
LA “GOVERNANCE” DELLO SVILUPPO LOCALE NELLE LANGHE

Versione provvisoria

Giugno 2011



Rete Rurale
Nazionale
2007.2013

Documento prodotto nell'ambito della Rete Rurale Nazionale

Progetto: "Rete Rurale Nazionale 2007-2013" – Linea Progettuale 1 "Supporto tecnico-scientifico alla governance e creazione di postazioni tecniche nazionali e regionali"

Responsabile del progetto: Francesco Mantino

Autore: Gioacchino Garofoli (Università dell'Insubria)

Indice

1.INTRODUZIONE	6
2.LE TENDENZE SOCIO-ECONOMICHE RECENTI.....	7
3.IL SISTEMA PRODUTTIVO LOCALE.....	9
3.1. STRUTTURA E ARTICOLAZIONE DEL SISTEMA LOCALE.....	9
3.2. IL DISTRETTO AGRO-ALIMENTARE	9
3.3. IL SISTEMA INTEGRATO TERRITORIALE.....	11
4.LE POLITICHE DI SVILUPPO LOCALE E GLI STRUMENTI UTILIZZATI	13
5.IL PROGRAMMA LEADER+ E LA NUOVA PROGRAMMAZIONE	15
6.ALCUNE CONSIDERAZIONI FINALI	18
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	20

1. Introduzione

L'area delle Langhe-Roero rappresenta un'area di indiscutibile interesse sia dal punto di vista dell'organizzazione della produzione e delle caratteristiche specifiche del modello di sviluppo sia per la verifica dell'impatto delle politiche di sviluppo e della capacità di innescare strategie ed azioni di sviluppo locale.

Occorre ricordare come le Langhe fossero un'area prevalentemente agricola e di relativo spopolamento nei primi decenni del dopoguerra. Due sono stati i motori dello sviluppo che hanno controbilanciato il rischio del progressivo esodo della popolazione. Il primo è dato dal clamoroso successo e dalla crescita produttiva ed occupazionale della Ferrero ad Alba che ha mantenuto sul territorio una quantità considerevole della popolazione integrando gli insufficienti redditi agricoli (prevalentemente determinati dalla coltivazione della vite e della nocciola, il cui sbocco di mercato era proprio la produzione della Ferrero) con il reddito del lavoro in fabbrica senza far abbandonare le case e le colline¹. Il secondo motore è stato il processo di riqualificazione della produzione vitivinicola e la capacità di produrre vino di qualità oltre che promuoverlo e comunicarlo.

L'area della Langhe-Roero rappresenta, oggi, una delle aree più famose di produzione vitivinicola di qualità in Italia e, soprattutto, sembra rappresentare un caso esemplare di sviluppo integrato territoriale per la capacità di far interagire diverse dimensioni della vita economica, sociale e culturale del territorio. Un'area che è riuscita, specie negli ultimi anni ad integrare la produzione agricola di qualità con il settore della trasformazione industriale, con l'attrattività turistica, con l'espansione dei servizi e, soprattutto, con la capacità di integrare produzione materiale e la valorizzazione dei beni culturali e della tradizione del territorio. Il territorio della Langhe-Roero è divenuto uno dei luoghi più interessanti dal punto di vista dell'organizzazione di eventi culturali (almeno nell'Italia delle piccole città), con l'organizzazione del Premio Grinzane Cavour, con l'organizzazione degli eventi della Fondazione Culturale "Emanuele di Mirafiore", con la Fondazione Cesare Pavese, con l'organizzazioni di parchi letterari e di ecomusei. Non è forse un caso che è in questa area che si è generata e sviluppata l'idea di "Slow Food" (oltre che della Università gastronomica di Pollenzo) ed è stata concepita la creazione di Eataly, che rappresenta un interessante incrocio di promozione dei prodotti agricoli e gastronomici di qualità e della cultura del territorio.

Esiste, dunque, una specifica cultura del territorio ed una consistente identità territoriale che innerva l'organizzazione della società locale che ha una lontana origine (dall'Alba medievale orgogliosa della sua libertà comunale all'esperienza partigiana nelle Langhe che porta alla costituzione della Repubblica di Alba nell'autunno di 1944) e che determina un elevato senso di appartenenza alla comunità locale, come d'altronde la grande partecipazione della comunità delle Langhe al recente funerale di Pietro Ferrero (con lutto cittadino esteso a tutti i comuni delle vallate attorno ad Alba) ha potuto ulteriormente dimostrare.

¹ In questo senso il caso Ferrero ricorda nel modello di relazioni impresa – territorio i casi relativamente analoghi della Olivetti ad Ivrea e nel Cavanese e della Merloni a Fabriano e nei suoi dintorni.

2. Le tendenze socio-economiche recenti

Un indicatore che difficilmente inganna gli osservatori è quello della tenuta demografica in aree collinari e periferiche che rappresenta un forte segnale di autosufficienza economica delle aree analizzate.

Dopo la diminuzione della popolazione dei primi anni del dopoguerra e dell'avvio del miracolo economico italiano, vi è stata nelle Langhe una inversione di tendenza che è già iniziata negli anni '60. Tra il 1961 e il 1981 c'è stato un leggero aumento che è poi ancora cresciuto nell'ultimo decennio intercensuario (1991-2001), frutto di un saldo naturale negativo ma di un saldo migratorio fortemente positivo, determinato soprattutto da una crescente attrattività di popolazione dall'estero. L'area delle Langhe-Roero presenta, infatti, una più alta proporzione di residenti stranieri (31,7 per mille) non solo rispetto alle altre aree collinari del Piemonte ma anche rispetto alla media regionale (pari a 25,1 per mille) (Aimone, Landini, 2004).

Tutto ciò ha garantito di mantenere una struttura demografica per età sufficientemente articolata e sostenibile nel tempo, senza l'apparizione del fenomeno di progressivo invecchiamento e con insufficienza di forze da lavoro che, generalmente si osserva nelle aree rurali e periferiche che presentano un elevato tasso di dipendenza (proporzione di non attivi su popolazione attiva). Nell'area Langhe-Roero la quota di persone residenti comprese nella classe di età 20-44 è, infatti, pari al 35,1% sostanzialmente allineata alla media regionale.

Le tendenze demografiche sono suffragate dalla positiva tendenza occupazionale che si osserva nel territorio oggetto di analisi. Tra il 1991 e il 2001 vi è stato, infatti, un consistente aumento dell'occupazione totale (+ 23,8%), nettamente superiore a quanto osservato sia a livello delle aree collinari e vitivinicole piemontesi (11,4%) che a livello aggregato regionale (2,4%). Per quanto riguarda l'industria vi è stata nell'area una riduzione dell'occupazione (- 8,2%), che è tuttavia la riduzione più modesta sia rispetto a tutte le altre aree collinari e vitivinicole piemontesi che all'intero aggregato regionale. Con riferimento ai servizi terziari l'aumento occupazionale è molto elevato e pari al 97,1%, molto più alto sia rispetto alle altre aree collinari che all'aggregato regionale. Infine, tiene l'occupazione nel commercio (+ 1,1%) che invece assume dinamiche negative sia nell'intera area collinare e vitivicola piemontese (- 7,6 %) che nell'aggregato regionale (- 13,5%) (Aimone, Landini, 2004).

Già queste brevi considerazioni ci mostrano una capacità di attivazione di occupazione e di iniziative economiche nell'area che fanno immaginare un processo di trasformazione economica e sociale che riesce a trascinare settori diversi in una logica di possibile integrazione economica territoriale che garantirebbe una forte autonomia e capacità di tenuta nel tempo. I semplici dati sul commercio, ad esempio, sottolineano la capacità di "resistenza" del commercio tradizionale che è probabilmente connesso ad uno stile di vita e ad un modello di consumo che mostra la possibilità di perennità di quel modello organizzativo che consente cambiamenti "senza fratture"² e con una organizzazione della produzione e dei servizi coerente (rispetto alle aspettative della popolazione) e sostenibile, anche dal punto di vista sociale e temporale.

² Può essere utile il riferimento al libro di Fuà e Zacchia (1983) proprio per l'analisi dei processi di trasformazione senza fratture e che mantengono alcune caratteristiche distintive, specie dal punto di vista demografico e dell'insediamento territoriale, senza grandi rivolgimenti della struttura produttiva e della dimensione delle imprese.

Il settore agricolo mantiene una quota sufficientemente elevata di forza lavoro (7.9%) e mostra una tenuta della SAU totale. La viticoltura non retrocede per quanto riguarda l'uso del territorio agricolo e soprattutto l'86% della SAU è iscritta agli albi della DOC e della DOP. Una alta quota di aziende agricole, infine, praticano agricoltura biologica, raggiungendo la più alta quota a livello regionale. Tutto ciò sottolinea ulteriormente il forte orientamento alla qualità della produzione che sembra rappresentare una delle caratteristiche specifiche del territorio analizzato.

L'industria alimentare è fortemente orientata alla produzione enologica (esistono 132 stabilimenti enologici che trasformano uve non proprie) con un'occupazione totale di 1.286 addetti (censimento intermedio 1996)³, anche se non va dimenticato il grande apporto della Ferrero sull'occupazione (diretta e indiretta) dell'industria alimentare dell'area, che sembra tuttavia aver giocato un ruolo complementare e, indirettamente, di supporto (e non contrastante) rispetto alle dinamiche produttive ed occupazionali del settore vitivinicolo.

Sono, infine, presenti sul territorio vasto (considerata l'agglomerazione di imprese a Canelli) anche aziende enomeccaniche che hanno consentito il cambiamento organizzativo e l'introduzione di tecniche più efficienti e l'interazione dinamica cliente – fornitore tipica dei processi innovativi che si basano sulla prossimità territoriale.

Quando a ciò aggiungiamo le dinamiche positive osservabili nell'artigianato (aumentano le imprese artigiane sul territorio) e nei servizi alle imprese (con un consistente aumento che interessa soprattutto i servizi all'agricoltura), da un lato, e nella forte crescita del turismo, dall'altro, credo si possa affermare che verosimilmente stiamo assistendo ad un interessante processo di integrazione economica territoriale, con un modello di sviluppo del tutto particolare che coniugando produzione agro-alimentare di qualità, con una forte immagine internazionale, con iniziative di valorizzazione dei valori culturali e paesaggistici del territorio attraggono un numero crescente di consumatori ed utenti. La zona della vite e del vino sta diventando una meta turistica alternativa, come dimostrato non solo dal numero rilevante (e alla forte incidenza in termini relativi rispetto alle altre aree) di esercizi turistici (650 ristoranti e 344 strutture ricettive) ma anche dalla maggior incidenza di flussi turistici dall'estero rispetto alle altre aree e all'aggregato sia delle aree collinari piemontesi che all'intera regione. Per capire l'intensa dinamica del turismo nelle Langhe è sufficiente ricordare che i flussi turistici (sia in termini di arrivi che di presenze) dall'estero sono triplicati dal 1991 al 2002 (Aimone, Landini, 2004).

³ I dati che provengono dall'elaborazione dei dati censuari del 2001 danno per l'intera area vitivinicola compresa nelle province di Cuneo, Asti e Alessandria un valore di 272 unità locali e di 3.277 addetti (Intesa Sanpaolo, 2011) e, quindi, sembrerebbero più elevati di quelli provenienti dal Censimento intermedio.

3. Il sistema produttivo locale

3.1. Struttura e articolazione del sistema locale

Da una recente ricerca condotta a livello locale (Garavaglia, 2009), sulla base delle imprese attive (tra quelle iscritte) nell'albo della Camera di Commercio di Cuneo, risulta che il distretto agro-alimentare delle Langhe e del Roero raggiunge una dimensione considerevole, superando le 10.500 unità produttive. Anche senza considerare le oltre 8.700 aziende agricole, operano nel sistema locale circa 2.000 imprese appartenenti ai settori della trasformazione industriale e dei servizi connessi al settore agro-alimentare (cfr. Tab. 1).

Tab. 1 - Le imprese del distretto agro-alimentare delle Langhe-Roero

Agricoltura	8.774
Settori industriali e terziari collegati	1.950
<i>di cui:</i>	
<i>Industria agro-alimentare</i>	688
<i>Fabbricazione macchine agricole e per agro-industria</i>	71
<i>Intermediari comm. dettaglio e ingrosso</i>	1.060
<i>Servizi all'agricoltura</i>	142
Totale imprese	10.644

Fonte: imprese attive presso il registro Ditte della CCAA di Cuneo, nostra rielaborazione da Garavaglia (2009).

Rilevante è il numero delle imprese nel settore della trasformazione alimentare (circa 700 aziende) e nel settore dell'intermediazione commerciale (dettaglio – molti dei quali con negozi specializzati - e ingrosso) dei beni agricoli e agro-alimentari (con oltre 1000 aziende) ma è interessante anche il numero di imprese di servizi all'agricoltura (quasi 150 aziende) e nel settore della fabbricazione di macchinari per l'agricoltura e per l'agro-industria (oltre 70 aziende).

Siamo dunque in presenza di un sistema complesso, articolato e interattivo che è alla base della dinamica imprenditoriale e della produzione di idee innovative che hanno sensibilmente modificato la posizione relativa del sistema produttivo delle Langhe nel contesto nazionale e internazionale.

3.2. Il distretto agro-alimentare

Il distretto agro-alimentare delle Langhe e del Roero ha esportato nel 2010 652 milioni di Euro, vale a dire oltre il 50% in più delle esportazioni dell'area del Chianti. Per avere un ulteriore metro di paragone, basti pensare che il distretto di Biella ha esportato 850 milioni di Euro e il distretto tessile comasco ha esportato 960 milioni di Euro. Ciò offre un segnale non solo della grande capacità di esportazione del distretto delle Langhe ma anche della sua rilevanza in termini quantitativi essendo sostanzialmente pari ai più rilevanti distretti industriali del nostro paese.

Il ruolo del Consorzio del Barolo e del Barbaresco, fondato nel 1934 e che attualmente presenta 460 aziende associate, è stato particolarmente rilevante sia nel promuovere il prodotto del Langhe e del Roero sia per favorire l'accesso a risorse tecnico-professionali pregiate e spesso non reclutabili a livello della singola azienda produttrice.

L'elevato numero di produttori⁴ (e, soprattutto, di produttori di qualità) determina un meccanismo di sana competizione e di spirito di emulazione, molto simile a quanto avviene nei distretti industriali, senza tralasciare il ruolo della cooperazione (basti pensare al ruolo del Consorzio appena richiamato) anche se tecnicamente nel distretto agro-alimentare non si può giungere agli elevati livelli di divisione del lavoro sperimentabili nei distretti industriali.

L'attenzione al prodotto di qualità e la ricerca di una posizione di visibilità sul mercato spinge i produttori ad una doppia strategia: una strategia di certificazione del prodotto di qualità del territorio e di promozione dell'immagine collettiva attraverso il Consorzio e una strategia di promozione del brand dell'azienda e di difesa di una posizione di "nicchia" da parte delle singole aziende. La strategia di promozione commerciale dei prodotti tipici dell'area è stata ulteriormente rafforzata con la costituzione del Consorzio export che riunisce oltre 60 produttori vitivinicoli e che si propone il raggiungimento di obiettivi più focalizzati ed orientati a specifici mercati di sbocco all'estero. Azioni collettive e attività consortili (Associazioni temporanee di impresa – ATI – e strategie di vendita collettiva) sono praticate anche dalle Associazioni di categoria che raccolgono le imprese di minor dimensione per facilitare sia l'accesso al mercato che una maggior capacità di negoziazione del prezzo⁵.

Il numero rilevante di produttori di qualità e soci del Consorzio determina una strategia aperta, condivisa e non controllata da pochi produttori. Notevole è, dunque, la differenza rispetto ad altri Consorzi in altre aree del paese, ma anche rispetto al Consorzio dello Spumante d'Asti, ove il ruolo dei principali produttori e delle grandi imprese è molto più rilevante. Solo 15 imprese producono oltre 0,5 milioni di bottiglie⁶ e i tre più importanti produttori del Consorzio del Barolo e Barbaresco, dal punto di vista quantitativo, producono soltanto l'8% circa dei 66 milioni di bottiglie prodotte annualmente dai soci del Consorzio⁷.

La qualità delle risorse umane e l'articolazione delle professionalità (tecnici agronomi, enologi, addetti commerciali, esperti di controllo di gestione, manager, esperti di mercati internazionali, esperti di comunicazione, ...) è notevolmente aumentata negli ultimi anni, essendo una condizione necessaria per l'organizzazione di una strategia di riposizionamento delle imprese locali verso il prodotto di qualità e per allontanarsi da una competizione basata sui costi di produzione. Allo stesso tempo il ruolo degli esperti e dei servizi specifici alla produzione agro-alimentare si è ulteriormente accresciuto. Tutto ciò ha reso necessaria una ristrutturazione del sistema formativo che si è parzialmente riorganizzato per consentire la formazione di nuovi tecnici e quadri (cfr. il riferimento alle nuove iniziative formative nel

⁴ Sono circa 1.000 gli imbottigliatori in loco che possono usufruire della DOCG mentre sono diverse migliaia i produttori vitivinicoli. Questo fa sì che una parte rilevante del vino delle Langhe – Roero viene ancora venduto sfuso agli imbottigliatori.

⁵ È sufficiente ricordare l'organizzazione di iniziative collettive da parte della Coldiretti sia per la vendita diretta che per la vendita alla grande distribuzione (cfr. l'introduzione del marchio "Fattoria Amica" attraverso il quale viene venduto il vino imbottigliato dei piccoli produttori).

⁶ Un'impresa produce oltre 2 M di bottiglie, 4 imprese producono tra 1 e 2 M di bottiglie e 10 imprese producono tra 0,5 e 1 M di bottiglie.

⁷ Il 60% della produzione dei vini che fanno riferimento alle denominazioni del Consorzio è autovinificata, il 14% della produzione è conferito alle Cantine Sociali e il 26% è venduto sfuso agli imbottigliatori.

prossimo paragrafo).

3.3. Il sistema integrato territoriale

Il processo di trasformazione del sistema produttivo delle Langhe e del Roero e di riqualificazione dell'economia locale ha attraversato diverse fasi a partire dagli anni sessanta (quando inizia ad emergere il conflitto per l'uso dei terreni del fondovalle con la forte espansione del settore industriale) e soprattutto dagli anni ottanta quando avviene il progressivo orientamento alla produzione vinicola di qualità, con un ruolo determinante di alcuni leader innovatori che spingono sia verso una maggiore integrazione agro-industriale sia verso una strategia di riposizionamento della produzione locale con forte attenzione anche alla questione della promozione dell'immagine e della comunicazione. Questo processo di cambiamento ha dato speranze ai giovani che sono restati sul territorio e ciò ha consentito la riproduzione imprenditoriale, mantenendo i giovani acculturati con nuove prospettive imprenditoriali all'interno di imprese familiari e in nuove imprese complementari. Ovviamente i processi di trasformazione avvengono con "strappi" e scarti che modificano anche i rapporti all'interno della società locale.

Il secondo processo di riqualificazione dell'economia locale è legato all'avvio del turismo enologico., che è stato fortemente supportato dagli operatori pubblici e che è alla base della progressiva integrazione territoriale del modello di sviluppo locale. In questo processo di trasformazione ceratane i programmi Leader sono stati cruciali nell'individuare e nel diffondere un sentiero integrato di sviluppo che accomuna agricoltura e turismo e sviluppa ed estende le capacità imprenditoriali a livello locale.

Il terzo processo di riqualificazione (e di ulteriore approfondimento e complessificazione del sistema produttivo locale) è collegato con il turismo gastronomico e, successivamente, con il turismo culturale e ambientale che hanno via via aumentato il grado di integrazione produttiva intersettoriale, promuovendo nuove opportunità per imprese in settori di servizio e di fornitura di beni e servizi complementari, integrando nel sistema produttivo diversi comparti dell'artigianato, del commercio e dei servizi.

La progressiva integrazione intersettoriale e territoriale dell'economia locale, la crescente consapevolezza sulle risorse locali specifiche del territorio da valorizzare, la capacità di promuovere azioni collettive e investimenti per la valorizzazione dei beni ambientali e paesaggistici oltre che la riproduzione dei saperi e delle competenze per la produzione materiale che qualificano il territorio rafforzano l'identità locale e il forte senso di appartenenza della comunità locale.

Ciò probabilmente spiega anche il ruolo delle banche locali che hanno sempre manifestato un forte radicamento territoriale. Credo si possa parlare, senza alcun dubbio, dell'esistenza e della mobilitazione di un capitale di prossimità nell'area delle Langhe e del Roero, a partire dall'esperienza di forte radicamento della Cassa di Risparmio di Cuneo (e successivamente della Fondazione della CRC), sia prima che dopo le fusioni bancarie intervenute, ma soprattutto del mantenimento dell'autonomia di diverse banche locali (Banca di Alba⁸ – che ha aggregato diverse Banche Cooperative del territorio -, Cassa di Risparmio di Bra) che

⁸ La Banca di Alba rappresenta la più grande Banca di Credito Cooperativo esistente in Italia per quanto riguarda il numero dei soci, che sono pari a 35.000 circa.

consentono di conservare un forte legame con le imprese del territorio, favorendo il reimpiego delle risorse finanziarie locali in investimenti produttivi delle imprese del territorio, mantenendo alcune condizioni fondamentali per un processo di sviluppo endogeno e per una continuità temporale del sistema produttivo locale.

Chiaramente con la progressiva complessificazione dell'economia locale che mantiene tuttavia una forte integrazione economica territoriale intervengono altri attori nel rilanciare opportunità di nuovi investimenti e di valorizzazione di ulteriori risorse locali. Si è già fatto cenno ai casi di Slow Food e di Eataly che sicuramente hanno mostrato nuove vie di valorizzazione dei prodotti tipici locali e della cultura locale, consentendo una maggiore visibilità nazionale e internazionale del territorio delle Langhe e del Roero e che hanno spinto all'introduzione di nuove figure professionali e di giovani risorse umane acculturate nei processi produttivi.

Questo spiega altresì il ruolo giocato da istituzioni specifiche sia nei processi di valorizzazione turistica, sia nei processi formativi adeguati e coerenti al cambiamento della struttura produttiva, sia all'accompagnamento delle strategie delle imprese e della gestione delle politiche di sviluppo locale. In questo senso, sembra di rilievo anche il ruolo della Fondazione CRC che vorrebbe assumere sempre più un ruolo di promozione dei processi di sviluppo locale, a partire dall'interpretazione dei processi di cambiamento economico per giungere al ruolo di settore e regolatore di processi di sviluppo, come stimolatore dell'iniziativa pubblica e privata e come integratore a livello territoriale più ampio di progetti pensati localmente (Garavaglia, 2009) . Una funzione, dunque complessa ed ambiziosa ma che consentirebbe crescita di consapevolezza locale e integrazione delle risorse finanziarie per progetti complessi e condotti strategicamente nell'interesse dell'intera comunità locale.

4. Le politiche di sviluppo locale e gli strumenti utilizzati

Numerosi sono stati gli strumenti di supporto per le politiche e le strategie di sviluppo locale nel territorio.

Sono state introdotte diverse leggi regionali per la valorizzazione delle risorse e per facilitare strategie di sviluppo “*bottom – up*” per cogliere le opportunità provenienti da una domanda di beni e servizi differenziati e fortemente connessi alla dotazione paesaggistica e culturale. Basti pensare alla legge istitutiva del distretto del vino (L.R. 20/99) e alla legge per la valorizzazione del patrimonio territoriale e delle comunità locali (L.R. 31/95) ma anche alle carte tematiche e alle indicazioni del Piano territoriale Regionale che individua non solo aree protette ed aree di elevata qualità paesistico-ambientale ma anche aree storico-culturali.

Il territorio ha presentato diversi piani di sviluppo territoriale utilizzando la strumentazione prevista a livello nazionale o promossa dall’Unione Europea o rispondendo a bandi regionali (Patto territoriale Langhe, progetti Leader, progetti di filiera, ..) ed ha ampiamente introdotto istituzioni intermedie a supporto dello sviluppo locale: Consorzi (a partire dal Consorzio Barolo e Barbaresco fondato nel 1934 ma con le prime iniziative di riconoscimento avviate nel 1908), Agenzie di sviluppo (Agenzia di sviluppo Lamoro-Langhe, Monferrato, Roero), GAL (GAL Langhe Roero già GAL Alta Langa con sede a Bossolasco), ma anche strumenti più leggeri (ATI) e iniziative di supporto ai piccoli imprenditori.

Alcune considerazioni possono essere effettuate con riferimento alla logica delle relazioni formazione-lavoro. Il buon esito delle relazioni scuola-lavoro sembra sufficientemente suffragato sia dall’osservazione dell’esistenza di una formazione sufficientemente orientata agli istituti di orientamento agrario e alberghiero, comprese iniziative di corsi universitari mirati ai problemi formativi del territorio (Corso di viticoltura ed enologia ad Alba, organizzato dalla facoltà di Agraria di Torino e Corso di Scienze Gastronomiche a Pollenzo-Bra) sia dal numero elevato di avviamenti al lavoro, in forte crescita nei primi anni dello scorso decennio (prima della grande crisi che sembra tuttavia non aver toccato in modo rilevante il territorio), dando luogo mediamente a 18.000 avviamenti all’anno. Ancora una volta, anche la dinamica degli avviamenti al lavoro nell’area studio è stata notevolmente superiore a quella fatte registrare nelle altre aree della collina piemontese e nel totale regionale.

Infine, alcune considerazioni sull’orientamento alla qualità del prodotto e alla capacità diffusa di promozione. L’attenzione alla cultura materiale e ai prodotti di qualità si può osservare anche con il numero rilevante di marchi di origine che sono stati introdotti e certificati nel territorio, non solo per il vino DOC e DOCG (con un ruolo particolarmente importante dei Consorzi (a partire dal Consorzio Barolo e Barbaresco) ma anche per i formaggi DOP (Bra, Raschera, Toma). Stesso ruolo giocano le numerose Fiere (a partire dalla Fiera del Tartufo) e la partecipazione dei produttori artigiani della gastronomia locale alle fiere e mostre organizzate altrove.

Per quanto riguarda, infine, la valorizzazione dei beni culturali e paesaggistici, numerose sono le iniziative che hanno rivitalizzato castelli e borghi medievali come numerosi sono stati i progetti culturali e museali avviati negli anni recenti, dagli ecomusei (l’ecomuseo delle “Rocche” e l’ecomuseo dei “Terrazzamenti”) al Museo del vino a Barolo, dai parchi letterari e premi letterari alla Strada romantica delle Langhe e del Roero (con l’organizzazione di undici

tappe attrezzate da Vezzo d'Alba a Camerana).

Tutto ciò ha dato luogo ad una capacità di mobilitazione di attori diversi, pubblici e privati, con competenze professionali talvolta complementari talvolta apparentemente lontani ma che i progetti avviati hanno messo in relazione generando nuove competenze e capacità creativa precedentemente inimmaginabili. Il risultato finale è un sistema integrato territoriale che riesce a mettere assieme la produzione primaria agricola sino alla valorizzazione delle competenze culturali, artistiche e creative e che intesse costruendo una trama complessa con le altre competenze (artigiane, industriali, commerciali, di servizio) necessarie all'identificazione dei prodotti del territorio, alla loro promozione e alla comunicazione, all'attrattività nei riguardi di operatori esterni (sia consumatori-utenti che tecnici, imprenditori e "professional" che innervano di nuove competenze ed idee il tessuto produttivo del territorio).

La capacità progettuale del territorio è particolarmente elevata, come evidenziato anche dal lancio di Slow Food e di Eataly, ma anche dalla recente presentazione della candidatura Unesco da parte del territorio delle Langhe-Roero. Non va, inoltre, dimenticata la grande capacità imprenditoriale diffusa che ha alimentato l'attenzione al prodotto di qualità e alla riproduzione dei vecchi saperi e mestieri, combinandoli con l'attenzione alle nuove competenze e alle nuove professionalità su cui si è basata la dinamica della produzione vitivinicola del territorio e la promozione della sua immagine. Una caratteristica fondamentale dell'imprenditorialità locale è, inoltre, l'attenzione agli investimenti sia nelle aziende esistenti che in nuove imprese in settori complementari (dall'ingresso storico nel settore vitivinicolo da parte di imprenditori operanti in settori diversi – sino alla recente acquisizione dell'azienda Fontanafredda da parte di imprenditori locali - agli investimenti in strutture ricettive da parte di imprenditori del settore agro-industriale). Tutto ciò ha favorito la crescente integrazione intersettoriale dell'economia locale e la costruzione di un modello di sviluppo che tiene nel massimo rispetto la difesa sia dell'ambiente che del paesaggio, con una consapevolezza diffusa tra gli imprenditori che l'immagine del prodotto di qualità debba essere necessariamente accompagnata dall'immagine di un territorio di qualità.

5. Il programma Leader+ e la nuova programmazione

Questo paragrafo si occuperà delle politiche di sviluppo rurale, anche a seguito delle modificazioni intervenute nella programmazione dei fondi europei, e dei programmi che sono stato gestiti a livello locale e regionale.

Si deve, innanzitutto, notare che la Regione Piemonte non ha introdotto, nella nuova programmazione, lo strumento del Progetto Integrato Territoriale (PIT) che molte regioni italiane hanno introdotto nel Piano di Sviluppo Rurale ma che, allo stesso tempo, ha introdotto i Programmi Territoriali Integrati (PTI) nel Piano Regionale di Sviluppo con lo scopo di definire gli obiettivi di sviluppo a scala vasta e con il necessario coordinamento con le strategie che dovrebbero intraprendere i differenti sistemi locali della regione e delle differenti province.

Il programma Leader+ ha comportato una spesa complessiva inferiore a 4 milioni di € (3,8 M) (di cui 2 mil. con finanziamento pubblico) per il territorio delle Langhe e del Roero per sette anni. La cifra è evidentemente abbastanza modesta sia in valore assoluto (l'equivalente di 13-14 salari erogati per l'intero periodo o di 100 salari annui) e in termini relativi rispetto al resto del finanziamento pubblico per il settore agricolo.

Le misura 3 ("valorizzazione integrata del patrimonio ambientale, culturale e produttivo locale") ha assorbito la quota più importante delle risorse disponibili (1,8 M), con 9 progetti a regia e con 21 beneficiari per gli investimenti a bando (Regione Piemonte, 2008). L'intervento principale è stato l'organizzazione dell'itinerario tematico "Strada Romantica delle Langhe e del Roero" con 11 comuni coinvolti⁹ e l'organizzazione di un nuovo itinerario turistico in 11 tappe attrezzate (dall'impatto potenzialmente molto elevato) e servizi al turista volti alla fruizione turistica integrata delle risorse locali (con 9 imprese coinvolte). Un elemento di novità per il territorio è stato certamente quello di riqualificare le strutture ricettive attraverso la creazione di nuovi servizi (punti di sosta attrezzati, mini strutture congressuali, servizi rivolti a target specifici di utenti) per favorire a fruizione delle risorse ambientali e naturalistiche, che rappresentano una delle principali fonti di attrattività turistica di questo territorio. La maggior attenzione e "sensibilità" verso i turisti dell'area è stato sicuramente uno dei risultati più rilevanti del programma¹⁰.

La misura 1 ("innovazione e qualificazione del sistema produttivo") ha assorbito 1,2 M € ed è quella che ha raccolto gli interventi di maggior successo anche in termini di integrazione intersettoriale. Nelle Langhe-Roero sono stati attivati 5 progetti con 30 beneficiari complessivi con investimenti sulla filiera agroalimentare.

⁹ I comuni interessati dal progetto sono i seguenti: Vezzo d'Alba, Magliano Alfieri, Neive, Treiso, Trezzo Tinella, Benevello, Sinio, Cissone, Murazzano, Mombarcaro e Camerana. L'itinerario è molto articolato, coinvolgendo aree ambientali e paesaggistiche di pregio – comprese le colline raccontate da Beppe Fenoglio - ma anche aree con patrimonio artistico e architettonico in un territorio relativamente vasto e che passa dai 300 ai 900 metri di altezza sul mare coinvolgendo comuni spesso ai margini della valorizzazione turistica ed economica nel suo complesso.

¹⁰ Non tutti gli "stakeholder" convergono su una interpretazione positiva dell'intervento con l'organizzazione dell'itinerario tematico perché ad alcuni sembra un'operazione molto astratta (per la mancanza di operatività e per la difficoltà a mobilitare iniziative economiche) e con scarsi effetti non solo diretti ma anche indiretti, ad esempio sulla modificazione dei comportamenti degli operatori economici locali. Secondo alcuni interlocutori sarebbe stata più opportuna l'organizzazione di una "strada dei formaggi".

Gli obiettivi dell'integrazione e dell'intersectorialità ottengono i risultati più significativi tra i settori agricolo/agroalimentare e turistico e, in misura minore, con quelli della cultura e dell'ambiente. La Regione Piemonte è consapevole che spesso Leader+ ha offerto agli operatori e alla popolazione prospettive di collaborazione nuove ed innovative che spesso vengono raccolte. Tuttavia è spesso mancata una "visione" più ampia del concetto di integrazione. Alcuni Piani di sviluppo locale (PSL) hanno puntato eccessivamente sullo sviluppo di singoli casi esemplari piuttosto che incasellarli nell'ambito di una strategia complessiva (Regione Piemonte, 2008, p. 91).

Il Gal Langhe-Roero ha gestito i progetti Leader, lanciando vari bandi¹¹, soprattutto bandi di filiera, con il 70% delle azioni organizzate in Alta Langa.

Per quanto riguarda l'integrazione delle iniziative, che rappresenta una delle questioni fondamentali per un sviluppo integrato territoriale (Garofoli, 2003; Courlet, 2008), l'Autorità di Gestione ha rimarcato la difficoltà, a causa di nuovi regolamenti e strumenti troppo rigidi oltre che alla mancata corrispondenza tra priorità regionali e priorità locali, ad imbastire piani di sviluppo locale realmente integrati. "Il rischio è dunque quello di trasformare i PSL in "piccoli PSR" dove l'integrazione è sulla carta ma di difficile attuazione nella realtà" (Regione Piemonte, 2008, p. 88).

Numerose sono le critiche espresse da molti operatori locali (sia pubblici che privati) rispetto agli strumenti della nuova programmazione. Si sottolineano, in particolare, la farraginosità degli strumenti¹², i tempi lunghi delle procedure burocratiche (dalla predisposizione dei bandi alle procedure della selezione e, soprattutto, dei tempi di erogazione dei contributi), il modesto volume complessivo delle risorse finanziarie pubbliche mobilitabili¹³.

Non bisogna, poi, dimenticare che l'obiettivo fondamentale del secondo pilastro è l'integrazione territoriale e, quindi, intersectoriale – a partire dall'integrazione di filiera. La vera integrazione territoriale si ottiene, tuttavia, solo se esiste a monte una strategia di sviluppo integrata e non, viceversa, sommando tra di loro singole azioni, pur di per sé a carattere integrato, però di fatto slegate tra loro (Regione Piemonte, 2008). L'integrazione territoriale, in altri termini, spesso dipende da una storia di collaborazione e di integrazione tra gli attori che a sua volta è conseguenza di una cultura e di una consapevolezza diffusa tra gli operatori locali che si costruisce nel tempo (via le relazioni tecniche e commerciali tra le imprese) e con sensibilizzazione e animazione degli attori per la individuazione di piste di collaborazione e di integrazione produttiva nell'interesse delle imprese coinvolte e del sistema locale. In questo senso, sembrerebbe più importante lavorare sull'animazione degli attori, sulla crescita della cultura economica, sulla rivelazione delle opportunità di investimento e, quindi, sulla capacità di progetto territoriale piuttosto che lanciare bandi per la distribuzione di una quantità relativamente scarsa di contributi finanziari.

¹¹ L'ultimo bando è stato lanciato alla fine del 2010 ed è scaduto nel febbraio 2011 (con oltre 60 candidature) ed è ora nella fase di selezione delle candidature.

¹² È sufficiente pensare al rilevante ed eccessivo numero di pagine dei documenti pubblici, a partire dal Piano di Sviluppo Rurale, e dei bandi ma soprattutto al continuo emergere di nuovi termini e concetti che spesso sono, tuttavia, "mascheramento" o nuove definizioni di vecchi concetti ("old wine in new bottles" utilizzando una metafora spesso utilizzata nella letteratura internazionale e che ben si adatta all'area di studio) che rischiano tuttavia di arrivare come uno "tsunami" sugli operatori locali e che provocano sconcerto e incomprensione.

¹³ Il bando GAL scaduto nel febbraio 2011 ha una capacità di mobilitare risorse finanziarie pubbliche inferiori a 1Meuro per interventi pluriennali per praticamente tutta l'area delle Langhe e del Roero.

In assenza di una capacità di organizzare sviluppo territoriale e di innescare investimenti complementari tra imprese e settori, è evidente che le associazioni imprenditoriali mantengono prioritariamente l'attenzione sugli strumenti del primo pilastro e che, con questa percezione degli strumenti dello sviluppo rurale, accompagnano le aziende agricole nelle loro scelte di investimento e di predisposizione di candidature per i finanziamenti pubblici privilegiando la ristrutturazione dei vigneti e la promozione della produzione.

6. Alcune considerazioni finali

Il carattere specifico del processo di sviluppo e trasformazione dell'area Langhe-Roero è sicuramente dato dalla progressiva integrazione e dalla stretta sinergia tra la produzione vitivinicola e gli altri settori di specializzazione dell'economia locale (enogastronomia, turismo, indotto industriale, servizi specializzati alle imprese). Ovviamente la forte dinamica dei settori portanti del sistema economico locale trascina altri settori produttivi non direttamente connessi alla attività produttive dei settori di specializzazione attraverso le "connessioni di consumo" per dirla con Hirschman (o quella parte del sistema produttivo che si usa chiamare recentemente, specie in Francia, "economia residenziale")¹⁴. E' questo processo indiretto che prevalentemente fa tenere l'occupazione anche nel settore del commercio, a differenza di quanto avviene in altre parti della regione.

La capacità di reazione e di trasformazione di questo territorio trae origine dai suoi punti di forza e dalla capacità di cogliere le opportunità di mercato e, quindi, dai caratteri endogeni del processo di sviluppo, fortemente radicati nell'identità, nel patrimonio e nella cultura locale.

E' in atto un processo di progressivo allargamento della "catena del valore" sul territorio dal settore enogastronomico al terziario (sino alla valorizzazione dei beni culturali), tanto da potersi parlare di un sistema innovativo agro-terziario (o "agropolitano" per dirla con John Friedmann) (Friedmann, Weaver, 1979) che assume sempre più i caratteri di un *sistema economico territoriale integrato*¹⁵.

Nonostante i caratteri specifici caratteristici del territorio vasto delle Langhe e del Roero, sembra importante distinguere l'Alta Langa rispetto all'area centrale e più ricca. L'Alta Langa, nonostante il forte legame con la produzione della Ferrero (sia per la fornitura della nocciola sia per l'elevato numero di lavoratori pendolari alle loro dipendenze) che ha consentito negli scorsi decenni un relativo equilibrio economico-sociale, presenta elementi di minore dinamicità economica e demografica rispetto alla Bassa Langa. Le politiche di sviluppo locale e gli strumenti di sostegno del secondo asse della politica agricola rappresentano, dunque, un rilevante contrappeso alla relativa marginalità economica dell'Alta Langa che i recenti tagli finanziari allo Stato locale sta rendendo più acuta. Il programma Leader ha assunto, quindi, un ruolo importante e la maggior parte delle risorse del programma sono state utilizzate nell'Alta Langa promuovendo l'attenzione allo sviluppo agrituristico e ad iniziative di coordinamento per la valorizzazione dei beni ambientali e paesaggistici.

Negli ultimi tempi è emersa una nuova opportunità di valorizzazione economica dell'Alta Langa

¹⁴ Si possono trovare alcuni riferimenti in altre aree italiane e straniere che hanno mobilitato una crescita della domanda interna a seguito dell'aumento sia degli "input" dei settori basati sulla domanda esterna sia dei consumi interni derivati dei redditi dell'esportazione e del turismo. L'aumento di domanda interna (diretta e indiretta) genera, di conseguenza, l'aumento di investimenti e l'ingresso di nuove imprese in settori che la possano soddisfare (cfr. Garofoli, 2003).

¹⁵ D'altronde, questo tipo di esperienza di sviluppo territoriale sta diventando una opportunità particolarmente realistica in molte aree di sviluppo rurale e di elevata qualità ambientale, basti pensare all'area dell'Alta Provenza (Manosque-Forcalquier) e alle numerose aree in Toscana, Umbria e Marche che stanno innescando processi di inversione demografica e, soprattutto, di modificazione della composizione per profili professionali della popolazione, dando rilievo crescente a nuovi residenti che sono in grado di svolgere funzioni di tipo urbano (con fornitura di servizi specializzati) e con un ruolo di "ponte" e di raccordo culturale con le aree urbane e con i mercati (cfr. Garofoli, 2005).

con il lancio di un nuovo prodotto tipico riconosciuto con il DOC “Spumante Alta Langa”, dopo un periodo di sperimentazione con l’impianto di 70 ettari, e che potrebbe permettere un consistente flusso di nuovi investimenti produttivi nell’area. Le particolari caratteristiche del prodotto ad alta quota (come recentemente avvenuto anche in altre aree italiane e straniere), accompagnato ovviamente da maggiori costi di produzione, potrebbe aprire una nuova interessante “nicchia di mercato” con prezzi relativamente alti e l’aumento di produzione vitivinicola nell’area che è attualmente bloccata dai vincoli dei marchi di origine, espandendo geograficamente l’area di produzione anche se per vini completamente differenti¹⁶.

Dalle testimonianze raccolte, sembra di essere in un’area di grande vitalità e di grande capacità di innescare idee innovative che si basano sulla valorizzazione delle risorse del territorio e che mobilitano diversi operatori e che spingono ulteriormente altri operatori ad entrare in interazione o a proporre iniziative altrettanto nuove ed interessanti¹⁷.

Ciò che sembra emergere è, inoltre, un interessante “*divide*” di comportamento tra l’area più ricca (Alba e il centro più pregiato dell’area vitivinicola) e l’area più povera dell’alta collina e che fa parte della Comunità Montana. Mentre nella seconda sub-area il ruolo delle politiche di sviluppo e la capacità di mobilitare risorse finanziarie divengono strategiche e il ruolo del partenariato pubblico - privato segue le procedure richieste dalle leggi e dai regolamenti comunitari, nella prima area si osserva una grande capacità di trovare soluzioni ai problemi che sopraggiungono o di individuare nuovi progetti che provengono dagli operatori privati e che assumono una logica molto informale di “*governance*” dello sviluppo, senza ricorrere alle modalità tipicamente istituzionali che gli strumenti operativi delle politiche di sviluppo rendono necessari. In altri termini, la “*governance*” dello sviluppo nell’Alta Langa è dettata dal “*government*”, mentre la “*governance*” dello sviluppo nell’area più ricca è determinata dalla dinamica tra gli operatori privati che si mobilitano, aggregandosi per omogeneità di idee e comportamenti, in logiche tipiche delle agglomerazioni di imprese per superare gli ostacoli della soglia dimensionale di accesso alle capacità strategiche.

L’area centrale delle Langhe-Roero presenta, dunque, una forte identità ed una elevata capacità di “*governance*”, con un ruolo cruciale dei progetti e degli investimenti degli operatori privati e con modalità di “*governance*” molto informali e che permettono l’avvio di attività e di investimenti complementari.

Nella parte centrale delle Langhe e del Roero, detto in altro modo, la capacità della comunità locale di individuare una interpretazione condivisa e un coordinamento leggero è opera di alcuni operatori innovativi ed aperti che fanno da apripista per nuove strategie di riposizionamento del sistema locale nel contesto nazionale e internazionale, seguendo le modalità che i distretti industriali storici hanno effettuato negli anni della “grande ascesa” quando quasi nessuno parlava né di distretti industriali né di politiche di sviluppo locale.

¹⁶ Sono state raccolte alcune opinioni discordi tra gli intervistati anche su questa opportunità. Alcuni operatori si sono mostrati un poco più scettici sia per il debole ammontare degli investimenti sinora effettuati dalle imprese sia per il ruolo centrale assunto dalle sette grandi imprese dello spumante d’Asti che sono state quelle maggiormente coinvolte nel processo di sperimentazione e di riconoscimento del marchio di origine dello Spumante Alta Langa .

¹⁷ C’è tuttavia, tra gli operatori intervistati, chi nota una difficoltà di ingresso di nuovi imprenditori dall’esterno e la mancanza di vere nuove idee imprenditoriali in quanto la “rendita di posizione” dei produttori di qualità e il blocco di offerta di terreni per la produzione DOP non spinge all’innovazione né nell’introduzione di nuovi vini e di nuove procedure di vinificazione né all’innovazione in altri prodotti e settori.

Riferimenti bibliografici

Aimone S., Landini S. (2004), *Distretto dei vini Langhe, Roero e Monferrato (L.r. 20/99). Quadro Socioeconomico e territoriale*, Quaderno dell'IRES Piemonte, Ires Piemonte, Torino, gennaio 2004

Borrione P., Santagata W. (2002), Le due culture. Alle origini del distretto culturale delle Langhe, *Working Paper Series*, n. 4/2002, Dipartimento di Economia S. Cognetti De Martiis, Università di Torino, Torino

Courlet C. (2008), *L'économie territoriale*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble

Friedmann J., Weaver C. (1979), *Territory and Function. The Evolution of Regional Planning*, Edward Arnold, London

Fuà G., Zacchia C. (a cura di) (1983), *Industrializzazione senza fratture*, Il Mulino, Bologna

Garavaglia L. (2009), Cluster produttivi e traiettorie di sviluppo nei territori del Cuneese, *I Quaderni della Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo*, n. 5, 2009

Garofoli G. (2003), Sviluppo locale e "governance", in AA.VV., *Governance e sviluppo territoriale*, Quaderni Formez, n. 11

Garofoli G. (2005), Sviluppo locale: la "governance" del territorio, *Campagna Amica*, maggio 2005

Intesa Sanpaolo (2011), *Monitor dei distretti*, Servizio Studi e Ricerche, n. 33, marzo 2011

Regione Piemonte (2008), *Programma di Iniziativa Comunitaria Leader+ (2000-2006). Rapporto di valutazione finale*, redatto dal valutatore indipendente (ATI tra Team Srl-APRI SpA-IZI SpA), Torino, dicembre 2008

Segre G. (2003), DOC, Exit e Innovazione. Property Rights nel distretto culturale del vino nelle Langhe, *Working Paper Series*, n. 4/2003, Dipartimento di Economia S. Cognetti De Martiis, Università di Torino, Torino