



5° Saper fare produttivo, carburante per la crescita

Il "saper fare" nelle comunità

La creatività artigianale è la prima manifestazione che ha accompagnato la comparsa dell'umanità (*homo faber*). Prima ancora di ogni altra forma evolutiva, organizzativa e produttiva, l'oggetto artigianale ha costituito la prima testimonianza identitaria della presenza della vita umana. In questo senso, gli oggetti dell'artigianato concorrono a creare l'identità di un popolo, intesa come l'insieme delle tradizioni, delle conoscenze e dei tratti distintivi che ne sanciscono la riconoscibilità e unicità. Le creazioni dell'artigianato sono quindi da considerarsi come espressione della cultura materiale, legata all'ambiente umano e sociale in cui sono realizzate. Pertanto, gli oggetti dell'artigianato tradizionale vanno considerati opere dei popoli, recanti un messaggio spirituale e culturale, nonché testimonianze delle tradizioni e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni. Si impone una inversione di tendenza rispetto all'abbandono di questa attività, nel loro disprezzo a favore di quelle considerate più moderne; ed una battaglia contro il deficit di memoria collettiva che rischia di escludere le nuove generazioni 'digitali' da questo campo di conoscenza che resta comunque prezioso.

Il "saper fare" diffuso (artigianato, trasformazione agroalimentare) rappresenta, oltre che un patrimonio culturale e un servizio per i cittadini, una risorsa economica e produttiva fondamentale: un tessuto produttivo diffuso costituito da microimprese, da laboratori e da piccole e medie imprese fortemente radicate nei territori di appartenenza, il cui va-

lore economico non è trascurabile all'interno dell'economia nazionale.

Il "saper fare" nella comunità costituisce un patrimonio culturale unico che caratterizza le comunità locali dei borghi nelle loro diverse epoche di sviluppo. Le imprese artigiane sono le promotrici di una tradizione artistica e produttiva secolare, depositarie di conoscenze materiali e immateriali, radicate nei territori di appartenenza. Allo stesso modo sono portatrici di valori culturali "universali" in quanto imprese attente al design, al progetto, alla storia e che entrano spesso in rapporto con settori culturali molto diversi tra loro. Si tratta dunque di fare evolvere il capitale sociale umano, rendere possibile quelle che viene definita 'capacitazione' (come libertà di estensione del proprio potenziale): vale a dire considerare gli esseri umani come lo strumento del cambiamento che può andare molto al di là della produzione economica (alla quale fa riferimento, normalmente, il capitale umano) e comprende anche lo sviluppo sociale e politico¹⁶.

Le imprese artigiane poi producono beni e/o realizzano servizi di prossimità che concorrono significativamente a determinare il grado e il livello di qualità di vita di una comunità locale.

La produzione e la trasformazione agroalimentare, accompagnate dalla tradizione gastronomica di produzione di cibi, costituisce sempre più, per i territori italiani, un "bene culturale". Un bene desiderato, che produce racconto

¹⁶ Amartya Sen, *Lo Sviluppo è libertà: perché non c'è crescita senza democrazia*.

e narrazione, che diviene “medium” per tante destinazioni turistiche e culturali minori. Il “cibo” quindi potrà diventare sempre più in futuro un mezzo che concorrerà a far raggiungere uno “stato di benessere individuale e collettivo” alle persone.

*Mangiare meglio è un diritto di tutte le persone*¹⁷

Il “saper fare” è portatore di un “valore sociale” che si crea attraverso l’interazione fra i soggetti economici e sociali del territorio, fra la collettività e con l’ambiente circostante. Il “saper fare” genera infatti un forte radicamento nel territorio di riferimento, è parte integrante della cultura e influenza la società locale. Il “saper fare” si alimenta grazie alla tradizione locale coltivata dalle persone, alla trasformazione di contenuti fra una generazione e l’altra. *“L’incomprensione del pre-*

Agricoltura e cibo

L’applicazione delle regole dell’industria alla dimensione rurale è stato un fattore di distruzione, non soltanto dell’ambiente, ma anche della sostenibilità sociale e della sostenibilità agricola del nostro pianeta. Dove arriva l’agricoltura industrializzata senza limiti, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo, si crea povertà, gli uomini che lavorano la terra sono spazzati via, costretti a inurbarsi nelle metropoli perché su un ettaro dove prima lavoravano 10 persone a malapena ne rimane a lavorare una. Il meccanismo erode le fondamenta delle culture alimentari in questi Paesi.

L’agricoltura è una componente essenziale dell’economia e della società italiana ed europea; in termini di effetti indiretti, qualsiasi regresso significativo dell’attività agricola comporta un calo del PIL e dell’occupazione nei settori economici correlati - anche non alimentari e, in particolare nella filiera agroalimentare.

L’agricoltura è il motore economico della maggiore parte delle zone rurali, ovunque a livello mondiale: e resta la base su cui si fonda il settore agroalimentare europeo. In totale il settore agroalimentare garantisce 17,5 milioni di posti di lavoro a livello europeo (il 13,5% dei posti di lavoro nel settore industriale). È dunque fondamentale salvaguardare un accettabile livello di attrattività per i posti di lavoro nel settore, in particolare per garantire la soglia minima di ricambio generazionale. I redditi agricoli rappresentano solo il 40% della media dei redditi europei. La grande consapevolezza su questi problemi ha spinto la Commissione Europea ad una profonda riflessione sul futuro dell’agricoltura a livello Europeo e la CE ha quindi pubblicato il 18 di Novembre 2010 una nuova comunicazione dal titolo *“La P.A.C. verso il 2020: rispondere alle future sfide dell’alimentazione, delle risorse naturali e del territorio”*.

*sente nasce fatalmente dall’ignoranza del passato*¹⁸. Esso è infatti una forma di pratica economica diffusa che alimenta l’economia locale e le piccole produzioni di beni e servizi, creando occupazione, stabilità sociale, e possibilità di sviluppo futuro. Molti territori sono caratterizzati da produzioni di antica tradizione a rischio di estinzione a causa della mancanza di ricambio generazionale. Il “saper fare” di comunità è spesso il primo volano di uno sviluppo economico sostenibile anche in aree che presentano problemi di ritardo di sviluppo. Nei borghi autentici occorre fare uno sforzo per creare una alleanza tra economia e cultura, talenti e saperi, cittadini e imprese, cementata dalla green economy, che diventi un potente antidoto contro la crisi e un formidabile “carburante” per la crescita.

All’interno della comunicazione vengono identificati tre obiettivi strategici:

1. preservare il potenziale di produzione alimentare dell’UE secondo criteri di sostenibilità, al fine di garantire la sicurezza dell’approvvigionamento alimentare a lungo termine per i cittadini europei e contribuire a soddisfare la domanda mondiale di prodotti alimentari, che secondo le stime della FAO dovrebbe subire un incremento del 70% da qui al 2050;
2. sostenere le comunità agricole che forniscono ai cittadini europei una grande varietà di derrate alimentari di pregio e qualità prodotte in modo sostenibile, nel rispetto degli obiettivi che l’Unione si è data in materia di ambiente, acque, salute e benessere degli animali e delle piante e salute pubblica;
3. preservare la vitalità delle comunità rurali, per le quali l’agricoltura costituisce un’attività economica importante in grado di creare occupazione locale che comporta molteplici vantaggi sul piano socio-economico, ambientale e territoriale. Fra l’altro, una riduzione significativa della produzione locale avrebbe un’incidenza sulle emissioni di gas serra e sui paesaggi locali caratteristici e limiterebbe la scelta per i consumatori.

L’agricoltura europea, quindi, deve essere competitiva non solo dal punto di vista economico, ma anche sotto il profilo “ambientale” e gli obiettivi strategici potranno essere raggiunti solo a fronte di una profonda rivisitazione del modo di concepire il mondo agricolo innestando in esso ricerca di settore e innovazione d’approccio.

Declinando gli obiettivi strategici citati, nei borghi e nei loro territori, assume un ruolo centrale la secolare capacità di lavorazione dei prodotti agricoli e il loro impiego nella tradizione culinaria.

¹⁷ Carlo Petrini, fondatore di Slow Food.

¹⁸ March Bloch, storico francese.

I sapori e le preparazioni agroalimentari locali, la cucina tipica dei territori, appartengono al “patrimonio culturale immateriale” (convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale - UNESCO - Parigi 2003).

Non si tratta di esaltare il “piccolo”, ma piuttosto di sottolineare la validità della scala ridotta che, tendenzialmente, diviene uno dei paradigmi dell’agricoltura sostenibile. Per questo anche la FAO (*Food and Agriculture Organization*) non crede più nell’agricoltura industrializzata ed all’allevamento zootecnico intensivo e tende a privilegiare dimensioni contenute. La FAO, infatti, punta a un’agricoltura sostenibile, non a un’agricoltura geneticamente modificata, dominata dai campi infiniti e dalle macchine. Occorre una scelta coraggiosa tra un’agricoltura che segue le *commodities* e un’agricoltura che sostanzialmente rispetti le comunità e le tradizioni del territorio.

L'uomo che mangia è anche l'uomo che pensa: e se non lo è, lo si aiuti a diventarlo.

La crescente presenza nei piccoli centri di gruppi sociali eterogenei sul piano culturale e di provenienza professionale e tecnologicamente attrezzati (telelavoratori, professionisti pendolari, contadini evoluti, esperti di tutela del territorio, ecc.) favorisce la nascita, anche in luoghi relativamente periferici, di piccole imprese di terziario avanzato, le quali offriranno servizi, anche per le filiere produttive locali, che appena poco tempo fa sarebbero stati impensabili lontano dai grandi poli urbani.

Si diffonde nei piccoli e medi comuni una figura evoluta di contadino, colto e preparato, tecnologicamente attrezzato, orientato alla ricerca della genuinità del proprio prodotto. In questa collocazione si trovano, anche:

- giovani nati nei comuni più piccoli, che scelgono di rimanere, anziché andare a cercare lavoro in grandi città;
- giovani di origine urbana, alla ricerca di un’occupazione legata alla natura e dal contenuto creativo.

I piccoli e medi comuni rappresentano la spina dorsale del sistema delle DOP: il 94% ha ottenuto il riconoscimento di almeno un prodotto DOP. In particolare, il 60% dei piccoli e medi comuni presenta tra 1 e 3 DOP, il 20% tra 4 e 5 DOP e il 14% addirittura tra 6 e 7 DOP. Di questi prodotti a denominazione di origine protetta, il 94% circa rientra nella categoria formaggi e/o salumi. Inoltre, rispetto alla totalità dei

comuni con prodotti a DOP, il 75% dei piccoli e medi comuni produce formaggi, il 73% salumi ed insaccati, il 60% è interessato dalla coltura degli ulivi dai quali si ottengono 37 olii italiani a denominazione di origine; e ancora, il 41% produce essenze e il 12% prodotti ortofrutticoli. Inoltre, il 79% di questi comuni è interessato alla produzione di vini pregiati. Proprio le peculiarità e la qualità produttiva dei territori dei piccoli e medi comuni possono rappresentare un importante fattore di sviluppo e di competitività locale e nazionale: oltre la metà della produzione agroalimentare nazionale, che ha reso celebre il **Made in Italy** nel mondo, è coltivata in questi territori. Sono circa 400.000 le imprese agricole localizzate nei piccoli e medi comuni italiani, impegnate nella salvaguardia delle colture agricole tradizionali, nel mantenimento delle tipicità alimentari, nella tutela del territorio dal dissesto idrogeologico, nella tutela del paesaggio.

Con politiche di valorizzazione puntuali ed adeguate, il piccolo medio Comune sarebbe in grado di esprimere, come dimostrano diverse esperienze di successo, la sua capacità (del tutto unica) di offrire al visitatore, escursionista o turista, una risposta alla ricerca di incontro e di relazioni umane, di comunità accoglienti, di tipicità ed identità rispetto alle quali egli possa riconoscersi e con le quali possa compiere esperienze gratificanti.

Le tipicità generano una domanda di turismo esperienziale nei borghi orientata alla qualità: il viaggiatore ad esse interessato ha un livello culturale più elevato, acquista volentieri prodotti di qualità ed ha come priorità quella di agire per conoscere nel profondo il prodotto del territorio e non solo di consumarlo.

Le prassi produttive locali, le rappresentazioni legate al cibo, le espressioni collettive di festa e spettacolo basati sulla valorizzazione dei sapori tradizionali presenti in un territorio, sono “patrimonio culturale immateriale” che le comunità dei borghi riconoscono in quanto parte della loro dotazione identitaria.

Questo patrimonio trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalla comunità in funzione del suo ambiente, della sua interazione con la natura e la storia, e dà, alla comunità stessa, un senso d’identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la biodiversità e la creatività umana.

Agricoltura di prossimità e orti urbani

La FAO ha segnalato che nel 2007, per la prima volta nella storia dell'umanità, la popolazione mondiale è divenuta in maggioranza urbana a causa del crescente processo di urbanizzazione delle città, situazione che invita ancora una volta a riflettere sulle interazioni tra lo spazio urbano e il territorio rurale e particolarmente sul potenziamento del settore primario della produzione a tutti i livelli.

L'agricoltura di prossimità, partecipa alla sfera degli interessi sociali, culturali ed economici, e costituisce un ambito valido per intraprendere diverse azioni interdisciplinari benefiche per la campagna e la città.

Nello scenario globale le diverse forme di agricoltura che producono gli spazi della periurbanità, hanno caratteri propri e spesso innovativi, diversi da quelli dell'agricoltura rurale che spesso segue logiche di mercato, poiché elaborano modelli economici e sociali più creativi, derivanti dalla trasformazione del mondo rurale tradizionale, ma soprattutto dalla prossimità della città.

La campagna periurbana può quindi partecipare alla definizione del territorio del borgo, portando con sé i suoi simboli e il suo patrimonio territoriale basato nei suoi campi, orti, spazi aperti e nel suo patrimonio socio-culturale rappresentato dagli agricoltori. L'agricoltura di prossimità, rappresenta una complessa articolazione di attività inerenti la produzione di alimenti, la pesca e la silvicoltura, che si sviluppano ai margini del borgo fornendo un contesto di opportunità al borgo stesso.

Tuttavia molti pianificatori e studiosi rilevando le potenzialità delle pratiche agricole svolte in queste aree, osservano con preoccupazione che queste sono condizionate dall'ambiente urbano e della sua continua espansione. Il presupposto è non considerare più le zone periurbane come se fossero l'ultimo anello mancante di una continuità urbana ma valorizzare gli attributi patrimoniali degli spazi rurali conurbati i quali radunano indifferentemente il loro potenziale agricolo assieme ai valori estetici, d'intrattenimento e d'integrazione sociale.

In Italia la mancanza di un ordinamento e di una politica ad hoc ha lasciato segni profondi nella configurazione dei paesaggi periurbani: campi coltivati, magazzini e supermercati poco inseriti lungo le strade principali e viadotti, fabbriche abbandonate, terreni non utilizzati e frazioni prive di commercio, di servizi e di vita.

Per superare questo insoddisfacente stato di fatto, occorre pensare alla riqualificazione e al recupero delle aree periurbane mediante una relazione fertile tra l'elemento umano e l'ambiente: uno *"sviluppo locale autosostenibile"* basato sulle interazioni di tre elementi imprescindibili e propri di ogni territorio quali natura, storia e cultura.

I nuovi modelli di consumo e d'abitudini di vita, la gran po-

larizzazione dei centri urbani, il forte sviluppo delle infrastrutture e la crescente mobilità della popolazione hanno modificato radicalmente il modello dell'organizzazione del territorio, spostando o cancellando quasi completamente i confini fra il rurale e l'urbano.

A questo riguardo, gli studi segnalano che la *"civilizzazione tecnologica nella corsa a costruire una seconda natura artificiale, si è progressivamente liberata del territorio, trattandolo come superficie insignificante e seppellendolo di oggetti, opere, funzioni, "veleni"*. La diagnosi descrive un territorio moribondo a causa dell'indifferenza dei suoi abitanti e di un mostro chiamato metropoli, che con una sua attitudine *"divoratrice di risorse ambientali, umane e territoriali, è fra i principali responsabili del degrado ambientale del pianeta, della crescita esponenziale, insieme alla popolazione, delle nuove povertà nelle periferie di tutto il mondo"*¹⁹.

Per questo l'emergere di nuove dinamiche negli spazi rurali e l'indebolimento dei margini fra rurale e urbano, devono spingere, soprattutto i piccoli e medi comuni, a studiare nuove interazioni presenti negli spazi periurbani, nella prospettiva di individuare dei modelli d'organizzazione spaziale validi per la tutela dell'agricoltura di prossimità e le nuove funzioni correlate a questa pratica. È strategico e decisivo delineare una nuova prospettiva nelle politiche di tutela e valorizzazione del paesaggio rurale periurbano come scenario ospitante una *"nuova agricoltura di prossimità"*.

In questo scenario acquisisce un ruolo importante la diffusione di pratiche, legate alla creazione di arti-giardini, quali azioni di interconnessione positiva fra lo spazio urbano e l'agricoltura di prossimità. Le esperienze urbane degli orti-giardini sono tornate all'attenzione dell'opinione pubblica e dei cittadini negli ultimi anni e hanno ridisegnato, in modo parziale, l'immagine delle aree urbane; basti pensare che in tutta Europa si sono attivati corsi di formazione sui temi dell'agricoltura urbana (es. Hortis, progetto Eu'Go) e si sono svolte approfondite ricerche sul fenomeno del cosiddetto *"Hobby Farming"* (Rapporto Nomisma). Rispetto alle forme storiche dell'orto di guerra italiano o dei Jardin ouvriers francesi o dei Victory gardens statunitensi, queste nuove forme di Urban Farming presentano tratti del tutto specifici e interessanti per la valorizzazione territoriale.

Si tratta di esperienze molto differenti tra loro: community gardens, orti-giardini, orti didattici, orti terapeutici e Collettivi che si occupano di *"guerrilla gardening"* sono alcune delle forme di agricoltura urbana che, pur non escludendo l'esigenza primaria di soddisfare un bisogno alimentare, rappresentano molto di più per chi le svolge e per il territorio che le ospita. Questi moderni agricoltori urbani sono capaci attraverso la riappropriazione di interstizi urbani (spesso porzioni di suo-

¹⁹ Alberto Magnaghi, *pianificatore territoriale e paesaggista*.

lo abbandonati o marginali) di esercitare pratiche di cittadinanza attiva e costruire comunità di relazioni che gravitano intorno alla cura della terra, diventando così co-produttori e co-gestori dello spazio pubblico. L'attività agricola negli spazi urbani, svolta in modo non imprenditoriale, nasce dal desiderio di una vita qualitativamente migliore fondata sullo scambio di esperienze concrete con altri cioè sulle relazioni di reciprocità, avulse dalle logiche di profitto ma impregnate da valori di solidarietà. Nelle aree urbane, l'orto, diventa così una forma di *advocacy*, di protesta contro il consumo irresponsabile del territorio e come strumento di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente e alle pratiche di sviluppo sostenibile. Le esperienze urbane di orti-giardino, nate in contesti metropolitani e sviluppate prevalentemente da giovani cittadini, possono risultare interessanti anche in contesti di dimensioni ridotte, come i Borghi.

Attivare dei progetti di agricoltura urbana nei borghi autentici, potrebbe generare effetti positivi su diversi piani:

- Fungere da ponte fra le giovani generazioni, innovative e ipertecnologiche ma attente alle tematiche cosiddette "green", e gruppi di anziani legati alla terra e alla tradizione, fa-

vorendo così la cooperazione intergenerazionale;

- Valorizzare alcuni spazi "marginali" come spazi di verde pubblico di qualità, evitandone così il degrado, l'abbandono o la cementificazione rapace; l'orto-giardino, in particolare, potrebbe ricoprire il ruolo di arredo urbano sostenibile;
- Stimolare l'attività creativa delle associazioni già presenti sul territorio per lo sviluppo di progetti direttamente collegati alla coltivazione o collaterali (progetti di ortoterapia; letture per bambini negli orti; corsi di recupero/riciclo di materiali; percorsi terapeutici sui temi ecologici; corsi di cucina naturale, ecc...);
- Veicolare in questa direzione le dotazioni scolastiche e le iniziative della formazione professionale;
- Arricchire la proposta turistica dei Borghi (*Comunità Ospitali*) con la creazione di orti-modello di agricoltura sostenibile che rappresentino una opportunità di pratica e di accoglienza per gli ospiti;
- Facilitare, all'interno delle comunità locali, progetti ed azioni finalizzate a ridurre lo spreco del cibo della filiera di consumo alimentare (*in Italia, ogni anno, si sprecano 8,1 miliardi di euro di cibo*).

N	IDEA, iniziativa o Progetto	OBIETTIVI	PROTAGONISTI
1	Lanciare iniziative locali di COMMUNITY SUPPORTED AGRICOLTURE (Agricoltura sostenuta dalla comunità) per le aree di prossimità del borgo	Promozione di attività di coltivazione biologica e sostenibile basate sull'utilizzo della risorsa "tempo" di cittadini disponibili, valorizzazione del rapporto cittadini consumatori e cittadini lavoratori	<ul style="list-style-type: none"> • Coop di Comunità fra cittadini lavoratori, proprietari, cittadini consumatori • Amministrazioni comunali
2	Promuovere un progetto pilota di "Cucina Diffusa" ovvero, attraverso le famiglie, riunite in impresa sociale, predisporre permanentemente preparazioni alimentari per servizi di catering	Sviluppare una rete collaborativa fra famiglie per formare una piattaforma di offerta integrata di gastronomie comunitarie da mettere a disposizione del mercato	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie disponibili della comunità • Coop di Comunità - impresa sociale
3	Sviluppo ed implementazione del progetto pilota BAI "Botteghe dei Sapori autentici" e integrato al progetto "Italia Autentica"	Creare reti collaborative fra produttori tipici dell'agroalimentare, dell'enogastronomia e dell'artigianato tradizionale di piccola taglia, e fra loro e gestori di punti di vendita locali nel quadro di un dispositivo di valorizzazione web (e-commerce) nazionale ed internazionale	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese produttrici locali • Punti vendita • BAI con i suoi loghi ed immagini • Un portare web di grandi dimensioni • Le Amministrazioni comunali
4	Promozione sperimentale di piani comunali e/o intercomunali per la valorizzazione della "Agricoltura di prossimità" dei borghi "Hobby Farming" compreso lo sviluppo degli "orti urbani" (vedasi recente progetto pilota BAI: <i>"Sentire la terra sui cui poggiamo i piedi"</i>)	Sviluppare forme di partecipazione attiva dei cittadini per rilanciare e valorizzare l'agricoltura di prossimità e gli orti urbani in una logica di sostenibilità ambientale e di crescita dell'offerta di qualità locale	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese e proprietà agricole • Comunità e cittadini (Coop di Comunità) • Associazioni locali • Gruppi giovanili • Amministrazioni comunali