



FACOLTÀ DI AGRARIA

ALMA MATER STUDIORUM · UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Modalità di commercio a valenza sociale, etica ed ambientale

Palermo 27 gennaio 2008 Facoltà di Agraria

A cura di Dr. Luca Falasconi

luca.falasconi@unibo.it

I principali strumenti di protezionismo

La globalizzazione ha cambiato in modo radicale l'**organizzazione** delle cose e delle persone nello **spazio** e nel **tempo**.

Ha portato all'**annullamento dello spazio attraverso il tempo**, attraverso la creazione di enormi infrastrutture capaci di far circolare risorse da una parte all'altra del pianeta in tempi irrisori.

La globalizzazione

Secondo il sociologo **Manuel Castells** la globalizzazione, tra l'altro, ha portato alla distinzione tra:

- **Spazio dei luoghi**
- **Spazio dei flussi**

Lo spazio dei luoghi

Lo **spazio dei luoghi** è uno spazio continuo, contenuto all'interno di confini ben definiti, modellato da elementi materiali e immateriali che si accumulano nel tempo, che manifesta una coerenza interna e una chiara differenziazione rispetto all'esterno.

Tale spazio è governato dalla **storia** e dalla **cultura**.

Lo spazio dei flussi

Lo **spazio dei flussi** è uno spazio discontinuo, fatto da nodi localizzati spazialmente che si collegano tra loro attraverso i flussi di cose, di persone, di informazioni; è continuamente trasformato dalla ristrutturazione dell'ambiente costruito, necessaria per governare i flussi delle merci.

Tale spazio è governato dalla **tecnologia** e dal **mercato**.

Economie locali VS economie totali

Wendell Berry contrappone le economie locali, che si dispiegano nello spazio dei luoghi, alle **economie totali**, che caratterizzano lo **spazio dei flussi**.

Le economie locali sono basate sul controllo locale delle attività economiche, e i comportamenti economici s'intrecciano strettamente, e sono influenzati, dalle norme e dai valori caratteristici del luogo.

Nelle economie totali tutto ha un prezzo e può essere venduto e acquistato, e le scelte più importanti sono compiute da istituzioni globali.

Economie locali VS economie totali

Di fronte all'espansione dell'economia totale, le economie locali sono costrette ad arretrare.

Private della necessaria base economica, gli spazi dei luoghi perdono la capacità di **riprodurre** la propria **differenza**, e si sciolgono progressivamente nello spazio dei flussi che li svuota o li riempie secondo le condizioni del mercato globale.

Economie locali VS economie totali

Insediamiento di un grande centro commerciale

Pro:

- varietà di prodotti
- prezzi più bassi
- concentrazione della spesa

Contro:

- chiusura delle piccole attività commerciali
- “disoccupazione”
- desertificazione dei centri urbani
- aumento dipendenza consumatori all’automobile
- esclusione di coloro che non possiedono mezzi propri di trasporto
- chiusura sbocchi commerciali alle piccole imprese locali e alle produzioni locali

Economie locali VS economie totali

La ricchezza che si crea non è ad appannaggio degli stessi individui, ai quali viene distrutta.

In tal modo si ha l'avanzamento dello spazio dei flussi sullo spazio dei luoghi.

Ciò porta **perdita** della **diversità economica, culturale e biologica**.

La rilocalizzazione

Attualmente i processi di **rilocalizzazione** sono animati soprattutto dai **movimenti dal basso**, che in pochi anni sono stati in grado di crescere notevolmente e di suscitare una crescente attenzione nella società civile, nel tessuto economico e nelle istituzioni.

Attraverso l'iniziativa di questi gruppi, la rilocalizzazione ha assunto una **dimensione simbolica, una relazionale ed una fisica**.

La rilocalizzazione - simbolica

Rilocalizzazione simbolica significa rafforzare la consapevolezza del **valore delle risorse locali** – la biodiversità, il paesaggio, la cultura, le reti sociali – e **dell'origine delle merci**, per consentire agli attori economici di prendere decisioni informate e responsabili.

La rilocalizzazione - simbolica

Se il **consumatore** sa da dove viene il prodotto che consuma, può acquisire la consapevolezza dello **sfruttamento dell'ambiente** e dell'**uomo** che ne ha consentito la produzione e la distribuzione.

Se il **produttore** locale è in grado di **comunicare** ai consumatori il valore che l'impiego delle risorse locali aggiunge al prodotto finale, può creare una situazione di vantaggio per entrambi.

La rilocalizzazione - relazionale

Rilocalizzazione relazionale significa favorire relazioni di scambio tra attori locali. Alcuni studi nel Regno Unito hanno mostrato che, a parità di spesa, l'acquisto in negozi locali trattiene il 40% di reddito all'interno delle comunità.

I **Gruppi di Acquisto Solidale** stabiliscono un canale di comunicazione tra consumatori e con i produttori imperniato sulla comunanza di valori che consente di generare forme di conoscenza e un'etica del consumo esterne alla relazione commerciale.

La rilocalizzazione - fisica

Rilocalizzazione fisica implica la ristrutturazione della produzione, della distribuzione e del consumo in modo da privilegiare, quando possibile, la riduzione delle distanze e delle intermediazioni commerciali.

La rilocalizzazione

Il **cibo** è un punto di partenza fondamentale per i movimenti di rilocalizzazione.

Esso simboleggia i **rapporti tra uomo, società e natura**.

E' un bene **essenziale** e al tempo stesso soddisfa bisogni profondi d'**identificazione** e di **socialità**, e soprattutto *riguarda tutti*.

La rilocalizzazione

Agire sui significati del cibo significa agire sulle pratiche **quotidiane**, e i piccoli cambiamenti nelle scelte individuali, ripetuti quotidianamente, possono dare luogo a grandi cambiamenti collettivi.

La rilocalizzazione simbolica e relazionale consente la rilocalizzazione fisica, e si concretizza nelle **preferenze dei prodotti locali**, freschi e a basso impatto ambientale, o nella scelta dei **prodotti tipici**, testimoni nell'identità di altri luoghi.

La rilocalizzazione

Quando il consumatore sceglie un prodotto locale, che incorpora e valorizza le risorse locali, **contribuisce al mantenimento** di queste risorse e al **rafforzamento** dei **produttori locali** di fronte all'economia totale.

La rilocalizzazione

I Farmers Market, le community supported agriculture, l'introduzione di prodotti biologici e locali nelle mense scolastiche, i GAS, la vendita diretta in azienda, i movimenti di sensibilizzazione sui chilometri alimentari", sono motori al tempo stesso di rilocalizzazione simbolica, relazionale, fisica.

La rilocalizzazione

La costruzione di **economie locali solide** dipende dalla capacità di questi movimenti di trasformare in profondità gli stili di vita privati, di favorire l'estensione ad **altre aree di consumo**, di dare **continuità** ai modelli produttivi alternativi, di far mutare le condizioni per l'adeguamento delle regole pubbliche.

La reciprocità

Dalla attuale letteratura socio-economica emerge sempre più in modo chiaro ed evidente come lo star bene, o come dicono gli anglosassoni *well-being*, delle persone è sempre più legato alla **soddisfazione dei** **bisogni relazionali** oltre che di quelli materiali.

La reciprocità

Ma è dalla **rivoluzione industriale** che il principio della reciprocità si è andato perdendo e “addirittura viene bandito dal lessico economico”.

Ma ai suoi inizi l'economia di mercato si fondava su **tre principi**, il primo quello dello **scambio** di equivalenti di valore, il secondo quello delle **redistribuzione**, ed in fine quello della **reciprocità** fortemente legato ad implicazioni di tipo etico.

La reciprocità

Con la fine dell'ottocento, però, attraverso l'affermazione del **modello dicotomico Stato-mercato** della gestione dei sistemi economici, si viene a perdere il principio della reciprocità.

La reciprocità

Quindi a fronte di ciò si può affermare che la rilevanza dell'**orientamento etico nell'economia** si è andato indebolendo in modo sostanziale, fino a sparire, mano a mano che la moderna economia, basata sul modello dicotomico, si è evoluta.

La reciprocità

Da un lato si afferma il **mercato** che, dati i vincoli della scarsità delle risorse e delle conoscenze tecniche, tende a produrre più beni e servizi possibili secondo il principio dell'efficienza paretiana, dall'altro si consolida lo **Stato**, il quale riveste il ruolo di soggetto che ha il compito di assicurare equità nella distribuzione del reddito attraverso la redistribuzione della ricchezza prodotta.

La reciprocità

In realtà l'economista non può essere estraneo all'etica e utilizzare **l'economia come semplice tecnica.**

Indietro però è difficile tornare, ma l'**economia**, così come si è venuta evolvendo, può essere resa **più efficiente ed efficace** se si presterà, di nuovo, maggiore attenzione alle **considerazioni di natura etica** che, condizionano e indirizzano il comportamento umano.

La reciprocità

Quindi pur non rinnegando i risultati raggiunti ma semplicemente **arricchendoli** con elementi di analisi e d'azione di tipo etico pensiamo sia possibile ottenere **risultati maggiori e soprattutto più efficienti.**

L'agricoltura e le sue funzioni sociali

La **modernizzazione** dell'**agricoltura** concentrata sempre di più nella produzione di beni alimentari e nelle integrazioni dei mercati ha fatto sì che il settore primario **perdesse** sempre di più **contatto con la vita di comunità** a cui esso appartiene.

Nel corso degli anni si è assistito ad un totale **“scollamento”** tra il mondo rurale e quello urbano, quasi appartenessero a due “pianeti” diversi.

L'agricoltura e le sue funzioni sociali

Il **settore agricolo**, infatti, oltre alle classiche funzioni di **produzioni** dei beni primari connessi al soddisfacimento dei bisogni alimentari, è in grado di svolgere un ampio insieme di **funzioni sociali**.

L'agricoltura e le sue funzioni sociali

La socialità dell'agricoltura si può estrinsecare in più forme:

- contributo che questa dà al mantenimento della comunità rurale,
- rafforzamento della coesione sociale della stessa comunità
- contributo alla qualità delle zone rurali, fruibili sia da chi le abita che da quanti vi si recano per scopi turistici e ricreativi,
- capacità che questa ha nel saldare legami improntati tra imprese agroalimentari e comunità locali,
- possibilità che ha di offrire, alla società urbana, valori di differenza che all'interno di essa non si trovano più.

L'agricoltura e le sue funzioni sociali

Legata alla funzione sociale, c'è quella **culturale**, nel senso che attraverso un'agricoltura multifunzionale è possibile la **trasmissione del patrimonio conoscitivo** alle nuove generazioni.

Patrimonio conoscitivo che comprende le fasi produttive, le caratteristiche intrinseche a tali processi, la complessità dell'equilibrio biologico, per proseguire con la storia rurale e ambientale, che si sono tramandati fino ai nostri giorni.

La rilocalizzazione

Cosa significa ancora rilocalizzare?:

- significa diminuire l'inquinamento, il consumo di energia ed il traffico, ed inoltre dovendo coprire brevi distanze possono arrivare più freschi sui piatti;

- dà la possibilità al consumatore di conoscere direttamente i produttori

- i cibi escono dall'anonimato ci “raccontano” la loro storia;

La rilocalizzazione

- permette di riscoprire **culture** e soprattutto **culture** della zona da cui provengono, proteggendo la biodiversità, i sapori, le ricette e le tradizioni;
- consente di rispettare la stagionalità dei prodotti che il consumatore acquista e mangia, inoltre produrre e distribuire prodotti fuori stagione è certamente più costoso e soprattutto il loro apporto nutrizionale è sicuramente inferiore.

Come rilocalizzare

- Farmers Market,
- community supported agriculture,
- introduzione di prodotti biologici e locali nelle mense scolastiche,
- GAS,
- la vendita diretta in azienda

I Farmers Market

I Farmers Market, idea importata dagli Stati Uniti, sono spazi di vendita al pubblico forniti dai Comuni, dove vengono allestiti piccoli mercati di prodotti agricoli gestiti direttamente dagli agricoltori.

Così facendo gli imprenditori possono assicurarsi un margine di guadagno superiore a quello che normalmente gli verrebbe garantito dalla vendita dei prodotti alle imprese di distribuzione o ai consorzi.

I Farmers Market

Il ritorno economico di tale esperienza è in grado di sopperire completamente ai costi di gestione di questa nuova attività imprenditoriale intrapresa dagli agricoltori.

Viene quindi pienamente giustificato il maggiore sforzo di questi ultimi, sia in termini di tempo che di investimento monetario.

I Farmers Market

Non va dimenticato inoltre che, in una realtà come i Farmers Market, i pagamenti avvengono tutti immediatamente ed in contanti, contrariamente ai normali canali distributivi dove la dilazione degli stessi è una prassi consolidata.

Grazie ai Farmers Market diviene possibile un contatto diretto tra produttori e consumatori, che possono quindi venire a conoscenza dei processi produttivi e della provenienza dei singoli prodotti.

I Farmers Market

Negli Stati Uniti si è registrato, negli ultimi 10 anni, un aumento del 53% e si è avuta l'apertura di ben 4.385 farmers market

Pick your own

Altra opportunità di vendita per gli agricoltori, purtroppo non possibile per l'Italia è il cosiddetto “pick your own”, consiste nella raccolta diretta di frutta e verdura da parte del consumatore.

Frutta e verdura si acquistano direttamente in azienda, ma non solo, vengono direttamente raccolti in campo dal consumatore.

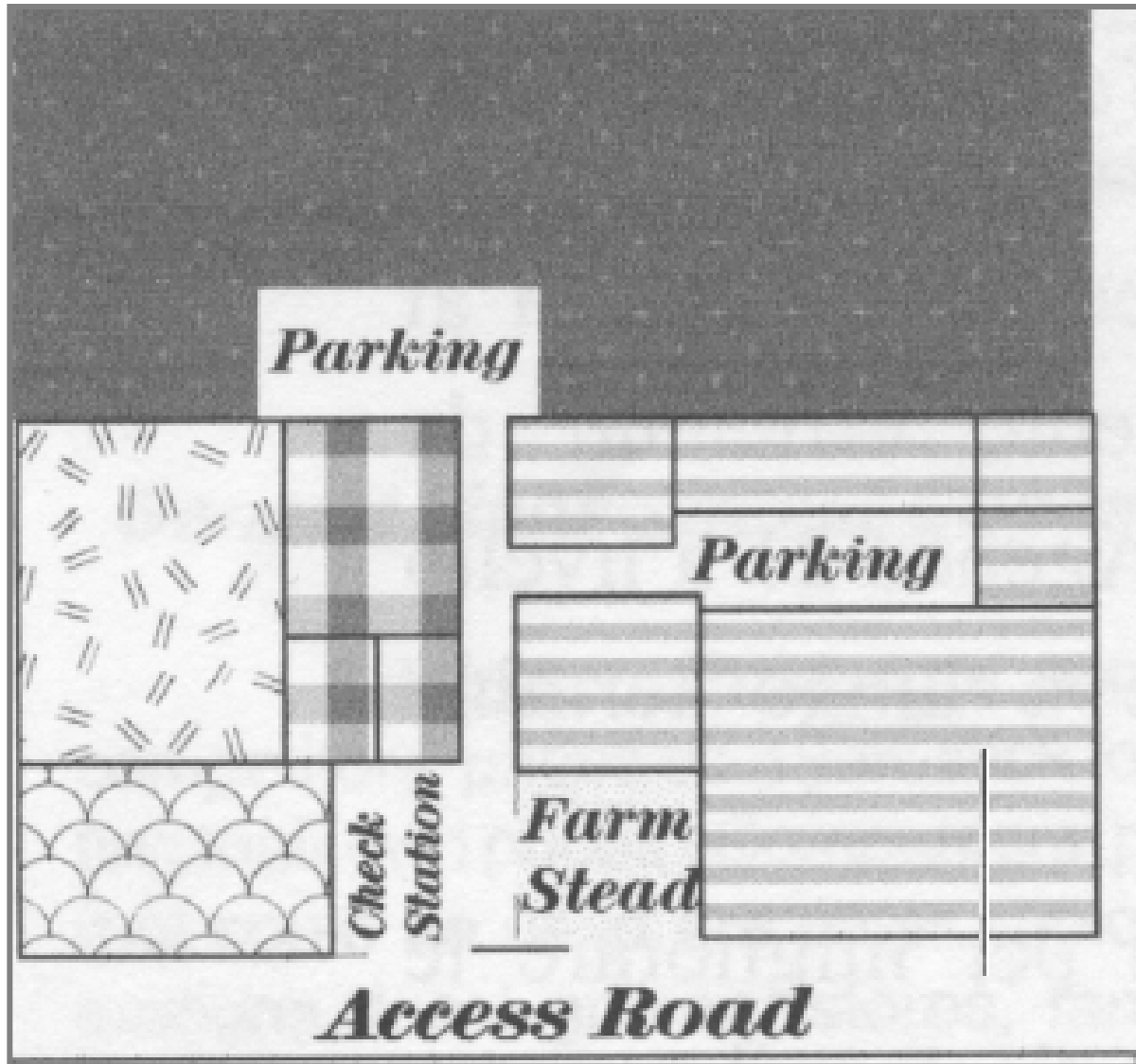
In questo modo il consumatore stabilisce un rapporto diretto con il prodotto e, quindi, con la campagna.

Pick your own

Il Pick your Own nasce negli Stati Uniti fra gli anni '30 e '40 divenendo un sistema molto diffuso (www.pickyourown.org).

In Italia questo tipo di vendita non è possibile sia per le normative legate al lavoro sia per motivi legati all'infortunistica

Pick your own



Pick your own

In Italia iniziativa simile è il caso in Val di Non dell'iniziativa “ Adotta un melo in fiore”, promossa dal consorzio Melinda “.

L'iniziativa consta di un percorso in una delle 5.200 aziende agricole associate dove per un giorno grandi e bambini possono scegliere il “proprio” melo e personalizzarlo attaccando sul tronco una tavoletta di legno con il proprio nome e cognome. Da questo momento quell'albero sarà loro fino all'autunno quando i frutti saranno pronti e il frutticoltore darà vita alla raccolta: i partecipanti potranno raccogliere le mele del proprio albero portandone a casa una cassetta ad un prezzo simbolico.

Community Supported Agriculture

Le community supported agriculture sono piccoli gruppi composti da poche famiglie fino a qualche decina, che sostengono, attraverso l'acquisto dei loro prodotti, piccoli convivium di aziende agrarie locali.

Gruppi di Acquisto Solidali

I Gruppi di Acquisto Solidale, sono un gruppo di persone che decidono di concentrare la domanda di beni acquistandoli direttamente dai produttori, saltando, così, i lunghi e costosi passaggi della filiera agroalimentare.

Ciò può essere reso possibile attraverso la creazione di una rete di consumatori e produttori disposti a mettersi in gioco.

Il numero dei suoi componenti sarà la sua forza perché più si è maggiori saranno i vantaggi.

Gruppi di Acquisto Solidali

Secondo la stima fatta dalla rete dei GAS in Italia ne esistono circa 400, strutturati e stabili, ai quali vanno aggiunti le decine e decine di gruppi informali e saltuari.

Il principio su cui si fondano i GAS è piuttosto semplice, nei luoghi di lavoro o negli ambiti di vicinato, un certo numero di famiglie, mediamente tra 20 e 25, si coordinano per fare la spesa direttamente dai produttori locali.

Gruppi di Acquisto Solidali

La filosofia dei gruppi d'acquisto va anche oltre alla semplice e concreta volontà di acquistare a prezzi contenuti.

Gli aspetti **etici e sociali** sono sempre alla base dei gruppi e vengono attentamente ponderati come ad esempio la tutela e la salvaguardia ambientale, la valorizzazione delle culture e colture tradizionali, la valorizzazione delle aree di produzione, lo stretto legame prodotto/territorio, il rispetto delle condizioni di lavoro e non ultima la relazione che nasce all'interno del gruppo e con i produttori, aspetti, questi, che li rendono appunto *Solidali*.

Gruppi di Acquisto Solidali

Dal dicembre 2007 i GAS sono ufficialmente riconosciuti anche dalla legge italiana, infatti la legge finanziaria 2008 all'articolo 266 definisce i gruppi di acquisto solidali riconoscendone la valenza etica, sociale e ambientale, ma soprattutto confermando la natura “non commerciale” dell'attività di acquisto collettivo e la successiva distribuzione, senza ricarichi, tra i membri, aspetto questo che aveva creato qualche problema in passato.