



## **Scambi anomali. I mercati ‘nested’ per le aree rurali fragili**

Abnormal Exchanges. The nested markets for rural fragile areas

***XII convegno sulle aree fragili, Rovigo (marzo 2018)<sup>1</sup>***

---

\*Il convegno negli anni scorsi è stato organizzato dall’Università di Trieste in collaborazione con Banca Popolare Etica e con l’innesto di altri enti. La lista dei convegni si trova sul sito [www.areefragili.it](http://www.areefragili.it). Altri materiali in <https://www.facebook.com/groups/1703635496526183/>. Il call for cases è aperto sia a studiosi che a operatori pubblici, privati e del privato sociale.

La serie di convegni sulle aree fragili che ormai si prolunga dal 2006 ha avuto come fattore fondante la ricerca di 'risorse' specifiche per irrobustire o risollevare territori toccati da diverse forme di depauperamento. In primis quello umano dovuto all'emigrazione che con diverse ondate affligge da oltre un secolo quasi tutte le aree rurali italiane. In secondo luogo vi sono le risorse materiali. In tal senso, si è parlato nei convegni precedenti di *smart waters*, di energia locale, di biodiversità. Nel depauperamento si sono considerate anche risorse immateriali come la conoscenza, l'expertise e l'arte ([convegno 2017](#)). L'assunto che è tali risorse debbano o essere riscoperte in loco (sviluppo endogeno) o importate attraverso una poderosa azione di marketing territoriale, che arriva a coinvolgere anche gli immigrati dai paesi poveri. Si tratta in altre parole di 'resource and place based development'. I luoghi diventano il perno di tutto il movimento per lo sviluppo umano, inteso come valorizzazione della comunità locale.

Questo approccio *resource and place based* è complementare a quello centrato sulle 'relazioni' (vedasi questa dicotomia nella letteratura in campo organizzativo: Bonazzi 2003). Non basta infatti avere ottime risorse e facoltà in loco se poi queste sono sconosciute, svendute o delegittimate. Alla base della loro capacità di produrre sviluppo integrale serve un'opera di riconoscimento esterno, su una scala più ampia, con territori anche lontani. La teoria della dipendenza ha formalizzato questo aspetto da lungo tempo, anche se in chiave negativa, come denuncia della espropriazione delle risorse della periferia da parte di centri. Il modello centro-periferia è un esempio di coniugazione di elementi relazionali e spaziali. Esso può essere un ottimo punto di partenza per impostare il nuovo convegno sulle aree fragili, immaginando un sistematico e indebito prelievo di risorse da parte di aree forti rispetto a quelle deboli.



Parlare dei limiti della teoria della dipendenza diventa occasione per la ricerca di un modello di analisi più completo. Questi possono essere individuati in tre situazioni non adeguatamente descritte: 1) le periferie non sono tutte uguali, in taluni casi le risorse interne delle aree relativamente più deboli – si pensi ad una possente e meravigliosa cascata d'acqua - sono tali da modificare profondamente la relazione di espropriazione; 2) i paesi democratici e alcune valenti organizzazioni internazionali hanno adottato misure di riequilibrio territoriale con rilevanti flussi finanziari verso le periferie; queste misure però creano anche rendite di posizione e assistenzialismo; 3) vi sono abilità negoziali e culturali delle singole popolazioni delle aree periferiche – potremmo anche definirli *carismi relazionali* – che possono alterare di molto il processo di espropriazione. Un abile leader politico, una minoranza etnica compatta, una tradizione letteraria ripresa e attualizzata dai mass media, una burocrazia locale motivata possono cambiare

di molto i termini dello scambio fra la singola località fragile e una serie di centri di potere industriale, finanziario e politico-militare.

Abbiamo così messo a fuoco la questione che dovrebbe far da guida alla preparazione del convegno: i *termini dello scambio*<sup>2</sup>. Questi variano sia nella forma spaziale che nella modalità della relazione. Lo schema centro-periferia invece concepisce una sola forma spaziale (in genere un cerchio con un centro e diverse sezioni dello stesso; Galtung lo chiamava *modello feudale*) e un solo di tipo di relazione, quella di espropriazione del valore, dell'asimmetria commerciale e culturale. Certamente non basta rispondere che il mondo è multipolare e caratterizzato da una relativa autonomia della politica rispetto all'economia (Evans 1989). Servono modelli economico-spaziali più specifici. Quelli che la critica al neoliberalismo tende a negare immaginando una unica forza propulsiva (il capitalismo) che si espande trovando semmai qualche minuta 'resistenza' (Bovone, Lunghi 2017).



La disarticolazione fra spazi e relazioni serve quindi a rendere meno uniforme un quadro, che vede le aree fragili in una posizione passiva (bacini da cui estrarre le ultime risorse disponibili) o resistenziale (Goodman 2010). Piccole isole felici sono tollerate o usate per dimostrare un falso pluralismo delle forme economiche o comunque la volontà del regime capitalistico di presentarsi con un volto accettabile: *green e social washing*). E' la teoria della nicchia: specializzazione e

complementarietà rispetto al sistema più vasto. Alcune produzioni, alcune località, alcuni regimi comunitari sono utili per abbellire un sistema dispotico, a condizione che rimangano su scala infinitesima e di importanza simbolica (Wilkinson 2010).

Una rappresentazione che possa contrastare la critica monolitica al neoliberalismo è rappresentata dai cosiddetti *mercati nidificati*. Si tratta di una teoria appena abbozzata, nata in un ambito marginale come l'agricoltura, dotata però di alcune valenze analitiche e euristiche adatte a spiegare le dinamiche delle aree fragili. Questa infatti **considera contemporaneamente spazi e relazioni economiche**<sup>3</sup>. E' molto simile al concetto di *embeddedness* coniato ormai 50 anni dai sociologi economici. Anche l'idea del mercato come istituzione (Bagnasco) e non come puro scambio fra attori

---

<sup>2</sup> Nella letteratura internazionale *Terms of trade* (TOT) si riferisce al prezzo relativo delle importazioni rispetto a quello delle esportazioni. Nella letteratura *political economy* si parla di *mode of exchange* nel quale figurano sia i rapporti di forza fra contraenti sia le infrastrutture dello scambio (Lie 2016). Nel nostro caso i 'termini' o 'modalità' di scambio (al plurale) aggiungono la forma socio-spaziale dello scambio, ma ancor più l'idea che lo scambio sia relativamente *emancipante*, anche in condizioni di forte sbilanciamento dei rapporti di forza. In tal senso sono interessanti gli studi sul significato e uso della moneta, strumento che permette di svincolare in buona misura le relazioni dallo status dei contraenti (Biggeri, Grion, Osti 2015; Evangelisti 2015).

<sup>3</sup> Analiticamente i mercati nidificati sono una combinazione di relazioni economiche e luoghi dove queste avvengono. Altro carattere importante è la *sedimentazione* di relazioni e luoghi per cui alcune modalità di scambiare si fissano in routine, prassi, regole, strutture fisiche che si perpetuano nel tempo. Questo avviene per qualsiasi fenomeno sociale. L'originalità di questo approccio (si va a interpretazione) sta in tre elementi: 1) non esiste un unico mercato per i beni e il lavoro, ma diversi parzialmente comunicanti fra loro; 2) i luoghi di scambio e le relazioni non sono dominate da una pura logica razionale, ma risentono di meccanismi di fissazione socio-spaziali; 3) i mercati nidificati non sono necessariamente più virtuosi, ma contengono una loro 'morale' ossia una giustificazione nobile delle ragioni del loro funzionamento. Si avviciniamo ad una teoria delle 'convenzioni' (Centemeri 2001-2); resta pur sempre incerta la loro coniugazione con le forme spaziali (Osti 2015).

razionali ha forti affinità. Il vantaggio dei nested markets rispetto a queste importanti teorie socio-politiche è proprio il fatto di nascere da un contesto relativamente debole come il primario che – vale la pena ricordarlo – è stato per decenni assunto a simbolo di marginalità territoriale.

Con questo approccio si possono valutare i termini dello scambio di una serie di risorse primarie che abbondano e sono poco valorizzate proprio in quelle aree che sono al centro del nostro interesse. Oltre a questo vantaggio genetico, la giovane teoria dei nested markets immagina una *pluralità di mercati* e allo stesso tempo la loro *relativa interazione*. Esempi classici sono lo straordinario sviluppo dell'agriturismo e quello più timido dell'agricoltura sociale. Certamente per questi come per l'agricoltura tout court potremmo mettere in luce gli aspetti istituzionali, l'essere cioè *economie fondamentali* fortemente intrecciate con l'intervento pubblico e necessarie alla sopravvivenza delle società (Barbera *et al.* 2016). In queste economie lo scambio di mercato classico potrebbe essere minoritario, prevalendo o l'erogazione pubblica tout court o monopoli naturali come sono i servizi a rete forniti dalle utility (vedasi nota 3).

Ciò nonostante si tratta pur sempre di scambi aventi un certo grado di libertà da parte dell'acquirente. Infatti vi sono una molteplicità di *regole* (istituzioni) e di forme, intese sia in senso fisico-spaziale (le aree dove materialmente si svolge lo scambio) sia in senso plastico ossia le *glosse del corpo* nell'atto di scambiare un bene (Goffman). Volendo le potremo chiamare *pratiche di scambio*, perché in queste sono considerate sia le azioni sia gli ambienti in cui queste avvengono. Nei mercati 'nested' oltre a pluralismo, fisicità e ambientazione vi è attenzione allo *scambio emancipante*.



Quest'ultimo elemento permette di enfatizzare il tema specifico del convegno aree fragili 2018 ossia il fatto che ognuno di noi ha qualcosa da dare/vendere che ha valore e questo produce dignità, senso, equilibrio relativo fra le parti. Evidentemente, dipende tantissimo da come quel 'qualcosa' viene concepito, valutato e alla fin fine apprezzato.

Lo scambio economico non ha solo una valenza emancipante a livello individuale; c'è anche una dimensione collettiva (l'impresa) ed una territoriale (l'area da cui quel bene proviene). L'esempio macroscopico è il *Made in Italy*. Se lo scambio incorpora valori oltre il mero rapporto qualità/prezzo del bene, esso funge da sistema di senso e quasi sicuramente produce effetti positivi su ambiti che non sono prettamente commerciali come l'istruzione e la sanità. Il commercio equo e solidale che idealmente funziona in questo modo è un mercato nidificato. Non bisogna però pensare che 'nested' sia sinonimo di buon scambio. L'analitica dei mercati nidificati preserva da derive normative o idealistiche. Alcuni mercati del lavoro stagionale in agricoltura sono una radicata coniugazione di luoghi e relazioni, ma hanno poco di virtuoso. Anzi, sono un campo di indagine nel quale emergono ripetutamente gli aspetti deteriori di certa economia delle aree fragili.

La filiera agroalimentare sarà un elemento centrale delle analisi su quelle economie; ma non l'unico. Vi sono molte integrazioni fra produzione del cibo e altri settori come il turismo e il green care. Non bisogna poi trascurare la selvicoltura, le attività estrattive e quel poco di economia che si sviluppa attorno alle aree naturali protette. Un capitolo importante infine riguarda l'uso dell'acqua in tutte le sue accezioni, compreso l'uso dei vasti territori rurali per la depurazione dei reflui e lo smaltimento dei fanghi. Anche questi sono servizi 'ecologici' il cui pagamento è sottoposto a regole non proprio eque. L'analisi dei nested markets dovrà quindi essere allargata al settore dei servizi e alle *relazioni industriali*, termine che indica in genere i rapporti di lavoro.

I mercati nidificati, oltre alla genesi agricola, hanno altre due accentuazioni: 1) il carattere multifunzionale delle imprese in specie in territori rarefatti dal punto di vista industriale e demografico; tali sono ad esempio le aziende agricole; 2) il carattere ibrido delle relazioni che non corrispondono né al tipo puro dello scambio di equivalenti (mercato) né alla gerarchia. "Nested markets can be seen as a form of hybrid governance as developed in New Institutional Economics in which specific combinations of market incentives and modalities of co-ordination involving some form of hierarchical relationship characterise hybrid forms" (Polman et al 2010).

Come è noto, ibrido può essere una categoria di comodo, un modo per sfuggire a una più stringente concettualizzazione. Ibrido è stata una etichetta usata molto per identificare il terzo settore o il privato sociale. Alcuni studiosi come Donati (...) hanno invece insistito sul fatto che esiste una distinzione forte per il privato sociale che generalmente prende il nome di reciprocità. Essa connota



bene i mercati nidificati, nei quali lo scambio di beni e servizi non si riduce alla singola compravendita, ma innesca relazioni lunghe, vischiose, relative ad aspetti collaterali, improntate al vincolo di mantenere la triade di Mauss (...): (obbligo di) dare, ricevere, contraccambiare. L'ibrido è una relazione commerciale che si interseca con altre motivazioni e scopi che esulano dalla pura funzionalità dello scambio. La

forza euristica del concetto di reciprocità consiste nel lasciare aperta la gerarchia di valori che presiedono allo scambio. Le motivazioni funzionali – mi serve la tua merce – sopravanzano o al contrario sono secondarie rispetto a quelle morali, estetiche e sociali – scambio con te perché è giusto, bello o prestigioso.

Nella letteratura sui nested markets questi elementi sono appena abbozzati (o declinati in altro modo<sup>4</sup>). Si parla infatti di tre loro aspetti: la *specificità* di luoghi, relazioni e beni scambiati (nested market specified by places and networks). Specificità o distintività non significa però secondo Polman et al. chiusura rispetto al mercato più vasto; anzi un nested market può essere incistato dentro un altro ad esempio “the rental market for land and the mortgage market are both nested in the market for land (ownership)”. La distintività – sostanzialmente un fattore cognitivo – produce *riconoscimento*, termine con il quale si indica l’atto esplicito di assegnare valore a qualcosa. Acutamente Van der Ploeg et al. dicono che in questi nuovi mercati si vogliono portare alla luce assunti che il mercato globale tende a nascondere<sup>5</sup>.

Il secondo aspetto riguarda le *infrastrutture socio-materiali* ossia “the set of specific artefacts (that are used to channel flows of goods and services between places and people) and the specific way in which these artefacts are tied together into a coherent and smoothly functioning whole” (van der Ploeg et al. 2012 p. 157). Di questo secondo aspetto, pensiamo ad esempio ad una piattaforma telematica che permette di far acquisti sulla lunga distanza, preme sottolineare due cose: a) anche le strutture di collegamento sono inserite in norme e istituzioni, sono in altre parole a loro volta *embedded*, b)



emergono nuovi intermediari. Per quanto la retorica dei gruppi alternativi insista su filiera corta, disintermediazione, riduzione dei costi di transazione, si assiste all’affermazione di nuovi mediatori. Tipicamente, gran parte dei progetti di sviluppo rurale sono passati dalla mediazione delle associazioni di categoria a nuove agenzie formate da professionisti delle scienze umane e sociali.

Il terzo aspetto riguarda le risorse comuni (*common pool resources* nel linguaggio internazionale). Gli studiosi dei mercati nidificati fanno esplicito riferimento alla teoria di Elinor Ostrom. In effetti, un prodotto alimentare tipico che è riconosciuto sul mercato come salubre e buono è un commons ossia un bene immateriale (fama), che è accessibile a tutti e necessita del contributo di tutti per il suo mantenimento. La stessa cosa si può dire del paesaggio o delle risorse idriche. Se tutti rispettano certe regole di uso del suolo e dell’acqua tutta la zona ne trae giovamento. Tuttavia, le common pool resources non sono gli oggetti in sé che vengono scambiati nei nested markets, ma fattori

---

<sup>4</sup> “They are not anonymous markets. Rather, they are markets with a particular focus (sometimes underpinned by a specific brand, or a specific quality definition, or by relations of solidarity, or specific policy objectives” (van der Ploeg et al. 2012 p. 139).

<sup>5</sup> “While mainstream markets tend to obfuscate the structures in which they are embedded, the newly emerging nested markets are grounded on the explicit recognition of their embedding” Van der Ploeg et al. 2012, p. 140). Aggiungiamo qui alcuni elementi critici o da chiarire della teoria dei nested market: si registra una scarsa attenzione alle filiere lunghe che pure riguardano molti prodotti eticamente connotati; vi sono dubbi sul fatto che la distintività crei legami. E’ un vecchio equivoco presente anche nel concetto di “non luoghi” ovvero che l’anonimato sia alienante mentre i luoghi che manifestano identità specifiche producano necessariamente simpatia e legami. È da approfondire poi l’idea comparsa nell’ultimo testo di van der Ploeg (2016) che i nested market siano capaci di coprire i *buchi strutturali* (Burt) creati dai mercati globali, godendo così di una posizione privilegiata (*tertium gaudens*). C’è infine da chiarire quale sia il grado di apertura dei MN; i mercati globali infatti sono per definizione molto aperti, mentre quelli nidificati sono relativamente chiusi. È evidente però che gli oligopoli della grande distribuzione creano delle rigidità (es. doversi rifornire di un prodotto del proprio circuito che viene assemblato molto lontano, tipico è il caso delle acque minerali).

concomitanti (regole, fiducia, controlli....) che aumentano il loro valore e permettono allo scambio di essere più equo e sostenibile. Il circuito del turismo responsabile vende un servizio di accoglienza con prezzi congegnati per remunerare adeguatamente i lavoratori e i fornitori. Esso prospera però sia perché l'ambiente naturale e storico si è preservato nel tempo sia perché una rete di collaboratori accetta le regole tipiche del turismo responsabile, ad esempio la riduzione dell'uso dell'acqua o di fonti fossili di energia durante la vacanza.

Date queste caratteristiche il passo ulteriore è trovare degli indicatori della presenza di mercati nidificati nelle aree fragili. Essi in genere sono **marchi** o brand di un prodotto/servizio che



esplicitamente esalta aspetti virtuosi come la salubrità, la conservazione delle risorse naturali, il rispetto per i diritti dei lavoratori, la valorizzazione di culture e pratiche minoritarie. Altro aspetto qualificante è la **denominazione del luogo di origine e di consumo**. Generalmente si guarda al primo (origine) ma anche il secondo è qualificante. Ad esempio, colpisce che abiti confezionati in cooperative che si oppongono alla criminalità

organizzata possano avere un proprio sbocco in negozi collocati nel centro storico di città globali, come Milano. Un terzo indicatore riguarda il **numero di addetti e il fatturato** di quanti si riconoscono in un dato marchio o circuito. La sostenibilità economica e ambientale, ovvero sia la durata nel tempo, di simili iniziative è un altro indicatore. Infine non sono da trascurare elementi quali il **capitale sociale, la felicità, il senso di benessere** di produttori, intermediari e consumatori. Evidentemente si tratta di indicatori soggettivi che richiedono inchieste mirate e ripetute nel tempo.

Un aspetto da non trascurare è infine il tema della esclusività: esso riguarda le località di origine di un prodotto, coloro che partecipano alla filiera dal produttore al venditore e i clienti finali. È noto che esiste una querelle sulla esclusività: i puristi dicono che un certo bene commerciale deve essere prodotto solo in una certa zona, venduto da negozi in esclusiva, acquistato regolarmente da clienti che lo usano in maniera prevalente se non esclusiva. È vero che il caffè del commercio equo prescinde dalla località di produzione (buono quello etiope come quello latino americano), ma suscita problemi se si vende anche nella grande distribuzione organizzata e viene comprato di tanto in tanto magari solo per fare un regalo.

Quanto continuo i mercati nidificati è difficile dirlo. La loro segmentazione non è assoluta né permanente. Possiamo cioè aspettarci travasi da un mercato all'altro o dissoluzioni nelle arene commerciali più ampie. Ad esempio, aziende che pur avendo un proprio marchio abbastanza noto finiscono per lavorare prevalentemente per i marchi interni alle società che gestiscono la grande distribuzione. Questo è determinato da vari fattori interni al produttore (ha una massa produttiva che non riesce a commercializzare in proprio) o legati alle strategie di marketing della GDO che in

diversi casi ha raggiunto una tale fama da potersi permettere molti prodotti con il proprio marchio, per altro venduti a prezzi più bassi del marchio originario!

Comunque sia, possiamo pensare a valori attorno al 10% dell'intero settore agricolo delle aree più sviluppate del mondo, così come emerge dalla tabella 1. Si tratta di valutazioni molto generali e datate. Possiamo ipotizzare che dal 2000 i mercati si siano ulteriormente segmentati e sia cresciuta la consapevolezza dei consumatori. Le indagini però riguardano mercati attivati da singole organizzazioni spesso in contesti metropolitani. Altro segmento per il quale è possibile una quantificazione è il commercio equo e solidale. Dati del 2015 parlano di quasi 100 milioni di euro in Italia per il circuito FairTrade, che ha 145 aziende partner, 700 item di prodotti diversi ed è presente in oltre 5 mila punti vendita<sup>6</sup>. Per avere un termine di paragone si tenga conto che la più piccola delle otto GDO operanti in Italia (Gruppo Pam) ha un fatturato nello stesso anno di oltre 2,3 miliardi di euro e la più grande (Coop) naviga attorno ai 10,8<sup>7</sup>. Il circuito del Fairtrade che pure vende anche alla grande distribuzione ha un giro d'affari inferiore a quello del cibo etnico, altro grande mercato nidificato, per altro in forte crescita<sup>8</sup>.

Table 2. Flows of net value added that contribute to the overall agrarian income (2000).

Engagement in classical production of agricultural commodities	86 billion Euros/year
Engagement in newly emerging, nested markets	10 billion Euros/year
Engagement in non-agricultural labour markets	24 billion Euros/year
Partial distantiation from main upstream markets	8 billion Euros/year

**Nota della tabella 1** - Flussi di valore aggiunto netto che contribuiscono al reddito agrario complessivo in Irlanda, Gran Bretagna, Olanda, Germania, Francia, Spagna e Italia (2000, fonte: J.D. van der Ploeg)

Più ampio è il circuito del biologico se si pensa che solo il gruppo EcorNaturasi, il più grande intermediario del settore in Italia, ha avuto un fatturato consolidato 2015 attestato a 330 milioni di euro, mentre il fatturato della rete dei negozi NaturaSì ha raggiunto quota 258 milioni. I punti vendita sono 200 di cui una sessantina in franchising<sup>9</sup>. Il rapporto con il fatturato dell'agroalimentare allargato (circa 330 miliardi) in Italia è circa 100 volte quello di EcorNaturasi.

Dato questo scenario nazionale, **il nostro scopo è vedere se e come i nested markets sono presenti nelle aree fragili**. La presenza in queste località è condizione essenziale e specificità del convegno aree fragili 2018. La povertà di queste aree potrebbe infatti essere la mancanza di mercati nidificati

<sup>6</sup> Anna Spena, Il commercio equo certificato in Italia? Ecco quanto vale. Vita, 8 giugno 2016.

<http://www.vita.it/it/article/2016/06/08/il-commercio-equo-certificato-in-italia-ecco-quanto-vale/139712/>

<sup>7</sup> <http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2017-01-10/la-classifica-gdo-eurospin-e-lidl-volano-bene-esselunga-160424.shtml?uuid=ADOr8ZTC>

<sup>8</sup> "Prendendo in considerazione solo il cibo etnico che passa per la grande distribuzione organizzata (Gdo), nel 2015 il fatturato ha raggiunto quota 160 milioni di euro, quasi il doppio del 2007" <http://espresso.repubblica.it/affari/2016/10/12/news/il-cibo-etnico-muove-milioni-e-non-conosce-crisi-1.285655>

<sup>9</sup> Antonella Moro, La strada del biologico porta alla crescita, Il Sole24ore, Impresa e territori, 27 aprile 2016 <http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2016-04-27/la-strada-biologico-porta-crescita-112303.shtml?uuid=ACessVGD>

e la completa dipendenza sia dal lato dell'offerta che della domanda da circuiti globali, anonimi e con merci/servizi di scarsa qualità, magari anche con prezzi più elevati. L'assenza di intermediari in loco è un ulteriore elemento di fragilità. I criteri per identificare mercati nidificati nelle aree fragili riguardano *specificities of place and networks*. In particolare, i criteri di identificazione sono:

- L'effettivo scambio materiale e/o monetario di beni e servizi
- La possibilità di delimitare e denominare le aree dove si svolge la produzione, l'intermediazione e il consumo
- La presenza di marchi, etichette, brand e del relativo marketing<sup>10</sup>
- La fissazione di luoghi consueti di incontro e riflessione sullo scambio, anche virtuali
- La presenza di programmi, progetti, protocolli di origine pubblica o frutto di partnership pubblico-privato (PPP) e/o dell'azione di ONLUS, generalmente sempre in collaborazione con agenzie pubbliche.

Un'altra strada per identificare i criteri è servirsi di meta variabili entro le quali collocare i casi, come nel seguente box.

		Ambiti di nidificazione	
		Sociale	Ambientale
Modalità di nidificazione	Place-based	De.co Campagne "compra in valle" Dop/Igp	Coop produzione/consumo rinnovabili Gas local food Economie circolari Pagamento servizi ecosistemici
	Network-based	Pomodoro etico Gas etici Commercio equo	Gas ambiente Coop consumo rinnovabili

Gli ambiti sono i valori che vengono veicolati all'interno degli scambi di mercato, sintetizzati con un eccesso di sintesi in sociale e ambientale. A metà tra sociale e ambientale, forse, può esserci anche l'ambito identitario. Si vuole distinguere tra relazioni dove il bene scambiato veicola soprattutto contenuti di giustizia sociale o di attenzione alla dimensione socio-identitaria dello scambio, rispetto a relazioni dove il bene scambiato veicola soprattutto valori ambientali. Nel primo si tutela/valorizza in primis il lavoro, la dignità della persona, la tradizione, una identità, un sistema sociale. Nel secondo si tutela/valorizza in primis l'ambiente, attraverso la veicolazione di beni a basso contenuto di carbonio, che consentono la riproduzione di biodiversità.

Le modalità descrivono le forme e l'ampiezza delle reti di scambio. Sono *place-based* le modalità di nidificazione che mettono al centro un territorio specifico, oltre all'ambito prevalente dello scambio.

<sup>10</sup> Non va dimenticato che la segmentazione del mercato è anche una semplice tecnica di marketing.

Sono *network-based* quelle modalità dove non conta tanto il territorio specifico, quanto il contenuto veicolato nel bene scambiato. Proviamo a esemplificare:

Le campagne “compra in valle”, che gli esercenti del commercio nei piccoli comuni promuovono per garantire la propria sopravvivenza al di là delle dinamiche di mercato che li porterebbe a chiudere per incapacità di competere con la GDO. La nidificazione avviene soprattutto per ambito sociale e per modalità *place-based*. Chi compra nel piccolo esercizio è consapevole di spendere di più rispetto alla GDO, ma si allea con il negoziante perché vuole contribuire a difendere un presidio di socialità nel territorio in cui vive. Il contenuto scambiato è perciò socio-identitario, mentre la modalità di nidificazione basata sul luogo, diventa non solo substrato dove avviene lo scambio (rete spazialmente corta), ma anche parte del contenuto veicolato.

Il pomodoro etico, invece, veicola contenuti sociali legati alla dignità del lavoro, ma in una logica *network-based*. Chi compra il pomodoro etico non intende valorizzare un prodotto tipico di un territorio e non si preoccupa molto delle esternalità ambientali negative di reti di distribuzione spazialmente lunghe. Ciò che importa è che chi lavora nella filiera del pomodoro sia giustamente retribuito e i suoi diritti vengano garantiti. Da dove il pomodoro arriva (e la sua varietà biologica) è poco influente.

Al contrario, vi sono dinamiche simili nelle modalità di nidificazione per le cooperative di consumo di rinnovabili tipo *Ènostra*, che si sviluppano su scala nazionale a partire da consumatori che si aggregano su motivazioni valoriali, ma con contenuto prevalentemente ambientale. Chi scambia energia 100% rinnovabile veicola soprattutto contenuti ambientali;

Diversa però la situazione delle cooperative di produzione e consumo storiche, legate ad esempio all'idroelettrico in montagna e nate prima dell'emergere della questione ambientale, dove il contenuto veicolato non è tanto la questione ambientale (pur essendo rinnovabili), ma lo sviluppo della comunità locale (pertanto sociale).

Le stesse considerazioni valgono per gli altri casi citati nello schema.

Infine il campo di analisi, come detto, riguarda in special modo il settore primario (con le relative filiere), ma deve considerare altri campi delle aree fragili (Meloni e Farinella 2014), fra cui di fondamentale importanza sono:

- il settore assistenziale e sanitario
- l'ambito delle attività ricreative, educative e di animazione socio-ambientale
- il settore delle fonti rinnovabili, con riguardo anche al risparmio energetico<sup>11</sup>.

Trasversale a questi campi vi sono i *rapporti di lavoro* da un lato e gli *scambi di asset finanziari* dall'altra. Anche questi sono a loro volta mercati più o meno segmentati. I sistemi locali del lavoro – sostanzialmente delimitazioni di bacini di pendolarismo – vanno corroborati dall'analisi del tipo di

---

<sup>11</sup> Ciascuno di questi campi è un mercato sui generis; rispettivamente, quello socio-assistenziale è fortemente intrecciato con il servizio sanitario nazionale che permette una certa scelta fra enti erogatori, anche dislocati. Alcune prestazioni, ad es. quella odontoiatrica, sono quasi totalmente esterne al SSN. Per quelle assistenziali la varietà è ancora più ampia e si parla di 'quasi mercati'. Anche l'ambito delle attività culturali vede una ripartizione fra enti pubblici, privati e no profit, i quali però agiscono quasi esclusivamente con fondi pubblici o di fondazioni, dovendo chiedere per i servizi erogati prezzi molto bassi al fruitore finale. In questo ambito inseriamo anche i servizi di progettazione, la cui remunerazione è però decisamente più alta. Ancora più varia è la situazione dei servizi ecologici: per quelli a rete vi è una parziale liberalizzazione (scelta del venditore, ma non del distributore). Fa eccezione il ciclo integrato dell'acqua che è tutt'ora un monopolio relativamente contendibile e frazionabile, ma sul quale i consumatori hanno pochissima voce o scelta (esistono dei comitati degli utenti presso le ATO). Altri servizi ecologici, come l'irrigazione e la sicurezza idraulica non sono mercati. Fa ancora eccezione l'acquisto vendita di quote di bosco per l'emissione di CO<sub>2</sub>, mercato che però appare ora poco chiaro nella sua progressione (vedasi Pettenella).

relazioni che in questi avvengono. Nelle aree rurali prevalgono imprese a conduzione familiare, con pochi lavoratori esterni spesso in condizioni di precarietà contrattuale. Ma le stesse aziende familiari potrebbero essere vessate con contratti di franchising, di committenza esclusiva; diversi anni or sono si parlava di *azione a tenaglia* sulle aziende agricole, costrette a servirsi sia per i mezzi di produzione che per i canali di commercializzazione della stessa ditta (Osti 1993). L'accesso al credito nelle aree rurali è questione annosa nel momento in cui anche le istituzioni che un tempo si chiamavano 'casse rurali' sono costrette a fondersi ex lege o per presunte economie di scala. E' probabile però che anche in questo ambito si formino nuove nidificazioni, puntiformi (singoli progetti) o al contrario molto vaste come a suo tempo fu la Cassa per Mezzogiorno ed ora potrebbe essere Fondazione per il Sud. Da quest'ultima sono nate alcune fondazioni di comunità che potrebbero essere un'ulteriore forma di nidificazione: fondazioni bancarie prevalentemente del nord, che creato una struttura specifica al sud che poi gemma



istituzioni più piccole, in grado con il tempo di reggersi autonomamente. La stessa Banca popolare etica partecipa di queste dinamiche. "Nested markets emerge from processes of agricultural reterritorialization and from new forms of distribution, which aim not only to reconnect the actors (producers and consumers), but also to establish links between the rural and urban (Schneider, Salvate and Cassol 2016, p. 2; vedasi anche Meloni 2016).

Da quest'ultima citazione, dopo aver tolto l'esclusivo riferimento all'agricoltura, emerge un fenomeno generale che in qualche modo sintetizza questa introduzione al convegno 2018: *ri-territorializzazione* e *re-intermediazione*, un fenomeno spaziale ed uno relazionale che si coniugano in nuovi gomitoli. Il filo parte dalla periferia, dalle aree interne o fragili per cercare linee di azione promettenti o 'scambi emancipanti'. La scelta del tema infatti nasce da un evento specifico: l'incendio del ghetto di Rignano (<https://www.facebook.com/groups/1703635496526183/search/?query=rignano>), un'area fragile e un'agricoltura apparentemente forte, rapporti di sfruttamento bestiali. Un modo per reagire è il pomodoro etico, la creazione di mercati nidificati per tutta la filiera. Questo è un caso estremo, ma tante aree sono in condizioni simili. Questo è il filo di gomitolino eclatante; possiamo immaginare che la maggior parte dei mercati nidificati delle aree fragili siano fili molto più sottili per gomitolini altrettanto minuti. A noi il compito di scoprire i gomitolini, dipanare la loro storia, usarli per scambi emancipanti.

## Campagne/movimenti/casi emblematici

- <http://www.greatitalianfoodtrade.it/consum-attori/astenetevi-la-campagna-per-%E2%80%99abolizione-delle-aste-al-doppio-ribasso-e-del-sottocosto>
- Le Galline Felici
- Soci in rete di Banca etica
- Symbola
- Forest Stewardship Council (FSC) Italia, <https://it.fsc.org/it-it>
- TRP Montagna, Turismo Responsabile In Montagna
- <http://www.italiachecambia.org/2017/05/io-faccio-cosi-168-mulino-recuperato-produrre-farine-grani-antichi/>
- <http://www.funkytomato.it/>
- [https://www.facebook.com/pg/vignaioliindipendenti.fivi/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/vignaioliindipendenti.fivi/about/?ref=page_internal)
- <http://www.filierasporca.org/>
- Rete del lavoro agricolo di qualità (INPS)
- [Pomodori e olive di Pietre di Scarto](#), Puglia
- <http://genuinoclandestino.it/>
- [Nuova Cucina Organizzata](#)
- <http://www.e-coop.it/web/guest/origine-tracciabilita> Coop Origine

## Ambiti empirici

- Progetti etici sulla filiera della GDO, tipo Coop
- Filiere etiche di gruppi del sud Italia che agganciano GAS del nord (tipo le galline felici)
- Circuiti alternativi di agricoltori/contadini
- Distretti economia solidale
- Mercati dei servizi socio-sanitari (tipo montagna terapia)
- Lo strano ma frequente caso degli scambi sui servizi ecologici (acqua, CO2, biomasse, fitodepurazione, .....)
- I mercati dello sviluppo locale, fatti di professionisti della progettazione, agenzie di sviluppo, enti locali, utility .....
- soft e sharing economy, con molti distinguo
- .....

## Bibliografia

AaVv 2013. Ricostruire il Futuro. Dal pensiero di Antonio Genovesi pratiche d'impresa oltre la crisi, Laboratorio Nazionale, Documento del Laboratorio di Nuova Economia, Salerno, 10 dicembre 2013

Barbera, F. J. Dagnes, A. Salento e F. Spina (a cura di) 2016. *Il capitale quotidiano*. Un manifesto per l'economia fondamentale. Donzelli, Roma.

Biggeri, U., L. Grion e G. Osti 2015. *La fertilità del denaro. Finanza e responsabilità: un matrimonio impossibile?* Meudon, Portogruaro.

- Bonazzi, G. 2003. *TEORIA DELLE RISORSE E ANALISI ORGANIZZATIVA: UN POSSIBILE INCONTRO INTERDISCIPLINARE*, Sociologia del lavoro, n. 92.
- Bovone, L. e C. Lunghi 2017. *Resistere. Innovazione e vita quotidiana*, Donzelli, Roma.
- Brunori, G. 2012. *Nested markets*. Giornata Internazionale di Studio 'Agriculture through the city', luav, Venezia 25 maggio 2012, <https://issuu.com/viviana.ferrario/docs/brunori>
- Centemeri, L. 2001-2. *Convenzioni e teoria economica: l'approccio interpretativo del programma di ricerca dell'economia delle convenzioni*. Università di Brescia-Dipartimento di Studi Sociali, Dottorato di Ricerca in Sociologia Economica-XVII ciclo.
- Ciconte F. e S. Liberti (a cura di) 2016. *SPOLPATI LA CRISI DELL'INDUSTRIA DEL POMODORO TRA SFRUTTAMENTO E INSOSTENIBILITÀ, TERZO RAPPORTO DELLA CAMPAGNA #FileriaSporca*, novembre,
- Evangelisti, P. 2015. *Tra oïconomica e mercato. La moneta, istituzione pensata nell'Occidente medievale cristiano*, *Les Mélanges de l'École française de Rome - Italie et Méditerranée modernes et contemporaines (MEFRIM)*.
- Evans, P.B. 1989. *Predatory, Developmental, and Other Apparatuses: A Comparative Political. Economy Perspective on the Third World State*. *Sociological Forum*, 4(4), pp. 561-587.
- Fonte, M., e I. Cucco 2017. *Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards a social economy in agriculture*, *Journal of Rural Studies* xxx (2017) 1-12
- Goodman, D. 2010. *Place and Space in Alternative Food Networks: Connecting Production and Consumption*. In Goodman, M.K., D. Goodman and M. Redclift eds. *Consuming Space: Placing Consumption in Perspective*, Ashgate, Farnham, pp. 189-211.
- Hebinck, P., S. Schneider and J.D. van der Ploeg (eds) 2016. *Rural Development and the Construction of New Markets*, Routledge
- Hollingsworth, R. 2012. *The spatial and institutional nestedness of national economies*. In S. Immerfall a cura di, *Territoriality in the Globalizing Society: One Place or None?* Springer. Section: "From national systems of coordination to a complex nested structure of institutional arrangements" p 28 e ss.
- Lie, J. 2016. *From Market to Mode of Exchange*. In Ingyu Oh, Gil Sung Park (eds), *The Political Economy of Business Ethics in East Asia. A Historical and Comparative Perspective*. Chandos Publishing
- Meloni, B. 2016. *Aree Interne, multifunzionalità e rapporto con la città Agriregionieuropa*, Anno 12, Numero 45 Giugno.
- Meloni, B. e D. Farinella 2014. *Nuovi contadini, tra innovazione e regolazione*, Università degli Studi di Milano-Bicocca, 11-12 settembre - Convegno nazionale AIS ELO (Testo in Bozza) <http://sociologia-economica.it/wp-content/uploads/2014/07/Meloni-Benedetto-e-Farinella-Domenica.pdf>.
- Milone, P. e F. Ventura (a cura di) 2012. *Reti rurali. Il futuro verde delle regioni europee*, Donzelli, Roma.
- Oostindie, H.A. et al. 2010. *The central role of nested markets in rural development in Europe*, in "Rivista di Economia Agraria", vol. LXV, n. 2, pp. 191-224.
- Osti, G. 1993-4. *Sociologia rurale*, *Sociologia Urbana e Rurale*, XV-XVI, n. 42-43, pp. 42-61.
- Osti, G. 2015. *Socio-spatial relations: an attempt to move space near society*, *Poliarchie/Polyarchies*, 4, pp. 1-24.

PERROTTA, D. 2016. GHETTI, *BROKER E IMPERI DEL CIBO*. La filiera agro-industriale del pomodoro nel Sud Italia, *Cartografie sociali. Rivista di sociologia e scienze umane*, vol. 1, n. 1, pp. 261-288.

Perrotta, D. 2016. Processing tomatoes in the era of the retailing revolution. Mechanization and migrant labour in northern and southern Italy. In A. Corrado, C. de Castro, D. Perrotta (Eds.), *Migration and agriculture. Mobility and change in the Mediterranean Area*, London, Routledge, 2016, pp. 58-75

Polman, N. et al. 2010. Nested market with common pool of resources in multifunctional agriculture, in "Rivista di Economia Agraria", vol. L, XV, n. 2, pp. 295- 318

Rocchi, B. 2013. Produzione agricola e beni relazionali. *Rivista di Economia Agraria*, n. 3-201

Schneider, S., N. Salvate and A. Cassol 2016. Nested Markets, Food Networks, and New Pathways for Rural Development in Brazil *Agriculture* 2016, 6, 61; doi:10.3390/agriculture6040061

Soyeun, K. and T. Jamal (2015). "The Co-Evolution of Rural Tourism and Sustainable Rural Development in Hongdong, Korea: Complexity, Conflict and Local Response." *Journal of Sustainable Tourism* (2015).

van der Ploeg, J.D., Y. Jingzhong & S. Schneider 2012. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Journal of Peasant Studies*, 39:1, 133-173

van der Ploeg, J.D. 2016. Newly emerging, nested markets. A theoretical introduction. In Hebinck, P., S. Schneider and J.D. van der Ploeg (eds). *Rural Development and the Construction of New Markets*, Routledge, pp. 16-40.

Ventura, F., A. Schiavelli, P. Milone 2016. Direct food. *Agricoltori e consumatori alla riconquista del mercato*, Prefazione di Jan Douwe van der Ploeg, Donzelli, Roma.

Wilkinson, J. 2010. Recognition and Redistribution of Rural Space: The Dynamics of Aesthetics and Ethical Groups,. In Goodman, M.K., D. Goodman and M. Redclift eds. *Consuming Space: Placing Consumption in Perspective*, Ashgate, Farhnam, pp. 97-120.

**Gruppo di riferimento** (non si tratta di adesioni, ma di una lista aperta elaborata dal gruppo promotore)

Filippo Barbera, Fabio Berti, Gabriele Blasutig, Nunzia Borrelli, Emanuela Bozzini, Giovanni Carrosio, Francesco Caruso, Alessandra Corrado, Francesco di Iacovo, Fiammetta Fanizza, Maria Fonte, Francesca Forno, Giovanni Paganuzzi, Piero Magri, Antonio Pastore, Domenico Perrotta, Davide Pettenella, Pierluigi Milone, Natalia Magnani, Andrea Povellato, Benedetto Rocchi, Devi Sacchetto, Simone Siliani, Francesco Silvestri, Pierluigi Stopelli, Francesco Vanni, Flaminia Ventura ...

**Gruppo organizzatore**

Chiara Zanetti, Giorgio Osti, Luca Martinelli, Daniela Luisi, Giovanni Carrosio

**Partner istituzionali**

Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali-Università di Trieste, Fondazione Finanza Etica-BPE, Dipartimento Università di Padova, Cooperativa Porto Alegre-Rovigo, Provincia di Rovigo