



Solidarity Economies in Marche, Italy: current trends and perspectives

Matteo Belletti¹, Francesco Orazi¹, Marco Socci¹, Marco Giovagnoli² and Barbara Pojaghi³

¹ Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy

² Università degli studi di Camerino, Camerino, Italy

³ Università degli studi di Macerata, Macerata, Italy

m.belletti@univpm.it

Paper prepared for presentation at the 1st AIEEA Conference
'Towards a Sustainable Bio-economy: Economic Issues and Policy Challenges'

4-5 June, 2012
Trento, Italy

Summary

The paper illustrates selected results of an exploratory research study coordinated by the “Solidarity Economy Network” of the Marche Region in Italy (REES Marche) in 2010-2011. The study was funded by Banca Popolare Etica, it involved three Universities of the Region (Università Politecnica delle Marche, Università di Macerata, Università di Camerino), adopting an interdisciplinary approach. It aimed at investigating the cultural, economic and political determinants that characterize the world of critical consumption, examining a sample of 20 GAS (Gruppi di Acquisto Solidale, Solidarity Purchasing Groups), 182 GAS members and 50 firms (among which 20 agricultural GAS suppliers). Data was collected through ad hoc questionnaires, in depth interviews and focus group interviews. Qualitative and quantitative data have been analysed by the different research equips from a sociological, psycho-sociological and economic point of view, providing an insight on different issues concerning the actual framework of the solidarity economy in the region and possible further developments. The GAS experience emerges as a very diversified reality centred in the food economy, and food quality is a particularly sensitive issue to those who are involved in a GAS. In some ways the GAS members emerge as an élite group that does not represent the worldwide society. There is an abstract belief in the social function of the state of minority active citizenship as a factor of social

change, but to affect the social reality a relevant set of organization and communication skills is needed. Focusing on the suppliers linked to the GAS network, the analysis highlights that the question of market organization was sometimes lived as personal hard work rather than a goal to be achieved together with a participatory approach and shared aims. Basing the analysis on GAS experience, a reading of Solidarity Economy nature and development in Marche Region will be provided.

Keywords: Critical consumption; active citizenship, territorial networks, alternative and non-market relations, short food supply chain.

JEL Classification codes: A13, D12, Z13, Q12, Q56, Q57.

Solidarity Economies in Marche, Italy: current trends and perspectives

Matteo Belletti¹, Francesco Orazi¹, Marco Socci¹, Marco Giovagnoli² and Barbara Pojaghi³

¹ Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy.

² Università degli studi di Camerino, Camerino, Italy.

³ Università degli studi di Macerata, Macerata, Italy.

1. INTRODUZIONE

1.1. La ricerca

Questo *paper* è un *output* della ricerca sul mondo della *Solidarity economy* (Wikipedia) nella Regione Marche (Orazi, 2011) realizzata nel corso del 2011 grazie ad un contributo della Fondazione Banca Etica a cui si è aggiunto un co-finanziamento della Regione Marche. Tale ricerca è stata caratterizzata da un approccio multidisciplinare che rispecchia le modalità reticolari e non programmate attraverso le quali gli autori si sono incontrati nel tavolo di lavoro coordinato dalla Rete di Economia Etica e Solidale delle Marche (REES Marche). Si è trattato di un'esperienza che ha dato vita ad una spontanea comunità professionale di docenti universitari uniti da comuni interessi e dall'idea di portare a termine un'impresa condivisa. Insomma una vera e propria concretizzazione di ciò che si definisce *network* collaborativo.

La ricerca, oltre che i risultati dello studio, ha sviluppato un valore aggiunto organizzativo e di cooperazione nel quale il termine *bottom-up* ha acquisito significato tramite una pratica reale che ha unito Università e società civile/attiva; mondi spesso poco dialoganti la cui relazione crediamo proficua ai fini di una nuova idea di sviluppo e democrazia basata su principi etici e solidali. Oltre che fotografare modelli di spesa, culture critiche del consumo e connotati socio-politici dei Gruppi di Acquisto Solidale (GAS), l'indagine ha analizzato caratteristiche organizzative e strutture tecniche di un *panel* di imprese locali eticamente orientate, lungo tutte le specializzazioni produttive che dalle energie rinnovabili, passano per il *software open source* e conducono al biologico alimentare. Questo secondo *step* di ricerca è stato realizzato per mezzo di interviste in profondità a 50 aziende. Infine il lavoro, attraverso la realizzazione di 4 *focus group* a livello provinciale, ha cercato di verificare rapporto e domande istituzionali di cui GAS e produttori eticamente orientati sono portatori nei confronti dei locali livelli di governo, onde migliorare organizzazione e *performance* di queste nuove e alternative economie territoriali.

Contestualizzando il lavoro, è possibile affermare che il paper si inserisce nel solco tracciato dal titolo della conferenza cogliendovi due elementi di discussione fondamentali - il primo politico, il secondo scientifico - in tema di sviluppo sostenibile. L'elemento politico è quello della recente scelta della Commissione europea di avviare una strategia di in materia di ricerca e sviluppo esplicitamente orientata alla *Bio-economy* (European Commission, 2012). Il secondo elemento di discussione, quello scientifico, è la *Bio-economy*, o *Bio-based economy*, stessa. La *bio-economy* può essere sinteticamente definita come un mondo in cui “*The application of biotechnology to primary production, health and industry could result in an emerging “bioeconomy” where biotechnology contributes to a significant share of economic output* (OECD,

2009). E in tema di agricoltura ed alimentazione, quando si parla di biotecnologie, naturalmente si fa riferimento, pur non esclusivamente, alla sperimentazione e commercializzazione di organismi vegetali geneticamente modificati (GMO).

Poiché è difficile immaginare, e dunque argomentare, una scelta politica senza una scelta politica alternativa che faccia da specchio, la corrente scientifica divergente nella direzione rispetto alla Bio-based economy viene qui individuata nella cosiddetta *Eco-economy* (Horlings et al., 2010). La *Eco-economy* può essere sinteticamente definita come “*the eco-economy express itself in agri-food networks in the form of locally embedded sustainable agriculture, based on variable agro-ecological principles, as well as new production-consumption networks*” (Horlings et al., 2010, pp.8). Per semplicità, l’esperienza empirica trattata nel presente lavoro, quella dei GAS nella Regione Marche, viene considerata come un’espressione politica immersa nella corrente *eco-economy*, dunque sostanzialmente in contrasto con l’impostazione *bio-economy* e conseguentemente con la strategia politica UE in tema di sviluppo dell’economia agroalimentare. La *eco-economy* è riconducibile alla così chiamata *Ecological-economics* (Wikipedia) tra i cui fondatori figura Nicholas Georgescu-Roegen. Nel quadro appena tracciato, il presupposto contenuto nel titolo della conferenza “*Towards a Sustainable Bio-economy*” è un presupposto messo in discussione politicamente dal caso di studio in osservazione, quello dei GAS. Il caso empirico esplorato pone piuttosto la seguente questione: *Towards a Solidarity and Sustainable Eco-economy*.

Su questa premessa il primo obiettivo del paper è quello di cogliere gli elementi psico-sociologici e sociologici riconducibili alla sfida politica lanciata dai GAS in tema di sviluppo sostenibile, sfida sintetizzabile nell’obiettivo di contribuire alla realizzazione di una *solidarity economy*. Quali sono le politiche soggiacenti in senso più o meno esplicito alla base dell’esperienza dei GAS e chi sono coloro che le propongono? Che prospettive si pongono i protagonisti e quali obiettivi sembrano in grado di poter raggiungere?

Il secondo obiettivo del paper, intimamente connesso al primo, è quello di esplorare la “sinapsi” tra l’obiettivo politico e le scelte economiche attuate. Vedremo che i GAS stanno cercando, a partire da un laboratorio *food-based*, di ancorare alla propria dimensione vitale un modello economico orientato ai cosiddetti Distretti di Economia Solidale (DES, REES Marche). La speculazione sul passaggio della politica all’azione verrà circoscritta ad un concetto verificato come centrale all’interno dell’esperienza dei GAS, il concetto di *filiera corta*. La filiera corta, quella alimentare innanzitutto, è un problema attuativo particolarmente sentito dai GAS e potremmo dire che esso stesso sia vissuto, al momento, come la principale realizzazione sinaptica dell’impulso politico interno al concetto di economia solidale (ES). Nel mondo dei GAS, l’economia solidale rappresenta l’impulso politico all’azione, la generazione di una *short food supply chain* (SFSC, Renting, 2003) caricata del simbolismo di cui parleremo, rappresenta l’azione.

Ma quanto deve essere corta, *scientificamente*, una filiera alimentare per essere solidale e dunque equa, ed eco-sostenibile? Dove e come andrebbe accorciata? Andrebbe sempre e comunque accorciata? Partendo dalla percezione del problema e dall’esplorazione delle strategie attuate per risolverlo, si tenterà di offrire ai GAS un quadro utile ad una miglior calibrazione della concretizzazione organizzativa ed economica delle idee politiche in “via di sviluppo” che da essi emergono.

1.2. La struttura del paper

Il paper propone un’interpretazione del contesto sociale, politico ed economico in cui l’esperienza oggetto di analisi si inserisce (paragrafo 2). Nello specifico, in un clima culturale di affermazione di stili di

consumo alternativi a quelli del mercato di massa, viene presentata una analisi tesa ad evidenziare la funzione politica dei movimenti di cittadinanza che operano tramite strategie di consumo critico (paragrafo 2.1). In tal senso, la loro capacità di ridisegnare la domanda sociale si presenta come rivendicazione critica di un'alternativa economica praticabile al modello dominante dei consumi massificati. A tale analisi segue una sintetica presentazione del problema del reddito agricolo, in quanto il problema dell'equità nei confronti della distribuzione del valore lungo la filiera alimentare è, all'attualità, una dimensione importante della caratterizzazione solidale che dell'economia viene fornita dal movimento dei GAS (paragrafo 2.2). Il paragrafo tre descrive come lo studio di ricerca, studio di tipo esplorativo, è stato svolto.

I risultati della ricerca vengono presentati nel paragrafo quattro. Il profilo socio-politico e psico-sociologico dei membri del GAS viene disegnato nel paragrafo 4.1. Nei paragrafi 4.2 e 4.3 vengono interpretate le caratteristiche del mercato agroalimentare sotteso ai GAS nella Regione Marche. Nello specifico il paragrafo 4.2 è dedicato ad un *focus* sulla domanda (il cui nucleo è rappresentato dalla famiglia membro del GAS) ed il paragrafo 4.3 ad un focus sull'offerta (gli agricoltori fornitori alimentari dei GAS). Nel paragrafo 4.4 viene interpretato in maniera estesa e da una prospettiva sociologica tutto il panorama dei produttori della rete economica solidale nella Regione Marche, produttori riconducibili sia al settore *food* che a quello *non food*. Il paragrafo 5 infine, è dedicato all'interpretazione dei risultati della ricerca ed alle considerazioni conclusive.

2. LO SFONDO SOCIO-POLITICO ED ECONOMICO IN CUI I GAS OPERANO

2.1. Società, mercato e consumo critico

A partire dai risultati di ricerca presentati in maniera estesa nel volume curato da Orazi (2011), nella presente sezione, si offre una sintetica analisi del consumo critico e del profilo sociale degli appartenenti ai GAS, movimenti di cittadinanza attiva, competente e consapevole¹, con potenzialità di modernizzazione dei tessuti democratici, economici e degli interessi sociali diffusi.

Come messo in luce da Carboni (2007), la cittadinanza competente scaturisce dallo sgretolamento del tradizionale ordine sociale di massa classista e fordista e dalle trasformazioni morfologiche della società italiana degli ultimi anni, ed è composta da cittadini istruiti sopra la media, con un elevato accesso informativo, interessati e impegnati rispetto alla sfera pubblica, anche attraverso forme innovative di azione e mobilitazioni “critiche” nei confronti dello *status quo*.

All'interno di questo processo di modernizzazione/trasformazione, il mercato diviene un vero e proprio terreno politico dove si negozia il senso pluralistico della democrazia. In tal senso, non disgrega le relazioni sociali ma riconcilia società e azione individuale. La spesa in consumi risponde a stimoli esterni indotti e contestualmente afferma un comportamento di fedeltà. A lungo si è indagata la dimensione dei bisogni: ciò che le persone volevano o avrebbero desiderato. In realtà, però, con una prospettiva culturale e relazionale, il punto fermo sul quale le persone manifestano sicurezza è ciò che non vogliono.

Gli individui interagiscono attraverso molteplici forme di cultura in conflitto e specifici stili di vita. La cultura del mercato non esaurisce le possibilità di autoproduzione di individualità: esistono sempre opzioni alternative, pur se minoritarie. Scegliere una subcultura manifesta un rifiuto delle correnti dominanti e

¹ Sul concetto di cittadinanza competente, si rimanda a: Donolo (1997); Moro (1998); Colombo (2000); Rodotà (2000); Violante (2000); Carboni (2007; 2008).

favorisce comportamenti strategici e creativi. I movimenti di tutela del consumo e di riforma dei mercati (consumo critico) si sviluppano lungo questa dinamica. Ad esempio, secondo l'approccio di Douglas e Irshwood (1984) il cibo ha la funzione di strumento di interpretazione della realtà e di produzione del senso che veicola valori in grado di modificare identità e rapporti sociali. Ragionare in questi termini implica che le pratiche di consumo alternativo non si giustificano per una motivazione ecologica di sostenibilità ambientale e sociale, ma al contrario hanno un obiettivo comunicativo.

Da questo punto di vista, il rifiuto dei canali industriali convenzionali e l'attivazione di filiere corte rappresentano una narrazione sulla posizione sociale e sui gruppi di appartenenza degli individui, consentendo ad ognuno di venire a conoscenza della collocazione socio-valoriale altrui (Goodman, 2002; 2010). In tale scenario i circuiti alimentari alternativi costituiscono agoni di confronto per la definizione di standard qualitativi di prodotti differenti rispetto a quelli industriali. Attraverso azioni organizzate i consumatori assumono un ruolo attivo, critico e creativo. Negozano cioè i criteri di classificazione alimentari rompendo la "soggezione dittatoriale" del marketing mix di prodotto (Goodman, 2002). Tutto ciò ricomponne la frattura tra produzione e consumo, trasformando i consumatori in attori di sistema e riconoscendo valore sociale strategico alle relazioni tra i componenti della filiera produttiva. In tal modo il consumo assume potenzialità politiche (Goodman, 2010; Tosio, 2012).

Inoltre, il consumo critico alimenta nuove domande sociali e immagini del mondo. Si tratta di un atteggiamento di responsabilità individuale che consente una risposta etica a partire dalla scelta di un prodotto. Consumare eticamente apre uno spiraglio dove si consumano sempre meno cose e più significati, diversi dalle dimensioni di status, ricchezza e classe sociale. Tali tendenze affermano culture alternative tese a riformare i mercati. Alcune esperienze di consumo critico recuperano anche una vocazione comunitaria nelle scelte relazionali, produttive e di consumo. Le economie solidali e i GAS ne sono un esempio. Le prime valorizzano il territorio e le sue risorse socio-economiche, i secondi esaltano forme aggregative dello spazio sociale (ad es. il quartiere), con l'impegno civico di famiglie, reti amicali e di vicinato.

L'affermazione di forme alternative di produzione e consumo va oltre la sfera allocativa delle risorse; riguarda la dimensione sociale e politica dei gruppi e degli individui che vi operano, riarticolarlo le determinanti della domanda di beni e servizi e le culture che informano i comportamenti economici. Tali dinamiche chiariscono la relazione fra il funzionamento economico e gli aspetti culturali dei tessuti sociali. La stessa idea di decrescita di Latouche (2011) è nel concreto una proposta culturale tesa a rimodellare le determinanti comportamentali del consumo e quelle operative della produzione, riferendosi a "necessarie trasformazioni" di tipo etico. L'immagine evocativa della decolonizzazione dell'immaginario occidentale, caratterizzato dalle matrici economicistica e sviluppatista, più che una critica alla configurazione tecnica del capitalismo, è un tentativo di rimodellare la cultura e la psicologia sociale in una prospettiva squisitamente antropologica.

Sotto questo profilo, la sfida di organizzare le reti solidali di economia attraverso modelli maggiormente integrati ed efficienti, come ad esempio i Distretti di Economia Solidale (DES), è un importante impulso per l'attivazione di contesti di produzione, scambio e consumo sociale basati su tessuti fiduciarci di solidarietà e competenza. Da un punto di vista organizzativo i DES possono essere configurati come circuiti economici a base locale il cui fine è valorizzare le risorse territoriali secondo criteri di equità sociale e sostenibilità. Il loro obiettivo è la creazione di filiere di produzione-distribuzione-consumo di beni e servizi. Si tratta di forme di produzione orientate alla sostenibilità ambientale, ai diritti umani, al civismo. Le stesse tendono a valorizzare il territorio e le risorse socio-economiche locali, recuperando forme aggregative e auto-organizzate dello spazio sociale. Al crescere dell'aggregazione si consolidano e strutturano reti di

relazioni finalizzate, emergono attori di secondo e terzo livello, come reti di GAS, di economia solidale, filiere corte, DES. Tali soggetti, se in grado di coinvolgere aziende e istituzioni locali, possono rappresentare esperienze di notevole innovazione economica, favorendo la diffusione e sedimentazione di progetti e strategie di *governance* per lo sviluppo sostenibile e la sperimentazione di modelli socio-economici alternativi.

A riguardo va riportata la lezione di Karl Polanyi (1974) nel suo ricordare la necessità di una reincorporazione del sociale nell'economico e l'imperativo di superare il predominio ideologico dello scambio di mercato come dato naturale. E' vero che il mercato è la più impersonale delle relazioni di vita [pacifiche] tra più persone, come dice Weber, ed è anche vero che – sempre Weber – il mercato autonomo conosce solo “la dignità della cosa”, e non delle persone (1961). E sembra questa una dimensione cruciale, nell'avvio di un progetto ampio di economia solidale. Laddove la filiera corta produttiva aumenta (presumibilmente) la qualità dei prodotti e minimizza (presumibilmente) il loro impatto ambientale, la filiera corta prossemica tra chi produce e che utilizza i frutti di quel lavoro aumenta (presumibilmente) la qualità sociale del prodotto e minimizza (presumibilmente) l'approccio a prodotto in quanto puro oggetto di consumo:

“L'avvenire economico si definisce a partire [...] dall'indice di fiducia delle famiglie, a sua volta misurato sui loro consumi o sulle loro intenzioni di consumo. In altre parole, in questo mondo di indici e misure, il solo dovere è quello di consumare” (Augé 2004, p.125).

che è una critica antropologica, non economica.

Una questione cruciale sembra essere quella del capire se si sia vicini a quell'antiutilitaristico *no market* di cui parla Salsano in evidente polemica col *no profit* (Salsano 2008) e che vede la realizzazione di una economia solidale a partire dall'ibridazione delle tre forme di scambio descritte da Polanyi (mercato, redistribuzione, reciprocità, con grande enfasi su quest'ultima); comprendere la rilevanza delle relazioni fiduciarie tra attori, la loro riproducibilità nel tempo, il farne o meno strategia di “marketing” (anche se equo-solidale); valutare l'esposizione al revanscismo dell'homo oeconomicus che, secondo Adam Smith, è in tutti noi e verso il quale il medesimo Polanyi esprime tutte le sue perplessità se non considerato nella sua “eccezionalità” storica. Ed anche di capire se l'esperienza dell'ES sia vicina a quella della “economia della felicità”, o dell'economia civile, propria di autori come Luigino Bruni o Arnaud Berthoud citati (non senza qualche riserva) da Serge Latouche in un suo recente lavoro (2011), ossia una economia ad “alto” tasso di presenza di beni relazionali intesi come “terzo” bene accanto a quelli privati e pubblici.

2.2. Il problema del reddito agricolo

Come anticipato nell'introduzione, all'attualità, il laboratorio sociale e politico costruito dalla *cittadinanza attiva e competente* sottesa all'esperienza dei GAS è dedicato essenzialmente ad una lettura e riorganizzazione alternative del mercato alimentare. Dunque si può affermare che in tale laboratorio un elemento centrale di criticità è rappresentato dal problema del reddito da lavoro agricolo di cui si dà brevemente una rappresentazione. Un primo fattore alla base del sistema complesso di esternalità negative generate dal sistema agroalimentare industrializzato è il cosiddetto *technological treadmill* (Cochrane, 1979), quell'effetto dell'innovazione industriale in agricoltura per cui l'agricoltore *price taker* è costretto dal mercato ad investire continuamente in nuove tecnologie in funzione della necessità di minimizzare i costi di produzione. Un secondo fattore alla base del sistema complesso di esternalità negative generate dal sistema agroalimentare industrializzato è il cosiddetto *regulatory treadmill* (Ward, 1993). L'impatto dell'agricoltura

industriale causa rischi ambientali e sanitari sempre più rilevanti e dunque sempre maggiori obblighi per i produttori agricoli in quanto a standard *de minimis*, certificazioni, misure sanitarie, misure ambientali, ecc. A tali obblighi corrispondono progressivi incrementi dei costi normativi associati alla produzione. Come la dipendenza tecnologica anche quella normativa causa una forza di compressione sul reddito agricolo, fenomeno anche conosciuto come *squeeze on agriculture*, che a sua volta genera incentivi nella direzione della compressione dei costi di produzione in assenza però di margini significativi di produttività.

Rispetto al dilemma della produttività in relazione al reddito agricolo, due considerazioni sono importanti, una riferita alla vita nel breve ed una alla vita nel lungo periodo dell'azienda agricola. La prima considerazione è che nel breve periodo i rendimenti di scala del fattore terra si trova ormai mediamente a livelli decrescenti vicini allo zero a causa del deterioramento delle condizioni di fertilità dei suoli agricoli (Pfeiffer, 2003). Di conseguenza la competitività sul prezzo in mercati agricoli sempre più aperti e dunque sempre più competitivi imporrebbe la ricerca di margini di produttività che o non ci sono più o che sono molto ambigui nella misura e negli effetti, laddove ad esempio venissero introdotte in agricoltura innovazioni biotecnologiche (Shiva, 2011).

La seconda considerazione è che, nel lungo periodo, le economie di scala in agricoltura raramente si verificano². L'evidenza empirica dimostra che sovente, la relazione tra produttività e dimensione aziendale in agricoltura risulta inversa, innanzitutto per problematiche di tipo organizzativo-gestionale che generano diseconomie di scala (Ellis, 2003). A ciò si aggiunge la tipica rigidità del mercato della terra, dovuta ad un sistema multidimensionale di cause le quali frenano eventuali spinte all'espansione della scala produttiva (Ellis, 1992).

Il problema del reddito da lavoro agricolo è particolarmente evidente osservando il caso nazionale italiano in comparazione allo scenario agricolo europeo. Nella UE27 il *reddito reale per lavoratore agricolo* è cresciuto del 12,3 per cento nel 2010 mentre in **Italia ha perso il 3,3 per cento**. Nel periodo 2005-2010, sempre nella UE27 lo stesso indicatore è cresciuto del 10 per cento mentre in **Italia ha perso il 16,9 per cento**. Nel periodo 2000-2009, *l'occupazione agricola* a livello di UE27 è scesa del 24,9 per cento a fronte di un incremento del reddito reale per singolo lavoratore agricolo del 5,3 per cento; nello stesso periodo (2000-2009), **l'Italia ha perso il 15,9 per cento** di occupazione agricola e contemporaneamente il reddito netto agricolo è **sceso del 35,8 per cento** (Eurostat, 2010).

Per quanto riguarda la produzione *bio*, centrale nelle scelte di consumo dei GAS, quello che si osserva sono marcati incrementi relativi delle superfici agricole europee, un mercato al consumo che mostra segni positivi, anche a due cifre, per la maggior parte delle beni (Interbio Project, 2011). Sul fronte del reddito agricolo generato, in particolare il *Family Farm Income* (FFI) si osserva invece come questo spesso non sia dipendente dal prezzo all'origine ma da altri fattori, i sussidi alla produzione innanzitutto (de Bont, 2005). Inoltre non sempre il reddito agricolo generato dalla produzione organica è maggiore di quello generato dalla produzione convenzionale, spesso è simile, a volte inferiore.

² In agricoltura la specializzazione e dunque riduzione dei tempi d'ozio associata all'espansione della scala produttiva viene spesso inficiata dal fatto che l'attività agricola è fortemente condizionata dalla variabilità ambientale (a differenza del settore industriale). I tempi d'ozio interni al processo produttivo raramente e in maniera discontinua risultano effettivamente limitabili in agricoltura. Così come la meccanizzazione, associata all'espansione della scala produttiva, solo in casi particolari trova le giuste condizioni per rendere più efficiente il processo produttivo e dunque ridurre i costi medi totali.

3. METODOLOGIA

L'indagine, realizzata tra il 2010 e il 2011, è di tipo interdisciplinare ed il suo obiettivo è quello di esplorare le determinanti culturali, economiche e politiche che caratterizzano il consumo critico auto-organizzato. A tal fine viene preso in esame il caso di studio rappresentato dai GAS nella Regione Marche. Lo studio non ha l'obiettivo della rappresentatività statistica, privilegiando aspetti qualitativi di analisi alla luce della natura stessa della realtà indagata, realtà che risulta essere in qualche misura essa stessa un valore *outlier* nell'ambito di forme di consumo ed organizzazione di mercati. Gli strumenti d'indagine utilizzati sono i seguenti:

- Questionari.
- Interviste di profondità.
- Focus group.

Per quanto sia difficile parlare di dati censuari certi intorno ad un fenomeno non istituzionalizzato ed atomistico dal punto di vista dell'origine ed evoluzione quale si presenta l'oggetto di studio, al momento della pianificazione della ricerca il numero totale di GAS censiti da REES nella Regione Marche era 25. Tra questi, 20 GAS hanno aderito come test allo studio. A costituire questi 20 GAS troviamo una popolazione di 1,765 famiglie associate, delle quali è stato definito un *quota-sample* di 182 famiglie. Un primo questionario, di tipo semi-strutturato, è stato somministrato ad un rappresentante di ognuna delle 182 GHMs incluse nello studio. La sezione di tale questionario destinata all'analisi sociologica (paragrafo 4.1) è rivolta ad analizzare i seguenti aspetti: profilo socio-demografico, socio-politico, motivazionale e identità sociale dei "GASisti", giudizi e atteggiamenti degli stessi verso le economie solidali e la sfera politica. Sempre nel paragrafo 4.1 verrà presentato un sintetico profilo psico-sociologico del membro del GAS.

La dimensione psico-sociologica è stata indagata a mezzo di *focus group*. Sono stati effettuati 4 focus group, uno per Provincia, accorpando Fermo ed Ascoli solo per la realtà particolare di quel territorio che vede il fenomeno dello sviluppo delle economie solidali in una fase ancora iniziale. Ai focus group sono stati invitati:

- Rappresentanti dei GAS.
- Rappresentanti dei produttori locali interni al circuito GAS.
- Rappresentanti delle istituzioni locali (funzionari di Regione o Provincia, Coldiretti, Confindustria, ecc.).

Il confronto tra gli attori sociali ha l'obiettivo di esplorare:

1. *Come si auto-rappresentano gli attori sociali.*
2. *Come ognuno di essi rappresentano gli altri.*
3. *Come rappresentano le relazioni tra loro.*
4. *Elementi di potenzialità e di criticità dell'esperienza GAS in cui sono coinvolti.*
5. *Come rappresentano l'evoluzione dell'esperienza intrapresa in una prospettiva di attivazione di DES.*

Nel paragrafo 4.2., semplificando estremamente la complessità sociale indagata nel paragrafo 4.1, l'attività prettamente economica dei Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) viene ricondotta all'interno del quadro teorico (Renting, 2003) che definisce le *short food supply chains* (SFSCs) come organizzazioni orientate all'acquisto di beni alimentari al di fuori degli schemi dell'agricoltura industriale e della grande

distribuzione massificata. In accordo a tale quadro teorico la locuzione “corto” viene considerata il comune denominatore di tutta quella varietà di *network* che descrivono e rappresentano il tentativo, ad opera di alcune porzioni della società, di fuoriuscire dal modello industriale di produzione e distribuzione di cibo. Una espressione più specifica rispetto a quella di SFSCs per definire un’organizzazione alternativa al modello agroindustriale è quella definita da Murdoch (2000) *Alternative Food Network* (AFN). Una AFN può essere intesa come un sottoinsieme delle SFSCs poiché l’accorciamento della filiera viene considerato per l’appunto un presupposto di una filiera che voglia rappresentare un’alternativa al modello distributivo dominante. Evidentemente però, non tutte le filiere corte possono essere considerate alternative rispetto alle organizzazioni di mercato convenzionali: ad esempio i mercati rionali sono un esempio di SFSC ma non di AFN. Detto questo ipotizziamo che i GAS rappresentino non solo un caso di SFSC ma anche un caso di AFN meritando dunque attenzione come caso di studio esplorativo.

L’analisi economica è stata dunque condotta attraverso l’elaborazione, test e somministrazione di tre specifici questionari *face to face* contenenti variabili quanti-qualitative. La struttura esplorativa dei tre questionari è finalizzata all’osservazione dei tre elementi di base costituenti la *GAS food supply chain*:

- Il consumatore cioè il nucleo familiare membro del GAS (*GAS Household Members*, GHMs).
- L’offerta alimentare, dunque l’agricoltore fornitore del GAS (*Agricultural GAS Suppliers*, AGSs).
- Il GAS stesso nella sua funzione di distributore alimentare autogestito.

Dal lato del consumatore, è stata dapprima svolta una descrizione della spesa alimentare all’interno del campione di GHMs, successivamente è stata realizzata una *Principal Component Analysis* (PCA) sulla quota percentuale di spesa alimentare che le GHMs dichiarano di acquistare regolarmente all’interno del GAS in rapporto alla propria spesa alimentare complessiva. Per la PCA sono state considerate 19 categorie di prodotto risultanti da una maggior disaggregazione del paniere alimentare ISTAT.

Nel paragrafo 4.3, dal lato dell’offerta sono state individuate e caratterizzate tre differenti tipologie di AGS sulla base di una serie di domande agli agricoltori tese a definire la posizione ed il peso del GAS per i fornitori agricoli in relazione al mercato da loro coperto complessivamente. Inoltre, come punto di riferimento per una riflessione sull’evoluzione del problema del reddito agricolo nell’ambito di una filiera corta, viene presentata una valutazione della remunerazione del costo opportunità del lavoro agricolo familiare (*Family Farm Labour Opportunity Cost*, FFLOC) nell’ambito di una SFSC orticola – gli ortaggi sono un comparto alimentare particolarmente sensibile nell’immaginario dei GAS – con vendita diretta in azienda. Tale valutazione è il risultato di una precedente indagine esplorativa (non pubblicata) realizzata sulla base di un *convenience sample* formato da 10 aziende orticole convenzionali alle quali è stato ricostruito il conto economico per il periodo 2004-2007, sulla base di una indagine *ad hoc* realizzata con la collaborazione diretta degli stessi agricoltori-conduttori interessati. Le aziende agricole incluse nel campione sono ubicate nella Val Musone (Provincia di Ancona), un territorio caratterizzato da un’elevata integrazione tra dimensione rurale ed urbana dunque particolarmente adatto a verificare la redditività della vendita diretta in azienda, la tipologia di mercato prediletta dai GAS, in presenza della concorrenza di molteplici centro di approvvigionamento alimentare di massa (GDO, supermercati, mercati rionali, ecc.) collocati nelle vicinanze.

Il paragrafo 4.4, infine, presenta i risultati dello studio di tipo sociologico allargato a tutte le tipologie di impresa, non solo dunque imprese agricole, coinvolte nei circuiti dell’economia solidale sul territorio della Regione Marche. Questa sfera d’indagine è stata condotta attraverso il metodo dell’intervista in profondità, registrata su nastro magnetico ed affiancata da una serie di osservazioni segnalate dall’intervistatore sulle

modalità di svolgimento dell'intervista. Le imprese intervistate sono state 50, di cui 29 appartenenti al territorio delle Marche centro-settentrionali (province di Pesaro-Urbino ed Ancona) e 21 appartenenti al territorio delle Marche centro-meridionali (province di Macerata, Fermo ed Ascoli Piceno). 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.

4. I RISULTATI

4.1. Un profilo socio-politico dei "GASisti"

Alla luce del campo teorico proposto, i risultati di ricerca consentono di osservare alcuni tratti peculiari degli aderenti ai GAS. Si tratta di individui con elevati livelli di istruzione (44,5% laureati e 9,3% con titolo post-laurea), a maggioranza femminile (58%), prevalentemente di ceto medio (55,8%), piuttosto giovani (il 55,9% ha tra 24 e 44 anni). In ampia misura i "GASisti" (soprattutto le donne) vedono nel consumo critico uno strumento per la ridefinizione della cultura e della domanda sociale, con valenza politico-pubblica. Infatti, il campione pur mostrando bassa fiducia verso le istituzioni della rappresentanza, il ceto politico e il sistema dei partiti, evidenzia un contestuale interesse per la cosa pubblica e una rilevante attitudine al voto. Si tratta inoltre di soggetti che si considerano soprattutto cittadini, eticamente orientati, presentando caratteri in linea con quelli della "cittadinanza competente" (Carboni, 2007). Si connotano anche per elevato e plurale accesso informativo, forte impegno civico, domandando un nuovo modello socio-economico e politico, solidale e partecipativo. Si è pertanto di fronte ad un'élite di *cittadinanza*, con profilo e caratteri che non rappresentano la società locale o nazionale nella loro complessità, assumendo, in analogia ad altre esperienze (Orazi e Socci, 2008), i contorni di un *movimento sociale di cittadini attivi*.

Un elemento aggiuntivo ma in linea con quelli già sottolineati dall'analisi proviene dai risultati dei focus group realizzati nel corso della ricerca. Lo stesso riguarda come i GASisti si percepiscono nelle loro relazioni con produttori e istituzioni, ed anche quanto si ritengono una forza propulsiva di cambiamento sociale. Nelle azioni congiunte di GASisti e produttori c'è un'enorme potenzialità e sicuramente ci sono tutti gli elementi utili per sviluppare un consumo critico. C'è una convinzione, ma astratta, del ruolo sociale della condizione di *minoranza attiva*; per incidere nella realtà sociale e quindi essere portatori di cambiamento è necessario che ci si organizzi come tale (Moscovici S., 1976). La forte disomogeneità tra i GAS presenti nel territorio regionale, il mancato coordinamento tra loro e con i produttori e dei produttori tra loro può rendere poco incisivo il loro ruolo. La cosa interessante che emerge dai focus group è la consapevolezza di molti di loro (sia GASisti sia produttori) che questo è il passo successivo da fare: il coordinamento, la messa in rete e il consolidamento delle scelte di consumo critico. Moscovici sottolinea che l'influenza sociale minoritaria è possibile se il gruppo minoritario si presenta all'esterno come un gruppo che ha una sua coerenza e una riconoscibilità negli obiettivi e nella filosofia che lo guida. È importante che il fenomeno si allarghi e venga percepito come una forza che può contrapporsi a modalità consolidate e riconosciute di mercato e di produzione, così come di rapporto tra cittadini/consumatori, produttori e organi di governo.

Quanto affermato non sostiene una visione "panacea" dei GAS e delle forme auto-organizzate dell'ambientalismo critico (Brunori, Rossi e Guidi, 2011). Al contrario la loro capacità di vivificare la democrazia parte dalla contraddizione messa in luce da Bauman (2007) e Furedi (2009) che rintracciano alla base di questi movimenti un ethos "antidemocratico". In altre parole, nel solco del pensiero socio-politico

che va da Tocqueville a Brown (Agamben et al., 2010), si aderisce all'idea che la democrazia, per sopravvivere, necessiti di critiche interne, anche radicali, capaci di innovarne presupposti e significati.

In tale contesto, l'*identikit* dei GASisti proposto costituisce un'immagine semplificata della realtà. Infatti, il movimento dei GAS marchigiani analizzato, così come quello nazionale, nel concreto è una "galassia" complessa e plurale, caratterizzata da una notevole differenziazione ed articolazione motivazionale ed identitaria dei suoi appartenenti. Si possono considerare due principali fattori che incidono sulla eterogeneità dei "GASisti": il livello di strutturazione dei GAS e i valori di riferimento prevalenti degli individui in esame. Su tale base è ipotizzabile una struttura ideal-tipica per "cerchi concentrici", rappresentata a livello grafico nella figura 1.

Nel nucleo più ristretto si trovano i soggetti maggiormente motivati, con i più elevati livelli di consapevolezza dei principi che ispirano le economie solidali, impegnati nella sfera sociale e che mirano ad incidere sugli equilibri dell'assetto economico e politico "dominanti". Tra essi prevalgono i *self-expression values* e la loro appartenenza ai GAS (con frequenza a quelli più strutturati sul piano organizzativo) si incardina su un solido retroterra ideale e civico. Si possono distinguere due varianti a questo profilo. La prima riguarda le persone maggiormente "ideologizzate", che mirano ad una critica radicale dei modelli economici "dominanti". Queste auspicano un loro "superamento" in favore di modelli di "altra economia". La seconda variante si riferisce a persone, sempre consapevoli e impegnate, potremmo dire "riformiste", che non hanno l'obiettivo di "rovesciare", ma di ridefinire le pratiche economiche, creando nuovi meccanismi di partecipazione democratica.

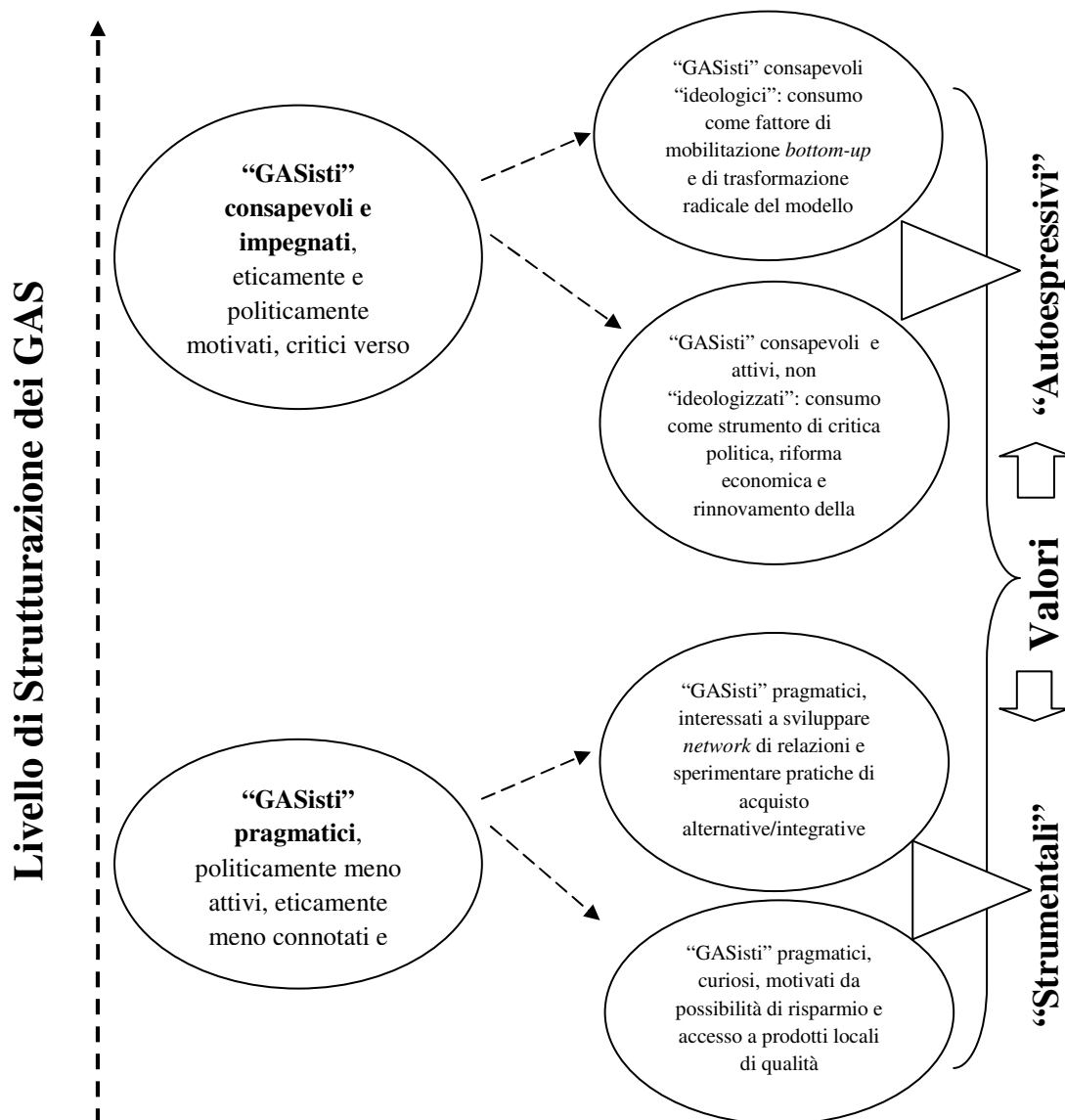
Nel secondo cerchio si colloca una categoria di appartenenti ai GAS (in genere meno strutturati sul piano organizzativo e/o di più recente costituzione) caratterizzati da un approccio "pragmatico". Sono politicamente meno attivi, eticamente meno connotati e consapevoli dei principi etici che informano le economie solidali. Anche in questo insieme, nel quale prevalgono valori "strumentali" piuttosto che "auto-espressivi", si possono distinguere due sottogruppi. Il primo è composto da "GASisti" interessati a sviluppare reti relazionali interpersonali e a sperimentare pratiche di acquisto alternative e/o integrative rispetto alle proprie scelte di consumo. Essi privilegiano la possibilità di ottenere prodotti di qualità o di origine certa, legati alla valorizzazione del territorio locale. Il secondo sottogruppo di "GASisti pragmatici" è costituito da new comers, che decidono di aderire soprattutto per curiosità. Sono anche motivati dal poter risparmiare sui costi della spesa, garantendosi l'accesso a prodotti di qualità di origine locale. Queste persone entrano di norma in un GAS sulla base del "passaparola" e di segnalazioni fornite dalle reti sociali informali.

Altri cerchi concentrici si allontanano progressivamente dal nucleo ristretto dei "GASisti" maggiormente consapevoli e impegnati. Uno di questi è composto da coloro che, pur facendo parte di un GAS, mettono in atto strategie complementari (prevalenti) di consumo (ad es. botteghe dell'equo e solidale, "punti bio", empori di acquisto solidale, ecc.). Un altro gruppo è costituito da quanti non fanno parte di un GAS, ma rappresentano potenziali nuovi aderenti, ricorrendo al circuito di "altro consumo" in integrazione alla grande distribuzione organizzata. Nei cerchi più esterni si collocano sia le persone che non si sono ancora avvicinate alle economie solidali o al consumo critico, ma potrebbero essere disposti ad "entrarvi in contatto", sia quanti non conoscono e/o non sono interessati a questo ambito.

I diversi profili presentati si distinguono per una contaminazione di caratteri, in un continuum idealtipico che si iscrive nell'immagine di "galassia molecolare". Le potenziali evoluzioni del fenomeno dei GAS non sono di facile interpretazione e richiedono ulteriori ricerche ad hoc. Tuttavia si può sostenere che nel quadro pluralistico e disincantato della democrazia, il consumo critico alimenta la mobilitazione di nuovi attori collettivi, tra i quali GAS. Tali network possono contribuire a riarticolare la struttura sociale delle

economie di mercato, specie nella transizione in atto da configurazioni per grandi blocchi omologanti, a molecolari aggregazioni di individui tenuti insieme da tessiture narrative di significati identitari.

Figura 1. La “galassia” degli aderenti ai GAS: una rappresentazione “ideal-tipica”



Fonte: Nostra elaborazione

4.2. Il consumo alimentare nel GAS

Dal lato della domanda dell’esperienza dei GAS, l’83% delle famiglie intervistate sostiene di acquistare attraverso il GAS prevalentemente beni alimentari. Inoltre, il 70% delle famiglie che hanno risposto di desiderare una maggiore diversificazione dell’offerta – a loro volta circa il 50% delle famiglie intervistate – richiede una maggior diversificazione dell’offerta alimentare. Relativamente alla qualità dei prodotti alimentari, seppur con una evidente preponderanza di quelli a marchio biologico, va detto che tutte le alternative di certificazione rientrano in diversa misura nella sfera dei GAS: biologico, biodinamico, macrobiotico, commercio equo, convenzionale. Osserviamo un’ampiezza media del GAS di 70 famiglie

(range [min, max] 12-190 famiglie), ed il 50% dei GAS costituiti da un range [min, max] di 33-95 famiglie. Il campione presenta una dimensione media della famiglia membro del GAS di circa 3 membri.³ Secondo i 22 *organizer* dei 20 GAS intervistati, la spesa alimentare effettuata dalle famiglie marchigiane attraverso il gruppo di appartenenza è mediamente di 92 euro mensili. Come controverifica, la stessa domanda è stata inserita nel questionario somministrato direttamente alla famiglia GASista dal quale emerge una quota di spesa alimentare media veicolata dal GAS pari a 130 euro approssimativamente il 20% della spesa alimentare media di una famiglia italiana (Istat, 2011).⁴ E' interessante notare che il 25% delle famiglie marchigiane intervistate afferma di spendere tra 200 euro e 500 euro mensili nell'approvvigionamento alimentare mediante il GAS di appartenenza. Questo significa che una quota non marginale di famiglie del campione effettua una quota prevalente di spesa alimentare attraverso il GAS. Informazione confermata dal 53% degli individui intervistati i quali affermano che il GAS rappresenta per loro e le loro famiglie il canale di approvvigionamento alimentare principale.

Una ulteriore indicazione su quella che è la capacità delle famiglie marchigiane di rifornirsi di alimenti attraverso il GAS viene fornita dai risultati della *Principal Component Analysis* (PCA, XLSTAT *output*) condotta rispetto alla quota percentuale di spesa catalizzata dal GAS, per singola categoria di prodotto, rispetto alla spesa alimentare familiare complessiva. Il fine è quello di esplorare la capacità familiare di sostituzione (*family replacement capacity*) dei canali distributivi convenzionali con il GAS. Dalla PCA eseguita mediante test di sfericità di Bartlett ad un livello di significatività Alfa = 0,050 senza rotazione degli assi, emerge il 63% circa di varianza spiegata da uno spazio vettoriale costituito da 2 componenti principali risultanti dalla correlazione tra 7 categorie di prodotto (tavola 1 e tavola 2).

Tavola 1. Autovalori.

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Eigenvalue	3.376	1.011	0.878	0.532	0.476	0.389	0.339
% of variance	48.225	14.449	12.539	7.597	6.798	5.551	4.841
% Cumulative	48.225	62.675	75.213	82.810	89.607	95.159	100.000

Fonte: nostra elaborazione

Interpretando l'output della PCA si considerano le 2 variabili latenti individuate come altrettanti "gradienti" in termini di capacità sostitutiva dei canali di mercato alimentare convenzionali con il GAS da parte della famiglia associata. La F1 viene definita "*the highest substitution capability of GAS*". Sono significative, con segno positivo, tutte le sette variabili reali considerate. Tra queste figurano i cereali (pasta, riso, farine), due prodotti tipici locali (olio extravergine di oliva, miele) e due categorie di prodotto caratteristiche dei canali di vendita del Commercio Equo e Solidale (zucchero, caffè, tè ed altre bevande analcoliche). La F1 suggerisce che la capacità di far crescere contemporaneamente il peso del GAS nel rifornimento alimentare riguarda quei beni che richiedono meno capacità organizzativa dal punto di vista della distribuzione e dell'intermediazione. Si tratta di i) prodotti stoccabili che dunque non richiedono una elevata frequenza nell'acquisto, ii) prodotti tipici e locali quindi facilmente reperibili presso aziende agricole

³ Su questo breve quadro descrittivo, va detto che i punti di riferimento rispetto ai quali sviluppare la presente analisi sono esigui. Dati quantitativi su produzione e consumi nell'ambito delle filiere GAS prima di questo lavoro erano praticamente assenti. Come caso di confronto consideriamo dunque una delle rare ricerche sviluppate sull'argomento, lo studio sui GAS condotto a livello nazionale da Carbone (2007). Tale studio, anch'esso di carattere esplorativo, rivela che i GAS italiani sarebbero costituiti mediamente da 15-30 famiglie e da una spesa alimentare media di circa 100 euro mensili.

⁴ Spesa alimentare media famiglia italiana equivalente a 461 euro mensili nel 2009 (ISTAT, 2011).

situate nei pressi dei nuclei urbani, iii) prodotti facilmente reperibili presso i rivenditori del Commercio Equo. La F2 mostra una relativa correlazione tra le variabili “pasta” e “farine”. Chiamiamo la F2 “*the elementary substitution capability of GAS*”. I cereali costituiscono l’alimento di base più tradizionale nella dieta, più facilmente reperibile nonché conservabile. Dunque nel momento in cui il GAS individua un canale di rifornimento per questi beni non si pone come una difficoltà quella di intensificarne la sostituzione a discapito dei canali di mercato convenzionali.

Tavola 2. Coordinate delle variabili.

Real variables	F1	F2
Pasta	0.691	0.517
Rice	0.770	0.138
Flours and other cereals derivatives	0.684	0.558
Extra virgin olive oil	0.627	-0.169
Coffee, tea & other non-alcoholic beverages	0.726	-0.387
Sugar	0.669	-0.389
Honey	0.685	-0.290

Fonte: nostra elaborazione

Si tenga presente che il paniere alimentare considerato nel questionario è composto da 19 categorie di prodotto. Dunque dall’esito della PCA risultano escluse 12 categorie, tra cui alcune, come carne, frutta e verdura, molto importanti sia nell’ambito della dieta italiana sia nell’ambito dell’attività propria dei GAS, particolarmente impegnati nella gestione degli ordini relativa ai prodotti alimentari freschi. La PCA sembra indicare, seppur indirettamente e non in maniera particolarmente chiara, che il GAS, impiegando notevoli sforzi organizzativi ad esempio nella gestione dell’approvvigionamento di prodotti freschi come frutta, verdura, carne e latticini, non è in grado di aumentare contemporaneamente la quota di spesa per queste categorie di prodotto. Vi riesce solo per le categorie meno complicate dal punto di vista dell’organizzazione e gestione degli ordini. Si tratta di tracce che indicano come il mondo dei GAS sia ancora ben lungi dal poter rappresentare un canale alimentare alternativo ed autosufficiente.

4.3. I fornitori agricoli dei GAS

Dall’indagine emergono tre tipologie di fornitore agricolo del GAS:

- Fornitore A, vende al GAS come canale principale, alternativo a quelli convenzionali intesi come tutti i canali di vendita escluso appunto il GAS (dunque GDO e/o altre SFSC convenzionali quali mense scolastiche, punto vendita aziendale, ecc.).
- Fornitore B, vende al GAS le eccedenze di produzione, cioè la quantità che non riesce a piazzare nei canali convenzionali.
- Fornitore C, per lui il GAS rappresenta un canale di mercato alla pari, dunque complementare, con le altre SFSCs in cui è già coinvolto (mense scolastiche, punto vendita in azienda, ecc.).

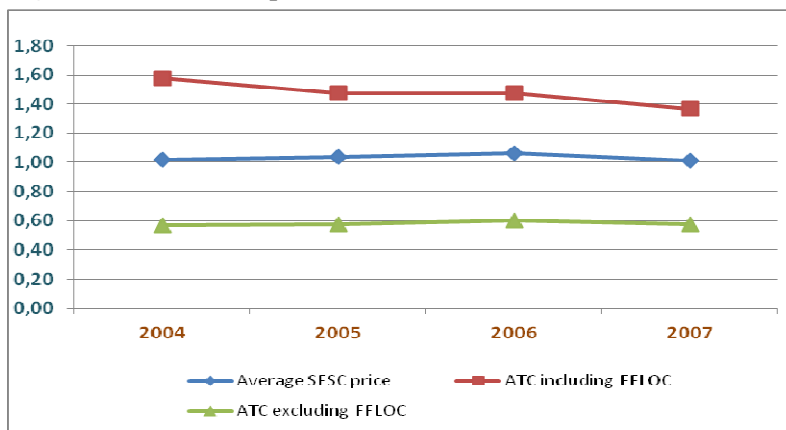
Relativamente al fornitore A, il prezzo che egli incassa è maggiore rispetto a quello medio di mercato per ogni prodotto scambiato. Dal lato della domanda invece il risultato appare ambiguo e contingente. Il prezzo pagato dal socio del GAS al fornitore A può essere minore, uguale o maggiore di quello pagato attraverso i canali convenzionali in funzione della differenza tra la variazione di valore percepito a seguito del cambio di filiera e la variazione di costi di trasformazione e distribuzione dovuta sempre al cambio di filiera. Si consideri, relativamente ai prezzi dei beni alimentari acquistati attraverso il GAS, che il 14,1 % degli intervistati afferma che tali prezzi sono mediamente superiori rispetto a quelli di mercato, il 28,8% che sono mediamente inferiori, il 55,7% simili. Le cause di un eventuale scostamento di prezzo al ribasso del GAS rispetto ai canali di mercato di massa vengono imputate dal 63% degli intervistati alla riduzione lunghezza della filiera, il 30% al volume di prodotto acquistato attraverso il gruppo. Tra le cause di eventuali scostamenti al rialzo, il 37% degli intervistati individua la maggior garanzia di qualità offerta dal GAS ed il 35% degli intervistati la maggior garanzia di qualità insita nel rapporto di fiducia instaurato con il produttore.

Il fornitore agricolo di tipo B, pur essendo generalmente un produttore certificato *bio*, sembra sperimentare che il mercato della qualità non sfugge al tipico problema della sovrapproduzione agricola dovuto alla competitività sui prezzi. Per il fornitore di tipo B è il GAS che decide il prezzo di acquisto. Il caso è teoricamente simile a quello in cui il compratore a cui l'agricoltore si rivolge è la GDO. Il GAS, come qualsiasi altro compratore-distributore che si avvantaggia della competizione orizzontale nel mercato agricolo, determina il prezzo esercitando, di fatto, potere di monopsonio. In tali circostanze, favorendo un mercato fortemente competitivo, il GAS partecipa alla pressione sui costi di produzione sostenendo, inconsapevolmente, comportamenti produttivistici nell'agricoltore stesso. Tali comportamenti, uniti all'inefficienza dei sistemi istituzionali di certificazione della qualità, determinano una riduzione della garanzia di qualità apportata dai marchi ed un conseguente incremento del rischio di trovarsi, al momento del consumo, di fronte a marchi "bio-convenzionali". Il GAS in quanto canale di mercato, riducendo le perdite sulla sovrapproduzione che a sua volta è un problema classico dei mercati agricoli concorrenziali, va considerato un fattore positivo nel breve periodo, un effetto tampone per un'azienda in difficoltà in quanto ne contiene i costi sommersi. Nel lungo periodo le cose cambiano. Il fornitore di tipo B evidenzia che il GAS, similmente ai canali distributivi convenzionali, può esercitare una forza competitiva che spinge la produzione di qualità a competere sui prezzi e conseguentemente a comprimere la qualità stessa verso il livello standard. Naturalmente il caso in cui un produttore di qualità, ad esempio certificata bio, vende una parte della sua produzione nei canali della grande distribuzione incorre nella medesima "trappola".

Infine il fornitore agricolo di tipo C è quello per cui il GAS rappresenta un canale di mercato al pari delle altre SFSCs in cui è già coinvolto (mense scolastiche, punto vendita in azienda, ecc.). I prezzi applicati al GAS sono gli stessi applicati alle altre SFSC, gli scostamenti di prezzo, in accordo con la legge della domanda, sono dipendenti esclusivamente dal volume degli acquisti. Dal lato della domanda, riguardo ai prezzi, vale quanto affermato per il fornitore di tipo A. E' evidente che per il fornitore C il GAS svolge un virtuoso ruolo di stabilizzatore del reddito, ampliando e diversificando la rete di vendita. Detto questo rimane il problema di quale sia il livello di reddito stabilizzato, in particolare il livello di reddito agricolo familiare (FFI). A tal proposito la figura 1 evidenzia il problema del FFI nell'ambito di una SFSC. Le aziende agricole rappresentate nella figura impiegano esclusivamente lavoro familiare; il costo opportunità del lavoro agricolo familiare (FFLOC) rappresentato è stato individuato, come punto di riferimento, sulla base del regolamento nazionale (INPS, 2008) sui minimi salariali per i lavoratori agricoli. Nonostante si tratti di una SFSC, il prezzo di equilibrio di lungo periodo – uguale ai costi medi totali (*Average Total Cost*, ATC) tanto in concorrenza perfetta che in concorrenza monopolistica – è lungi dall'essere raggiunto. La figura mostra come il mix-prodotto orticolo nell'ambito della SFSC considerata remunera circa la metà del lavoro

familiare impiegato nell'impresa. In altre parole, di ogni due ore lavoro impiegate ne viene remunerata circa una. In tale contesto, l'incentivo a creare la propria SFSC da parte dell'agricoltore non si compie efficientemente, come del resto rilevato da Giovagnoli da una prospettiva sociologica nel paragrafo 4.4, relativamente al tema dell'organizzazione dei mercati, alle volte vissuta come fatica personale, dai fornitori dei GAS, piuttosto che come impresa da compiere in maniera collettiva.

Figura 1. Prezzo mix-prodotto ed incidenza del FFLOC sull'ATC (Euro per kilogrammo)



Fonte: nostra elaborazione

4.4. I “nuovi” produttori: le voci delle imprese e dei produttori dell'economia solidale

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* (tutto ciò che ha a che fare con “l'alimentare”, comprendendo anche il “servizio” di fornitura di alimenti, ad esempio) e settore *non-food*. Per quanto riguarda la prima distinzione (l'appartenenza territoriale), questa ripercorre una lettura del territorio regionale delle Marche in senso longitudinale (nord/sud), con alcune diversità di natura organizzativa, ed una trasversale (costa/entroterra); 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 – temi questi ampiamente e da lungo presenti negli studi sul modello marchigiano

La “copertura” produttiva delle imprese legate alla produzione alimentare (quelle che abbiamo definito 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. Se dal settore *food* ci si sposta a quello *non-food* ritroviamo le tracce evidenti della “svolta” in senso “sostenibile” (compatibile, ecologica, etica, etc.) 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 in Italia anche se con storie ed esiti altalenanti. Ci riferiamo in particolare ai due settori dell'edilizia e dell'energia. Nel *panel* considerato vi sono anche soggetti inseriti in un altro settore in grande e continua espansione, quale quello informatico/telematico e delle comunicazioni. 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. 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 (EA) e del turismo naturalistico.

Per quanto riguarda la dimensione *food*, l'osservazione preliminare è ovviamente l'assoluta prevalenza di forme d'impresa direttamente o storicamente connesse con le espressioni familiari, 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.

Le biografie. Come ci si potrebbe attendere, le persistenze sono ben presenti nelle biografie dei soggetti maggiormente legati al dato rurale. Molte delle esperienze narrate si fondano sulla continuità con la famiglia d'origine, una continuità che è spesso segnata da profonde modificazioni sia in termini culturali che culturali (una tra tutte la predominanza della coltivazione biologica). La medesima motivazione che spinge alla persistenza – il valore della produzione agricola, la qualità territoriale, l'alleanza con la terra – è alla base anche dei nuovi insediamenti, degli *ingressi* in regione di una parte dei testimoni incontrati. L'arrivo da fuori regione si configura attraverso due modalità distinte, quella del *nòstos*, del ritorno da un allontanamento contingente di chi comunque ha radici già presenti sul territorio, o quella della *fuga* da un realtà altra, provenendo da contesti territoriali giudicati insoddisfacenti sia per le loro condizioni climatiche, sia per l'ambiente socioeconomico. *L'ingresso* è dunque un ingresso consapevole. Se nell'immaginario collettivo una particolare tipologia di scelte – legate al mondo dell'agricoltura biologica e biodinamica, alla solidarietà militante, alla tensione etica che porta verso un'empatia profonda con l'altro e addirittura con il mondo naturale considerato alla stregua di un "pari grado ontologico" – può far pensare che tali scelte determinino una separazione anche conflittuale, una linea di faglia non riducibile con il pensiero *mainstream* (quindi da un lato una autocollocazione ai margini come rifiuto esplicito del sistema che viene messo sotto accusa, esplicitamente ed implicitamente, dal proprio stile di vita e di lavoro; e dall'altro una sorta di conflitto a più o meno bassa intensità che caratterizza le relazioni con economia e società convenzionali, *mainstream* appunto), il *panel* contattato mostra invece come, sebbene spesso caratterizzate dalle difficoltà e dalle ristrettezze sia nella fase di avvio che in quella della maturità, sebbene consapevolmente critiche nei confronti di una organizzazione economica e sociale ritenuta insostenibile, se non anche indesiderabile, più di rado (ma di fatto mai) le esperienze analizzate si pongono volontariamente ai margini della società in termini di scelte radicali di vita. Da questo punto di vista, riprendendo una fortunata definizione di Osti (2006) nei riguardi dei consumatori solidali, le esperienze analizzate si pongono di norma in un contesto *alternativo*, ma non *antagonista*, orientato magari ad una "sobrietà felice" (Bologna et al. 2000) (per chi riesce nell'intrapresa, magari), ad una ridefinizione delle priorità di benessere anche dentro la sfera

(ridefinita) del consumo, facendo i conti con lo scambio di mercato ma nel contesto di quella “poligamia di scambio” sopra citata. La strategia è piuttosto quella dell’*exit* che quella della *voice* (Hirschman 1982).

Per quanto riguarda il food, il *panel* intervistato ha effettivamente restituito una fotografia delle proprie attività che ci permette di apprezzarne un relativamente alto grado di differenziazione. Un primo gruppo è rappresentato da imprese rurali di una certa complessità e differenziazione, che comprendono in sé sia l’attività agricola biologica che l’accoglienza agrituristica. Un secondo gruppo, numeroso, è costituito da aziende agricole (sia di tipo familiare che cooperativo) che producono e in larga parte riassorbono la produzione agricola per il proprio bestiame, o per le proprie attività di trasformazione (es. forno, frantoio); di norma le dimensioni delle aziende vanno dai 20 ai 50 ettari diversamente impiegati.. Un terzo gruppo rilevabile mostra una prevalente o unica attività legata all’allevamento, ad esempio quello ovicaprino (con la produzione sia di carne che di formaggio), api, animali da cortile. Un ulteriore ed ultimo gruppo di imprese trasforma prodotti provenienti dai circuiti del biologico regionale, o dall’equo e solidale, con una forte valenza comunque di legame territoriale, come nel caso della molitura di cereali, della panificazione e pastificazione, della cioccolata e pasticceria.

Le Reti. Le indicazioni emerse dai colloqui con il *panel* di interlocutori danno segnali di complessa interpretazione, soprattutto se si cerca di individuare, nella rete di relazioni espressa dai soggetti produttori, una qualche forma di stabilità e di sistematicità, una intenzionalità che non si limiti alla “necessaria” relazione con i vicini ma che venga perseguita con un certo grado di consapevolezza. Ciò che emerge a riguardo è ancora una volta ambivalente, in quanto con realtà consimili si scambiano in linea di massima conoscenze, piuttosto che relazioni stabili e strutturate, spesso superando anche il vincolo della prossimità territoriale, ma in ogni caso non sembra emergere una strategia consapevole di rete. Se si considera in prima battuta l’ambito rurale, l’espressione più ricorrente, soprattutto nei riguardi di realtà convenzionali nel medesimo ambito, è quella del “buon vicinato”, vale a dire della coesistenza che però non dà adito a particolari sinergie o collaborazioni, se non su specifiche relazioni personali, fatto questo che da un lato conferma una certa persistenza della forza coesiva del territorio, al di là delle appartenenze, ma dall’altro impone una attenta riflessione sulla necessità per le imprese dell’ES di “cercare” relazioni con realtà consimili. Anche con i fornitori le imprese si relazionano con grande diversità a seconda delle dimensioni e del settore. Per fare un esempio, i trasformatori di materie prime agricole hanno sovente coi fornitori semplici relazioni di mercato, certamente connotate dal comune muoversi entro l’area ad es. del biologico, ma comunque condizionate da un certo grado di impersonalità, mentre in esperienze più di nicchia, come nel caso della bioedilizia, i rapporti con i (rari) fornitori sono più personalizzati perché necessariamente improntati ad una ricerca più accurata, ad una individuazione più laboriosa. Alcune esperienze, ancora nel settore agricolo e rurale, segnalano invece un successo nel creare relazioni con produttori complementari – ad esempio tra produttori di foraggio e allevatori.

Il Mercato. Anche se non per la totalità delle realtà prese in esame, va sottolineato che la particolarità comune di relazione di vendita è quella diretta con i singoli, i privati, che acquistano individualmente in azienda; questa modalità si fonda essenzialmente sull’esistenza di profondi legami fiduciari e consuetudinari, con la possibilità del rapporto faccia a faccia e con la continuità – alle volte anche generazionale – della relazione fondata sulla costanza del prodotto e del servizio. L’elemento della fidelizzazione del cliente è ricorrente nelle strategie relazionali con la clientela e la creazione di fiducia si configura proprio come una strategia aggiuntiva accanto alle abilità produttive; non a caso la continuità della relazione assume una rilevanza sempre sottolineata, inserendo la questione del tempo come questione centrale nella descrizione del successo dell’impresa. Di contro, la maggiore difficoltà di sviluppare rapporti di lungo periodo, situati in

contesti amichevoli ed informali di vicinanza, magari in ambienti di pregio territoriale, rischia di rappresentare una difficoltà nel settore *non food*. Le relazioni tra produttori e GAS sono improntate ad una netta ambivalenza. Diverse sono le problematiche: laddove la percentuale di vendite assicurata dal GAS è rilevante, c'è il problema della stagionalizzazione delle richieste, col picco negativo estivo; ci sono casi di relazioni con gruppi di acquisto (non-GAS, in un caso anche un GAS) fuori regione; in molti casi i rapporti sono solo allo stato nascente e abbisognano di maggiore strutturazione, o se vi sono stati contatti sono andati persi; vincoli sui prodotti *non-food*, in particolare quelli energetici, ma anche per la bioedilizia; fastidio anche per l'intermediazione "etica", come nel caso della bioedilizia; alcuni GAS chiedono prezzi bassi ma non supportati da adeguati ordinativi; alle volte sono più agevoli i contatti con GAS fuori regione; la "solidarietà" è a volte nei confronti del gruppo e non del produttore e l'aspetto dell'acquisto prende il sopravvento⁵; gli apporti economici delle vendite ai GAS sono alle volte poco rilevanti; ci sono problemi di organizzazione interna e dipendono molto dal lavoro di pochi leader. Ma accanto a queste criticità rilevate occorre segnalare che altri segnalano ottimi rapporti coi GAS, unitamente alla necessità di stringere relazioni di conoscenza più forti e dirette; in diversi casi la crescita delle imprese è stata sostenuta da rapporti privilegiati con un GAS.

Il Territorio. Quello di "territorio" non è un concetto condiviso. Una definizione può essere quella di una superficie delimitata in relazione ad un sistema attivo (Gubert, 1987) o quella, nella precisa indicazione della Scuola Territorialista, di un soggetto vivente ad alta complessità (Magnaghi 2010), definizione che include luoghi, identità, carattere, storia, persistenze, strutture di lungo periodo. Nel *panel* intervistato sovente invece l'interpretazione dei soggetti nei confronti del termine "territorio" coincide con quella di "ambiente di vita e di lavoro", ed in quanto tale emerge senza eccezione l'apprezzamento per il territorio regionale, in termini di amenità, salubrità, piacevolezza di condizioni di vita, in breve per la qualità del territorio stesso.

Completamente diverso è il discorso relativo alle relazioni con il territorio in quanto *locus* istituzionale degli Enti locali, delle associazioni di categoria, datoriali o sindacali; su questo versante la spaccatura nel mondo dell'ES contattato è netta e di fatto con pochissime eccezioni che confermano casomai la regola. Da un lato, vi è una differenza fondamentale riguardante la dimensione delle imprese e la loro natura economica: le più ampie in termini di copertura territoriale, su settori innovativi di punta e con funzioni relazionali (quelle finanziarie, energetiche, consortili su scala regionale, etc.) intrattengono relazioni stabili e diversificate con una pluralità di soggetti istituzionali associati di rappresentanza, con Enti locali, etc. Per il resto la stragrande maggioranza delle imprese dichiara di non avere rapporti con i soggetti sopracitati, se non di carattere meramente strumentale e impersonale (es. tenuta della contabilità), ed anzi in molti casi (in particolare le realtà medio-piccole) si esprimono in termini estremamente negativi, di perdita di rappresentanza e di ruolo, di proposta ed in ultima istanza proprio di rappresentanza; ciò vale anche per le "storiche" associazioni di rappresentanza.

Medesime difficoltà di relazione tra imprese dell'ES e l'universo istituzionale vengono confermate con riferimento alla questione del finanziamento delle attività delle imprese stesse. In linea di massima due sono le osservazioni costanti, riguardanti una la mancanza di linee di finanziamento privilegiate per le imprese; un'altra la diversa posizione delle imprese stesse (del settore rurale) nei confronti di strumenti come il Piano di Sviluppo Rurale, giudicato uno strumento utile ma destinato ad imprese di dimensioni critiche elevate e/o di grande capacità progettuale in termini di dimensionamento delle richieste. In aggiunta, la

⁵ Nelle efficaci parole di un produttore: "La 'S' rappresenta la solidarietà nei confronti del gruppo ma poco nei confronti del produttore".

eccessiva burocratizzazione e complessità delle pratiche viene di fatto a porsi come una ulteriore barriera all'accesso, con effetti sostanzialmente demotivanti.

Formazione. La gran parte delle imprese coinvolte è di dimensioni contenute, aziende a conduzione familiare sorte con una continuità/discontinuità con le precedenti generazioni – con le quali alle volte rimangono in rapporto collaborativo – in particolare (ma non solo) nell'ambito rurale. Per la quasi totalità dei casi presi in esame, sia nel settore *food* che in quello *non food*, la formazione sia dei titolari che dei dipendenti, degli operatori, dei collaboratori etc. è avvenuta sul campo, attraverso processi di autoformazione o comunque di formazione “interna” e reciproca; in alcuni casi l'impresa si avvale di competenze familiari ma formate all'esterno (es. l'Università); in altri casi la trasmissione delle competenze è intergenerazionale, o avviene tramite persone (ad es. lavoratori) a loro volte formatesi con l'esperienza. Alcune di queste realtà, nate con l'autoformazione, investono successivamente nella ricerca, fungendo a loro volta da riferimento per altre realtà. Le generazioni più giovani cominciano ad accedere alla formazione più formalizzata, come nei corsi regionali.

I nodi. In primo luogo, la necessità della rete come modalità relazionale è avvertita, in parte praticata, ma non sembra sempre, nel segmento osservato, una priorità, o quanto meno non ancora, non in modo esplicito. In secondo luogo, la questione dell'organizzazione dei mercati alle volte sembra vissuta come fatica personale piuttosto che come impresa da compiere in maniera collettiva.

Infine, prendendo ancora in prestito una riflessione hirschmaniana (Hirschman 1983), esistono ambivalenze in quelle che possiamo definire latamente connessioni a monte e a valle, in particolare per quanto riguarda le relazioni con il mondo istituzionale da un lato e i GAS dall'altro. Ambivalenze che in gran parte riguardano, come già osservato, se si è collocati in un settore merceologico piuttosto che in un altro, se si riesca o meno a veicolare la particolarità del proprio prodotto, se si è sviluppata una diffidenza nei confronti di strutture pubbliche e private scollegate dalle proprie esigenze produttive e/o relazionali.

5. CONCLUSIONI

In conclusione due paiono le questioni cruciali che riguardano gli scenari evolutivi delle economie solidali. Il primo di natura politica, introduce un tema centrale: l'emergere, nell'ambito delle società modernizzate, di tessuti sociali di cittadini che rivendicano capacità di azione e determinazione politica a prescindere dai canali della rappresentanza. Anche i GAS sono riconducibili a tali dinamiche, a nostro avviso innovatrici ma problematiche per quel che concerne la necessità di nuove articolazioni del processo democratico. Infatti, come messo in luce da Furedi (2009), l'attivismo dei consumatori prospera in condizioni di apatia e disimpegno sociale. In altri termini, il successo di queste reti di cittadinanza è strettamente legato al calo generalizzato della fiducia verso il sistema politico. Tale tipologia di attivisti considera le sue iniziative come una alternativa più valida della democrazia parlamentare. Il loro atteggiamento nei confronti della partecipazione politica manifesta un forte *ethos* antidemocratico. In tal senso, secondo Bauman (2007), la critica dei movimenti dei consumatori alla democrazia rappresentativa è fondamentalmente antidemocratica. Essa si basa sull'idea che delle persone non elette dal popolo, ma animate da elevati fini morali, abbiano più diritto a rappresentare le istanze dei cittadini che non i politici regolarmente eletti sia pur in un sistema imperfetto. Sul piano formale e sostanziale della battaglia politica che si gioca sul mercato (determinazione delle domande sociali), tale questione è ancora aperta. In prospettiva vi è necessità di una vera e propria strategia di innovazione democratica tesa a rappresentare in senso pieno gli interessi diffusi che si creano all'interno di società pluralistiche e altamente differenziate.

La seconda questione concerne l'obiettivo di rendere più efficienti in senso economico queste esperienze di reti economiche solidali. Ciò implica il passaggio da un puro spontaneismo vocazionale e territoriale a meccanismi organizzativi di produzione e consumo alternativi maggiormente strutturati e tecnicamente efficaci. Il modello di DES sinteticamente descritto in apertura appare una feconda via per realizzare tali finalità. Come ogni mercato, anche le reti economiche solidali sono sistemi informativi, ambienti dove la cooperazione degli attori è connessa ad una buona circolazione delle informazioni sui fattori produttivi, i prezzi e nel caso specifico, sulle buone pratiche. L'idea che informa il modello cerca di strutturare sistemi di regolazione più connotati da aspetti tecnici e di servizio, propri delle economie tradizionali. In definitiva un DES dovrebbe rendere più efficiente il coordinamento istituzionale delle risorse interne a queste forme alternative di economia, migliorandone *performance* e facilitandone l'espansione verso crescenti quote di cittadinanza.

Sulla strada verso l'efficacia politica e l'efficienza economica dal lato dell'offerta, diviene cruciale, per la credibilità stessa del settore eco-equo-sol, abbandonare la stagione dell'entusiasmo che giustifica l'improvvisazione ed addentrarsi in un confronto serrato con la qualità – di prodotto, di servizio – che toglie al settore ogni alibi per la marginalità e proporsi, se non come alternativa economica su vasta scala, quantomeno come buona pratica replicabile in differenti contesti. Circa la relazione mezzi-fini, questa appare quasi come la sostanza di un nuovo o rinnovato modo di produrre, non dimenticando mai che nella tensione etica questa relazione ha una sua centralità, sin dai tempi delle riflessioni gandhiane, solo per fare un nobile esempio. Con riferimento alle numerose riflessioni sul tema del capitale sociale, è evidente che qualsiasi ipotesi distrettuale non può funzionare a lungo senza meccanismi ben oliati di comunicazione, fiducia, reciprocità progettuale e quant'altro tra *tutti* gli attori in gioco, e con una stabilità temporale sufficientemente di lungo respiro.

Rispetto al complesso passaggio dall'attivismo politico ad una struttura alternativa di produzione e consumo che abbia in se le proprietà della solidità, dell'efficienza ed una visione della "solidarietà" che sia di ampio respiro e larghi orizzonti in uno paradigma di concretezza applicativa, consideriamo infine, sinteticamente, un elemento critico essenziale nell'ambito di quello che all'attualità è il "laboratorio economico" sviluppato dal movimento dei GAS. Il laboratorio economico è la filiera alimentare e l'elemento critico è *il valore di equità* contenuto negli alimenti. L'attenzione al "fattore equità" si ricollega a quanto detto in introduzione circa il tentativo di interpretare, con l'aiuto dello studio realizzato, lo "spazio-tempo"⁶ che intercorre tra l'atto politico incorporato nel concetto di *economia solidale* e l'atto economico incorporato nel concetto di *filiera corta*. Rispetto al valore di equità interno all'alimento, il presente studio evidenzia alcuni principi di riflessione che, se lasciati emergere, potrebbero risultare utili al movimento dei GAS, pur essendo elementi riconducibili ad un insieme di casi empirici molto circoscritti, non inferenzialmente

⁶ Il problema spazio-temporale associato alla percezione del problema della *food security* e dunque della sopravvivenza della specie umana così come alle sorti del pianeta in funzione del *cambio climatico* viene percepito dagli individui costitutivi dei nuclei consapevoli della società (come i GAS) da un punto di vista cosciente, inconscio-istintuale o entrambe le cose? Cosa significa filiera corta nell'immaginario dei GAS? Jung definisce spazio e tempo, citando Kant (Critica della ragion pura), come concetti puri utilizzati dalla coscienza per interpretare i corpi in movimento ma, sulla base del concetto di *sincronicità* da Jung individuato (1946) a partire dalle sperimentazioni di Rhine (1934) su *extra-sensory perceptions* (ESP) e *psychokinesis* (PC, Rhine, 1948) e sviluppato con la collaborazione del fisico Premio Nobel Wolfgang Pauli (1952), spazio e tempo appaiono come dimensioni non assolute ma relative e soggiacenti ai contenuti psichici dell'*inconscio collettivo*. Si menziona il fatto che il fenomeno junghiano della "sincronicità" è studiato da tempo e soprattutto dai fisici quantistici (Teodorani, 2006). Gli *archetipi* junghiani sono *patterns of behaviours* così come lo è il processo iterativo-evoluzionistico della *New Institutional Economics* (Mantzavinos, 2001) o quello ottimizzante della *Neoclassical Economics*. La differenza sta evidentemente nell'origine inconscia del comportamento nel caso dell'impostazione psicoanalitica junghiana, cosciente e razionale nel caso dell'impostazione scientifica dell'economia applicata. I GAS dimostrano di essere un'esperienza politica che parte da specifiche realtà sociali ed individuali, un'esperienza capace di percepire problematiche, di immaginare e creare soluzioni rispetto al problema dello sviluppo sostenibile, dell'economia solidale e di molti altri simboli condivisi da un numero crescente di movimenti a livello mondiale consapevoli ed impegnati nel problema complesso della creazione di un futuro "altro". Questi movimenti, seppur a volte reciprocamente influenzati, solo raramente, come detto, risultano tra loro collegati ed organizzati. In questo senso la natura spazio-temporale dell'esperienza soggiacente alle *Solidarity Economies* sembra effettivamente tanto relativa e sincronistica (nel senso junghiano) quanto condiviso è il bagaglio psichico ed emotivo del capitale umano e sociale che ne è alla base nel confrontarsi con un problema universale di sopravvivenza della specie.

rappresentativi di alcuna popolazione né di imprese né di consumatori. Comunque si ritiene degni di nota per la loro specificità e emergenza al di fuori delle “medie” comportamentali del nostro tempo, tempo in cui, si spera, la devianza dalle medie possa essere un auspicio di rigenerazione istituzionale in funzione delle rivoluzioni in atto sul piano umano, sociale e climatico.

Innanzitutto la percezione del problema dell’equità nel mercato alimentare fa emergere il problema del reddito agricolo – e dunque di tutto ciò che da esso ne discende in termini di sostenibilità ecologica, sicurezza alimentare ed equità sociale – il quale rimane critico pur in un’ottica di SFSC e di mercati di qualità che inesorabilmente tendono a cadere vittima della concorrenza e dunque dell’omologazione di prodotto. Data l’epoca in cui viviamo, e le contingenze nazionali con cui ci stiamo confrontando in Italia ed in Europa, con un particolare occhio di riguardo per gli amici greci, parlare di problema del reddito come fosse esclusivamente un problema degli agricoltori sembra specioso. Ma uno dei problemi centrali che ci poniamo in questa sede non è quello dello svantaggio del settore agricolo o dell’agricoltore rispetto agli altri contesti economici o sociali, svantaggio tra l’altro spesso non verificato. Il problema semmai è quello del ruolo dell’agricoltura e dell’economia alimentare nella storia futura dell’umanità. Dallo studio non emerge una traccia evidente che l’accorciamento della filiera sia in grado di risolvere il problema del reddito agricolo. Inoltre i GAS sembrano per il momento in grado di sostituire sinergicamente ed in maniera complementare quei prodotti alimentari, cereali *in primis*, per i quali l’accorciamento della filiera è più complicato, data la loro natura di prodotti che vengono consumati trasformati e confezionati. La maggior parte della nostra dieta è affidata ad alimenti trasformati e confezionati. Dunque, forse, l’interpretazione di “lunghezza” nel concetto di filiera andrebbe meglio indirizzata al fine di essere più efficace.

Il contenuto, sia simbolico sia concreto, di *short food supply chain* (SFSC) diventerebbe maggiormente efficace se venisse trasformato nel concetto di *seed & food supply chain* (S&FSC). Il problema cruciale al centro del nostro futuro, come sappiamo, è legato alle materie prime. La loro scarsità, il loro uso, la proprietà delle stesse. Il problema della spinta produttivistica innescato a seguito della caduta del reddito non risparmia di certo l’agricoltura biologica. L’agricoltura biologica è un’agricoltura industriale quanto l’agricoltura convenzionale in funzione del fatto che la monocoltura rappresenta praticamente il totale dell’agricoltura biologica praticata e le sementi biologiche sono sementi industriali al pari delle sementi convenzionali.⁷ Fintantoché l’agricoltura biologica o qualsivoglia altro tipo di agricoltura “*political revolutionary*” sarà basata sulla monocoltura, difficilmente una tale agricoltura potrà rivelarsi la chiave di volta per la soluzione dei dilemmi ad essa legati. Ma affinché sia possibile concepire un sistema agroalimentare moderno, proiettato verso il futuro anziché il passato e, contemporaneamente e in maniera apparentemente contrastante, fondato sulla *policoltura* che è una pratica agronomica appartenente al passato, è necessario che l’attenzione del cittadino attivo si sposti più a monte risalendo la filiera, fino alle sementi.

Affrontare la delicata quanto ineludibile questione della proprietà e delle caratteristiche naturali delle sementi (Shiva, 2005) significherebbe accelerare di molto il processo di crescita dei movimenti di cittadinanza attiva particolarmente sensibili al tema sociale, alimentare ed ambientale quali sono i GAS. Fintantoché non verrà ripristinata la sovranità dell’individuo e della società sulle sementi (cereali *in primis*) e conseguentemente un livello di biodiversità territoriale locale capace di consentire un tipo di agricoltura di tipo *Low External-Input Technology* (LEIT, Tripp, 2006), quelli di sostenibilità, e di sviluppo locale aperto e solidale con il mondo esterno, rimarranno soprattutto concetti politici, nobili ma facilmente strumentalizzabili.

⁷ Le sementi bio non necessariamente sono prodotte mediante sistemi di coltivazione biologici e possono essere sottoposte a metodi di selezione molto intensi proprio al fine di ottenere particolari caratteristiche che ne consentano una miglior efficacia sul piano produttivo nell’ambito di un disciplinare agronomico per l’appunto biologico od organico che dir si voglia.

REFERENCES

- Agamben, G., Badiou, D., Bensaïd, A., Brown, W., Nancy, J. L., Ranciere, J., Ross K. e Zizek S. (2010), *In che stato è la democrazia?* Roma: Nottetempo.
- Augé M. (2004). *Perché viviamo?* Meltemi, Roma.
- Bauman, Z. (2007), *Homo consumens*, Roma: Erickson.
- Bologna G. et al. (2000). *Invito alla sobrietà felice*. EMI, Bologna.
- Brunori G., Rossi A. e Guidi F. (2011). On the New Social Relations around and beyond Food. Analysing Consumers' Role and Action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). *Sociologia Ruralis* Vol. 52 n.1, January 2012.
- Carbone, A. Gaito, M. and Senni, S. (2007). Consumers' Buying Groups in the Short Food Chains: Alternatives for Trust. In: 1st International European Forum on: *Innovation and System Dynamics in Food Networks*. Innsbruck, Austria, 15-17 February, 2007. Innsbruck Igl: *European Association of Agricultural Economists*.
- Carboni, C. (2007), *Le due Italie e la cittadinanza competente*. *Reset* 104.
- Carboni, C. (2008), *La società cinica. Le classi dirigenti italiane nell'epoca dell'antipolitica*, Roma-Bari: Laterza.
- Cochrane, W. (1979). *The Development of Industrial Agriculture: A Historical Analysis*. University of Minnesota Press. Minneapolis, MN.
- Colombo, F. (2000), *Il cittadino conta troppo poco con internet potrà contare di più*. *Tèlema* 19.
- de Bont, C. Bolhuis, J. Boone, J. Everdingen, W. Jager, J. Oltmer, K. (2005). *Market signals for organic farming*. Report 2.05.03, LEI, The Hague, The Netherlands.
- Donolo, C. (1997), *L'intelligenza delle istituzioni*, Milano: Feltrinelli.
- Douglas, M. e Isherwood, B. (1984), *Il mondo delle cose*, Bologna: il Mulino.
- Ellis, F. (1992). *Agricultural policies in developing countries*. Cambridge University Press.
- Ellis, F. (2003). *Peasant Economics*. 3rd ed. Cambridge University Press.
- Eurostat. (2010). *Agricultural Statistics, Main results 2008-09*. Eurostat, European Commission. [Online] Available at: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-ED-10-001/EN/KS-ED-10-001-EN.PDF [Accessed 01 June 2011].
- European Commission. (2012). *European Bioeconomy*. [Online] Available at: http://ec.europa.eu/research/bioeconomy/news-events/news/20120423_en.htm [Accessed 1 May 2012].
- Furedi, F. (2009). *Consuming Democracy: Activism, Elitism and Political Aparthy*. Paper, www.geser.net/furedi.html.
- Goodman, D. (2002). Rethinking food production-consumption: integrative perspectives. *Sociologia Ruralis* 42, 4: 271-277.
- Goodman, D. (2010). Place and space in alternative food networks: connecting production and consumption. In Goodman, D., Goodman, M. and Redclift M. (eds.), *Consuming space: placing consumption in perspective*. Ashgate, Farnham, Surrey.
- Gubert R. (1987). *Territorio*. In F. Demarchi, A. Ellena e B. Cattarinussi, *Nuovo dizionario di sociologia*. Ed. Paoline, Milano
- Hirschman A.O. (1982). *Lealtà, defezione, protesta*. Bompiani, Milano
- Hirschman A.O. (1983). *Ascesa e declino dell'economia dello sviluppo e altri saggi*. Rosenberg & Sellier, Torino.
- Horlings, I., Kitchen, L., Marsden, T. and G. Bristow. (2010). Exploring the potential contributions of the

- bio- and eco-economy to agri-food and rural regional development. *Working Papers Series N.60* The Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability & Society. Cardiff: BRASS.
- Istat. (2011). *I consumi delle famiglie*, anno 2009. Annuari n.16. Roma: Istat. [Online] Available at: http://www.istat.it/dati/catalogo/20110405_00/ann_11_16_I_consumi_delle_famiglie_2009.pdf [Accessed 01 June 2011].
- Jung, C.G. (2011). *L'analisi dei sogni, gli archetipi dell'inconscio, la sincronicità*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Latouche, S. (2011). *Come si esce dalla società dei consumi*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Magnaghi A. (2010). *Il progetto locale*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Mantzavinos, C. (2001). *Individuals, Institutions, and Markets*. Cambridge University Press.
- Moro, G. (1998). *Manuale per la cittadinanza attiva*. Roma: Carocci.
- Moscovici S. (1976). *Social influence and Social change*. London: Academic Press.
- Murdoch, J. Marsden, T. K. Banks, J. (2000). Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography* 76(2), pp.107-125.
- OECD. (2009). *The Bioeconomy to 2030. Designing a Policy Agenda*. OECD.
- Orazi F. (a cura di) (2011). *a.DES.so. Economie solidali e cittadini consapevoli*, Ancona: Cattedrale.
- Orazi F. e Socci M. (2008). *Il popolo di Beppe Grillo. Un nuovo movimento di cittadini attivi*, Ancona: Cattedrale.
- Osti G. (2006). *Nuovi asceti*. il Mulino, Bologna.
- Pauli, W. (2006). *Psiche e Natura*. Biblioteca Scientifica 40, Adelphi.
- Pfeiffer, D. A. (2003). *Eating Fossil Fuels*. From the Wilderness Publications. [Online] Available at: <http://gunnarlindgren.com/fuels-hel.PDF> [Accessed 01 June 2011].
- Polanyi K. (1974), *La grande trasformazione*, Einaudi, Torino.
- Progetto Interbio. (2011). [Online] Available at: <http://www.interbio.it> [Accessed 01 June 2011].
- Renting, H. Marsden, T. K. Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A* 35(3), pp.393-411.
- REES Marche. (2010). *I concetti di DES e RES*. [Online] Available at: http://web.resmarche.it/resmarche/articles/art_1978.html [Accessed 29 March 2012].
- Rhine, J.B. (1934). *Extra-Sensory Perception*. Boston: Boston Society for Psychic Research.
- Rhine, J.B. (1948). *The Reach of the Mind*. London: Faber & Faber.
- Rodotà, S. (2000). Democrazia non solo telematica per una vera cittadinanza attiva. *Tèlema* 19.
- Salsano A. (2008). *Il dono nel mondo dell'utile*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Shiva, V. (2005). *Le nuove guerre della globalizzazione. Sementi, acqua e forme di vita*. UTET.
- Shiva, V. (a cura di) (2011). *The GMO emperor has no clothes. A Global Citizens Report on the State of GMOs*. [Online] Available at: <http://www.navdanya.org/> [Accessed 8 April 2012].
- Teodorani, M. (2006). *Sincronicità*. Edizioni Macro.
- Tosio, B. (2012). *Circuiti alimentari alternativi: tentativi di definizione e percorsi di indagine*. Paper, Università degli studi di Brescia.
- Tripp, R. (2006). *Self-Sufficient Agriculture*, London, Earthscan.
- Violante, L. (2000). Per avvicinare cittadini e potere il Parlamento ha un arma, il digitale. *Tèlema* 18.
- Ward, N. (1993). The agricultural treadmill and the rural environment in the post-productivist era. *Sociologia Ruralis* 23, pp.348-364.
- Weber M. (1961). *Economia e società*. Vol. I, Ed. di Comunità, Milano.