dell'appartenenza territoriale e della suddivisione tra settore *food* e settore *non-food*.

2.1. Per quanto riguarda la prima distinzione, questa ripercorre per molti versi una “necessaria” e forse per certi tratti scontata lettura del territorio regionale in senso longitudinale (ovviamente esiste anche quella per latitudine e per fasce territoriali – costa, collina e montagna – altrettanto importante e in parte applicabile anche in questa analisi), tra una parte centro-settentrionale della regione comprendente le due province di Pesaro-Urbino e Ancona ed una parte centro meridionale con la provincia di Macerata e lo sdoppiamento della provincia di Ascoli Piceno con la nascita di quella di Fermo. Una bipartizione che certo risponde a esigenze di razionalizzazione della ricerca (in termini di rilevazione, quanto meno), ma che alla prova dei fatti qualche spunto interpretativo lo offre, sia in termini di dinamiche esogene che endogene. Più volte, nel corso dell’analisi seguente, ricorreranno infatti riferimenti alla capacità organizzativa e alla vitalità del “polo forte” romagnolo che grande rilievo appare avere nell’area pesarese-urbinate, mentre analoga ricorrenza non sembra rilevabile lungo il confine umbro-abruzzese; qui, in particolare nel territorio più meridionale della regione e sempre dal punto di vista organizzativo ma anche di coordinamento, più rilevanza sembrano aver avuto dinamiche endogene, seppur contingenti, come l’iniziativa del soggetto pubblico provinciale (nello specifico ascolano, con l’esperienza della Filiera corta picena) che ha avuto la funzione di catalizzatore di sensibilità già presenti anche a partire da intuizioni di più largo respiro, come la rivalutazione (anche in chiave difensiva) della specificità locale di fronte alle spinte globali e globalizzatrici che hanno investito ed investono il territorio regionale. Tuttavia va posto come elemento di riflessione il tema della molteplicità dei canali direzionali relazionali dei soggetti produttori, con una evidente tensione, per così dire, “glocale” che in alcuni si manifesta con l’estensione di connessioni sia economiche che relazionali piuttosto lunghe, sempre in linea di massima verso un “polo nord” (che dunque risulta di norma di grande “magnetismo”) che però non coincide coi confini amministrativi regionali o immediatamente transregionali bensì con quelli nazionali, in particolare delle grandi città, utilizzando con capacità le possibilità comunicative delle nuove tecnologie telematiche¹.

2.2. Per quanto riguarda la lettura costa entroterra, l’interpretazione generale, a costo di operare eccessive semplificazioni, rimanda in linea di massima alla specializzazione produttiva dei soggetti ed in particolare alla divisione tra imprese food e non food. Non suscita particolare sorpresa la collocazione prevalente delle imprese food (le aziende agricole) nella fascia collinare ed alto-collinare interna (e nella montagna), laddove i soggetti maggiormente impegnati nella tecnologia avanzata e nei servizi avanzati si collocano nella fascia costiera, riproducendo quindi un dualismo che segue le facilità comunicative sia materiali (viarie) che immateriali, la vicinanza con le strutture urbane e la visibilità.

¹ Come già accennato, non vi sono intenti di rappresentatività nella scelta del panel di intervistati. Segnaliamo a riguardo che, dei 50 soggetti raggiunti, 15 fanno riferimento alla provincia di Pesaro-Urbino; a quella anconitana 14; a quella maceratese 9; a quella fermana 8; a quella ascolana 4. Per riassumere: le imprese intervistate sono state 50, di cui 29 appartenenti al territorio delle Marche centro-settentrionali e 21 appartenenti al territorio delle Marche centro-meridionali. Ancora, 29 sono le imprese gravitanti principalmente attorno al settore food e 21 quelle attorno al settore non-food. 17 sono le imprese socie REES, 32 le non socie. Delle 29 imprese food, 6 sono socie REES; delle 21 imprese non food, 10 sono socie REES.

2.3. Altra griglia di lettura è quella della maggiore o minore vicinanza delle esperienze al settore protagonista dell'economia solidale (ES) – quello della ruralità – e all'interno di questo le diverse sfumature tra produzione pura, produzione e trasformazione, produzione e accoglienza rurale, servizi connessi all'ambiente, etc. e, dall'altro polo, la vicinanza ai settori tecnologici di punta.

Non vorremmo banalizzare tale lettura riducendola ad una questione di “maturazione” del settore solidaristico che comincia ad allontanarsi dai tradizionali e tradizionalistici – e ampliamenti sperimentati – legami con l'universo del primario e dell'alimentazione per avventurarsi nel campo dei servizi e delle tecnologie di punta. Anche perché la lettura sarebbe alquanto riduttiva e incapace di spiegare anche l'evoluzione in termini di consapevolezza delle pratiche e di padronanza delle tecniche agricole ed agronomiche e della capacità di integrazione tra le diverse facce del lavoro rurale. La questione probabilmente sta invece in una pluralità di motivazioni, che possono andare dal felice incontro tra istanze solidaristiche individuali e competenze acquisite all'interno dei processi educativi formali rivolti ai settori avanzati; all'“importazione” da altre aree del Paese e anche oltre di esperienze già avviate di incrocio tra attività economica e pratiche etico-solidali, o anche con queste confinanti anche se non in maniera esplicita, come nel caso ad es. delle tecnologie energetiche; alla scoperta “serendipica” di una possibilità di tradurre in attività economica una propria passione personale, non legata ad una continuità di tipo generazionale come nel caso del lavoro rurale. Ma anche in quest'ultimo caso le tensioni verso l'innovazione – per dirla con gergo aziendalistico di “processo” e di “prodotto” – sono ampiamente evidenti sia nell'applicazione “scientifica” delle conoscenze “nuove” alle modalità “antiche” (in realtà neanche tanto “antiche”) di coltivazione ed allevamento, sia nell'ingresso nel settore dei servizi (dell'ospitalità, del commercio), ad integrazione economica certo, ma anche nel desiderio-esigenza di una espansione del proprio orizzonte relazionale al di là di quello della collina prospiciente – se ci si passa l'immagine – operando in questo modo una trasformazione eminentemente *culturale* del proprio operato. Con dei limiti, certo, sia autoimposti (l'equilibrio tra quantità e qualità è sempre ben presente nelle narrazioni dei soggetti) sia oggettivi, legati in parte a motivi disparati come l'orografia difficile della regione, l'isolamento culturale, l'assenza o la debolezza delle reti di scambio e comunicative – elemento questo ultimo da tenere in una certa considerazione nell'economia della ricerca sui sistemi di aggregazione solidali.

La “copertura” produttiva delle imprese legate alla produzione alimentare (definite imprese *food*) è piuttosto ampia sia per quanto riguarda le produzioni agricole in senso stretto – dai cereali, agli ortaggi (coltura redditizia), alla frutta grande e piccola e ai legumi, con la presenza importante del vigneto e dell'uliveto – sia per quanto riguarda l'allevamento bovino, suino e ovicaprino, l'apicoltura, e quindi le attività di trasformazione diretta (propri prodotti trasformati, sia di origine animale che vegetale) o di lavorazione da materie prime acquistate – oltre ovviamente alla vendita di prodotti per la trasformazione esterna. Con una spiccata tendenza a “chiudere” i cicli, utilizzando ad es. per i propri animali l'alimentazione prodotta in azienda, o a mantenerli cortissimi, ad es. acquistando foraggi da produttori vicini. In tal senso la tradizione produttiva regionale viene sostanzialmente mantenuta e in molti casi recuperata, ma questo in analogia con quanto avviene anche al di fuori del presente ambito di indagine. Come già accennato, è l'accoglienza agrituristica che si va affiancando in molte delle esperienze considerate e si configura come ulteriore anello della catena corta,

consumando in loco parte delle produzioni e delle trasformazioni delle produzioni stesse; ma l'aspetto culturale dell'accoglienza viene ripetutamente evidenziato dai testimoni, che assumono un ruolo di "produttori sapienti" in grado di coinvolgere l'ospitato – che diventa in questo caso un co-produttore (Petrini) – sia nella condivisione dell'esperienza (bio, equa, etc.) sia direttamente nelle attività dell'azienda, con intenti fortemente "pedagogici".

2.4. Se dal settore *food* ci si sposta a quello *non-food* ritroviamo le tracce evidenti della "svolta" in senso "sostenibile" (compatibile, ecologica, etica, e via dicendo) di alcune attività convenzionali che, certamente già indirizzate in tal senso in contesti europei e non solo da diverso tempo e con grande efficacia, cominciano a far capolino anche nel nostro Paese anche se con storie ed esiti altalenanti. Ci riferiamo in particolare ai due settori dell'edilizia e dell'energia, con l'emergere sempre più netto di tecnologie a basso impatto e/o *positive* nei confronti dell'ambiente e delle comunità antropiche; ovviamente non è detto che una tecnologia di questo tipo nasca e si sviluppi in un contesto consapevolmente etico e solidaristico, ma è abbastanza probabile che chi opera o intende operare in tale contesto *debba* in qualche modo fare i conti con questo approccio, se intende applicarsi a queste tecnologie. E di fatto gli sviluppi nei due settori permettono di realizzare questo connubio, fermo restando che, come vedremo, le strade sono più o meno "spianate" con una certa dipendenza dalla strategicità dell'output, dal sistema degli incentivi e dalla loro praticabilità, dalle urgenze e dagli obblighi spesso di origine comunitaria o addirittura globale piuttosto che nazionale – con un certo vantaggio per il settore della produzione di energia, fatte salve le "sterzate" del governo centrale. Certamente anche fattori culturali – la più o meno pronta accettazione del mutamento tecnologico, ad esempio, da parte della collettività – o normativi, incidono sulla maggiore o minore apertura di questi mercati (come dire, che il mercato della bioedilizia è fiorente nell'area di lingua tedesca in Italia e meno da altre parti), ma in ogni caso lo sviluppo di una sensibilità ambientale favorisce la nascita di simili intraprese e quindi anche la loro presenza – consapevole – entro la rete dell'economia solidale. Nel panel considerato vi sono anche soggetti inseriti in un altro settore in grande e continua espansione, quale quello informatico, dove le tematiche sia di natura ambientale (l'eccessivo consumo di materiali anche pregiati e la necessità di un contenimento dei rifiuti, ad esempio) che etica (l'accesso libero al software, la messa a disposizione di hardware ancora funzionante ma dismesso a categorie "deboli", ad esempio) possono favorire un approccio di tipo solidale consapevole ed anche al limite di tipo apertamente concorrenziale con le grandi infrastrutture della comunicazione convenzionale, come la prospettiva di inserirsi nel difficile mondo della telefonia.

Bioedilizia, energia e informatica-telematica sono dunque – con diverse fortune – entrate all'interno dell'economia solidale. Dove si affaccia anche la difficile dimensione finanziaria – difficile perché quasi "di natura" ostile alla solidarietà se ci si passa la forzatura – attraverso l'esperienza in primis della Banca Etica (che comunque funziona bene *anche* con una grande iniezione di attività volontaria, fatto piuttosto inconsueto nell'ambito della finanza contemporanea) ma anche di altre esperienze di servizi alle imprese improntate alla priorità della dimensione relazionale, come avremo modo di evidenziare in seguito.

Nel panel sono presenti altre esperienze *non-food* che riguardano tentativi di muoversi sulla base di principi improntati all'eticità (del prodotto e della produzione, del servizio, del rapporto con l'ambiente naturale) in settori merceologici particolari, ancora in un certo qual

senso “di nicchia” perché accolti in primis da un pubblico di utilizzatori già “accorti” e sempre su una difficile linea di sopravvivenza perché proprio di nicchia e con evidenti vincoli culturali del consumatore alla *comprensione* del valore aggiunto “etico” insito nel prodotto offerto, che può riverberarsi anche in termini di maggior costo del prodotto – e quindi in una domanda asfittica, critica per la sopravvivenza delle intraprese. Non necessariamente, è ovvio, ma, come si vedrà, muoversi in terreni quali l’abbigliamento, la cosmesi, la grafica, i detergenti significa in molti casi dover – come dire – *aumentare* il livello di formazione del consumatore forse più pronto a prendere in considerazione (e a comprendere) il valore di un alimento biologico piuttosto che di un inchiostro, di una carta o di un tessuto. Ma certamente, in ossequio alle cautele avanzate in premessa circa la possibilità di generalizzazione delle informazioni rilevate, questi vincoli andrebbero approfonditi e verificati. Emerge da ciò tuttavia una questione molto importante, viste le diverse “velocità” di propagazione tra settori diversi dell’approccio all’acquisto etico e solidale, circa la capacità di creazione di sistemi omogenei di produzione e consumo che riescano a coprire un ventaglio piuttosto ampio delle necessità più o meno di base su tali basi e quindi configurare un percorso, benché circoscritto, di transizione verso una economia “altra” nella regione.

Ulteriori due ambiti di azione dei soggetti solidali analizzati riguardano l’uno una dimensione decisamente contigua alla sfera in questione, vale a dire la presa in carico del disagio sia psichico che motorio attraverso la creazione di occupazione finalizzata per lo più alla fornitura di servizi e che rappresenta per molti versi una prosecuzione in chiave lavorativa di esperienze pregresse che trasforma, come già osservato, una esperienza di vita in una occasione di lavoro e di intrapresa cooperativa. Pur nella evidente necessità, per questo tipo di imprese, di cercare connessioni con soggetti estranei alla sfera dell’economia solidale per lo sviluppo del proprio progetto (si pensi alle relazioni con l’ente pubblico richiedente servizi che tende ad esternalizzare), le occasioni di incrocio con quella non mancano, sia per la scelta dell’organizzazione di tipo cooperativo, sia per il rapporto che si viene a creare coi soci svantaggiati e tra questi e l’utenza. L’altro ambito, apparentemente meno protagonista a livello regionale ma che invece sembra rappresentare per sua natura un terreno assai fertile di sviluppo a rete è quello dell’educazione ambientale e del turismo naturalistico, con tutti gli addentellati che una simile costellazione di attività può avere con il settore agricolo e agrituristico, con le aree protette e con i processi educativi connessi, con la cultura dell’accoglienza e della conoscenza e valorizzazione del territorio, dei suoi prodotti e delle sue emergenze culturali e paesaggistiche. Va sottolineato come questo ambito di attività, pur potenzialmente rivolto a un pubblico molto ampio e di provenienza extraregionale, sviluppa una serie di connessioni col territorio vicinore sia come “normale” modalità di relazione (i servizi vengono più facilmente richiesti entro un raggio spaziale relativamente ristretto) sia come esplicita strategia di accrescimento della conoscenza e della fruizione del territorio locale stesso, di nuova alleanza con l’ambiente sia naturale che costruito e tra questi e gli abitanti che vi insistono. Ultime ma non da meno vanno segnalate le naturali connessioni tra i soggetti dell’economia solidale e quelli del commercio equo e comunque tra l’economia solidale e il commercio equo, dove si assiste ad un allungamento spaziale delle catene solidaristiche dal lato ad es. delle forniture (quindi una solidarietà a lungo raggio) per restituirla nel territorio locale con tutto il suo valore aggiunto in termini di cultura incorporata e di mutuo appoggio tra soggetti di fatto sconosciuti gli uni agli altri (si pensi ad es. alla ricerca di materie prime e di lavorati per la cosmetica).

3. E' dunque uno scenario composito, complesso e differenziato quello restituito dal panel delle imprese solidali nelle Marche oggetto delle interviste. Evidente la numerosità, la forza e la rilevanza dei soggetti legati al mondo agricolo e alle sue numerose reinterpretazioni – quasi una cassa “naturale” di espansione dell'ES; altrettanto rilevante è l'“esondazione” delle istanze solidaristiche in ambiti sinora dominati da logiche “dure”, distanti dalla tradizione dell'ES se non altro per l'elevata specializzazione istituzionale e tecnologica richiesta (ancora una volta il richiamo più immediato è al settore energetico). Non è un caso se, come vedremo immediatamente sotto le forme prevalenti di impresa sono quelle familiari o cooperative, la complessità dell'intrapresa energetica (anche in termini di fatturato e di ricerca dei mercati) chiama a forme societarie di tipo azionario piuttosto rare nella scena dell'ES.

E di fatto questa ultima riflessione conduce ad un'altra lettura identificativa lungo le linee della forma di impresa, se cooperativa, familiare, altre forme societarie, consorzi, etc. L'osservazione preliminare è ovviamente l'assoluta prevalenza di forme d'impresa direttamente o storicamente connesse con le espressioni solidaristiche e comunitarie ampiamente presenti sul territorio e già protagoniste in passato dei percorsi di sviluppo regionali – quali quelle legate alla famiglia rurale mezzadrile – e con la dimensione cooperativa in primis e consortile. Ovviamente anche in questo caso non siamo di fronte ad una esatta replica delle dinamiche già note dell'economia mezzadrile, poi della coltivazione diretta, della metalmezzadria, etc.; l'azienda agricola familiare, proprietaria, accede anche al lavoro di nuovi soggetti sociali sul territorio, come i migranti, le cooperative integrano i soggetti svantaggiati, il sodalizio tra primario e terziario – l'ospitalità agrituristica – guarda ai soggetti extraterritoriali per organizzare il proprio mercato di riferimento. Le donne entrano nella proprietà e/o nella gestione delle imprese, i giovani integrano l'apprendimento dall'esperienza con l'autoapprendimento e con la formazione istituzionalizzata, compresa quella universitaria e dei soggetti erogatori pubblici e privati – pur nella difficoltà e nella disparità di accesso a questa ultima. Non è difficile intravedere nella forte tensione relazionale – oltre che ovviamente nell'adeguamento alle dimensioni del mercato locale e alla necessità di far fronte ai vincoli istituzionali – il costante richiamo alle forme organizzative familiari e cooperative dei soggetti ascoltati.

4. Scattare una istantanea del panel intervistato è questione assai complessa. Vero è che per molti versi è stato possibile riscontrare una ricorrenza nelle strategie, nelle esperienze e nelle biografie di parte delle imprese, in particolare di quelle di medesima o simile appartenenza, tale da prefigurare strategie e comportamenti omogenei e routinari e quindi applicabili con ragionevole certezza ad una modellizzazione sul territorio, anche se ovviamente la rappresentatività del campione di esperienze indagate e riportate è relativa e non va forzata più di tanto. Ma occorre anche sottolineare come queste ricorrenze stentino a darsi forma di rete, ad attuare collegamenti intra e intersettoriali, a “vedersi” come un soggetto unitario o comunque come un soggetto plurimo ma coerente; ci si riconosce e ci si “annusa” nell'evento aggregante (la Fiera), ma la costante richiesta di coordinamento (da parte di soggetti “terzi” interni o esterni all'ES) ne denota infallibilmente la presa d'atto della sua debolezza. Si “sa” di muoversi nell'ES, con grandi individualità, in attesa di fare squadra.