

PIETRO ISOLAN

Il Contadino John

La storia di un viaggio alle radici della Cultura Agricola.



Un'idea originale di:

Pietro Isolan
& Elia Renzi

© 2017. Veraterra
www.veraterra.it
Loppiano. Incisa in Val d'Arno. FI - Italia

Disegno di:
PowFlow - Startup
Juan Camilo Poveda Rz.



Il Contadino John di Pietro Isolan & Elia Renzi
è distribuito con Licenza Creative Commons
Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0
Internazionale.

Ringraziamenti

Grazie ai compagni di avventura del progetto MADIE, fucina di talenti, di idee e di conoscenza: in particolare a Lauri Sikanen, Julia Sundermann, Robert Prinz, Zoltan Szabo, Dene Orsolya, Ragna Flotve, Dirk Kohlmann, e a tutti gli altri che hanno gravitato attorno al progetto.

Grazie a Christian Roeser, di Starkmacher, per il suo amore alla terra, ai giovani, all'economia etica, alla sostenibilità, alla possibilità di rendere migliore questo pianeta.

Grazie a Giorgio Balduzzi, di Terre di Loppiano, che ha creduto in questo progetto fin dal primo giorno.

Grazie a Elia Renzi, amico e compagno di viaggio, di lavoro e di idee creative, compresa quella dalla quale è nato questo libro.

Grazie a Juan Camilo Poveda, che ha dato un vestito degno a questo libro.

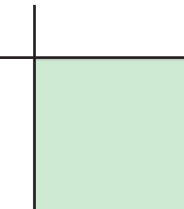
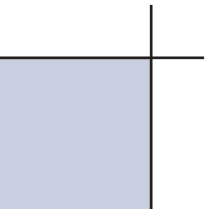
Grazie ad Agnes e Olav, che hanno messo a disposizione la loro straordinaria esperienza di lavoro e di passione.

Grazie alla Cittadella Internazionale di Loppiano, in particolare a Fattoria Loppiano e Cooperativa Loppiano Prima, dove mi sono potuto formare come uomo e come professionista.

Grazie a Carlo e Carmela, papà e mamma, che hanno messo nel cuore del bambino Pietro il germoglio dell'amore alla terra.

Grazie a Marcelle, la mia metà, che ha sostenuto, con tutto l'amore che poteva darmi, l'impegno che ha portato con sé questo progetto.

Grazie alle tre meravigliose stelle che hanno aspettato papà quando ha viaggiato, e che sono la primissima fonte di ispirazione per quanto scrivo, lavoro e racconto.



prefazione

Questo libro è il concentrato delle esperienze e dello spirito di innovazione che abbiamo incontrato visitando i paesi aderenti al progetto e lavorando a stretto contatto con i nostri nuovi amici e colleghi europei. Il progetto madie è stato un raggio di sole che ha illuminato le nostre vite professionali e non, in quanto ci ha fatto conoscere realtà inesplorate, lontane geograficamente ma vicine negli intenti e nella volontà di salvare l'agricoltura e la ruralità della nostra Europa e del mondo.

Quando abbiamo intrapreso il progetto non sapevamo a cosa andavamo incontro, ci sembrava tutto distante dal nostro ambiente di lavoro, la fattoria , le piante ecc., abituati alla stanzialità e al nostro territorio; ma è arrivato al momento giusto, proprio quando non sapevamo come fare per portare avanti i nostri progetti e la nostra professionalità. Ci sentivamo persi, in trappola, nelle mani di un sistema di cui non capivamo più le regole. Non immaginavamo ci fossero altre persone che in altre parti d'Europa stavano pensando e facendo qualcosa di simile a noi.

Questo progetto ci ha fatto conoscere il lavoro, il sacrificio delle persone, la volontà di migliorare e di agire rispetto ai vecchi sistemi economici, di mettere insieme le energie per creare qualcosa di nuovo e potente. Puntando sull'inclusione, la cooperazione e la volontà di creare realtà di multifunzionalità.

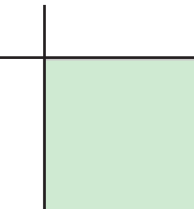
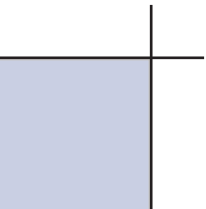
Un progetto assolutamente umano e vicino alla realtà territoriale; ho avuto il piacere e l'onore di conoscere le produzioni agroalimentari attraverso piatti e bevande tipiche e assolutamente straordinarie. Questo libro non è un semplice racconto di esperienze attraverso

l'Europa, rappresenta l'apertura agli altri, alla conoscenza, alla condivisione di nuove tecniche senza la paura di prevaricare o essere copiati, ma con l'intelligenza di mettere assieme le forze.

Con questo progetto ci siamo sentiti davvero europei in maniera indelebile e consapevole, in quanto abbiamo capito che la nostra ricchezza è data dalla somma di tutte le nostre enormi diversità; sapendo condividere questo patrimonio di diversità, non possiamo altro che migliorare e sentirci come una grande famiglia.

Sì, lo spirito di questo progetto lo abbiamo sentito come il fondamento di una nuova famiglia.

Elia Renzi



Introduzione

Questo manuale è un viaggio attraverso tre realtà economiche in tre diverse nazioni europee. No aspetta, forse chiamarlo manuale non è corretto. In effetti è la storia di un contadino che se ne va in giro per l'Europa a cercare idee, spunti, speranze.

E da quello che trova, prova a mettere in piedi qualcosa da copiare, qualcosa che dia speranza a lui e ad altre centinaia di migliaia innamorati della terra. Tira fuori alcune parole d'ordine, in risposta alla crisi di valori, di denari e

di idee che attraversa l'agricoltura per come la abbiamo intesa negli ultimi decenni.

Siamo nel bel mezzo di un passaggio epocale, l'abbandono dell'attività agricola come attività principale dell'uomo, con tutti i risvolti produttivi, ambientali, culturali che questo comporta.

Questo libro vuole raccontare alcune storie, e lo vuole fare con leggerezza, senza la pretesa di essere un vero e proprio manuale, ma con la speranza di dare spunto a chi voglia creare cooperazione, a chi voglia partire con qualche forma di multifunzionalità, come

strumenti per ripopolare le nostre campagne europee, per creare reddito anche da aree marginali, per riportare le conoscenze che stanno alla base della nostra cultura sotto gli occhi delle nuove generazioni.

Pietro Isolan.

Capitolo 1: ...e la storia ebbe un inizio...

Il contadino John fece un viaggio. Partì alle 5 del mattino, in ottobre. Era appena cominciato l'autunno, e sapeva non sarebbe stato facile. Quel viaggio era IL viaggio, per lui e per il suo villaggio.

Il capo del villaggio, vista la grave crisi che affliggeva gli agricoltori del posto, gli aveva commissionato una missione esplorativa, alla ricerca di soluzioni che potessero aiutare a risollevare l'economia e lo stato sociale delle persone del posto.



Nelle zone rurali dell'Irlanda si attraversava un momento davvero difficile.

La cosa più odiosa era rendersi conto di aver perso il contatto tra uomo e cibo.

I bambini, per esempio, non sapevano più da dove venisse ciò che avevano sul piatto, cosa assurda per una zona dove si coltivava da sempre. A vederlo da fuori sembrava un film, di quelli che immaginano la fine del mondo.

Un esempio era la famiglia del capo villaggio, Brian, un uomo di 35 anni. Da generazioni la famiglia di Brian allevava pecore, gestendo animali e territori, tirando fuori i migliori prodotti della contea.

I prodotti erano frutto della conoscenza dei pascoli, delle pecore, dei processi di trasformazione, delle attrezzature, del clima, delle erbe necessarie a mantenere in salute uomini e animali, e molto, molto altro.

Ma negli ultimi cinquant'anni era cambiato tutto. I 3 fratelli di Brian si erano trasferiti a Dublino, a

fare rispettivamente l'insegnante, il programmatore e il meccanico.

Brian scorreva fior fior di statistiche, che dimostravano che fino all'immediato dopoguerra la metà della popolazione europea abitava in campagna, nel 2014 contava appena il 28%, e la previsione di popolamento della campagna per il 2030 era di appena il 20% della popolazione.

Brian era rimasto in paese, ma aveva studiato da avvocato (—devi studiare!! —gli diceva suo padre) e si ritrovò a rilevare lo studio dell'unico

avvocato del paese, e ad essere nominato capo villaggio, una figura istituzionale simile al sindaco. Ma di agricoltura e pecore, non aveva la minima conoscenza.

Anche le altre famiglie del posto avevano avuto un percorso simile, e il villaggio, con una popolazione di quattrocento anime, si ritrovò ben presto con pochi contadini, e tutti in grave difficoltà.

Si perché, a trasformare la burrasca in una tempesta perfetta, ci si mise anche il mercato, o meglio, coloro che del mercato tiravano i fili.

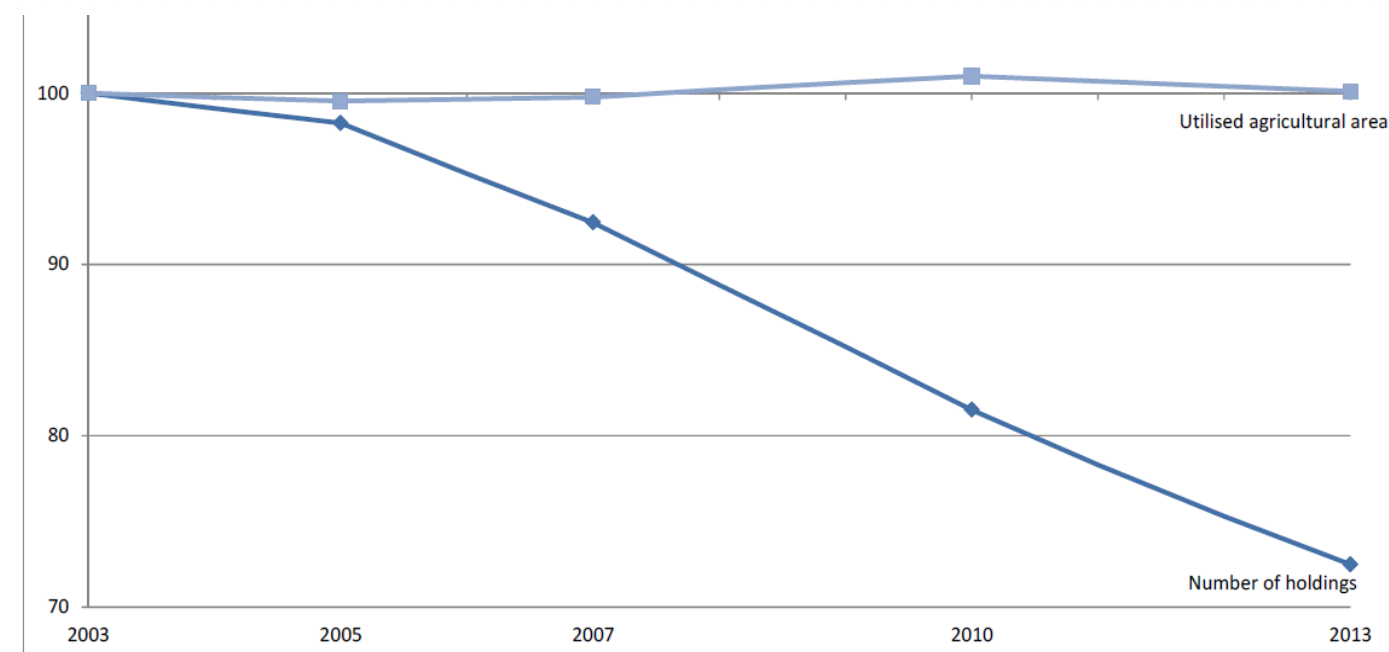
Prezzi alle stelle per le materie prime, e prezzi sotto le scarpe per i prodotti finali.

In questo modo i contadini furono costretti a produrre sempre di più, per avere il denaro sufficiente a mantenere le proprie famiglie. Questo comportava un malessere, un disagio incolmabile.

Quei contadini avevano ancora le conoscenze per fare le cose bene, ma erano costretti dal mercato a produrre in grande scala, di fretta, usando prodotti chimici, passando metà del loro tempo su enormi macchine che bruciavano, Dio solo sa, quanto gasolio.

DIMENSIONE DELLE AZIENDE AGRICOLE NEGLI ULTIMI DECENNI

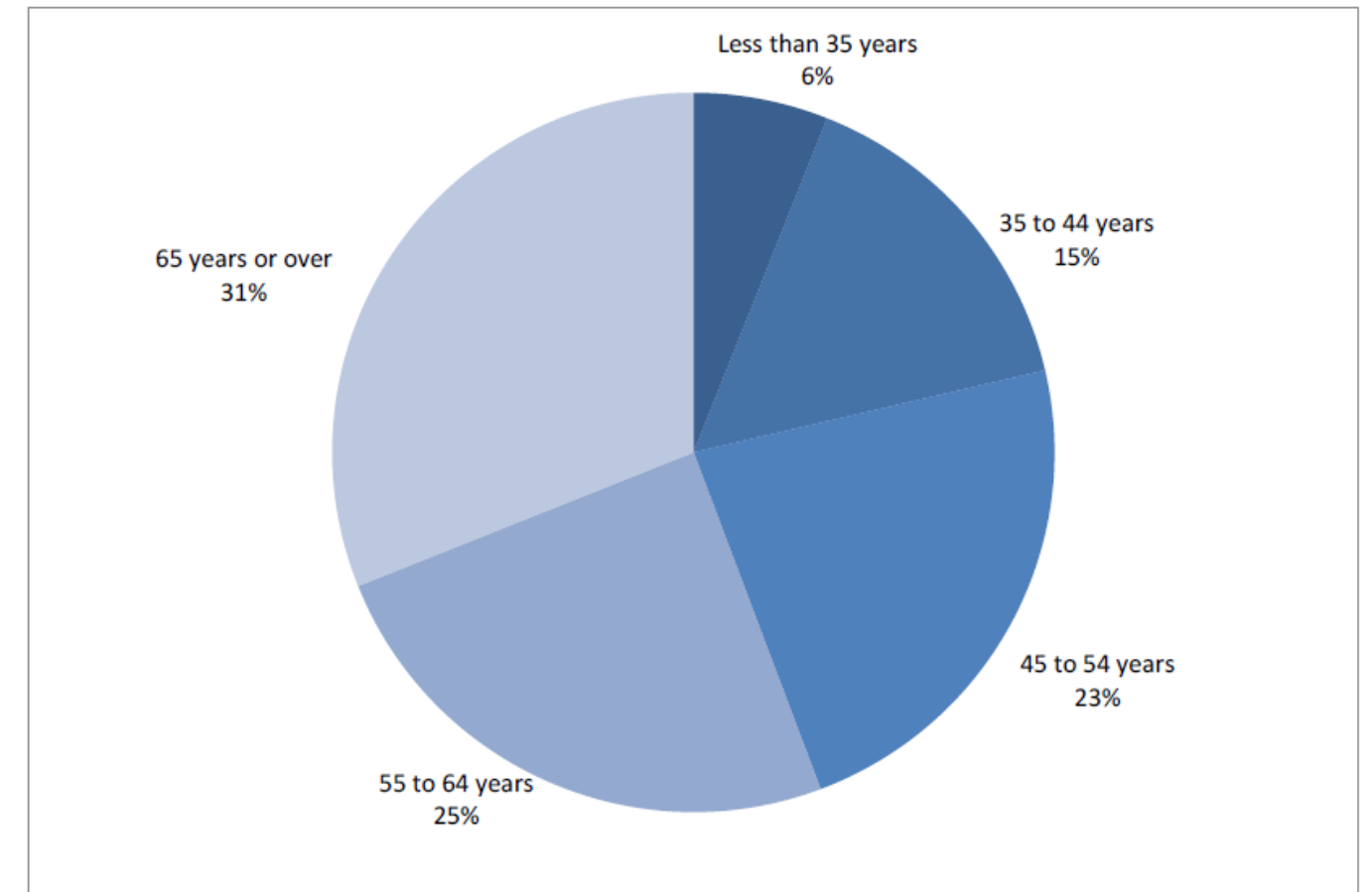
“In the European Union (EU), there were 10.8 million farms in 2013 working 174.6 million hectares of land (the utilised agricultural area). Between 2003 and 2013, slightly more than 4 million holdings disappeared in the EU, while the total area used for agriculture remained almost stable. This means increasing agricultural concentration, with the average area per holding growing by 38%, from 11.7 hectares in 2003 to 16.1 hectares in 2013”



* EU aggregate excluding Croatia for which the whole time-series is not available.

Questo, tra le altre cose, portava a non avere il tempo per trasmettere ai loro figli i saperi di cui erano depositari. Andava a finire che avevano sessant'anni (come il padre di Brian), e avevano trasmesso ai loro figli solo la rabbia per la situazione che si trovavano a vivere, invece delle intere enciclopedie di sapere che avevano in testa e nelle mani. A dirla tutta, a contribuire a questo era stata anche una certa idea serpeggiante per la quale i saperi contadini erano considerati un po' una "sottocultura", superata dalla tecnologia, dalla chimica, dalla meccanica, per la quale i genitori smisero di trasmettere ai figli le loro conoscenze.

ETA' MEDIA DEGLI AGRICOLTORI



Si può immaginare la conseguenza di questo triste quadro.

Terreni e animali sfruttati al limite della sopportabilità, una generazione di persone frustrata per essere stata costretta a coltivare e lavorare come non avrebbero mai voluto fare e due generazioni di persone che non avrebbero saputo esattamente come tirare fuori il cibo dalla loro stessa fertilissima terra.

Tragico....



Questa situazione portò Brian, il capo villaggio, a chiedere a John di andare in missione esplorativa, stanziando parte della quota di emergenza del villaggio per finanziare il viaggio.

John, in un primo momento non credeva alle sue orecchie. Non credeva possibile trovare soluzioni, come gli altri era davvero stanco e deluso. Ma Brian, uomo che sapeva vedere lontano, insistette e gli diede tre destinazioni precise.

Italia, Norvegia e Ungheria. In ognuna delle nazioni si trovava una realtà da studiare, per provare a dare una soluzione al problema del suo povero villaggio.

Capitolo 2: La Partenza...

...prima Tappa: Italia...

Ciò che doveva conoscere erano 4 aziende collegate tra loro, nate nello stesso territorio rurale, nelle colline del chianti..

Il posto era Loppiano, nel comune di Figline e Incisa Valdarno, vicino alla grande e storica città di Firenze.



John decise che avrebbe raccontato ciò che avrebbe visto seguendo la metafora dell'albero. John Sapeva, fin da bambino, che solo ciò che aveva radici profonde avrebbe potuto dare buoni frutti, e questo valeva per piante, persone, razze di animali, aziende e molto altro ancora.

Quindi, per quando riguardava la realtà che stava visitando in Italia, il suo report partì dalle radici, ovvero dalla storia. Si documentò sul posto che andava a visitare attraverso internet e pubblicazioni.

LA PRIMA DELLE RADICI E' LA STORIA

1965. Vicino ad Incisa Val d'Arno, in provincia di Firenze, nasce "Loppiano" la prima di una serie di cittadelle del Movimento dei Focolari, diffuse poi nei 5 continenti. Loppiano è sorta come un bozzetto di "mondo unito", sia per l'internazionalità dei suoi abitanti, sia per la cultura del "dare" che anima i loro rapporti e che evidenzia, nell'unità, la bellezza delle diverse razze e culture.

COOPERATIVA LOPPIANO PIRMA



Fin dai primi anni nasce l'esigenza di far fruttare alcuni terreni agricoli a Loppiano, da tempo abbandonati, e il 19 Maggio 1973 viene costituita la Cooperativa Loppiano Prima, un'espressione concreta di questo stile di vita.

Con il capitale sociale di alcuni primi soci, il 28 Dicembre del 1973 viene acquistata, insieme ad alcuni macchinari, la "Fattoria di Tracolle". Via via i soci sono andati ad aumentare, dando vita ad un "azionariato diffuso" che li ha visti



protagonisti da un punto di vista finanziario, contribuendo alla valorizzazione dell'azienda.

La Cooperativa ha come focus principale la produzione agricola (vino, olio, cereali) intesa come custodia del territorio e dell'ecosistema, rispettando la salute dei clienti, intessendo

rapporti di fiducia con fornitori e stakeholder.

I soci sono 3500 persone che, condividendo i principi dell'azienda, versano piccole quote destinate, soprattutto nella fase iniziale, a capitalizzare l'attività. I soci diventano i primi acquirenti dei prodotti agricoli.



2005 - Nasce Fattoria Loppiano. La legge italiana non permette più a cooperative come Cooperativa Loppiano Prima di portare avanti l'attività agricola, che pertanto mantiene la proprietà e affida la conduzione a Fattoria

Loppiano Soc. Agr. Coop, una cooperativa di lavoro fondata dai 9 soci lavoratori di Coop Loppiano Prima, che si propone di portare avanti gli stessi principi che hanno fatto nascere e crescere Cooperativa Loppiano Prima.

FATTORIA LOPPIANO

BIO-AGRITURISMO IN TOSCANA





2010 - In seguito all'esigenza di commercializzare e promuovere i prodotti e le attività di Coop. Loppiano, di Fattoria Loppiano, e di altre aziende agroalimentari che aderiscono al progetto di economia di comunione, nasce "Terre di Loppiano" azienda che, con un marchio unico, raggruppa nel suo paniere più di 200 tipologie di prodotti, promossi anche attraverso un e-commerce, dove, oltre alla possibilità di acquistare i vari prodotti, è possibile conoscere l'etica e questa nuova cultura economica, creando sinergia tra varie aziende.



2014 - Nasce Veraterra, che si occupa di agricoltura sostenibile in quanto a progettazione, divulgazione, formazione e didattica. Progetta e svolge percorsi di formazione per adulti, ragazzi e bambini legati all'agricoltura sostenibile, all'ambiente, al paesaggio, in ambito italiano ed internazionale.

L'attività si svolge in proprio o in collaborazione con aziende agricole, fattorie didattiche,

associazioni, enti pubblici. Uno dei punti di forza di Veraterra è la convinzione che educare a coltivare e custodire la terra va di pari passo con l'educazione dell'anima.

John cercò di farsi un'idea visitando i luoghi, e conoscendo le persone, alla ricerca di spunti da poter replicare nel suo villaggio.

Decise di cominciare facendo qualche chiacchierata con alcuni protagonisti.



Il primo con cui parlò fu Giorgio, presidente di Terre di Loppiano. Aveva almeno una ventina d'anni più di lui, ma non li dimostrava, si sedettero ad uno dei tavoli del locale che ospitava la vendita e la ristorazione, davanti ad un buon bicchiere di Chianti.

—Ciao Giorgio, è un piacere conoscerti, mi hanno parlato molto di te. Allora ti faccio alcune domande, spero di non farti perdere tempo. Partiamo dall'inizio: come è nata Terre di Loppiano?

—Piacere mio John. Terre di Loppiano era un sogno nel cassetto presente da molti anni. La passione per il cibo fatto attraverso un'agricoltura a misura d'uomo mi ha sempre fatto sognare una realtà come poi è nata.

L'altro elemento che ho sempre ritenuto fondamentale, è la creazione di una sinergia tra aziende. Da soli si fa molta più fatica, lavorando insieme cercando strategie dalle quali possano trarre vantaggio tutti ha un senso etico ed economico. Alla base ci deve essere l'abbandono dei vecchi schemi legati alla paura delle collaborazioni, e l'andare verso il concetto di rete, a tutti i livelli.

Nel nome, "Terre di Loppiano" ci sono questi concetti. "Terre" perché la terra, se custodita e rispettata, dona prodotti eccezionali, di qualità eccelsa; e "Loppiano" perché l'idea di riuscire a destinare parte degli utili a persone e aziende che avessero bisogno di un aiuto, fa parte da sempre dello spirito che anima Loppiano, con l'economia di comunione, che ha fatto da culla anche ad una realtà come la nostra.

—Aspetta Giorgio, cosa vuol dire economia di comunione?

—L'argomento è vasto amico mio, ti do qualche cenno, in modo da incuriosirti e di approfondire, ok?

—Ma certo, sono tutto orecchie!

—Dunque: l'economia di comunione è un nuovo modello di business, che cerca di far coincidere in un'impresa la produzione di utili e il fatto di mettere al centro dell'attività la persona. Praticamente le aziende dell'economia di comunione si ispirano alla "cultura del dare" invece che al fatto di accumulare averi. Una particolarità è il fatto di usare una parte

degli utili per incentivare la nascita di imprese simili nei paesi in via di sviluppo, e per la formazione di giovani e adulti che vogliono attuare questi principi nel business.

John aveva due occhi che sembrava spiritato. Nel primo minuto e mezzo di chiacchierata Giorgio aveva già cominciato a sgretolare le convinzioni che facevano disperare la gente del suo villaggio. "abbandono dei vecchi schemi", "sinergia tra aziende", "terra custodita e rispettata", "prodotti eccelsi", "economia di comunione". Ma dove era capitato?

Cercò di ricomporsi, e chiese —Qual'è attualmente la struttura societaria di Terre di Loppiano?

—È una società a responsabilità limitata, che fa capo a 4 soci, i quali hanno messo nella società una quota di capitale.

Ho voluto fortemente questa forma societaria, in quanto credo sia possibile fare business, avere una azienda profit, ma con un'etica fortemente indirizzata all'ambiente, alla solidarietà e alla salute dei consumatori.

—Ok. Come selezionate i fornitori?

—Per ogni prodotto cominciamo a cercare localmente, cercando una distanza il più breve possibile dalla nostra sede, per poi, in caso non trovassimo, andare a cercare anche fuori regione. I valori che cerchiamo nelle aziende che collaborano con noi sono onestà, rispetto delle persone e dell'ambiente, correttezza nei rapporti, senso del bene comune.

In realtà la vera ricchezza della nostra azienda sono proprio i fornitori e il rapporto che si crea con loro. È dallo scambio di relazioni che poi si crea la fiducia, la libertà di dirsi come si può migliorare un prodotto, fino alle eventuali difficoltà economiche che tutti si possono

trovare ad affrontare in questo particolare periodo di crisi. L'ascolto spesso non viene percepito come un elemento dell'agire economico, ma io posso testimoniare che dall'atteggiamento di ascolto che si crea con i nostri partner, deriva parte del buon andamento economico della nostra attività.

«Esattamente il contrario di quanto avveniva normalmente, dove semmai l'ascolto era rivolto ai passi di qualcuno che ti poteva accoltellare da dietro, in modo figurato naturalmente» —Rifletteva John prima di fare la domanda successiva.

—Mi stai parlando dei fornitori. Dalle mie parti fidarsi è bene, non fidarsi è meglio, qual'è quindi l'accordo con i fornitori, che tipo di controllo effettuate sui prodotti che poi rivendete?

—Abbiamo delle collaborazioni con persone non collegate ai produttori, esperte di ogni categoria di prodotti che rivendiamo. Facciamo testare a questi consulenti le forniture, a intervalli regolari. Inoltre, quando cominciamo con un produttore nuovo, nonostante i primi test siano andati bene, testiamo il prodotto nel negozio, per avere il

feedback dalle persone che comprano direttamente da noi, poi inseriamo una quantità limitata di confezioni nell'e-commerce, infine, se i test precedenti hanno avuto esito positivo, aumentiamo la quantità acquistata e mandiamo a regime il nuovo fornitore. L'intero processo in genere dura quasi un anno.

—Giorgio, ora vengo direttamente al dunque, rispondi solo se te la senti, certe cose sono il cuore della riuscita di un'impresa, quindi se non mi vuoi rispondere, capisco; Mediamente, Con che parametri viene stabilito il prezzo finale del prodotto, e quale percentuale va al produttore?

—Hai ragione John, qui sta uno dei punti focali. Questo è un parametro fondamentale per l'effettivo riscontro dell'etica che sta sotto la nostra attività.

Si parte dalla proposta del produttore, che poi viene confrontata con il prezzo di mercato, e sul prezzo stabilito si ricarica una media del 50%, comunicando comunque il prezzo finale al produttore, in modo da non creare situazioni di concorrenza tra noi e il produttore stesso, che danneggerebbero entrambi.

Alla base di questi numeri c'è la convinzione che per produrre alimenti di qualità e salubrità elevata il produttore deve essere pagato in

maniera degna rispetto al lavoro che svolge.
Nello stesso tempo nella nostra cultura aziendale è fortemente presente la consapevolezza di dover fare imprenditoria etica, dove i compensi siano commisurati alle mansioni e ai meriti, e dove venga comunque corrisposto un utile a chi ha investito una quota di capitale per avviare l'attività.
Possiamo ormai dire che tutto questo funziona, visto che l'azienda chiude i bilanci in positivo ormai da anni, con grande soddisfazione nostra e dei nostri fornitori.
John pensò che avrebbe potuto tornare direttamente a casa. Ovviamente Giorgio

parlava del lavoro di anni, niente che fosse facile replicare. C'era di mezzo la mentalità della gente, un progetto da costruire, e molto altro.

Ma nello stesso tempo c'era un sacco, davvero un sacco di materiale.

Per chiudere, John chiese —Quali sono a tuo parere i punti più importanti da replicare in un progetto come Terre di Loppiano? In altre parole, quali aspetti della tua attività consigli di replicare in altri contesti? Cerco di farmi capire meglio con qualche domanda: quanto conta avere un unico passaggio tra produttore e azienda di commercializzazione?

—Questo è fondamentale, uno dei nostri capisaldi. Ed è assolutamente replicabile, ma solo con un paziente lavoro di selezione dei produttori.

—So che uno dei vostri canali di vendita è un e-commerce. Quanto è replicabile questo sistema, compresa la parte software, le spedizioni e tutto il resto?

—Abbiamo notato che per i prodotti della categoria che vendiamo noi molto spesso le persone vogliono prima vedere, e magari provare, il prodotto, e questo avviene presso

la nostra sede, dove è presente la caffetteria e il servizio di ristorazione. Pertanto ritengo che l'e-commerce non svolga un ruolo indispensabile alla riuscita dell'attività. Dipende dal bacino di utenza che si ha, nel caso sia sufficientemente grande, come una piccola città, forse non è indispensabile mettere in moto un e-commerce, che è qualcosa di impegnativo da gestire. D'altra parte è anche vero che i nuovi mercati sono sempre di più online. Va visto caso per caso.

—Voi avete una collaborazione molto stretta con Fattoria Loppiano. Questo è necessario per la riuscita di un progetto come il vostro?

—Per avviare una collaborazione come la nostra con Fattoria Loppiano ci devono essere delle condizioni particolari: ad esempio il produttore non ha mercato in quel momento, e ha bisogno di una forte partnership, e magari la società commerciale ha bisogno di partire con una forte identità legata ad un territorio. Inoltre ci deve essere una grande passione reciproca, la disponibilità a trovare accordi vantaggiosi per entrambi, e la passione per il prodotto e l'attività. In definitiva è replicabile, ma non indispensabile.

—E cosa mi dici del servizio bar e ristorazione?

—Avere un servizio di ristorazione è importante per creare l'ambiente dove far provare i prodotti. Riesci a comunicare quello che sta dietro ai tuoi prodotti.

—Ok Giorgio, grazie. Non sai quanto sei riuscito a darmi con la vostra esperienza. Altre cose che ci vorresti raccontare, che caratterizzano il lavoro che fate qui a Terre di Loppiano?

—Un'altra cosa ci sarebbe: una parte fondamentale della nostra società è il rapporto che cerchiamo di creare con i nostri dipendenti. L'obiettivo è che ogni persona non sia un nume-

ro, ma che senta la responsabilità del settore e del ruolo che occupa in azienda. In particolare, abbiamo anche provato a collaborare e a dare fiducia a persone che erano in difficoltà sociali o familiari, con grandissimo successo per le persone e per l'azienda. Un'altro aspetto è quello relativo a tutte le incombenze giuridiche e fiscali a cui deve sottostare un'azienda. Per scelta precisa ogni euro che entra in azienda viene registrato, e ogni persona che collabora con noi, anche solo per un evento, viene regolarmente assunta. Questo fa parte del nostro DNA.

John era piuttosto sconcertato. Sapeva che in giro c'erano negozi che vendevano prodotti bio, ma, in tutta sincerità, pensava fosse roba di nicchia, un po' radical-chic. Invece qui c'erano basi solide, legami con il territorio, imprenditoria etica.

Non aveva altri appuntamenti, e decise di farsi un giro per i terreni di Loppiano, e di chiedere un po' in giro.

Passando accanto ad un'oliveta, notò un signore sulla sessantina, cappello di paglia e stivali, che stava sistemando delle reti. Era

Carlo, uno degli operai di Fattoria Loppiano, responsabile dei lavori agricoli.
Si avvicinò e si presentarono...

—Buongiorno! che cosa sta facendo?

—Sto sistemando le reti per la raccolta delle olive —gli disse Carlo, finché armeggiava con le reti— ti dispiace se finché parliamo continuo?

A John fece estremamente piacere quella domanda, conosceva il lavoro dei campi e sapeva quanto fosse prezioso il tempo.

John spiegò a Carlo cosa stesse facendo da quelle parti, e della sua chiacchierata con Giorgio.

—Allora se vuoi ti posso raccontare qualcosa in più, ti va?

Ovviamente sfondava una porta aperta.

—Per prima cosa, sai perché mi sono trasferito qui, 31 anni fa? Io vengo da una generazione di contadini, e con l'industrializzazione dell'agricoltura, avvenuta dagli anni 60 in poi, mi sono trovato ad avvelenare la

terra e gli animali, con sostanze che nemmeno conoscevo. Sembrava l'unico modo conveniente di produrre, era il progresso, sai. Ad un certo punto, era la metà degli anni '80, non dormivo più la notte. Anche se eravamo in buona fede, cominciavo a capire cosa stavamo facendo alla terra e a noi stessi, e appena mi hanno proposto di venire a lavorare qui, ho mollato l'azienda di famiglia, e mi sono trasferito, dove già da allora si coltivava rispettando l'ecosistema.

Un signore di 66 anni che già negli anni '80 non sopportava quello che stava succedendo all'agricoltura.

—La caratteristica di Cooperativa Loppiano Prima, fin dalla nascita è questa: la proprietà è di 4000 soci sostenitori, che hanno messo piccole quote per finanziare l'inizio dell'attività, nel 1973.

Questi 4000 soci all'inizio consumavano quasi tutto il vino prodotto. Ora il modo di bere è cambiato, si beve meno, e ci dobbiamo rivolgere anche al mercato tramite la vendita diretta.

In ogni modo, i soci in alcuni momenti dell'anno ci supportano con il lavoro, ad esempio nei momenti della raccolta. Questo è un grande valore per noi e per loro, che hanno la possibilità di vivere qualche giorno in

campagna, contribuendo ad un progetto che mantiene un'attività e un territorio. Sentono l'azienda veramente come se fosse la loro.

All'improvviso ecco il rumore di un motore diesel, vecchia anima di un furgoncino che ancora resisteva a fatiche e intemperie, seguito a ruota da un trattore.

Erano Antonio, Attilio, Marco e Massimo, tutti colleghi di Carlo.

Per John era un'occasione assolutamente d'oro! Gli fece un cenno di saluto, e i ragazzi si fermarono.

—Si lavora sodo eh?

I ragazzi lo salutarono, cercando di capire che volesse questo strano tizio con i capelli rossi.

John gli spiegò brevemente cosa stava facendo da quelle parti, e gli chiese a bruciapelo —mi hanno raccontato che siete una cooperativa, che producite biologico, e tante altre belle cose! Ma tra di voi come siete organizzati, come decidete cosa fare durante la settimana, o la giornata?

Marco rispose —quasi tutte le settimane ci troviamo per un'ora circa a vedere i lavori che ci sono da fare. C'è un coordinatore dei lavori, a cui si fa capo, ma ognuno dà il suo contributo di esperienze e idee.

Antonio aggiunse —anche perché, in un'azienda di dimensioni medie come questa, ognuno ha anche altri ruoli, ad esempio, io mi occupo dell'agriturismo, Attilio della cantina, per cui dobbiamo coordinare i tempi in cui siamo in campagna o a fare altre cose.

Marco continuò —poi tutti i giorni, alle 8.00,

se serve, stiamo 5-10 minuti a valutare come muoverci, quali macchine usare, che lavori fare, sempre sentendo l'opinione di tutti.

Attilio aggiunse —come nello spirito delle aziende di economia di comunione. Ognuno si sente parte di un progetto che è più grande della singola azienda.

Massimo continuò —non è sempre facile, in una realtà complessa come questa ci sono problemi, a volte contrasti, la situazione economica non è per niente facile in questo momento, ma cerchiamo di fare del nostro meglio.

John ringraziò di cuore i ragazzi, stringendo la mano ad ognuno, e li guardò ripartire con macchina e trattore. Pensò che davvero la gente dei campi aveva caratteristiche uguali in tutto il mondo. Poche parole, parecchi fatti, mani grandi e cuore grande.

L'ultimo appuntamento della giornata lo aveva preso con Pietro, un'altro che veniva dai campi.

Aveva saputo che Pietro stava partendo con una start-up che riguardava l'insegnamento dell'agricoltura e la multifunzionalità, che aveva chiamato Veraterra.

Pietro arrivò con un cappello di paglia, scarponi e panni da lavoro.

—Ciao John, ci si conosce alla fine!

John non lo sapeva, ma Brian aveva conosciuto Pietro qualche anno prima, in occasione di un progetto sulle fattorie didattiche.

—Allora sono famoso! —esclamò John—. Ciao Pietro, sono impaziente di sapere cosa stai combinando con Veraterra.

—Ecco, Veraterra è un'avventura iniziata qualche anno fa, quando mi sono reso conto che sapevo progettare e coltivare una vigna, ma avevo completamente dimenticato di imparare a fare un orto, allevare qualche animale, ovvero fare le cose essenziali per coltivare e allevare il proprio cibo. Da lì mi sono rimesso a studiare e a cercare, capendo che alla fine la mia "fissa" era coltivare in unità con la natura. Ci sono tanti, tantissimi "fissati" come me" disse Pietro ridendo.

—Ok Pietro, molto interessante. E poi cosa è successo?

—Poi è venuta l'esigenza di non tenere per me queste cose, ma di comunicarle, di insegnarle. Piano piano sono arrivate molte possibilità di lavorare con le scuole, e poi ci sono stati richiedi, a me e ai miei colleghi Elia ed Emilio, di progettare, all'interno di scuole o strutture pubbliche, spazi dove si potesse coltivare. Diciamo che siamo diventati un po' esperti in multifunzionalità.

—Allora spara Pietro. Ti ho raccontato, quando ci siamo scritti per posta elettronica, qual'è la situazione che stiamo vivendo nel mio villaggio; cosa faresti se fossi in me?

—Guarda John, io ricette magiche non ne ho, dovrei venire da te e conoscere il posto, le terre, le persone. Ma ti posso dire cosa sto organizzando qui da me, magari trovi qualche spunto. Sto creando una piccola rete di aziende agricole, che comprende aziende orticole, vinicole, allevamenti e altro, che facciano da supporto per attività turistiche e di agricoltura sociale. È un po' un concetto di fattoria didattica diffusa, dove Veraterra si occuperà di prendere le prenotazioni, gestire i clienti, formare i docenti, e tutto quello che si deve fare per gestire una fattoria didattica, mentre le aziende agricole metteranno a disposizione

i terreni, le strutture ricettive, i prodotti. Come immagini ci sono vantaggi da entrambe le parti. La cosa migliore per un produttore che vuole fare della multifunzionalità, è farlo in modo professionale, e creando una collaborazione di questo genere diventa veramente fattibile. Con questo progetto stiamo partendo quest'anno, ti farò sapere come è andata!

—Grazie Pietro, sei l'ennesima persona oggi che mi dà un sacco di spunti, grazie davvero.

Si salutarono, promettendosi a vicenda un buon vino e una buona birra.

John partì dall'Italia con molte buone idee, e con un po' di nostalgia.

Sapeva benissimo che non si può copiare/incollare un progetto da una nazione all'altra, ma d'altro canto aveva chiari i punti chiave che avrebbero potuto diventare l'ossatura di uno progetto di sviluppo rurale che comprendesse le sue terre, i suoi villaggi e la sua gente. Le parole d'ordine erano tre: cooperazione, multifunzionalità, filiera corta.

E, più nel dettaglio, gli elementi che vedeva di maggior valore, e che avrebbe riportato al capo del villaggio, erano: primo, l'azionariato

diffuso e la collaborazione dei soci di Cooperativa Loppiano Prima; secondo, le coltivazioni biologiche, trasformate in prodotti finiti, di Fattoria Loppiano, con una gestione dei lavori secondo i principi dell'economia di comunione; terzo, la creazione di una rete di vendita internazionale creata da Terre di Loppiano, che comprendeva tra i suoi fornitori decine di altre aziende agricole biologiche; e quarto, la rete di aziende agricole locali che stava creando Veraterra, dove si potevano svolgere attività turistiche, didattiche e di agricoltura sociale.

John ringraziò gli amici italiani, e si apprestò a prendere l'aereo.

Capitolo 3: Sabbia magica...

...Seconda Tappa: Ungheria...



Arrivò in Ungheria dopo un tranquillo volo Firenze-Budapest. Quando scese dal treno che lo aveva portato a Kecskemét, a poca distanza dalla capitale, rimase impressionato dal terreno di quelle zone. Sabbia, sabbia e ancora sabbia! Visitò un agriturismo che basava parte della sua attività sulla tradizione cavallerizza magiara, e l'enorme maneggio che avevano messo in piedi non aveva bisogno di nessuna sistemazione del terreno, la sabbia c'era già.

Il Danubio aveva creato quella pianura, che ne portava tutte le impronte.

Si fece presentare Agnes da un vecchio amico di Brian che gli aveva consigliato di parlare con lei. Agnes aveva lo sguardo e la stretta di mano di una persona vera, passata da gioie e sofferenze. Per John era piuttosto indefinibile questa sensazione, capitava con poche persone. Sentiva arrivare in qualche modo un distillato di gioia e di dolore, e raramente si sbagliava.

Agnes aveva intrapreso pochi anni prima un'avventura, prendendosi in carico la vecchia azienda agricola di famiglia. Veniva da una carriera di grande soddisfazione, ma tremendamente impegnativa. Era un po' il prototipo del

movimento di cui si parlava tanto in Europa, quello dei giovani che dalla città si trasferivano in campagna, lasciando anche carriere di successo per il lavoro dei campi.



Davanti all'antico forno in pietra della fattoria di Agnes, dove cuoceva un misterioso piatto tipico ungherese, John si mise a fare un po' di domande:

—Perché sei tornata a vivere in campagna, e cosa facevi prima?

—Sono laureata in economia alberghiera, con specializzazione in ecoturismo. Dopo la laurea mi sono potuta mettere alla prova in molti modi, ho lavorato per un anno e mezzo all'Hungarian National Society of Conservationists come coordinatrice di progetti internazionali, così ho viaggiato molto e ho

conosciuto il lavoro nelle organizzazioni non governative.

Ho lavorato per qualche anno come direttrice in vari hotel ungheresi, anche con grande soddisfazione. In qualche modo non ho mai avuto bisogno di cercare lavoro, le cose arrivavano in modo spontaneo. Alla fine sono stata chiamata per la direzione di un albergo nella mia città, Kecskemét, dal direttore dell'albergo Aranyhomok (che significa sabbia dorata in ungherese). Ho mantenuto questa posizione per quattro anni. Ho finito la mia carriera nel settore alberghiero quando ho formato la mia famiglia. Il lavoro che facevo

infatti non è adatto per una mamma di tre bambini. Lavoravo 16 ore al giorno, spesso nei fine settimana e la sera. Alla nascita del mio secondo figlio ho deciso di aiutare mia madre nel suo ufficio di commercialista. Ero però sempre stata interessata alla nostra tenuta di famiglia, avevo infatti già scritto la mia tesi sull'itinerario di sviluppo turistico della fattoria. Ho quindi deciso di buttarmi nell'avventura di rimettere in produzione i nostri terreni agricoli. Lentamente abbiamo iniziato a ristrutturare gli edifici, creando luoghi adatti per ricevere gli ospiti. Abbiamo imparato il metodo tradizionale di lavorazione degli alimenti in forno, in modo da offrire ai nostri

ospiti alimenti coltivati, preparati e cucinati in modo tradizionale. Dopo la morte di mio padre, ho avuto in eredità tutta la fattoria e ora il 75% della superficie è coltivato con il metodo biologico.

In effetti la storia di Agnes corrispondeva a quella di molti giovani europei che stanno tornando alla campagna, con l'intento di condurre una vita magari meno remunerativa, sicuramente non meno faticosa, ma più legata alle radici stesse della cultura umana.

John chiese —che tipo di attività svolgi?

—La produzione di frutta è su 8 ettari, vigneto 3 ha, orticoltura biologica 1,5 ha, seminativi 4,5 ha, prato 6 ha.

Faccio agriturismo e degustazione dei nostri prodotti - vino, marmellata, pálinka (una bevanda tradizionale ungherese a base di frutta, simile alla grappa).

—Tante tipologie di prodotti e servizi!... ma come ti organizzi la giornata?

A John sembrava già di sentire le obiezioni dei contadini del suo villaggio. *«è impossibile organizzarsi per tanti prodotti! Agriturismo? Ma lascia perdere, noi qui abbiamo sempre allevato pecore, non turisti! »*

—In pratica, il mio posto di lavoro principale è l'ufficio di consulenza, dove lavora anche mia madre e un'altra persona. Questo è fortunatamente un lavoro flessibile, posso farlo mattina anche presto o tardi la notte, non abbiamo orari di apertura. Durante la stagione di raccolta da giugno a ottobre trascorro 4-5 giorni a settimana in azienda, poi il lavoro diminuisce a 1-2 ore al giorno o 1 giorno alla settimana.

—Chi mi ha consigliato di parlare con te mi raccontava qualcosa a proposito della cooperazione con altri produttori. In che modo collaborate o fate rete? —Questo era un'altro punto che John aveva a cuore, lo aveva visto in Italia, aveva letto molte esperienze in proposito, ma aveva anche sperimentato sulla sua pelle la difficoltà di andare oltre i propri piccoli interessi e la paura di condividere con gli altri—.

—La nostra cooperazione è fondamentale lo scambio di esperienza pratica professionale, nel caso particolare, per i prodotti a base di sambuco organico, ci aiutiamo tra noi nella vendita.

Poi sono membro e vice presidente dell'Associazione Kamratúra. Questa organizzazione rappresenta 30-35 aziende agricole. Il nostro obiettivo è quello di sviluppare opportunità di vendita comuni.

Qualche tipo di presenza sui mercati e nelle fiere è già presente, e stiamo creando un team di lavoro nel campo della filiera corta, chiederemo fondi europei per sviluppare questo settore. Ci incontriamo regolarmente per progettare il futuro e scambiare esperienze.

Faccio anche la contabilità per 8-10 agricoltori, in modo da avere un contatto continuativo con loro.

—Senti Agnes, io ho sperimentato nelle persone delle mie terre una grossa difficoltà ad uscire dal proprio piccolo mondo, a cooperare con gli altri. Hai fatto anche tu questa esperienza?

—Ho invitato molti agricoltori locali a far parte dell'Associazione Kamratúra, ma la mancanza di interesse è stata completa, nonostante tra i contadini invitati ci siano alcuni produttori di asparagi e di miele. Nella mia esperienza vedo tanta mancanza di fiducia e tante persone che non vedono al di là dei loro interessi particolari, che non credono nel successo delle organizzazioni di produttori.

Credo che la causa principale di questo sia il fallimento di esperienze di cooperazione locale avvenute negli ultimi anni.

Anch'io credo di più nell'auto-organizzazione, come nel caso di Kamratúra Association, dove ci sono membri che sono pronti ad agire. Le vecchie forme di cooperazione prevedevano tanta burocrazia e hanno portato spesso corruzione.

Potrei credere in una impresa governativa locale, che dovrebbe agire come un consorzio, che potrebbe creare un impianto di trasformazione, ma per adesso non c'è niente di concreto.

—Capisco. Da noi viviamo situazioni davvero molto simili. Quello della cooperazione è un processo lento, ma vale la pena provare, sbagliare, copiare da chi è riuscito a fare qualcosa di buono; del resto sono qui per questo! Un'altra domanda: una parte dei prodotti agricoli li destinate ad autoconsumo?

—Naturalmente, i prodotti che coltiviamo vengono trattati per la conservazione (invasettamento, congelamento) sia per la vendita che per l'autoconsumo.

—Quali prodotti vendete?

—Marmellata, vino, grappa, frutta e verdura, naturalmente fresca.

—Fantastico! E ora la domanda cruciale: riuscite a pagare i costi di produzione?

—Purtroppo è diverso ogni anno. Il prezzo di mercato di frutta e verdura sta cambiando stagione per stagione, e si può dire che è imprevedibile. Per esempio, nel 2015, 1 kg di radice di prezzemolo biologica valeva tra i 500 e i 700 fiorini, nel 2016 aveva invece un valore di 250-450 fiorini. (1 euro = 310 fiorini). Il problema più grande è il prezzo basso e

imprevedibile. Quindi è impossibile progettare su queste basi.

—Ma in queste condizioni riuscite a pagare il vostro lavoro?

—Ci sono anni in cui riesco, ci sono anni in cui non riesco, ad esempio il 2016.

Esattamente quello che succedeva in Irlanda, e in tutta Europa. Erano esattamente quelli i motivi per cui John stava viaggiando, era per quello che andavano trovate forme di cooperazione, di multifunzionalità, di commercio etico, che potessero dare una risposta a questo.

—State facendo qualche attività turistica?

—Sì, e questo aiuta a mantenere la fattoria e a mantenere e rinnovare gli edifici che hanno ormai 100 anni.

Tra l'altro, questo ci dà un sacco di emozione e soddisfazione, abbiamo molti clienti abituali e molti di loro ci confermano che il nostro lavoro ha davvero un senso!

—E i visitatori da dove vengono?

—Il 95% dall'entroterra, soprattutto da Budapest e Kecskemét, ma anche da tutto il paese.

—Dimmi Agnes, ma come sono stati gli inizi? Mi hai detto che hai ricevuto in eredità la fattoria, ma come avete pensato la rimessa in produzione dei campi e degli edifici, che passaggi ci sono stati e ci saranno?

—Fondamentalmente ho ereditato la fattoria completa 6 anni fa. Ho aumentato la zona a frutteto e vigneto da 8 ettari a 12 ettari, rinnovando quelli esistenti, e sono passata all'agricoltura biologica. Per quanto riguarda gli edifici, ricostruire è un tema sempre presente, ma ha bisogno di molti investimenti. Un reddito sicuro e prevedibile

dalla produzione agricola primaria in questo momento non può essere raggiunto. Dovremmo spendere molta più energia per la trasformazione dei prodotti, il marketing, e anche per l'agriturismo. Il problema è che non riesco a produrre tanto reddito per dare fiato agli investimenti, quindi si va piano. Stiamo chiedendo fondi europei, perché per adesso questa è la nostra unica possibilità per andare avanti con gli investimenti in maniera più veloce. Vogliamo arrivare ad avere più locali e nuovi impianti di trasformazione in cui saremo in grado di produrre frutta secca, sciroppi di frutta e marmellate.

Ecco un'altra chiave importante per il successo di un'attività agricola di piccole dimensioni: trasformare la materia prima direttamente in azienda. Anche nell'esperienza italiana c'era questo aspetto, in maniera fortissima.

Era chiaro cosa si poteva portare via dall'incontro con Agnes, oltre all'ammirazione ed al rispetto per una persona simile: primo, l'idea di mettere insieme una rete di vendita basata sulla collaborazione tra produttori agricoli;

secondo, il fatto di non concepire l'attività agricola come unica attività, ma di affiancarla ad un'altro lavoro, nel caso di Agnes, quello di commerciante, era una possibilità da non scartare; terzo, il modo in cui aveva progettato il suo agriturismo, basandosi fin dal principio sulle antiche tradizioni del luogo per la produzione, la preparazione e la cottura dei cibi; e quarto, il fatto che affidare la produzione ai grossisti portava poco lontano.

Così John lasciò la sabbiosa pianura Ungherese, più ricco di esperienza, ma soprattutto dell'amicizia di Agnes.

Capitolo 4: fiordi visti dall'alto...

...Terza Tappa: Norvegia...



Dopo un volo di poche ore, con atterraggio panoramico all'aeroporto di Bergen... «mio Dio tutti quei fiordi visti dall'alto!!». John si fece un bellissimo viaggio in macchina con il suo primo contatto in Norvegia, Tonje, un'amica di amici che gli aveva fatto il grande favore di accompagnarlo fino all'hardangerfjord, un posto meraviglioso, dove terra e mare si incontravano a precipizio, accogliendo frutteti, pescherecci e balene.

Arrivati a destinazione, Tonje fermò la macchina nei pressi di una casa, affiancata da un magazzino, nel bel mezzo di un meletto, pian-

tato su un terreno con una pendenza quasi improponibile. Si salutarono, e John fece due passi, in attesa del padrone di casa.

Ancor prima di vedere il trattore arrivare John riconobbe la marca dal suono del motore, come da comune deformazione professionale di ogni buon contadino moderno.

Dal trattore scese un ragazzo sulla trentina, alto e biondo, in tuta da lavoro, antinfortunistiche ai piedi e cuffie antirumore al collo. Uno che lavorava, e lavorava seriamente.



Si salutarono con la stretta di mano di chi stringe con decisione, ma ascoltando la stretta dell'altro.

—Olav, che piacere vederti, mi hanno parlato molto di te. Anch'io sono un contadino, in Irlanda, forse ti hanno raccontato. Sono in missione per conto della gente del mio villaggio, cercando soluzioni per risollevarci dalla crisi che ci sta facendo impoverire e sta spopolando le nostre campagne.

—Ciao John, piacere mio. Beh io non ho soluzioni, ho solo provato a fare qualcosa.

—Sono tutto orecchi! Dimmi un po', perché sei tornato a vivere in campagna?

—La mia famiglia possedeva questa terra da centinaia di anni, e questa è una parte del motivo che mi ha riportato qui. In realtà mi piace la gente, la natura, e le opportunità che mi si sono presentate qui.

—Opportunità? Olav, da noi si dice che l'agricoltura è morta. Quali opportunità? Cosa fai di preciso?

—Porto avanti la fattoria, e produco Sidro

di mele. Ovvero mi occupo della produzione e della trasformazione. Da queste parti il clima è davvero particolare, siamo in riva al mare, ma c'è un clima di montagna dovuto alla latitudine. Quindi le mele hanno caratteristiche uniche al mondo!

—Da collega a collega. Come pianifichi le giornate, come sei organizzato?

—Caro John, io sono uno che fa un sacco di confusione! Davvero creativo, e davvero caotico —disse Olav ridendo— ma cerco di programmare la settimana la domenica, o il lunedì, in modo da

sapere come si svolge il lavoro. Si comincia alle 8.00 del mattino, e ho due persone che lavorano per me.

—Olav, una delle cose che mi interessano di più è la cooperazione, è così che con il mio capo villaggio abbiamo scelto le persone da conoscere nel mio viaggio. Che tipo di cooperazione attui con i tuoi colleghi produttori?

—La cooperazione è molto importante. In questo momento storico è davvero vitale superare l'idea che il tuo vicino potrà farti

concorrenza, o l'idea di fare a chi ha il trattore più grosso. Pensa che io condivido gran parte del mio equipaggiamento con un vicino, e questo taglia della metà i nostri costi di investimento. Collaboriamo anche sulle procedure e sulle conoscenze, senza aver paura di far scoprire i nostri “piccoli segreti”. Se tutti in una zona hanno un buon sidro, vincono tutti. La Regione si distinguerà, verrà percepita dall'opinione pubblica come una regione di qualità, e la gente sarà disposta a pagare di più e comprare di più.

—Olav, questo è rivoluzionario, lo sai vero?

—Vedi John, in realtà se vai a cercare quello che facevano i nostri nonni, scoprirai che si aiutavano tra contadini, condividevano braccia e mezzi. Non stiamo scoprendo niente di veramente nuovo. È che il mondo è cambiato, e dobbiamo far diventare queste buone pratiche reali, adatte al mercato e al modo di fare azienda di questi anni.

—Ok. scusami se sono diretto. Hai davvero del margine? l'azienda sta in piedi economicamente?

—Ho un buon margine, e penso di arrivare a produrre 50.000 litri di sidro e 30.000 litri di succo di mele nel giro di pochi anni.

«Diretto e schietto, senza scendere troppo nei particolari. Un vero contadino.» —Pensò John—.

—Qual'è la cosa più difficile che ti trovi ad affrontare? Voglio dire, non è facile mandare avanti tutto questo, anche se hai trovato il modo di farlo rendere.

—Mi sono trovato davanti parecchie sfide, fin dall'inizio. In questo momento la cosa più

difficile è trovarsi in una situazione dove sei il primo a mettere in piedi certi tipi di soluzioni, nel senso che non hai qualcuno con cui confrontarti davvero, almeno nelle vicinanze. Ma d'altra parte è anche la parte più affascinante di quello che sto facendo.

—Mi sembra di capire che il passaggio più grande sia stato passare dal vendere le tue mele, al produrre il tuo sidro di mele. Come ti è saltato in mente?

—Direi che è stata un po' una sfida per convincere la gente a provare i miei prodotti.

La produzione e la vendita stanno migliorando molto velocemente.

E' cambiato l'atteggiamento del pubblico verso il fatto di provare nuovi cibi e bevande, con l'avvento dei microbirrifici e di altri piccoli produttori di cibi e bevande. Ho davvero la sensazione di un atteggiamento molto positivo, la gente si appassiona a visitare la mia azienda e a comprare il mio sidro.

—Fantastico Olav. Davvero complimenti, sappi che ti copierò un sacco di idee!

—Con piacere John, ora però vorrei farti assaggiare qualcosa.

Olav accompagnò il suo ospite nella zona di produzione del sidro. Un piccolo stabilimento, ma con macchinari all'avanguardia, dalle vasche di fermentazione agli strumenti per le analisi, ai filtri, a tutto il resto. E il bello era che tutto era stato acquistato in collaborazione con il vicino di Olav. Semplice e geniale.

Olav prese una caraffa ed estrasse da un tino in acciaio il sidro da far assaggiare a John.

In molte nazioni il sidro è percepito come un prodotto fermentato di seconda categoria rispetto al vino e alla birra, non c'è la cultura per conoscere la differenza tra sidro di qualità buona o pessima, meno che mai per distinguere il sidro di mele di varietà differenti.

Ebbene, quel sidro era qualcosa di meraviglioso, un nettare degli dei, con il giusto grado di bollicine, di acidità, di zucchero. Si percepiva, senza bisogno di parole, la passione e la ricerca di chi lo aveva creato.

—Questo ha vinto il primo premio, miglior sidro norvegese— disse Olav con un sorriso di soddisfazione e orgoglio.

John non sapeva come ringraziare Olav, e gli assicurò che la sua storia sarebbe stata di ispirazione per gli agricoltori della sua zona, e forse per molti altri.

Si salutarono come due fratelli, se non di sangue, fratelli di terra.

Da Olav sentiva di poter aver ricevuto queste idee: Primo, trasformare il proprio prodotto, o comunque renderlo pronto per la vendita al dettaglio, era fondamentale per potersi affacciare alla vendita; secondo, collaborare senza gelosie o paure, ma con accordi chiari, conviene in assoluto. Olav aveva acquistato tutti i macchinari con il vicino, dimezzando i costi di investimento; e terzo, è fondamentale ragionare in termini di comprensorio, di regione. In questo modo si ha un impatto molto più forte sull'opinione pubblica e sulle istituzioni, inoltre si creano molto meglio sinergie e accordi tra produttori.

Capitolo 5: Di ritorno a casa...



Ecco.

A conclusione del suo viaggio, John poteva dire questo. Di aver trovato dei fratelli di terra.

Gente che aveva capito che le cose non stavano prendendo la piega giusta, che la terra non era da sfruttare senza ritegno e pensando a senso unico, ma era da custodire con grande intelligenza.

Che lavorare la terra con coscienza pensando di vendere con i parametri del sistema agricolo attuale era impensabile, quindi servivano nuove soluzioni.

Che le relazioni non potevano essere volte solo al profitto, o alla dimostrazione di essere migliori di qualcun'altro. Che cooperazione non voleva dire necessariamente creare cooperative, ma poteva voler dire anche comune accordo per vendere, per produrre, per scambiarsi conoscenze.

Nei suoi appunti cercò di riassumere tutto quello che gli sembrava interessante e copiabile, per poterlo comunicare a Brian e ai ragazzi del villaggio.

- *Trasformazione:*

Per aggiungere valore ai prodotti occorre trasformarli, renderli pronti per il consumatore: i fornitori di Terre di Loppiano avevano fatto tutti questo passo, anche Agnes e Olav avevano cambiato marcia trasformando la frutta in marmellate, distillati, sidro, succo di mele.

- *Vendita:*

Costruire canali di vendita alternativi ai grossisti per distribuire i propri prodotti trasformati; in Europa esistono centinaia di esempi come quelli di Terre di Loppiano e dell'associazione ungherese Kamratúra.

- *Cooperazione:*

Condividere spazi, attrezzature, canali di vendita. Non si può più riuscire in molte cose che fino a pochi anni fa potevano essere fatte da soli. Questo vuol dire superare l'idea di concorrenza come la conoscevamo fino a poco tempo fa, e stringere accordi basati sulla fiducia.

- *Multifunzionalità:*

Il modo di comunicare il proprio prodotto è cambiato. Si deve comunicare l'esperienza della propria fattoria, si deve comunicare la propria passione facendola vivere direttamente alle persone, che siano turisti, scuole, clienti.

Le attività accessorie devono essere ben pensate e calibrate, nella sostenibilità economica e logistica.

Come dimostrava Veraterra, nella logica della cooperazione si possono mettere in piedi sinergie che non costringano il contadino ad essere anche albergatore, maestro, sommelier, cuoco e altro ancora nello stesso tempo, perlomeno non tutte queste cose insieme.

John ringraziò di nuovo dentro di sé ognuna delle persone che aveva conosciuto, e infine lasciò andare un pensiero all'Europa, augurandosi che si potesse ripensare il rapporto con le radici, con la terra, passando proprio da chi non voleva mollare, da chi quelle radici voleva conoscerle di nuovo, ri-conoscerle, per approfondirle sempre di più.

Nota finale

Il materiale grafico utilizzato nella presente pubblicazione è stato usato secondo le regole delle piattaforme gratuite e di Open Source, in altri casi il materiale è stato donato dagli autori. Nel rispetto del loro lavoro e per il riconoscimento della loro proprietà intellettuale si presentano a continuazione le attribuzioni di autore dell'immagini.

- Copertina: Designed by Freepik.com
- Retrocopertina: Foto di Juan C. Poveda Rz

- Pag. 1-2: Created by Agne Alesuite from Noun Project. www.thenounproject.com
- Pag. 12: Designed by Freepik.com
- Pag 15-16: Foto di Juan C. Poveda Rz
- Pag 18: Foto di Juan C. Poveda Rz
- Pag 19-20: Foto di Cooperativa Loppiano Prima
- Pag 21-22: Designed by Freepik.com
- Pag 23-24: Disegno di Fattoria Loppiano
- Pag 25: Foto di Terre di Loppiano
- Pag 27: Veraterra
- Pag 29: Foto di Viktor Hanacekr - www.picjumbo.com
- Pag 65-66: Foto di Juan C. Poveda Rz
- Pag 69-70: Designed by Freepik.com

- Pag 89-90: Created by Victor Iglesias from freeimages.com
- Pag 93: Designed by Freepik.com
- Pag 107-108: Foto di Viktor Hanacekr - www.picjumbo.com

Un'idea originale di:

Pietro Isolan
& Elia Renzi



In cooperazione con:



Rural Academy



Con il supporto di:



powered by



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



[this publication [communication] reflects the views only of the author,
and the Commission cannot be held responsible for any use which may
be made of the information contained therein]

Un bel giorno un contadino Irlandese partì alla volta dell'Europa.

Partì per cercare esperienze, spunti, idee per far risorgere il suo piccolo villaggio rurale. Si rese conto che i suoi problemi erano gli stessi degli amici che via via conosceva girando il mondo, e che tanti mettevano a disposizione le loro storie, ansiosi di vederle esportate e copiate.

Pietro Isolan, figlio di una generazione di contadini. Ha una fissazione, che vive insegnando, lavorando e scrivendo racconti: l'unità dell'uomo con la natura vissuta attraverso l'agricoltura.