

Urban@it
Centro nazionale di studi
per le politiche urbane

Quarto Rapporto sulle città

Il governo debole delle economie urbane

Società editrice il Mulino

*La pubblicazione di questo volume è stata resa possibile
grazie al patrocinio di*



I lettori che desiderano informarsi sui libri e sull'insieme delle attività della Società editrice il Mulino possono consultare il sito Internet: **www.mulino.it**

ISBN 978-88-15-28045-9

Copyright © 2019 by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito **www.mulino.it/edizioni/fotocopie**

Redazione e produzione: Edimill srl - www.edimill.it

Nota editoriale

Il quarto Rapporto sulle città di Urban@it è stato curato da *Ernesto d'Albergo, Daniela De Leo e Gianfranco Viesti*.

Pur trattandosi di un lavoro in costante confronto e con una forte collaborazione tra i componenti di Urban@it, il testo nella sua versione finale è da attribuirsi a:

- Presentazione, *Valentino Castellani*.
- Le economie delle città italiane: un quadro interpretativo e qualche proposta, *Ernesto d'Albergo* (parr. 2, 3 e 4), *Daniela De Leo* (parr. 2, 3 e 4) e *Gianfranco Viesti* (parr. 1 e 4).

Parte prima, a cura di *Gianfranco Viesti*.

- Capitolo I, *Antonio Accetturo, Andrea Lamorgese, Sauro Mocetti e Paolo Sestito*.
- Capitolo II, *Luca Garavaglia*.
- Capitolo III, *Simone Ombuen*.
- Capitolo IV, *Edoardo Zanchini*.

Parte seconda, a cura di *Daniela De Leo*.

- Capitolo V, *Patrizia Battilani* (par. 1), *Valentina Orioli* (par. 2), *Giovanna Iacovone* (par. 3), *Massimo Morisi* (par. 3) e *Annick Magnier* (par. 3).
- Capitolo VI, *Mariavaleria Mininni* (parr. 1, 3 e 5), *Sergio Bisciglia* (par. 4) e *Egidio Dansero* (par. 2).
- Capitolo VII, *Elena Ostanel, Fabrizio Panozzo e Maria Chiara Tosi*.
- Capitolo VIII, *Simonetta Armondi* (parr. 1, 2 e 4), *Stefano Di Vita* (parr. 1, 2 e 4), *Corinna Morandi* (parr. 1, 2 e 4), *Cristiana Rossignolo* (parr. 1, 3 e 4) e *Nadia Caruso* (parr. 1, 3 e 4).
- Capitolo IX, *Giulia Li Destri Nicosia* (par. 4), *Giovanni Carrosio* (parr. 1 e 3) e *Nadia Nur* (par. 2).

Parte terza, a cura di *Ernesto d'Albergo*.

- Capitolo X, *Claudia Tubertini*.
- Capitolo XI, *Andrea Ferri, Giuseppe Ferraina e Vittorio Ferri*.
- Capitolo XII, *Valeria Fedeli* (par. 3) e *Giulio Citroni* (parr. 1 e 2).
- Capitolo XIII, *Maurizio Busacca e Francesca Gelli*.
- Capitolo XIV, *Giulio Moini, Barbara Pizzo e Serena Vicari Haddock*.

Costituiscono parte integrante del Rapporto i *Background papers* che numerosi autori hanno prodotto per Urban@it e che sono pubblicati nel n. 2/2018 di «Working Papers. Rivista online di Urban@it» sul sito <http://www.urbanit.it>.

Indice

Presentazione	p.	9
Le economie delle città italiane: un quadro interpretativo e qualche proposta		15
<i>Parte prima: Dinamiche economiche e aree urbane</i>		
I. Sviluppo locale, economie urbane e crescita aggregata: i risultati di una recente ricerca della Banca d'Italia		41
II. Tra competizione e integrazione: il ruolo delle città nell'economia del Nord		53
III. Rendite e finanziarizzazione nelle trasformazioni urbane		63
IV. La mobilità e l'economia delle città		75
<i>Parte seconda: Spazi della trasformazione, soggettività e forme di innovazione</i>		
V. Turismo, centri storici e contesti metropolitani		87
VI. Sistemi del cibo nelle economie urbane e periurbane		99
VII. La metamorfosi territoriale dei distretti industriali		111

VIII. <i>Make in Italy</i> tra vuoti urbani e piccole economie	p. 123
IX. Le economie dei migranti e dell'accoglienza nei sistemi produttivi rurali e urbani	133
<i>Parte terza: Innovazioni e difficoltà nel governo delle economie urbane</i>	
X. Istituzioni, politiche metropolitane e sviluppo economico	145
XI. Oltre l'austerità. Gli investimenti nelle città e il regionalismo differenziato	157
XII. La riorganizzazione delle società partecipate: innovazione e governo locale	175
XIII. Le Fondazioni come agenti di sviluppo nella <i>governance</i> urbana	189
XIV. <i>Business</i> immobiliare e <i>governance</i> urbana: i casi di Porta Nuova a Milano e dell' <i>headquarter</i> Bnp Paribas a Roma	201
Bibliografia	215
Gli autori e i collaboratori	241

Capitolo sesto

Sistemi del cibo nelle economie urbane e periurbane

1. La riconfigurazione del rapporto urbano/periurbano e locale/globale

Una diffusa visione *spatial fix* produttivista [Sonnino 2017] ha portato a guardare a lungo alla città solo come spazio dell'iperconsumo e alla campagna come ambito della produzione intensiva, perdendo di vista quella ricchezza tra urbano e rurale che nel passato aveva prodotto forme e privilegi di raccolta tra spazio agricolo e usi urbani. Il *sistema del cibo* appare in grado, invece, di riaprire spazi di elaborazione teorica e pratica sulla terzietà del *periurbano*¹, uscendo dalla logica binaria città-campagna e sondando le molteplici progettualità che ci propone il loro approssimarsi [Mininni 2012]. Oggi sta emergendo, diffusamente, un'impostazione teorica che al dualismo degli estremi, micro e macro, globale e locale, punta a una dimensione discorsiva bimodale [Sonnino 2016] che apre al confronto critico tra qualità e quantità, sotto e sopra consumatori, obesità e malnutrizione, operando il *rescaling* del globale nel locale.

Questa nuova postura pone le realtà urbane in prima linea, sia per l'alto numero di soggetti consumatori che si concentrano nella città, sia per la grande varietà di sistemi alimentari che gli ambiti urbani propongono. Soprattutto riconoscendo quanto le scelte e gli stili alimentari, che la città aiuta a elaborare, possano incidere nei settori della produzione e del sistema del cibo in generale [Mazzocchi e Marino 2018].

Ri-conoscere le relazioni tra cibo ed economia urbana nella prospettiva indicata dal dibattito internazionale, ovvero quella

¹ Periurbano come dispositivo per territori *più città e più campagna*, come profetizzava Mumford nella seconda metà del secolo scorso.

del *city-region food system* (Crfs) [Hinrichs 2003; Blay-Palmer *et al.* 2018], consente di sperimentare nuove strade nel governo del territorio verso obiettivi di sostenibilità che uniscano dimensioni ambientali, sociali, economiche e istituzionali nelle relazioni tra processi locali e dinamiche sovralocali². Riavvicinando lo spazio alle economie attraverso l'orientamento delle scelte, grazie alla riflessività urbana, allora il sistema locale del cibo [Tecco *et al.* 2017] può farsi promotore di una *governance* partecipativa, impensabile in altre scale, che le città possono più facilmente attivare date le implicazioni globali in cui la *food chain* si muove.

Da queste premesse, si dà qui conto, in particolare, di come Torino, nella sua area metropolitana, e Matera, nell'ambito regionale di riferimento, siano entrambe variamente interessate dai sistemi economici a elevata transcalarità del cibo, indicando, in conclusione, alcuni necessari indirizzi di *policies*.

2. Produzioni e distribuzioni funzionali nell'area metropolitana torinese

Tra la ventina di città italiane aderenti al *Milan urban food policy pact*, Torino è, sin dal suo avvio, tra quelle che più hanno fatto dei passi in avanti verso una politica locale del cibo, per quanto si tratti di un processo ancora in divenire e dagli esiti non scontati [Dansero e Toldo 2018; Pettenati *et al.* 2018]. Molte sono le iniziative che, soprattutto in seno alla città metropolitana, sono state avviate dal Duemila in avanti sui temi del cibo e dell'alimentazione, con l'obiettivo di riavvicinare il mondo della produzione e del consumo, aumentando nel contempo la qualità e la sostenibilità del cibo prodotto e consumato in questo territorio [Dansero e Puttilli 2014; Dansero e Pettenati 2015], ed evidenziando la dinamicità delle economie urbane legate al cibo.

Il quadro delle economie urbane del cibo nel torinese evidenzia innanzitutto spazi e momenti del sistema che nutre Torino

² Sono questi allo stesso tempo presupposti e obiettivi alla base dell'orizzonte delle politiche locali del cibo (seguendo la locuzione preferita dalla neonata rete italiana di ricerca) che ha trovato nel *Milan urban food policy pact* (Mufpp) un fondamentale stimolo e orientamento a lavorare in rete in una prospettiva internazionale, con interessanti esperienze in corso in varie città italiane [Calori, Federici e Maggi 2018; Mazzocchi e Marino 2018; Pettenati *et al.* 2018].

entro una dimensione inevitabilmente metropolitana³ con effetti e possibilità di regolazione relativamente autonomi del *sistema locale del cibo*⁴. Nel considerare, infatti, le economie urbane legate al cibo, la questione dei confini della metropoli torinese appare evidentemente cruciale. Da un lato abbiamo la città di Torino, troppo piccola per *comprendere* il sistema del cibo, e dall'altro la città metropolitana, variamente interpretabile se intesa come area morfologica, o estesa alla prima e seconda cintura di Torino o a centri come Ivrea, Pinerolo e Susa, o a tutta la regione funzionale urbana [Tecco *et al.* 2018] con 316 comuni e un'elevatissima eterogeneità territoriale, dai paesaggi di alta montagna, alla collina, alla pianura [Gottero 2016].

Se Torino ha perso due terzi della propria superficie agricola utilizzata (Sau) nel trentennio 1980-2010, alcuni comuni della prima e seconda cintura l'hanno aumentata, mentre la città metropolitana nel suo complesso conta 120.000 ettari di seminativi, 45.000 ettari di colture permanenti e 13.500 aziende cerealicole, con un'industria alimentare che pesa per il 9% del totale (con 2.193 imprese attive sulle 24.368 imprese industriali), il 2,9% della superficie agricola utilizzata con 1.324 operatori attivi nel biologico [Dansero, Fassio e Tamborrini 2018; Gottero 2016].

In questo quadro, vale la pena di sottolineare che sono oltre 600 i produttori del territorio metropolitano (istituzionale) che partecipano alle reti agroalimentari alternative (Afn)⁵ che nutrono Torino [Dansero e Pettenati 2015]. La maggior parte di essi proviene da una zona compresa nel raggio di 50 km, confermando

³ Si rinvia ai lavori dell'*Atlante del cibo* [Dansero, Fassio e Tamborrini 2018; Dansero, Pettenati e Toldo 2015], www.atlantedelcibo.it e a Pettenati *et al.* [2018] e Tecco *et al.* [2018].

⁴ Cosa del tutto differente dal sistema del *cibo locale* che, prendendo le distanze da ideologie acritiche basate sulla presunta superiorità del cibo locale, si smarca dalla cosiddetta *local trap*, particolarmente insidiosa in questo ambito [Born e Purcell 2006].

⁵ Per dare un'ulteriore idea della presenza di *Alternative food network* (Afn), al 2015 si contavano 121 *Gruppi di acquisto solidale* (Gas) nella città metropolitana, di cui 73 a Torino, 21 in prima cintura e 12 in seconda cintura; 70 *farmer markets* nella città metropolitana, di cui 15 a Torino e prima cintura con mercati rionali giornalieri nella sola Torino (366 banchi alimentari nel solo mercato alimentare di Porta Palazzo), mentre il 26% delle aziende agricole fanno vendita diretta, rifornendo una clientela di prossimità [Grasseni 2013; Dansero, Fassio e Tamborrini 2018; Dansero e Pettenati 2015].

l'importanza data alla provenienza locale dei prodotti venduti attraverso queste reti, con una particolare concentrazione di produttori in tre aree specifiche:

a) le colline che circondano Torino sul lato est e sud-est dell'area metropolitana;

b) il Roero collinare;

c) le aree pedemontane comprese tra l'area urbana di Torino e le valli Susa, Chisone e Pellice (tutte aree comprese nell'area funzionale di Torino) [Dansero e Pettenati 2015].

Se poi passiamo a considerare altri aspetti rilevanti che connotano l'economia legata al cibo nel torinese, abbiamo 186 *Maestri del gusto* coinvolti nel progetto della locale Camera di commercio, con alcune specializzazioni che riguardano la trasformazione del cacao, del cioccolato e della pasticceria. Per il cioccolato, ad esempio, nella città metropolitana si contano 72 imprese nel 2016 che rappresentano il 66% del totale piemontese, evidenziando come il distretto piemontese del cioccolato sia il maggior centro a livello nazionale, con quasi il 40% del cioccolato prodotto in Italia. La specializzazione del caffè, sempre al 2016, rileva 49 imprese attive nella lavorazione, di cui 18 nel comune di Torino, con micro-realtà che affiancano importanti marchi come Lavazza, Vergnano e Costadoro e un comparto che dà lavoro a 1.800 addetti su un totale nazionale di 7.000 [Dansero, Fassio e Tamborrini 2018].

Il rapporto tra sistema del cibo e territori può risultare altresì evidente considerando anche le modalità con cui la distribuzione di alimenti, tendenzialmente di qualità, e la ristorazione diffusa stano cambiando parti significative del contesto urbano. Su tutti citiamo il caso *Eataly*, divenuto progressivamente un marchio importantissimo a livello nazionale e internazionale ma, di fatto, partito dalla valorizzazione dell'ex stabilimento Carpano, simbolo del vermut (altra eccellenza torinese), di fianco al Lingotto [Barbera e Dagnes 2016]. A questo proposito occorre considerare la progressiva penetrazione della grande distribuzione nel centro storico, pur cambiando strategia: si consideri, per esempio, il centro integrato (negozi, ristorante, libreria) *Fiorfood* della Coop in uno dei punti più lussuosi della città (Galleria San Federico), o il caso più eclatante di trasformazione della città in relazione alla specializzazione serale e notturna nella fornitura di cibo e bevande che è il quartiere di San Salvario, noto alle cronache per la sua con-

flittualità e presenza diffusa di migranti. Qui, in un quadrato di 400 m di lato, in seguito a trasformazioni, a partire dagli anni Novanta, del mercato immobiliare e processi di *gentrification*, si registrano oggi circa 210 esercizi commerciali attivi nella somministrazione di alimenti [Dansero, Fassio e Tamborrini 2018]. Completano infine il quadro una molteplicità di iniziative legate alla lotta agli sprechi alimentari e alla gestione delle eccedenze per affrontare situazioni di marginalizzazione sociale [Pettenati *et al.* 2018].

Rinviando all'*Atlante del cibo di Torino metropolitana* per un maggior dettaglio, questa rassegna sull'economia legata al sistema del cibo si colloca nella prospettiva con cui alcune politiche locali del cibo sono state avviate negli ultimi anni [Bottiglieri, Pettenati e Toldo 2016; Dansero e Toldo 2018; Pettenati *et al.* 2018]. Nonostante i successi, soprattutto in termini di partecipazione, ottenuti da questi processi e il fatto che la nuova amministrazione pentastellata, pur operando in discontinuità con la precedente amministrazione, abbia fatto proprie molte delle proposte dell'intenso lavoro di progettazione verso politiche locali del cibo, Torino e la sua città metropolitana non hanno ancora raggiunto l'obiettivo auspicato di costruire e avviare una vera e propria politica del cibo [Dansero e Toldo 2018]. La prospettiva, su cui l'amministrazione comunale sta lavorando da tempo, è di avviare una *Food commission* capace di coniugare obiettivi di *marketing*, competizione territoriale e sviluppo economico locale, con quelli del miglioramento del sistema locale del cibo verso una maggiore sostenibilità ambientale, territoriale e sociale, coinvolgendo attori *forti* del comparto agroalimentare locale [Pettenati *et al.* 2018].

Considerare in modo integrato il sistema del cibo non aiuta solo a riconoscere dinamiche economiche in corso che rischiano di sfuggire ad analisi basate su chiavi di lettura tradizionali, ma porta anche a stimolare innovazioni e nuove progettualità ponendo questioni inedite, a Torino come in altre città italiane [Mazzocchi e Marino 2018; Calori, Federici e Maggi 2018]. Partire dal cibo, infatti, seguendo la sua filiera, consente di evidenziare l'importanza (economica, funzionale e spaziale) delle diverse fasi, nonostante risulti particolarmente arduo dare una dimensione quantitativa credibile dell'impatto complessivo. Si pensi, per esempio, alle articolazioni e implicazioni come quelle della logistica, che lega le grandi piattaforme pubbliche o miste (i residui centri agroalimentari ancora attivi), quelle private della grande distribuzione

organizzata (Gdo) e della distribuzione diffusa, fino alle nuove forme di distribuzione *on demand*, che costituiscono un tassello importante della cosiddetta *gig* e *new economy*, con le annesse controversie che hanno recentemente riguardato la situazione contrattuale dei *rider* e le grandi compagnie come *Foodora*.

3. Matera tra nuovi modelli di produzione alimentare e filiere locali deboli

La visione *city-region food system* è ancora poco percepita a Matera, pur essendo una città a spiccata ruralità in una regione interamente rurale (Accordo di partenariato 2014-20), dove il cibo è marcatore culturale ad alto valore simbolico. Renderlo visibile è fondamentale per passare dalla rigidità delle maglie settoriali in cui si muove alla ricchezza dei flussi, dei comportamenti e delle pratiche che la transizione alimentare attualmente in corso sta producendo.

Problematizzare il fenomeno, oltre i luoghi comuni, aiuta a leggere la trasformazione in atto di alcuni processi urbani contemporanei che pervadono Matera [Mininni 2017], simili a quelli di altre città sottoposte alla pressione del turismo, dove non c'è da gestire la crisi ma da regolamentare la crescita, per passare dai modelli di *dove andare* a quelli di *cosa cercare*, allargandosi al *tasting the landscape* come esperienza cognitivo-sensoriale di cibo e paesaggio.

Da una prospettiva critico-ricognitiva che ci offre una ricerca in corso⁶, seguendo il modello etnografico *follow the things* [Hannerz 2004] a cui nei tempi recenti si affida l'economia politica, si stanno ricostruendo le mappe del sistema alimentare in rapida evoluzione, mettendo in luce nessi e distopie dei flussi di materie, informazioni e stili di consumo, passando attraverso le diverse fasi in cui il cibo entra negli spazi urbani.

Nonostante le dimensioni aziendali ridotte (da 1 a 9 addetti), l'*agrifood* ricopre in Basilicata un ruolo importante per l'occupazione (l'8,36% di addetti, valore più che doppio rispetto alla

⁶ Si fa riferimento alla costruzione della piattaforma www.atlantedelcibomatera.it per implementare una *governance* alimentare, nata nell'ambito della ricerca 4.2 *Smart Basilicata culture and tourism*. Cfr. Mininni, Santarsiero e Bisciglia [2018].

media italiana) e per la presenza di prodotti agroalimentari tipici e di qualità (numerosi Dop, Igp e presidi *Slow food*), ampiamente diversificati e diffusi su tutto il territorio lucano. L'*agrifood* è importante anche per la numerosità delle imprese agroalimentari, il 24% dell'industria manifatturiera regionale, superata solo dal comparto della meccanica e della metallurgia. E, infatti, pur essendo poco sviluppata in relazione al valore aggiunto complessivo, inferiore a quello dell'agricoltura, l'industria alimentare in Basilicata presenta un ampio spettro di varietà locali non ancora valorizzate che sono il naturale collegamento tra cultura locale, agricoltura, paesaggi e ambiente.

Dalle indagini svolte emerge:

a) uno scarso collegamento tra la produzione agroalimentare locale e la città (distribuzione e ristorazione);

b) poca consuetudine a frequentare la campagna periurbana come spazio di pertinenza della città e dei cittadini;

c) la percezione della campagna come spazio produttivo subito profondo ed eterodosso, dal momento che in gran parte è stato acquistato dagli intraprendenti altamurani e gravinesi.

Di contro, l'agricoltura urbana materana (2% della superficie totale) presenta i caratteri di una ruralità mai espunta dalla città, fatta di autoconsumo e microeconomie, insieme alle nuove pratiche introdotte dall'*attivismo giardiniero* in cui rientrano gli orti realizzati nell'ambito del progetto *Garden topia*, uno dei progetti leader del dossier *Matera Capitale europea della cultura* (Ecoc), finanziato dalla Fondazione.

La geografia del cibo in città mostra una resistenza all'innovazione nelle aree urbane non investite dal turismo, soprattutto nei quartieri costruiti tra gli anni Cinquanta e Settanta, con esercizi alimentari pluridecennali che non si sono mai ammodernati e che servono solo gli abitanti. A fronte dell'alto *turn over* dei negozi nel centro e nei Sassi, molti dei quali propongono cibo da asporto o abbinano alla vendita la degustazione dei prodotti locali, le periferie più esterne, a contatto con lo spazio agricolo periurbano, stanno diventando nuove centralità per la presenza di punti di vendita e produzione di prodotti che, il più delle volte, hanno lasciato il centro per l'aumento dei canoni di locazione e ne approfittano, allora, per ingrandirsi e rinnovarsi (caseifici, panificatori, pastai). Iniziative che, fuori dalla ribalta del centro, si autoproducono e si attrezzano, nel deserto dello spazio

pubblico che gli è stato concesso, creando *altre piazze* dove i materani si ritrovano a fare la spesa, dove frequentano ristoranti in cui si mangia ancora locale, pagando i prezzi di sempre. Tali manifestazioni di nuovi comportamenti sociali che hanno il cibo come *medium* sembrano quindi configurare un processo di *polarizzazione* in atto nella città di Matera, comune a tante città e territori investiti da consistenti fenomeni turistici ma, tanto più visibile e tanto più rapido per l'effetto moltiplicatore dell'evento di Matera Capitale europea della cultura 2019, che ha allargato ancor di più la frattura tra parti della città, quanto tra ambiti e settori economici [Mininni, Santarsiero e Bisciglia 2018].

Questa effervescenza non è un fenomeno guidato o controllato nei suoi effetti dal momento che, finora, la città non è riuscita a coglierla nelle sue potenzialità né l'amministrazione a tentare di regolamentarla. Il recupero già completato del Mulino Alvino, simbolo dell'antica arte pastaia materana, ancora in attesa di una destinazione (Museo dell'arte bianca o Centro congressi?), ma soprattutto gli esiti della riconversione dell'ex Barilla, che occupa un'area urbana strategica (porta nord della città), oggetto di importanti trasformazioni urbane (piano periferie a Piccianello, nuova fermata Ferrovie appulo-lucane, Fabbrica del Carro della Madonna della Bruna), costituiranno un banco di prova dell'amministrazione, per vedere se sarà capace di dare al cibo un valore strategico, e di incidere sulla qualità delle scelte gestendo il processo [Mininni, Favia e Bisciglia 2017]. Ad ogni modo è innegabile che la variazione della qualità e quantità della domanda alimentare, le contaminazioni della tradizione e l'aggiornamento dei valori patrimoniali alimentari, i nuovi spazi del consumo di cibo, sempre più invadente nello spazio pubblico, stanno invertendo le geografie urbane dell'autentico e non autentico [Mininni *et al.* 2018].

A fronte di questo, un crescente attivismo imprenditoriale dal basso – che promuove i propri prodotti approfittando della vetrina urbana – sta definendo i termini di una potenziale politica alimentare per la città, mostrando quello che le istituzioni dovrebbero fare. Tra questi:

- *Agristories*, un consorzio di produttori agroalimentari lucani che ha deciso di mettersi insieme e presentare aziende e prodotti in città, approfittando del grande flusso di pubblico, offre la degustazione al tavolo e il racconto dei territori da cui i cibi provengono, spingendo a visitarli.

– *Pane cotto*, nato come cooperativa sociale da una precedente esperienza di consorzio imprenditoriale etico (*città essenziale*, che sostiene *in primis* la persona e il suo bisogno di lavorare), coniuga la valorizzazione della territorialità delle risorse (enogastronomia, artigianato artistico, turismo) rilanciando l’inclusione sociale e la lotta alla povertà.

– *L’Altraspesa: Economia sostenibile*, una *start-up* arrivata al secondo posto nel premio regionale *Manifattura delle idee*, costituita da alcuni lavoratori fuoriusciti volontariamente dai circuiti della Gdo, promuove una piattaforma per la spesa di *sharing economy* ed economia condivisa, con l’obiettivo della lotta allo spreco ridistribuendo il sovrappiù.

– *Agrinatural*⁷, nata dentro un progetto finanziato dalla regione (Fermenti urbani), è un’associazione sorta a Matera con l’obiettivo di sostenere i cittadini nei processi di riqualificazione urbana delle aree verdi abbandonate, pubbliche o private, per trasformarle in orti, giardini e aree di relazione. Tra gli scopi, vi è quello di incentivare pratiche orticole nei terreni urbani abbandonati (10% superficie totale), con evidenti vantaggi sulla sostenibilità urbana, ma anche economici, come il risparmio in spese di gestione del verde, microeconomie, esternalità sul mercato immobiliare per la maggiore dotazione di verde, ecc.

Piccole storie che raccontano di un’antica tradizione di sobrietà, nuove economie di vicinato e presidi sociali di *welfare*, leggero come quello delle mense parrocchiali, che agiscono sempre di più dove la politica pubblica è inadempiente come corpo intermedio pubblico attivante.

4. Matera. Consumi alimentari e assetti spaziali

Complessivamente Matera potrebbe risultare un caso interessante di combinazione di due fenomeni di diversa portata e valenza: la *performance* in controtendenza rispetto agli andamenti regressivi dei consumi alimentari nel resto d’Italia, evidenziati nell’ultima fase recessiva, e il rapido ed esponenziale incremento del suo sviluppo turistico, dovuto alla nomina a Capitale europea della cultura 2019. Per quanto riguarda il primo fenomeno, i

⁷ Cfr. www.agrinatural.it.

dati relativi agli anni 2015 e 2016, considerati i primi della fase post-recessiva, indicano che:

- l'intero contesto lucano, nonostante lo strutturale basso reddito pro capite, ha registrato il tasso di crescita più alto, dopo la provincia autonoma di Bolzano, del reddito disponibile delle famiglie consumatrici (*conti economici territoriali e Indagini sulle spese delle famiglie* dell'Istat relative al 2015) [Prometeia 2016];

- nella complessa congiuntura economica degli anni 2007-2016 (secondo un'indagine di Confesercenti su dati Istat ed Eures-Cer del 2017), l'impatto sui consumi ha mostrato una controtendenza all'incremento piuttosto che alla contrazione, misurata con l'indicatore della spesa media annuale delle famiglie, aumentata dell'1,90%.

Di tale maggiore propensione al consumo, per la verità non lineare in questo arco di tempo, la quota per la spesa alimentare è risultata una delle voci con incidenza più alta, definendo un profilo regionale e provinciale caratterizzato da una spesa maggiore rispetto ad altre aree d'Italia per alimenti e abbigliamento, minore per l'abitazione. Va detto che questo andamento ha comunque un carattere strutturale in Italia, dove la quota di spesa alimentare è inversa rispetto alla spesa media mensile totale: più bassa nelle regioni dove la seconda è di livello più elevato, più alta in quelle dove tale livello è più basso. Tra queste, tutte del Sud, c'è la Basilicata con il 22,6%. Ma tale spesa alimentare va ulteriormente articolata, perché quella cosiddetta *fuori casa*, collegata al settore della ristorazione – seppur non scorporabile da quella della ricettività, della ricreazione e della cultura – è tra le più basse in assoluto (6,1%)⁸.

Si può supporre quindi come siano attribuibili al consumo *fuori casa* del segmento turistico alcune fondamentali trasformazioni che stanno interessando l'ambito del consumo, considerando che la variazione in termini quantitativi degli esercizi di ristorazione

⁸ La congruità di tale andamento rispetto al contesto materano è stata verificata attraverso un'indagine sul campo che prevede anche la raccolta di interviste a un campione di testimoni del settore della ristorazione, stratificato sulla base dell'ubicazione degli esercizi sul loro livello qualitativo e sulla differenza di *target*, e una parallela che coinvolge le famiglie su eventuali mutamenti degli stili di vita alimentari consolidati.

potrebbe aiutare a tratteggiare la transizione in atto: il confronto tra l'aumento del 150% del numero di tali esercizi spazialmente concentrata, passando dai 64 del 2007 fino ai 160 del 2017, e le interviste svolte ai ristoratori e consumatori profila una tendenziale polarizzazione, anche spaziale, degli stili di consumo riassumibili in alcuni aspetti:

a) una concentrazione di esercizi di qualità più elevata, misurata attraverso la citazione in importanti guide di settore e l'interesse di *chef* non locali o locali con esperienze in ristoranti prestigiosi, poi ritornati nella loro terra d'origine – tutti spinti dall'onda della nomina di Matera a Capitale europea della cultura, come dichiarano nelle interviste – a investire in aperture di locali di *target* più elevato, con interventi innovativi ad opera di *creativi*, anche stranieri, negli ambienti suggestivi delle antiche grotte e dei palazzi signorili;

b) una tendenza alla differenziazione delle modalità di offerta gastronomica con la spinta a integrare la semplice vendita distinguendosi con la somministrazione della qualità certificata dei prodotti locali, oppure abbinando al cibo esperienze culturali differenti, come la letteratura, il cinema, la fotografia o la musica.

Nelle aree centrali, quindi, il *target* principale dell'offerta è quello turistico, ed è qui che si determina una mutazione genetica del patrimonio gastronomico locale, sia attraverso le innovazioni di pietanze tradizionali, sia attraverso il loro adattamento a gusti non avvezzi a una cucina rurale *povera* e ipercalorica tipica delle aree interne.

Le aree più esterne al centro non sembrano essere state investite da tale dinamicità, ed è qui che i residenti sembra preferiscano consumare i loro pasti *fuori casa* secondo tradizione. Seppur di origine contadina e investita da quel processo di patrimonializzazione che si basa sulla riduzione della distanza tra la sfera della produzione e quella del consumo, tale tradizione alimentare locale non si traduce in una presenza di attività di ristorazione agrituristica nelle aree rurali – a differenza di ciò che accade nei comuni murgiani limitrofi, come Altamura o Gravina. Lo scenario che in tal modo viene a definirsi è quello di una fondamentale polarizzazione dei consumi che rispecchia quella socio-spaziale che Goffman definirebbe come scena e retroscena turistici.

5. Il locale come possibilità di regolazione

I sistemi territoriali del cibo analizzati fanno emergere il ruolo necessario delle politiche nelle economie urbane [Mazzocchi e Marino 2018]. Entrambi i casi evidenziano il locale come esplorazione e costruzione di possibilità di *regolazione* del sistema del cibo, per cui il territorio di questo locale non è definito dalle competenze politico-amministrative, ma è prodotto incrociando spazi funzionali, territori culturali, ambiti di azione dell'economia e costruzione di sistemi locali territoriali di azione collettiva.

Il *ranking* come posizionamento competitivo tra città influisce solo in parte per il successo delle politiche del cibo, mentre pesano molto di più i saperi di cui i comportamenti sono espressione, i livelli di legittimazione politica (Torino) o ideologica (Matera) delle forme di attivismo dal basso di modelli alternativi di consumo con ricadute sulla costruzione di formule di *welfare* leggero [De Leonardis 2017]. Queste economie rappresentano infatti capacità di singoli *campi* settoriali di strutturarsi, di creare innovazione e di rientrare in relazioni competitive sovralocali, indipendentemente da qualsiasi politica o strategia urbana: dalla ristorazione di alto *target*, che crea relazioni, geografie e filiere differenti, a quella ordinaria e senza alcun supporto istituzionale. Si tratta di pratiche alimentari che si riverberano sul valore dello spazio visto come densità d'usi possibili, aiutando a superare le visioni binarie centro-periferia e guardando al periurbano, più adeguato a problematizzare lo spazio contemporaneo in quanto differenziale tra urbano e rurale, ritrattando i loro valori simbolici.

Alle politiche del cibo nelle città metropolitane già in avvio [Calori, Federici e Maggi 2018; Pettenati *et al.* 2018] si auspica che presto si possano aggiungere i potenziali inespressi delle città medie, soprattutto quelle dei territori interni, marginali e profondi, e per questo custodi di saperi antichi ma fragili, perché possano tornare utili per i loro abitanti, offrendosi al mondo senza evaporare o dissolversi. Anche entro una dimensione eventuale, ad esempio, del cibo (fiere, sagre, manifestazioni, ecc.) [Fassio 2017], che ridimensionando le visioni settoriali in cui esso è coinvolto, diventano spazio di contrattazione e, soprattutto, di nuovi mercati.