



A.I.S.Re.

XLI Conferenza Scientifica Annuale
Regioni tra sfide e opportunità inattese
Web Conference, 2-4 Settembre 2020

Piccoli borghi e prodotti tipici.

Sinergia di forze e idee per migliorare la qualità della vita e produrre ricchezza durevole

Sabrina Giuca

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bio-economia



Via Po 14, ROMA - 00187

sabrina.giuca@crea.gov.it

I piccoli Comuni o borghi sono insediamenti abitativi con popolazione residente inferiore ai 5.000 abitanti, caratterizzati da contesti e dinamiche eterogenee: non tutti ricadono in aree rurali e non tutti possono essere considerati in ritardo di sviluppo. Tuttavia, il livello di perifericità, in senso spaziale, di taluni territori rispetto ai centri urbani attrattori di bacini d'utenza, influenza - anche a causa delle difficoltà di accesso ai servizi di base - la qualità della vita dei cittadini e il loro livello di inclusione sociale.

Nella stragrande maggioranza dei casi il "mondo rurale" coincide con i piccoli Comuni e circa il 62% del totale ricade in aree interne, dove sono presenti realtà più fragili, come centri storici minori e borghi montani maggiormente segnati dall'isolamento, dalla rarefazione socio-demografica e dall'impoverimento del tessuto produttivo: sono realtà che rischiano l'estinzione.

Non sempre i decisori politici e gli esperti della pianificazione hanno declinato con successo le politiche - strategia nazionale per lo sviluppo delle aree interne, politica per lo sviluppo rurale, norme per la salvaguardia dei piccoli Comuni - sulla riscoperta o rivitalizzazione del valore identitario del luogo, fattore spesso decisivo, somma di elementi materiali e immateriali.

I progetti di valorizzazione delle tipicità agroalimentari, anche nell'ambito delle politiche locali del cibo, possono svolgere un ruolo decisivo nelle dinamiche di sviluppo locale capaci di migliorare la qualità della vita e produrre ricchezza durevole per i piccoli borghi urbani e rurali.

METODOLOGIA

Analisi delle politiche e delle norme per valorizzare i piccoli Comuni, specificatamente strategia nazionale per lo sviluppo delle aree interne, politica per lo sviluppo rurale e norme per la salvaguardia dei piccoli Comuni, con particolare riguardo alla valorizzazione delle tipicità agroalimentari.

Nei piccoli comuni si concentra più del 90% delle produzioni a denominazione di origine e quasi l'80% dei vini pregiati. Diversi prodotti DOP/IGP possono fregiarsi anche dell'indicazione facoltativa "Prodotto della Montagna" (ad es. tartufo, funghi, prodotti del sottobosco e erbe officinali).

QUALI REALTÀ?

Diverse esperienze di politiche alimentari in Italia ormai consolidate - Milano, Torino e Pisa - rappresentano buone prassi riproducibili in amministrazioni più piccole, interessate a sviluppare strategie sistemiche legate al cibo, come è avvenuto, ad esempio, nel Comune di Castel del Giudice (Isernia).

In molti piccoli comuni sono nate iniziative finalizzate alla costruzione di un rapporto più diretto rurale-urbano nonché all'instaurarsi di connessioni rurale-rurale nelle aree interne: associazioni d'identità, sodalizi tematici di municipi legati a un prodotto locale o a uno specifico profilo culturale concepiti come risorsa economica e come fattore identitario (Città del vino, dell'olio, del tartufo, del biologico, del pane).

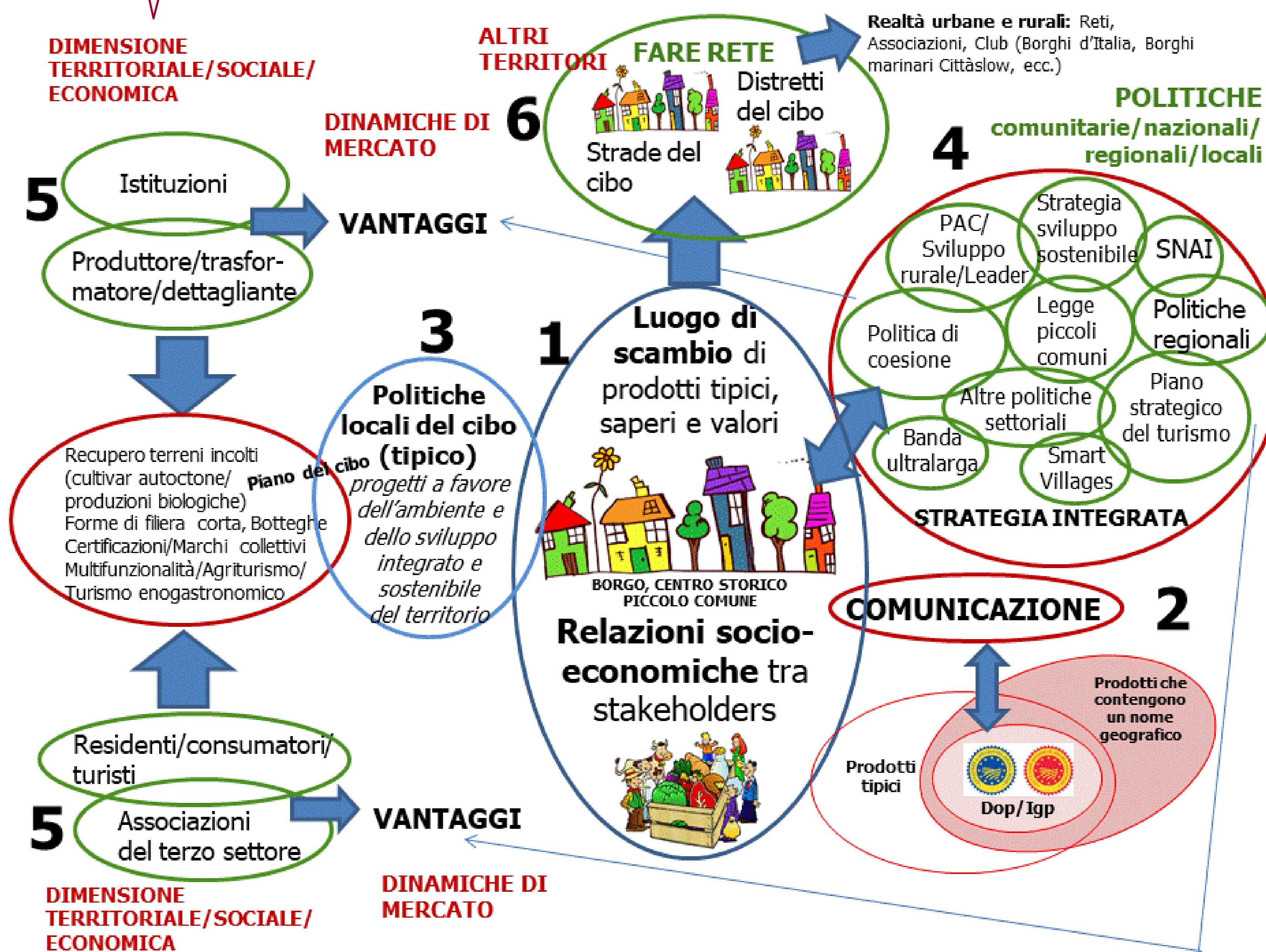
Perché si attivino queste iniziative è fondamentale che la pubblica amministrazione locale sappia guidare un processo di ri-costruzione sociale, fatto di alleanze, conflitti, mediazioni, compromessi che accompagnano la vita e la storia del prodotto tipico assecondandone gli adattamenti in termini di produzione, approvvigionamento e commercializzazione, al modificarsi dell'articolazione dei rapporti economici e sociali all'interno della comunità e del contesto esterno.

IL SOSTEGNO DELLE AMMINISTRAZIONI TERRITORIALI ALLA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI

| | R | PC | EP | CA |
|--|----|----|----|----|
| AI - Promozione istituzionale e interventi promozionali e pubblicitari diretti e partecipati | sì | sì | sì | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (ristorazione e turismo) | sì | sì | | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (visibilità su internet e commercio elettronico) | sì | sì | sì | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (attività editoriali e divulgazione/convegni) | sì | sì | sì | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (studi e ricerche) | sì | sì | | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (corsi di formazione) | sì | sì | sì | sì |
| AI - Azioni specifiche di marketing territoriale (promozione all'estero) | sì | sì | | sì |
| AI; AD - Itinerari enogastronomici ("strade del vino", "strade dell'olio", "strade dei sapori") | sì | sì | | sì |
| AI; AD - Agriturismo ed enoturismo | sì | sì | | |
| AI - Inserimento dei prodotti tipici e biologici nelle mense pubbliche | sì | sì | | |
| AI; AD - Marchio collettivo pubblico/azioni specifiche di marketing territoriale | sì | sì | sì | sì |
| AD - Contributi ai concessionari del marchio collettivo regionale prodotti agricoltura integrata | sì | | | |
| AD - Contributi ai concessionari del marchio collettivo regionale per i prodotti tipici | sì | | | |
| AD - Contributi per azioni promozionali e promo-pubblicitarie | sì | sì | | sì |
| AD - Contributi sistemi certificazione della qualità e rintracciabilità delle produzioni agricole | sì | | | sì |
| AI - Servizi e innovazioni volti a garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti agroalimentari | sì | sì | sì | sì |

LEGENDA: AI=Aiuti indiretti; AD=Aiuti diretti; R=Regione; PC= Piccolo Comune; EP=Ente Parco; CA=Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura. Fonte: elaborazioni da fonti normative e siti istituzionali.

SCHEMA DEL SISTEMA LOCALE DEL CIBO DI UN BORGO



Fonte: elaborazione propria.

COME FUNZIONA?

Nel sistema locale del cibo di un borgo (1) incentrato sui prodotti tipici, la valorizzazione di questi prodotti può essere comunicata attraverso:

forme di certificazione (2) e/o attraverso politiche locali del cibo (3) tramite progetti e iniziative a favore dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile del territorio, eventualmente coordinate in un Piano del cibo (recupero terreni incolti, forme di filiera corta, botteghe locali, enoteche e cantine, tracciabilità dei prodotti, turismo enogastronomico, riduzione degli sprechi alimentari).

Lo sviluppo e la valorizzazione dei prodotti tipici (2) potrebbero beneficiare di sinergie attingendo, secondo una strategia integrata, alle politiche di sostegno comunitarie, nazionali, regionali, locali (4) - e ai relativi fondi - per l'ampliamento dei servizi essenziali, il potenziamento delle strutture ricettive (ad esempio la realizzazione di "alberghi diffusi" da case e stalle in disuso) e la diffusione delle nuove tecnologie (4), a beneficio di tutti gli stakeholders (5).

Questo sistema rafforza l'identità e la coesione della comunità locale (1-2-3-5) in quanto innesca relazioni socio-economiche e comunica condivisione di valori, contribuendo a difendere e sostenere i produttori locali, soprattutto quelli di piccole e piccolissime dimensioni delle aree fragili, e allo stesso tempo crea o consolida, all'esterno, l'immagine della località.

Inoltre, l'apertura della comunità all'esterno, facendo rete con altri territori e aderendo a iniziative collettive su scala sovracomunale e regionale (6) può ampliare il bacino di utenza, rimodulando l'attrattività turistica della zona e contrastando l'isolamento del territorio.

CONSIDERAZIONI FINALI

La riqualificazione e la rivitalizzazione di borghi e centri storici minori dipendono dalla qualità della vita, dalla qualità dell'educazione, dai legami di solidarietà e dalle reti di aiuto vicendevole; una sinergia di forze e di idee - pubbliche, private, economiche, sociali, politiche - può portare verso questa direzione.

L'ideazione e l'attuazione di un programma partecipato in cui residenti, amministrazioni, agricoltori, imprenditori e portatori di interesse hanno contezza del proprio ruolo strategico nella realizzazione di uno sviluppo sostenibile potrebbe essere costruito intorno alla valorizzazione dei prodotti tipici, dei saperi comuni, delle conoscenze pratiche e del sistema locale del cibo (come bene comune che crea legami civici), con la possibilità, attraverso l'innovazione tecnica/digitale e/o organizzativa/sociale, di fare rete con altre realtà urbane e rurali.

È elemento condiviso nel dibattito scientifico sulle aree interne affermare che i piccoli Comuni, luoghi di grandi opportunità e innovazioni, hanno bisogno di interventi mirati e di strategie a lungo termine.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

1) Becattini, G., 2015. *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*, Donzelli, Roma. 2) Brunori, G. e Galli, F., 2017. Filiera corta e politiche alimentari: quali scenari? *Agriregioneuropa*, 13 (50), pp. 46-49. 3) De Rossi, A., a cura di, 2018, *Riabitare l'Italia. Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, Roma, Donzelli. 4) Franchi, M., 2017. *La nuova cultura alimentare: dalla gastro-anomia alla diet-etica*. In Atti della Accademia dei Georgofili, 2015, VIII (12), pp. 412-426. 5) Giuca, S., 2015. *La filiera corta: un approccio responsabile al consumo tra tradizione e innovazione*. In Mascia, M. e Tintori, C., a cura di. *Nutrire il pianeta? Per un'alimentazione giusta, sostenibile, conviviale*. Milano, Bruno Mondadori, pp. 40-52. 6) Legambiente-UNCEM, 2019. *La realtà aumentata dei piccoli comuni*. Roma. 7) Magnaghi, A., a cura di, 2014. *La regola e il progetto. Un approccio bio regionalista alla pianificazione territoriale*. Firenze University Press. 8) Marino, D. e Mazzocchi, G., 2019. *La pianificazione alimentare: concetti e modelli*. Working Paper. Roma, RRN. 9) Pazzagli, R., 2018. Governare le economie locali. Tradizione civica e neomunicipalismo per la gestione dei beni comuni. *Scienze del territorio*, 6, pp. 103-112. 10) Preiss, P. Charão-Marques, F. e Wiskerke, J.S.C., 2017. Fostering Sustainable Urban-Rural Linkages through Local Food Supply: A Transnational Analysis of Collaborative Food Alliances. *Sustainability*, 9 (1155), pp 1-30. 11) SAI (Strategia Aree Interne), 2018. Relazione annuale sulla strategia nazionale per le aree interne, presentata al CIPE. 12) Sau, A., 2018. *La rivitalizzazione dei borghi e dei centri storici minori come strumento per il rilancio delle aree interne*. Federalismi, 3, pp. 1-20. 13) Symbola e Coldiretti, 2018. *Piccoli comuni e tipicità*. Roma.