



## Il distretto? Ora diventa etico

### La sfida solidale della Riviera

La filiera del pane dal grano al forno, le fattorie, il co-working, la banca: a Mira si costruisce il Des. E nessuno bada al giro d'affari

Una volta ogni Comune qui impiantava la sua zona artigianale e industriale. Era il boom dei distretti, la frenesia del produrre. Poi si è cominciato a delocalizzare e poi ancora è arrivata l'ombra lunga della crisi. Siamo in Riviera del Brenta: qui ci si è svegliati con le campagne arse dai pesticidi, coi terreni butterati di capannoni e progetti di inceneritori e camionabili, tangenziali e centri commerciali, a volte rimasti solo favole avvelenate e altre volte davvero realizzati. Oggi questo è il cuore di una città metropolitana.

In questa Riviera dei paradossi «la via d'uscita potrebbe essere dolce, lenta, corta, ecologica, condivisa», come elenca Fabrizio del comitato Mira2030. E' quello che chiamano DES, vale a dire Distretto dell'economia solidale. Lo chiamano così «per capovolgere il senso dei vecchi distretti produttivi, sfidando l'idea di un'economia legata ai profitti», racconta Giorgio, volto storico di MiraGAS, il Gruppo di acquisto solidale.

Si contano a decine le esperienze: dall'equo-solidale Bandera Florida alla storica cooperativa Olivotti, le fattorie sociali Raise e Pecore Ribelli, la coop Bronte e i volontari de Il Portico, il forno a legna e persino la scuola steineriana. C'è chi è attivo da decenni, altre sono più recenti: saranno proprio loro la trama su cui si modellerà il Distretto economico 2.0.

Dunque, sul terreno la filiera c'è: la struttura produttiva esiste, la rete di distribuzione pure. Cosa

si produrrà in Riviera? Prodotti agricoli e alimenti, attività di cura, lavoro cognitivo e digitale, servizi di co-housing o co-working, turismo cooperativo, senza tener conto dell'indotto. Alle spalle alcuni partner ben strutturati, come l'Aiab (l'Associazione veneta dei produttori biologici), l'Aeres (la rete dell'altra economia di Mestre) e naturalmente Banca Etica di Padova.

Il modello di scala è una filiera corta, densa, sociale, che «non misura se stessa e il valore che produce in denaro ma in qualità della vita», aggiunge Giorgio. Se provate a chiedere di quantificare il DES della Riviera in stime e volumi d'affari, nessuno ve lo saprà dire. «Quello che vogliamo fare è

gestire le nostre risorse e produrre buone relazioni sociali».

L'idea del Distretto sta maturando da almeno tre anni, da quando è partito il Pane Logistico. In molti si erano impegnati contro un progetto di «Polo logistico industriale» tra Giare e Dogaleto, che avrebbe devastato una grande area agricola. Da lì l'idea di un'alternativa: costruire una filiera del pane. Il grano viene coltivato dalla Bronte e da Pecore Ribelli, entrambe di Mira. Nel 2013 la semina dei primi 5 ettari di grano, diventati 20 l'anno dopo. Trovato un mulino, si sono accordati con una serie di panifici locali e hanno fissato anche un prezzo equo, 3,5 euro al chilo. Il successo della filiera li ha convinti che si può fare.

Qui c'è un fermento che andrebbe indagato. Eppure, trovare chi nelle Università di Padova o Venezia si occupi di economia solidale è una scommessa. Prova a riflettere Andrea Marella, docente di scienze economiche a Padova ed esperto in Economic processes in local development: «Si trovano materiali solo in discipline specifiche legate all'economia, come l'ingegneria o il marketing territoriale, la sostenibilità o il social accountability». Anche se territorio è diventata una parola magica per tutti, la «economia di cooperazione e di territorio», come la chiama Marella, resta un oggetto sconosciuto. Il paradosso è che i «territorialisti» sembrano tenuti ai confini della retorica sui territori.

Paolo Cacciari, che tra Mira e Dolo ci vive, è uno dei teorici del-

l'economia alternativa e della decrescita e ci ha scritto più di un libro. L'ultimo, «101 Piccole Rivoluzioni» (Altreconomia, 2016, pagg.192), raccoglie anche le storie della Riviera del Brenta. Racconta come un DES riesca a «superare l'idea del classico terzo settore e di no-profit, ma rischia di essere assorbito da logiche di mercato classiche». Parla di «economia di comunità», di «disintermediazione» e di un potenziale enorme costruito sulla «consapevolezza».

Cosa sarà dunque questo DES della Riviera è presto da prevedere. Siamo nella fase di gestazione. Le prove generali saranno dal 14 al 16 ottobre al «Festival Si può fare» che si terrà a Mira con il sostegno del Comune. Ce la faranno? Secondo Marella «le chiavi del successo è che il DES si costruisca dal basso e attorno a una filiera precisa, ad esempio il cibo». Massimo Ronchieri, che fa il «banchiere ambulante» per Banca Etica, racconta l'esperienza a Pisa dove il DES è «un'associazione di associazioni, con un patto costitutivo forte, dove è la comunità che garantisce e la banca sostiene pratiche e start-up». Anche per Massimo Renno, presidente di Aeres, «è auspicabile che il DES della Riviera abbia una struttura, persino con un buon tasso di informalità: non c'è un modello, lo scopriranno seguendo un proprio percorso. L'importante è evitare la trappola di replicare logiche di mercato, la sfida è trovare gli antidoti».

Fa.Bo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La sede di Banca Etica a Padova

## L'invenzione del tappo che non sa di tappo

### I signori del sughero che hanno sconfitto il fungo

Non serve essere un esperto di vini per capire se la prelibatezza appena versata nel bicchiere «sa di tappo». È un sapore e un odore acre, riconoscibile appena la bottiglia viene aperta, che deriva da un fungo, l'armillaria mellea, che attacca la chiusura in sughero o, in casi più rari, la botte di legno, compromettendo la qualità del prodotto. Per questo il tappo, e in particolare quello in sughero, non può essere considerato una semplice comparsa sul palcoscenico del comparto vitivinicolo. È un comprimario, la principale spalla del vino, lo protegge e lo custodisce. Può anche essere, però, il responsabile della sua rovina.

Per rassicurare produttori, sommelier e appassionati, la multinazionale del sughero Amorim ha introdotto sul mercato un tappo rivoluzionario, che in una terra di vino e Prosecco come il Nordest può essere una svolta: grazie a uno studio iniziato cinque anni fa nei laboratori portoghesi della società e arrivato al dunque lo scorso aprile, il trichloroanisolo (Tca) è stato sconfitto. La tecnologia «Nd Tech» elimina il sentore di tappo che, staticamente, boccia quasi tre bottiglie su cento.

Amorim è il maggior produttore di tappi in sughero del mondo: 4,2

miliardi di pezzi ogni anno. Del gruppo fa parte anche Portocork, marchio di punta della holding che in Italia vende 60 dei suoi 400 milioni di tappi all'anno. Di quei 60 milioni, 22 sono venduti in Veneto e 3 in Friuli Venezia Giulia. Portocork Italia ha la sua sede legale a Milano ma il cuore di tutto è sui colli del Prosecco, a Conegliano (Treviso). È quello il centro della distribuzione dei prodotti, ed è lì che avviene l'ultima fase del processo produttivo, iniziato in Portogallo con la «decortica» delle querce da sughero: i tappi acquistati dalle cantine italiane vengono di nuovo supervisionati manualmente e personalizzati con la marchiatura del logo - a fuoco, inchiostro o laser - che identifica ogni produttore. Duecentomila di questi tappi già stanno utilizzando la nuova tecnologia «Nd Tech», in particolare per le bottiglie di Prosecco che sono le padrone del mercato veneto: hanno un valore e un costo superiori ai tappi non trattati (circa 20 centesimi in più l'uno, mediamente), ma la resa e la sicurezza sono quelle che ogni produttore vorrebbe dalla propria cantina.

La ricerca portoghese non è solo il frutto dei laboratori e della scienza, ma ha una profonda matrice culturale e ambientale: c'è un filo rosso che lega le sugherete del



Solo sughero L'ultima fase della produzione nello stabilimento trevigiano di Portocork

sud del Portogallo, gli stabilimenti del nord e la splendida valle del Douro, chilometri di vigneti e tenute agricole che si specchiano sul fiume che sfocia a Porto. E adesso questo filo arriva fino alla Marca Trevigiana e al Nordest.

«La scelta del tappo è una fase fondamentale nel processo di imbottigliamento di un vino - spiega Luca Spina, direttore commerciale di Portocork Italia -, sembra un piccolo dettaglio ma un tappo sbagliato può rovinare completamente

anni di lavoro e causare una perdita economica e di immagine incalcolabile». Tre bottiglie su cento, pensando alla produzione in milioni di litri di Cabernet o Prosecco, sono numeri da non sottovalutare. «Un buon tappo - continua Spina - va scelto in base alle caratteristiche di ciascun prodotto, inserito nel rispetto dei tempi e delle modalità di maturazione in bottiglia, della minore o maggiore ossigenazione o del fatto che debba rimanere imbottigliato pochi mesi op-

pure anni».

Il primo step contro il Tca è una strategia preventiva che inizia con il trasporto delle plance di sughero e prosegue con il taglio della zappa, cioè della parte della corteccia più vicina al terreno. Il sughero viene poi sottoposto a bollitura, uscendone con un livello di umidità residua dimezzato rispetto al sistema tradizionale e bastano 72 ore, invece che 3 settimane, per l'asciugatura: viene così evitato il rischio di formazione di muffe. Dopo la vaporizzazione delle plance inizia la strategia curativa: con il sistema «Rosa» il livello della sostanza era stato ridotto dell'80% ma grazie alla nuova tecnologia «Nd Tech» (10 milioni di euro di investimento) lo screening individuale su ogni tappo garantisce l'azzerramento dei valori nocivi.

Se lo sviluppo e il progresso sono arrivati a queste soluzioni, a brevetti e analisi approfondite per risolvere problemi e inconvenienti, è perché i produttori si affidano sempre più a chi ha un controllo diretto sulla filiera produttiva, come nel caso di Amorim e Portocork. Il gruppo, infatti, segue il tappo fin dall'albero. Parte tutto nelle foreste portoghesi di quercia da sughero dove, fra giugno e luglio, viene eseguita da professionisti del settore la delicata e affasci-

nante procedura della decortica: la «quercus sugheris» è un sempreverde che in un ciclo di vita medio di 200 anni rigenera la corteccia fino a 16 volte; dalla semina alla prima decortica passano 25 anni, e il primo sughero «vergine» può essere usato solo per articoli decorativi e prodotti granulati. Le decortiche successive si fanno ogni 9 anni, ma solo con la terza la corteccia diventa perfetta per i tappi. L'albero non viene abbattuto né soffre, anzi, la decortica lo fortifica. Ed è questo l'orgoglio di Amorim, che ha fatto della sostenibilità una caratteristica portante del marchio. «Il sughero è l'unica soluzione naturale e positiva per l'imbottigliamento del vino e dei distillati, l'unica che allo stesso tempo riduce l'effetto serra e le emissioni di anidride carbonica - chiude Carlos de Jesus, direttore marketing di Amorim -. Diventa combustibile per il fabbisogno energetico dei nostri impianti, gli scarti sono utilizzati per altre lavorazioni, come scarpe, rivestimenti, installazioni artistiche o tavole da surf. Il lusso più importante che ci concediamo è quello di una produzione di basso impatto sul territorio e l'ambiente. Non c'è sviluppo senza sostenibilità».

Silvia Madiotto

© RIPRODUZIONE RISERVATA