



# I SISTEMI PARTECIPATIVI DI GARANZIA

## DINAMICHE E PROCESSI DEL PERCORSO DI IMPLEMENTAZIONE DEL SPG IN LOMBARDIA

A cura di

Silvia Salvi e Francesco Vittori

## **Sommario**

Nota metodologica.....	3
1. Introduzione .....	4
2. Il disegno della ricerca .....	6
2.1 I produttori e la filiera corta .....	6
2.2 Monitoraggio del processo di implementazione del SPG lombardo.....	8
3. Sistemi di certificazione tradizionali vs sistemi di certificazione partecipativi.....	11
3.1 Sistemi di certificazione tradizionale: la certificazione di parte terza.....	12
3.2 Sistemi di certificazione complementari: Gruppi di Certificazione e Sistemi di Controllo Interno (Internal Control Systems, ICSs) .....	12
3.3 Sistemi di certificazione partecipativi: i Sistemi Partecipativi di Garanzia (SPG) .....	13
4. Le esperienze Italiane di SPG.....	17
4.1 SPG Registrati presso IFOAM.....	18
4.1.1 Garanzia Partecipata - Toscana .....	18
4.1.2 Garanzia Partecipata - terra TERRA, Roma.....	19
4.1.3 Il SPG lombardo - C'è Campo.....	20
4.2 Esperienze che si autodefiniscono SPG .....	20
4.2.1 Sistema di Garanzia Partecipata - Parma .....	20
4.2.2 Garanzia Partecipata del META e AGRicoltura - Puglia .....	21
4.2.3 Sistema di Garanzia Partecipativa di Corto Circuito Flegreo - Campania.....	22
4.2.4 Sistema della Garanzia Partecipata - CampiAperti, Bologna.....	22
5. SPG in Lombardia.....	25
5.1 L'agricoltura in Lombardia.....	25
5.2 Le AFNs in Lombardia .....	26
5.3 Le AFNs tra Bergamo e Como.....	31
5.3.1 Le AFNs a Bergamo e provincia .....	31
5.3.2 Le AFNs a Como e provincia .....	35
5.4 SPG in Lombardia - C'è Campo .....	38
6. La ricerca.....	40
6.1 Chi sono i produttori della filiera corta .....	40
6.1.1 Identikit degli intervistati.....	42
6.1.2 Motivazioni e canali di vendita.....	54
6.1.3 Cambiamenti percepiti .....	62
6.1.4 Relazioni – network analysis.....	65
6.1.5 Le certificazioni.....	71
6.2 Il processo di implementazione del SPG lombardo.....	75

6.2.1 Attori coinvolti.....	76
6.2.2 La fase di avvio.....	80
6.2.3 La formazione .....	80
6.2.4 La costituzione dei comitati locali .....	82
6.2.5 Le visite .....	83
6.2.6 Fase conclusiva .....	85
7. Considerazioni conclusive.....	87
Riferimenti bibliografici .....	89

## **Nota metodologica**

Il progetto di ricerca “I Sistemi Partecipativi di Garanzia. Dinamiche e processi del percorso di implementazione del SPG in Lombardia” è stato ideato e realizzato dall’Osservatorio CORES (Gruppo di Ricerca su Consumi, Reti e Pratiche di Economie Sostenibili del CESC – Centro sulle dinamiche economiche, sociali e della cooperazione dell’Università degli Studi di Bergamo, <https://coreslab.wikispaces.com> e [www.unibg.it/cores](http://www.unibg.it/cores)), in collaborazione con gli altri soggetti coinvolti nel progetto “Il Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa”, in particolare la capofila “AIAB Lombardia”, i partners “L’isola che c’è” e “l’Associazione Mercato&Cittadinanza (M&C)”.

La ricerca è stata condotta da *Silvia Salvi e Francesco Vittori* con la supervisione scientifica di *Francesca Forno (ora, Università degli studi di Trento) e Silvana Signori*.

La rilevazione relativa al punto di vista dei produttori della filiera corta delle province di Bergamo e Como è stata condotta nel periodo tra giugno 2015 e gennaio 2016 tramite un questionario online.

Il monitoraggio del processo di implementazione del Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa è stato svolto da gennaio 2015 a marzo 2016 tramite l’osservazione partecipante e interviste collettive.

Il presente rapporto è stato redatto da ***Silvia Salvi e Francesco Vittori***.

La raccolta ed elaborazione dei dati è stata realizzata grazie al contributo della Fondazione Cariplo (progetto “Il Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa”, 2015. Responsabile scientifico: Silvana Signori).

Si ringraziano tutti i partecipanti al processo e all’indagine per la loro disponibilità che ha permesso di raccogliere le loro opinioni e considerazioni in modo da rendere possibile il buon esito della ricerca.

## **1. Introduzione**

di Silvia Salvi e Francesco Vittori

L'idea della ricerca "I Sistemi Partecipativi di Garanzia. Dinamiche e Processi del percorso di Implementazione del SPG in Lombardia" nasce dalla collaborazione tra l'Osservatorio CORES dell'Università degli Studi di Bergamo e alcune realtà protagoniste delle Alternative Food Networks (AFNs) della Lombardia. In occasione della progettazione del "Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa" da presentare alla Fondazione Cariplo si costituisce nel 2014 un gruppo di lavoro che intende studiare e sperimentare questa forma di certificazione di parte seconda. Il capofila è AIAB Lombardia, i partner sono Mercato&Cittadinanza, "L'isola che c'è" e l'Osservatorio CORES. Ci sono inoltre alcuni enti aderenti di altri territori (DES Brianza, DES Varese, DESR Parco Agricolo Sud Milano, C'è una valle, Valcamonica bio).

Dopo una prima sperimentazione lombarda nel 2012 da parte dei territori di Brianza, Como e Varese, il gruppo di lavoro si allarga ampliando il contesto e scegliendo di monitorare il processo per comprendere meglio quali sono le dinamiche in atto nel SPG, informazioni utili per i protagonisti della sperimentazione per riflettere poi sugli aspetti positivi e quelli critici.

In tal senso la ricerca prevede diversi focus e diversi metodi di studio: il monitoraggio del processo da parte di due ricercatori sul campo, attraverso l'osservazione partecipante e interviste collettive, e l'approfondimento del punto di vista dei produttori che fanno parte della filiera corta di Como e Bergamo, attraverso un questionario. Questo ultimo aspetto va ad arricchire, permettendo un confronto, lo studio dell'Osservatorio CORES del 2013 sui Gruppi di Acquisto Solidali (GAS)<sup>1</sup> in Lombardia (Forno, Grasseni e Signori 2013b; Forno e Salvi 2013).

In questa occasione si conferma, come nel caso dei GAS, la complessità della realtà che si intende studiare, in particolare nell'analisi del processo del SPG.

Il processo infatti non nasce dal nulla ma è parte di un percorso di un movimento che ha molti protagonisti con specificità differenti, questo elemento risulterà infatti evidente nella difficoltà degli stessi attori nel comprendere come integrare l'esistente al nuovo.

L'attenzione a questa tematica deriva dalla specificità di processi come quelli delle AFNs che coinvolgono soggetti di diversa natura che si incontrano col desiderio di sperimentare pratiche innovative alternative ai canali convenzionali del mercato; in queste sono coinvolte realtà della società civile, realtà non profit ma anche profit, oltre alle istituzioni; interessante è dunque studiare le dinamiche che si creano, quali attori sono coinvolti e quali si fatica a contattare.

Lo studio del Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa permette dunque di approfondire quali sono le motivazioni che spingono consumatore e produttore a dialogare e con quali finalità; si vedrà infatti come la certificazione biologica muove dei dubbi e, se comunque per alcuni è interessante, è considerata troppo impegnativa dal punto di vista del costo e della burocrazia. Si parla di nuovi sistemi di certificazione partecipativi portando alla luce il riconoscimento degli attori interessati ad un valore aggiunto dato dalla conoscenza reciproca, dallo scambio. La relazione sarà una caratteristica che ritroveremo anche nelle motivazioni portate dai produttori che scelgono la filiera corta come canale di vendita invece che quello convenzionale, la richiameranno sia in termini positivi che di fatiche.

---

<sup>1</sup> Disponibile al sito: <http://hdl.handle.net/10446/28934>, ultimo accesso 13/06/2017

Si inizierà dunque ad esporre un confronto tra certificazioni di parte terza e di parte seconda, di queste ultime si presenteranno le diverse esperienze nazionali ed internazionali, focalizzandosi poi sulla sperimentazione lombarda. Si approfondiranno i punti di vista dei produttori della filiera corta attraverso l'analisi delle risposte al questionario e le percezioni e le opinioni dei protagonisti della sperimentazione lombarda grazie a quanto raccolto attraverso l'osservazione partecipante e le interviste collettive. Si concluderà dunque con una rielaborazione di quanto emerso.

## **2. Il disegno della ricerca**

*di Silvia Salvi*

L'obiettivo principale della ricerca è stato approfondire e rendere più completa l'analisi delle AFNs descrivendo le caratteristiche e le motivazioni dei soggetti che vi partecipano e le relazioni e le azioni che si sviluppano tra e con i soggetti delle AFNs. In questo senso, dopo la ricerca sui GAS lombardi (Forno, Grasseni e Signori 2013a; 2013b), si è deciso di approfondire il punto di vista dei produttori inseriti nei circuiti di filiera corta e studiare le relazioni che si sono costruite all'interno del processo di implementazione del SPG lombardo.

L'Osservatorio CORES ha finalizzato quindi la propria azione di ricerca su due ambiti:

1. **I produttori e la filiera corta.** Analisi del punto di vista dei produttori inseriti nei circuiti di filiera corta attraverso la raccolta di dati relativi alle caratteristiche dei produttori e delle aziende in cui lavorano (organizzazione, motivazioni, cambiamenti ...) e alle relazioni tra loro.
2. **Monitoraggio del processo di implementazione del SPG lombardo,** con l'obiettivo di conoscere meglio il contesto, i soggetti coinvolti e quelli assenti e le dinamiche tra loro in diversi territori, restituendo spunti di riflessioni agli attori del processo.

Considerando la durata (15mesi) e la complessità dell'attività di ricerca, si è ritenuto funzionale restringere l'analisi ad un numero limitato di territori, ovvero a 2 casi: un territorio – Como - dove il processo SPG era già stato avviato nel 2012 ed è abbastanza consolidato e Bergamo, territorio ben conosciuto, dove il processo SPG è stato attivato nel 2015.

L'Osservatorio CORES ha sviluppato la sua azione attraverso l'impegno di due collaboratori alla ricerca (Silvia Salvi e Francesco Vittori) e due docenti dell'Università degli Studi di Bergamo nel ruolo di supervisor (Silvana Signori e Francesca Forno).

La ricerca si è articolata in alcune fasi di realizzazione.

### 2.1 I produttori e la filiera corta

#### FASE 0 - Costruzione dell'elenco dei produttori e ricerca dei contatti

Questa fase ha avuto come obiettivo principale la costruzione dell'elenco dei produttori che nelle due provincie scelte fanno parte dei circuiti a filiera corta.

L'elenco è stato costruito partendo da una ampia lista di produttori sia di filiera corta che biologici, in particolare contattando diversi soggetti del territorio che stimolano e facilitano tali canali: realtà dell'economia solidale (Ass. M&C, GAS, Slow Food, mercati dei produttori, Corto Circuito, cooperative della piccola distribuzione), Provincie di Bergamo e Lecco-Como, associazioni di categoria, Parco dei colli di Bergamo.

Con alcuni soggetti la collaborazione è stata immediata, in particolare con le realtà che già erano in contatto con l'Osservatorio CORES, grazie ad esempio alla Rete di Economia Solidale, o che erano già inseriti nel progetto "Il Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa"; con altri è stato più complesso, ma è comunque stato utile come primo step per iniziare un percorso di confronto che sta tutt'ora continuando grazie anche alla costituzione di un Tavolo agricoltura presieduto dal Comune di Bergamo, nella figura del Sindaco Gori, di cui l'Osservatorio CORES è un partecipante.

L'elenco dei produttori è stato completato ricercando contatti telefonici e mail, non per tutti è stato possibile trovare gli indirizzi mail (e per alcuni nemmeno quelli telefonici). Per i dati mancanti

si è quindi scelto di focalizzare le risorse per incentivare la compilazione dei questionari sui produttori che erano già inseriti nei circuiti di filiera corta delle reti di economia solidale e che avrebbero avuto possibilità di conoscere e partecipare al progetto di SPG lombardo e che avrebbero avuto una maggiore disponibilità a compilare il questionario.

#### FASE I - Survey sui produttori di filiera corta

Questa fase si avvale di un questionario strutturato a risposta chiusa reso disponibile online.

Il questionario è stato costruito in modo che potesse perseguire gli obiettivi della ricerca e potesse permettere il confronto di alcune risposte con quelle raccolte nella ricerca sui GAS lombardi, in particolare rispetto ai temi relativi alla fiducia verso gli altri e rispetto alle motivazioni e ai cambiamenti derivanti dal fare parte dei processi di filiera corta. Il questionario, la cui compilazione ha richiesto circa 30 minuti, è stato suddiviso in 7 sezioni:

1. Informazioni di carattere generale
2. La filiera corta
3. Dopo essere entrato in circuiti economici di filiera corta
4. Relazioni
5. Le certificazioni
6. I valori e la fiducia
7. L'economia e la finanza

L'ultima sezione è stata inserita grazie alla collaborazione con il Gruppo di Iniziativa Territoriale di Banca etica, per permettere un approfondimento circa l'utilizzo e la propensione verso la finanza etica. La prima versione del questionario è stata testata nel maggio 2015 dai referenti delle associazioni di categoria dei produttori. Sono stati discussi quindi con i ricercatori dell'Osservatorio CORES dubbi e perplessità; il principale timore era relativo alla disponibilità dei produttori a compilare un questionario così complesso. In ogni caso il gruppo di ricerca, dopo aver effettuato alcune opportune modifiche emerse in fase di test, ha scelto di mantenere l'articolazione e la lunghezza dello strumento data la necessità di avere dati approfonditi e non superficiali.

La raccolta dati è stata avviata a giugno 2015, il questionario è stato inviato in una prima fase via mail accompagnato da un invito, in alcuni casi solo da parte dell'Osservatorio CORES in altri casi anche da parte dell'associazione di cui il produttore faceva parte (ad es. l'associazione di categoria o quelle della rete di economia solidale). In una seconda fase i ricercatori si sono recati ai mercati agricoli e hanno invitato i produttori a compilare il questionario in forma cartacea.

La raccolta dei dati si è conclusa a **gennaio 2016**.

La percentuale di restituzione dei questionari è stata pari al 18% circa, essendo però i numeri in valore assoluto limitati (58 risposte) il report descrive i dati non in percentuale, proponendo così una lettura che possa stimolare una riflessione. In questo senso infatti non è possibile ritenere il campione rappresentativo dell'universo preso in considerazione.

#### FASE II – Analisi dei dati e presentazione dei risultati

Questa fase è comune ai due ambiti di ricerca.



La disseminazione dei risultati, di cui questo rapporto è parte, avviene sia tramite pubblicazioni scientifiche da parte dei ricercatori CORES, sia con dibattiti pubblici di “restituzione del dato” direttamente ai soggetti coinvolti nella ricerca.

Le modalità di restituzione diventano fonti di ulteriori dati per completare le osservazioni, riflessioni e considerazioni dell’Osservatorio CORES da proporre in conclusione ai soggetti coinvolti, con l’invito a trovare un tempo per riflettere e verificarne l’utilità per le loro attività.

## 2.2 Monitoraggio del processo di implementazione del SPG lombardo

### FASE 0 - Conoscenza dei soggetti partecipanti al SPG lombardo e definizione dei ruoli

Questa fase iniziata durante la progettazione del percorso (da maggio 2014) è stata necessaria per conoscere le realtà coinvolte e i contesti in cui queste si muovono. È stato dunque in questo momento che sono stati definiti i ruoli dei soggetti, tra cui anche quello dell’Osservatorio CORES e dei suoi ricercatori.

### FASE I – Osservazione del processo

In questa fase durata da gennaio 2015 a marzo 2016 i ricercatori hanno osservato il processo di implementazione del SPG lombardo in tutte le sue azioni (avvio, formazione, costituzione dei comitati locali, visite, conclusione) partecipando ai diversi momenti di ogni azione guidati da una griglia per l’osservazione.

Si è ritenuto necessario seguire l’impostazione metodologica dell’**osservazione partecipante** così come proposta da Junker e Hughes (1960). I ricercatori hanno dichiarato fin dall’inizio le loro attività come osservatori partecipanti, avendo in questo modo accesso a una grande varietà di informazioni (Junker e Hughes 1960).

I ricercatori quindi hanno trovato il giusto equilibrio tra distanza/oggettività e partecipazione, per evitare il rischio di essere coinvolti a tal punto che la loro volontà di distacco potesse svanire oppure al contrario di mantenere un tale grado di distanza a causa del quale si sarebbero potuti privare di molte scoperte significative (Benson e Hughes 1983).

In tal senso i ricercatori dell’Osservatorio CORES sono stati presenti sul campo in molte occasioni, sia in quelle di livello progettuale che pratico per conoscere, ascoltare, vedere direttamente il processo, grazie all’interazione con i protagonisti del SPG.

### FASE II – Analisi dei dati e presentazione dei risultati

All’inizio della ricerca è stato sottolineato ai soggetti del processo come sia importante distinguere la fase di raccolta dati da quella di restituzione agli attori di quanto raccolto.

Questo passaggio risulta necessario nel modo di procedere per conoscere il processo per come è, come si forma e si trasforma e per mantenere l’attenzione dei ricercatori sull’analisi (invece che sul fare, ad esempio). Si pensa inoltre fondamentale non influenzare il processo direttamente, ciò significa che la fase di restituzione dei dati e delle osservazioni, intesa come dialogo e dibattito con gli attori in causa, possa diventare occasione per i protagonisti del processo di utilizzare quanto si restituisce per riflettere, verificare, modificare; questo ruolo di cambiamento pertanto rimane nelle mani degli attori e non dei ricercatori.

In tale senso non si considera questo tipo di prospettiva uguale a quello della ricerca-azione, in quanto quest'ultima è finalizzata ad un cambiamento e caratterizzata dalla *“compresenza di due componenti di fondo: un percorso originale di ricerca e un metodo di intervento per promuovere cambiamenti individuali e collettivi”* (Dubost e Lévy 2005). La procedura della ricerca-azione, teorizzata da Lewin (1946), prevede infatti la circolarità tra ricerca e azione nel senso che mira a lavorare per generare l'azione attraverso la ricerca e la ricerca attraverso l'azione, nel confronto e nella discussione dell'una attraverso l'altra nel cambiamento (Fricke et al. 2011).

Allo stesso modo non si ritiene opportuno svolgere una consulenza, in cui si analizza il contesto e successivamente si individuano strade di cambiamento e prassi concrete da proporre agli attori del processo.

L'approccio per questa ricerca ritrova una comunanza con l'approccio della sociologia pubblica (Burawoy 2005; Burawoy 2007), dato che questa dà origine a una conversazione tra la sociologia e i pubblici, intesi come persone esse stesse impegnate in una conversazione.

Rispetto alla metodologia descritta, due momenti hanno fatto riflettere in sede di supervisione su come procedere.

In un caso il coordinamento del progetto *“Il Sistema Lombardo di Garanzia Partecipativa”* ha chiesto ai ricercatori di poter dare una restituzione in itinere, l'Osservatorio CORES ha dunque organizzato prima della conclusione del processo tre interviste collettive: al coordinamento, al comitato locale di Bergamo e a quello di Como. Queste sono state organizzate come occasioni per sistematizzare alcuni punti di vista emersi dai partecipanti restituendoli agli stessi che hanno avuto modo di rielaborare e discutere in vista dei passi successivi.

L'altro caso è stato determinato dalla percezione dei ricercatori di una situazione di impasse, soprattutto per uno dei due comitati locali, in cui sembrava prolungarsi la fase di avvio con tempi eccessivamente lunghi, perché bloccati da alcune dinamiche interne al gruppo e dubbi relativi al progetto, si è scelto quindi di permettere ai ricercatori di intervenire durante alcuni incontri proponendo sollecitazioni sotto forma di domande in modo da aprire la riflessione verso altri step del processo. L'attenzione è stata quindi posta a non indicare la strada verso cui procedere rispetto alle diverse possibilità operative, ma sollecitare la necessità di procedere rendendo evidente l'impasse.

La richiesta di feedback da parte del coordinamento è stata assolta anche organizzando un momento di formazione e confronto con uno sguardo più ampio, infatti, durante il mese di febbraio 2016, è stato organizzato un workshop di approfondimento sul tema della garanzia partecipativa, il quale ha permesso - attraverso la preziosa testimonianza del prof. Oscar José Rover<sup>2</sup>, docente dell'Università di Santa Caterina (Brasile), sociologo ed esperto di movimenti sociali e tematiche legate alla produzione biologica - di esplorare la *“galassia”* delle certificazioni partecipative ed i processi legati a queste nel contesto sudamericano. L'esempio della Rede ECOVIDA ha permesso alcuni confronti e riflessioni tra gli attivisti, a distanza di un anno dall'inizio dei lavori.

---

<sup>2</sup> O. J. Rover (2016), *“Sistemi di Garanzia Partecipativa: spunti dall'esperienza brasiliana”*, Bergamo, 20 febbraio. Oscar José Rover è professore presso il Dipartimento di Zootecnia e Desenvolvimento Rural dell'Università Federale di Santa Caterina (Brasile) e direttore del laboratorio LACAF (Lab. Comercialização Agricultura Familiar)

Questo momento è stato inoltre utile ai ricercatori dell'Osservatorio CORES per fare una preliminare comparazione dei due contesti.

L'organizzazione del seminario con il prof. Rover richiama nuovamente la sociologia pubblica organica (Nichols 2011), il sociologo opera a stretto contatto con un pubblico visibile, "denso" e locale. Il dialogo che lega il sociologo pubblico organico al suo pubblico è per entrambi un processo di apprendimento. Nella sociologia pubblica infatti la discussione include spesso valori o finalità non automaticamente condivisi da chi vi partecipa.

Per quanto detto, anche in questa ricerca, come per altre svolte dall'Osservatorio CORES, ci si ritrova nella definizione di **co-ricerca**, ovvero una pratica di ricerca che si configura con l'esplicito obiettivo di incoraggiare i processi di formulazione e risoluzione dei problemi e che mira a sostituire la tradizionale relazione osservatore-osservato con una più collaborativa relazione di una ricerca non più sulle persone ma con le persone, il presente studio mira a fornire materiali di riflessione utili per gli stessi soggetti coinvolti.

### 3. Sistemi di certificazione tradizionali vs sistemi di certificazione partecipativi

di Francesco Vittori

L'idea della certificazione biologica nasce oltre trent'anni fa in Europa e negli Stati Uniti. Il processo di implementazione della certificazione biologica fu promosso e spinto dalle organizzazioni di produttori inizialmente attraverso semplici sistemi di standard qualitativi, di cui gli stessi membri dei vari gruppi di controllo erano gli stessi produttori che si visitavano e controllavano a vicenda, stabilendo quindi le condizioni per mantenere gli standard biologici (Källander 2008).

A partire dagli anni '70, la Federazione Internazionale dei Movimenti dell'Agricoltura Biologica (IFOAM) ha sviluppato un sistema di garanzia del biologico (in inglese *Organic Guarantee System - OGS*), che consiste in una sorta di decalogo per l'accreditamento come prodotti biologici.

Oggigiorno ci sono differenti e importanti leggi/protocolli internazionali che tutelano e garantiscono l'agricoltura biologica, tanto in Europa, quanto negli Stati Uniti e nel resto del mondo.

In Europa, per esempio, nel 1991 venne approvata la prima normativa a livello comunitario riguardante l'agricoltura biologica (CEE 1991). Dopo il 1992, sia l'Unione Europea che gli Stati Uniti, andranno sempre più verso la direzione di un sistema agricolo normato da direttive comunitarie e/o regolamenti/leggi federali (nel caso degli Stati Uniti). Gli USA, tuttavia, nonostante approvarono una prima norma che regolamentasse la produzione biologica già a partire dai primi anni '90 (il cosiddetto "*Organic Food Production Act*<sup>3</sup>"), introdussero una vera e propria certificazione per i prodotti biologici nel 2002.

Questi due esempi di norme federali o comunitarie considerano come unico sistema di garanzia per i prodotti biologici, la certificazione di parte terza, ossia certificata e garantita da un ente certificatore terzo, accreditato presso gli Stati di appartenenza. Questa modalità di certificare i prodotti biologici è la più diffusa in tutto il mondo, ed è anche l'unica riconosciuta dall'ordinamento europeo o da altre organizzazioni internazionali.

Tuttavia, non è il solo ed unico modo di garantire i prodotti e la produzione biologica della filiera agroalimentare. Nel corso degli ultimi decenni, soprattutto nei Paesi del Sud del Mondo, hanno iniziato a consolidarsi ed a diffondersi altre modalità di certificazione.

Di seguito verrà pertanto presentata una breve classificazione e comparazione delle varie modalità attraverso cui viene garantita l'agricoltura biologica.

---

<sup>3</sup> <https://www.nal.usda.gov/afsic/organic-productionorganic-food-information-access-tools>, ultimo accesso 07/02/2017

### 3.1 Sistemi di certificazione tradizionale: la certificazione di parte terza



Figura 1 Logo etichettatura prodotti biologici europei

Tra i sistemi di certificazione dell'agricoltura biologica, l'unico attualmente riconosciuto a livello globale è la certificazione di parte terza. È la più diffusa ed utilizzata, oltre ad essere la più richiesta dai mercati nazionali ed internazionali. Seppur si tratti del tipo di certificazione maggiormente diffuso, la garanzia offerta da enti terzi che supervisionano l'attività produttiva presenta alcune criticità sostanziali. Siccome la certificazione viene rilasciata da un ente terzo, consumatori e produttori non sono coinvolti nel processo di garanzia, pertanto non possono né

vedersi, né conoscersi, né incontrarsi. Questa modalità crea "distanze" fra gli *stakeholder* (Källander 2008; Wilkinson et al. 2008; Kiessel 2014; May 2008; Bravo et al. 2012), inibendo le relazioni all'interno del mercato economico e delle comunità. Inoltre, specialmente per i piccoli produttori e per le aziende agricole a conduzione familiare, risulta essere piuttosto dispendiosa ed onerosa sia in termini di costi economici che di tempo e impegno a causa della burocrazia necessaria per metterla in pratica (Zanasi et al. 2009).

Alcune alternative alla certificazione tradizionale, come si diceva poc'anzi, sono state sperimentate (ormai già da molti anni) dapprima nei Paesi del Sud del Mondo. Alcuni esempi di queste certificazioni sono i cosiddetti Gruppi di Certificazione (*Group Certification*), i Sistemi di Controllo Interno (*Internal Control Systems, ICSs*) e i Sistemi Partecipativi di Garanzia (*Participatory Guarantee Systems, PGSs*). L'elemento chiave che contraddistingue questi tipi di certificazione è il passaggio verso la **responsabilità** e il rapporto di **fiducia** tra gli *stakeholder* coinvolti, elementi nuovi rispetto alla certificazione di parte terza. I produttori e le associazioni di cui fanno parte sono assunti come degni di fiducia e affidabili; molta importanza viene perciò attribuita alle visite e revisioni, al supporto ed alla responsabilità da parte di altri soggetti pari (intesi come soggetti operanti nello stesso settore) all'interno dei gruppi di produttori.



Figura 2 Logo etichettatura prodotti biologici statunitensi

### 3.2 Sistemi di certificazione complementari: Gruppi di Certificazione e Sistemi di Controllo Interno (*Internal Control Systems, ICSs*)

I Gruppi di Certificazione sono un modello emerso e sviluppato negli ultimi 10-15 anni per consentire ai produttori di organizzarsi tra di loro in gruppi con un Sistema di Controllo Interno che definisce gli standard di riferimento (Zobel 2007; Cassells et al. 2011; Campbell 2005; Fonseca 2004). Non sono formalmente riconosciuti in molte legislazioni, tuttavia attraverso un processo consultivo con IFOAM, hanno raggiunto ormai un'accettazione *de facto* più o meno su scala globale, per lo meno nei Paesi in via di sviluppo. I Gruppi di certificazione sono un approccio che consente, soprattutto ai piccoli proprietari terrieri, di ottenere una certificazione biologica di parte seconda e pertanto di poter accedere al mercato dei prodotti biologici e a tutti i vantaggi che ciò

può comportare. In questo sistema di garanzia, all'ente esterno resta principalmente l'incarico di controllare il corretto funzionamento della pratica della garanzia all'interno del gruppo di produttori. Non effettua visite/ispezioni, di fatto si limita a controllare i documenti dei produttori che fanno parte del gruppo. Si tratta pertanto per lo più di un meccanismo di supervisione delle dinamiche interne al gruppo. Attraverso i gruppi di certificazione, i produttori possono accedere ed essere assistiti nel complicato iter di certificazione biologica, oltre che ridurre i costi di accesso alla certificazione. Questo tuttavia implica sostanziali necessità di qualifiche e risorse conoscitive a livello di gruppo, condizione che indubbiamente pone dei limiti nell'applicabilità di questo tipo di garanzia (Källander 2008). La certificazione ai gruppi di certificazione viene rilasciata all'intero gruppo, o spesso ad intermediari che organizzano o gestiscono un luogo di distribuzione (ad esempio un *farmers' market*), dove tutti i membri del gruppo solitamente accedono per vendere i propri prodotti.

### 3.3 Sistemi di certificazione partecipativi: i Sistemi Partecipativi di Garanzia (SPG)

L'idea dei Sistemi Partecipativi di Garanzia ha molti aspetti in comune rispetto al contesto all'interno del quale emerge la necessità per i produttori di garantire e certificare il loro modo di produrre, in netta contrapposizione rispetto all'agricoltura industriale in forte espansione durante gli anni '60/'70. Come si vedrà, il funzionamento dei SPG ricalca in qualche modo l'idea di certificazione fra pari emersa appunto in quegli anni, prima che venissero implementati protocolli e normative ufficiali che regolamentassero la produzione agro-alimentare biologica (Källander 2008). Di seguito verranno elencate le caratteristiche fondamentali della struttura, dell'organizzazione e di funzionamento rilevate dalla letteratura scientifica e dall'ente internazionale che ne ha definito i contorni e i regolamenti base.



Figura 3 Logo etichettatura prodotti biologici certificati SPG riconosciuti da IFOAM

Nati negli anni '80 in Brasile, i Sistemi Partecipativi di Garanzia (SPG/PGS) sono definiti da IFOAM come “sistemi di garanzia della qualità che operano a livello locale. Certificano i produttori basandosi sulla partecipazione attiva degli *stakeholder* e si costruiscono a partire dalla fiducia, dalle reti sociali e dallo scambio di conoscenze” (trad. di “*Participatory Guarantee Systems are locally focused quality assurance systems. They certify producers based on active participation of stakeholders and are built on a foundation of trust, social networks and knowledge exchange*”). In accordo con questa definizione vorrebbero essere una soluzione ideale al fine di sostenere l'agricoltura biologica, l'agricoltura civica e l'agricoltura familiare. L'esclusione dal nucleo delle certificazioni convenzionali conduce questo tipo di garanzia verso una considerevole riduzione dei costi, sia economici che burocratici (Zanasi et al. 2009; Lamine et al. 2012; Sacchi et al. 2015; Lamine 2011; Francisco e Radomsky 2009). Inoltre, come mostra la letteratura,

---

<sup>4</sup> [http://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs\\_definition\\_in\\_different\\_languages.pdf](http://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs_definition_in_different_languages.pdf), ultimo accesso 27/01/2017

l'istituzionalizzazione di questi sistemi di garanzia (Wilkinson et al. 2008), potrebbe essere ancora più inclusiva se i governi degli stati discutessero criteri e standard con la società civile, fatto che purtroppo, almeno nei Paesi dell'Unione Europea non è ancora avvenuto, nonostante vi siano Paesi come la Francia che introdussero questi sistemi di garanzia già parecchi anni fa. Questo tipo di certificazioni o meccanismi di valutazione di conformità, offrono ai consumatori la garanzia della qualità biologica e del rispetto dei principi dell'economia solidale. Il maggior coinvolgimento diretto di tutti gli *stakeholder*, la possibilità di acquisire conoscenze e competenze maggiori riguardo la produzione, la condivisione di tutti questi saperi tra consumatori e produttori, rende i SPG lo strumento adatto e utile a ridurre la sfiducia dei consumatori rispetto all'etichettatura, o brandizzazione, del logo biologico (Sacchi et al. 2015).

Un elemento chiave dei SPG è la possibilità di coinvolgere i consumatori, magari organizzati in gruppi, nel processo di verifica, oltre che nella stesura degli standard di riferimento. I SPG hanno meno costi amministrativi, se comparati con le certificazioni di parte terza, agevolano lo scambio di conoscenze, pur mantenendo spesso gli standard di qualità delle certificazioni convenzionali (Källander 2008). Infine, un altro elemento chiave riguarda il processo decisionale: trasparente e strutturato, consente da un lato di accrescere il livello di fiducia, dall'altro lato consente ai produttori e alle associazioni dei produttori di creare nuove collaborazioni (Källander 2008). I SPG sono molto più di un semplice sistema di certificazione. La costruzione di relazioni e la condivisione di conoscenze, tecniche ed idee sono i pilastri di questo metodo alternativo di garantire la qualità dei prodotti biologici. Rover, a proposito della certificazione di Ecovida<sup>5</sup>, una rete di economia solidale del sud del Brasile, fra le più importanti e strutturate al mondo, definì il SPG come una certificazione partecipativa caratterizzata da un decentralizzato processo di creazione di relazioni, credibilità, rispetto per le caratteristiche e le qualità dei prodotti locali, costruita attorno alla partecipazione ed al compromesso fra produttori, tecnici e consumatori (Rover 2013; Rover et al. 2017).

Per chiarire in maniera schematica le differenze dei sistemi di certificazione sopraccitati, di seguito verranno riportate le caratteristiche principali sia dei SPG sia dei Sistemi di Controllo Interno (Internal Control System, ICS).

*Tabella 1 Sistemi Partecipativi di Garanzia e Sistemi di Controllo Interno (Gruppi di Certificazione) a confronto*

<b>Sistemi Partecipativi di Garanzia</b>	<b>Sistemi di Controllo Interno</b>
Decisioni di comunità per la costruzione di un sistema che tutti possano comprendere e nel quale possano avere fiducia	Data la condizione di includere un ente certificatore esterno, esso prescrive il processo e delega l'attività di visita/ispezione al gruppo di certificazione del ICS
Processo decisionale trasparente che coinvolge molti <i>stakeholder</i>	La garanzia è per lo più focalizzata sui documenti seguiti da un ispettore esterno

<sup>5</sup> [www.ecovida.org.br](http://www.ecovida.org.br), ultimo accesso 27/01/2017

SPG sono più di un semplice Sistema di certificazione. Di vitale importanza sono la creazione di relazioni e il supporto tra pari per condividere tecniche, saperi e idee utili per produttori e consumatori	Il supporto tra pari non è richiesto. Tuttavia alcuni gruppi ICS includono sostanziali training e stimoli utili a consolidare i rapporti fra i produttori
SPG è una certificazione per l'intera azienda, il che consente ai produttori di poter vendere tutti i prodotti dell'azienda come certificate biologici	La certificazione ICS è spesso limitata ai prodotti esportabili. I restanti prodotti vendibili a livello locale, non possono essere venduti come "biologico certificato"
SPG è focalizzato su scala locale e spesso include i consumatori locali nel processo di certificazione nella speranza di poter sviluppare e/o espandere i mercati locali e la conoscenza del Sistema di produzione biologico	ICS è generalmente incentrato sulle merci e i prodotti esportati. Per ridurre i costi gli ICS vendono come certificati biologici, soltanto i prodotti destinati all'esportazione, i prodotti vendibili nei mercati locali, anche se biologici di fatto, vengono venduti senza l'etichettatura biologica
Non essendoci per forza punti di vendita comuni, i produttori sono liberi di vendere i loro prodotti a qualsiasi cliente o mercato desiderino. Tuttavia, alcuni SPG utilizzano soluzioni di diverso tipo, come l'organizzazione di <i>farmers' market</i> o canali di vendita comune	I produttori ICS devono operare per forza in un punto di vendita comune
L'assegnazione della certificazione viene concessa dalla commissione nominata dal SPG. Coinvolgendo i produttori del processo di <i>decision-making</i> , divengono attori chiave nello stabilire chi può essere o meno certificato all'interno del proprio gruppo di riferimento. Ciò significa incrementare la responsabilità, favorendo il controllo sociale come importante meccanismo di conformità	La certificazione viene concessa da un ente esterno. Diverse decisioni di verifica vengono delegate al ICS. A volte, i produttori certificati si ritrovano uniti contro l'ente esterno di certificazione che può in qualche modo impedire la concessione della certificazione di un produttore membro del gruppo
Ciascun produttore possiede la certificazione ed è libero di vendere a chiunque voglia	Il certificato è di proprietà di un distributore o di una proprietà collettiva. Non è di una singola azienda

Fonte: Liberamente tratto e tradotto da Källander, I. (2008) "Participatory Guarantee Systems-SPG", *Swedish Society for Nature Conservation*, p. 10

Come si è potuto constatare numerosi sono i vantaggi che questi modi alternativi di concedere certificazioni possono portare sia ai produttori, ma anche ai consumatori in termini di trasparenza, fiducia, tracciabilità e garanzia di qualità dei prodotti e della filiera. Tuttavia, ad oggi, non ci sono norme internazionali che specificano cosa definisca o meno un SPG, piuttosto che un ICS, o altre forme di garanzia, diverse da quelle concesse per parte terza. Né in Europa, né negli Stati Uniti, queste certificazioni vengono equiparate a quelle ufficiali. Tuttavia, in alcuni Paesi, come Brasile e Bolivia, le certificazioni partecipative sono state riconosciute dal sistema legislativo interno. Come riportato da Meirelles (2010) a partire dal 2007, tramite il Decreto 6.323<sup>6</sup>, approvato il 27 dicembre, e la Legge N° 19 del 28 maggio del 2009<sup>7</sup>, il Sistema brasiliano di valutazione della

<sup>6</sup> <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2007/decreto-6323-27-dezembro-2007-567641-norma-attualizada-pe.pdf>, ultimo accesso 07/02/2017

<sup>7</sup> <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/regularizacao-da-producao>, ultimo accesso 07/02/2017



conformità ai protocolli del biologico (*Brazilian System for Evaluating the Organic Conformity, SisOrg*) ha ratificato la certificazione di parte terza e quella dei SPG come identificazione della produzione biologica, diversificando i mercati di destinazione: quella di parte terza valida per il mercato interno e quello globale, mentre quella SPG, limitata al mercato brasiliano, ma basti pensare alle dimensioni del Brasile per rendersi conto dell'importanza che può avere questa decisione per le possibilità di sviluppo dei piccoli produttori. L'Europa e gli Stati Uniti attendono un adeguamento in questa direzione. Ad oggi la certificazione di parte terza è l'unica utilizzabile per poter garantire ufficialmente un prodotto biologico, sia nella grande distribuzione, sia nella filiera corta.

Nel prossimo capitolo verranno brevemente descritte e illustrate le esperienze italiane di SPG.

#### 4. Le esperienze Italiane di SPG

di Francesco Vittori

Come ampiamente descritto nel capitolo precedente sono ormai molte le esperienze di SPG/PGS nel Mondo. In Europa i pionieri di questo sistema alternativo di certificazione dell'agricoltura biologica sono stati i francesi di *Nature et Progrès*, associazione di consumatori e produttori, che sin dalla metà degli anni '60 promuove l'agricoltura e il pensiero agroecologista. Ad oggi raccolgono centinaia di produttori certificati biologici SPG. Ma non è l'unica esperienza attiva in Europa. Dal sito web di IFOAM ORGANICS INTERNATIONAL<sup>8</sup> è possibile infatti consultare le mappe interattive che consentono di visualizzare tutte le esperienze di certificazione partecipativa, registrate presso IFOAM, o riconosciute come "ufficiali" da questo ente. Un altro esempio di certificazione partecipativa, al quale molte realtà della nostra penisola si sono ispirate, è il caso brasiliano. In Brasile infatti le certificazioni di parte seconda (*peer-to-peer*) come gli SPG a livello legislativo sono riconosciute ed equiparate a quelle di parte terza (o convenzionali). Una legge federale approvata durante l'amministrazione Lula infatti prevede la possibilità di equiparare i diversi modi di certificazione come prodotti biologici. Lo stesso brand assegnato ai diversi tipi di certificazione è il medesimo, varia soltanto la specificazione, come si può vedere dalla figura 5.



NATURE &  
PROGRES

Figura 4 Logo ufficiale dell'associazione Nature et Progrès



Figura 5 Logo certificazione biologica brasiliana: di parte terza e SPG

Ma non è soltanto una questione normativa ciò che differenzia il contesto brasiliano da quello italiano, ed europeo. Il settore primario in generale è molto differente. La dimensione della maggioranza delle aziende agricole brasiliane (l'84,4%), sono imprese a conduzione familiare, di superficie medio-piccola (in Lombardia abbiamo visto essere attorno al 71%), ma solo il 25% circa del territorio coltivabile rappresenta i terreni gestiti da questo tipo di agricoltura. Il resto è gestito interamente dalle grandi compagnie multinazionali, che ancora in larga parte sfruttano il territorio e la manodopera locale per incrementare i profitti. Tuttavia, nel corso degli ultimi anni, il movimento dell'agroecologia, forte di un pregresso storico più che trentennale, ha spinto il governo e l'amministrazione Lula ad approvare una serie di pianificazioni nazionali, volte a favorire la vendita e l'utilizzo dei prodotti dell'economia familiare all'interno della ristorazione pubblica (Rover 2016). Nello specifico, uno dei modelli di certificazione più studiati in letteratura, è quello della Rede ECOVIDA (Francisco e Radomsky 2009; Lamine et al. 2012; Rover 2013), attiva nei tre stati collocati nel Brasile meridionale (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul), raccoglie ad

<sup>8</sup> [https://pgs.ifoam.bio/pgs\\_groups/map?region=europe](https://pgs.ifoam.bio/pgs_groups/map?region=europe), ultimo accesso 27/01/2017

oggi oltre 2000 produttori, per lo più piccole aziende a conduzione familiare, ad oggi è la più importante rete di agroecologia del Paese. L'agricoltura biologica, il pensiero agroecologista, hanno dato vita ad un vero e proprio movimento sociale che coinvolge differenti realtà. Ovviamente si tratta di un'innovazione, quella promossa da ECOVIDA, che ha portato un chiaro vantaggio economico ai produttori coinvolti, ma al tempo stesso ha fatto sì che si creassero lotte e conflitti a tutela del territorio contro le grandi compagnie, promuovendo un modello di agricoltura svincolato dall'utilizzo di fertilizzanti chimici e sementi OGM (Rover 2013).

La situazione nel nostro Paese segue il trend di altri Paesi dell'Europa Occidentale (Francia a parte). Queste esperienze stanno emergendo e sono attive recenti sperimentazioni in diversi territori lungo tutta la penisola italiana.

Di seguito verranno pertanto presentate le principali esperienze di SPG mappate nel nostro Paese. Essendo il panorama italiano molto variegato e caratterizzato da una vasta costellazione di esperienze di garanzia partecipata e autocertificazione all'interno delle varie reti, si è deciso di suddividere le esperienze in base allo stato di avanzamento del processo, valutandone sia i contenuti sia i metodi. Pertanto dapprima verranno passate in rassegna le esperienze di SPG registrate presso il database di IFOAM. Successivamente verranno descritte le esperienze che si autodefiniscono SPG, riprendendone in toto o in parte la metodologia e la struttura così come descritti dalla letteratura. Infine verranno presentati i progetti SPG in via di definizione/costruzione.

#### 4.1 SPG Registrati presso IFOAM

##### 4.1.1 Garanzia Partecipata - Toscana

La Garanzia Partecipata della Toscana, come si evince dal sito web della piattaforma di garanzia<sup>9</sup>, è stato promosso dall'associazione A.S.C.I. Toscana (Associazione Solidarietà Contadina Italiana), la cui mission è strettamente collegata alla tutela ambientale ed alla giustizia globale. L'associazione stessa si descrive in questo modo:

“L'Associazione di Solidarietà per la Campagna Italiana nasce dall'amara constatazione della situazione di degrado ambientale, sociale e culturale in cui è stata trascinata la Campagna Italiana da più di mezzo secolo di incessante oltraggio in ossequio ad un'aberrante concezione di benessere e di progresso indotta dall'ideologia consumista. L'Associazione di Solidarietà per la Campagna Italiana nasce dalla volontà di recuperare il mondo rurale alla sua intrinseca consonanza con l'armonico divenire della natura per la piena realizzazione della nostra più autentica umanità”

L'altro promotore della Garanzia Partecipata (GP) Toscana è l'Associazione La Fierucola<sup>10</sup>, associazione fiorentina che dal 1984 ha ripreso ad organizzare mercati contadini in città come veniva fatto durante il XIX secolo nel capoluogo toscano.

Queste due realtà raccolgono per lo più produttori ed artigiani. Il Progetto della GP Toscana, come si può notare sfogliando le pagine web delle associazioni, è nato per lo più da un'esigenza dei produttori locali, ma coinvolge anche i Gruppi di Acquisto Solidale e altri attori.

Le motivazioni che hanno spinto questa associazione a creare un SPG ricalcano quanto detto nel capitolo precedente, ossia la condivisione del progetto fra produttori e consumatori, consolidare i

---

<sup>9</sup> <http://www.garanziapartecipata.it/presentazione.html>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>10</sup> <http://www.lafierucola.org/>, ultimo accesso 27/01/2017

rapporti di fiducia, aumentare la trasparenza, la partecipazione, l'apprendimento e rendere ancor più orizzontali i rapporti fra gli *stakeholder* coinvolti nel sistema di produzione-consumo-garanzia dei prodotti agro-alimentari. Le motivazioni che hanno spinto alla creazione di questo sistema si basano sulla volontà di creare e rinsaldare i legami fra produttori e consumatori sviluppando una rete di economia virtuosa che sia "giusta" nei confronti della natura e dei produttori (da <http://www.garanziapartecipata.it/presentazione.html>, ultimo accesso 27/01/2017).

Il sistema di garanzia toscano raggruppa diversi territori della regione tra cui, oltre al capoluogo toscano, troviamo le aree della Valle del Casentino, Mugello, Chianti Fiorentino, Valdelsa e Chianti Senese. Da quanto risulta dalla pagina web, attualmente sono certificate SPG 22 aziende di tre territori (Valle del Casentino, Mugello e Chianti Fiorentino).

Attualmente il progetto GP Toscana è ancora attivo e risulta registrato presso il database di IFOAM.

#### *4.1.2 Garanzia Partecipata - terra|TERRA, Roma*

L'esperienza di terra|TERRA nasce nella capitale attorno all'esperienza di "Terra e Libertà/Critical Wine" svoltasi all'interno del Centro Sociale Forte Prenestino ad ottobre 2004. Dai dibattiti emersi durante quell'esperienza nacque l'esigenza di creare un luogo, uno spazio all'interno del quale si potessero scambiare idee, esperienze tra piccoli produttori, artigiani e consumatori critici dell'area urbana per creare e sviluppare modelli alternativi di mercato e di economia.

Si autodefiniscono come: *"la sperimentazione di un modello di economia che impegna reciprocamente produttori, artigiani e consumatori per sovvertire le catene di distribuzione, ridurre la distanza alimentare, valorizzare le relazioni sociali, sensoriali e gustative"*. Dalla sensibilità di queste persone e dal loro impegno nascono i mercati di terra|TERRA all'interno del centro sociale (Mercato senza mercanti): chi produce deve sentirsi protagonista e vicino ai consumatori. Presentare i propri prodotti in uno spazio comune e autogestito e condiviso, è il modo più agevole per incontrare i consumatori e farsi conoscere e conoscere.

Gli obiettivi di terra|TERRA sono:

- Salvaguardare il patrimonio agro alimentare fatto di saperi e sapori diversi arrestando il processo di estinzione
- Ristabilire una relazione armonica con la terra che lasci spazio a produzioni e a consumi più felici, innescando processi virtuosi di qualità della produzione, qualità del prodotto e qualità delle relazioni sociali
- Costruire attraverso le "buone prassi" sperimentate modelli alternativi di economia
- Acquisire nuovi strumenti per ragionare, riflettere, sovvertire e affrancarsi dalla insopportabile morsa del neo-liberismo e della globalizzazione, affermando il principio dell'Autonomia Alimentare

Ad oggi il mercato da loro organizzato conta circa 50 produttori e artigiani, provenienti dal centro e dal Sud Italia. Il mercato si tiene una volta al mese. Da qualche mese ha realizzato un punto di vendita chiamato Spaccio Popolare Autogestito: progetto avviato per diffondere i prodotti presenti nei mercatini, per informare e per dare visibilità ad esperienze e realtà che altrimenti sarebbero poco visibili.

Tre sono gli elementi alla base dell'esperienza di terra|TERRA: l'autocertificazione, il prezzo sorgente e l'agricoltura in partenariato. Ed è proprio l'elemento della garanzia dei prodotti e dei produttori l'elemento cardine di questa realtà.

“La 'certificazione partecipata' è un'iniziativa di cui siamo venuti a conoscenza all'interno del mercato terra/Terra. Ci siamo arrivati grazie ai produttori del Lazio sud orientale molto attivi riguardo a questo percorso.”

Il progetto è quello di creare un percorso ed uno strumento partecipativo che avvicini ancor di più consum-attori e produttori, organizzati o meno in gruppi di acquisto o reti di produttori. L'esigenza nasce dalle criticità e dalle contraddizioni che si innescano nel processo di certificazione (loro lo definiscono conflitto di interesse); questo porta alla volontà di certificare in maniera partecipata ed autogestita i produttori di terra|TERRA. Emergono fortemente gli elementi principali della garanzia partecipata. Dal sito web di questa realtà<sup>11</sup> è possibile infatti verificare quanto affermato consultando le trascrizioni di alcune interviste fatte a consumatori e produttori appartenenti al connettivo terra|TERRA.

“Considerazioni sul percorso della certificazione partecipata: lo trovo positivo, permette oltre alla verifica delle situazioni, un confronto tra i partecipanti, con approfondimenti che non sarebbero possibili altrimenti, con considerazioni professionali sull'indirizzo agricolo, valorizzando i rapporti territoriali, essenziali per la crescita del connettivo e dell'intervento territoriale, fatto di scambi, mercati locali, iniziative e comunicazioni. Svilupperei, la C.P, con più professionalità e meno formalismo. Parliamone.” [Bakunino, produttore vino Lazio Sud orientale]

“Abbiamo partecipato ad alcune delle ultime certificazioni, e confermiamo la bontà di questa iniziativa. È proprio la qualifica della certificazione che la fa diversa, "partecipata" deve appunto significare vicinanza d'intenti tra produttore e consumatore. In queste nostre visite ai produttori abbiamo riscontrato proprio questo clima: un'appassionata ricerca di un modo diverso di offrire i prodotti della propria terra e delle proprie mani, nel rispetto di alcuni parametri minimi (autoproduzione e non manovalanza; coltivazioni e lavorazioni completamente naturali; controllo quasi completo del processo produttivo). Insomma, impressioni positive. Da semplici consumatori che hanno finora "certificato" piccoli produttori crediamo che la strada sia quella giusta.” [Pina e Oliviero, consumatori di Largo Preneste]

Garanzia di qualità, rapporto diretto consumatore-produttore, condivisione di conoscenze, giustizia e tutela del territorio e dei lavoratori. I principi che stanno alla base degli SPG sono, come si evince anche da queste brevi testimonianze dirette, centrali nella garanzia partecipata. Questa rete, come altre due che verranno di seguito descritte (CampiAperti e CortoCircuito Flegreo), fanno parte della rete Genuino Clandestino, che verrà descritta più avanti.

Resta soltanto da dire che terra|TERRA ha da poco ufficializzato la registrazione presso il database di IFOAM<sup>12</sup>.

#### *4.1.3 Il SPG lombardo - C'è Campo*

Il SPG lombardo è riconosciuto come iniziativa di garanzia partecipativa da IFOAM, il progetto verrà descritto in maniera approfondita nel prossimo capitolo, il suo potenziamento è stato oggetto della ricerca descritta nel presente working paper.

## **4.2 Esperienze che si autodefiniscono SPG**

### *4.2.1 Sistema di Garanzia Partecipata - Parma*

Il SPG territoriale avviato a Parma a marzo 2013, coinvolge produttori e consumatori (organizzati in GAS e non solo) nella realizzazione di un partenariato finalizzato all'apertura di nuovi spazi di

---

<sup>11</sup> <http://www.terra-terra.it/garanzie-partecipate?showall=&start=1>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>12</sup> <https://pgs.ifoam.bio/>, ultimo accesso 27/01/2017

mercato locale, che si basano sul rispetto dei criteri di Economia Solidale contenuti nella Carta dei principi del DES parmense<sup>13</sup>.

Dal sito web del SPG di Parma<sup>14</sup> si comprende quanto i criteri dell'Economia Solidale riportati nella Carta dei Principi siano centrali nella realizzazione di questo progetto:

“I principi, che si ispirano alla Carta dei Principi del DES parmense, costituiscono un bagaglio comune da preservare, dove rispettati, ed a cui tendere, dove solo perseguiti. L'attuazione degli stessi, così come l'impegno a non snaturarli, è affidata alla responsabilità delle singole realtà ed all'azione comune”.

Tra i principi fondanti si annoverano:

1. la sostenibilità ecologica
2. la valorizzazione della dimensione locale e delle relazioni
3. la giustizia e la sostenibilità sociale

Il Sistema di Garanzia Partecipata pertanto viene visto come soluzione ideale per rispettare i principi sopra citati.

Gli attori coinvolti in questo progetto sono 20 produttori, 26 consumatori appartenenti a 17 Gruppi di Acquisto Solidale di Parma e Provincia e 2 tecnici, un biologo agroalimentare ed un'agronoma<sup>15</sup>.

I promotori e principali finanziatori del presente progetto sono stati “l'Associazione Verso il DES del territorio parmense”, il Forum Solidarietà, Fondazione Cariparma, la Regione Emilia-Romagna e la Chiesa Valdese.

Attualmente sembra che l'attività di questo SPG stia convergendo verso l'inserimento delle aziende coinvolte nel progetto *MercatiAmo*<sup>16</sup> (mercato agricolo organizzato dal DES parmense ogni venerdì nel capoluogo di provincia), cui potranno aderire soltanto i produttori certificati SPG. Attualmente le aziende coinvolte in questo Mercato Agricolo sono 33.

#### *4.2.2 Garanzia Partecipata del META e AGRicoltura - Puglia*

AGRIColtura è una APS, Associazione di Promozione Sociale, nata nell'aprile 2012 con l'obiettivo di realizzare un mercato di produttori agricoli nel territorio di Sammichele di Bari come strumento di valorizzazione del territorio, di educazione al rispetto dell'ambiente e della biodiversità, di recupero delle tradizioni e di promozione del buon vivere. AGRicoltura è promotrice del META (Mercato della Terra e delle Arti), un mercato della terra che si ispira al rispetto ed alla tutela dell'ambiente, della filiera corta, del km 0, del consumo critico, della valorizzazione delle arti e dei saperi contadini. È attivo dal 2012. AGRicoltura faceva parte della RES Puglia (Rete di Economia Solidale della Puglia). Attualmente vi fanno parte i Gruppi di Acquisto Solidale locali, i produttori biologici e sociali, le reti di produttori, le associazioni e i singoli cittadini, allo scopo di promuovere e supportare l'economia solidale e sostenibile<sup>17</sup>.

---

<sup>13</sup> <http://www.desparma.org/wp-content/uploads/2013/05/carta-dei-principi.pdf>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>14</sup> <http://www.desparma.org/progetti-des/pgs-sistema-di-garanzia-partecipata/>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>15</sup> <http://www.desparma.org/wp-content/uploads/2013/07/PGS-a-Parma.pdf>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>16</sup> <http://www.mercatiamo.org/>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>17</sup> <http://www.mercatoagricoltura.it>, ultimo accesso 27/01/2017

Al mercato META possono accedere soltanto i produttori già certificati biologici (con certificazione di parte terza) oppure con certificazione SPG. Da quanto emerge dal sito web di AGRicoltura, i produttori del META sono 18, di cui 3 certificati SPG.

Non sono tuttavia reperibili dal sito ulteriori informazioni rispetto all'organizzazione interna di questo SPG.

#### *4.2.3 Sistema di Garanzia Partecipativa di Corto Circuito Flegreo - Campania*

Un altro caso di SPG sperimentato sul territorio nazionale riguarda la garanzia partecipativa promossa dall'associazione promotrice della filiera corta campana Corto Circuito Flegreo composta da produttori e consumatori (organizzati in Gruppi di Acquisto Solidale e non solo). La Carta dei Principi Condivisi di Corto Circuito Flegreo<sup>18</sup> definisce la rete come:

“Una struttura/esperienza/dimensione umana che valorizza la produzione e lo scambio prevalentemente locale (ambito regionale) di beni e servizi di qualità, rispettosa dell'uomo e dell'ambiente, che opera per un "giusto prezzo" (trasparente, adeguato per il produttore, accessibile al consumatore), e promotore di una Legalità "Giusta" (quella ispirata a regole che favoriscono l'inclusione sociale, la dignità del lavoro, la cura e il rispetto dell'ambiente, la preferenza per una seria e comprovata responsabilità sociale d'impresa)”

Corto Circuito Flegreo, associazione nata nell'aprile 2011 (attiva già dall'anno precedente) ha partecipato alla realizzazione del DES dell'area Flegrea (attualmente non più attiva). Le finalità principali dell'associazione sono la promozione e lo sviluppo dell'economia solidale e del consumo critico. Per seguire questi obiettivi l'associazione ha scelto di adottare il Sistema di Garanzia Partecipativo, dopo essere stato valutato e votato in assemblea generale con tutti i soci.

Nato nel settembre 2012, il SPG della rete di Corto Circuito Flegreo raggruppa 18 produttori del territorio Flegreo e campano.

Dal Disciplinare Qualità ed Eticità<sup>19</sup> emergono interessanti aspetti di questa rete. Innanzitutto i produttori si approvvigionano all'interno del circuito come fonte primaria, soltanto in caso di indisponibilità delle materie prime, i produttori possono approvvigionarsi fuori dalla rete. Inoltre essi devono impegnarsi a partecipare, assieme ai consum-attori, alle attività del SPG. Inoltre viene specificata anche la propensione all'utilizzo di monete relazionali (SCEC) per favorire lo scambio tra soci e rafforzare la gestione collettiva e solidaristica (Sachy et al. 2015), intenzione che tuttavia non ha trovato concretizzazione.

CortoCircuito Flegreo inoltre organizza mercati agricoli in diverse località e come esplicitato poc'anzi, soltanto i produttori certificati possono accedervi. Si auto-organizza ed autogestisce e non riceve alcun finanziamento. Uno degli obiettivi fondamentali della rete è autofinanziarsi.

#### *4.2.4 Sistema della Garanzia Partecipata - CampiAperti, Bologna*

Tra le reti che promuovono il SPG c'è il caso dell'Associazione CampiAperti di Bologna. L'associazione<sup>20</sup>, fondata nel 2007, è composta da agricoltori e consumatori e sostiene l'agricoltura biologica e contadina, promuove la filiera corta, la territorialità, la stagionalità e garantisce la

---

<sup>18</sup> <https://www.scribd.com/document/55097135/Carta-Dei-Principi-Condivisi-CortoCircuito-Flegreo>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>19</sup> <https://www.scribd.com/document/249553573/Disciplinare-Qualita-Ed-Eticit%C3%A0-CCF-REV-5-Post-Assemblea-Del-16-Novembre-2014>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>20</sup> <http://www.campiaperti.org/wp-content/uploads/2012/10/Oltre-il-mercato.pdf>, ultimo accesso 27/01/2017



qualità dei prodotti attraverso un Sistema di Garanzia Partecipata. Organizza diversi mercati (in totale 6) nella città di Bologna, in luoghi e giorni diversi, in modo tale da servire la popolazione lungo tutto l'arco della settimana. I produttori coinvolti nei loro mercati sono 82 e possono essere venduti nei mercati i beni agricoli e alimentari biologici o biodinamici certificati da organismi di controllo o garantiti Sistema di Garanzia Partecipata di CampiAperti. Ciascun produttore ha l'obbligo di esporre una dettagliata descrizione dei propri prodotti, oltre che della garanzia partecipata. Hanno inoltre l'obbligo di partecipare alle attività della rete e alle visite di controllo del sistema di garanzia. Produttori e consumatori lavorano a stretto contatto e sono egualmente coinvolti nei vari processi. Hanno inoltre una vocazione solidaristica, infatti fra i principi fondanti dell'associazione, uno dei pilastri è il tema del lavoro: esplicitamente sostengono il coinvolgimento dei dipendenti nella gestione aziendale, tutelando i lavoratori dipendenti e garantendo protezione agli stessi con eventuali sanzioni/sospensioni a danno dell'azienda, in caso di anomalie. Anche qui la provenienza interna delle materie prime è esplicitamente consigliata come via preferenziale di approvvigionamento, considerando comunque altrettanto fattibile la provenienza delle materie prime dai circuiti del commercio equo-solidale.

Gli ultimi due esempi di SPG citati, uniti a terra|TERRA, fanno tutti parte della rete Genuino Clandestino (come anticipato poc'anzi) la quale si autodefinisce come<sup>21</sup>:

*“una campagna di comunicazione per denunciare un insieme di norme ingiuste che, equiparando i cibi contadini trasformati a quelli delle grandi industrie alimentari, li ha resi fuorilegge. Per questo rivendica fin dalle sue origini la libera trasformazione dei cibi contadini, restituendo un diritto espropriato dal sistema neoliberista”*

Sviluppata a partire dal 2010, questa rete di promozione dell'agricoltura sociale e “resistente”, è presente in quasi tutte le regioni d'Italia. La Rete di Genuino Clandestino ad oggi raccoglie diverse realtà del territorio nazionale. Fra le diverse campagne e pratiche portate avanti dalla rete si trova la Certificazione Partecipata. In rete è possibile recuperare molti documenti<sup>22</sup> che descrivono a fondo la mission di questa rete di produttori che da anni ormai si batte per la sovranità alimentare e per la proposta di alternative rispetto al modello tradizionale di produzione-distribuzione-consumo dei prodotti agro-alimentari.

Per i casi di terra|TERRA e CampiAperti è possibile considerare questo tipo di certificazioni come esempi di garanzia di “parte prima”, in quanto sono per lo più i produttori a svolgere un lavoro di autocertificazione. Il coinvolgimento dei consumatori entra in gioco soltanto durante le visite, anche di fatto si tratta di una garanzia partecipativa. Differente invece è il caso del CortoCircuito Flegreo in quanto rispecchia il modello di SPG in senso stretto, anche se non risulta registrato presso IFOAM, diversamente da terra|TERRA.

A fianco dei sistemi di garanzia sopra elencati, vi sono alcune sperimentazioni che stanno nascendo o sono sul procinto di costituirsi, come ad esempio il Sistema Partecipativo di Garanzia di AIAB Lazio per il Mercato della Città dell'Altra Economia<sup>23</sup> a Roma, anche se allo stato attuale, sembrerebbe arenatosi il progetto.

Riassumendo, il comune denominatore di queste esperienze è il fatto che per tutti gli esempi menzionati si tratti di esperienze di reti che coinvolgono allo stesso tempo produttori locali e

---

<sup>21</sup> <http://genuinoclandestino.it/>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>22</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=9VLTahakKaQ>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>23</sup> <http://www.cittadellaltraeconomia.org/>, ultimo accesso 27/01/2017



cittadini/consum-attori. Soltanto il caso della GP Toscana<sup>24</sup>, sembrerebbe essere partito da un'esigenza fatta emergere dai produttori stessi.

“C'è da dire che il forte coinvolgimento dei consumatori può essere interpretato come 'un'anomalia' del caso italiano, in quanto, a livello, non soltanto nei Paesi del Sud del Mondo, ma anche nel Nord (tra gli altri anche *Nature et Progrès*, si veda cap. 4) il ruolo dei consumatori nella costituzione del SPG è un plus. In genere i sistemi di garanzia partecipativa sono guidati dai produttori stessi” [Giuseppe Vergani, DesBrianza]

Questo è quanto è emerso da una ricerca preliminare delle esperienze di SPG in Italia. Ciascun caso andrebbe approfondito maggiormente per essere compreso e descritto in maniera il più possibile oggettiva, ma si è voluto qui presentare sinteticamente le esperienze in corso per fornire un quadro della situazione italiana.

Nel capitolo successivo verrà descritto il contesto all'interno del quale si è creato e potenziato il SPG lombardo - C'è Campo. Verranno nello specifico approfonditi i contesti della Provincia di Como e Bergamo, oggetto della ricerca descritta in seguito.

---

<sup>24</sup> <http://www.lafierucola.org/content/garanzia-partecipata-aggiornamenti-e-considerazioni>, ultimo accesso 27/01/2017

## **5. SPG in Lombardia**

*di Francesco Vittori*

### 5.1 L'agricoltura in Lombardia

Per comprendere il contesto lombardo, in particolare nell'ambito agricolo, si riportano di seguito alcuni dati utili emersi dal 6° censimento dell'agricoltura ISTAT<sup>25</sup> (2010) e dalla pubblicazione "L'agricoltura lombarda conta – 2014" a cura del settore agricoltura della Regione Lombardia.<sup>26</sup>

Il settore agricolo assorbe una quota pari al 2,4% delle unità lavorative (UL) presenti in regione rispetto al 32,1% dell'industria e al 65,4% dei servizi. Nel triennio 2011-2014, il valore della produzione agricola in Lombardia è rimasta pressoché costante attorno al 7,4 miliardi di euro (pari al 13,9% del totale nazionale), mantenendosi superiore ai livelli pre-crisi. Tuttavia, il valore aggiunto, nonostante abbia recuperato la caduta dell'anno 2009<sup>27</sup>, non riesce a dare segnali di ripresa (-1,5% nel 2013). In termini di variazione, il settore agricolo lombardo ha espresso, tra il 2011 e il 2012, segnali positivi, reggendo bene la sfida congiunturale e aumentando la produttività aziendale e quella del lavoro.

Secondo i risultati del 6° Censimento generale dell'agricoltura (2010) risultano presenti in Lombardia 54.333 aziende agricole, pari al 3,3% del totale nazionale.

La situazione dell'agricoltura lombarda secondo i dati raccolti dalle due fonti indicate risulta, rispetto a quella nazionale, più popolata di manodopera extrafamiliare (in Lombardia 28,6% contro il 24,2% nazionale) e presenta una più elevata componente straniera (42% rispetto al 24,8%). Il 78,2% delle giornate lavorative infatti è stato effettuato da appartenenti al nucleo familiare del conduttore contro l'80% prestato a livello nazionale.

Anche l'incidenza dei giovani risulta maggiore rispetto alla situazione nazionale (27% delle UL contro il 20%).

Nel 2010 la SAU (superficie agricola utilizzata) condotta dalle aziende agricole lombarde ha subito una riduzione del 5,1%, rispetto al 2000. Tale riduzione, essendo inferiore in valore assoluto rispetto a quella del numero delle aziende (-23,5%), ha comportato un incremento della SAU media aziendale da 14,6 a 18,2 ettari, dato, quest'ultimo, doppio rispetto alla media nazionale.

L'azienda individuale e la conduzione diretta rimangono le forme giuridiche e di conduzione prevalenti; certamente la forma societaria, rispetto al 2000, è cresciuta di importanza in Lombardia.

Le aziende di piccole e piccolissime dimensioni, caratterizzate da una produzione standard inferiore ai 25.000 euro, sono in regione meno del 60%, contro l'81% a livello nazionale. All'opposto, le aziende di grandi dimensioni, oltre i 500.000 euro, rappresentano il 5,3% del totale, interessando il 64,3% della produzione standard regionale (0,7% delle aziende e 33,8% della produzione standard nel contesto nazionale).

Si delinea dunque una situazione regionale in cui si vede, rispetto al dato nazionale, una maggiore presenza di aziende di grandi dimensioni e fatturati più elevati realizzati con un maggior impiego di manodopera extrafamiliare e giovanile.

---

<sup>25</sup> <http://www.istat.it/it/censimento-agricoltura/agricoltura-2010>, ultimo accesso 07/02/2017

<sup>26</sup> [www.agricoltura.regione.lombardia.it](http://www.agricoltura.regione.lombardia.it), ultimo accesso 27/01/2017

<sup>27</sup> <http://www.agendadigitale.regione.lombardia.it/shared/ccurl/1014/863/Lombardia%20conta%202014per%20web.pdf>, ultimo accesso 08/06/2017

Osservando il complesso dei prodotti venduti attraverso i diversi canali di vendita, tenendo in considerazione che un'azienda può utilizzare più canali, emerge che in Lombardia: il 41,0% delle aziende che commercializzano i propri prodotti si rapporta ad imprese che gestiscono servizi di intermediazione; il 33,5% cede i propri prodotti ad altre aziende agricole; il 27,8% si rivolge direttamente al consumatore finale (o attraverso la vendita diretta in azienda o fuori azienda). Segue la vendita ad organismi associativi (23,9%) e ad imprese industriali (20,1%)<sup>28</sup>.

La vendita diretta al consumatore in Lombardia, secondo i dati del 6° Censimento dell'agricoltura, viene praticata da oltre 12.000 aziende agricole, pari al 27,8% del totale regionale delle aziende che commercializzano, contro il 26,1% del dato nazionale. In particolare a Bergamo sono 1847 le aziende con vendita diretta (il 44,5% sul totale aziende con vendita), e a Como sono 1173 (il 72% sul totale). Le aziende coinvolte nella ricerca e spesso inserite nei circuiti delle reti di economia solidali sono per lo più considerate dall'analisi INEA (Istituto nazionale di economia agraria) del 2014 appartenenti alla categoria delle piccole aziende lombarde, cioè quelle che hanno un numero medio di superficie agricola utilizzata di 8.39 ettari e che utilizzano prevalentemente il canale di vendita diretta.

## 5.2 Le AFNs in Lombardia

Contestualmente, si sta assistendo, in Lombardia (così come più o meno intensamente in tutto il territorio nazionale) alla continua crescita di processi dal basso che propongono e sostengono un modello di produzione agricola e di consumo alternativo rispetto alle modalità convenzionali. Spinti da un mercato sostenuto da consumatori più o meno organizzati in gruppi di acquisto collettivo e sempre più attenti all'impatto ambientale, economico e sociale dei prodotti che acquistano, sono numerosi i produttori che si avvicinano a quello che viene definito mercato della filiera corta<sup>29</sup>.

Al pari di molti altri fenomeni sociali ed economici, il movimento dei Gruppi di acquisto solidali (Gas), delle Reti di Economia Solidale (RES) e dei Distretti di economia solidale (Des) ha nel Nord Italia e in Lombardia una quota molto significativa dei propri membri.

**I Gruppi di acquisto solidali (GAS)** si presentano come un fenomeno davvero originale, in quanto gruppi, quindi collettivi di persone che acquistano - si quindi autodefiniscono preminentemente per la loro funzione collettiva di consumo e solidali e ambiscono a superare il modello del mercato come meccanismo in cui offerta e domanda si influenzano a vicenda prevalentemente tramite reciproci aggiustamenti di prezzo. Ciò che unisce e anima l'azione di questi gruppi di famiglie non è quindi soltanto l'azione di acquisto collettivo in sé, ma la comune ricerca di un'alternativa praticabile alla cosiddetta "società dei consumi" (Forno, Grasseni e Signori 2013b). La spesa diventa quindi un mezzo per accrescere il livello di consapevolezza rispetto ai rischi ambientali e sociali che il sistema di consumo *mainstream* comporta. Ciò a cui si è assistito negli ultimi due decenni, è una continua crescita di queste iniziative, e come testimonia la tabella 2, si può riscontrare una numerosa presenza in Lombardia.

---

<sup>28</sup> "Le 14.718 aziende attive rappresentano il 12% circa del totale nazionale e gestiscono il 26% circa del patrimonio bovino nazionale (1.484.991 capi). Il settore presenta dimensioni medie elevate, più che doppie rispetto a quelle nazionali (45 capi/azienda) e in ulteriore crescita nell'ultimo decennio (da 82 a 101 capi bovini per azienda, pari a circa il 26%)" tratto dal 6° Censimento Generale dell'Agricoltura in Lombardia 2010, p. 13, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>29</sup> Soltanto in provincia di Bergamo, l'Osservatorio CORES ha mappato circa 400 aziende del territorio coinvolte in mercati agricoli, rapporti con i gruppi di acquisto o vendita diretta.

Tabella 2 GAS censiti nelle Province lombarde nel 2013

Provincia	Auto-iscritti retegas.org	N. GAS rilevati tramite monitoraggio CORES	N. GAS che hanno partecipato alla ricerca
Milano	95	153	51
Bergamo	24	62	44
Brescia	23	50	22
Como	14	46	14
Varese	18	40	17
Monza e Brianza	23	33	23
Lecco	8	17	10
Pavia	7	11	9
Cremona	8	7	5
Mantova	4	4	3
Lodi	1	3	3
Sondrio	2	3	3
<b>Totale</b>	<b>227</b>	<b>429</b>	<b>204</b>

Fonte: Dati ricerca Osservatorio CORES "Dentro il Capitale delle Relazioni", (Forno, Grasseni e Signori 2013a)<sup>30</sup>

Chi prende parte ai GAS tende ad avere determinate caratteristiche comuni: una maggiore presenza femminile, un livello di scolarizzazione decisamente più alto della media nazionale, quindi con un capitale culturale elevato, ma con livelli di reddito famigliari non particolarmente elevati (Forno, Grasseni e Signori 2013b). La maggior parte dei gasisti, infatti, appartiene alla classe media impiegatizia, impegnata nei servizi, nel commercio, o nelle professioni, o più ancora dipendente statale, insegnante, "colletto bianco"<sup>31</sup>, spesso con un impiego sicuro, ma messo a dura prova nella sua capacità di acquisto. Differenti sembrerebbero essere i *farmers' market*, per esempio, in quanto spesso si tratta di fenomeni elitari, dove una famiglia di ceto medio italiano non potrebbe fare la spesa settimanalmente. Perfino comprare *shares*, ovvero quote stagionali, da un agricoltore locale perché garantisca un approvvigionamento, spesso biologico, di frutta e verdura di stagione può avere un costo certamente significativo (con formule chiamate appunto "*community supported agriculture*", ovvero agricoltura di prossimità sostenuta dai residenti).

I gasisti non sono dunque "consumatori critici" solo per una presa di posizione "radical chic", ma fanno delle scelte di spesa che possono anche essere onerose per la famiglia, perché lo ritengono politicamente necessario, la motivazione del risparmio infatti è l'ultima considerata, mentre tra le prime vi è l'idea di sostenere i produttori, riconoscono come primo obiettivo del gas "stimolare stili di vita più responsabili nei confronti dell'ambiente"<sup>32</sup>. Rispetto ai *farmers' market* e ai progetti

<sup>30</sup> Tratto da Tavolo per la Rete Italiana di Economia Solidale (a cura di) "Un'economia nuova, dai Gas alla Zeta" Cap. 1 "Dentro il capitale delle relazioni". La ricerca "nazionale" sui Gas in Lombardia a cura di Francesca Forno, Cristina Grasseni e Silvana Signori, Osservatorio CORES - Università degli Studi di Bergamo

<sup>31</sup> Ibidem

<sup>32</sup> Ibidem

di *community supported agriculture*, in ogni caso, i gasisti si differenziano per il carattere collettivo della loro pratica di approvvigionamento. Non si tratta quindi di comprare “quote” individualmente da uno o più produttori, e vedersela recapitare settimanalmente a casa, né di frequentare mercati alternativi, ma sostanzialmente si tratta di organizzare collettivamente la distribuzione e la logistica di un ventaglio di prodotti procurati da una rete di produttori per una rete di consumatori con un’attenzione ai criteri di scelta.

Con questo obiettivo ma con un livello più ampio entrano in gioco i **Distretti di Economia Solidale (DES)**, fenomeno significativo soprattutto in Lombardia (vedi figura 6) dove si collocano dieci degli attuali progetti riconosciuti dal Tavolo per la Rete italiana di economia solidale spesso in collaborazione con le reti di GAS provinciali.

I DES si strutturano attorno a tavoli di coordinamento e di studio con la finalità di organizzare “filiera corte” che riguardano progetti di approvvigionamento collettivo che in alcuni casi vanno “oltre al cibo” e comprendono anche energie alternative, distretti rurali e altro ancora. Alcuni DES lombardi, principalmente quelli di più vecchia formazione, hanno al proprio interno anche una cooperativa di servizi di Piccola distribuzione organizzata (Pdo), come è il caso del DesVarese e di Aequos e di Corto Circuito a Como.

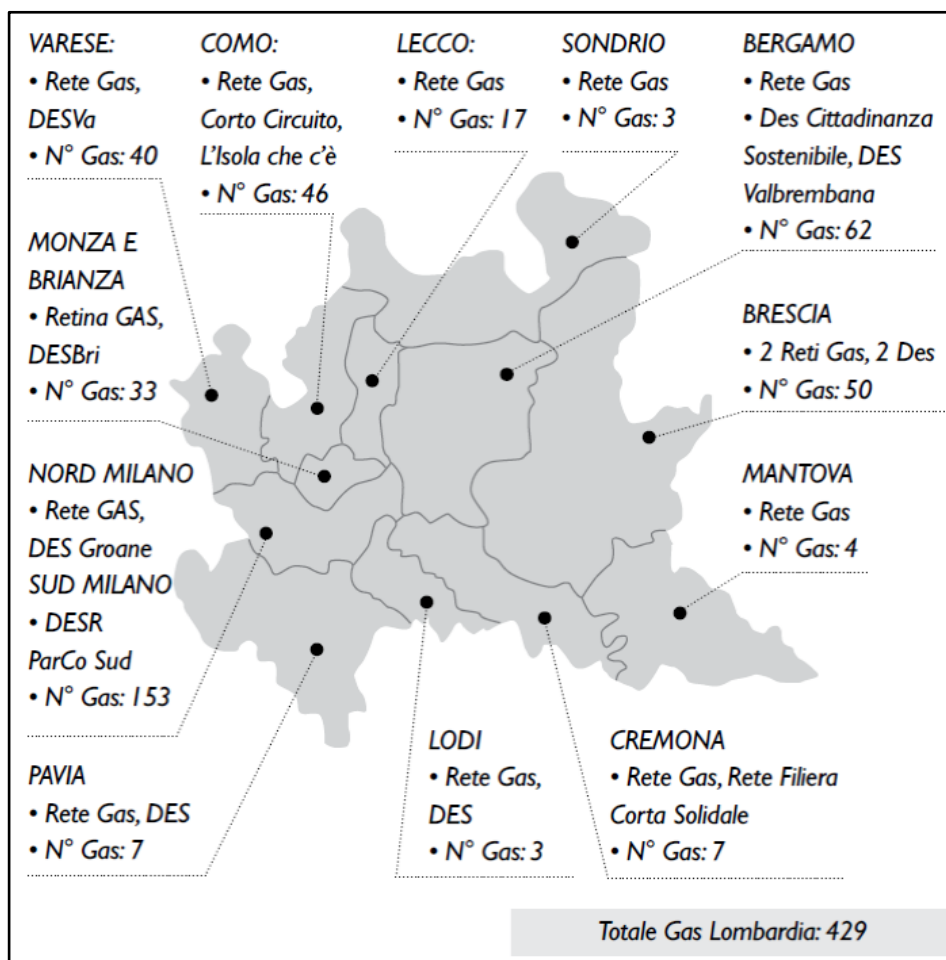


Figura 6 GAS, Reti di GAS, RES e DES in Lombardia, dati riferiti al 2013. Fonte: (Forno, Grasseni e Signori 2013a)

Le realtà delle AFNs e altri soggetti dell'economia solidale entrano in relazione, si confrontano e crescono in contesti come quelli delle **Reti di Economia Solidale (RES)**.

Le RES sono attive in tutto il territorio nazionale. Queste esperienze di "altra" economia che operano e sono cresciute basandosi sulle relazioni, sulla sostenibilità sociale e ambientale, con una visione di collaborazione e di reciprocità, per la difesa del bene comune, propongono alternative alle modalità e dinamiche che dominano e modellano l'economia cosiddetta di "mercato".

Questi progetti in costruzione, come sta avvenendo in diversi altri luoghi in giro per il mondo, seguono la strategia delle reti come linea di lavoro. Si intende cioè rafforzare e sviluppare le realtà di economia solidale attraverso la creazione di circuiti economici, in cui i diversi attori si sostengono a vicenda creando insieme spazi di mercato finalizzato al benessere di tutti.

In Italia il percorso è stato avviato il 19 ottobre 2002 a Verona nel corso di un seminario sulle "Strategie di rete per l'economia solidale", in cui le numerose realtà convenute hanno deciso di affrontare questo viaggio collettivo.

Un primo passo è stata la definizione della Carta per la Rete Italiana di Economia Solidale, presentata al salone Civitas di Padova il 4 maggio 2003, che ha lanciato la proposta dei DES come passaggio fondamentale per la costruzione di una rete italiana di economia solidale. I distretti che nel frattempo si sono sviluppati hanno dato vita nel 2007 al Tavolo RES come organo di coordinamento a livello nazionale.

Nel 2010 all'incontro nazionale de L'Aquila il Tavolo RES ha provato a riassumere nelle 10 colonne le caratteristiche comuni del modello dell'economia solidale per come si sta sviluppando, ricavate dalle diverse pratiche di economia solidale già attive.

In questo ultimo anno, a partire dalle singole esperienze territoriali regionali si è giunti alla creazione della Rete di Economia Solidale (RES) LOMBARDIA<sup>33</sup>, associazione di secondo livello, aperta ai soggetti di rete (anche informali) ed organizzazioni dell'economia solidale regionale.

L'obiettivo è quello di dare e trovare un momento di sintesi e coordinamento che sia di comune interesse per le realtà dell'economia solidale lombarda.

L'obiettivo quindi non è tanto quello di coinvolgere andando all'esterno del territorio, quanto piuttosto di creare connessioni fra le varie realtà già attive. L'idea principale è quella di condividere risorse, know-how e formazione, oltre a rendere disponibili servizi sovra distrettuali. Rispetto all'esterno la Res Lombardia, da quanto sostenuto dai propri membri, è quello di dare visibilità e di poter svolgere una funzione di *advocacy*, ossia creare un'opinione pubblica e interloquire con le istituzioni politiche. L'interesse principale verso l'esterno è quello di riuscire a costruire momenti all'interno dei quali la Rete possa in qualche modo esprimere la propria opinione e rendersi visibile anche al di fuori delle singole reti/distretti locali.

I soci fondatori, che hanno preso parte alla costituzione di questa associazione di reti e soggetti/attori dell'economia solidale della regione sono:

- DES (Distretto di Economia solidale) della Brianza
- DES Varese
- DESR Parco Sud Milano
- Associazione "L'isola che c'è" di Como
- Associazione Mercato&Cittadinanza di Bergamo
- Rete eco.sol Martesana
- Associazione Prendiamoci cura di Rho
- Tavolo regionale finanza etica
- Consorzio assicurativo CAES
- Associazione Soliles
- Associazione Forum Cooperazione e tecnologia

La prima assemblea generale è stata organizzata durante l'autunno 2016, pertanto si tratta di un progetto che seppur sia già strutturato e definito, è da considerarsi in evoluzione e work-in-progress.

Da sottolineare è certamente il fatto che molti degli attori coinvolti in questo processo siano tra i promotori del SPG lombardo - C'è Campo.

---

<sup>33</sup> <http://www.consorziocaes.org/blog/e-nata-la-rete-di-economia-solidale-res-lombardia/>, ultimo accesso 27/01/2017

Nei prossimi paragrafi verranno pertanto prese in esame in maniera approfondita due realtà protagoniste del processo e oggetto della ricerca presentata, nello specifico: la Provincia di Bergamo e Como. Verranno descritte e analizzate le AFNs provinciali e verrà fatto infine un breve excursus storico del SPG studiato in profondità.

### 5.3 Le AFNs tra Bergamo e Como

#### 5.3.1 Le AFNs a Bergamo e provincia

La provincia di Bergamo è ricca di associazioni e gruppi, tra questi anche molti GAS. Come è possibile vedere dalla figura 7, realizzata grazie ai dati raccolti nella ricerca “*Dentro il capitale delle relazioni*” (Forno e Salvi 2013), è possibile verificare come la maggior parte dei GAS bergamaschi, e fra questi i più numerosi (in verde scuro i comuni con il maggior numero di famiglie gasiste), ruotino attorno all’asse urbano del capoluogo di provincia. Dalla stessa immagine è possibile constatare come vi sia una buona rete di *farmers’ market* lungo l’asse urbano e periurbano.

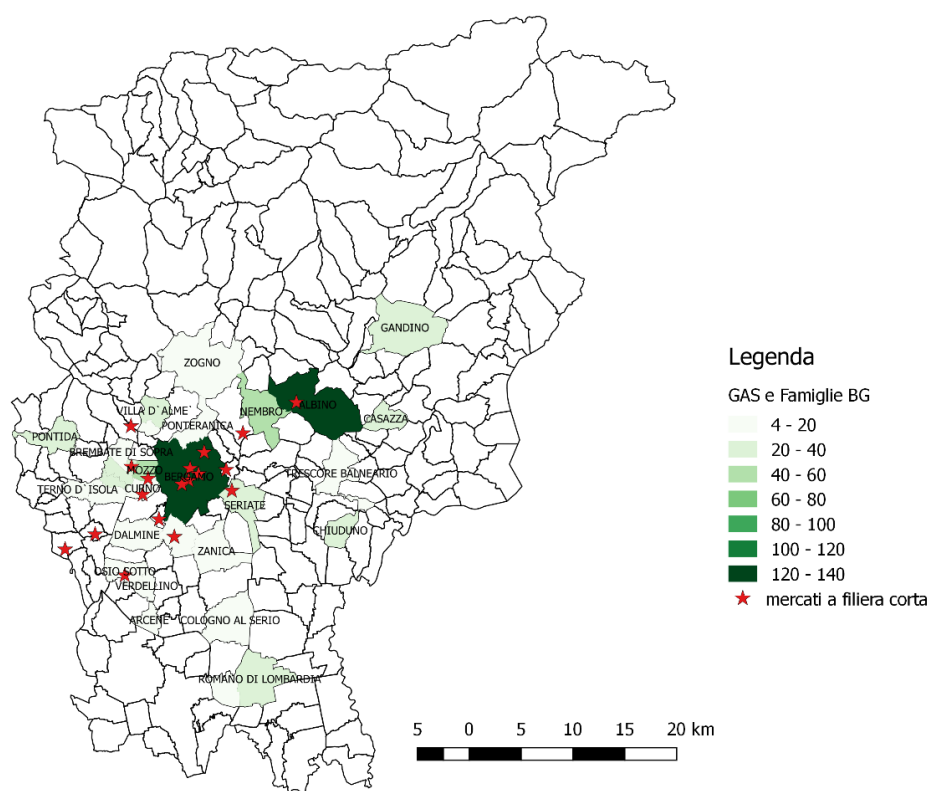


Figura 7 Mappatura dei GAS e numero di famiglie aderenti nella Provincia di Bergamo

Per certi versi analoga, seppur più variegata, è la situazione delle aziende agricole di filiera corta mappate nel corso della presente ricerca (si veda la figura 8). I criteri di selezione delle aziende sono stati la partecipazione a mercati di filiera corta, vendita diretta, gruppi di acquisto solidale, vendita di prodotti biologici e multifunzionalità delle aziende. Partendo da mappature fatte dai vari soggetti coinvolti in questo mercato (dai GAS, a Slow Food, alle associazioni di categoria),



procedendo a cascata, è stato possibile mappare circa 300 aziende del territorio provinciale. Nella mappa sotto riportata, vengono mostrate il numero di esse per ciascun comune della provincia all'interno del quale sono situate.

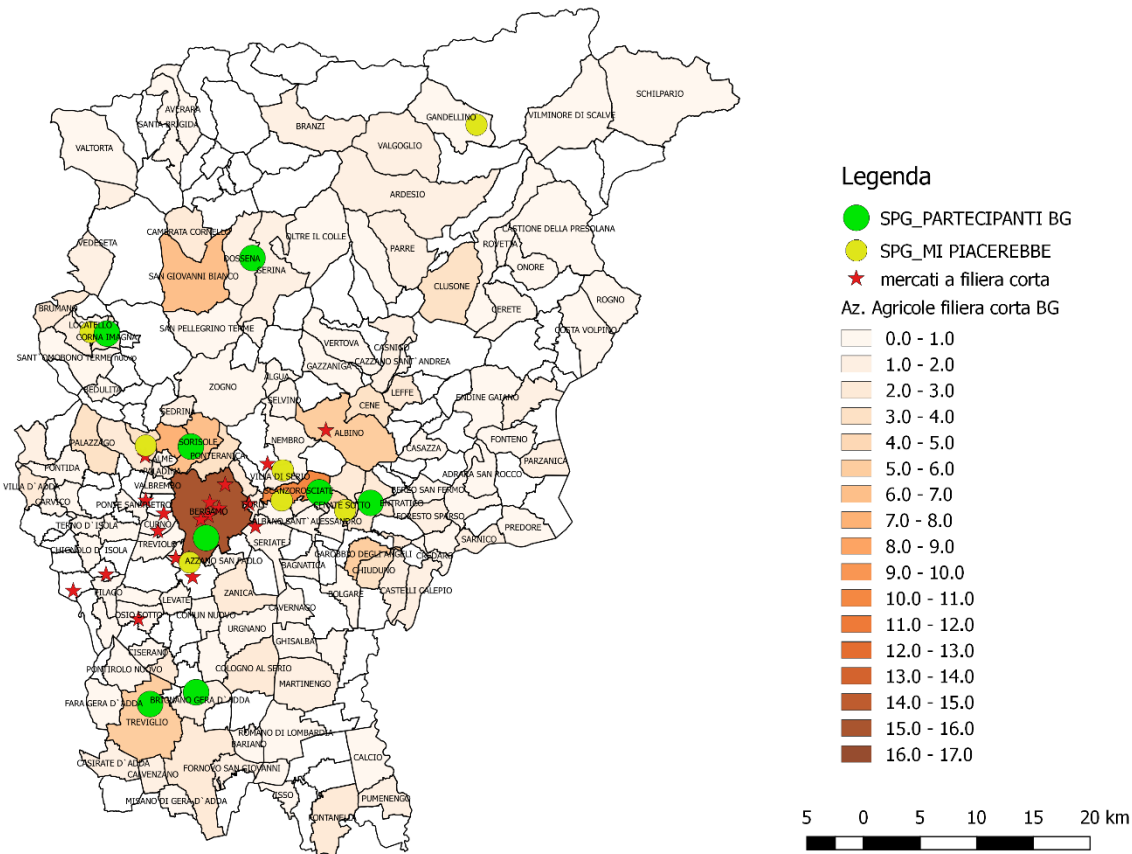


Figura 8 Aziende agricole della filiera corta bergamasca

Anche la maggior parte delle aziende che utilizzano i canali di distribuzione della filiera corta - che siano essi i GAS, i *farmers' market*, la vendita diretta - sono per lo più concentrate attorno l'asse urbano e all'interno di esso. La più alta densità infatti si riscontra nel comune di Bergamo.

Sono dati questi in costante aggiornamento. L'Osservatorio CORES, in collaborazione col Comune di Bergamo, infatti sta continuando la mappatura dei mercati contadini, delle aziende e dei punti vendita della filiera corta, si potranno infatti vedere i dati aggiornati nell'Atlante del cibo<sup>34</sup> di Bergamo.

Grazie alla ricerca "*Dentro il capitale delle relazioni*" dell'Osservatorio CORES menzionata in precedenza, è stato possibile realizzare queste cartografie. Come le studiose hanno mostrato

<sup>34</sup> Attualmente l'Atlante del Cibo è in fase di ultimazione. Si sta pertanto costruendo una mappatura unica comprendente tutti i soggetti e con le relative correlazioni. Tuttavia è disponibile questa mappatura dei mercati e dei gruppi di acquisto solidale al seguente indirizzo

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1hdthgibUGMODZ5zS14v6sXx36Q&ll=45.67449442200894%2C9.614234845776423&z=10>, ultimo accesso 08/02/2017

(Forno e Salvi 2013) al momento della rilevazione, iniziata nel 2011, i GAS della provincia di Bergamo censiti erano 62. Al momento della pubblicazione del report di ricerca hanno stimato un incremento fino a 70 unità, numero comunque nettamente superiore rispetto al database della ReteGas<sup>35</sup>, il sito di coordinamento nazionale dei Gruppi di Acquisto Solidale in cui i GAS si auto-segnalano.

Il primo GAS attivo sul territorio della provincia di Bergamo, GAS Bassa Valle Seriana (bvs) - evolutosi successivamente in IntergasBvs - nasce nell'aprile 2002. A quella data risultava iscritto alla rete nazionale un altro GAS, che però di fatto non era mai decollato. Sempre a quella data era già attivo, da tempo, un gruppo d'acquisto, a Pontida, legato all'esperienza dei Bilanci di Giustizia, funzionante però solo per gli stessi soci "bilancisti". L'esperienza del GAS-Bvs per molti versi può essere vista come una sorta di volano iniziale per la nascita di altri gruppi, per gemmazione o per supporto dallo stesso, e per il diffondersi sul territorio di queste esperienze.

Il trend dei nuovi Gas è cresciuto in maniera esponenziale, fino al 2010, per poi subire un rallentamento, complice probabilmente il fatto che gli stessi gasisti coinvolti nella Res bergamasca siano stati i primi promotori dei *farmers' market* in città e che quindi hanno creato nuove opportunità di approvvigionamento per nuovi consumatori. Tornando alla figura 7, non è un caso infatti che diversi mercati agricoli siano dislocati nelle zone con la più alta densità di famiglie gasiste. E' vero anche che i mercati mappati non sono di certo tutti organizzati dalle reti di economia solidale: nella mappatura sono presenti mercati dell'associazione M&C (nei comuni di Bergamo, Albino, Alzano Lombardo, San Tomé), di Slow Food (Bergamo), di Campagna Amica (Coldiretti), del Parco dei Colli (Bergamo), del mercato BRIOLOGico organizzato dal GASP - Gruppo d'Acquisto Solidale di Ponte San Pietro (Biolo di Ponte S. Pietro, BG), dell'Agenda 21 (Dalmine e Zingonia) e di Confagricoltura (Cascina Carlinga, Curno). Sono pertanto iniziative che si sono sviluppate nel corso degli ultimi anni spinte da differenti associazioni più o meno organizzate. A questi andrebbero aggiunte alcune cooperative di distribuzione dei prodotti di filiera corta e biologici come la Coop. Il Sole e La Terra di Curno (BG), la Coop. CFL di Treviglio, la Coop. Areté, la Coop. Biplano e le botteghe del commercio equo e solidale, sempre più inclini a proporre nei propri punti vendita prodotti e manufatti provenienti non soltanto dal Sud del Mondo, ma anche prodotti solidali realizzati nel territorio bergamasco. La Coop. Amandla, del consorzio CTM Altromercato, per esempio negli ultimi anni sta proponendo prodotti derivanti da progetti di collaborazione con i centri di detenzione, all'interno dei quali alcune cooperative sociali hanno avviato progetti a sostegno dell'economie carcerarie.

A fianco di tutte queste realtà sopraccitate, a partire dal 2007, sul territorio bergamasco si assiste alla nascita, al consolidamento ed all'allargamento della rete di economia solidale, Cittadinanza Sostenibile<sup>36</sup>. Nata in seguito ad un seminario dedicato all'analisi del ruolo politico dei consumi e del consumo critico dal titolo "*Shopping for Human Rights*", organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo, nella persona della prof.ssa Francesco Forno dell'Università degli Studi di Bergamo, nonché cofondatrice con la prof.ssa Silvana Signori e la prof.ssa Cristina Grasseni dell'Osservatorio

---

<sup>35</sup> [www.retegas.org](http://www.retegas.org), ultimo accesso 27/01/2017

<sup>36</sup> <http://www.cittadinanzasostenibile.it/>, ultimo accesso 27/01/2017

CORES (Gruppo di ricerca su Consumi, Reti e pratiche di economie sostenibili). Il seminario fu realizzato grazie anche alla collaborazione delle organizzazioni che si occupavano della promozione di stili di vita, di consumo e di risparmio socialmente orientati.

La rete – cui partecipano numerose organizzazioni, ricercatori impegnati nello studio delle pratiche di altra economia, studenti e cittadini – è aperta a chi (associazioni o singoli) vuole impegnarsi in azioni di promozione e diffusione di una Cittadinanza Sostenibile (tratto dal sito web della rete)

La rete di Cittadinanza Sostenibile è attiva principalmente su quattro fronti principali:

1. organizzazione e partecipazione ad eventi e realizzazione di seminari dedicati ai temi del consumo critico e della sostenibilità ambientale e sociale;
2. elaborare progetti innovativi per l'avvio e la diffusione di pratiche di cittadinanza sostenibile;
3. realizzare azioni di co-ricerca a supporto di interventi finalizzati ad accrescere il ben-essere (*well-being*) della e nella società contemporanea;
4. Cittadinanza Sostenibile partecipa inoltre alle attività del Tavolo Nazionale RES ed alla RES Lombardia, da poco tempo attiva

A partire dall'anno 2010, dall'esperienza di Cittadinanza Sostenibile, è nata l'associazione Mercato&Cittadinanza (M&C), che si propone come soggetto riconosciuto per la promozione e lo sviluppo delle iniziative proposte dalla rete. Gli obiettivi di M&C sono promuovere e sostenere un'economia solidale, ecologica, a impatto zero, locale ed equa, sviluppare la partecipazione della cittadinanza e la collaborazione tra le organizzazioni del territorio, favorendo la costruzione di reti e del tessuto sociale verso un'economia di relazione ed infine valorizzare le forme di economia che promuovano cambiamenti nelle filiere globali internazionali verso modalità eque, solidali e rispettose dell'ambiente. Le principali attività di questa associazione sono pertanto quelle di promuovere e gestire le reti di economia solidale, creare opportunità di economia solidale, equa e responsabile, come i mercati di prodotti locali, organizzare attività culturali, di ricerca e formazione e realizzare azioni di tutela e valorizzazione del territorio.

M&C pertanto può essere considerato il "braccio operativo" della Rete, soprattutto per quanto riguarda il coinvolgimento di produttori e consumatori all'interno dei mercati e delle iniziative di formazione.

Cittadinanza Sostenibile è una realtà molto variegata e dinamica. Nel corso degli anni si sono aggiunte alla rete molte realtà del territorio che promuovono iniziative e si occupano di economia solidale e di stili di vita e di consumo "critici". A testimonianza di questa sua dinamicità, è bene sottolineare come alcune iniziative sono appena nate, ad esempio il GAP. Costitutosi come associazione senza scopo di lucro, il GAP Bergamo (Gruppo di Acquisto Popolare) si propone come rete di cittadini che scelgono di fare acquisti collettivi per combattere il caro-vita e le problematiche legate alla crisi economica nei quartieri popolari. Apparentemente simili ai GAS, i GAP hanno questa dichiarata finalità sociale: l'interesse è quello di consentire ai cittadini vessati dalla crisi economica di poter comunque accedere a prodotti di qualità, sostenendo al tempo stesso un certo tipo di produzione locale che rispetti l'ambiente e diritti dei lavoratori. Il GAP è presente in due quartieri popolari della città di Bergamo e partecipa attivamente alle iniziative della rete.

In sintesi la costellazione di esperienze di filiera corta, economia solidale e consumo e produzione responsabile del territorio bergamasco sono in continua evoluzione ed interazione.

Al momento della stesura del presente report, è importante dire che la stessa amministrazione comunale si sta, da circa un paio d'anni, impegnando ad integrare e coordinare queste iniziative verso politiche condivise attorno al tema del cibo a sostegno della produzione locale, coordinando il Tavolo agricoltura e sostenendo la realizzazione dell'Atlante del cibo di Bergamo.

### 5.3.2 Le AFNs a Como e provincia

L'altro territorio della Lombardia preso in esame all'interno di questo progetto di ricerca è la provincia di Como. Anche nel territorio comasco si riscontrano diversi tipi di AFN. I GAS mappati in provincia dalla Coop. Corto Circuito, di cui di seguito verrà approfondita la storia ed il ruolo nella rete di economia solidale, sono 40 di cui 24 certamente attivi e 22 fanno direttamente parte della Coop. Corto Circuito.

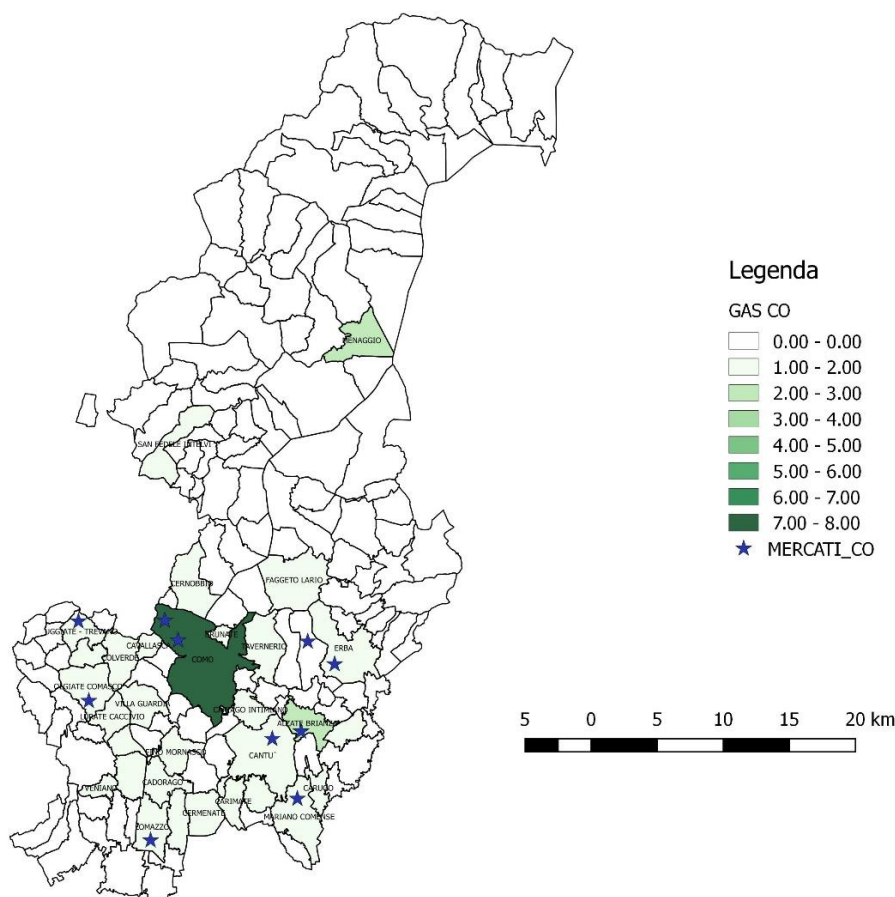


Figura 9 Mappatura GAS provincia di Como

Pur non disponendo ancora di una cartografia dei GAS comaschi in relazione al numero di famiglie gasiste, come nel caso della provincia di Bergamo (fig. 7), da questa mappatura (fig. 9) realizzata grazie a dati forniti dalla rete stessa, si evince che la maggior parte dei GAS si concentra nella zona sud della provincia, dove il capoluogo è sede del maggior numero dei GAS, ma dove al tempo stesso, attorno all'asse urbano, si è costituita una importante rete di gruppi di acquisto dislocata su diversi territori.

Anche la distribuzione delle aziende di filiera corta mappata ad oggi dall'Osservatorio CORES (175 aziende nel 2015) ricalca pressappoco la distribuzione dei gruppi di acquisto, eccezion fatta per le aziende che si articolano lungo il perimetro lacustre. La maggior concentrazione di aziende di filiera corta infatti la troviamo numericamente nei comuni di Bellagio ed Erba.

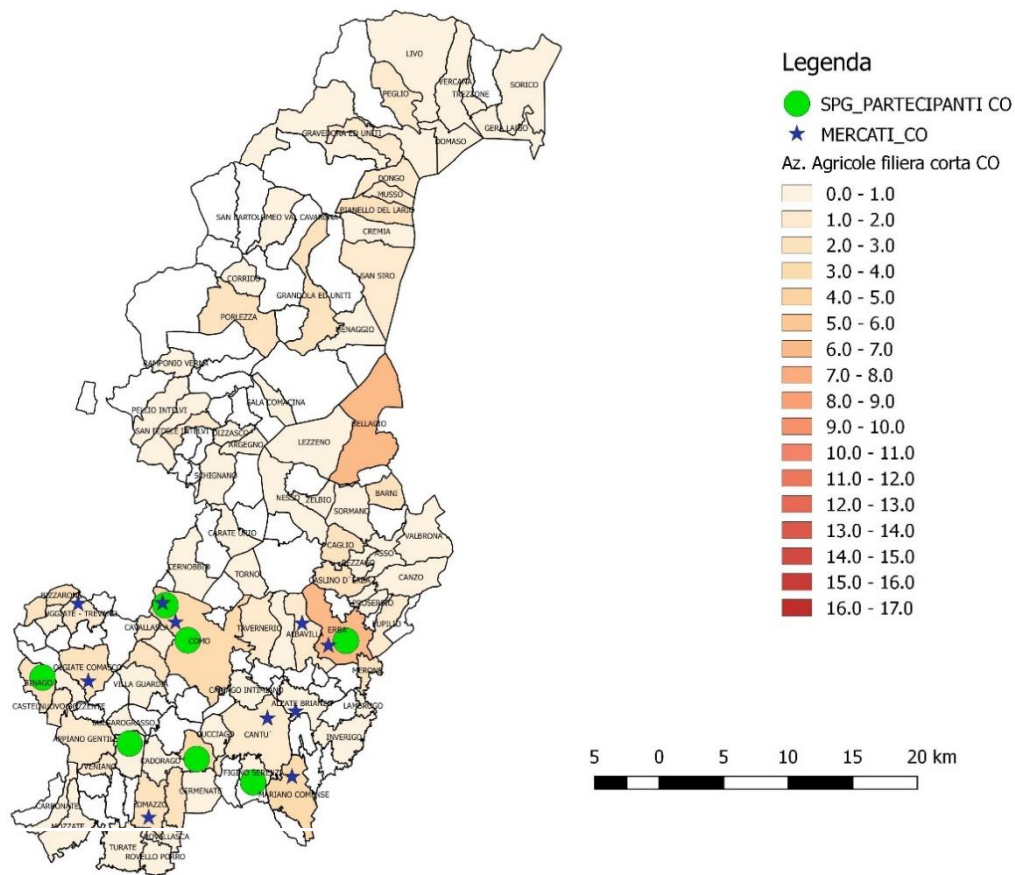


Figura 10 Aziende agricole della filiera corta comasca

Per quanto riguarda i *farmers' market* (indicati con una stellina blu in figura 10), il principale mercato della rete di economia solidale è quello di Corto Circuito a Como, altri mercati vengono organizzati dalle associazioni di categoria, come i mercati di Campagna Amica (si svolgono in 8 diversi comuni della provincia) e il mercato dei produttori organizzato dalla provincia di Como nello stabile del Mercato Coperto della città.

Altri esempi di AFNs comasche sono la Coop. Garabombo<sup>37</sup>, radicata sul territorio con 8 botteghe del commercio equo e solidale dislocate fra Como e provincia, la quale riceve i prodotti anche da Corto Circuito. Possiamo poi annoverare la Coop. Moltrasina, una piccola cooperativa di consumo che ha la dimensione di negozio di prossimità e la bottega Al Km ZERO di Cernobbio (CO) che acquista e rivende prodotti dell'economia locale.

Il soggetto centrale attorno al quale ruotano tutte le iniziative di economia solidale è l'associazione "L'isola che c'è". La rete è nata nel 2005 in seguito all'esperienza della Fiera "l'isola che c'è". La volontà di far nascere un soggetto che riunisse le iniziative di economia solidale della

<sup>37</sup> <http://www.garabombo.it/>, ultimo accesso 27/01/2017

provincia, non soltanto durante l'evento estemporaneo della fiera, ma anche durante il resto dell'anno, è stato il motivo principale che ha spinto gli attivisti a strutturare questa rete di associazioni.

La rete si è poi costituita nel 2005 come associazione di promozione sociale per rappresentare la rete comasca di economia solidale e si ispira ai valori della *"Carta dei Criteri delle Reti di Economia Solidale"*: la giustizia e la sostenibilità sociale, la sostenibilità ecologica, la valorizzazione della dimensione locale e delle relazioni, la partecipazione attiva e democratica ai processi economici e sociali. L'Associazione coinvolge molti soggetti del territorio con la finalità di costruire un sistema locale di relazione e di scambio basato su stili di produzione, di consumo e di vita sostenibili, solidali e di qualità e collabora quotidianamente con le Amministrazioni locali, che insieme ai cittadini e ai soggetti di economia solidale sono i suoi interlocutori privilegiati. Agisce attraverso la facilitazione di rete, la promozione della sostenibilità e la progettazione partecipata ed è attiva in diversi ambiti, in particolare si occupa di consumo responsabile e di filiera corta, soprattutto nel settore agricolo-alimentare e in quello energetico, e di rifiuti, specialmente con proposte di riciclo e riuso e di baratto.

Tra le principali attività di promozione che la rete svolge, oltre alla già citata "Fiera provinciale dell'economia solidale e del consumo consapevole" (nel 2015 si è svolta la 12ma edizione con 220 realtà coinvolte, 180 espositori e circa 15mila presenze), sono da annoverare la mappatura del territorio con le "Pagine Arcobaleno" (oltre 300 realtà censite)<sup>38</sup> e il sito web della rete, punto di riferimento nel settore con un elevato numero di accessi mensili e promozione di attività che si svolgono nel territorio.

Dall'associazione "L'isola che c'è" infatti è nata nel 2009 la Coop. Sociale Corto Circuito grazie al finanziamento di un bando della Fondazione Cariplo. L'idea era quella di fare rete, di migliorare la distribuzione e di semplificare il processo. Queste necessità emersero in seguito ad una ricerca sui GAS della provincia. L'attività principale della coop. Corto Circuito era infatti quello di far convergere gli ordini dei GAS in un punto di raccolta e distribuzione, un mercato. Inizialmente il mercato di Corto Circuito ha rappresentato il punto di distribuzione delle cassette per i GAS. Nel corso degli anni la vendita si è allargata e si è strutturata come mercato settimanale. Dal punto di vista della rete il mercato principale è quello di Corto Circuito, a cui partecipano non soltanto produttori provinciali, ma altri provengono dalle vicine località di Sondrio e Lecco. Ciascuno dei produttori del mercato è socio della cooperativa stessa. Ci sono tuttavia altri produttori che utilizzano i canali della cooperativa per vendere ai gruppi di acquisto solidale, ma non partecipano al mercato. Ci sono alcuni GAS che si organizzano autonomamente negli ordini ed altri che in parte utilizzano i canali di Corto Circuito e in parte agiscono in autonomia.

Come mostrato, anche per quanto riguarda il caso comasco, la rete di economia solidale e di AFNs è piuttosto variegata, seppur un ruolo centrale venga attribuito alla Coop. Corto Circuito, centralità che ha ottenuto nel corso degli anni grazie all'efficienza ed all'autorevolezza che le iniziative locali sembrerebbero riconoscerle. Il ruolo dei GAS come linfa per attività svolte si è un po' smorzato. Molti di essi si limitano all'acquisto:

"La rete è cambiata. I GAS non hanno più quel ruolo centrale come qualche anno fa. Sono diminuiti come attività che portano avanti. La maggior parte si è adagiata. Si limitano all'acquisto. Si è un po' spenta l'anima dei GAS. Però

---

<sup>38</sup> <http://www.lisolachece.org/pagina/lassociazione>, ultimo accesso 27/01/2017



sono entrate nuove realtà: sono entrate diverse associazioni, ad es. l'Associazione ParTùcc<sup>39</sup>, dove c'è una ciclofficina, fanno laboratori di giocoleria, teatro. Sono molto attivi, molto vivi. Fanno questo per stimolare il cittadino [...]

Si sono avvicinati anche nuovi produttori, anche attraverso il SPG. Abbiamo istituito una giornata del 'riuso'. L'isola che c'è ha creato poi una cooperativa di co-working, mentre per quanto riguarda il mercato, a percezione, sembrerebbe che gli abitanti del quartiere si siano avvicinati. Anche chi non faceva parte dei GAS, si è avvicinato a questo mercato e i produttori sono felici". [Micol dell'Oro, Coop. Corto Circuito, Coordinatrice del SPG comasco]

"L'isola che c'è" ora si occupa per lo più di coordinare la rete e di spingere i soggetti coinvolti ad intraprendere percorsi anche su altri temi. Fanno parte del circuito anche aziende che si occupano di energie rinnovabili, vi fanno parte artigiani e sono coinvolte diverse associazioni di volontariato del territorio. L'obiettivo è quello di cercare di allargare sempre gli orizzonti come è stato nel caso del SPG. Per poter accedere al mercato di Corto Circuito infatti i produttori devono avere o la certificazione biologica di parte terza o quella del SPG lombardo, di cui nel prossimo paragrafo e nel seguente capitolo illustreremo i dettagli.

Anche qui sembrerebbe essere che la rete sia in costante movimento e mutamento. Come Cittadinanza Sostenibile, nuovi soggetti, nuove associazioni di cittadini, entrano a far parte della rete portando con sé energie e nuovi stimoli.

Nel paragrafo successivo verrà descritto brevemente il processo che ha portato alla costituzione di un Sistema Partecipativo di Garanzia nei territori lombardi che vi hanno aderito.

#### 5.4 SPG in Lombardia - C'è Campo<sup>40</sup>

Oggetto principale di studio ed analisi di questo report di ricerca è la costituzione del Sistema Partecipativo di Garanzia in Lombardia. La prima sperimentazione partì nel 2012 con l'obiettivo di dare vita, in ambito locale, a una nuova forma di garanzia "dal basso", appositamente creata e modulata per i soggetti coinvolti, capace di rafforzare le relazioni tra contadini, produttori e consumatori, a vantaggio della filiera corta e delle produzioni nel rispetto dell'ambiente e della sostenibilità economica e sociale. A trainare la prima sperimentazione furono "L'isola che c'è" di Como, il DES Varese e il DESBrianza. In ciascuno dei territori elencati si è formato un comitato locale, all'interno del quale decine di persone - consumatori, produttori e tecnici agronomi - hanno approfondito conoscenze tecniche relative alla produzione biologica e condiviso principi etico-valoriali di riferimento per definire dei protocolli sperimentali che diedero vita al primo trial di SPG in Lombardia.

Dopo una fase iniziale di avvio, realizzata grazie ad un finanziamento concesso da Fondazione Cariplo, all'interno del progetto "Per una pedagogia della terra", il progetto ha un po' rallentato tra il 2013 e il 2014 per poi avere un rilancio nel 2014-2015, grazie di nuovo ad un bando di Fondazione Cariplo "Comunità Resilienti", ampliandosi ad altri territori: Bergamo, Parco Sud Milano, Sondrio e Valcamonica (BS).

A fianco dei Distretti di Economia Solidale (DES) si pone AIAB Lombardia, capofila del progetto e partner tecnico sin dalle prime battute, oltre ad essere l'attore primario nel sostegno e nella

---

<sup>39</sup> <http://www.paradapartucc.it/>, ultimo accesso 27/01/2017

<sup>40</sup> <http://www.cecampo.org/>, ultimo accesso 27/01/2017

promozione dell'agricoltura biologica, dell'ecosviluppo rurale e dell'alimentazione naturale, pertanto il soggetto più idoneo per fare da collettore fra i vari soggetti e i vari territori coinvolti.

Ai DES che rappresentano le realtà territoriali ed AIAB che ha ricoperto il ruolo di connettore tecnico, si affianca l'Università degli Studi di Bergamo, attraverso i Dipartimenti di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi e di Scienze Umane e Sociali. In particolare i ricercatori coinvolti fanno parte dell'Osservatorio CORES (Gruppo di ricerca sui consumi, reti e pratiche di economie sostenibili), gruppo interdisciplinare che da anni si interessa di processi e reti per la sostenibilità, e che collabora direttamente con la rete di economia solidale bergamasca "Cittadinanza Sostenibile".

Dal 2015 parte pertanto questa seconda sperimentazione allargata, la quale è stata seguita in tutte le fasi del processo. Gli obiettivi principali, di questa seconda fase di realizzazione, sono stati:

- rafforzare le reti locali e i sistemi di relazione nei singoli territori aderenti, in particolare per accompagnare la diffusione delle produzioni biologiche e dei legami produttori-consumatori che le sostengano;
- migliorare la capacità di queste reti e di questi sistemi di coinvolgere le comunità locali nei processi di resilienza;
- consolidare e far conoscere a livello regionale le pratiche di garanzia partecipativa, affinché l'approccio diffuso "dal basso" sia rafforzato da un effetto di comunicazione "dall'alto"

Per raggiungere questi obiettivi specifici furono previste alcune azioni del SPG lombardo:

- ✓ rafforzare i sistemi e gli spazi di relazione tra consumatori / GAS e piccoli produttori locali;
- ✓ favorire la diffusione e la sostenibilità della produzione agricola biologica locale e familiare;
- ✓ propagare la fiducia generata dalle relazioni tra GAS e produttori alle popolazioni locali, a cui proporre nuove modalità di consumo;
- ✓ garantire e promuovere filiere specifiche, mercati di quartiere e forme adeguate a offrire opportunità economiche ai produttori locali coinvolti;
- ✓ sensibilizzare e attivare i consumatori verso le forme di consumo responsabile e di filiera corta.

Nel capitolo successivo verrà descritta nello specifico la seconda fase del progetto, entrando nel merito dell'efficacia del processo utilizzato, analizzando i dati emersi dalla rilevazione online dei produttori della filiera corta incrociandoli con quanto emerso durante l'osservazione partecipante e le interviste collettive svolte dai ricercatori dell'Osservatorio CORES.



## 6. La ricerca

di Silvia Salvi

### 6.1 Chi sono i produttori della filiera corta

L'obiettivo della ricerca, come descritto più sopra, è stato raccogliere il punto di vista dei produttori che sono inseriti nei circuiti di filiera corta, che cioè utilizzano tra i loro canali di vendita quello del contatto diretto fra il produttore e il consumatore (vendita ai mercati, in azienda, ai gruppi di consumatori, come i GAS e Slow Food ...). Lo scopo è stato quello di analizzare le caratteristiche dei produttori confrontando in particolare le aziende che partecipano al SPG con quelle che invece per il momento non ne prendono parte, nonché quelle fondate prima e dopo la crisi. L'invito a completare il questionario è stato inviato via mail a 327 soggetti (210 nella provincia di Bergamo – 117 in quella di Como), è stato necessario sollecitare la compilazione più volte sia da parte dell'Osservatorio CORES che dalle realtà coinvolte nella costruzione dell'elenco, in alcuni casi è stato utile recarsi nei mercati dei produttori e chiedere la compilazione del questionario cartaceo. In conclusione dopo 7 mesi sono stati raccolti 59 questionari (44 provincia di Bergamo, 15 di Como). Dopo una verifica, si è rilevato che un produttore intervistato (il cui contatto proveniva dall'elenco della provincia di Bergamo) non era inserito nei circuiti di filiera corta ed è stato quindi tolto dall'indagine. Pertanto gli intervistati risultano 58 (43 della provincia di Bergamo e 15 della provincia di Como).

BERGAMO: tot. 43				
FORMA GIURIDICA	PROVENIENZA CONTATTO		SPG	
10 cooperative/ associazioni onlus  33 aziende agricole	22 M&C	Riassumendo →	34 rete economia solidale  8 associazione di categoria  1 elenco aziende biologiche della provincia	8 partecipano a SPG   7 a cui piacerebbe partecipare
	8 GAS			
	1 slow food			
	1 briologico			
	1 CFL			
	1 rete M&C			
	8 Confagricoltura			
	1 elenco aziende biologiche della provincia			
COMO: tot. 15				
FORMA GIURIDICA	PROVENIENZA CONTATTO		SPG	
3 cooperative/ associazioni onlus  12 aziende agricole	8 corto circuito	Riassumendo →	12 da rete economia solidale  3 elenco aziende biologiche della provincia	7 partecipano a SPG
	3 rete e GAS			
	1 da produttore			
	3 elenco aziende biologiche della provincia			

Tabella 3 Riepilogo intervistati

È evidente come gli intervistati appartengono ai circuiti di filiera corta grazie a questa domanda: *“Fatto 100 il totale delle sue vendite, specificare la percentuale di fatturato destinato alle diverse Tipologie”*, tutti i rispondenti utilizzino la filiera corta sebbene con percentuali differenti. Per 12 produttori la filiera corta risulta essere il canale esclusivo di vendita, per altri 30 risulta essere il maggior canale (più del 60 % delle vendite). Gli altri canali utilizzati sono: negozi di dettaglio, Grande Distribuzione Organizzata (GDO), e/o grossisti, consorzi, cooperative, ristoranti o mense.

<b>% FATTURATO (FILIERA CORTA)</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>Meno di 50%</b>	10
<b>50</b>	6
<b>60-90</b>	30
<b>100</b>	12
<b>Totale risposte</b>	58

*Tabella 4 Fatturato canale Filiera corta*

<b>% FATTURATO (GRANDE DISTRIBUZIONE)</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>0</b>	54
<b>10</b>	3
<b>50</b>	1
<b>Totale risposte</b>	58

*Tabella 5 Fatturato canale Grande Distribuzione*

<b>% FATTURATO (NEGOZI AL DETTAGLIO)</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>0</b>	19
<b>Meno del 50%</b>	33
<b>50</b>	3
<b>60-90</b>	3
<b>Totale risposte</b>	58

*Tabella 6 Fatturato canale Negozi al dettaglio*

Grazie alle risposte della prima sezione del questionario “Profilo socioeconomico e partecipativo” è possibile capire quali caratteristiche hanno le aziende che fanno parte dei circuiti di filiera corta coinvolte nella ricerca, le loro dimensioni, il loro fatturato, l’indirizzo produttivo.

In particolare ci si può soffermare sui dati seguenti ponendosi alcune domande, del tipo: sono per lo più piccole aziende familiari ad aver scelto questa strada? Quali caratteristiche distintive hanno le aziende costituite dopo il 2008, anno che si individua come inizio della crisi economico-finanziaria? Sono i giovani ad avere intrapreso questa strada negli ultimi anni?

Successivamente si approfondisce chi sono i produttori che hanno risposto al questionario sia in termini socio-economici che in termini di impegno civico, chiedendosi se ci sono alcune caratteristiche comuni.

### 6.1.1 Identikit degli intervistati

#### LE AZIENDE

Gli intervistati raccontano per lo più la situazione di aziende con dimensioni limitate e pochi lavoratori. L’estensione dell’azienda per la maggior parte dei rispondenti non supera in media i 5 ettari di terreno (26 su 46), sono quindi appartenenti secondo l’analisi INEA del 2014 alla categoria delle piccole aziende lombarde, cioè quelle che hanno un numero medio di superficie agricola utilizzata di 8.39 ettari.

SUPERFICIE IN ETTARI	FREQUENZA
1	6
2	8
3	3
4	6
5	3
10	6
11	2
12	1
14	1
15	1
20	1
25	2
30	3

<b>45</b>	<b>1</b>
<b>60</b>	<b>1</b>
<b>400</b>	<b>1</b>
<b>Totale</b>	<b>46</b>
<b>Mancanti</b>	<b>12</b>

*Tabella 7 Dimensione (in ettari) dell'azienda*

Sono in media 2/3 persone impiegate presso l'azienda, di cui la maggior parte (31 intervistati) dichiara di essere il solo della propria famiglia a lavorarci. In 14 casi sono in due della famiglia, e in meno situazioni tre o più di tre persone della famiglia.

<b>N. LAVORATORI</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>1</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>6</b>
<b>6</b>	<b>1</b>
<b>8</b>	<b>1</b>
<b>10</b>	<b>2</b>
<b>14</b>	<b>1</b>
<b>18</b>	<b>1</b>
<b>34</b>	<b>1</b>
<b>36</b>	<b>1</b>
<b>Totale risposte</b>	<b>58</b>

*Tabella 8 Lavoratori per azienda*

N. FAMIGLIARI IN AZIENDA	FREQUENZA
Solo io	31
Due persone	14
Tre persone	8
Più di tre persone	5
<b>Totale risposte</b>	<b>58</b>

Tabella 9 Numero dei famigliari lavoratori in azienda

Inoltre si tratta per lo più di attività 'esclusive'. 44 produttori su 58 intervistati infatti non svolgono altre attività lavorative. Chi svolge anche altri lavori resta per lo più nell'ambito della terra (ad esempio, assistenza tecnica, giardiniere, dipendenti da enti o cooperative che si occupano di agricoltura).

ALTRE ATTIVITA' LAVORATIVE?	FREQUENZA
Sì (specificare)	14
No	44
<b>Totale risposte</b>	<b>58</b>

Tabella 10 Esclusività dell'attività agricola

Per la maggior parte dei casi il reddito derivante dall'attività agricola copre meno del 50% del reddito famigliare, pertanto si intuisce come gli altri membri della famiglia svolgano altre attività professionali, sebbene non si possa essere certi che non aiutino l'attività agricola in modo informale.

% REDDITO ATTIVITÀ AGRICOLA	FREQUENZA
0-50%	28
51-100%	20
<b>Totale risposte</b>	<b>48</b>
<b>Mancanti</b>	<b>10</b>

Tabella 11 Percentuale del reddito famigliare proveniente dall'attività agricola

Scegliendo il 2008 come anno che può identificare il periodo della crisi, da sottolineare il fatto che 23 aziende su 58 (39.7%) sono nate dopo il 2008, e per lo più non sono state ereditate da altri famigliari. In queste aziende, che possiamo definire recenti, la media di età dei lavoratori è minore rispetto a quelle precedenti.

ANNO FONDAZIONE	FREQUENZA
Prima 2008	32
Dal 2008	23
<b>Totale risposte</b>	55
<b>Mancanti</b>	3

Tabella 12 Anno di fondazione dell'azienda

ANNO FONDAZIONE // AZIENDA EREDITATA DALLA FAMIGLIA		FREQUENZA
PRIMA 2008	Sì	14
	No	18
	<b>Totale risposte</b>	32
DAL 2008	Sì	3
	No	20
	<b>Totale risposte</b>	23
<b>Mancanti</b>		3

Tabella 13 Anno fondazione crisi 2008 – azienda ereditata dalla famiglia

ANNO FONDAZIONE // ETA' COMPILANTE		Frequenza
PRIMA 2008	Dal 1960 al 1969	12
	Dal 1950 al 1959	7
	Dal 1970 al 1979	6
	Dal 1980 al 1989	3
	Dal 1990 al 1999	2
	Dal 1940 al 1949	1
	<b>Totale risposte</b>	<b>31</b>
	<b>Mancanti</b>	<b>1</b>
DAL 2008	Dal 1970 al 1979	8
	Dal 1960 al 1969	7
	Dal 1980 al 1989	6
	Dal 1950 al 1959	2
	<b>Totale risposte</b>	<b>23</b>
<b>Mancanti</b>		<b>4</b>

Tabella 14 Anno fondazione crisi 2008 – età compilatore

Si nota inoltre come nella maggior parte dei casi le aziende intervistate fondate dopo il 2008 iniziano fin da subito a scegliere la filiera corta come circuito preferenziale (al massimo si addentrano dopo uno o due anni dalla fondazione). La crisi economica ha impoverito il ceto medio-basso, precludendo, soprattutto ai più giovani, opportunità lavorative e di consumo. Come mostra la letteratura (Castells e Cardoso 2012) sembrano emergere nuove forme di economie e di pratiche di consumo, non per forza legate al no-profit. Castells e Cardoso ipotizzano che il vuoto lasciato dalla crisi, che per la sua natura ha avuto ripercussioni non soltanto a livello economico, ma anche socio-culturale, gli individui lo stiano “colmando” con un nuovo sistema di valori. Questo nuovo orientamento non deve però essere interpretato come anti-consumista o come una “via di fuga” dal neoliberalismo, bensì come una nuova “avanguardia culturale”. I valori della tutela del territorio, dell’attenzione all’ambiente e ai diritti sembra quindi guidare le aziende più recenti e spesso sviluppate da giovani. Del resto, essendo in crescita nei consumatori la consapevolezza dei rischi ambientali e sociopolitici che il sistema economico neoliberista comporta (Forno 2015; Renting et al. 2012), è plausibile che gli stessi una volta precluse loro le opportunità di

“consumare” o di avere un posto di lavoro sicuro, dovute alle deregolamentazioni del mercato del lavoro, sempre più incline a favorire le imprese, anziché tutelare i diritti dei lavoratori (Bauman 2012; Beck 1992; Giddens 1998; Giddens 2012), si siano impegnati in prima persona per crearsi una propria attività.

L’indirizzo produttivo principale dei produttori che hanno risposto è quello zootecnico/caseario (19 produttori), seguito da quello orticolo (comprendendo anche erbe e cereali).

INDIRIZZO PRODUTTIVO	FREQUENZA
Zootecnico/caseario	19
Orticolo/erbe/cerealicolo	15
Altro (specificare)	4
Frutticolo	9
Viticolo	6
Apicoltura	4
Olivicolo	1
<b>Totale risposte</b>	<b>58</b>

*Tabella 15 Indirizzo produttivo prevalente*

Il fatturato aziendale dell’ultimo anno degli intervistati è per lo più in linea con i dati dell’analisi INEA che descrive per le piccole e piccole-medie imprese un fatturato medio di 20.408 euro nel primo caso e 44.272 euro nel secondo. Per quanto riguarda i nostri intervistati 29 sui 51 rispondenti il fatturato dell’ultimo anno è inferiore ai 50.000 euro, per 14 è tra i 50.000 e i 100.000 euro e per 8 è superiore ai 100.000 euro (sebbene bisogna specificare che le cooperative intervistate potrebbero aver fornito il fatturato globale di tutta la loro attività, anche non strettamente legata alla produzione agricola).

FATTURATO AZIENDALE	FREQUENZA
Da 15.000 a 50.000 Euro	16
Da 50.000 a 100.000 Euro	14
Inferiore a 15.000 Euro	13
Da 100.000 a 200.000 Euro	3
Oltre 500.000 Euro	3
Da 200.000 a 500.000 Euro	2
<b>Totale risposte</b>	<b>51</b>



<b>Mancanti</b>	7
-----------------	---

Tabella 16 Fatturato aziendale dell'ultimo anno

## I PRODUTTORI

Coloro che hanno compilato il questionario sono nella maggioranza dei casi i responsabili dell'azienda (45), gli altri 12 sono membri della direzione o coadiuvanti.

CHI COMPILA IL QUESTIONARIO	FREQUENZA
<b>Responsabile dell'azienda</b>	45
<b>Altro (specificare)</b>	12
<b>Totale risposte</b>	57
<b>Mancanti</b>	1

Tabella 17 Chi compila il questionario

Gli intervistati sono in maggioranza uomini (39 su 58) ed hanno un'età compresa fra i 35 e i 50 anni (34 su 58).

ANNO DI NASCITA	FREQUENZA
<b>Dal 1960 al 1969</b>	20
<b>Dal 1970 al 1979</b>	14
<b>Dal 1950 al 1959</b>	10
<b>Dal 1980 al 1989</b>	10
<b>Dal 1990 al 1999</b>	2
<b>Dal 1940 al 1949</b>	1
<b>Totale risposte</b>	57
<b>Mancanti</b>	1

Tabella 18 Anno di nascita

Hanno mediamente un livello di scolarizzazione medio-alto, il 75,9% degli intervistati ha un diploma superiore o laurea o post-laurea, dato superiore rispetto al 36% dei conduttori aziendali lombardi con diploma o laurea che hanno partecipato alla rilevazione dell'ISTAT del 6° censimento generale dell'agricoltura nazionale svolta nel 2010. Questo dato si può leggere anche considerando un'auto-selezione naturale tra i soggetti che hanno ricevuto il questionario e che poi hanno scelto di compilarlo e dedicare tempo, considerando importante l'iniziativa e condividendone gli obiettivi.

TITOLO DI STUDIO	FREQUENZA
Diploma di scuola superiore	27
Laurea	14
Licenza di scuola media inferiore	13
Post-Laurea (Master - Dottorato)	3
Licenza di scuola elementare	1
<b>Totale risposte</b>	<b>58</b>

Tabella 19 Titolo di studio

Hanno un reddito basso, infatti 22 produttori (circa il 44%) ha un reddito familiare mensile sotto i 2.066 euro. Paragonando la stessa classe di reddito rilevata all'interno della ricerca sui GAS lombardi, soltanto il 22% dei rispondenti risultava essere sotto questo livello di reddito (nel dettaglio i dati dei GAS lombardi: il 22,3% dichiara un reddito netto mensile inferiore ai 2.000 euro, il 56% un reddito compreso tra 2.000 e 3.500 euro. Solo un 20% afferma di avere un reddito superiore ai 3.500 euro, l'1,7% non risponde) (Forno et al. 2013b).

Questo dato testimonia quanto la realtà dei consumatori e dei produttori sia diversa. Dato che verrà ulteriormente sottolineato con le sezioni più specifiche.

REDDITO MENSILE FAMILIARE MEDIO	FREQUENZA
da 1.292,00 a 2.066,00 Euro	14
fino a 1.291,00 Euro	8
da 2.067,00 a 2.582,00 Euro	8
da 3.616,00 a 5.165,00 Euro	8
da 2.583,00 a 3.615,00 Euro	6
oltre 5.166,00 Euro	5
<b>Totale risposte</b>	<b>49</b>
<b>Mancanti</b>	<b>9</b>

Tabella 20 Reddito mensile familiare medio

Oltre alle caratteristiche socio economiche, è interessante cogliere i valori a cui si ispirano e a cui danno importanza i produttori intervistati.

Emerge come la famiglia assuma un'importanza prevalente, rispetto al lavoro e agli amici.

L'importanza della famiglia emerge anche indagando i livelli di fiducia, ad esempio 27 produttori sui 44 rispondenti, si ritengono molto o abbastanza d'accordo con l'affermazione *"La responsabilità prima è verso la propria famiglia, e non verso la collettività"*.

Con gli stessi numeri i produttori si dichiarano d'accordo (molto o abbastanza) con l'affermazione: *"Ci si può fidare della maggior parte della gente"*, ma con più convinzione emerge la sfiducia e il timore verso *l'altro generalizzato*, ovvero le persone che non si conoscono direttamente, sostenendo l'accordo con la frase: *"Non si è mai sufficientemente prudenti nel trattare con la gente"*.

È netto, invece, il disappunto rispetto ad un'affermazione come: *"Gli immigrati sono un pericolo per la nostra cultura e la nostra identità"*.

L'ambito considerato meno importante è quello della politica. La distanza da questa sfera e la sfiducia verso questa emerge dagli alti livelli di accordo con frasi come: *"I partiti sono interessati solo ai voti della gente, non alle loro opinioni"*, *"Talvolta la politica sembra così complicata che non si riesce a capire che cosa stia succedendo"*, *"Che governi la destra o la sinistra le cose non cambiano"*.

Le opinioni si dividono invece quasi a metà tra chi si ritiene in accordo e chi in disaccordo con la frase: *"La gente come me non ha alcuna influenza su quello che fa il governo"*.

FIDUCIA E PARTECIPAZIONE (grado di accordo con le affermazioni indicate)	MOLTO	POCO	NON SO	TOTALE
	ABBABBASTANZA	PER NIENTE		
La responsabilità prima è verso la propria famiglia, e non verso la collettività	27	17	0	44
Ci si può fidare della maggior parte della gente	26	18	0	44
Non si è mai sufficientemente prudenti nel trattare con la gente	29	14	1	44
Gli immigrati sono un pericolo per la nostra cultura e la nostra identità	7	35	1	44
I partiti sono interessati solo ai voti della gente, non alle loro opinioni	34	9	1	44
Che governi la destra o la sinistra le cose non cambiano	26	16	2	44
Talvolta la politica sembra così complicata che non si riesce a capire che cosa stia succedendo	27	15	2	44
La gente come me non ha alcuna influenza su quello che fa il governo	23	20	1	44

Tabella 21 Fiducia e partecipazione

Nel caso dei gasisti invece si è ritrovata adeguata la definizione di “*critical citizens*” (Norris 1999) in quanto è quel “ceto medio riflessivo” che si caratterizzerebbe anche per un elevato interesse verso la politica e nello stesso tempo per un atteggiamento critico verso i canali tradizionali di mediazione degli interessi (in particolare partiti politici e sindacati).

Domandandosi quali sono i canali di informazione degli intervistati dalla seguente tabella è visibile come i produttori utilizzino come principale mezzo il notiziario della TV o della radio, subito a seguire internet e le mail (che è invece il canale preferenziale dei gasisti lombardi) (Forno et al. 2013b), che in un futuro prossimo potrebbero essere sempre più considerate anche dai produttori intervistati.

FONTI DI INFORMAZIONE	USATA LA SCORSA SETTIMANA	TOTALE
Notiziario radio o TV	31	44
Internet o e-mail	28	44
Discussioni con amici e colleghi	22	44
Quotidiano	19	44
Programma di approfondimento televisivo	9	44
Libri	7	44
Settimanale/rivista	7	44
Facebook	8	44

*Tabella 22 Fonti di informazione*

Il riferimento alla cultura cattolica non emerge come particolarmente caratterizzante del gruppo di produttori intervistati, infatti 18 produttori affermano che negli ultimi tre mesi non hanno mai preso parte ad una funzione religiosa, mentre 13 vi prendono parte con regolarità e i restanti 13 più raramente.

La posizione politica, da una comparazione con i dati della ricerca sui GAS lombardi, sembra essere meno compatta rispetto a quella dei GAS, che sono più nettamente collocati a sinistra. In 13 produttori su 44 preferiscono non collocarsi, per i restanti prevale anche in questo caso un orientamento a sinistra, ma in modo meno netto (19 produttori sui 44 rispondenti si collocano a centro sinistra e 12 a centro destra).

Valutando il livello di fiducia rivolto da parte dei produttori intervistati a realtà ed istituzioni, si rivela molto bassa la fiducia verso la televisione e le banche e anche verso le istituzioni, in particolare verso i partiti, questa percezione è uguale anche per i gasisti coinvolti. Bassa fiducia è rivolta anche all’Unione europea, a differenza dei gasisti che la considerano meritoria di fiducia, probabilmente questa valutazione è influenzata dal fatto che questa istituzione emana norme che ricadono sulle loro aziende.

La fiducia maggiore dei produttori intervistati, come nel caso dei gasisti lombardi, è riposta nelle imprese sociali.

Molta fiducia è riposta anche nell'associazione dei consumatori, sentita importante dai produttori intervistati nell'ambito dei circuiti di filiera corta; viene invece data poca fiducia ai sindacati.

FIDUCIA NELLE ISTITUZIONI (Molta Fiducia + Abbastanza Fiducia)	N	TOTALE
Imprese sociali impegnate nella produzione di beni e servizi di utilità generale	37	45
Polizia e Carabinieri	35	45
Associazione dei consumatori	33	45
Chiesa Cattolica	28	45
Imprese	28	45
Magistratura	26	45
Amministrazione comunale	25 (solo abbastanza)	45
Unione Europea	22	45
Governo	21	45
Parlamento	18	45
Confindustria	16 (solo abbastanza)	45
Sindacati	14 (solo abbastanza)	45
Partiti	6 (solo abbastanza)	45
Banche	6 (solo abbastanza)	45
TV	3 (solo abbastanza)	45

Tabella 23 Fiducia nelle istituzioni

I produttori intervistati hanno segnalato la loro partecipazione per lo più in associazioni sportive/ricreative, professionali/di categoria, religiose, culturali e di cooperazione internazionale.

In particolare in passato hanno preso parte per lo più a realtà della sfera religiosa, culturale e sportiva. Attualmente invece, una buona parte di essi, partecipa alle attività delle associazioni di categoria e in seconda battuta ad associazioni a tutela dell'ambiente e sportive/ricreative.

Nella tabella di seguito è possibile vedere come la partecipazione in molti casi è diminuita, quella che però è prevalentemente aumentata si nota nelle associazioni di categoria, poco meno della metà degli intervistati (15 su 38) sono i produttori attivi nel loro ambito professionale.

Questi dati potrebbero essere stati alterati dal fatto che generalmente ai questionari tendono a rispondere le persone più attive e centrali in un'organizzazione.

PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI	ATTUALMENTE IN PASSATO	DIFFERENZA NEL TEMPO	TOTALE
Sportive o ricreative	23	-7	38
Professionale o di categoria	22	+8	38
Religiose	19	-11	38
Culturali	18	-8	38
Cooperazione e solidarietà con il Terzo mondo	18	-6	38
Assistenziale, socio-sanitaria	17	-3	38
Ambientaliste	14	+2	38
Slow Food	12	+2	38
Sindacato	11	-3	38
Giovanile / studentesca	10	-8	38
Pacifiste	8	-8	38
Partiti politici	8	-1	38
Difesa dei diritti civili o dei diritti umani	7	-3	38
Difesa di utenti e consumatori	7	+1	38
Scout	6	-4	38
Centri sociali	4	-4	38

Tabella 24 Partecipazione associazionismo

Questi primi dati ci permettono di comprendere chi sono i produttori coinvolti nella ricerca e quali valori e profili economici e sociali presentano; nel prossimo paragrafo si approfondirà come questo identikit si correla alle motivazioni nella scelta di fare parte dei circuiti a filiera corta.

### 6.1.2 Motivazioni e canali di vendita

Dopo aver raccolto le caratteristiche, i valori e il profilo partecipativo dei produttori intervistati, questo paragrafo approfondisce le scelte legate alla filiera corta: le caratteristiche dei canali di vendita utilizzati, le motivazioni che hanno spinto a scegliere questo tipo di filiera e le opinioni dei produttori relativi a questa.

Considerando che buona parte dei produttori che hanno partecipato alla ricerca sono persone attive in associazioni, emerge anche dai dati seguenti quanto la scelta di entrare nei circuiti a filiera corta sia collegata per lo più a motivazioni di tipo valoriale.

I produttori intervistati, infatti, ritengono innanzitutto che sia un'iniziativa giusta, inoltre che sia un'opportunità per costruire nuove relazioni e successivamente che permetta di incrementare le vendite e che generi un'attività più sostenibile dal punto di vista ambientale.

MOTIVAZIONI FILIERA CORTA...	COMPLETAMENTE/ POCO/			TOTALE
	MOLTO D'ACCORDO	ABBASTANZA	PER NIENTE	
Perché credo sia una iniziativa giusta	40	8	3	51
Per la possibilità di costruire nuove relazioni	38	9	4	51
Per incrementare le vendite	32	14	5	51
Perché penso generi un'attività più sostenibile dal punto di vista ambientale	31	15	5	51
Il sentire che devo fare qualcosa di concreto per il mio territorio	30	11	9	50
Perché lo hanno fatto altri produttori nella mia zona	0	10	40	50

Tabella 25 Motivazioni filiera corta

Emerge dunque quanto il background culturale e comportamentale dei produttori intervistati li abbia portati ad entrare a far parte di reti alternative di cibo. Per quanto riguarda lo specifico campione degli intervistati la spinta verso questo tipo di mercati non è soltanto mossa dalla massimizzazione del profitto (Higgins et al. 2008; Jarosz 2008), ma da motivazioni legate alla tutela del territorio, alla sostenibilità della produzione ed alla volontà di offrire prodotti di maggiore qualità e salubrità (Goodman 2004; Delind et al. 2011; Murdoch et al. 2000).

Quando si chiede quali sono le fonti di conoscenza della filiera corta gli intervistati rispondono per lo più che l'hanno sempre fatto, quindi le aziende nascono già con questa modalità o queste

convinzioni. Altra fonte di conoscenza risulta essere la relazione personale, con conoscenti o amici, come nel caso dei GAS.

FONTI DI CONOSCENZA DELLA FILIERA CORTA	FREQUENZA
L'ho sempre fatto/La mia azienda l'ha sempre fatto	19
Conoscenti	7
Amici stretti	5
La mia associazione di categoria	5
Sono stato contattato da un gruppo di acquisto solidale	4
Conferenze/Incontri	3
È una tradizione di famiglia	3
Un altro produttore	3
Colleghi/La mia associazione di categoria	1
Notizie sul web/Internet	1
Altro (specificare fonte)	1
<b>Totale risposte</b>	<b>52</b>
<b>Mancanti</b>	<b>6</b>

*Tabella 26 Fonte di conoscenza della filiera corta*

I prodotti degli intervistati, come visto precedentemente, vengono commercializzati quasi esclusivamente nei canali distributivi della filiera corta. Nello specifico, in base alle percentuali di fatturato destinate ai diversi canali di vendita è possibile stilare una graduatoria di quelli preferenziali:

1. Vendita in azienda
2. Mercati agricoli
3. GAS
4. Consegna a domicilio
5. Slow Food

Il canale preferenziale per la distribuzione dei prodotti risulta essere quello delle vendite in azienda.

Successivamente troviamo i mercati agricoli, vista la loro importanza i produttori intervistati



ritengono che un ruolo importante nella promozione dei prodotti è in capo infatti all'associazione che organizza il mercato agricolo.

Questi due canali sono anche quelli maggiormente in crescita negli ultimi due anni secondo i produttori coinvolti.

CAMBIAMENTO VENDITA IN AZIENDA	FREQUENZA
<b>Aumentata</b>	29
<b>Invariata</b>	18
<b>Diminuita</b>	5
<b>Introdotta</b>	4
<b>Totale risposte</b>	56
<b>Mancanti</b>	2

Tabella 27 Cambiamento vendita in azienda

CAMBIAMENTO VENDITA AI MERCATI	Frequenza
<b>Aumentata</b>	28
<b>Invariata</b>	16
<b>Diminuita</b>	3
<b>Introdotta</b>	3
<b>Totale risposte</b>	50
<b>Mancanti</b>	8

Tabella 28 Cambiamento vendita ai mercati

Successivamente, con più o meno la stessa percentuale di utilizzo, troviamo dapprima i GAS e subito dopo le consegne a domicilio.

Il canale di vendita più recente è quello dei GAS.

È stato rilevato che circa la metà dei produttori intervistati vende ai GAS; e che 10 fanno parte di un GAS.

APPARTENENZA AI GAS	FREQUENZA
NO, vendo solo i miei prodotti ai GAS	26
NO, non ho alcun contatto con i GAS	16
Sì	10
<b>Totale risposte</b>	<b>52</b>
<b>Mancanti</b>	<b>6</b>

Tabella 29 Appartenenza/rapporti con i GAS

I produttori riconoscono i GAS come sostenitori delle loro attività, infatti ritengono che i GAS abbiano come obiettivo primario quello di promuovere e sostenere i produttori locali. Per i GAS lombardi, l'obiettivo primario è quello di stimolare stili di vita più responsabili nei confronti dell'ambiente, seguito poi dalla volontà di sostenere i produttori locali, questo ultimo risulta essere per i gasisti il principale risultato raggiunto (Forno et al. 2013b).

Ultimo canale di filiera corta utilizzato, tra i cinque proposti, risulta essere Slow Food.

Altri canali segnalati con una piccola percentuale sono quelli dei ristoranti, dei privati, dei distributori latte self service.

Come descritto le motivazioni sono legate ai valori di giustizia e tutela del territorio, chiedendo cosa piace di più e cosa piace meno emerge una valutazione della caratteristica principale di questo tipo di canali di vendita: la relazione con i consumatori.

PIACE DI PIÙ DELLA FILIERA CORTA	FREQUENZA
Il rapporto diretto con il consumatore	33
Creare relazioni	8
Il mostrare i miei prodotti	4
Il poter metterci la faccia	4
Altro (specificare)	2
<b>Totale risposte</b>	<b>51</b>
<b>Mancanti</b>	<b>7</b>

Tabella 30 Cosa piace di PIU' della filiera corta

Chiedendo cosa piace meno della filiera corta 8 produttori dicono che non trovano qualcosa che piace meno, altri invece elencano alcuni elementi di fatica, tra cui il dispendio di tempo necessario a sostenere l'attività di vendita e l'impegno nelle relazioni con i consumatori, data a volte la percezione di inadeguatezza delle loro richieste e di una mancanza di rispetto.

PIACE DI <u>MENO</u> DELLA FILIERA CORTA	FREQUENZA
Il poter metterci la faccia	5
Creare relazioni	3
Il mostrare i miei prodotti	2
Il rapporto diretto con il consumatore	1
Altro (specificare)	40
<b>Totale risposte</b>	<b>51</b>
<b>Mancanti</b>	<b>7</b>

Tabella 31 Cosa piace MENO della filiera corta

ALTRO (PIACE DI <u>MENO</u> )	FREQUENZA
Dispendio di tempo	8
Niente	8
Fatiche nelle relazioni con i consumatori (percezione di inadeguatezza delle esigenze dei consumatori, prezzo e non solo, di mancato rispetto)	6
essere in piazza/montare gazebo	3
il rapporto con i GAS	2
Maggior impegno	2
la fatica degli aspetti organizzativi/ burocrazia	2
la poca diffusione sul territorio	1
A volte l'ideologicità di alcune posizioni di singole persone	1
Chi ci entra per guadagno fregandosene dei valori	1
Il non rispetto delle regole	1
<b>Totale risposte</b>	<b>35</b>
<b>Mancanti</b>	<b>23</b>

Tabella 32 Cosa piace MENO della filiera corta - Altre risposte

Sono evidenziati quindi sia gli aspetti faticosi che positivi dell'aspetto relazionale che è alla base della filiera corta.

I produttori, infatti, ritengono che questi circuiti consentano di costruire e rafforzare il legame con i consumatori e con il territorio, dati che confermano quanto sostenuto da Migliore che parla di radicamento sociale e cura del territorio (Migliore et al. 2014).

LE INIZIATIVE DI FILIERA CORTA...	
mi permettono di rafforzare il mio legame con il territorio	FREQUENZA
Completamente d'accordo	22
Molto d'accordo	18
Abbastanza d'accordo	7
Poco d'accordo	1
Per niente d'accordo	3
<b>Totale risposte</b>	<b>51</b>
<b>Mancanti</b>	<b>7</b>

*Tabella 33 Rapporto con il territorio*

LE INIZIATIVE DI FILIERA CORTA...	
mi permettono di costruire e rafforzare un legame con i consumatori	FREQUENZA
Completamente d'accordo	32
Molto d'accordo	14
Abbastanza d'accordo	4
Per niente d'accordo	1
<b>Totale risposte</b>	<b>51</b>
<b>Mancanti</b>	<b>7</b>

*Tabella 34 Legame consumatori*

Chiedendo una valutazione complessiva della situazione dopo essere entrati a fare parte dei circuiti di filiera corta rispetto alla situazione economica aziendale per nessuno è peggiorata.

36 produttori sui 50 che hanno risposto a questa domanda sostengono che essa sia migliorata, per i restanti è rimasta invariata.

SITUAZIONE ECONOMICA	
POST-ADESIONE FILIERA CORTA	
	FREQUENZA
Migliorata	36
Invariata	13
<b>Totale risposte</b>	<b>49</b>
<b>Mancanti</b>	<b>9</b>

Tabella 35 Situazione economica aziendale post adesione alla filiera corta

Anche rispetto alla percezione di cambiamento della propria qualità della vita, per nessuno è peggiorata, per la maggior parte risulta essere invariata, per gli altri è migliorata.

QUALITA' DELLA VITA	
POST-ADESIONE FILIERA CORTA	
	FREQUENZA
Migliorata	21
Invariata	28
<b>Totale risposte</b>	<b>49</b>
<b>Mancanti</b>	<b>9</b>

Tabella 36 Qualità della vita post adesione alla filiera corta

Considerando il livello più generale della situazione economica delle aziende italiane degli ultimi anni invece la maggior parte degli intervistati ritiene che sia peggiorata e in generale la stragrande maggioranza degli intervistati, 41 produttori sui 45 rispondenti, ritiene che anche la situazione economica del nostro Paese sia peggiorata.

SITUAZIONE ECONOMICA IMPRESE	
	FREQUENZA
Migliorata	9
Invariata	8
Peggiorata	27
<b>Totale risposte</b>	<b>44</b>
<b>Mancanti</b>	<b>14</b>

Tabella 37 Situazione economica delle imprese

SITUAZIONE ECONOMICA ITALIANA	FREQUENZA
Migliorata	1
Invariata	3
Peggiorata	40
<b>Totale risposte</b>	<b>44</b>
<b>Mancanti</b>	<b>14</b>

Tabella 38 Situazione economica del Paese

Quando si chiede dunque una valutazione su un livello generale la prospettiva è negativa, mentre focalizzandosi sulla propria situazione l'intervistato dà una valutazione più positiva ed ottimista.

Questo si vede infatti anche nella valutazione sul futuro della propria impresa, poco più della metà degli intervistati ritiene che la situazione economica dell'impresa in cui lavora è migliorata, e solo in 7 pensano sia peggiorata.

SITUAZIONE ECONOMICA PROPRIA IMPRESA	FREQUENZA
Migliorata	24
Invariata	13
Peggiorata	7
<b>Totale risposte</b>	<b>44</b>
<b>Mancanti</b>	<b>14</b>

Tabella 39 Situazione economica della propria impresa

La grande maggioranza degli intervistati inoltre si ritiene ottimista per il futuro.

OTTIMISTA/PESSIMISTA RISPETTO AL FUTURO	FREQUENZA
Ottimista	30
Pessimista	14
<b>Totale risposte</b>	<b>44</b>
<b>Mancanti</b>	<b>14</b>

Tabella 40 Opinione rispetto al futuro

Questo dato complessivo e quelli relativi alla propria azienda si possono ricollegare ai cambiamenti evidenziati nel prossimo capitolo, secondo cui si ascoltano di più i consumatori, si collabora di più con le altre persone, si ha maggiormente fiducia nel futuro della propria azienda, si sente che ciò che si fa è importante.

Una visione positiva della propria azienda e la fiducia verso il proprio futuro possono essere determinati da un aspetto economico: l'allargamento del mercato<sup>41</sup> e il conseguente aumento di fatturato. In accordo con la letteratura (Kneafsey et al. 2013), e per la loro natura, è difficile definire quantitativamente l'effettivo impatto economico che la filiera corta porta all'economia nazionale ed europea. Un'indagine condotta da coldiretti dimostra che sono sempre di più gli italiani disposti anche a pagare di più per un prodotto più naturale e sostenibile<sup>42</sup> che si trova nei circuiti di filiera corta.

Si ritiene però interessante dare anche un'altra lettura della valutazione fatta dai produttori della propria situazione, considerando quanto proposto da Migliore (Migliore et al. 2014) secondo cui i fattori considerati nella costruzione della valutazione non sono tanto quelli della massimizzazione dei profitti, ma per lo più quelli del radicamento sociale e della tutela del territorio.

### 6.1.3 Cambiamenti percepiti

In questa sezione è possibile evidenziare quali cambiamenti e comportamenti sono percepiti dai produttori nell'azienda e nella loro vita quotidiana dopo essere entrati nei circuiti della filiera corta.

Come evidenziato nel precedente paragrafo rispetto ai comportamenti dell'azienda risulta che l'attenzione alla tutela ambientale è un elemento importante per tutti i produttori che hanno risposto, e che per lo più era già una politica presente nel patrimonio aziendale prima di prendere parte ai circuiti di filiera corta.

PRODURRE CON MAGGIORE ATTENZIONE AMBIENTALE	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	37
<b>Sì</b>	12
<b>Totale risposte</b>	49
<b>Mancanti</b>	9

Tabella 41 Comportamenti aziendali: Produrre con più attenzione verso l'ambiente

Ad esempio in molti riciclano e riutilizzano materiali, prestano attenzione all'efficienza energetica, al consumo di acqua, alla riduzione di rifiuti ed imballaggi.

Da evidenziare inoltre che tutti gli intervistati hanno detto di interessarsi di più alle richieste dei clienti, ascoltando i consumatori, 29 produttori già lo facevano prima di entrare nella filiera corta e 21 ha iniziato a farlo successivamente.

<sup>41</sup> <http://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/17/la-filiera-corta-una-opportunita-agricoltori-e-consumatori>, ultimo accesso 14/06/2017

<sup>42</sup> [http://www.ansa.it/canale\\_terraegusto/notizie/mondo\\_agricolo/2016/05/14/coldirettifiliera-corta-vincespesa-da-contadino-per-15-mln\\_e3a37c4c-9ff1-4bb2-81cb-bd5e36549ce9.html](http://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/mondo_agricolo/2016/05/14/coldirettifiliera-corta-vincespesa-da-contadino-per-15-mln_e3a37c4c-9ff1-4bb2-81cb-bd5e36549ce9.html), ultimo accesso 27/01/2017

INTERESSARMI DI PIU' ALLE RICHIESTE DEI MIEI CLIENTI (O CONSUMATORI)	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	28
<b>Sì</b>	21
<b>Totale risposte</b>	49
<b>Mancanti</b>	9

Tabella 42 Comportamenti aziendali: Interessarmi di più alle richieste dei miei clienti (o consumatori)

Sempre dal punto di vista aziendale, per i produttori l'inserimento nei canali della filiera corta ha comportato una maggiore fiducia rispetto al futuro dell'azienda, una consapevolezza dell'importanza di ciò che fanno e un aumento della cooperazione con gli altri produttori (la metà di essi).

AVERE PIU' FIDUCIA NEL FUTURO DELLA MIA AZIENDA	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	18
<b>Sì</b>	20
<b>No</b>	11
<b>Totale risposte</b>	49
<b>Mancanti</b>	9

Tabella 43 Comportamenti aziendali: Fiducia futuro aziendale

SENTIRE CHE CIO' CHE FACCIO È IMPORTANTE	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	21
<b>Sì</b>	20
<b>No</b>	8
<b>Totale risposte</b>	49
<b>Mancanti</b>	9

Tabella 44 Comportamenti aziendali: Importanza dell'azione individuale



COOPERARE DI PIU' CON ALTRI PRODUTTORI	FREQUENZA
Già lo facevo	16
Sì	25
No	8
Totale risposte	49
Mancanti	9

Tabella 45 Comportamenti aziendali: Cooperare di più con altri produttori

Anche considerando la vita individuale e familiare, quindi non più esclusivamente riferite al comportamento dei produttori in azienda, emerge come il cambiamento rilevato maggiormente dopo essere entrato nei circuiti di filiera corta sia collaborare maggiormente con le altre persone, come nel caso dei gasisti che segnalano questo cambiamento dopo essere entrato nel GAS (Forno et al. 2013a; Forno et al. 2013b). L'elemento della relazione quindi è presente ed influenza non solo la vita aziendale ma anche quella personale.

COOPERARE DI PIU' CON LE PERSONE	FREQUENZA
Già lo facevo	24
Sì	22
No	2
Totale risposte	48
Mancanti	10

Tabella 46 Comportamenti individuali: Cooperare di più con le persone

I produttori intervistati per la grande maggioranza sono infatti aperti agli altri produttori scambiandosi informazioni, facendosi visita, incontrandosi con diverse frequenze (qualche volta al mese o all'anno). In particolare emerge che per molti l'aiuto reciproco va oltre l'aspetto della commercializzazione.

AIUTARSI RECIPROCAMENTE NON SOLO NELLA COMMERCIALIZZAZIONE	FREQUENZA
Quasi tutti i giorni	1
Qualche volta al mese	15
Qualche volta all'anno	28

<b>Mai</b>	4
<b>Totale risposte</b>	48
<b>Mancanti</b>	10

Tabella 47 Comportamenti individuali: aiutarsi reciprocamente

In molti acquistano da altri produttori e fanno la spesa nei negozi locali o di vicinato.

L'idea di relazione e collaborazione non si allarga invece agli esponenti politici e alle Amministrazioni comunali, confermando la distanza e la sfiducia nella politica e nelle istituzioni come i partiti.

Sebbene nella maggiore parte dei casi anche nella vita personale come in quella aziendale c'è un'attenzione verso il riciclo e il riutilizzo, in 12 confermano che hanno iniziato a farlo dopo essersi inseriti nei circuiti a filiera corta.

RICICLARE/RIUSARE DI PIU'	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	33
<b>Sì</b>	12
<b>No</b>	3
<b>Totale</b>	48
<b>Mancanti</b>	10
<b>Totale</b>	58

Tabella 48 Comportamenti individuali: riciclare e riusare di più

Si nota quindi, come nel caso dei GAS in cui l'interazione e la relazione con altri consumatori ha portato a cooperare di più con le altre persone, allo stesso modo avviene per i produttori intervistati che scelgono questo tipo di circuito commerciale per lo più per i valori che stanno alla base e che implicano una forte interazione e un maggior ascolto dei clienti. Per alcuni produttori si confermano pratiche già attivate, aumentando la fiducia in queste e la consapevolezza che ciò che fanno è importante, e per altri introducendole (Renting et al. 2003; Lamine et al. 2012).

Nel prossimo paragrafo sarà possibile evidenziare quali tipi di relazioni si costruiscono tra i produttori intervistati, grazie allo strumento della network analysis.

#### 6.1.4 Relazioni – network analysis

I circuiti della filiera corta come si è detto si alimentano di relazioni coltivate nel tempo e di prossimità. Questi aspetti della filiera corta sono stati ampiamente descritti dalla letteratura (Renting et al. 2003; Lamine et al. 2012). Nel presente paragrafo viene passata in rassegna l'analisi delle relazioni realizzata attraverso il questionario online. In particolare si fa riferimento ad alcune nozioni base di quella che viene definita *social network analysis* (Scott 2012; Wasserman e Faust 1994).

Agli intervistati è stato chiesto in primo luogo di indicare per ciascuno fino ad un massimo di tre produttori ritenuti “amici”, in secondo luogo fino ad un massimo di tre persone con le quali avrebbero preso in considerazione l’eventualità di creare un progetto cooperativo.

Per realizzare l’analisi di questo network è stato prima necessario costruire una matrice quadrata attribuendo i valori di ciascun legame tra i vari soggetti coinvolti, dopodiché, attraverso il software UCINET 6<sup>43</sup> è stato possibile realizzare i grafi di seguito riportati. Per valutare ogni singolo nodo del network, è stato preso in considerazione il **grado di intensità** di ciascuno di essi. In altre parole, facendo riferimento alla *teoria dei grafi*, all’aumentare del numero di legami che ciascun nodo instaura con altri nodi, aumenta l’intensità dello stesso all’interno del network (Scott 2012). Trattandosi di un’indagine anonima, per riservatezza sono state assegnate per ciascuno dei soggetti rappresentati delle sigle che consentono di mantenere l’anonimato e al tempo stesso poter interpretare in maniera corretta i grafi.



Figura 11 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - bassa pianura

Chiedendo agli intervistati di indicare tre produttori amici sono emerse reti di relazioni che evidenziano per lo più fattori come la prossimità spaziale delle aziende e il ruolo che alcuni soggetti, in particolare le cooperative, svolgono all’interno dei sistemi di relazione.

Partendo dalla figura 11 il primo network comprende produttori della bassa pianura bergamasca. La figura 12 che invece delinea un chiaro network tra le aziende della Valle Seriana. Nella figura 13, incontriamo il blocco della zona vicino al Lago d’Iseo, mentre nelle figure 14, 15 e 16, sono rappresentati i network di aziende che ruotano attorno all’asse urbano, periurbano e pedemontano, dove troviamo una rete di relazioni piuttosto fitta che si intreccia fra aziende dell’hinterland del capoluogo di provincia.

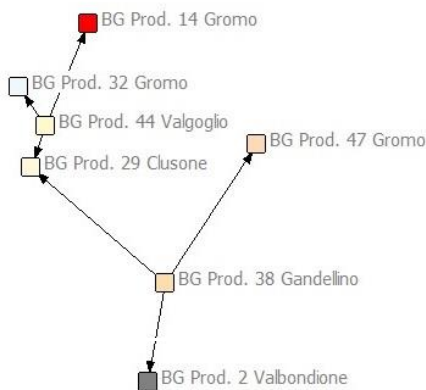


Figura 13 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - Valle Seriana

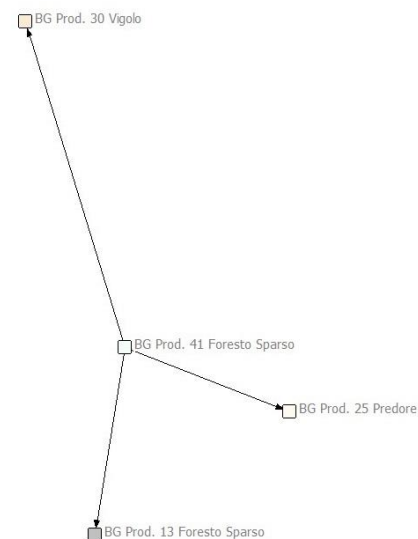


Figura 12 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - Lago d’Iseo

<sup>43</sup> <https://sites.google.com/site/ucinetsoftware/home>, ultimo accesso 27/01/2017



Figura 14 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - asse urbano



Figura 15 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - asse periurbano 1



Figura 16 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - asse periurbano 2

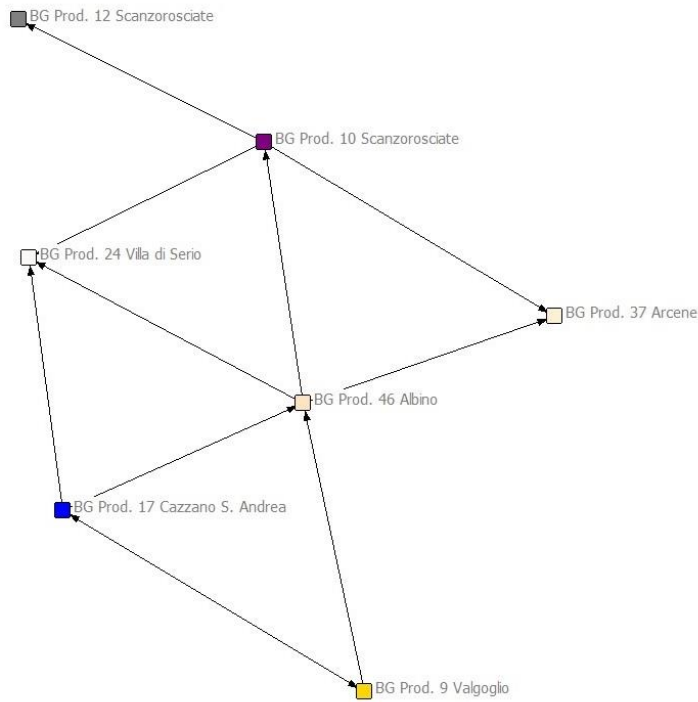


Figura 17 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - Bassa Val Seriana

Molti di questi network emersi si articolano per lo più attorno all'asse del capoluogo di provincia, seppur nel caso della figura 17 esso vada ad intercettare alcune aziende anche della pianura.

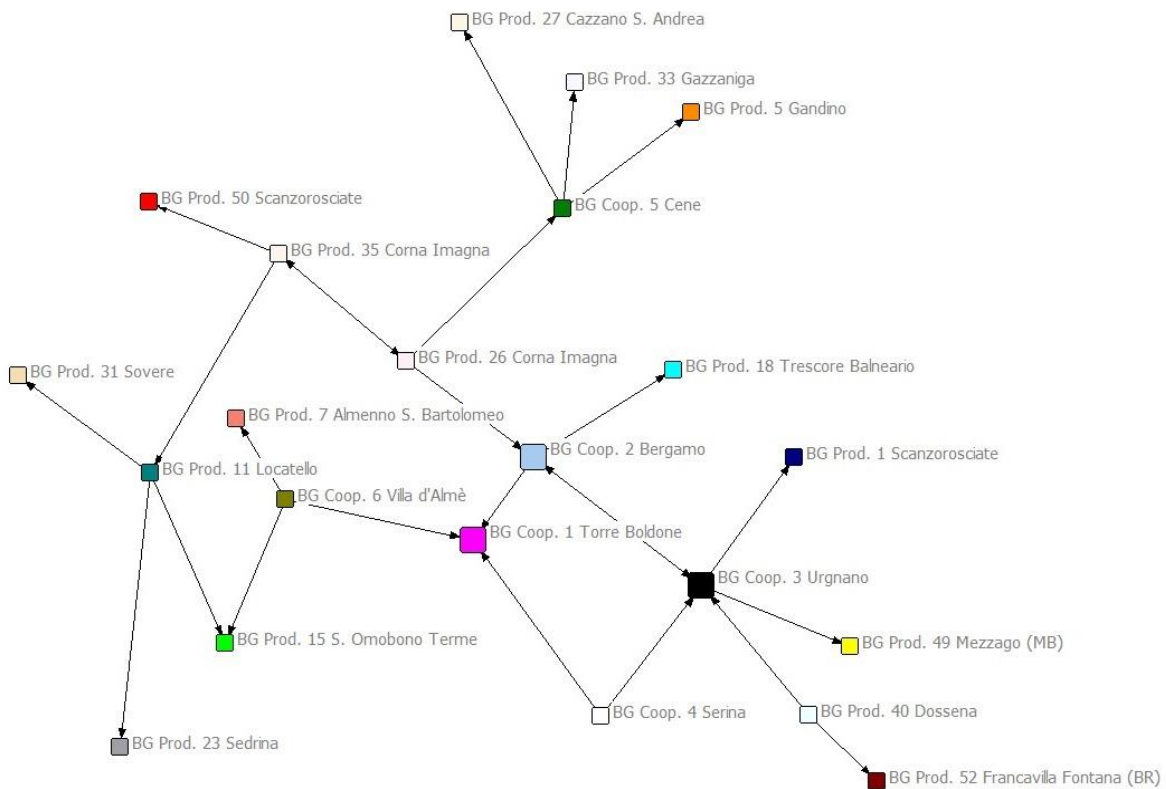
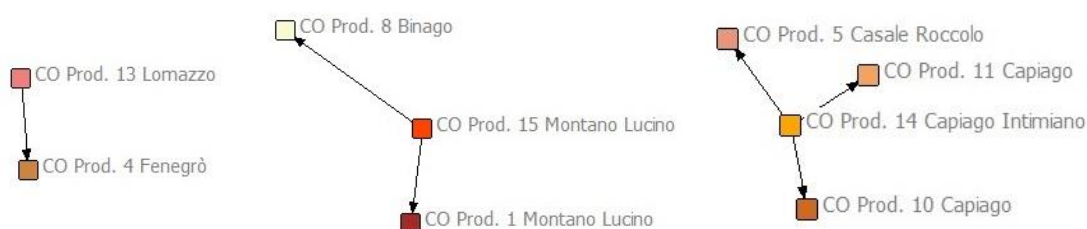


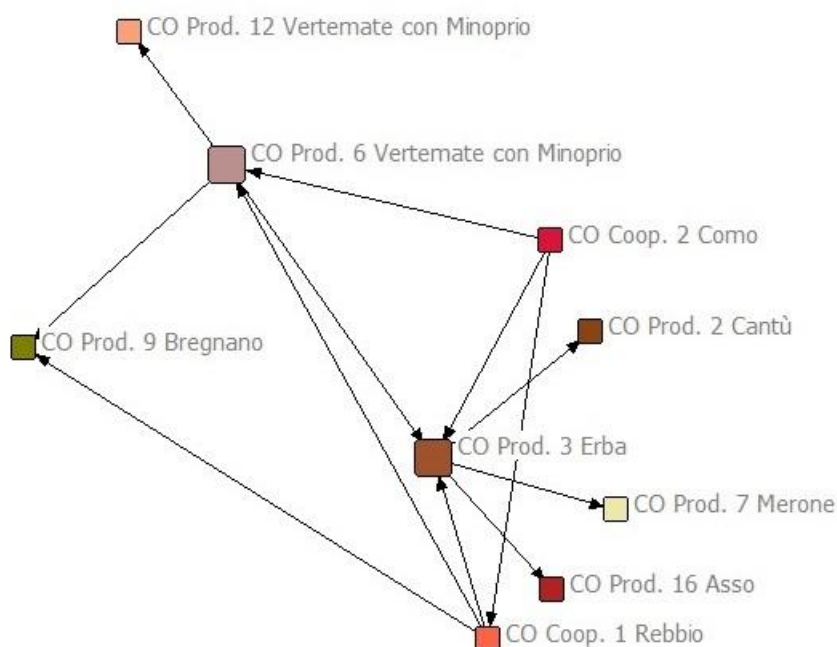
Figura 18 Network analysis amico produttore provincia di Bergamo - Network più denso

Prendendo infine in esame il network rappresentato nella figura 18, l'elemento più distinguibile ed evidente è l'importanza che alcuni attori locali ricoprono nella rete relazionale. Guardando la figura 18 per esempio, è significativo il ruolo di hub svolto dalle cooperative, nel grafo indicate come Coop. 1-2-3. La loro mission, in quanto cooperative, di collaborare con altri e le funzioni che svolgono nel territorio e nelle reti di produttori, tra cui l'attività di raccolta di prodotti e commercializzazione all'interno della provincia di Bergamo, risultano essere per molti un punto di riferimento e nodi cruciali delle reti di relazioni. Un altro fattore da considerare è la storia di alcune realtà e il loro lungo percorso, questo vale ad esempio per la Coop. 5 e per il Prod. 24 (fig. 18).

Un discorso analogo può essere fatto per i produttori intervistati della provincia di Como dove nella fig. 19 è possibile notare l'articolarsi dei network minori.



*Figura 19 Network analysis amico produttore provincia di Como - Network minori*



*Figura 20 Network analysis amico produttore provincia di Como - Network più denso*

Anche qui la prossimità territoriale sembra agevolare l'instaurarsi dei rapporti di amicizia. I principali nodi dei network (fig. 20) sembrano articolarsi attorno all'azienda Prod. 3 (già membro del progetto SPG 2012), al referente della Coop. 1, nonché al rappresentante di AIAB Lombardia (capofila del progetto SPG), entrambi giovani, disponibili, motivati e con una approfondita conoscenza dell'agricoltura biologica, e all'azienda Prod. 6, anch'essa intercettata da numerose triangolazioni.

L'indagine ha poi voluto investigare il livello di fiducia delle relazioni. Infatti, chiedendo agli intervistati di nominare "le tre persone con cui organizzeresti un progetto cooperativo", dallo schema di seguito è possibile notare alcune evidenze particolari. Nello specifico, per quanto riguarda la provincia di Bergamo (fig. 21), in due casi si segnalano persone della stessa realtà dell'intervistato, che pertanto già collaborano, con le quali probabilmente sarebbe gradita l'eventualità di intraprendere un percorso cooperativo insieme e in alcuni casi ampliarlo e strutturarne maggiormente in termini cooperativi. In un grafo invece emerge come le realtà cooperative interagiscano con le altre cooperative o associazioni della città.

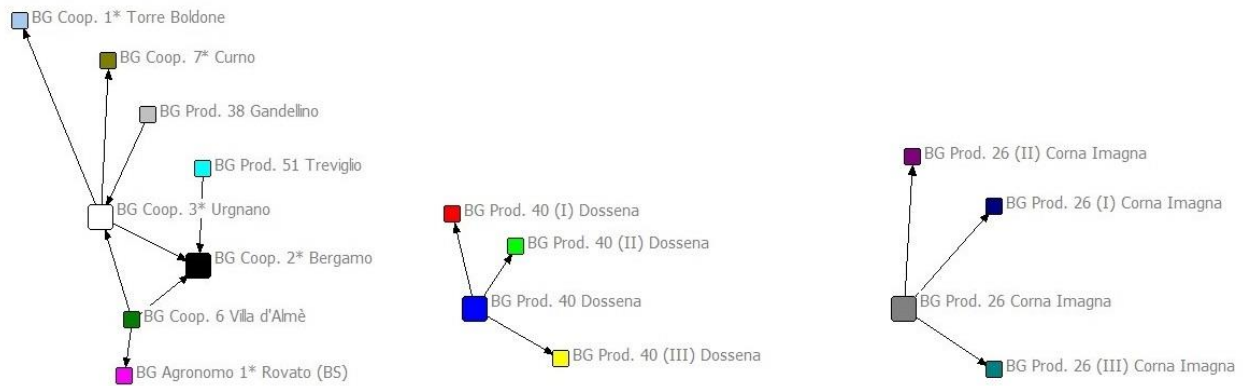


Figura 21 Progetto cooperativo. Dati relativi alla Provincia di Bergamo. L'asterisco indica i tecnici agronomi indicati come possibili partner di un progetto cooperativo

Inoltre, da sottolineare resta il fatto che tra le persone indicate, molti di essi, risultano essere tecnici agronomi con i quali già collaborano e di cui si riconosce il possibile supporto tecnico e qualificato.

Discorso simile riguarda la provincia di Como. In figura 22 infatti si può notare come tutto sia ancora legato alla realtà Coop. 2 e le figure del referente di AIAB della Coop. 1 e dei produttori 3 e 6, già al centro delle reti relazionali mostrate in figura 20 menzionate poc'anzi.

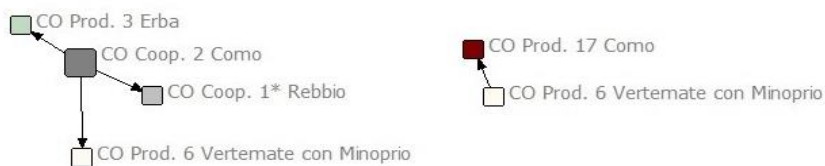


Figura 22 Progetto cooperativo. Dati relativi alla Provincia di Como

### 6.1.5 Le certificazioni

Dopo un quadro generale degli intervistati e delle loro caratteristiche si intende dedicare questo paragrafo in modo specifico al tema delle certificazioni e alle opinioni su queste da parte dei produttori coinvolti. Si descriveranno inoltre nel dettaglio alcune caratteristiche di coloro che si sono dichiarati interessati al SPG. Questo sarà utile per approfondire nella parte successiva il processo di implementazione del Sistema di garanzia partecipata lombardo.

I produttori che hanno partecipato alla ricerca come visto precedentemente sono produttori interessati all'aspetto ambientale della filiera corta, ed inoltre in 20 su 49 già interessati all'agricoltura biologica e alla certificazione biologica, in 9 hanno iniziato ad interessarsene dopo essere entrati in questi circuiti. In 20 invece restano dell'idea che non interessa loro questo elemento.

INTERESSARMI ALLA CERTIFICAZIONE BIOLOGICA	FREQUENZA
<b>Già lo facevo</b>	20
<b>Sì</b>	9
<b>No</b>	20
<b>Totale risposte</b>	49
<b>Mancanti</b>	9

Tabella 49 Interesse rispetto alla certificazione

È emerso che la certificazione di parte terza (quella tradizionale) non si ritiene sempre necessaria, in quanto emerge più importante che la fiducia dei consumatori si costruisca attraverso la conoscenza delle loro modalità produttive. Questa posizione è condivisa dai gasisti intervistati che alle certificazioni preferiscono la conoscenza diretta con i produttori e le visite in azienda (Forno et al. 2013a).

IMPORTANZA CERTIFICAZIONE BIOLOGICA	FREQUENZA
... POCO IMPORTANTE - FIDUCIA/CONOSCENZA DELLE MIE MODALITA' PRODUTTIVE	
<b>Completamente d'accordo</b>	17
<b>Molto d'accordo</b>	12
<b>Abbastanza d'accordo</b>	8
<b>Poco d'accordo</b>	6
<b>Per niente d'accordo</b>	3



<b>Totale risposte</b>	46
<b>Mancanti</b>	12

Tabella 50 Importanza certificazione: fiducia-conoscenza modalità produttive aziendali

In molti si ritrovano d'accordo con l'affermazione che non sia necessaria una certificazione formale.

<b>IMPORTANZA BIOLOGICA</b>	<b>CERTIFICAZIONE</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>... POCO IMPORTANTE - NON NECESSARIA UNNA CERTIFICAZIONE FORMALE</b>		
<b>Completamente d'accordo</b>		16
<b>Molto d'accordo</b>		8
<b>Abbastanza d'accordo</b>		8
<b>Poco d'accordo</b>		6
<b>Per niente d'accordo</b>		8
<b>Totale risposte</b>		46
<b>Mancanti</b>		12

Tabella 51 Importanza certificazione: necessità certificazione formale

Come è stato declinato nella prima parte del documento si distingue il sistema di certificazione tradizionale di ente terzo dal Sistema Partecipativo di Garanzia (SPG).

28 intervistati sui 47 rispondenti conoscono il SPG: 15 dei produttori che hanno risposto stanno partecipando e a 7 piacerebbe partecipare. Coloro che non partecipano, non lo fanno per mancanza di tempo o perché già possiede la certificazione biologica.

<b>PARTECIPA AL SPG</b>	<b>FREQUENZA</b>
<b>Sì</b>	15
<b>No</b>	12
<b>No, ma mi piacerebbe</b>	7
<b>Totale risposte</b>	34

<b>Mancanti</b>	24
-----------------	----

Tabella 52 Adesione al Sistema Partecipativo di Garanzia

Considerando una modalità di certificazione di parte seconda come il Sistema Partecipativo di Garanzia, i produttori ritengono che il principale valore aggiunto sia quello di sottendere i vantaggi del BIO, senza però gravare con eccessivi oneri economici e burocratici, che invece la certificazione tradizionale comporta.

VALORE AGGIUNTO SPG	FREQUENZA
Vantaggi BIO senza oneri certificazione	11
Favorire lo scambio di conoscenze	10
Stringere legami con persone o gruppi	8
Approfondire che cosa i consumatori hanno a cuore	5
Altro (specificare)	12
<b>Totale risposte</b>	<b>46</b>
<b>Mancanti</b>	<b>12</b>

Tabella 53 Valore aggiunto dei SPG

ALTRO	FREQUENZA
non conosco/non so	9
Avviare un ragionamento sul rinnovamento del sistema di certificazione, che risponda di più alle esigenze dei produttori, e non solo delle grandi realtà del biologico	1
Entrare in un circuito di qualità	1
Un'opportunità di riconoscimento della scelta dell'agricoltura biologica forse con più pertinenza e meno formalità.	1
<b>Totale</b>	<b>12</b>

Tabella 54 Valore aggiunto dei SPG: altre risposte

Dividendo il campione tra i produttori che hanno dichiarato di partecipare o essere interessati al SPG (22) e quelli che non conoscono o non sono interessati al SPG (25) possiamo confrontare alcuni elementi.

I primi, **gli interessati al SPG**, hanno un fatturato minore rispetto ai non interessati, e relativamente al reddito familiare, quello derivante dall'attività agricola è minore rispetto ai secondi, da questo emerge come il reddito complessivo sia arricchito da altre attività lavorative da parte di altri componenti del nucleo familiare.

Riconoscono ai GAS un ruolo nella commercializzazione, infatti li ritengono utili nella promozione dei prodotti aziendali ed è leggermente maggiore il contatto coi GAS, rispetto ai produttori intervistati non interessati al SPG. Uno dei fattori che potrebbe determinare questo dato è il fatto che in Lombardia il SPG è strettamente collegato al coinvolgimento dei consumatori ed in particolare dei gasisti nella filiera corta.

Sono produttori che riconoscono nel SPG lo scambio di conoscenze come valore aggiunto.

Cercano nuovi canali di vendita che però raramente vanno nella direzione della grande distribuzione, incrementano ad esempio la vendita diretta.

Queste realtà ritengono meno importante rispetto ai produttori intervistati non interessati al SPG l'importanza di una certificazione biologica. In entrambi i casi comunque viene riconosciuta l'importanza della fiducia e della conoscenza della modalità produttive.

Coloro che **non sono interessati o non conoscono i SPG** hanno dunque un fatturato maggiore con una superficie agricola media simile ai primi.

Alcuni di questi sono produttori che hanno già una certificazione biologica tradizionale, questo potrebbe essere uno dei motivi che disincentiva la partecipazione al SPG, ritenendosi già, almeno in parte, qualificati (come si vedrà nel capitolo successivo). Ritengono importante la certificazione biologica sebbene ne riconoscono alcune criticità, come il forte impegno in termini di tempo, energia e di costi (Higgins et al. 2008; Lohr 2016).

Sono realtà che in diversi casi non hanno contatti coi GAS, ed altre che rilevano un incremento nel rapporto commerciale coi GAS.

Sono produttori che riconoscono fortemente sia le fatiche della filiera corta, ma anche il valore della collaborazione in questo tipo di circuiti.

Di seguito una tabella che schematizza le caratteristiche appena descritte.

INTERESSATI SPG	NON INTERESSATI SPG
In entrambi i casi viene riconosciuta l'importanza della fiducia e della conoscenza della modalità produttive	
Ritengono meno importante la certificazione biologica	Diversi di questi hanno già una certificazione biologica. Ritengono importante la certificazione biologica, ma riconoscono il forte impegno in termini di tempo, energia, e di costi
Pochi zootecnici	

Fatturato minore	Fatturato maggiore con superficie agricola simile (reddito familiare più alto)
Hanno una minor percentuale di reddito derivante dall'attività agricola, quindi il reddito complessivo è arricchito da altre attività lavorative da parte di altri componenti del nucleo familiare	Il reddito totale deriva per lo più dall'attività agricola.
Maggior contatto con i GAS (leggermente)	È in crescita il rapporto commerciale con i GAS
Aumenta la percentuale di vendita diretta in azienda	La vendita diretta in azienda è invariata
Ritengono utili i GAS per la promozione dei prodotti aziendali	Più realtà non interessate a SPG dichiarano di non avere alcun contatto con i GAS
Come valore aggiunto del SPG favorire lo scambio di conoscenze	
	Sono produttori che riconoscono fortemente sia le fatiche della filiera corta, ma anche il valore della collaborazione in questo tipo di circuiti.

Tabella 55 Tabella riassuntiva valori SPG

Diventa quindi importante ora focalizzare lo sguardo su quelle realtà delle AFNs che hanno scelto di partecipare al processo di implementazione del SPG lombardo, produttori e non. Di seguito il capitolo dedicato alla descrizione del processo studiato.

## 6.2 Il processo di implementazione del SPG lombardo

Il monitoraggio del processo da parte dei ricercatori è iniziato durante la progettazione del percorso (da maggio 2014) e la definizione dei ruoli e delle azioni, ed è proseguito poi con l'osservazione partecipante del processo in atto da gennaio 2015 a marzo 2016 in tutte le sue azioni (avvio, formazione, costituzione dei comitati locali, visite, conclusione – si veda [www.cecampo.org](http://www.cecampo.org)).

Le osservazioni di seguito descritte sono il risultato di quanto raccolto dai ricercatori durante diversi momenti nei territori di Bergamo e Como (riunioni dei comitati locali e delle visite) e nei momenti di formazione e di coordinamento, in questi ultimi è stato possibile trovare similitudini anche con gli altri territori inseriti nel progetto e aggiungere nuove considerazioni rendendo le riflessioni più ricche e complete. Dopo l'incontro del Coordinamento, in data 12 ottobre 2015, e delle riunioni del comitato locale di Bergamo (25 novembre 2015) e Como (21 gennaio 2016), è stato possibile includere non solo le osservazioni dei ricercatori ma anche quelle dei protagonisti del processo, attraverso delle interviste di gruppo.

Insieme ai partecipanti è stato scelto di anticipare il documento con le osservazioni all'interno dei vari comitati locali in quanto utile per costruire i diversi passi del percorso e per progettare il futuro.

Le osservazioni di seguito riportate sono state suddivise in base alle fasi del processo: descrizione degli attori coinvolti e dei loro ruoli, avvio del percorso, formazione dei comitati locali, costituzione dei comitati locali, visite e la fase conclusiva.

#### *6.2.1 Attori coinvolti*

Gli attori coinvolti nel progetto hanno esperienze diverse, alcuni erano già presenti nel progetto del Sistema Partecipativo di Garanzia lombardo finanziato da Fondazione Cariplo del 2012 (Como, Varese e Brianza), altri invece si sono sperimentati per la prima volta con SPG nel 2015 (Valtellina, Bergamo, Valcamonica, Milano Parco Sud).

Nella presentazione del progetto per il finanziamento da Fondazione Cariplo sono stati definiti i seguenti ruoli:

#### CAPOFILA

AIAB LOMBARDIA

#### PARTNER

- L'ISOLA CHE C'È - rete comasca di economia solidale (CO)
- MERCATO & CITTADINANZA (BG)
- UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO – Osservatorio CORES

#### ADERENTI

- DES BRIANZA - Comitato verso il Distretto di Economia Solidale della Brianza (MB)
- DESVA – Distretto di Economia Solidale di Varese (VA)
- DESR PASM – Distretto Rurale di Economia Solidale del Parco Agricolo Sud Milano (MI)
- C'È UNA VALLE (SO)
- VALCAMONICA BIO

La differenza che si è riscontrata nell'approccio al SPG è sostanziale per i territori già coinvolti nel 2012 e quelli che sono entrati a far parte del progetto nello scorso anno. Le conoscenze pregresse, la consapevolezza di ciò che sarebbe stato, e l'organizzazione interna pressoché definita già in partenza, hanno certamente facilitato il processo per i territori di Como e Monza-Brianza, non per Varese che per una serie di motivazioni che hanno coinvolto i referenti, non si è riusciti a superare la fase di costituzione ed assegnazione dei ruoli.

Per quanto riguarda i nuovi territori, alcuni di essi, ad esempio Bergamo, sono riusciti a superare l'impasse iniziale dopo il termine del periodo di formazione, altri, come Sondrio e il Parco agricolo Sud Milano, hanno scelto di partecipare in un'ottica di ascolto e formazione per il futuro, altri come la Valcamonica hanno rimandato la partecipazione ad un periodo più adeguato in base ad altri processi già in atto nel territorio, partecipando solo ad alcuni momenti di formazione.

L'organizzazione prevede dunque diversi ruoli, funzioni e livelli.

## COORDINAMENTO

Le riunioni del Coordinamento tenutesi presso la sede di AIAB Lombardia a Milano, sono state presiedute dal **coordinatore** Giacomo Giovanelli. Ha agevolato il flusso di informazioni e conoscenze e, forse anche per il fatto che nel 2012 era stato animatore locale nel territorio di Como, ha reso possibile che la comunicazione con gli animatori fosse agevole.

Le discussioni al centro delle riunioni sono state per lo più relative agli aggiornamenti tra comitati rispetto alle fasi del progetto, mentre le criticità dei territori sono state tendenzialmente discusse e approfondite caso per caso direttamente con Giacomo in altra sede.

Negli incontri della fase conclusiva si è discusso per lo più della sostenibilità del SPG per gli anni successivi, diffusione ed allargamento dello stesso e creazione del brand “C'è Campo” (fig. 23).

Questo tema ha diffuso dubbi, incertezze e timori rispetto al proseguire o meno del progetto, vista l'esperienza del progetto precedente che in poche situazioni ha visto un procedere senza fondi a disposizione. Si sono raccolte proposte dai vari comitati che sono state presentate all'assemblea conclusiva.

L'esperienza e i diversi ruoli ricoperti da “L'isola che c'è”, oltre al passaggio di ruolo di Giacomo (da animatore locale di Como nel precedente progetto a coordinatore generale dell'attuale progetto per conto di AIAB Lombardia), hanno creato di fatto alcune sovrapposizioni tra l'ente capofila del progetto e la rete comasca di economia solidale. Questa ambivalenza ha inoltre creato alcune problematiche rispetto alla definizione dei ruoli. Per quasi tutta la prima fase del processo (gennaio-giugno 2015), il riferimento per i territori locali è rimasto Giacomo. Soltanto poi, durante l'estate, e quindi in concomitanza con l'implementazione delle fasi più pratiche e operative, il ruolo animatore del comitato locale di Como per la seconda sperimentazione, ricoperto da Micol, è emerso in maniera più chiara ed evidente.



*Figura 23 Logo ufficiale SPG lombardo*

## SUPPORTO TECNICO

Giuseppe Vergani e Floriana Colombo hanno dato supporto in particolare a Giacomo, con un lavoro di back office, in base alle esigenze riscontrate nelle varie fasi del processo.

Giacomo: competente dei temi legati all'agricoltura.

Floriana: competente nel processo e metodologie

Giuseppe: visione di insieme e tecnico protocolli e materiale

Floriana dalla fase di costituzione dei comitati non ha più partecipato. Questa situazione è stata sottintesa data la sua assenza alle riunioni di coordinamento; non è stata sostituita con un'altra figura con le stesse competenze in ambito metodologico come supporto per gli animatori alla ricerca di tecnica, pratiche e consigli per coinvolgere le persone nei comitati e nel progetto e per riflettere sul processo e sul suo divenire.

## ANIMATORI

La cura dei processi partecipativi è significativa ed importante nei progetti di questo tipo, gli animatori hanno avuto tale compito. Le **persone selezionate** dai partner del progetto sono state scelte tendenzialmente all'interno del circuito cercando tra gli attivisti e i collaboratori già presenti nelle reti. In tal senso sono stati privilegiati gli aspetti derivanti e collegati all'esperienza all'interno della rete, tra cui la conoscenza diretta del tema, l'interesse e la motivazione, rispetto alle competenze derivanti da un percorso professionale.

Per la fase più operativa e tecnica gli animatori locali di ciascun territorio hanno fatto **affidamento a Giacomo** per le questioni legate all'esperienza pregressa del progetto del 2012 e per quanto riguarda le sue competenze tecniche, essendo agronomo. In particolare gli animatori locali si sono riferiti a lui per chiarimenti e delucidazioni relative alla prassi definita nel progetto presentato a Fondazione Cariplo.

Più strettamente collegata alla loro figura e al ruolo è stata la parte di coinvolgimento, partecipazione e coordinamento e organizzazione del processo.

Essendo spesso attivisti, la prima fase è stata un po' complessa per la definizione di un **nuovo ruolo**, tra l'altro retribuito, in un specifico contesto che è il progetto SPG, mantenendo invece lo stesso ruolo di attivista nelle altre attività dei gruppi territoriali.

## PARTECIPANTI AI COMITATI LOCALI

I comitati locali sono costituiti da: consumatori (gasisti) e attivisti, tecnici e produttori interessati al SPG. La mappatura si è realizzata attraverso il contatto dei soggetti del SPG di riferimento; ogni realtà che si è dichiarata parte del SPG è stata mappata come interna al sistema. Questa prima fase ha definito quali sono i gruppi coinvolti ed ha permesso di individuare i confini delle comunità protagoniste del progetto.

COMITATO	REALTÀ COINVOLTE	PARTECIPANTI AL COMITATO	INTERESSATI A SPG	
	BERGAMO	Acli terra	25 persone 11 produttori 12 consumatori 1 tecnico 1 animatrice	produttori
6 GAS				
M&C		consumatori		15
Slow Food				
Briologico				
Sole e la terra		tecnici		1
CFL				
COMITATO COMO	REALTÀ COINVOLTE	PARTECIPANTI AL COMITATO	INTERESSATI A SPG	
		10 persone	produttori	7
	L'isola che c'è	4 produttori		
	4 consumatori	consumatori	5	

	5 GAS	1 tecnico		
		1 animatrice	tecnici	3

Tabella 56 Tabella riassuntiva composizione comitati locali

Analizzando in maniera distinta i due territori presi in esame, è possibile affermare che per quanto riguarda il territorio bergamasco, nel comitato locale sono stati per lo più gasisti ed attivisti a trainare il processo di costituzione del comitato e della mappatura dei produttori.

La poca partecipazione da parte degli altri soggetti, oltre alle perplessità illustrate più avanti, ha avuto ripercussioni sul piano motivazionale. Sono state pertanto organizzate specifiche riunioni volte ad allargare il numero esiguo di produttori aderenti all'iniziativa. Nonostante ciò, gli attivisti si sono comunque trovati di fronte ad una mancanza di disponibilità in termini di tempo. Tutti elementi, che come detto poc'anzi, hanno reso più difficile l'evolversi del processo.

Caso diverso invece è stato quello di Como. La composizione del comitato è molto variegata, complice il precedente progetto che certamente ha favorito il reinserimento di produttori già precedentemente coinvolti. Questo ha agevolato la costruzione iniziale del gruppo, ma è rimasta la difficoltà nel reperire **nuovi partecipanti**.

#### ENTI DEI TERRITORI

Sul territorio comasco è da sottolineare la stretta collaborazione fra “L'isola che c'è” e “Corto Circuito”. Molte persone fanno parte di entrambe le realtà, questa sovrapposizione di ruoli, ha certamente favorito la collaborazione fra i due attori e l'interazione degli animatori con i produttori della rete di filiera corta.

Risultano **assenti alcuni enti**, ad esempio le associazioni di categoria o i settori specifici degli enti locali, ma non solo, che stanno promuovendo i circuiti di filiera corta e il biologico, attraverso la promozione dei propri mercati ed iniziative specifiche. Questo tema non è stato affrontato.

#### RICERCATORI OSSERVATORIO CORES, UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO

La **presenza** dei ricercatori non sembra essere stata vissuta come inappropriata o invadente, è stata sempre permessa la registrazione audio, anche di fatto si poi preferito utilizzare questo strumento soltanto in alcune occasioni.

I ricercatori nella prima parte del progetto non sono mai intervenuti in maniera sostanziale, e si sono limitati ad osservare, in base al disegno della ricerca prestabilito. Successivamente, anche su richiesta del coordinamento, i ricercatori sono stati più partecipi alle riflessioni, per lo più chiedendo chiarimenti che a volte hanno innescato nuove riflessioni all'interno del gruppo di coordinamento o dei comitati locali seguiti direttamente, sono stati inoltre riportati, prima della conclusione del progetto, i feedback raccolti attraverso l'osservazione e le interviste collettive, perché ritenuti utili in previsione della progettazione verso il futuro.

#### FONDAZIONE CARIPLO (Ente finanziatore esterno)



### *6.2.2 La fase di avvio*

Come detto, il processo studiato è stato la continuazione di un percorso iniziato nel 2012, che ha visto l'aggiungersi di nuove realtà. Essendo un continuum di un progetto già sperimentato in passato, il know-how di conoscenze, competenze ed esperienze acquisito durante il primo trial è stato in seguito trasmesso ai nuovi soggetti coinvolti attraverso diverse modalità: in primo luogo attraverso le due giornate di formazione organizzate durante il mese di marzo 2015; in secondo luogo tramite il supporto del coordinatore nella fase di creazione dei comitati locali in ciascun territorio.

L'allargamento del progetto ad altri territori lombardi ha favorito l'interazione e l'arricchimento di ciascuno dei soggetti coinvolti. Tuttavia, il moltiplicarsi dei territori ha reso più complesso il tutto, creando inizialmente un certo livello di incertezza e di smarrimento, emerso in particolar modo nelle riunioni dei singoli comitati locali.

Anche a livello di comunicazione la difficoltà di mettere in rete e coordinare i vari pezzi del progetto ha reso difficoltoso il procedere fluido e nei tempi definiti delle azioni.

È emerso inoltre che per qualcuno *“i tempi per decidere se partecipare o meno al progetto sono stati stretti e per questo si è accettato di farne parte senza avere ancora ben chiaro il processo”* [Consum. 4 BG]. Per alcuni (produttori e gasisti) la fase iniziale è stata percepita come *“calata dall'alto”* anziché condivisa e frutto di una richiesta esplicita da parte di consumatori e/o produttori. Questa percezione si è ritrovata anche nelle fasi successive ed è una caratteristica che potrebbe essere contraddittoria rispetto al principio di base della certificazione di parte seconda anche detta partecipativa.

Un altro dubbio sollevato riguardava come fare interagire il SPG lombardo con i progetti già attivi nei territori che richiamavano simili obiettivi, come ad esempio il comitato di garanzia di Corto Circuito, il quale si occupa della gestione e della supervisione dei disciplinari dei mercati.

Per distinguersi o essere complementari a queste pratiche già attive nei territori una proposta dei partecipanti è stata quella di trovare un modo per formalizzare il percorso e renderlo riconoscibile al pubblico esterno alle reti, grazie ad esempio al logo e al sito.

Lo studio della comunicazione al di fuori del percorso è stato infine ritenuto importante anche per mettere in luce ciò che è stato fatto, le potenzialità e per proseguire nel futuro.

### *6.2.3 La formazione*

Nelle giornate dell'1 e del 22 marzo 2015, a Zanica (BG), sono state organizzate due momenti di **formazione** per gli animatori locali e i volontari di ciascun territorio lombardo coinvolto nel progetto. Il percorso formativo è stato progettato dal coordinatore Giacomo, con il supporto tecnico di Floriana e Giuseppe. Il primo incontro ha avuto soprattutto lo scopo di far conoscere i vari progetti di SPG e stimolare gli attori presenti a continuare ed eventualmente coinvolgere ulteriori soggetti. Il secondo incontro è stato organizzato per conoscere i protocolli di visita già costruiti nel primo progetto e definire quali e come procedere per la redazione dei nuovi.

Chi ha strutturato la formazione ha sottolineato la difficoltà a fare passare l'importanza e il concetto, specie con i produttori presenti, di una garanzia di parte seconda, essendo essi invece

abituati ad essere certificati da “terzi”. Inizialmente ci sono stati dei forti dubbi rispetto ai **destinatari** di questi incontri di formazione. Non è stato chiaro fin da subito a chi fossero rivolte le giornate di formazione e chi vi dovesse partecipare (solo gli animatori, solo i partecipanti ai comitati locali o tutti gli interessati?). Tuttavia è stato chiarito che i primi incontri erano indirizzati a chi fosse interessato al progetto anche in vista della possibile partecipazione ai comitati locali.

I partecipanti agli incontri sono stati soltanto i rappresentanti dei “**nuovi**” territori aderenti al progetto SPG, in quanto i territori “pionieri” possedevano già conoscenze e competenze sufficienti per dare il via al processo vero e proprio di costituzione del Sistema Partecipativo di Garanzia. È stata segnalata poi da parte di alcuni una scelta non idonea della location all’interno della quale è stata implementata la formazione (Circolo dei Lavoratori - Zanica, BG).

Sono state sollevate alcune osservazioni in merito soprattutto all'**approccio formativo** utilizzato. Nello specifico, se avesse voluto essere una formazione prettamente tecnica, la percezione dei partecipanti è stata quella di non sentirsi sufficientemente competenti in così poco tempo. È stata vissuta come troppo generica e poco pratica, senza dare giusta attenzione ad alcune fasi cruciali del processo, ad esempio le visite. Inoltre è stato riportato, specie dai consumatori, il mancato approfondimento rispetto alla correlazione tra SPG e biologico, il vissuto dei partecipanti è stato quello di un “*copia e incolla*” del protocollo biologico dell’Unione Europea.

Mentre per quanto riguarda l’aspetto motivazionale e di processo - sostegno per la costituzione dei comitati locali - il timore dei partecipanti è stato quello di non riuscire a stare nei tempi definiti. In questa fase, infatti, emersero le prime perplessità sulle **tempistiche**, considerate piuttosto stringenti e sulle questioni economiche, in particolare riguardo i tecnici da coinvolgere durante le visite (a cui non era prevista una retribuzione).

Gli animatori hanno sollevato il bisogno di avere un approfondimento specifico per loro, in termini di metodologia. Inoltre il **metodo formativo**, poco dialogico (in particolare nel primo incontro), ha trasmesso non poche perplessità ai partecipanti, soprattutto per coloro che appartenevano a Gruppi di Acquisto Solidale, abituati a discutere e concertare le decisioni.

Ulteriori perplessità hanno riguardato la percezione di un'eccessiva **rigidità** del processo e di una scarsa possibilità di modificare gli strumenti e le fasi stesse del processo. Trattandosi di un processo partecipativo questo ha contribuito a diffondere all'interno del comitato locale un certo scetticismo.

Non sono stati inoltre definiti momenti per poter ridiscutere o modificare alcuni aspetti/strumenti/fasi non molto chiari. È importante sottolineare quanto Giacomo (AIAB Lombardia) sia stato disponibile per ogni dubbio e/o incertezza riscontrati dai singoli territori. Il suo ruolo in questa fase è risultato cruciale per i protagonisti in quanto è riuscito a trasmettere fiducia, risorse e conoscenze necessarie per fare in modo che consumatori e produttori risolvessero molti dubbi o perplessità presentati.

Come è emerso successivamente l’azione dell’intero processo più piacevole ed illuminante è stata il momento della pratica delle visite, quindi sia il coordinamento che i comitati hanno visto come un’opportunità prevedere durante una possibile formazione futura anche una visita.

#### *6.2.4 La costituzione dei comitati locali*

La fase di costituzione dei comitati locali nella percezione degli animatori e dei membri dei comitati è stata piuttosto faticosa. Lo è stato pure per chi ha tirato le redini del progetto, che ha sottolineato quanto sia stato da un lato difficile coinvolgere persone disponibili a seguire con continuità la costituzione del comitato locale del territorio di riferimento (ad esempio a Varese), dall'altro lato riuscire a rispondere in modo esauriente ai dubbi, domande e necessità portate dalle varie realtà (cfr. Bergamo).

Diverse sono state le problematiche affrontate dai vari territori.

Innanzitutto la **tempistica** è stata vista come eccessivamente stringente: il progetto aveva scadenza a dicembre 2015 (poi prorogato fino a marzo 2016). La limitatezza data dal cronoprogramma imponeva una tabella di marcia piuttosto rigida e creava non poche difficoltà, soprattutto ai territori coinvolti per la prima volta in processi di garanzia partecipativa.

La fase iniziale è stata inoltre percepita come vaga e poco chiara; si riporta in alcuni casi la necessità di una maggior organizzazione del lavoro e dei ruoli, una messa a punto degli obiettivi, dando uno sguardo più concreto al futuro.

È stato difficile per i comitati stabilire un programma costante e frequente di riunioni. Gasisti e produttori sono già coinvolti in altre realtà associative e per di più si è arrivati a questa fase nel momento in cui la maggior parte dei produttori era impegnato nella stagione produttiva più impegnativa.

Il fatto che nei vari territori esistessero già gruppi di lavoro, associazioni e realtà che stessero lavorando su questi temi, in cui partecipavano molte persone che sono poi diventate partecipanti del comitato locale SPG, in qualche modo ha diminuito la fluidità con la quale ci si aspettava di poter operare. Cercare di non creare doppioni, rendere efficaci le varie riunioni e chiarire lo specifico di questo **nuovo gruppo** è stato pertanto complesso (a Bergamo per esempio esisteva un "gruppo mappa" che ha dovuto capire in che modo relazionarsi con il comitato locale, a Como esistono gruppi di lavoro per il mercato di Corto circuito e per la cooperativa in generale, a Varese esiste il "comitato per la patata etica").

Ciascun territorio ha avuto la possibilità, sempre all'interno di un range indicato dal coordinamento, di organizzare il lavoro a proprio piacimento. A Bergamo si è deciso di impostare riunioni frequenti per comprendere al meglio cosa fosse SPG e come procedere, ciò ha però determinato la discontinuità nella presenza di alcuni membri. A Como invece le riunioni sono state rare, ciò ha consentito di non sovraccaricare il comitato, ma al tempo stesso si sono perse delle informazioni, e l'interesse è calato perché il progetto è stato vissuto come lento.

*"3 anni per l'approvazione di un logo è un po' troppo, se non vedi dei risultati è più facile perdere l'entusiasmo"*  
[Prod 1 Co].

Resta da evidenziare l'avanzamento di alcune proposte emerse per ridurre la lunghezza delle tempistiche: anziché proporre documenti scritti, che richiedessero tempo per la comprensione, l'analisi e la discussione, alcuni partecipanti hanno suggerito l'utilizzo di strumenti più immediati, come video informativi, sito web, o anche la testimonianza diretta di altre esperienze.

È stato faticoso sia per i nuovi (Bergamo) che per i “veterani” (Como) coinvolgere **nuovi produttori**, molto impegnati nella loro attività, ed in particolare quelli già possessori della certificazione biologica. Sono state utilizzate diverse modalità di coinvolgimento: il contatto diretto tra produttori, piuttosto che incontri ad hoc per i produttori che faticano a partecipare alle riunioni dei comitati locali.

A Bergamo in particolare è stato complesso anche organizzare e chiarire il ruolo dei diversi enti coinvolti, M&C e i co-finanziatori, e qualcuno ha lamentato la mancanza di produttori con maggior “peso”, in termini di dimensioni e incidenza sul mercato. Sono stati coinvolti per lo più piccoli produttori, già strettamente legati ai mercati agricoli ed alla rete dei GAS.

Per quanto riguarda Como è stato complesso recuperare l'intero organico costituente il comitato locale nel 2012 e ridare ad alcuni “storici” partecipanti nuove motivazioni e stimoli per aderire anche questa seconda volta al progetto.

La percezione comunque è stata che nuovi membri, che fossero essi produttori o gasisti, abbiano portato nuova linfa al comitato locale.

Rispetto a ciò fu condivisa l'idea che un organico più numeroso e maggiormente strutturato avrebbe agevolato l'evolversi dei lavori di costituzione e gestione delle attività all'interno del comitato. È risultato necessario definire il ruolo di ciascuno, “chi fa cosa”, assegnare ad ognuno dei membri un ruolo chiaro, definito e che sia riconosciuto da tutti. L'interazione con il gruppo “senior” di Como è stata inoltre vista dal comitato di Bergamo come strategica e cruciale per l'inizio e per la definizione del processo stesso.

Il ruolo dell'**animatore locale** retribuito è stato ritenuto fondamentale per avere la certezza che qualcuno dedichi del tempo al coinvolgimento, al coordinamento e allo svolgimento delle azioni previste. Il SPG è un sistema di scambio di relazioni quindi risulta fondamentale la costruzione di una rete organizzativa, logistica ma anche metodologica.

Un altro aspetto ritenuto importante è stato il **confronto**: fra produttori, gasisti, capofila del progetto e tecnici. In particolare sulla stesura dei protocolli vi è stata molta collaborazione. Lavorare in sinergia per la realizzazione di protocolli, è stata un'esperienza positiva, anche se il lavoro di gruppi distribuiti nei vari territori ha determinato un ritardo consistente che ha fatto posticipare di qualche settimana l'inizio effettivo delle visite.

#### *6.2.5 Le visite*

Le visite ai produttori sono iniziate più **tardi** del previsto a causa della **difficoltà organizzativa**, è stato infatti deciso di cambiare l'organizzazione inizialmente prevista: anziché implementare una collaborazione a coppie di province, è stata scelta la creazione di comitati di visita misti (produttore, consumatore e tecnico), ovvero composti da persone provenienti da territori differenti.

La difficoltà di reperire un numero adeguato di attori (produttori, gasisti e tecnici) disposti a collaborare e partecipare alla fase di visite è da collegarsi ad alcuni fattori, tra questi: la gratuità, la distanza geografica e la disponibilità in termini di tempo (le visite si sono svolte per lo più durante i week end).

Questa decisione ha richiesto un grande lavoro non solo da parte di Giacomo ma anche di Micol (animatrice di Como), resasi disponibile a supportarlo. È stato complesso coordinare le esigenze di produttori e consumatori, anche perché come accennato le visite sono state svolte durante i mesi di raccolta (estate 2015).

Inoltre, essendo esiguo il numero degli aderenti ai **gruppi-visita**, a volte alcune persone hanno ricoperto ruoli diversi a seconda di come fosse o meno composto il gruppo.

Le visite sono state ritenute dai partecipanti **funzionali** rispetto obiettivo di realizzare un progetto in termini di processo e percorso verso un cambiamento, infatti l'osservazione più evidente da sottolineare è che nella fase di formazione è sembrato tutto molto più rigido, schematico e protocollare, mentre durante la visita l'impressione è stata che tutto si fosse svolto in maniera più flessibile, elastica ed accogliente. Un'animatrice ha sostenuto infatti che: *“Le visite sono molto positive poiché si crea la relazione, dal vivo hai la sensazione che stia succedendo qualcosa”* [Animat. BG].

Di contro, la visita è stata vissuta come poca rigorosa, positiva per lo **scambio relazionale** fra i produttori, ma troppo libera all'interpretazione.

Fra alcuni produttori, proprio grazie alla visita, è nata una vera e propria collaborazione commerciale, oltre che condivisione di conoscenze e saperi del mestiere. Se dal lato dei consumatori la visita è stata un modo per avvicinarsi, alcuni produttori hanno comunque lamentato un certo “distacco” in termini di linguaggio e conoscenze tecniche tra produttori e consumatori.

“Ho partecipato poco, però mi interessava anche se ero già bio certificato, ma avevo un po' il pensiero di uscire dalla certificazione bio e fare qualcosa per il territorio. Lo sbocco (bacino di utenza) forse è diverso dal comitato di garanzia del Corto Circuito. Per il produttore la visita è interessante per lo scambio di idee, ma anche per i gasisti per rendersi conto di come si produce, dove si produce e motivare la costruzione del prezzo” [Prod 1 Co].

In poche frasi un produttore comasco, già certificato biologico riassume il senso della visita.

Da notare inoltre come un tecnico del comitato di Bergamo abbia sottolineato la scarsa schematizzazione del protocollo di visita, troppo libero ed interpretabile. Uno strumento più schematico e comprendente di maggiori check-list sintetiche e precise, potrebbe, a suo parere, essere molto più di aiuto e meno liberamente interpretabile, quindi utilizzabile e comprensibile, non soltanto per tecnici ed addetti ai lavori, ma soprattutto adatto anche ai consumatori meno consapevoli di tutti i tecnicismi che stanno dietro alla produzione. Un protocollo di visita più *user-friendly*, sarebbe di estrema utilità inoltre per avere dati precisi evitando la sola fiducia come strumento di conoscenza: fornirebbe, in sintesi, una maggior attenzione ed efficienza da parte dei produttori nel fornire le informazioni e i documenti relativi all'azienda, proprio in quanto la componente umana è molto forte e significativa. Questa annotazione non è stata affrontata dal coordinamento e non ha pertanto prodotto modifiche al manuale.

Qualcuno ha altrimenti proposto di trovare delle modalità per dedicare meno tempo alla visita in sé ed alla compilazione dei documenti preliminari riportanti i dati aziendali. Dalle interviste è emerso infatti la necessità di avere i materiali di visita prima della stessa, già compilati, in modo tale da rendere il momento condiviso più come un aggiornamento ed una verifica, piuttosto che “un'ispezione”. Il caso limite è stato infatti la visita di Cibo-Lab (BG) durata un'intera giornata, in

quanto si tratta di un'azienda multi-funzionale, pertanto è stato necessario applicare diversi protocolli. Si è rilevata quindi una necessità di sfozzire e velocizzare, o per lo meno riassumere i diversi protocolli di visita, soprattutto per le "seconde" visite. Per il comitato di Bergamo si è sperimentato dunque un incontro con il produttore pre-visita per compilare insieme alcuni documenti e soprattutto per fare in modo che fossero completi al momento della visita.

È stata inoltre avanzata una proposta di assegnazione "per gradi" della certificazione, per incentivare i produttori a migliorarsi e per distinguere chi già fa biologico da chi si sta avvicinando a quella pratica, ma considerata in sede di assemblea troppo complessa per questa fase del processo del SPG lombardo.

Tra i suggerimenti che sono emersi nelle interviste, degno di nota è stata la proposta di ripensare la strutturazione del gruppo di visita. Nel progetto era prevista la partecipazione di un produttore, un consumatore e un tecnico di un altro territorio, giustificato dal fatto di preservare una maggior oggettività, ma è stato proposto di coinvolgere nelle visite consumatori e tecnici dello stesso territorio dei produttori visitati. Essendo in effetti un'esigenza degli stessi gasisti, conoscere e visitare il produttore, questa modalità avvicinerrebbe ulteriormente consumatori e agricoltori, mentre nel caso dei tecnici data la loro professionalità i partecipanti dell'assemblea li considerano *super partes* e quindi oggettivi nel visitare un produttore dello stesso territorio di appartenenza. Questa visione fa emergere come sebbene si presenta il SPG lombardo come un processo di scambio di conoscenze, fiducia per fare nascere nuove relazioni propositive e di resilienza, l'ottica del controllo è presente e sembrerebbe poco esplicitata.

È stato infine proposto di dedicare alle visite il periodo della stagione invernale, certamente più libera e meno limitante per produttori e non solo, ma non permetterebbe in alcuni casi di vedere l'attività in moto.

Nel complesso è stata da tutti, o quasi, riconosciuta la portata "rivoluzionaria" del processo. In totale, su tutti i territori coinvolti, sono state effettuate 16 visite, di cui 2 di mantenimento per produttori già coinvolti nel progetto a partire dal 2012. Per quanto riguarda i territori osservati nello specifico, dal comitato di Bergamo sono state effettuate 5 visite più una "sperimentale" per formare il gruppo visita sulla pratica. Per quanto riguarda il comitato di Como, le visite totali sono state 6, di cui 2 di mantenimento. Complessivamente le aziende del comitato bergamasco che hanno ottenuto la certificazione sono state 5, in sostanza tutte coloro che sono state visitate. Per quanto riguarda invece il comitato comasco, 6 aziende hanno ricevuto la certificazione, su un totale di 8 visitate. Nel complesso, all'interno del SPG lombardo, sono state certificate 20 aziende del territorio (si intende anche le aziende degli altri comitati locali).

#### *6.2.6 Fase conclusiva*

L'assemblea annuale, che è stata organizzata il 13 marzo 2016 a conclusione del percorso finanziato dalla Fondazione Cariplo, ha visto la partecipazione dei membri del coordinamento con l'aggiunta del presidente d AIAB Lombardia. Le aspettative erano quelle di coinvolgere più membri dei comitati locali territoriali, ma l'aggancio è stato difficile e non ha portato nuove presenze. Le certificazioni sono state consegnate quindi ai produttori in occasione di iniziative locali in ciascun territorio coinvolto.

In questa sede sono stati condivisi alcuni dati della ricerca sopra riportati: in particolare i punti di vista dei produttori intervistati rispetto alle certificazioni, da cui è poi scaturita una discussione rispetto alle possibili migliorie e criticità, elementi che ricalcano quanto riportato nel presente working paper.

Dai diversi referenti dei comitati sono emerse alcune proposte sui possibili sviluppi futuri del progetto, fra questi per esempio la possibilità di formalizzare il SPG attraverso la registrazione del processo presso IFOAM, con l'aiuto di AIAB, e del marchio, probabilmente attraverso la nascente associazione Rete di Economia (RES) lombarda. Questo aspetto potrebbe favorire il dialogo con le istituzioni e gli enti interessati, fino ad oggi non contattate, in modo da portare anche la riflessione che un contesto legislativo diverso potrebbe facilitare la diffusione e la sostenibilità di questo tipo di certificazione, come nel caso brasiliano, dal quale esplicitamente il comitato lombardo ha preso ispirazione e che è stato approfondito grazie ad un workshop organizzato dall'Osservatorio CORES con la presenza del prof José Oscar Rover (Universidade Federal de Santa Catarina).

Durante l'assemblea sono state avanzate alcune proposte strategiche per la sostenibilità economica, come ad esempio: la compartecipazione dei produttori e dei consumatori, la raccolta fondi delle associazioni di riferimento, ipotizzando la necessità di pagare un contributo per gli animatori di territorio e per i tecnici che partecipano alle visite, oltre che per l'attività di segreteria. Per quanto riguarda la registrazione del marchio e la segreteria si propone di verificare se la neonata RES lombarda potrebbe esserne la titolare. Le proposte sono presentate come idee, dunque non pronte per essere realizzate a breve.

Un altro strumento di cui si è discusso, in quanto utile per la diffusione del progetto è stato il sito web ([www.cecampo.org](http://www.cecampo.org)). Il sito, richiesto anche dai produttori, è stato pubblicato in questa ultima fase del processo, ma solo una parte delle funzioni richieste hanno visto la luce. Si tratta per lo più di una vetrina che spiega le fasi del processo, ma senza diffondere i nomi dei produttori che hanno ottenuto la garanzia SPG e senza la possibilità di facilitare la compilazione delle schede visite, obiettivi inizialmente definiti.

Rispetto alla relazione con altre realtà e alla pubblicizzazione del progetto si ricorda la partecipazione a fiere e iniziative comuni (Festival NOW, Fa la cosa giusta ...).

## **7. Considerazioni conclusive**

*di Silvia Salvi e Francesco Vittori*

La ricerca condotta ha rilevato come gli attori delle AFNs coinvolti siano guidati da motivazioni valoriali e dal desiderio di confronto e relazione, tra questi anche i produttori che scelgono di fare parte dei circuiti a filiera corta esplicitano questo tipo di stimolo. La visione del futuro è infatti positiva poiché influenzata, non tanto dall'idea di una massimizzazione del profitto quanto da fattori come la cura di territorio e il radicamento sociale (Migliore et al 2014).

Il cambiamento principale che riportano i produttori facendo parte di questi circuiti è simile a quello individuato dai gasisti lombardi, aumenta infatti l'ascolto e la cooperazione con le altre persone, produttori e consumatori.

La relazione viene dunque identificata come la caratteristica principale sperimentata sia nella sua ricchezza che nella complessità.

In questi termini il SPG richiama il tema del confronto e dello scambio, ed è per questo che dagli stessi produttori interessati gli viene riconosciuto un valore aggiunto rispetto alla certificazione di parte terza.

Nella sperimentazione lombarda si evidenziano però alcune criticità, tra queste proprio la fatica di coinvolgere alcuni soggetti in modo propositivo, i produttori e i GAS, nel facilitare il loro protagonismo nel processo proposto. In questo senso non si è creato un circuito virtuoso che ha permesso di attivare nuove risorse che possano rendere sostenibile economicamente il progetto.

Alcune proposte sono rimaste sospese, ad esempio: modificare il manuale di visita, attribuire dei gradi di aderenza alla certificazione e trovare modalità per coinvolgere i produttori.

Alcuni aspetti invece sono emersi poco, ad esempio l'ottica del controllo per cui non si è permesso l'incontro nei gruppi di visita di produttori dello stesso territorio, ma anche il coinvolgimento di alcuni attori che non sono stati nominati e contattati (come ad esempio le istituzioni).

Il confronto tra produttori del territorio potrebbe anzi essere uno degli strumenti da valutare per sviluppare la nascita di gruppi di agricoltori che potrebbero attivare un percorso di protagonismo e attivismo nel sistema locale.

Far parte di un circuito "chiuso" in un certo senso permette a ciascuno di identificarsi in un determinato sistema valoriale condiviso, ma non isolato dal resto (Pratt e Luetchford 2014). Non si tratta di una qualche forma di autarchia, ma di autorganizzazione e autoregolamentazione, che però necessita di un tessuto sociale e normativo in grado di sostenerla e regolamentarla.

Alcune idee potrebbero emergere dal confronto con il caso brasiliano di ECOVIDA da cui il SPG lombardo ha preso spunto, sebbene i contesti differenti. Come descritto in precedenza nel capitolo 4, le certificazioni partecipative in Brasile vengono riconosciute a tutti gli effetti come certificazioni ufficiali dell'agricoltura biologica. Le normative federali per il sostegno dell'agricoltura familiare, l'inserimento dei prodotti provenienti da questo tipo di agricoltura nella ristorazione pubblica, hanno dato un sostegno concreto ai piccoli produttori; questo delinea l'importanza del coinvolgimento di enti ed istituzioni pubbliche.



L'esperienza brasiliana dimostra inoltre come le relazioni sociali non siano strettamente subordinate all'economia di mercato, ma che anzi attraverso il concetto di "alimentare" il territorio, stimolano i produttori ad unirsi in cooperative di produzione ed essere protagonisti nella tutela del territorio, spingendo quindi verso la sovranità alimentare. L'azione di ECOVIDA dimostra dunque come la costruzione delle stesse relazioni sociali all'interno dei mercati, non soltanto siano possibili, ma necessarie. Questo elemento della socialità e di una responsabilità condivisa tra consumatori, produttori e cittadini è emersa anche nel caso lombardo (Signori e Vittori 2017).

La circolarità delle azioni tra i diversi protagonisti della filiera che contraddistingue questi sistemi di certificazione, permette a ciascuno *stakeholder* coinvolto di accrescere il proprio know-how e il proprio livello di consapevolezza di far parte di un progetto comune e condiviso e non in competizione, a differenza del mercato convenzionale.

La comparazione del caso brasiliano e quello lombardo saranno oggetto di ricerca di uno studioso dell'Osservatorio CORES che sta approfondendo le reti alternative di filiera corta, economia solidale e agroecologiche. Studiare in profondità queste tematiche attraverso la lente di ingrandimento dei *social movement structure* (Snow et al. 1986; Benford e Snow 2000) permetterà ai ricercatori di delineare ulteriori ipotesi di ricerca e fornire utili considerazioni per le realtà locali, sempre più coinvolte nei processi di *urban food strategy* (Forno e Maurano 2016).

## **Riferimenti bibliografici**

- Bauman, Z. (2012). *Modernità liquida*. Roma: Laterza e Figli Spa.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. Londra: Sage Publications Ltd.
- Benford, R.D. e Snow, D.A. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, pp. 611–639.
- Benson, D. e Hughes, J.A. (1983). *The perspective of ethnomethodology*. Harlow: Longman Publishing Group.
- Bravo, C.P., Spiller, A. e Villalobos, P. (2012). Are organic growers satisfied with the certification system? A causal analysis of farmers' perceptions in Chile. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15(4), pp. 115–136.
- Burawoy, M. (2005). For Public Sociology 2004 Presidential Address. *American Sociological Review*, 70(febbraio), pp. 4–28.
- Burawoy, M. (2007). Per la sociologia pubblica. *Sociologica. Italian Journal of Sociology Online*, (1), pp. 1–45.
- Campbell, H. (2005). The Rise and Rise of Eurep-GAP: European (Re)Invention of Colonial Food Relations? *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 13(2), pp. 1–19.
- Cassells, S., Lewis, K. e Findlater, A. (2011). SMEs and ISO 14001 adoption: A New Zealand perspective. *Small Enterprise Research*, 18(1), pp. 19–32.
- Castells, M. e Cardoso, G. (2012). The Cultures of the Economic Crisis: An Introduction. In: Castells, M., Caraça, J. e Cardoso, G., a cura di, *Aftermath: The cultures of the economic crisis*. Oxford: Oxford University Press.
- CEE (1991). Regolamento (CEE) n. 2092/91 del Consiglio, del 24 giugno 1991, relativo al metodo di produzione biologico di prodotti agricoli e alla indicazione di tale metodo sui prodotti agricoli e sulle derrate alimentari. *Gazzetta Ufficiale*, L 198, pp. 0001–0015.
- Delind, L.B. et al. (2011). Alternative Food Networks. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 20(3), pp. 383–389.
- Dubost, J. e Lévy, A. (2005). Ricerca-azione e intervento. *J. Barus-Michel, E. Enriquez, e A. Lévy (a cura di), Dizionario di psicosociologia*, pp. 377–401.
- Fonseca, M.F. (2004). Alternative Certification and A Network Conformity Assessment Approach. *IFOAM*, pp. 1–6.
- Forno, F. (2015). Bringing together scattered and localized actors: Political consumerism as a tool for self-organizing anti-mafia communities. *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), pp. 535–543.
- Forno, F. e Salvi, S. (2013). *I Gas nella provincia di Bergamo: indagine osservatorio CORES in collaborazione con il Tavolo Nazionale RES*, CORES Working Paper 1:2013. Disponibile al sito: <http://hdl.handle.net/10446/28934>, ultimo accesso 13/06/2017.
- Forno, F., Grasseni, C. e Signori, S. (2013a). “Dentro il capitale delle relazioni”. La ricerca “nazionale” sui Gas in Lombardia. In: Tavolo per la Rete italiana di Economia Solidale, a cura di, *Un'economia nuova, dai Gas alla zeta*. Milano: Altraeconomia, pp. 13–47.
- Forno, F., Grasseni, C. e Signori, S. (2013b). Oltre la spesa. I Gruppi di Acquisto Solidale e palestre di democrazia. *Sociologia del lavoro*, 132, pp. 127–142.
- Forno, F. e Maurano, S. (2016). Cibo, sostenibilità e territorio. dai sistemi di approvvigionamento alternativi ai Food Policy Councils. *Rivista Geografica Italiana*, 123(1), pp. 1–20.
- Francisco, G. e Radomsky, W. (2009). Práticas de certificação participativa na agricultura eco- lógica: rede, selos e processos de inovação. *Revista IDeAS*, 3(1), pp.133–164. Disponibile al sito: [http://r1.ufrj.br/cpda/ideas/revistas/v03/n01/IDeAS-v03\\_n01-artigo\\_GUILHERME\\_RADOMSKY.pdf](http://r1.ufrj.br/cpda/ideas/revistas/v03/n01/IDeAS-v03_n01-artigo_GUILHERME_RADOMSKY.pdf), ultimo accesso 14/06/2017.
- Fricke, W., Thiollent, M. e Brinkmann, U. (2011). Action Research and Participatory. *International Journal of Action Research*, 7(2), pp. 160–174.
- Giddens, A. (1998). Risk society: the context of British politics. *The politics of risk society*, pp. 23–34.

- Giddens, A. (2012). Europe's Existential Crisis. *New Perspectives Quarterly*, 29(2), pp. 24-26.
- Goodman, D. (2004). Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis*, 44(1).
- Higgins, V., Dibden, J. e Cocklin, C. (2008). Building alternative agri-food networks: Certification, embeddedness and agri-environmental governance. *Journal of Rural Studies*, 24, pp. 15–27.
- Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24, pp. 231–244.
- Junker, B.H. e Hughes, E.C. (1960). *Field work: An introduction to the social sciences*. Chicago: University of Chicago Press.
- Källander, I. (2008). Participatory Guarantee Systems-SPG, *Swedish Society for Nature Conservation*, p. 25. Disponibile al sito: [http://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/pgsstudybyssnc\\_2008.pdf](http://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/pgsstudybyssnc_2008.pdf), ultimo accesso 13/06/2017.
- Kiessel, A. (2014). Good for the Planet, Good for the Country, Good for You: Sri Lanka's Good Market SPG. *IFOAM - The Global SPG Newsletter*, 4(5), pp. 1–7.
- Kneafsey, M. et al. (2013). Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. *JRC Scientific and Policy Reports*, p.123. Disponibile al sito: [http://agrilife.jrc.ec.europa.eu/documents/SFSCChainFinaleditedreport\\_001.pdf](http://agrilife.jrc.ec.europa.eu/documents/SFSCChainFinaleditedreport_001.pdf), ultimo accesso 14/06/2017.
- Lamine, C. (2011). Transitions vers l'agriculture biologique à l'échelle des systèmes agri-alimentaires territoriaux. *Pour*, 212(5), pp.129–136. Disponibile al sito: <http://www.cairn.info/revue-pour-2011-5-page-129.htm>, ultimo accesso 14/06/2017.
- Lamine, C., Darolt, M. e Brandenburg, A. (2012). The Civic and Social Dimensions of Food Production and Distribution in Alternative Food Networks in France and Southern Brazil. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 19(3), pp. 383–401.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of social issues*, 2(4), pp.34–46.
- Lohr, L. (2016). Implications of Organic Certification for Market Structure and Trade. *American Journal of Agricultural Economics*, 80(5), pp. 1125–1129.
- May, C. (2008). *SPG Guidelines: How Participatory Guarantee Systems Can Develop and Function*, Bonn, Germany: IFOAM. Disponibile al sito: [https://shop.ifoam.bio/en/system/files/products/downloadable\\_products/pgs\\_guidelines\\_en\\_web.pdf](https://shop.ifoam.bio/en/system/files/products/downloadable_products/pgs_guidelines_en_web.pdf), ultimo accesso 14/06/2017.
- Meirelles, L. (2010). Regulation of the Participatory Guarantee Systems in Brazil - A Case Study. *IFOAM*, (marzo). Disponibile al sito: <http://www.pgsorganic.in/downloads/>, ultimo accesso 14/06/2017.
- Migliore, G. et al. (2014). Farmers' Participation in Civic Agriculture: The Effect of Social Embeddedness. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 36(2), pp. 105–117.
- Murdoch, J., Marsden, T. e Bank, J. (2000). Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector. *Economic Geography*, 76(2), pp. 107–125.
- Nichols, L.T. (2011). *Public sociology: The contemporary debate*. New Jersey: Transaction publishers.
- Norris, P. (1999). *Critical citizens: Global support for democratic government*. Oxford: Oxford University Press.
- Pratt, J. e Luetchford, P. (2014). *Food for Change. The Politics and Values of Social Movements*. Londra: Pluto Press.
- Renting, H., Marsden, T.K. e Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35, pp. 393–411.
- Renting, H., Schermer, M. e Rossi, A. (2012). Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 19(3), pp. 289–307.
- Rover, O.J. (2013). Market and Social Innovation in the context of A Brazilian Agroecological Network. Seminario "Agroecology, market and social innovation", 02-06 dicembre 2013.
- Rover, O.J. (2016). *Sistemi di Garanzia Partecipativa: spunti dall'esperienza brasiliana*. Bergamo, 20 febbraio.
- Rover, O., De Gennaro, B. e Roselli, L. (2017). Social Innovation and Sustainable Rural Development: The Case of a

- Brazilian Agroecology Network. *Sustainability*, 9(1), pp.1–14. Disponibile al sito: <http://www.mdpi.com/2071-1050/9/1/3>, ultimo accesso 14/06/2017.
- Sacchi, G., Caputo, V. e Nayga, R.M. (2015). Alternative labeling programs and purchasing behavior toward organic foods: The case of the participatory guarantee systems in Brazil. *Sustainability (Switzerland)*, 7(6), pp. 7397–7416.
- Sachy, M. et al. (2015). *Framework for implementing alternative credit schemes and digital social currencies*. Disponibile al sito: <https://dcentproject.eu/wp-content/uploads/2015/09/D3.5-1.pdf>, ultimo accesso 14/06/2017
- Scott, J., (2012). *Social network analysis*. Londra: Sage Publications Ltd.
- Signori, S. e Vittori, F. (2017). Fostering Social Connection Responsibility: Lessons from the Assessment of a Local Participatory Guarantee System (PGS). 1st IESE-LUISS Conference “*Responsibility, Sustainability and Social Entrepreneurship*”. Roma, LUISS, 18-19 aprile.
- Snow, D.A. et al. (1986). Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. *American Sociological Review*, 51(4), pp. 464–481.
- Wasserman, S. e Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilkinson, J. et al. (2008). The institutionalization of Participatory Guarantee Systems (SPG) in Brazil: organic and fair trade initiatives. In “*16th IFOAM Organic World Congress*”, Modena, 16-20 giugno.
- Zanasi, C. et al. (2009). Participative organic certification, trust and local rural communities development: the Case of Rede Ecovida. *New Medit*, 2, pp. 56–64.
- Zobel, T. (2007). The “pros” and “cons” of joint EMS and group certification: A Swedish case study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14(3), pp. 152–166.