



GAL
BASSO MONFERRATO ASTIGIANO

I.C. LEADER +

AZIONE 1.3

Intervento a)1

Studio-ricerca sull'artigianato tradizionale locale

VOL I - REPORT



SERVIZI CONFARTIGIANATO ASTI S.r.l.

Cod.fisc. - P.IVA: 001237380058 Reg.Imprese n. AT-2000-1395



Centro Studi

Piemontese

INDICE

INTRODUZIONE	2
PRIMA PARTE - LE RADICI STORICHE DELL'ARTIGIANATO	13
<i>NEL TERRITORIO ASTIGIANO.</i>	
<i>Le origini e la vocazione della città di Asti.</i>	13
<i>Il medioevo: la campagna.</i>	26
<i>Dal Trecento in poi.</i>	31
<i>L'ottocento e il fenomeno migratorio.</i>	37
SECONDA PARTE - IL NORD ASTIGIANO IN TRANSIZIONE	40
<i>Descrizione delle caratteristiche generali del territorio</i>	40
<i>Tendenze demografiche</i>	44
<i>Tendenze generali dell'economia dagli anni '50 agli anni '90</i>	51
<i>Le tendenze economiche recenti</i>	57
<i>Un'economia debole, con alcune ipotesi di sviluppo</i>	61
<i>Alcuni vincoli di sistema</i>	77
TERZA PARTE - L'ARTIGIANATO	83
<i>Caratteristiche generali dell'artigianato</i>	83
<i>L'artigianato tradizionale</i>	89
<i>I casi aziendali</i>	99
Considerazioni conclusive	131

INTRODUZIONE

L'interesse di cui sono recentemente oggetto d'attenzione le produzioni artigianali che a vario titolo si possono definire "tradizionali" o "artistiche" (si preciserà tra breve come non sia consigliabile, nell'economia di questo contributo, utilizzare tali termini come sinonimi), trova ragione in una pluralità di fattori. Tra questi se ne segnalano due d'importanza saliente: il primo è correlato ai rivolgimenti del sistema economico prodottisi con la progressiva apertura dei mercati su scala planetaria, il secondo all'emergere di stili di vita orientati al recupero o alla reinvenzione di significati che alludono a sfere valoriali e modelli di consumo propri delle società "tradizionali".¹ Cause, in altre parole, che investono sia dimensioni *ambientali* (intese come ambiente in cui le economie locali sono immerse e di cui sono parte costitutiva), sia il mutamento delle soggettività sociali.

Prendendo in esame le prime, si può in breve sostenere come l'accresciuta competizione internazionale, legata alla molteplicità di processi interdipendenti normalmente definiti "globalizzazione dell'economia", ha generato una serie di conseguenze sui vantaggi competitivi delle imprese tutte, anche (e forse ancor più) quelle minori. Il mutamento ambientale ha costretto, o sta costringendo, gli operatori economici a ricercare posizionamenti basati su diverse e inedite formule imprenditoriali, capaci d'incidere in modo strutturato sull'assetto dei vantaggi competitivi. In generale, e per approssimazione, si può affermare che per una parte del sistema imprenditoriale nazionale, più esposta al rischio d'erosione delle quote di mercato a causa dei competitori di economie emergenti ovvero più strutturate,² il riposizionamento passa attraverso il trasferimento da formule basate sul tradizionale *mix* tra alta flessibilità ed elevata intensità del lavoro a

¹ Si tratta, come sarà chiarito, d'identità certamente posticce, nelle quali i modelli "tradizionali" (propri di società inesistenti nell'esperienza storica) sono piegati a strumenti di marketing e promozione del territorio, ma non perciò meno efficaci.

² Si rifiuta, in questo senso, l'idea che i rischi per il sistema-paese derivino tanto e solo dai competitori dei paesi emergenti; sovente le nostre imprese non sono competitive rispetto a quelle di paesi ove il costo del lavoro (ma anche la qualità delle produzioni) è più elevato che in Italia.

modelli nei quali un peso crescente è ricoperto dalle funzioni “terziarie” (*design*, ideazione, *marketing*, ecc.) e dalla qualità intrinseca delle produzioni. Naturalmente, non tutta l’economia del *postfordismo* si compone di produzioni *knowledge based*, e non tutte le attività sono esposte alla concorrenza internazionale. Restando in ambito “artigiano”, quelle incluse nei comparti dei servizi e delle costruzioni, ad esempio, pur risentendo del generalizzato clima di competizione allargata, restano perlopiù ambiti d’azione a raggio locale. Le strategie di qualificazione dei prodotti e dei processi produttivi, è tuttavia da considerare, hanno assunto valore capitale nelle aree d’attività che hanno rappresentato per decenni il motore e la leva economica d’interi sistemi territoriali, particolarmente per quella “manifattura leggera” (industria alimentare e delle bevande, industria del legno e mobili, carta-stampa, lavorazione dei minerali non metalliferi) e per quelle industrie meccaniche e dei metalli che hanno alimentato la crescita dei distretti industriali e la trasformazione di regioni d’agricoltura povera in aree esportatrici di prodotti e attrattrici di flussi turistici. La strategia dell’artigianato d’eccellenza e artistico rappresenta una peculiare forma di qualificazione, basata sul duplice dispositivo del rispetto di criteri produttivi appropriati e della loro contestuale riconoscibilità, attraverso il conferimento di marchi che assumono valore di *bene di club* (reputazione certificata conferita ad un numero limitato di beneficiari). Artigianato d’eccellenza o artistico, quindi, da intendere come sistema peculiare di abilità non immediatamente trasferibile o replicabile, poiché situato nella cultura materiale dei luoghi d’origine e sostenuto dai saperi che li abitano.

Il sostegno alle produzioni artigianali con caratteristiche di particolare pregio è anche funzionale (o almeno intende esserlo) all’abilitazione di processi di penetrazione commerciale al di fuori dei confini regionali e nazionali, aprendo la strada alle esportazioni “di nicchia”, sola forma d’internazionalizzazione praticabile da imprese scarsamente strutturate e non in grado di sostenere stabili investimenti a distanza.

L’apertura dei mercati internazionali e, più in generale, l’allungamento del raggio di mercato e l’ampliamento dello spazio d’interazione delle imprese, se da una

parte espone le aziende del territorio alla concorrenza di competitori esterni, anche insediati a gran distanza – e non necessariamente “cinesi” che competono sui costi - dall’altra apre le porte, per chi è materialmente e culturalmente attrezzato, a mercati non più di prossimità, e finanche internazionali. Tale possibilità, si pone ovviamente in termini differenti per le imprese operanti in regime di subfornitura e quelle che vendono i loro prodotti sul mercato finale. La strategia di certificare e rendere “riconoscibile” la qualità, peraltro, è volta prioritariamente a sostenere le attività commerciali di queste ultime.

Il secondo gruppo di cause che hanno restituito attualità (e modernità) alle imprese artigiane “tradizionali” muove, come si è detto, da processi che attraversano la società ed investono i modi tramite i quali individui e gruppi sociali si rappresentano attraverso il tempo libero, il consumo, lo stile di vita, e via di seguito.

Nel corso degli ultimi decenni sono emersi, tra gli altri, orientamenti culturali che, sebbene articolati ed eterogenei, convergono nel proporsi come alternativi al modello considerato a torto o ragione egemone, individuato nella massificazione e omologazione dei consumi, del vivere, del nutrirsi, dell’abitare, del tempo libero. Contro l’estetica e l’esperienza del fast food, della globalizzazione di produzione agricola e filiere alimentari, dell’abitare negli agglomerati urbani, del turismo di massa, sono cresciuti stili di vita e di consumo differenti, dei quali alcuni praticati (ancora) da minoranze di “pionieri” e iniziatori, altri già diffusi e divenuti, in determinati contesti socio-territoriali, *mainstream*.

Si fa riferimento ad un’area di comportamenti e di stili di consumo e di vita a diffusione spontanea, ma anche organizzati, che spaziano dalle reti del commercio equo e solidale agli stili alimentari alternativi (vegetariani, macrobiotici, ecc.), dalla riscoperta delle tradizioni gastronomiche e culturali locali al recupero dei centri storici, dalla valorizzazione dei beni architettonici e culturali ai movimenti a difesa delle biodiversità e ambientalisti, e altri ancora.

Limitatamente alla sfera del turismo, accanto alle “tradizionali” vacanze di massa ed ai divertimenti concentrati in spazi dedicati (aree turistiche in senso stretto, villaggi, zone di sport invernale, aree balneari, parchi ricreativi e tematici, località esotiche attrezzate, ecc.), sono cresciuti modelli di turismo diffuso e attento all’offerta culturale, paesaggistica, sportiva, enologica e gastronomica.

Si tratta, com’è evidente, di una gamma piuttosto ampia di pratiche e di stili con pochi denominatori comuni, ma sia quando fanno riferimento a tematiche esplicitamente “*new global*” che hanno come spazio d’azione l’intero pianeta, sia quando si connotano più propriamente come fenomeni “a reti corte” e locali, esse condividono la medesima visione di *territorio*.

Questi fenomeni hanno rappresentato la fortuna d’interi sistemi territoriali del nostro paese, luoghi altrimenti destinati ad un futuro di spopolamento e d’abbandono delle produzioni agricole in assenza di processi d’industrializzazione dell’economia. Territori dove il circuito virtuoso innescato dalla combinazione tra qualità delle produzioni locali, cura del territorio, accoglienza turistica, si è chiuso positivamente, generando processi di sviluppo allargato. I casi più conosciuti sono naturalmente nell’Italia Centrale, ma non mancano nella nostra Regione importanti esempi di crescita fondata sui medesimi ingredienti, dei quali il più noto è rappresentato dalle Langhe, dal Roero e dall’Alto Monferrato. L’artigianato, in questo modello, ha importanti funzioni sia di “servizio” al territorio (cura delle abitazioni, beni storici e architettonici), sia di offerta integrativa dell’immagine “tradizionale” che il sistema intende comunicare all’esterno. Per l’importanza che il gioco tra sviluppo e “tradizione” ricopre all’interno delle prospettive di sviluppo del Nord Astigiano, esso sarà ripreso in seguito.

Il cortocircuito tra la proposta di modelli di società “tradizionale” ed i più moderni *trend* culturali che si sviluppano nelle metropoli, in definitiva, è funzionato, anche se da solo non spiega gli esiti difformi tra aree che hanno intrapreso il medesimo percorso ed i casi di mancato decollo. Si cita questo problema al fine di non accreditare l’idea che la proposizione della ricetta generi ovunque gli stessi

risultati, soprattutto in territori che non hanno mai posseduto vere vocazioni turistiche. Non è pensabile ricreare l'entroterra toscano in ogni angolo d'Italia.

Ciò cui in questa sede s'intende offrire risalto, è che occuparsi d'artigianato artistico e tradizionale, e nel nostro caso soprattutto di quest'ultimo (si vedrà più innanzi in quale accezione), ha senso e significato nella misura in cui il valore generato dai suoi operatori eccede la contabilità "interna" delle imprese – ed ovviamente, le ricadute in chiave di utilità per il territorio, intese come benefici occupazionali, di reddito e ricchezza messe in circolazione, ecc. – per essere trasferito al sistema nella forma di bene collettivo. In altre parole, se oltre a generare benefici diretti agli attori "interni" al sistema delle imprese (imprenditori, dipendenti, fornitori locali di *commodity* e servizi) e alle rispettive cerchie sociali (famiglie, ecc.), ed indiretti alla comunità territoriale (gettito fiscale, denaro circolante, domanda di beni e servizi, ecc.), esso produce un *surplus* intangibile che, combinandosi con altre risorse sociali ed economiche localmente presenti e rilevanti, contribuisce a determinare in modo coerente l'immagine e l'identità del territorio.

Per chiarire il concetto saranno sufficienti pochi esempi.

Il citato caso delle Langhe, è esemplare dei processi che hanno generato un'offerta territoriale di *benessere*, sostanziatosi nel tentativo riuscito di fare della regione un vero e proprio *brand*, cui associare uno stile di vita ed un peculiare modello culturale. Il successo delle Langhe e del Roero, indiscutibilmente, è stato trainato dai riconoscimenti delle sue produzioni vinicole d'eccellenza: da prodotti per "iniziati", oggi Barolo e Barbaresco sono universalmente riconosciuti per qualità e pregio. Le aziende vitivinicole delle Langhe sono presenti sui principali mercati mondiali, attraverso l'iniziativa individuale e le attività promozionali esercitate dai consorzi di tutela delle denominazioni. Nel processo d'espansione dei mercati, i DOC e DOCG vinicoli hanno finito col trainare la stessa immagine del territorio, assumendo una vera e propria dimensione di "loghi territoriali". In altre parole, attraverso il Barolo si è iniziato a vendere la Langa. Da tempo destinazione di

flussi di visitatori numericamente esigui, ma identificabili per gusti e attitudini “pionieristiche”, la Langa è divenuta nel corso dell’ultimo decennio una delle mete preferite del “turismo intelligente”, con sempre più rilevanti arrivi e presenze straniere. Il bene venduto, in entrambi i casi, è proprio il territorio, inteso nel *mix* di cultura, tradizione e gastronomia di cui si è già riferito. Il vecchio “logo” dei marchi D.O.C. è affiancato dal nuovo *brand*, che lo incorpora accanto ad altre “attrazioni”, facendone un *marchio dei marchi* che, oltre a promuovere uno o più beni, propone ai clienti vicini e lontani uno stile di vita, un’esperienza capace d’incrementare il valore degli stessi beni scambiati. Oggi le Langhe, ed in differente misura i sistemi territoriali contigui, rappresentano una piattaforma aggregata dell’offerta di *benessere*, in cui convivono produttori tradizionali, nuovi *players* dell’offerta turistica e inediti soggetti di presidio dell’informazione e dell’immagine. Il sistema, creatosi attraverso dinamiche in gran parte spontanee, si è nel frattempo strutturato, attribuendo nuove funzioni agli istituti tradizionalmente preposti alla tutela dei marchi e dei produttori – le autonomie funzionali del settore enologico –, favorendo l’associazione degli Enti Locali e lo sviluppo di nuove autonomie funzionali legate al turismo.

Spostandosi di territorio e comparto economico, è del tutto chiaro come nel distretto orafo di Valenza Po, il valore generato dagli artigiani e imprenditori del settore dei gioielli, oltre che determinante per l’economia dell’area, è anch’esso un *brand* territoriale, poiché produce un bene collettivo di valore capitale come la reputazione: chi lavora l’oro a Valenza non può che essere professionalmente abile ed intellettualmente onesto, poiché l’esito della sua attività ha conseguenze che travalicano i confini aziendali ed investono l’immagine di tutti i produttori del distretto. A differenza del caso precedente, il prodotto trainante del distretto non genera un flusso di visitatori, né traina altre produzioni locali; il *brand* territoriale, in questo caso, accompagna unicamente i gioielli esportati nel mondo, garantendo sulla loro qualità.

In entrambi i casi, si è voluto evidenziare come quello che definiamo *brand territoriale* è un formidabile bene competitivo, un *local collective competition good*³ di cui l'intera comunità economica può beneficiare, prodotto come risultato "esterno" dell'azione imprenditoriale diffusa. La riflessione sull'artigianato artistico e tradizionale, secondo la prospettiva qui adottata, è da inquadrare in questo contenitore più ampio, che investe l'identità stessa del territorio. La maggiore o minore presenza, all'interno di un sistema locale, d'impresе artigiane eccellenti, nonché di mestieri "tradizionali", può essere legata a svariate circostanze difficilmente interpretabili in modo coerente e dotato di senso. In sé, ed ammettendo di riuscire a tracciare in modo condiviso i confini di ciò che è definibile artigianato artistico e tradizionale, lo studio di casi imprenditoriali numericamente esigui e tra loro privi di relazione è di scarso interesse, anche ai fini della programmazione economica di livello locale. Ciò che fornisce loro rilievo è l'eventuale congruità e funzionalità a processi di sviluppo che, accanto al gioco "spontaneo" delle interazioni prodottesi nel mercato, vedano operare soggetti organizzati (una *governance* di primo livello) "produttori intenzionali" di modelli cognitivi di rappresentazione, indirizzo e accompagnamento dei processi medesimi. In altre parole, l'artigianato artistico e tradizionale può occupare uno spazio, rilevante o meno che sia, nell'economia del Nord Astigiano, se inserito all'interno di processi organizzati di promozione e regolazione locale che ne valorizzino gli apporti in termini utili alla crescita complessiva dell'area.

Si è affermato che l'artigianato artistico o d'eccellenza (intesa in senso lato, non sovrapponibile ai criteri stabiliti dalla Regione Piemonte per attribuire l'omonimo marchio) non denomina necessariamente attività "tradizionali", e soprattutto "tradizionali dell'area", in questo caso del Nord Astigiano. La produzione di oggetti realizzati con modalità "artigianali", ossia su piccole e piccolissime serie e

³ Le Galès P. - Voeltzkov H., *Introduction: the governance of local economies*, in C. Crouch, P. Le Galeès, C. Trigilia e H. Voeltzkov, *Local Production Systems*, cit. In Pichierri A., *La regolazione dei sistemi locali*, Il Mulino, Bologna, 2002.

grazie all'insostituibile apporto di abilità non totalmente riproducibili e serializzabili, che presentano un elevato grado di raffinatezza del design, delle caratteristiche produttive, delle tecniche adoperate, al punto da poter essere definite "artistiche", è generalmente realizzata in laboratori il cui legame con le tradizioni produttive locali potrebbe anche essere (e perlopiù è) insignificante. Per citare un caso molto noto della Provincia di Asti, l'Arazzeria Scassa rappresenta indiscutibilmente un'eccellenza di tipo artistico, pur senza rappresentare una peculiare tradizione locale - l'arte degli arazzi non ha in Asti un centro di particolare rilievo, sotto il profilo storico.

Qualora sul territorio, viceversa, sia presente un cospicuo numero di artigiani specializzati in particolari lavorazioni a valenza "artistica", si creerebbe un circuito fondato su competenze distintive che s'alimentano per "contaminazione", attraverso le interazioni ed i saperi scambiati nel tessuto locale. Ciò può avvenire sia perché sul territorio erano presenti produzioni caratteristiche che, pur nell'ambito dei processi di modernizzazione che hanno riorientato gli *asset* strategici delle imprese (tecnologici, organizzativi, commerciali), hanno mantenuto e sovente rafforzato le loro quote di mercato, sia perché intorno a pochi o addirittura un solo operatore capofila, un *first mover* di territorio, si è creata una rete di operatori che attraverso processi differenziati di *spin off* e di gemmazione hanno generato un piccolo sistema d'imprese. Nel caso in questione, processi del primo tipo non si sono potuti rilevare, in assenza di lavorazioni tradizionali di pregio artistico tipiche dell'area; più interessante in prospettiva appare la possibilità di fare crescere, intorno ad alcune eccellenze insediate nell'area e perlopiù rappresentate da soggetti non "autoctoni", delle piccole nicchie di produzioni eccellenti. Il citato caso dell'Arazzeria Scassa (che però è insediata nel centro urbano di Asti) potrebbe rappresentare un'esperienza in questa direzione: l'attivazione da parte della Provincia di un corso specialistico per arazzieri testimonia la volontà di proseguire e allargare l'esperienza sviluppatasi grazie all'abilità ed alla creatività di un "artista" insediatosi sul territorio. Appare intuitivo, di conseguenza, il "posto" che le produzioni identificabili come

d'*artigianato artistico* possono occupare nei processi di sviluppo e riposizionamento del Nord Astigiano: l'evoluzione da casi "unici e irripetibili" casualmente insediati sul territorio a nicchie radicate nel tessuto delle relazioni locali. Le vocazioni produttive si ereditano dal passato, se questo possiede un lascito da trasmettere, altrimenti si creano; ma poiché non si possono creare sul vuoto, devono poggiarsi su attività esistenti. La ricerca ha fatto emergere un certo numero di casi individuali di artigiani/artisti "casualmente" ubicati nell'area, che hanno scelto per svariate ragioni (poiché originari dei luoghi, perché attratti dalle qualità ambientali, per ragioni di costi, e via di seguito); il problema è assicurare ai saperi ed alle abilità posseduti dai titolari continuità e possibilità di circolazione e trasmissione generazionale. Trasformare, in definitiva, saperi e abilità da "vantaggi distintivi" di tipo privato in *beni competitivi di territorio*.

La riflessione sulle forme presenti, o da reimpiantare, di artigianato "tradizionale" si pone in termini differenti, come differente e più significativo è il ruolo che le imprese inquadrabili in questo comparto possono ricoprire all'interno delle politiche di sviluppo del territorio. Le produzioni "tradizionali", in sé, non sono necessariamente "artistiche" (ed anzi, non lo sono quasi mai) o d'eccellenza (anche se per il discorso che si propone dovrebbero tendere ad esserlo). Il termine "tradizionale", occorre sottolineare, è interpretabile attraverso significati molteplici. Delimitare con esattezza il suo campo d'applicazione è difficile, proprio in virtù di tale molteplicità. Tradizionale può coincidere con obsoleto, ad esempio; la ricerca ha fatto emergere una casistica piuttosto ampia d'attività, quasi tutte connesse all'agricoltura o legate a modelli d'organizzazione sociale di tipo quasi comunitario, presenti fino a pochi decenni addietro e che oggi sopravvivono grazie soprattutto alla passione hobbistica di pochi anziani. E' possibile che questa tipologia di produzioni possa interessare qualche acquirente appassionato d'oggetti "etnografici", o soddisfare il desiderio di *gemeinschaft* espresso da nostalgici dei tempi andati. E' possibile, ma assai poco probabile che abbiano però sbocchi di mercato travalicanti i confini dei musei degli antichi mestieri e dei

mercatini *naif* che ogni tanto animano borghi e piazze. Tradizionale, però, significa anche “produzione tipica” dell’area, che mantiene o rilancia il suo valore dentro processi di modernizzazione produttiva che incontrano i gusti di una rinnovata platea di consumatori. Significa anche prodotto ancora ricercato ed eseguito attraverso tecniche tradizionali, secondo il gusto di una differenziata clientela di consumatori raffinati. Significa, infine, dare forma ad un *brand* territoriale, attraverso i processi con cui i sistemi locali, pur utilizzando tecniche promozionali e di sviluppo pienamente calate nell’ambiente e nei linguaggi della modernità e dell’economia delle reti, si propongono per qualità del territorio e della vita associata, dell’ambiente e delle produzioni enogastronomiche, che attualizzano rappresentazioni e modelli cognitivi attinte da un’idea di “società tradizionale”. Il *restyling* della tradizione, in altre parole, è funzionale all’esperienza della modernità; necessita di una società aperta allo scambio, all’innovazione, alla mobilitazione delle risorse endogene ed al trasferimento di quelle esogene.

In questa prospettiva il ruolo delle produzioni artigianali di tipo “tradizionale” all’interno dei processi di sviluppo, è fornire a tale prospettiva quelle abilità produttive che, fondate sul mix di recupero della tradizione e modernizzazione organizzativa e gestionale delle imprese, “dotano” il territorio di saperi funzionali e situati.

Per questi motivi il sostegno all’artigianato tradizionale, quello già presente sul territorio e quello reimpiantabile attirando nuovi flussi e risorse, rappresenta qualcosa di più importante del supporto ad un numero finito d’imprese; equivale a sostenere il territorio e le sue stesse logiche di crescita e di sviluppo.

Il Nord Astigiano, a differenza d’altre aree adiacenti, e della stessa parte meridionale della provincia di Asti, ad oggi può essere considerato un caso di “mancato decollo” di un modello di crescita fondato sul *mix* d’agricoltura d’eccellenza, industria alimentare, turismo diffuso. Quando, nei passati decenni, altrove si ponevano le basi per uno sviluppo fondato su questi *asset*, la collina a Nord del Tanaro tendeva a spopolarsi e a subire l’influsso di poli d’attrazione troppo forti e vicini. Al tempo stesso, l’assenza di centri urbani naturalmente

“capofila”, ne faceva un’area dall’identità incerta e frammentata: una sommatoria di *luoghi*, ma non un *territorio*, ossia un *luogo* investito di senso e significati riconosciuti dagli attori individuali e collettivi che vi sono insediati, che s’innesta su sistemi di relazioni economiche e sociali dense e su adeguati livelli di coordinamento tra gli attori del sistema – amministrazioni, rappresentanze, ecc.

Oggi è possibile intravedere importanti segnali di un’inversione di tendenza. La vicina Torino, non solo ha perso forza attrattiva ma, come una spugna che si contrae, restituisce alle sue vicine e meno prossime “periferie” un po’ di quanto aveva assorbito durante il suo periodo d’oro, nella forma di residenti, di turismo di prossimità, di seconde case e immigrazione di ritorno.

Persistono nel Nord Astigiano importanti differenze tra sub aree, peraltro fondate su vocazioni in parte differenti, ma tutti gli amministratori locali del territorio convergono oggi sull’attualità di un modello di crescita basato sulla qualità delle produzioni locali e del territorio. Incontra ancora difficoltà d’implementazione un vero coordinamento tra gli attori collettivi e le istituzioni locali, ma anche in questo caso, con la costituzione del GAL, dei passi in avanti sono stati compiuti, ed un impulso decisivo può provenire dal crescente ruolo delle neonate comunità collinari.

Il Nord Astigiano non possiede un prodotto di valore riconosciuto capace di trainare l’immagine generale dell’area, ma piuttosto una varietà di produzioni che attendono una piena valorizzazione, ma può spendere proficuamente l’essere adiacente a quella vera e propria *food & wine belt* insediata a Sud del Tanaro, tra le Langhe e la parte meridionale della Provincia d’Alessandria, di cui è propaggine settentrionale, e dall’altro la vicinanza a Torino ed alla pianura padana dei grandi assi di comunicazione. Deve trovare, in quest’ambito più ampio, una propria specializzazione funzionale capace di fornire identità autonoma e favorire processi di cooperazione allargata tra gli attori del territorio.

Lo sviluppo potenziale ed il sostegno all’artigianato tradizionale e artistico, sono da leggere in questa chiave: la generazione di un valore che è restituito al territorio sotto forma d’immagine e qualità generale del suo ambiente umano e naturale.

PARTE PRIMA –

LE RADICI STORICHE DELL'ARTIGIANATO NEL TERRITORIO ASTIGIANO.

Le origini e la vocazione della città di Asti.

I primi insediamenti in epoca romana nell'area astigiana furono determinati, come quasi sempre accadeva allora, da ragioni militari.

Hasta, per la sua collocazione geografica, era destinata a diventare un centro commerciale, mercantile, un nodo stradale importantissimo verso quella che oggi definiremmo Europa.

La via Fulvia arrivava dall'attuale Tortona, e qui si suddivideva in quattro direttrici per Casale, Chivasso, Chieri e Pollenzo.

La città divenne così lo snodo dei traffici e delle comunicazioni che, arrivando dalla pianura padana, si collegavano con le strade che portavano verso i valichi del Tenda, del Moncenisio, del Gran San Bernardo e del Gottardo.

Questa particolare situazione geografica determinò le sorti e la vocazione della città e del contado: prettamente mercantile, riaffermata nei successivi periodi di dominazione longobarda e fino all'età comunale.

Narra Paolo Diacono nella sua *Storia dei longobardi* che i longobardi, nella seconda metà del primo millennio, la scelsero come una delle sedi più prestigiose della loro organizzatissima struttura politico – territoriale e ne fecero la sede di un ducato che si estendeva fino ad Alberga e alle Alpi Marittime, affidandone la guida ad una delle più eminenti personalità del regno: Gundobaldo, fratello della regina Teodolinda.

Un mercante arabo, capitato ad Asti nel X secolo, fu strabiliato dall'organizzazione che vi trovò.

La città prosperò sui traffici e sui commerci, e questi generarono la necessità di quello che oggi chiameremmo un "polo attrezzato" a supporto dei mercanti e dei produttori locali.

C'era chi fabbricava quello che serve per il trasporto, ceste, carri e imballaggi, e chi provvedeva alla cura dei mezzi di trazione, vale a dire muli, asini e cavalli.

Insomma, per secoli a partire da allora Asti rappresentò l'area attrezzata dell'entroterra ligure - e in particolare genovese - e divenne uno snodo fondamentale dei porti liguri verso l'entroterra e l'Europa oltre le Alpi.

Ne restano tracce nella toponomastica: i portici dei Cestai, la via dei Bottai tuttora esistenti.

Divenuta una enclave milanese, Asti dette poi enorme impulso alla finanza legata ai traffici: nel breve volgere di una cinquantina d'anni, i mercanti astigiani furono riconosciuti in tutta l'Europa, da Genova alle Fiandre, e furono fra i primi a insediarsi sul mercato di Londra.

Fina dal XII secolo, d'altronde, la presenza di mercanti astigiani è attestata in molte parti dell'Europa, dalla Sardegna e dalla Sicilia alle fiere di Champagne, dalla Provenza alla Borgogna, dalla Germania all'Inghilterra alla Spagna.

Una serie di contatti stabiliti da Asti con la contessa Adelaide di Torino nel 1066 e con Umberto di Moriana nel 1098 dimostra la determinazione dei mercanti astigiani nel garantirsi il passaggio dalla valle di Susa verso la Francia, allo scopo di raggiungere le piazze di Champagne.

La "Mercanzia", ossia la corporazione dei mercanti, che appare in un documento astigiano del 1232, rivela anche un'essenziale componente politica: in quell'anno un mercante cittadino che operava oltralpe, di nome Tommaso Boverio, venne catturato e imprigionato in Borgogna.

Gli furono sequestrati cavalli e armi per un valore cospicuo. Tornato in patria dopo qualche tempo, egli ottenne che il comune e i "consoli dei mercanti" lo risarcissero della perdita.

E' evidente che Tommaso aveva svolto un qualche incarico diplomatico all'estero, ed è altrettanto evidente che questa missione riguardava accordi di tipo economico - finanziario in Borgogna, nei quali erano fortemente coinvolti interessi della città di Asti e in primo luogo dei suoi mercanti.

In sostanza, la Mercanzia agiva da canale istituzionale per raccordare l'iniziativa economica al potere politico.

La presenza dell'astigiano Tommaso Boverio in Borgogna introduce un aspetto dell'attività finanziaria che differenzia notevolmente l'operato dei Piemontesi d'oltralpe rispetto a quello di altri mercanti italiani, come i fiorentini e i piacentini. I mercati piemontesi, e in particolare gli astigiani, dalla seconda metà dell'XI secolo si recavano alle fiere della Champagne, in Francia, portando con sé pepe, spezie, sete, argenti, gioielli, allume acquistati prevalentemente a Genova, nonché pregiati cavalli da battaglia allevati nella pianura padana, e tornavano in patria con panni e lane francesi, inglesi e fiamminghe.

Una domanda che non ha risposte precise è la seguente:

“quante di queste merci esportate o commercializzate dalla Mercanzia astigiana erano di produzione locale?”

Difficile dirlo, ma in linea di massima si può presumere che le produzioni locali si riversassero sui mercati locali, o limitrofi.

Per quanto riguarda le manifatture in area pedemontana, fino al XIII secolo le notizie sono piuttosto scarse: in generale, sembra trattarsi di un piccolo artigianato legato ad una dimensione familiare che al massimo poteva trovare sbocchi sul mercato locale.

Maggior numero di notizie si rintraccia sulla produzione tessile, dalla fabbricazione di panni di lana a quella di fustagni.

La lana.

La produzione di panni è testimoniata indirettamente dalla fine dell'XI secolo, quando diversi documenti monastici fanno riferimento all'esistenza di *“molandina, batenderia et fullatoria”*, cioè di mulini e impianti idraulici per battere la canapa e follare la lana.

L'attività tessile si intensificò notevolmente all'inizio del Duecento, grazie all'esteso impiego di manodopera femminile, coordinata da professionisti qualificati, che spesso avevano compiuto un apprendistato professionale a Genova.

Fina dalla prima metà del XIII secolo sono presenti corporazioni di tessitori, e nello stesso periodo si ha menzione dell'esistenza a Mondovì di un vero e proprio centro organizzato per la produzione dei panni di lana, che per metà apparteneva al vescovo di Asti e per l'altra metà a due signori locali.

Quella duecentesca rimaneva tuttavia una produzione appena sufficiente a coprire le esigenze di un mercato regionale.

Inoltre si trattava di pezze di scarso valore commerciale, spesso prodotte con scarti di lana: i panni di lana tessuti e tinti a Torino nella prima metà del Trecento, per esempio costavano un quinto di quelli provenienti dalle Fiandre o dalla Lombardia.

Anche se l'allevamento conobbe un notevole incremento nel corso del XIII secolo, la produzione laniera non era sufficiente a coprire le esigenze manifatturiere, per cui fu necessario rivolgersi ad altri mercati per l'approvvigionamento.

Gli alessandrini, ad esempio, riuniti in piccole società acquistavano con frequenza dai mercanti fiamminghi la materia prima necessaria alla produzione di panni nel comune d'origine.

Gli Astigiani, invece, che non avevano sviluppato nella loro città una fiorente manifattura tessile, traevano benefici economici dal vendere sulla piazza di Genova i cascami di lana acquistati alle fiere di Champagne e condotti in carovana verso il porto ligure.

Anche in questo caso gli statuti sono un importante punto di riferimento: vi sono numerose attestazioni del tentativo di controllare e disciplinare la coltivazione e la lavorazione di piante tessili, segno che l'attività era ormai affermata, in particolare quella del lino e della canapa e, a partire dal -trecento, quella della lana.

Negli statuti di molte città, fra cui Asti, il primo posto fra i mestieri presenti sembra spettare proprio alla produzione tessile.

Ai lavoratori di questo settore era riservata una strada e il cosiddetto "portico dei panni", collocato in una posizione di grande importanza nell'area centrale dell'insediamento.

La filatura, invece, un lavoro poco specializzato e mai organizzato in corporazione, era riservata alle donne in modo esclusivo.

Una curiosità: in molti centri era vietato filare per le vie pubbliche.

Per quanto concerne la produzione locale di panni di lana, mentre in alcuni centri - come a Pinerolo -

essa si diffuse al punto che i due terzi della popolazione erano impegnato nella varie fasi della lavorazione, gli altri centri lanieri piemontesi puntarono su una produzione di livello inferiore.

L'ostacolo più importante derivava dalla qualità scadente della lana locale.

Le razze di ovini presenti nelle zone di produzione erano adatte a fornire latte, ed erano quindi indispensabili ad un'economia povera, spesso ai limite della sussistenza: la loro lana tuttavia era grossolana e inadatta alle lavorazioni industriali più fini.

Produzioni di bassa qualità per l'uso familiare e per il mercato locale, quindi: il settore laniero era fondamentale per l'economia del comune, ma certamente a livello di commerci e traffici e non di produzione destinata ad invadere i mercati.

La principale attività artigianale sembrerebbe riguardare l'abbigliamento, dal momento che si ritrovano nei documenti numerosi sarti, pellicciai, tessitori, mentre più scarse sono le tracce relative ad altri campi, come fabbri, muratori e altro.

Fin dalla metà dell'XI secolo, insomma, la politica estera della città, in cui era sorto un influente ceto mercantile, sembra coincidere quasi del tutto con gli interessi dei suoi mercanti: ci si preoccupava innanzitutto di garantire una viabilità efficiente e di assicurarsi punti di appoggio lungo gli assi commerciali.

Nel 992 Pietro I, appena entrato in possesso della grande diocesi di Asti, chiese udienza al giovanissimo imperatore Ottone III, il cui potere era di fatto nelle mani della nonna paterna, Adelaide di Borgogna, che conosceva bene le virtù e la capacità dei mercanti astigiani.

Il problema era la sicurezza dei traffici e delle vie d'accesso ai mercati, che ormai sgombri del pericolo dei Saraceni installati a Frassineto, erano minacciati e vessati dai piccoli feudatari sotto forma di tasse, pedaggi e balzelli.

Solo una disposizione imperiale avrebbero potuto difendere i mercanti astigiani da tali vessazioni, e proprio a questo puntava Pietro I.

Adelaide fu d'accordo e il 18 luglio 992 Ottone III firmò nel castello di Muhlausen un diploma che recitava:

"L'imperatore concede ai mercanti della sua città (cioè Asti) il diritto di svolgere i loro commerci senza impedimento alcuno sull'intero territorio imperiale"

il che significa all'incirca Germania, Francia, Svizzera, Austria, Slavonia, Italia.

In altre parole, una specie di mercato comune europeo con mille anni di anticipo.

Il diploma fu uno degli elementi fondamentali che consentirono lo sviluppo commerciale e produttivi di Asti.

I rapporti commerciali di Asti con la Francia attraverso la valle di Susa garantirono un precoce ruolo di intermediario commerciale con Genova.

Le merci, soprattutto i tessuti e la lana, e i mercanti che da nord raggiungevano il porto di Genova, già dal IX secolo transitavano regolarmente da Asti.

Le relazioni tra gli enti ecclesiastici genovesi e quelli astigiani tra la metà dell'XI secolo e l'inizio del XII, nonché la presenza di alcuni personaggi genovesi in città sono da intendersi come segnali dell'esistenza di intensi scambi commerciali.

Corrado II attribuì poi ad Asti il diritto di coniare la propria moneta, il che facilitò enormemente lo sviluppo dei traffici.

Non ci volle molto perché gli astigiani prendessero coscienza della propria capacità di autodeterminazione e di autogestione amministrativa.

Nel 1095 i primo consoli astigiani ricevettero l'investitura del feudo di Castello d'Annone dalle mani del vescovo Oddone, *per sé e per tutti i cittadini astesi, per farne l'uso che avrebbero ritenuto più opportuno.*

E' l'epoca in cui, nel solco della tradizione romana, rinascono le associazioni di mestiere, che avevano come momento aggregante la devozione ad una divinità in tempi romani, ora cristianizzate e dedicate a santi della tradizione cristiana.

Ma lungi dal trattarsi di associazioni spontanee e liberamente costituite, le corporazioni erano istituzioni riconosciute e codificate.

L'esercizio del mestiere era concepito come una sequenza di atti che dovevano essere compiuti con coscienza e rettitudine, per cui gli artigiani medievali concretizzavano la propria solidarietà professionale con un giuramento.

Il "Codice Catenato" ne riporta diversi: era dovere istituzionale del podestà, entro un mese dall'inizio del mandato, far giurare i macellai, i pescatori, i pescivendoli, i tessitori, i drappieri, i fornaciai, i commercianti di fieno, paglia, erba e legname, di pellami, i pellicciai, i sarti, gli orefici e i gioiellieri, i cambiavalute, gli speciali, i tavernieri, i fornai, i mugnai e i conduttori di asini, i panettieri.

Il giuramento imponeva all'artigiano e al commerciante norme deontologiche e impegni molto precisi, il cui mancato rispetto comportava sanzioni pecuniarie pesanti e, nei casi più gravi, la messa al bando.

Fra le più importanti, quelle dedicate alla salute, alla conservazione dell'ambiente e contro le sofisticazioni.

Il periodo comunale presenta delle significative innovazioni per quanto riguarda il regime alimentare.

La crescita politica, nonché demografica e produttiva delle città, il nascere e lo svilupparsi di attività artigianali in ambito urbano aumentarono la domanda di prodotti agricoli, ponendo al centro della vita cittadina il problema dell'approvvigionamento.

Ogerio Alfieri, cronista del Comune, tessendo le lodi di Asti nella sua breve cronaca, sottolinea come la città fosse fornita di frumento, di vino prelibato e di tutte le altre cose necessarie alla vita cittadina, ponendo l'autosufficienza alimentare quale elemento distintivo e degno di nota.

In parallelo, crebbe la sensibilità verso la salute pubblica e quello che oggi potremmo definire il rispetto dell'ambiente, sempre coniugata all'impegno e al rispetto della correttezza commerciale produttiva.

Ecco qualche esempio.

Il vino.

In ambito cittadino, si prestava particolare attenzione al vino. Dal Duecento, l'uso di questo prodotto, ovviamente di diverse qualità, fu più generalizzato ed esteso a tutti i ceti sociali, come testimonia la diffusione, anche nei centri più piccoli, di taverne e osterie.

Ad Asti era vietata ogni alterazione del vino e le norme cercavano di regolamentare le unità di misura dei venditori e le modalità di vendita per preservare i consumatori da possibili illeciti.

La misura di vino data al cliente doveva essere *giusta o abbondante*, mai scarsa o la di sotto del limite posto dall'autorità.

Il vino doveva essere venduto puro per ciascuna qualità e i contravventori dovevano pagare una pesante ammenda per le eventuali infrazioni.

Il pane.

Il grano era il cereale più usato per la panificazione.

Nelle campagne di solito era di produzione familiare, ma in città era preparato da artigiani-commercianti per la vendita al minuto.

Ad Asti era di tre tipi: pane bianco, di farina setacciata e bigio.

Il prezzo di ciascuno di essi era calcolato in base al valore del grano medio, ai consumi della lavorazione, alla pezzatura che distingueva per ogni tipo di pane la pesatura a caldi o a freddo.

I forni appartenevano al comune ed erano dati in appalto al miglior offerente.

I gestori dei forni godevano di diversi privilegi, fra i quali quello di poter tenere la legna per il forno sulla via pubblica per ben tre giorni e il permesso di uscire, per esercitare il proprio mestiere, anche di notte e senza lume: una sorta di lasciapassare durante il coprifuoco.

La carne.

Molta attenzione era dedicata dalle norme alla conservazione ed alla sanità delle carni.

Si vietava la macellazione di bestie malate, ma anche di capi semplicemente feriti o morti per incidenti.

Importantissima la pulizia del luogo di macellazione e delle aree circostanti, fossati e vie pubbliche.

Ad Asti le macellerie erano vicino al Palazzo del Comune.

L'igiene cittadina.

Dal tenore e dal contenuto delle norme, si ricava l'impressione di una diffusa sporcizia nelle vie e di uno scarso rispetto per l'ambiente.

Da qui, il notevole sforzo delle istituzioni astigiane per porre rimedio a questa situazione.

Ecco qualche esempio di prescrizioni e divieti, che incidono direttamente sulle modalità di produzione e di commercializzazione degli artigiani astesi del settore.

Era vietato ai beccai macellare o scuoiare animali per privati, e si regolamentava rigidamente l'uso dei pozzi di acqua potabile, che dovevano essere mantenuti in efficienza da coloro che vi attingevano acqua.

Era vietato lavare vicino a pozzi o fontane poste in vie pubbliche della città panni, stoffe, lana o interiora di animali, come pure scorticare pelli o produrre immondizie.

Per motivi igienici o per problemi connessi all'approvvigionamento di acqua le officine degli artigiani erano spesso collocate all'esterno del nucleo più antico delle città.

Le norme relative all'igiene regolavano poi la presenza all'interno delle mura di lavorazioni particolari: ad esempio, le tintorie e le concerie erano disposte il più lontano possibile dal centro a causa del fetore che provocavano.

Tutte queste norme, divieti e disposizioni sono comprese nel "Codice Catenato", che fornisce uno spaccato della vita cittadina e ci consente di immaginare,

abbastanza fedelmente, quale doveva essere a quei tempi, l'attività di artigiani e mercanti.

Vale la pena di riportarne alcune per esteso:

- *per i macellai, non mettere in vendita carni di animali malati, né mischiare la carne bovina con carni di maiale, pecora e montone, da vendersi fuori della bottega;*
- *per i pescatori, l'obbligo di vendere nello stesso giorno, o al massimo in quello successivo alla pesca i pesci catturati, con l'aggiunta di vendere stando in piedi senza sedersi mai;*
- *per i fornaciai, l'obbligo di adottare senza eccezioni i modelli stabiliti dal Comune per la produzione di coppi e mattoni, nonché il divieto di abbattere e di bruciare in fornace alberi d'alto fusto;*
- *per i fabbricanti di panni, il divieto di produrre stoffe contenenti peli di bue marci o aggrinziti, o borra che fuoriesca dagli angoli, mentre è permessa la produzione di stoffe su due licci od orditi con pettine a 1200 lamine, purché di colori diversi, così come è permessa la produzione di stoffe in tinta unita verde, rossa, bigella e scura;*
- *per i sarti, che devono rispettare queste disposizioni: quando ricevono da qualcuno il tessuto per la confezione di indumenti, prima devono verificare la misura; appena tagliato e imbastito l'indumento, devono eseguire una prova sul cliente; se dovesse avanzare del tessuto, devono restituirlo;*
- *per gli orafi, gioiellieri e altri che vendono oro, argento e manufatti dorati, ogni oggetto deve essere marchiato con il sigillo del comune da parte di un bollatore nominato dal podestà e avvicendato ogni sei mesi, e inoltre essi devono dare libero accesso ai saggiatori per verificare la purezza dei metalli preziosi;*
- *per gli speziali, l'obbligo di preparare e vendere solo spezie della migliore qualità, di non contaminarle, e il divieto di stipulare, dietro corresponsione di provvigioni, accordi con i medici affinché prescrivessero determinate medicine;*
- *per i panettieri e le panettiere, il divieto di mescolare mai legumi, segala e altri cereali minori con il frumento e l'obbligo di usare, per confezionare il pane bianco, esclusivamente farina setacciata più volte.*

Da rilevare come vengano espressamente citate anche le donne, in qualità di operatrici commerciali: panettiere, tessitrici, taverniere, fornaie.

E infine, la norma che definitivamente consacra la città come aperta ai traffici e alle attività economiche:

“quelli che esercitano un qualsiasi mestiere, possano venire tranquillamente a stabilirsi in Asti, senza che qualcuno procuri ad essi del male.

Chiunque intenda esercitare un mestiere in Asti, possa farlo tranquillamente senza che nessun concorrente ardisca minacciarlo o criticarlo sul modo di operare.

... il podestà deve periodicamente far controllare gli statuti stessi, annullando le eventuali norme in contrasto con la libera venuta di nuovi artigiani”.

Curioso notare come i notai facessero parte della categoria degli artigiani e dei mercanti. Il loro ceto era quello “borghese” all’interno del quale, benché dotati di notevole prestigio, erano considerati al livello dei lanaioli e dei beccai.

L’immagine che viene tratteggiata dagli statuti è quella di un Comune estremamente attento a tutelare la libertà e la salvaguardia degli scambi e della professioni, e d’altronde anche la politica “estera” fu sempre ispirata a questi fini: l’opposizione al Barbarossa cessò quando l’imperatore allentò al sua politica oppressiva, e la fondazione di Cuneo fu favorita in ogni modo allo scopo di assicurare la presenza di una potenza amica a tutela degli sbocchi verso le Alpi marittime.

Ma anche verso l’interno la salvaguardia e la libertà di impresa fu assicurata con una gestione scrupolosa degli spazi mercatali, con l’imposizione di severi divieti di sosta, con la lotta contro l’abuso di spazi di rispetto, con la tutela di coloro che accorrevano alle fiere e ai mercati astigiani, con la regolamentazione puntigliosa e particolareggiata della viabilità.

Nel Comune di Asti, i banchi del mercato affollavano la principale piazza cittadina, preso la chiesa di San Secondo.

Altri erano situati sui lati e sul fronte e sui lati del Duomo di Santa Maria. Qui, nel 1221, venne costruito un portico addossato all’edificio ecclesiastico, verso la piazza, che i canonici della Cattedrale intendevano affittare ai bottegai.

La prima menzione di fiere in Asti riguarda due fiere del bestiame e risale al 1179, quando il podestà, nel dirimere una questione interna, stabilì che il mercato dei buoi si tenesse due volte l'anno, una sulla piazza di San Secondo e una in quella del Duomo.

Oltre alle fiere, le città poteva contare, una o due volte alla settimana, sul mercato organizzato anche nella forma di "mercato grande", in cui si smerciava ogni generi di prodotto, di proveniente locale a non, attirando anche naturalmente la popolazione dei paesi vicini.

Tracce di tutto questo si rintracciano, ancora una volta, nella toponomastica: portici degli orefici, dei librai, dei cestai, dei drappieri, degli armaioli, insieme alla via dei cappellai e dei pellicciai.

Sono, di fatto, i nomi delle antiche corporazioni, vere e proprie associazioni professionali preposte al controllo dei prezzi d'acquisto delle materie prime e di vendita del prodotto finito, delle merci, dei salari per la manodopera, delle modalità d'accesso al mercato.

Le "casane"

All'estero i piemontesi erano chiamato "lombardi", corrispondendo la Lombardia all'attuale Italia nord occidentale.

Ma entro il XIII secolo il termine aveva assunto in molte regioni estere un significato negativo, sinonimo di usuraio.

Di fatto, si era attuata una decisa diversificazione fra l'attività dei mercanti Astigiani e Albesi e quella degli altri operatori provenienti dalla penisola: i piemontesi si erano specializzati nel cambio e nel prestito del denaro, dall'inizio del XIII secolo a tutto il Quattrocento.

Tra il XII e il XIII secolo gli uomini d'affari astigiani abbandonarono progressivamente il commercio delle stoffe francesi e tedesche, per dedicarsi all'attività feneratizia, fornendo il più alto contingente di usurai ai Paesi Bassi, alla Francia e alla Germania.

Il cronista Ogerio Alfieri ricorda che *“nell’anno del Signore 1226, i cittadini astesi cominciarono a far prestiti e a istituire casane in Francia e in altre località ultramontane, dove lucrarono molto denaro”*.

I banchi di pegno installati in tutta Europa erano chiamati casane o tavole, e dapprima vennero dislocati strategicamente in luoghi di passaggio.

Ma dall’inizio del Trecento la loro caratteristica fu la capillare diffusione.

Furono strumento indispensabile per lo sviluppo dell’economia locale, data la costante penuria di denaro liquido tipica dell’età medievale: incentivati dal potere locale, per lo più tollerati dalle autorità ecclesiastiche e frequentati da una clientela molto variegata.

Vi si rivolgevano infatti contadini e piccoli proprietari, artigiani, rappresentanti dell’aristocrazia, membri del clero, nonché mercanti di passaggio diretti alle grandi fiere e bisognosi di liquidità.

Cambio e usura divennero perciò attività non solo tollerate, ma addirittura legalizzate.

Il tasso di interesse veniva stabilito per legge, in genere dalle autorità, per evitare abusi e speculazioni, e poteva variare dal 15% - 20% annuo, fissato di norma dagli statuti dei comuni piemontesi, al 43,3% stabilito in molte città estere: i tassi di interesse effettivi potevano essere tuttavia anche molto più elevati.

L’attività della casana si limitava al prestito su pegno, al cambio con lucro, alla riscossione di crediti per conto terzi, a piccole operazioni di deposito e trasferimento di denaro.

La struttura finanziaria dei prestadenaro piemontesi – e in particolare di quelli astigiani, che primeggiarono in tale settore – era molto diversa da quella dei Toscani, conosciuti per essere i primi banchieri d’Europa.

Il loro grande limite fu la mancanza di strutture che li incorporassero tutti – come avveniva invece per i Toscani, riuniti in *“nationes”* – e potessero garantirne compattezza e solidità.

Tale mancanza li rendeva vulnerabili ai capricci dei principi e alle contingenze politiche: non di rado i beni dei casanieri venivano sequestrati e le tavole chiuse.

Solo in un caso, comunque, sappiamo dell'esistenza di una banca astigiana: dopo il fallimento delle grandi compagnie toscane, avvenuto nel 1342, il papa Clemente VI da Avignone affidò le sue finanze ai Malabaila di Asti assumendoli come banchieri di fiducia e collettori delle imposte ecclesiastiche in tutta Europa.

Altri nomi di rilievo furono i Cacherano, cui fu addirittura concesso il privilegio, rarissimo e importante, di battere moneta nel loro feudo di Rocca d'Arazzo.

Allora come oggi, insomma, e fatte salve le ovvie differenze operative, le istituzioni finanziarie fornivano alle attività produttive, agricolture a artigianato, il supporto finanziario per avviare e sviluppare i loro affari, contribuendo a facilitare gli scambi, i commerci, le interazioni non solo economiche fra paesi e comunità divise da lunghe distanze e comunicazioni difficili.

In questo tipo di attività, come si è visto, per almeno due secoli gli astigiani primeggiarono.

Il medioevo: la campagna.

All'inizio dell'XI secolo la maggior parte del territorio si presentava ancora ricoperta dalle selve, spesso di notevole estensione e non sempre di agevole praticabilità.

Non mancavano certamente spazi coltivati, poco numerosi e non molto estesi, situati soprattutto nei pressi dei maggiori centri di insediamento.

Ampliamenti dei coltivi attraverso opere di disboscamento e la bonifica di paludi e acquitrini si erano realizzati a partire dai tempi dell'Impero carolingio per proseguire nei secoli successivi.

Erano soprattutto le aree gravitanti intorno alle *civitates* come Asti ad essere interessate da questo processo, anche se nel territorio più lontano dagli insediamenti maggiori si andavano diffondendo le *curtes*, le aziende agrarie ecclesiastiche, monastiche e laiche che avviarono una non indifferente attività di disboscamento fin dalle ultime fasi dell'Alto Medioevo.

Grazie a queste opere, già nell'XI secolo erano numerosi i piccoli insediamenti rurali, nuclei abitati da poche famiglie, attorno ai quali si estendevano le terre e gli appezzamenti coltivati.

Nel XII secolo, in concomitanza con una più incisiva crescita demografica, i villaggi rurali si moltiplicarono in aree sempre più distanti dalle città, come risposta all'esigenza di creare nuove terre coltivabili e alla necessità di produrre sempre maggiori derrate alimentari.

In breve, l'economia che era rimasta pressoché invariata per tutti i secoli bui, dava i primi segnali di cambiamento: aumento della popolazione, nuovi villaggi, determinavano una rinascita economico agricola che cominciava a fondarsi non solo più sull'estensione delle terre coltivabili, ma anche sull'introduzione di nuovi strumenti che contribuirono a migliorare il lavoro contadino.

E proprio in questa prima attività al servizio dell'agricoltura si rintracciano le primissime radici dell'artigianato, che progressivamente si diffuse in ogni villaggio, date le terribili condizioni dei trasporti e delle comunicazioni dell'epoca. Uno dei nuovi strumenti più importati fu l'aratro a versoio, introdotto in Piemonte a partire dal XII secolo.

Esso sostituì quello antico, simmetrico e leggero, il cui passaggio riusciva a incidere solo la parte superficiale del terreno, soprattutto di quelli compatti e argillosi, per i quali era necessario praticare numerose arature incrociate e completare il lavoro con zappe e vanghe.

Con l'aratro pesante divenne invece possibile smuovere e rivoltare le zolle con un'unica operazione, ottenendo un notevole risparmio di tempo e di fatica.

La sua dimensione ed il suo peso imponevano per il traino l'uso di due paia di buoi, e per questo difficilmente poteva essere adottato dai piccoli coltivatori, che per l'aratura ricorrevano all'opera di contadini più ricchi, che potavano dotarsi dell'attrezzo e degli animali da traino.

Insomma, un esempio primordiale di attività di terziario nel settore agricolo.

Inoltre, si andava diffondendo l'erpice, strumento trainato da animali che sminuzzava le zolle al suo passaggio, la cui adozione contribuì a ridurre i tempi di lavoro e la manodopera necessaria.

Le attività produttive dei primi secoli del millennio, come appare ovvio, erano strettamente legate nelle campagne all'agricoltura, e proprio grazie all'abilità e alla creatività dei questi primi "artigiani" va riconosciuto il miglioramento delle condizioni di vita rimaste immutate per secoli.

Sempre nelle campagne, ed al servizio dell'agricoltura, si svilupparono altre produzioni e altre innovazioni.

La ferratura e l'impiego del collare rigido per il cavallo, la diffusa applicazione dell'energia idraulica nella molitura dei cereali, nella battitura della canapa, in alcune fasi della lavorazione dei tessuti, come la follatura, nelle segherie per la lavorazione del legname e nelle botteghe dei "ferrari" – cioè i fabbri – per azionare mantici e magli, rappresentano tutte attività in cui si può riconoscere una prima specializzazione, l'embrione di un'attività artigianale che proseguirà per secoli.

Da sottolineare l'importanza della diffusione del ferro nella costruzione degli attrezzi agricoli: il metallo venne utilizzato dapprima soltanto nella parte del taglio delle vanghe, delle zappe e degli attrezzi per lo scasso del terreno, costruiti in legno, mentre in seguito fu impiegato per la realizzazione dell'intero attrezzo di lavoro.

Se le granaglie costituivano la base alimentare dell'uomo medievale, e infatti sui cereali era basata l'organizzazione produttiva dell'impresa agricola, i contadini praticavano anche altre coltivazioni, non meno importanti.

Fra queste, tipiche dell'astigiano, la viticoltura e la coltivazione della canapa.

Il vino era una bevanda diffusa, anche massicciamente, tra tutti i ceti della società medievale.

La scarsa e soprattutto caloricamente povera alimentazione veniva integrata da una bevanda che grazie al suo contenuto alcolico garantiva un sufficiente apporto calorico.

Come accadde nel settore dei cereali, anche qui si sviluppò una produzione di attrezzature e strumenti dedicati alla coltivazione delle viti e alla lavorazione dell'uva e alla cantina.

Esulano dalle finalità di questa ricerca l'analisi e la storia della coltivazione della vite nell'astigiano, ma la disamina sarebbe incompleta se non si sottolineasse come proprio in questo periodo, nei primissimi secoli del millennio, prese avvio un'attività – la viticoltura – che per secoli, e fino ad oggi, avrebbe caratterizzato economicamente intere aree del Piemonte, e in particolare l'astigiano, determinando e sostenendo lo sviluppo di tutta una serie di produzioni artigianali legate direttamente alla coltivazione dell'uva alla produzione vinicola.

Tra le coltivazioni più diffusamente praticate in Piemonte durante il Medioevo deve essere annoverata la canapa.

La canapa.

Di solito le erano destinati piccoli appezzamenti, sia perché la coltura poteva offrire una buona produzione anche quando le fossero state riservate poche staia di terreno, sia perché l'incremento demografico aveva costretto a limitare le coltivazioni complementari a vantaggio delle produzioni dei beni di prima necessità, vale a dire le derrate alimentari.

A privilegiare la canapicoltura erano soprattutto i piccoli coltivatori che, grazie allo sfruttamento intensivo dei loro terreni, riuscivano a produrre limitate quantità di materiale tessile per le proprie esigenze, mentre una parte poteva essere destinata anche al mercato, dopo aver subito in casa le opportune trasformazioni.

Venduta o scambiata sotto forma di fibra, di filato, oppure di tessuto finito, in genere realizzato dalle donne al telaio di casa, questa attività assicurava un piccolo utile che contribuiva a integrare l'economia familiare.

Questa attività è proseguita nei secoli, sia pure con le trasformazioni imposte dall'evoluzione dei costumi e della società.

La zona del lago di Codana, ad esempio, era conosciuta da tutti i paesi circostanti per i suoi grandiosi “bui”, vaste distese piene di acquitrini e stagni ricoperti da piante palustri dove si portava la canapa a macerare da ogni parte del Monferrato. Hanno operato in questa zona, per secoli, moltissime piccole imprese artigiane dedite alla lavorazione della canapa.

Questa attività ebbe la sua massima espansione nel Quattrocento e nel Cinquecento, quando la disponibilità di suoli agrari, non più indispensabili alla produzione di generi di prima necessità, e la ricerca di produzioni da cui ottenere qualche profitto, dettero un forte impulso alla coltivazione di “piante industriali”.

La canapa - probabilmente anche il lino - si erano affermati un po’ ovunque in Piemonte, dando vita ad un piccolo artigianato tessile presente soprattutto nelle campagne, che veniva a integrare una più tradizionale, anche se non pregiata e non molto diffusa, lavorazione della lana.

Una conferma della diffusione della canapa si ha dall’abbondante normativa emessa dagli organismi pubblici, riguardo ad alcune fasi della lavorazione del prodotto.

Alcune disposizioni, ad esempio, vietavano di praticare la macerazione - operazione necessaria, con la successiva battitura, per estrarre le fibre dalle canne - nei fossati situati in prossimità degli abitati, per evitare che il fetore dell’acqua stagnante e putrida creasse difficoltà agli abitanti della zona e impedisse di abbeverare gli animali.

Altre norme vietavano di accumulare grandi quantità di questo materiale in prossimità delle abitazioni, per ridurre i rischi di incendio.

Le fibre ottenute con la battitura venivano filate e tessute in casa dalle donne per l’uso della famiglia, ma talvolta il filato era affidato a tessitrici e tessitori di professione, che lavoravano sia per i privati che per i mercanti: insomma, quello che oggi si potrebbe definire una “filiera” produttiva: dal produttore della materia prima all’artigiano specializzato.

Dal Trecento in poi.

Fra Tre e Quattrocento la struttura sociale dei borghi e delle città piemontesi registra una lenta ma progressiva evoluzione: accanto alla tradizionale economia agricola, da sempre risorsa fondamentale e insostituibile, nei centro abitati prende forma sempre più vitale un mondo di artigiani e “liberi professionisti” che si incaricano di far fronte alle più svariate esigenze dei loro cittadini.

Il fatto non si rivela casuale, ma anzi è sostenuto e caldeggiato dalla stessa dinastia sabauda, che voleva imprimere una svolta significativa all’economia delle terre da essa governate.

Il passaggio da contadino ad artigiano viene così presentato e percepito come un prestigioso mutamento di ruolo: non a caso, proprio in questi anni i contribuenti cominciano a segnalare ai vari Catasti ed alle amministrazioni pubbliche la relativa professione, sebbene non sempre fosse espressamente richiesta.

E’ così che abbiamo testimonianza della crescita degli addetti alla lavorazione delle stoffe, dei tintori, e soprattutto dei sarti ma anche i lavoratori del cuoio e dei pellami sono presenti numerosi.

Altrettanto bene rappresentata appare, nello stesso periodo, la categoria degli edili,, che prestano la propria opera sia in città che nelle campagne.

Ad essi si affiancano fabbri e maniscalchi, orafi e marcanti, barbieri e venditori di generi alimentari, i soli che appaiono restii a segnalare apertamente nei Catasti la propria attività, quasi la si ritenesse in un certo qual modo non all’altezza delle altre.

Ben fieri del loro ruolo sembrano al contrario i notai, i professori di diritto, gli intellettuali e i funzionari dell’amministrazione sabauda.

Segno questo che accanto ad una nuova economia, in Piemonte andava delineandosi anche un nuovo ceto borghese destinato con il tempo ad assumere sempre maggiore importanza.

Quello che venne a mancare all'economia piemontese, e in particolare a quella astigiana, fu la produzione di beni di qualità dovuta soprattutto alla carenza in loco di materie prime sufficientemente valide.

Asti confermava la propria vocazione mercantile e finanziaria, mentre in altri centri si andavano sviluppando produzioni su larga scala: è il caso del cotone e del fustagno a Chieri e della lana a Pinerolo.

Restava nella città, evidentemente, un artigianato di fornitura dei beni per il consumo locale, composto sostanzialmente delle stesse figure professionali già presenti in passato.

Fra le figure professionali cui gli statuti cittadini sembrano dedicare maggiore attenzione, spicca senz'altro quella dei macellai.

Gli appartenenti a questa categoria erano infatti obbligato a sistemare i loro banchi al coperto, per consentire una migliore conservazione delle carni.

Veniva così a crearsi una struttura nota con il nome di "beccheria", che necessitava di tutta una serie di annessi e di ambienti di servizio, fra cui i cosiddetti "solaria", sorta di magazzini posti nel sottotetto.

Il fatto però che i macellai finissero per concentrarsi in un unico luogo, formando un piccolo mercato coperto posto generalmente nel cuore del centro abitato, creava per altri versi altri disagi.

La necessità di macellare gli animali in pubblico, per garantire ai clienti la genuinità delle carni, assicurava all'intera zona circostante una costante presenza di odori e scarichi nauseabondi, e questo nonostante le precise norme restrittive vigenti al riguardo.

Facile quindi comprendere perché in molti centri si adottasse l'unica soluzione possibile, anche se impopolare: spostare il macello lontano dal centro cittadino.

La seta

I fenomeni economici più rilevanti di quest'ultima parte del medioevo furono la crisi del settore tessile tradizionale, lana e cotone, e l'affermarsi della seta, che avrebbe caratterizzato per secoli l'economia della regione subalpina.

L'attività legata alla lavorazione della lana in Piemonte si sviluppò nell'area del pinerolese; il cotone caratterizzò il chierese e la seta significò soprattutto la coltivazione dei bachi.

Data la povertà generale e l'alta redditività dell'allevamento, praticamente tutte le famiglie contadine nei paesi allevavano i bachi in casa, salvo che nelle zone in cui ciò era reso impossibile dal clima o dal suolo, che doveva essere adatto alla coltura del gelso, le cui foglie costituivano l'alimentazione dei bachi.

Non stupisce che la pratica dell'allevamento finisse per coinvolgere tutta la popolazione, purché avesse a disposizione le strutture minimali per farlo, e nonostante le difficoltà.

L'allevamento poneva infatti più di un problema alla famiglia che lo praticava, perché era un'attività da seguire con grande attenzione e poneva un impegno gravoso: i bachi erano infatti animali dalla salute estremamente cagionevole.

I bozzoli necessari per ricavare la seta nelle filande erano prodotti con l'allevamento domestico: in casa si provvedeva alle varie fasi dell'allevamento.

L'attività iniziava con l'acquisto della semente, il seme-bachi, venduta da commercianti che percorrevano i paesi e le campagne, offrendola ai produttori in piccolissime quantità.

Per fare schiudere le piccole uova, le donne le portavano appese al collo in un sacchetto per circa due settimane, a partire dalla metà di marzo.

All'inizio di aprile le uova cominciano a schiudersi, e la data doveva coincidere con lo spuntare delle prime foglie dei gelsi.

Se qualche tarda gelata, come quella del 1787 che gelò ad aprile le foglie che stavano spuntando, impediva la raccolta delle foglie, per le famiglie era il disastro e tutti i piccoli bachi dovevano essere buttati.

Se invece tutto procedeva bene, i bachi venivano distesi su graticci e nutriti con foglia fresca di gelso, sminuzzata con cura.

Quando non intervenivano alcune delle numerose malattie che li potevano colpire, dopo circa 50 giorni e molte mute i bachi compivano al cosiddetta “salita al bosco”: si arrampicavano cioè su dei rametti di erica, dove emettevano la bava che costituiva il filo di seta, per formare il bozzolo.

All’inizio di giugno il ciclo era completato e il bozzolo, pronto per essere lavorato, era consegnato alle filande.

La prevenzione delle malattie da cui potevano essere afflitti richiedeva il mantenimento di una temperatura costante nei locali in cui erano allevati: le stanze dovevano essere ben ventilate e i graticci su cui erano disposti i bachi dovevano essere scrupolosamente puliti.

Dal momento che spesso nelle case non erano disponibili locali appositi, nei mesi di allevamento le famiglie dovevano disfare le camere da letto per lasciare posto ai graticci.

Ne valeva la pena: il raccolto medio per famiglia era di circa tre “rubbi”, pari a circa 27 chili, e consentiva di acquistare una vacca da latte: risparmiando il ricavato per 4 o 5 anni era invece possibile comprare un ettaro di terra.

La progressiva diffusione, che interessò indistintamente tutti i ceti sociali, è anche testimoniata dalle cifre: la produzione media di bozzoli, che all’inizio del Settecento era di circa 190.000 rubbi salì costantemente negli anni successivi, fino a raggiungere una media di oltre 500.000 rubbi negli anni settanta del secolo.

Vale a dire che quasi duecentomila famiglie delle campagne del canavese, dell’astigiano, dell’alessandrino, del monferrato erano coinvolte nell’attività dell’allevamento dei bachi da seta.

Nel territorio oggetto della ricerca, si instaurarono alcune filande.

L'artigianato locale era rivolto quasi esclusivamente alla soddisfazione dei bisogni famigliari o dei mercati limitrofi: fabbri ferrai, falegnami (i cosiddetti "mastri da bosco"), sarti, mulini, calzolai, carradori, bottai, ecc. erano presenti sul territorio, in ogni paese, fornendo quei beni e servizi che non potevano essere prodotti fra le mura domestiche.

Continuò la lavorazione della canapa, proseguita fino al 900, mentre un'attività che nacque nei primi secoli e continua tuttora giorni è la produzione di laterizi (mattoni, tegole), con una diffusa presenza di fornaci.

Indubbiamente, la diffusione fu favorita dalla presenza di materia prima (terra e argille) particolarmente adatta all'uso e dalle difficoltà di trasporto di beni pesanti e voluminosi.

Basti pensare alle vie di comunicazione ed ai mezzi di trasporto del tempo.

Per citare un esempio, i Savoia nel 700 emanarono una norma relativa ai carri.

Il problema da affrontare erano i profondi solchi lasciati sul fondo stradale dalle ruote dei carri, solchi che rendevano difficoltoso e rischioso il transito.

Anziché sistemare il fondo delle strade, si pensò di aggirare il problema imponendo una standardizzazione delle ruote, che dovevano essere costruite con la medesima tecnica impiegata per quelle dei mezzi militari: dovevano essere relativamente piccole, larghe e con il cerchio in ferro diviso in tre parti *"per il risparmio di spesa e per rendere più agevole la surrogazione di quelle parti che si devastassero e perché non sarebbe praticabile di far tirare una lama di ferro di quattro once per tutta quella circonferenza con la necessaria uguaglianza"*, come stabilì un ordine della Segreteria di Stato.

Una sorta di disciplinare tecnico rivolto ai carradori.

Altra attività diffusa nel territorio nord astigiano fu per secoli quella relativa allo sfruttamento di cave, sia di gesso - con relativa manifattura di oggetti - sia di pietra calcarea che di ghiaia, proseguita fino ai nostri giorni.

Fu nel quindicennio di dominazione napoleonica che si verificarono cambiamenti profondi nelle attività economiche del Piemonte, che interessarono tutte le attività

produttive, dall'agricoltura all'artigianato alle primissime imprese di dimensioni più grandi.

Grazie a protezionismo sabauda, fino al 1795 l'industria della seta si era mantenuta su livelli soddisfacenti.

Le cose peggiorarono progressivamente, prima a causa della guerra con la Francia e poi, dopo l'annessione a Parigi, per la politica del governo francese che intese assicurare alle manifatture di Lione l'approvvigionamento della seta grezza e che nel 1803 stabilì che i prodotti piemontesi rivolti all'estero sarebbero usciti solo attraverso Lione, Nizza e Genova: dal 1811 le merci piemontesi potevano essere commercializzate solo a Lione.

Era la fine di numerose piccole manifatture di seta, mentre resistettero quelle di maggiori dimensioni.

La lana sopravvisse al periodo napoleonico in quanto essa non era in concorrenza con quella francese e pertanto il governo non ne condizionò la produzione e gli sbocchi di mercato.

Circa le altre attività produttive e artigianali presenti nel periodo napoleonico non è facile ricavare un bilancio univoco sugli effetti dell'annessione alla Francia.

Lo spirito imprenditoriale del tempo, appoggiato dal governo, indusse alcuni commercianti e artigiani a tentare la fortuna in settori relativamente nuovi come la produzione della birra e del cioccolato.

Nel 1804, i premi messi in palio per aiutare lo sviluppo delle attività produttive raggiungevano la ragguardevole cifra di 21.300 franchi, destinati ai seguenti settori: raffinamento del ferro, fabbricazione di allume, lavorazioni in ghisa, vasi metallici smaltati, ecc.

Successivamente, con il "blocco continentale" decretato dalle nazioni europee contro la Francia, i premi si incanalarono verso il rafforzamento delle colture e le produzioni autarchiche.

Nel 1810 vennero stanziati 6.000 franchi per progetti riguardanti una forma particolare di tintura della lana, tale da renderla uguale al cotone rosso di

Adrianopoli, la produzione di sciroppo d'uva, la fabbricazione del filo di ferro e acciaio per la lavorazione della lana e del cotone.

E, sempre nel 1810, fu promessa l'astronomica cifra di 1.000.000 all'inventore di una macchina effettivamente innovativa per la filatura del lino.

L'ottocento e il fenomeno migratorio.

Chiuso il periodo napoleonico con la restaurazione, prese avvio nella aree pedemontane il fenomeno della "protoindustria": concentrazione, specializzazione, formazione di piccole aree di lavoro tessile e metallurgico inserito nello spazio rurale.

In queste aree esisteva, fin dalla seconda metà del Settecento, un rapporto stretto fra il tessuto urbano e le campagne, fondato sulla plurisecolare attività artigiana.

La deindustrializzazione dei grandi centri urbani, lo spostamento delle produzioni manifatturiere nelle campagne fecero sì che proprio intorno ai piccoli centri si sviluppasse le attività produttive.

Qui le antiche specializzazioni continuavano in attività artigianali che formarono un sistema produttivo

integrato con accentuate divisioni e integrazioni dei compiti, ma dove appunto città e campagna che non entravano in opposizione.

In questo spazio stabile e delimitato in cui fu avviata la prima elementare industrializzazione dominava l'alternanza delle mansioni rurali e delle attività produttive, realizzate in armonia con i ritmi agricoli.

Ma a partire dalla metà del secolo, la pesantissima crisi agraria e il fallimento dei piani del governo per risollevare le sorti del settore primario determinarono il rapido spopolamento delle campagne e il riversarsi di rilevanti flussi migratori nelle città, dalle quali essi furono però respinti anche con l'intervento della forza pubblica.

Non restava che la via dell'espatrio, che fu scelta da decine di migliaia di persone alla ricerca di condizioni di vita accettabili.

Ma non furono solo contadini e salariati a salire sui “bastimenti” diretti in Argentina, in Brasile o negli Stati Uniti.

Il fenomeno coinvolse anche artigiani, commercianti, piccoli proprietari che abbandonarono le loro attività e le loro terre con il sogno, spesso anche realizzato, di fare lo stesso mestiere senza fare la fame.

Qualche dato, tratto dall’ “Annuario statistico dell’emigrazione italiana”.

Dalla Provincia di Alessandria, che allora comprendeva anche il territorio dell’attuale Provincia di Asti, partirono fra il 1876 e il 1925 236.529 emigranti.

Anche se i dati disponibili non consentono di scorporare i dati per Comuni di provenienza, i numeri sono comunque significativi per capire di quale portata fu il fenomeno, tenendo presente che la maggior parte degli emigranti proveniva dalle campagne e non dalle città.

Ancora più interessante è la seguente tabella, relativa agli emigranti piemontesi, di età superiore ai 15 anni, classificati secondo la professione che esercitavano in patria.

	<i>Agricoltori, pastori, giardinieri, boscaioli e altri addetti ai lavori campestri</i>	<i>Muratori, manovali, scalpellini, fornaiari e altri operai addetti all’industria edilizia</i>	<i>Operai addetti ad altre industrie (mineraria, metallurgica, vetraria, tessile, ecc.) ed artigiani (falegnami, calzolai, sarti, ecc.)</i>	<i>Albergatori, trattori, osti, caffettieri, droghieri, panettieri, fruttaioli ed altri del settore alimentare</i>
MASCHI	201.742	218.450	162.371	23.282
FEMMINE	2670	29.912	41.207	3.867
TOTALE	204.712	248.362	203.578	27.149

Si trattò quasi di un esodo, che impoverì per decenni la vigoria di intere categorie di operatori, in primis gli artigiani, molte delle cui capacità e conoscenze andarono disperse.

Ne fa fede il confronto con la realtà dei paesi negli anni 1926 -1927 (vedasi tabelle).

SECONDA PARTE -

IL NORD ASTIGIANO IN TRANSIZIONE

Descrizione delle caratteristiche generali del territorio

L'area del Nord Astigiano comprende 68 comuni della provincia di Asti, tutti situati a nord del Tanaro, cui nel presente studio si aggiungono due comuni della collina torinese (Mombello e Moriondo), situati in provincia di Torino, ma appartenenti alla Comunità collinare dell'Alto Astigiano. Si tratta, sempre, di comuni di piccole e piccolissime dimensioni, dei quali nessuno raggiunge i 10.000 abitanti, la cui popolazione complessiva, pari a circa 73.000 residenti nel 2001, è distribuita su una superficie di 772 kmq e presenta un elevato indice di vecchiaia. La bassa densità abitativa (86 abitanti per kmq), e le dinamiche socio-economiche degli ultimi 50 anni che la hanno indotta, hanno inibito lo sviluppo nell'area di un "centro", sia esso un Comune od un'attività economica di riferimento, in grado di fungere da polo d'aggregazione per l'intero territorio.

Il Nord Astigiano è normalmente rappresentato come un prodotto dello sviluppo fordista degli anni '50 e '60, che ha generato forti flussi migratori verso Torino, con conseguente abbandono della terra; tuttora, nell'area, *"non esiste disoccupazione giovanile perché non vi sono giovani"*. Questo fenomeno da un lato ha finito per rafforzare negli anziani rimasti una cultura contadina individualista e conservatrice, *"legata al pezzo di terra"*, dall'altro ha inibito la crescita di un'imprenditoria locale capace di progettare strategie di sviluppo.

L'attività produttiva prevalente è di carattere agricolo, con oltre 8.800 aziende, ma in molti casi si tratta di un'agricoltura di sussistenza, praticata da persone anziane su fondi estremamente parcellizzati.

Le attività manifatturiere di maggior rilievo si concentrano soprattutto intorno ad alcuni poli come Villanova d'Asti, dov'è presente un certo indotto di PMI che operano per le multinazionali di componenti *automotive* - in questo caso, però, i rapporti economici e produttivi avvengono principalmente con Torino, e non si può parlare dell'esistenza di una filiera, o di una specializzazione, territoriale -, e

ad alcune aree prossime al capoluogo provinciale, ubicate immediatamente a sud-ovest e a nord di esso.

Per lungo tempo, l'estesa area collinare a Nord del Tanaro è stata descritta e rappresentata come un territorio afflitto da un'endemica condizione di *marginalità*. Tale percezione, peraltro, è tuttora presente nelle descrizioni d'area vasta offerte da alcuni dei testimoni privilegiati contattati per la ricerca.

Il nord astigiano per la percezione che ne ho io è un'area depressa vi sono molti problemi di natura economica legati alla assenza di iniziativa imprenditoriale, ed al fenomeno di impoverimento demografico subito dall'area. (Int. CCIAA Asti)

Contribuisce a determinare questa rappresentazione, senz'altro, la comparazione con i *trend* di crescita registrati da alcuni dei sistemi territoriali contigui, in primo luogo quello delle Langhe e del Roero, ma anche della stessa "parte meridionale" della provincia, che di quei territori è prolungamento naturale, anche sul piano naturale e paesaggistico. Per giustapposizione, gli indicatori di sviluppo economico del Nord Astigiano appaiono indiscutibilmente in ritardo, anche se (e si cercherà di dimostrarlo) la rappresentazione unitaria "a volo d'uccello" non rende giustizia dell'esistenza di sub aree caratterizzate da tendenze di segno differente. Più in generale, però, appare lecito porre in discussione tale visione unilateralmente negativa, poiché rischia di occultare processi, dei quali alcuni più embrionali e altri già sufficientemente dispiegati, che lasciano intuire anche per il Nord Astigiano un futuro più dinamico del passato recente, nell'ambito delle sue peculiarità sociali e produttive e delle sue vocazioni "differenziali". Lo stesso concetto di *marginalità* è da inquadrare nella cornice delle dinamiche che interessano complessivamente le aree collinari del Nord Ovest e che, seppure con modi e tempistiche diverse, possono essere ricondotte ad un modello "mediano", adattabile a ciascuna di esse.

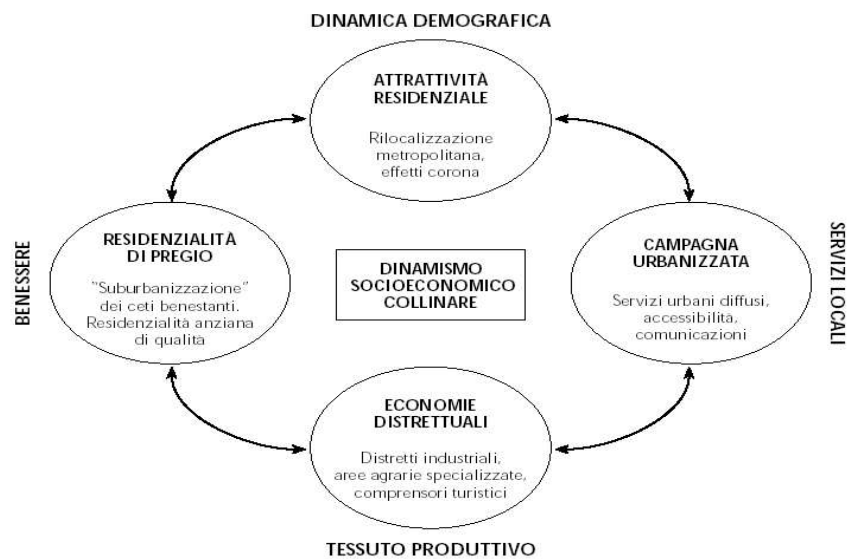
Sotto il profilo delle dinamiche di sviluppo territoriale, la marginalità socioeconomica può essere definita come un depotenziamento strutturale della capacità di reazione del sistema locale, prodotto dal processo di spopolamento

attraverso un incrocio di effetti recessivi: il calo demografico indebolisce la struttura della popolazione, provoca una fuga dei residenti ad alto reddito, intacca il tessuto produttivo e compromette il sistema dei servizi locali: ciò finisce per generare ulteriori spinte allo spopolamento, producendo una spirale perversa ed un ostacolo strutturale agli sforzi di rivitalizzazione dell'area.

Questo processo presenta caratteristiche diversificate a seconda dei contesti in cui si esplica: nel territorio collinare – dove nei decenni della grande polarizzazione demografica e produttiva rappresentava un concreto rischio per molte aree – oggi appare un fenomeno piuttosto circoscritto. Su tutti i versanti prima delineati agiscono nella collina importanti motori di crescita e valorizzazione: il decentramento delle residenze, e in particolare delle fasce di popolazione a reddito elevato; la deconcentrazione produttiva e la fortuna delle economie distrettuali; la possibilità di decentrare standard urbani di servizio e di accessibilità per il miglioramento delle comunicazioni e delle nuove tecnologie; la riscoperta dei valori ambientali, gastronomici, culturali e paesaggistici del mondo rurale come componente importante della qualità della vita. Queste risorse di crescita, tuttavia, non operano con la medesima intensità ovunque, né sono presenti nelle diverse aree nella stessa proporzione. Dove uno o più di questi propellenti viene a mancare è facile verificare che il rischio della marginalità torna ad affacciarsi.

Uno studio realizzato negli scorsi anni dall'IRES Piemonte sulle tendenze delle aree collinari piemontesi, rappresentava come in Fig. 1 le “componenti del dinamismo socioeconomico collinare”.

Fig. 1: le componenti del dinamismo socioeconomico collinare (IRES Piemonte, 1997)



Dal punto di vista che compete l'oggetto di questo studio, è importante comprendere, dal punto di vista delle variabili così delineate, quali sono gli elementi di forza e le aree critiche del Nord Astigiano, e idealmente trovare di un ruolo funzionale (inteso, come suesposto, in termini d'utilità "di sistema") che le produzioni "artistiche" e "tradizionali" attinenti il comparto dell'artigianato possono ricoprire all'interno di queste linee di tendenza. Le pagine seguenti saranno dedicate alla descrizione dell'inventario delle risorse che il sistema locale, e all'interno di esso le sub aree corrispondenti alle comunità collinari, può investire nel proprio percorso di riposizionamento competitivo. Al medesimo tempo, saranno evidenziati i maggiori elementi di ritardo, sia per come questi emergono dall'analisi dei principali indicatori demografici ed economici esaminati, sia per come sono stati restituiti nel corso della ricerca dai testimoni a tale scopo contattati.

Tendenze demografiche

In linea con i processi verificatisi in numerose aree collinari del paese interessate da processi di tendenziale marginalità, il Nord Astigiano ha vissuto nel periodo 1951-1971 una stagione di consistente riduzione della popolazione residente. Nei vent'anni successivi il processo non si è invertito, anche se la dinamica demografica non ha segnalato rilevanti saldi di segno negativo. Negli ultimi dieci anni, viceversa, seppure in misura limitata quasi tutti i comuni hanno registrato saldi demografici positivi. In Tab. 1 sono restituiti i dati relativi alla popolazione residente per ciascun comune dell'area, secondo le rilevazioni effettuate nei censimenti Istat del 1951, 1971, 1991, 2001.

Tab. 1: popolazione residente per Comune (anni 1951, 1971, 1991, 2001)

	1951	1971	1991	2001	Rapporto 2001/1951 (1951 = 1)	Rapporto 2001/1991 (1991 = 1)
Albugnano	650	486	417	462	0,71	1,11
Antignano	1374	1074	992	1.007	0,73	1,02
Aramengo	1050	644	521	604	0,58	1,16
Baldichieri d'Asti	776	1018	995	1.009	1,30	1,01
Berzano di San Pietro	480	338	354	406	0,85	1,15
Buttiglieria d'Asti	1877	1698	1949	1.996	1,06	1,02
Calliano	2267	1684	1392	1.406	0,62	1,01
Camerano Casasco	820	597	445	494	0,60	1,11
Cantarana	733	586	732	839	1,14	1,15
Capriglio	449	254	230	309	0,69	1,34
Casorzo	1449	916	697	687	0,47	0,99
Castagnole Monferrato	1820	1417	1226	1.234	0,68	1,01
Castell'Alfero	2280	2167	2580	2691	1,18	1,04
Castellero	299	265	281	291	0,97	1,04
Castello di Annone	2074	1572	1725	1767	0,85	1,02
Castelnuovo Don Bosco	2897	2576	2797	3038	1,05	1,09
Cellarengo	548	426	508	605	1,10	1,19
Celle Enomondo	720	522	499	460	0,64	0,92
Cerreto d'Asti	420	270	273	241	0,57	0,88
Chiusano d'Asti	328	234	255	254	0,77	1,00
Cinaglio	654	451	433	459	0,70	1,06
Cisterna d'Asti	1808	1272	1206	1.241	0,69	1,03
Cocconato	1925	1651	1548	1.540	0,80	0,99
Corsione	454	231	185	169	0,37	0,91
Cortanze	574	366	295	289	0,50	0,98

Cortazzone	992	605	537	626	0,63	1,17
Cossombrato	649	396	423	488	0,75	1,15
Cunico	772	553	470	497	0,64	1,06
Dusino San Michele	903	769	814	938	1,04	1,15
Ferrere	1731	1237	1307	1.473	0,85	1,13
Frinco	1075	701	634	690	0,64	1,09
Grana	1206	891	675	611	0,51	0,91
Grazzano Badoglio	1383	917	705	639	0,46	0,91
Maretto	461	298	345	358	0,78	1,04
Monale	877	792	843	892	1,02	1,06
Moncalvo	3818	3901	3523	3.320	0,87	0,94
Moncucco Torinese	1143	825	749	811	0,71	1,08
Montafia	1279	925	855	934	0,73	1,09
Montechiaro d'Asti	1484	1362	1394	1.382	0,93	0,99
Montemagno	2015	1475	1178	1.205	0,60	1,02
Montiglio Monferrato*	3258	2343	1826	1747	0,54	0,96
Moransengo	390	226	208	230	0,59	1,11
Passerano Marmorito	903	598	440	450	0,50	1,02
Penango	1065	686	492	538	0,51	1,09
Piea	951	592	505	568	0,60	1,12
Pino d'Asti	361	258	189	226	0,63	1,20
Piovà Massaia	916	725	649	640	0,70	0,99
Portacomaro	2042	1692	1848	1992	0,98	1,08
Refrancore	1916	1463	1546	1560	0,81	1,01
Revigliasco d'Asti	1062	752	816	859	0,81	1,05
Roatto	652	344	232	373	0,57	1,61
Robella	941	695	560	562	0,60	1,00
San Damiano d'Asti	7251	7025	7265	7622	1,05	1,05
San Martino Alfieri	1010	781	705	704	0,70	1,00
San Paolo Solbrito	985	782	855	1059	1,08	1,24
Scurzolengo	1067	715	569	637	0,60	1,12
Settime	746	505	518	537	0,72	1,04
Soglio	320	173	150	135	0,42	0,90
Tigliole	2213	1523	1489	1605	0,73	1,08
Tonco	1329	1022	919	891	0,67	0,97
Tonengo	277	202	185	192	0,69	1,04
Valfenera	1809	1670	1992	2128	1,18	1,07
Viale	476	304	258	267	0,56	1,03
Viarigi	2051	1420	1103	1003	0,49	0,91
Villa San Secondo	699	505	408	384	0,55	0,94
Villafranca d'Asti	2272	2534	2869	2942	1,29	1,03
Villanova d'Asti	2784	3767	4391	4717	1,69	1,07
Totale Nord Astigiano	88260	71664	69821	72930	0,83	1,04

(Elaborazione CSAR su fonti Istat)

* I dati relativi al Comune di Montiglio del 1951, 1971 e 1991 sono la somma dei residenti a Montiglio, Scandeluzza e Colcavagno, comuni successivamente accorpati in una sola unità amministrativa.

Dall'osservazione dei due indici esposti nella parte destra della tabella, si può dedurre che:

- In rapporto al 1951 la popolazione residente nell'area è, nel complesso, fortemente diminuita, con 17 punti percentuali in meno. Fanno eccezione alcuni comuni come Villanova d'Asti, Valfenera e Villafranca d'Asti, poiché posizionati lungo l'asse autostradale della Torino-Piacenza e sede d'insediamenti produttivi di un certo peso, ed altri ubicati nell'immediata cintura periurbana di Asti che hanno accolto quote di residenti in uscita dai confini amministrativi del capoluogo.
- Nel periodo 1991-2001, il saldo demografico è stato nel complesso di segno positivo, sebbene in misura assai differenziata tra i diversi Comuni. E' da porre in rilievo che tra i Comuni che hanno registrato i maggiori incrementi, vi sono realtà che in precedenza avevano quasi dimezzato la popolazione. Anche in questo periodo, ben 16 Comuni hanno proseguito a perdere abitanti.

Una visione più generale dei processi demografici che hanno interessato negli ultimi cinquanta anni il Nord Astigiano, è ottenibile aggregando i dati comunali per Comunità Collinare (Tab. 2).

Tab. 2: popolazione residente per Comunità Collinare (anni 1951, 1971, 1991, 2001)

Comunità Collinare	1951	1971	1991	2001	Rapporto 2001/1951 (1951 = 1)	Rapporto 2001/1991 (1991 = 1)
COLLINE ALFIERI	15438	12949	12972	13498	0,87	1,04
VAL TRIVERSA	7801	7074	7604	8.177	1,05	1,08
VAL RILATE	9746	6718	6182	6475	0,66	1,05
VERSA ASTIGIANO	8565	6473	5496	5445	0,64	0,99
COLLI DIVINI	15874	12338	10168	9874	0,62	0,97
VALLE VERSA	7918	6565	6739	6980	0,88	1,04
PIANALTO ASTIGIANO	7029	7414	8560	9447	1,34	1,10
ALTO ASTIGIANO	11899	9098	8982	9707	0,82	1,08
TOTALE NORD ASTIGIANO	84270	68629	66703	69603	0,83	1,04

(Elaborazione CSAR su fonti Istat)

La comparazione tra la popolazione attuale e quella del 1951 fa emergere distintamente tre zone interessate da analoghe tendenze demografiche.

Una zona più solida, che nel periodo considerato ha incrementato la popolazione residente, coincidente con il Pianalto Astigiano (l'area di Villanova), che ha registrato incrementi sensibili, e la Val Trivera, con incrementi più moderati. La posizione lungo il corridoio infrastrutturale Asti-Torino ha avvantaggiato queste aree, sia favorendo (Pianalto Astigiano) insediamenti produttivi, sia offrendo più agevoli condizioni residenziali, in virtù della rapida accessibilità a Torino e dell'adiacenza al capoluogo provinciale. In queste aree i fenomeni di spopolamento delle campagne sono stati contrastati con successo, sia grazie alla presenza di alternative economiche di rilievo, che hanno attratto anche quote di popolazione dai comuni più sfavoriti, sia grazie alla loro facile accessibilità che le ha rese meta, in tempi più recenti, di residenti in uscita dai centri urbani.

Una fascia intermedia, che ha subito processi di spopolamento allineati sulla media dell'area vasta, coincidente con le Colline Alfieri, la Valle Versa e l'Alto Astigiano. Le ragioni di quest'andamento sono probabilmente differenti per le tre aree, caratterizzate da diverse vocazioni e orientamenti produttivi. Il decremento demografico è stato sensibile, ma non ha assunto dimensioni devastanti, poiché parzialmente compensato dalla vicinanza ad Asti, nel caso della Valle Versa, della relativa contiguità all'area metropolitana torinese (che mitiga una viabilità particolarmente sfavorevole) nel caso dell'Alto Astigiano, e dalla presenza di tendenze economiche positive nelle Colline Alfieri, territorio compreso tra il corridoio autostradale Torino-Piacenza a Nord, e l'area del Roero a Sud-Ovest, con cui alcuni comuni della comunità condividono produzioni e specializzazioni agricole.

Una fascia svantaggiata, coincidente con la Versa Astigiano, i Colli Divini e la Val Rilate. Penalizzate da condizioni di pesante marginalità infrastrutturale, queste tre comunità hanno subito le maggiori perdite demografiche, riducendo di oltre un terzo la popolazione originaria. Territori a forte connotazione rurale, seppure oggi interessati (almeno alcuni) da interessanti processi di sviluppo delle produzioni agroalimentari e da discreti flussi turistici, sono quelli che maggiormente hanno risentito del declino del comparto agricolo negli anni dello sviluppo industriale.

Le tendenze dell'ultimo decennio vedono una generale distribuzione del reintegro demografico; fanno ancora eccezione, le aree del Versa Astigiano e dei Colli Divini, che non hanno ancora invertito la tendenza di segno negativo.

Finiti gli anni dell'abbandono e delle migrazioni verso i centri urbani, in sostanza, oggi il territorio sta assistendo a nuovi mutamenti degli scenari demografici.

Prendono corpo fenomeni di tipo nuovo, ad esempio nel ripopolamento di determinate aree del "profondo Nord", dove non è infrequente incontrare giovani, provenienti dall'esterno, che investono nel tentativo di divenire produttori di nicchia di vini pregiati, e finanche nell'agricoltura biologica.

Il reintegro demografico, tuttavia, si motiva principalmente con i tassi di sviluppo che interessano alcuni poli, i quale hanno a loro volta generato una domanda di servizi locali, e mobilitato l'impegno delle amministrazioni locali a mantenere dignitosi standard di prestazioni offerte al territorio (*feedback positivi*).

Occorre poi considerare altri due fenomeni significativi.

Il primo è legato all'immigrazione "di ritorno", che interessa l'intero territorio; con il raggiungimento dell'età pensionabile molti ex residenti hanno fatto ritorno ai luoghi d'origine.

Il secondo, che è da considerare tra le più importanti opportunità di sviluppo per territori come l'Alto Astigiano, è correlato alla crescente presenza di residenti non lavoratori.

Vi sono infatti persone che pur non lavorando nel territorio lo scelgono come luogo in cui vivere, inizia alla fine degli anni settanta e si consolida successivamente con il progressivo miglioramento dei collegamenti con le città, e con il sopraggiungere di una cultura che rifiuta una certa vita urbana, preferendo il sacrificio del trasporto, guadagnando però una qualità della vita decisamente notevole. Questo fenomeno è molto interessante dal nostro punto di vista in quanto è quello a cui principalmente dobbiamo il risollevarsi di molte attività artigiane non solo nella filiera agroalimentare. (S.C., GAL Basso Monferrato)

L'abbandono demografico, pertanto, è stato parzialmente compensato da fenomeni di ripopolamento, che vedono protagonisti anche strati di popolazione appartenenti ai ceti medi, professionisti, imprenditori, ecc.

stiamo assistendo ad un interessante fenomeno di ritorno, in particolare vi è una sorta di ripopolamento intellettuale, nel senso che molte persone colte sono attratte da questi luoghi dove poter svolgere al meglio il proprio lavoro. (D.ssa V., Fondazione CRA)

Questo flusso di residenti, ovviamente, rappresenta un'opportunità per l'area, poiché genera benefici a più livelli (demografico, domanda di beni e servizi, gettito fiscale, ecc.). Il rischio paventato da taluni, tuttavia, è quello di veder trasformare le aree collinari del Nord Astigiano in sobborghi residenziali privi di attività economiche autoctone, comunità dormitorio ubicate non più nella cintura periurbana della metropoli, ma in siti più gradevoli sotto il profilo della qualità della vita e senza i problemi presenti nei grandi agglomerati urbani.

Il rischio è che l'area diventi un sobborgo di Torino che le persone vadano lì in quanto ci si vive bene ma che svolgano però le loro attività lavorative altrove, abbiamo bisogno di incentivare imprese in sede locale, stimolando le persone a vivere e a lavorare nel nord artigiano. (D.ssa V., Fondazione CRA)

Il fenomeno dei "nuovi residenti" s'intreccia, infine, a quello dei "residenti temporanei", non stanziali, che soggiornano nei fine settimana e durante i periodi di ferie e vacanze. Proprietari di seconde abitazioni, raramente questi soggetti hanno relazioni strutturate con la popolazione "stanziale". Anch'essi, tuttavia, avanzano una domanda di servizi che coinvolge soprattutto il comparto dell'edilizia e della manutenzione degli immobili.

Gli uni e gli altri stanno già costituendo, ed in prospettiva ciò è destinato ad assumere ulteriore peso e visibilità, un interessante segmento di mercato per gli operatori delle ristrutturazioni e degli interventi di abbellimento sugli edifici, oltre che degli arredi prodotti con tecniche tradizionali.

Tendenze generali dell'economia dagli anni '50 agli anni '90

Il Nord Astigiano può essere considerato un'area omogenea sotto il profilo storico-culturale, in virtù delle radici comuni ai territori che si espandono a nord del corso del Tanaro. Non altrettanto può essere sostenuto in relazione alle caratteristiche del sistema produttivo; il processo di progressiva differenziazione in sub-aree economiche che hanno vissuto una diversa evoluzione fino ai giorni nostri, si può far risalire agli anni '50 e '60 dello scorso secolo.

In vario modo, in quel periodo inizia la differenziazione: c'erano aree che avevano rapporti commerciali diffusi con varie realtà, anche con il polo milanese, per esempio, non solo Torino e Asti; a partire dagli anni sessanta in poi tutto cambia, e cambia profondamente incidendo notevolmente sulla storia di interi centri abitati, ci sono comuni che si impoveriscono dal punto di vista demografico, comuni che avevano le potenzialità per diventare centri industriali di un certo interesse che cambiano completamente struttura socioeconomica. (S.C., GAL Nord Astigiano)

Nel periodo compreso tra il 1950 e il 1970, l'Astigiano in generale ha vissuto profonde trasformazioni che hanno generato cesure e discontinuità nelle forme di organizzazione sociale e dell'economia, analogamente a quanto accaduto a gran parte delle aree rurali del nostro paese. I processi d'urbanizzazione e la polarità tra campagna e città, che già avevano preso corpo nella prima metà del secolo provocando lo stillicidio della popolazione rurale in direzione delle città, s'intrecciano con le dinamiche generate dal *boom economico* fondato sulla grande impresa manifatturiera produttrice di beni di consumo di massa.

La struttura e l'organizzazione della società ne sono uscite radicalmente modificate, differenziandosi nel medesimo tempo in sub territori le cui risposte adattive agli *shock* sistemici indotti dall'esplosione del fordismo, che ha avuto la sua indiscussa capitale nazionale a poche decine di chilometri, sono state diverse. A differenza di quanto accaduto in altre aree del paese, si può innanzitutto affermare che la provincia di Asti non è stata interessata, se non in misura marginale, da processi di trasformazione nella direzione di una *campagna urbanizzata*, né tanto meno da processi d'industrializzazione diffusa di tipo distrettuale. Questi fenomeni, ancorché avvenuti nell'ambito di una molecolare

proliferazione (in alcune zone del Nord Astigiano) d'impresе manifatturiere minute di tipo familiare, hanno consentito a taluni territori della provincia (ed ancor più delle Langhe e del Roero) di mantenere e rilanciare negli ultimi decenni il settore primario, riposizionato intorno a prodotti di nicchia progressivamente impostisi come denominazioni di prestigio nazionale e internazionale. Il Nord Astigiano, come precedentemente esposto, ha assistito allo stravolgimento del proprio paesaggio agricolo senza saper innescare analoghi processi virtuosi di rilancio.

I decenni dell'industrializzazione hanno generato trasformazioni strutturali, quali la corsa all'inurbamento, alla meccanizzazione dell'agricoltura, al fenomeno del *part time farming*, in forte contrasto con le strutture tradizionali ancora radicate nel sistema contadino/rurale. Nonostante ciò, ancora a metà degli anni '60 il settore agricolo impiegava circa metà della popolazione attiva. Un'agricoltura basata sull'azienda familiare, che presentava alcune caratteristiche precise:

- frammentazione e dispersione della proprietà;
- elevato impiego di manodopera;
- sotto utilizzo dei mezzi meccanici.

La coltura principale, tradizionalmente, era rappresentata dalla vite, che negli anni '60 occupava circa un terzo della superficie agraria totale⁴. Un'agricoltura, quindi, *labour intensive*, basata sull'impiego intensivo (e sulla disponibilità) di manodopera, poiché fortemente specializzata e difficilmente meccanizzabile, particolarmente sui pendii collinari. Il processo di meccanizzazione dell'agricoltura, che numerosi proprietari hanno tentato negli anni '60, si è sempre scontrato con la polverizzazione fondiaria e la conformazione fisica dei terreni. L'estrema difficoltà di fruire in modo economicamente conveniente dei moderni mezzi meccanici, ha inoltre esposto sotto il profilo finanziario tantissime imprese agricole. Com'è stato notato, sul finire degli anni '50, nonostante tali condizioni

⁴ Oggi rappresenta il 24,3% della superficie agraria a livello provinciale, e solo il 16% nel Nord Astigiano.

consigliassero investimenti moderati in tecnologie meccaniche "*il sistema inventa la motorizzazione (...): aziende di pochi ettari si attrezzano con trattori enormi*".⁵

Questi fattori hanno contribuito ad aggravare la già problematica condizione economica di tante imprese: esse persero ogni possibilità di fornire un reddito comparabile con quello offerto dall'industria, che cresceva a poca distanza e reclamava braccia da immettere nel ciclo della produzione di massa.

Altri fattori, come l'eccessiva connotazione "artigianale" di quasi tutte le aziende agricole, l'assenza di un vero coordinamento, le scarse coperture assicurative, la necessità d'impiegare capitali remunerativi solo sul medio periodo, contribuirono a favorire l'esodo dalle campagne, in direzione di Torino (soprattutto) ed in subordine di Asti, dapprima nella forma del "pendolarismo" e poi, in maniera sempre più netta, nel trasferimento definitivo nell'area metropolitana. Tale situazione ha generato una sorta di "effetto domino" (*feedback negativi*) sul sistema, sottraendo le risorse più dinamiche (i giovani), riducendo la domanda di servizi locali, e generando quella spirale perversa denominata *marginalità*. Soprattutto, e questo ha rappresentato forse il principale "svantaggio differenziale" del Nord Astigiano rispetto al Sud, ciò motiva anche le cause della drastica riduzione della superficie vitata, rispetto a quella di altre coltivazioni.

Accanto ai *pull factors*, dei quali il principale era rappresentato dalla prossimità territoriale con la Torino dello sviluppo fordista, tra le circostanze che hanno accelerato negli anni '60 e '70 lo spopolamento delle campagne, sono pertanto da considerare anche importanti *push factors* a natura locale. Questi ultimi non possono definirsi peculiari del Nord Astigiano, ma qui hanno agito in misura più incisiva e profonda che altrove; la sola spiegazione della contiguità territoriale con Torino, ancorché essa sia stata importante nell'abilitare flussi migratori meno "sradicanti" (poiché consentiva di realizzarsi più agevolmente nella forma del pendolarismo), da sola non appare sufficiente. Nel corso della rilevazione, diversi testimoni intervistati hanno citato, tra le cause che hanno inibito lo sviluppo agricolo ed enologico del Nord Astigiano, il fallimento negli anni '60

5

dell'esperienza cooperativa delle Cantine Asti Nord. Quest'evento, su cui si tornerà più avanti, avrebbe generato sfiducia sulle potenzialità di crescita basate sull'enologia locale, spingendo strati consistenti di popolazione giovane a migrare verso il torinese.

Il fallimento dell'esperienza delle cantine Asti nord ha fatto sì che i più anziani rimanessero a coltivare la vite per far fronte ai debiti, mentre i giovani di allora emigravano verso il torinese alla ricerca di nuova occupazione. (R.M., Presidente Provincia Asti)

Anche in seguito, tuttavia, sono mancati processi allargati di valorizzazione e modernizzazione dell'economia agricola. Fatte salve alcune situazioni locali ed ovviamente alcune aziende floride, che naturalmente esistono, occorre considerare che la gran parte degli agricoltori del territorio non ha saputo evolvere da formule imprenditoriali estremamente semplificate. Impossibilitate perlopiù a fondare la propria competitività sull'ampliamento delle superfici e sulla meccanizzazione dei processi, dotandosi di economie di scala appropriate, le imprese non sono riuscite neanche ad integrare l'attività agricola in senso stretto con quelle di trasformazione o con l'allevamento: con *asset*, in sostanza, che avrebbero consentito di sviluppare rami d'attività addizionali e fruire di vantaggi incrementali.

Questi processi hanno interessato, seppure con differente intensità, l'intero territorio del Nord Astigiano, e costituiscono lo scenario che ha fatto "da quinta" ai percorsi di differenziazione succitati, e favoriti da altri fattori d'importanza fondamentale nella riorganizzazione del territorio.

Di questi, il più rilevante, in un'area che quasi mai ha innescato processi di crescita autodiretti, è rappresentato dal disegno degli assi logistici e delle infrastrutture viarie, che hanno determinato le condizioni di maggiore o minore marginalità dei singoli contesti zonali. Da questo punto di vista, essenziale per i destini delle sub aree, è il tracciato dell'asse autostradale della Torino-Piacenza, del quale hanno potuto beneficiare alcune zone, come il Pianalto Astigiano e la Valle Versa, ed in minore misura la Val Trivera, ma da cui sono rimasti tagliati fuori altri contesti,

quali l'area della Comunità Colli Divini, della Versa Astigiano, dell'Alto Astigiano e della Val Rilate. Non a caso, si tratta delle aree che hanno subito i maggiori processi di spopolamento e d'abbandono delle coltivazioni, senza che contemporaneamente s'innescassero circuiti d'industrializzazione e insediamenti d'attività terziarie. Particolarmente penalizzata, per lungo tempo, è stata l'ampia area collinare a Nord-Est di Asti, coincidente con la comunità Colli Divini, una delle zone più interessanti sotto il profilo paesaggistico, dei beni storici e delle produzioni agroalimentari, a lungo rimasta ai margini dagli assi di comunicazione viaria più importanti. La stessa realizzazione della Asti-Casale è giudicata *"tardiva"* da alcuni dei testimoni privilegiati intervistati, poiché *"va a sanare una situazione che ormai c'è, mentre realizzata prima avrebbe potuto essere un volano di sviluppo"* (S.C., Gal Basso Monferrato).

La geometria degli assi di comunicazione, in definitiva, ha contribuito in misura rilevante alla riallocazione dei poli di sviluppo, finendo per incidere in misura decisiva nelle aree marginali, tagliate dai processi di sviluppo economico, ed influenzando per contro i processi di incremento di altre aree. Tra queste ultime, è da segnalare che il polo di Villanova, ben servito dall'autostrada (dove peraltro è ubicato il casello d'inizio della Torino-Piacenza) e direttamente collegato al sistema delle tangenziali di Torino, si è progressivamente imposto come principale sede per le industrie del territorio, seppure le principali imprese ivi insediate appartengono a grandi gruppi "esterni", in molti casi legati al ciclo dell'*automotive* (oggi in difficoltà). Anche l'area delle Colline Alfieri, "confinante" con Villanova, ospita numerosi insediamenti industriali di un certo peso, nel settore tessile, nella metalmeccanica e nell'industria alimentare. L'altro polo industriale di qualche rilevanza, se si escludono industrie isolate (anche se talora molto conosciute, come la Conbipel di Cocconato d'Asti), è ubicato nella cintura Nord del comune capoluogo, presso la Valle Versa (anch'essa ben servita sul piano delle infrastrutture viarie, con il casello autostradale Asti Est), dove è attivo il mini

distretto del “motorino elettrico” ed alcune medie imprese della metalmeccanica e dell’industria “del bianco”.

La geometria dei poli di sviluppo e delle aree critiche, è tuttavia da considerare, ha confini perennemente mobili e riscrivibili. Le aree che hanno beneficiato, in qualche modo e in differente misura, della fase espansiva del fordismo, oggi mostrano inquietanti segnali di difficoltà, mentre proprio alcuni dei territori più “marginali” (il profondo Nord del Versa Astigiano e dell’Alto Astigiano, i Colli Divini) mostrano alcuni segnali di rilancio che talvolta valorizzano proprio quegli elementi ereditati dalle fasi di declino dei passati decenni. La “Riviera Verde” di Cocconato, l’importante area boschiva dell’Alto Astigiano, il paesaggio rurale dei Colli Divini, con i suoi borghi e le sue produzioni agroalimentari, attirano flussi di visitatori, creano i presupposti per nuova residenzialità, incentivano la cura del territorio e la valorizzazione dei prodotti locali. Segnali deboli, ma che lasciano intuire un rinnovato protagonismo che cova sotto le ceneri. E’ soprattutto alla luce di questi processi, che la tradizionale rappresentazione offerta del Nord Astigiano, tripartito tra un Ovest a vocazione manifatturiera, un Est agricolo sospeso tra declino e possibilità di rilancio e un profondo Nord marginale, se mantiene una sua utilità in termini di rappresentazione cognitiva dell’area, rischia di essere in via di superamento e, forse, già oggi inattuale.

Le tendenze economiche recenti

Escludendo momentaneamente dall'osservazione il settore agricolo, l'analisi della struttura produttiva del Nord Astigiano, in comparazione con i dati di livello provinciale, fa emergere alcune importanti peculiarità del sistema economico locale. In tab. 3 è restituita la distribuzione percentuale delle unità locali attive al 1996,⁶ nei macro settori delle attività manifatturiere, delle costruzioni e delle altre attività (terziario).

Tab. 3: distribuzione percentuale delle U.L. per macro settori e comunità collinari (1996)

COMUNITA' COLLINARE	Attività manifatturiere	costruzioni	Altre attività	Totale 1996
COLLINE ALFIERI	17,75	23,71	58,54	100,00
VAL TRIVERSA	25,63	24,37	50,00	100,00
VAL RILATE	18,21	31,79	50,00	100,00
VERSA ASTIGIANO	18,32	26,09	55,59	100,00
COLLI DIVINI	18,31	18,64	63,05	100,00
VALLE VERSA	20,84	20,10	59,06	100,00
PIANALTO ASTIGIANO	18,15	24,13	57,72	100,00
ALTO ASTIGIANO	18,76	24,82	56,43	100,00
TOTALE NORD ASTIGIANO	19,23	23,67	57,10	100,00
TOTALE PROVINCIA DI ASTI	15,77	18,13	66,10	100,00
REGIONE PIEMONTE	16,15	14,47	69,38	100,00

(Elaborazione CSAR su fonti Istat 1996)

Il territorio del Nord Astigiano, come si può notare, è contraddistinto da una più spiccata incidenza delle attività manifatturiere rispetto al resto della Provincia, che già registra valori più elevati della media regionale. L'ossatura di questo sistema è rappresentata dalla manifattura minuta, poiché non esistono sul territorio rilevanti concentrazioni industriali, né filiere produttive "forti" e strutturate intorno a imprese *leader* o ad uno specifico comparto organizzato in sistema di PMI, ma piuttosto intorno ad alcuni poli locali in buona parte dipendenti da gruppi o imprenditori di provenienza esterna all'area, seppure con alcune importanti (nel

⁶ Si fa riferimento al Censimento Intermedio dell'Industria e dei Servizi dell'Istat, anno 1996.

contesto considerato) eccezioni. E' piuttosto, come si vedrà nel dettaglio, una struttura "molecolare", fatta di piccola impresa ed artigianato. Indicativa, in questo senso, anche l'elevata incidenza, e la numerosità, delle imprese di costruzioni. Pure in questo caso si è di fronte ad un tessuto d'impresa minore, operante sostanzialmente nell'edilizia residenziale ed in attività di manutenzione. Si consideri, a questo proposito, che il territorio del Nord Astigiano non è interessato dai processi di grande infrastrutturazione che coinvolgono il torinese. Diversamente da quanto avviene in altri territori, il proliferare d'impresе di costruzioni non segnala, pertanto, la presenza di un settore edile "trainante", quanto la diffusione delle attività di servizio ai residenti, e l'importante (localmente parlando) fenomeno delle ristrutturazioni di seconde case e delle residenze dei nuovi "astigiani del Nord". Segnala, inoltre, l'estrema frammentazione e l'esiguità dimensionale di questi operatori economici, quasi sempre ascrivibile all'area delle attività autonome e di autoimpiego, più che alla stessa piccola impresa.

Al contrario, il macro settore delle "altre attività", che include le attività commerciali e quelle dei servizi (alle imprese ed alle persone), appare particolarmente poco sviluppato. L'incidenza delle aziende di questo macro settore sul totale delle imprese era, al 1996, pari al 57,23%, inferiore alla media provinciale di quasi 9 punti percentuali e addirittura di 12 rispetto al resto della regione.

Il dato mette in luce l'assenza di una vera economia di servizi; il territorio, in altre parole, non è interessato dai processi di "terziarizzazione" che in tutta la regione (come a livello generale) hanno ridefinito gli assetti della struttura produttiva. D'altra parte, questo dato segnala anche una certa penuria o insufficiente presenza di servizi di prossimità, attività di commercio al dettaglio e pubblici esercizi in primo luogo. Quest'aspetto è meglio evidenziato nelle tabelle 4 e 4.bis, ottenute sulla base dei dati Infocamere del 2002,⁷ ove il comparto dei servizi è ripartito tra attività del commercio, del turismo, dei servizi alle imprese e dei servizi alla

⁷ Cfr. Piemonte in Cifre 2003, Unioncamere Piemonte, Torino, 2003.

persona. Ai dati Infocamere sull'industria e sui servizi sono stati aggiunti quelli relativi alle imprese agricole ricavati dal V° Censimento dell'agricoltura realizzato dall'Istat nel 2000, al fine d'ottenere una rappresentazione complessiva della struttura produttiva del territorio.

TAB. 4 - U.L. per settore d'attività e comunità collinare (2002)

COMUNITÀ COLLINARE	Attività manifattur iere	Costruzi oni	Commer cio	Turism o	Servizi alle imprese	Servizi alle persone	Aziende agricole
	n°	n°	n°	n°	n°	n°	n°
COLLINE ALFIERI	178	255	299	41	94	51	822
VAL TRIVERSA	151	145	196	28	42	26	1.008
VAL RILATE	87	133	136	27	21	23	1.609
VERSA ASTIGIANO	73	105	114	25	43	17	1.146
COLLI DIVINI	144	150	260	42	62	37	1.305
VALLE VERSA	123	106	150	20	36	19	424
PIANALTO ASTIGIANO	145	187	194	31	74	37	645
ALTO ASTIGIANO	158	200	244	35	74	29	1.636
TOTALE NORD ASTIGIANO	1.059	1.281	1.593	249	446	239	8.595
TOTALE PROVINCIA DI ASTI	2.912	3.375	5.914	878	1.960	1.033	21.880

(Elaborazione CSAR su dati Infocamere e Istat)

TAB. 4.bis - distribuzione percentuale U.L. per settore d'attività e comunità collinare (2002)

COMUNITÀ COLLINARE	Manifattur a	Costruzi oni	Commer cio	Turismo	Servizi alle imprese	Servizi alle persone	Aziende agricole
COLLINE ALFIERI	10,23	14,66	17,18	2,36	5,40	2,93	47,24
VAL TRIVERSA	9,46	9,09	12,28	1,75	2,63	1,63	63,16
VAL RILATE	4,27	6,53	6,68	1,33	1,03	1,13	79,03
VERSA ASTIGIANO	4,79	6,89	7,49	1,64	2,82	1,12	75,25
COLLI DIVINI	7,20	7,50	13,00	2,10	3,10	1,85	65,25
VALLE VERSA	14,01	12,07	17,08	2,28	4,10	2,16	48,29
PIANALTO ASTIGIANO	11,04	14,24	14,78	2,36	5,64	2,82	49,12
ALTO ASTIGIANO	6,65	8,42	10,27	1,47	3,11	1,22	68,86

TOTALE NORD ASTIGIANO	7,87	9,52	11,83	1,85	3,31	1,78	63,85
TOTALE PROVINCIA ASTI	7,67	8,89	15,58	2,31	5,16	2,72	57,65

(Elaborazione CSAR su dati Infocamere e Istat)

E' del tutto evidente il *deficit* di attività di servizi: particolarmente critici paiono essere il settore del turismo e dei servizi alle imprese ed alle persone, laddove il commercio, seppure presente in misura inferiore alla media provinciale, non sembra nel complesso segnare una differenza così marcata rispetto al più generale contesto dell'Astigiano. E' proprio la penuria del terziario a "gonfiare", in termini d'incidenza sul totale delle attività, il dato relativo alla manifattura ed alle costruzioni.

Sotto il profilo delle "vocazioni di zona", si rilevano significative differenze tra le diverse comunità collinari.

Se il Nord Astigiano nel complesso si caratterizza come territorio ancora essenzialmente agricolo - con un'incidenza delle imprese agricole sul totale delle attività economiche superiore di 5 punti percentuali rispetto alla media provinciale -, non tutte le comunità condividono in eguale misura questa vocazione.

Le comunità collinari Colline Alfieri e Pianalto Astigiano registrano una presenza di attività di servizi (tutte) superiore non solo alla media del Nord Astigiano, ma anche della provincia. Sono queste le comunità dove il settore agricolo ha la minore incidenza e dove di un certo rilievo è la presenza di attività manifatturiere e di costruzioni. E' tuttavia la Comunità Valle Versa a caratterizzarsi per una superiore vocazione "industriale", con una presenza di attività di manifattura (14,01%) quasi doppia rispetto alla media provinciale.

All'estremo opposto si collocano le comunità collinari Val Rilate e Versa Astigiano, dove è assoluta la preminenza del settore agricolo, e scarsa l'incidenza delle attività di servizi, di manifattura e del commercio.

In posizione intermedia le comunità collinari Val Trivera e Colli Divini: seppure segnate da una considerevole presenza d'aziende agricole, superiore alla media del Nord Astigiano, questi territori registrano una non trascurabile presenza di attività manifatturiere, di costruzioni e del commercio.

I dati relativi alla distribuzione delle U.L. per settore e comune,⁸ evidenziano una diffusa tendenza alla concentrazione delle attività di servizi (ma anche di quelle manifatturiere) nei comuni di dimensioni maggiori. I piccoli comuni, essenzialmente agricoli, sono segnati da una presenza limitatissima di esercizi commerciali e ancor più insignificante di attività di servizi. In questi casi, la diffusa presenza d'imprese agricole non sembra aver agito da catalizzatore verso la creazione d'attività a loro supporto. Il dato, peraltro, appare coerente con quell'immagine di agricoltura "povera" restituita dai testimoni privilegiati contattati con la ricerca. Al di là della dimensione quantitativa del numero d'imprese, questi dati sono da interpretare soprattutto in riferimento alle effettive capacità di sviluppo ed al peso da loro effettivamente esercitato sull'economia locale. A questi approfondimenti, ed ai punti di forza e di debolezza del sistema, sarà dedicato il capitolo successivo.

Un'economia debole, con alcuni ipotesi di sviluppo

Nel compilare un ideale documento d'identità dello stato dell'economia nel Nord Astigiano, dei suoi potenziali *driver* di crescita e dei fattori che inibiscono lo sviluppo, sarebbe necessario adottare uno sguardo in grado di superare la logica analitica "per settori", al fine di cogliere le sinergie inter-settoriali ed i processi in grado d'accogliere apporti plurimi e interconnessi. L'economia *postfordista*, fondata sulla centralità delle risorse di conoscenza e sull'innovazione permanente delle soluzioni operative, è ontologicamente a-settoriale, nutrendosi delle combinazioni e delle interazioni tra *old economy*, reti cognitive e risorse che si sviluppano nel cortocircuito tra ideazione e *marketing*, tra produzione e consumo.

⁸ Cfr. Allegato 2.

E' un'economia per definizione *relazionale*, che mette al lavoro gusti, sentimenti e tendenze, allestendo le "esperienze"⁹ tangibili e immateriali atte a soddisfarli; in questo processo, però, a creare *esperienza*, è lo stesso consumatore. L'abilità del produttore di merci *postfordiste* consiste prioritariamente nel saper cogliere stili e tendenze, per trasformarle in prodotti appropriati e di successo. Qualora si pensasse che tali processi non abitino periferie in difficoltà quali il Nord Astigiano, si dovrebbe riflettere sul peso della componente "esperienziale" e "creativa" nel successo dei sistemi a "turismo diffuso", divenuti veri e propri distretti polifunzionali del benessere, del gusto e dello stile di vita *slow*. Le Langhe, per restare dietro casa, non è solo, e non è tanto, un sistema della produzione agricola e della trasformazione agroalimentare ed enologica, ma un "distretto"¹⁰ ove saperi di tipo cognitivo ed esperienziale (cosa vende in fondo Slow Food, se non modelli, esperienze, *way of life*?) incrociano saperi "tradizionali" rivisitati, agricoli, artigiani, industriali, generando una rete del valore complessa e affatto interpretabile come sommatoria degli apporti di ciascun comparto.

Al fine di mantenere la riflessione nei confini della semplicità espositiva, tuttavia, la disamina dei processi che insistono sul territorio indagato, sarà più agevolmente restituita riferendo punti di forza e di debolezza ai comparti d'attività. Giova sottolineare quanto esposto al fine di esplicitare le potenziali connessioni tra produzioni artigiane tradizionali e artistiche, e la natura *esperienziale* dei processi di sviluppo basati come si è già argomentato su *mix*, combinazioni produttive, contributi differenti.

Senza per questo dimenticare le produzioni industriali di tipo "tradizionale" che come si è appurato, ancorché distribuite su un pulviscolo imprenditoriale privo di reali pivot di sistema che fanno gerarchia sul territorio, segnano in modo visibile l'economia dell'area, l'identità del Nord Astigiano si gioca, secondo la visione

⁹ Gilmore/Pine, *L'economia delle esperienze*, Etas, 2000

¹⁰ Il termine "distretto", è da utilizzare ovviamente in senso *licenzioso*; le caratteristiche del sistema Langa sono differenti da quelle dell'Italia dei distretti manifatturieri, che ha alimentato la corposa letteratura economica e sociologica sulla Terza Italia. Cfr. (A cura di) G. Becattini, *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Il Mulino, Bologna, 1987.

restituitane dagli attori organizzati localmente, sul potenziale competitivo delle produzioni locali che, al centro, vede tuttora il settore agricolo e quanto può ruotare intorno ad esso (servizi innovativi, comunicazione del prodotto, agriturismo, conservazione del territorio, artigianato “tradizionale”, agroindustria, e via di seguito).

Descritti in precedenza i processi di declino e impoverimento delle coltivazioni dell'area, è da rimarcare come tali tendenze sono lungi dall'esser ribaltate. Tra i grandi problemi dell'agricoltura del Nord Astigiano, c'è un sostanziale accordo sull'individuare, accanto alle difficoltà insite nelle caratteristiche del terreno, nell'estrema parcellizzazione delle superfici la vera criticità. Come in passato tale problema ha ostacolato i processi d'ammodernamento del settore, oggi si pone ancora come vincolo principale verso una superiore redditività delle attività agricole, eretto innanzi a potenziali investitori che si trovano nella pratica impossibilità di ottenere aree dalle dimensioni appropriate per la realizzazione di quelle economie di scala che anche le produzioni “di nicchia” richiedono. La frammentazione fondiaria, ad esempio, ha disincentivato alcune importanti possibilità d'investimenti.

Le aziende agricole del nord artigiano sono piccole, piccolissime in molti casi una o due giornate piemontesi, si tratta di una realtà di microimprese. Qualche tempo fa un imprenditore lombardo era interessato a diversificare le proprie attività, e aveva guardato con grande interesse al nord artigiano, per le caratteristiche specifiche di questo territorio, naturalmente era interessato però all'acquisto di un'azienda dai 10 ai 15 ettari in su, non riuscì a trovarla e naturalmente scelse un altro territorio per i suoi investimenti. (F., CRA)

Leggendaria, poi, è la vicenda dell'imprenditore Zonin che, per l'acquisto di un'azienda di non grandi dimensioni, ha dovuto redigere circa sessanta atti di vendita.

Il problema, in definitiva, è lungi dall'essere risolto; non a caso, secondo l'opinione sostenuta dal rappresentante della Cassa di Risparmio di Asti, rappresenta il

principale vincolo posto nella direzione di un pieno dispiegamento delle risorse mobilitabili a sostegno delle vocazioni agricole, vitivinicole e turistiche dell'area.

Il dramma del nord artigiano che sarebbe un territorio naturalmente vocato sia dal punto di vista turistico, che dal punto di vista agricolo, oltre che vinicolo è quello che non si individua una strada per arrivare a degli accorpamenti territoriali, io in un convegno avevo proposto la costituzione di fondi mobiliari chiusi nei quali i proprietari di terreni avrebbero potuto conferire i loro beni godendo di una rendita finanziaria, mentre il fondo avrebbe potuto utilizzare questi terreni dandoli in gestione a chi avesse potuto renderli efficienti e produttivi. (F., CRA)

La forte prevalenza di un'agricoltura familiare priva di reali prospettive è una caratteristica precisa di tutto il settore agricolo artigiano, ma è opinione diffusa, che nella parte meridionale della provincia,

ci si è misurati di più con la dimensione imprenditoriale che non al nord, nel nord infatti brillano pochissime stelle. (F., CRA)

Laddove l'emigrazione e le difficoltà di trasformare in senso industriale le produzioni tipiche e peculiari, come la vite, altrove hanno rappresentato, sul lungo periodo, un punto di forza (preservando i vitigni autoctoni, perseguendo politiche di elevata qualità su piccoli lotti, ecc.), nel Nord Astigiano la coltivazione della vite è stata in parte abbandonata a favore di quella cerealicola, ed i boschi hanno preso il posto di numerose superfici coltivate.

Le difficoltà d'accorpamento delle proprietà e la diffusa (e da tutti enfatizzata) ostilità degli agricoltori verso forme di cooperazione e consorzio, dimezzano le potenzialità di una piena valorizzazione delle produzioni locali e quella, altrettanto importante, di accogliere investimenti in entrata da parte di produttori disposti ad investire in loco.

L'ostilità verso le forme di cooperazione, che può considerarsi quasi genetica nel piccolo agricoltore, trova poi in questo territorio un elemento di razionalità nella memoria del fallimento del Consorzio Viticoltori del Nord Astigiano, negli anni '60, *"che certamente ha contribuito non poco a creare quel clima di sfiducia verso le aggregazioni imprenditoriali"* (C., Confcooperative AT)

BOX 1: IL FALLIMENTO DELLA CONSOCIAZIONE CANTINE SOCIALI ASTI NORD

Nel gennaio del 1958 inizia la “Consociazione Cantine Sociali Asti Nord” sotto forma di consorzio a responsabilità limitata: vi aderirono in un primo tempo le cantine sociali di Piovà Massaia, Celle Enomondo, Ferrere, Settime e Santa Margherita di Costigliole, tutte le società a responsabilità illimitata, rappresentate dai propri presidenti; in un secondo tempo diedero la propria adesione al consorzio altre cinque cantine tra cui quella di Chieri, Cisterna, Valle Tanaro, Covone e, infine, nel 1964 quella di Vinchio – Vaglio Serra.

La funzione primaria del consorzio era raccogliere il vino dalle cantine in modo proporzionale alla compartecipazione e procedere poi all’imbottigliamento in comune dei vini, acquistare macchinari enologici per la conservazione e il mantenimento dei vini, promuovere la conservazione della qualità dei tipi fondamentali dei vini astigiani, compensare reciprocamente le annate di carenza di raccolto tramite trasferimenti di vino o uva, compiere, nei riguardi dello statuto, tutte le operazioni finanziarie, mobiliari e immobiliari, inerenti allo scopo sociale e infine distribuire il prodotto tramite un’unica e capillare rete commerciale in modo da eliminare la reciproca concorrenza, ridurre e ripartire i costi di questa importante, ma onerosa fase del ciclo produttivo.

Ben presto però, allontanandosi dal fine per cui era stata creata, al consociazione divenne una vera impresa a contenuto esclusivamente commerciale. L’acquisto di quantità assai rilevanti di vino dal libero mercato era diventata prassi comune: tale consuetudine, oltre contravvenire allo statuto, era oltremodo dannosa in quanto così facendo si arrivava a far concorrenza al proprio prodotto. (...)

Ci si avventurò inoltre, in operazioni finanziarie di dubbia efficacia tanto da mutare dalle banche somme via via più ingenti giustificate ufficialmente dalla necessità di migliorare ed espandere l’organizzazione, ma molto spesso usate per sostenere politiche diremmo oggi di “immagine” nei confronti dei soci.

Nel settembre del 1961, le banche allarmate da prospetti sempre più caotici e confusi e da una situazione contabile sempre più precaria minacciarono di sospendere i crediti. Proposero, o meglio imposero all’Asti Nord un loro uomo di fiducia come condizione per continuare a finanziare l’ente. (...)

Le indagini e le ricerche compiute sui libri contabili della consociazione rivelarono l’esistenza di una contabilità non ufficiale. Il cosiddetto “libro nero” in cui venivano registrate le vendite compiute senza fattura o i pagamenti di varie spese, quali i conguagli degli stipendi e i versamenti delle percentuali citate.

In seguito ad accurata indagine e chiarita quale fosse effettivamente la condizione patrimoniale del Consorzio, in sede d’elaborazione del bilancio del 1964, veniva prospettata una situazione atta a legittimare le critiche mosse per anni all’impostazione dei bilanci e che mise in evidenza una serie di grossolani errori tra cui: il mancato ammortamento degli impianti, il calcolo in eccesso delle giacenze, il mancato o errato calcolo dei costi di gestione e il conseguente pagamento del vino alle cantine a prezzi superiori al ricavo. Chiari, infatti, che il Consiglio di Amministrazione negli anni precedenti, col sistema di predeterminare il prezzo relativo al vino conferito, invece di rilevarlo, detraeva debitamente i costi dai conti di risulta, aveva erogato somme superiori a quelle che il bilancio di esercizio di anno in anno avrebbe consentito. (...)

L’attività dell’ente volgeva inevitabilmente al termine, minata da un dissesto sempre più grave ed inarrestabile. Così, con un decreto datato 31 maggio 1965, il Ministro del Lavoro, sollevando dalla carica sindaci ed amministratori, nominò un Commissario Governativo che, accertato un passivo di circa 1 miliardo e 200 milioni, decise di bloccare l’attività della consociazione; si susseguirono in modo incalzante proposte e piani di risanamento per salvare e sostenere la consociazione. Nessuno dei piani proposti venne approvato in modo tale che si arrivò alla messa in liquidazione coatta amministrativa dell’Asti Nord e alla conseguente dichiarazione dello stato di insolvenza da parte del Tribunale, sentenza depositata nell’aprile del 1966.

L'ultimo problema legato al potenziale decollo del comparto agricolo è l'assenza di un vero e proprio prodotto trainante che s'identifichi con l'area; una denominazione "forte" immediatamente riconoscibile come peculiare e distintiva, com'è il Moscato e lo stesso Barbera per il Sud, o come sono Barolo, Barbaresco e altre produzioni vinicole meno prestigiose ma di buon livello (Nebbiolo, Dolcetto, ecc.) per le Langhe. Il Barbera d'Asti, in realtà, è una denominazione che insiste in parte anche sul Nord, che può inoltre contare su DOC locali di un certo pregio come Freisa d'Asti e Malvasia di Castelnuovo nell'Alto Astigiano, Ruchè di Castagnole Monferrato, Grignolino e altri meno noti ma in via di riconoscimento come l'Albugnano DOC ed il Piemonte DOC, sempre nel Nord. In alcuni comuni delle Colline Alfieri, e particolarmente a Cisterna d'Asti, inoltre, sono presenti i vini tipici dell'adiacente Roero (Roero, Roero Arnesi). Manca forse un vero e proprio DOC leader, ma la varietà delle produzioni e la crescente attenzione nei confronti delle loro caratteristiche qualitative lasciano supporre che, a fronte di adeguate forme di promozione, i vini locali siano in grado di ritagliarsi nicchie di una certa consistenza.

I vini di produttori del Nord Astigiano premiati nel corso delle rassegne enologiche di maggior prestigio (come la Douja d'Or) sono rari se comparati alle produzioni dei colleghi del Sud, ma iniziano ad esserci, anche su denominazioni non strettamente locali. Oltre tutto, su questi processi incide anche la penuria d'imprese enologiche di un certo peso, se si escludono pochi nomi (Bava Cocconato, F.lli Dezzani sempre a Cocconato, Marchesi Alfieri, F.lli Povero e qualche altro), circostanza che rinvia all'assenza di strategie di sviluppo e di cooperazione degli scorsi decenni. E' da osservare, però, che piccoli segnali di strategie emergenti di segno opposto disseminano l'intero territorio; strategie a raggio locale (produttori associati su scala comunale, botteghe del vino) in molti casi, ma anche un più deciso orientamento alla promozione di denominazioni finora penalizzate dalla scarsa visibilità esterna. E' il caso, ad esempio, della cantina sociale di Castelnuovo Don Bosco, impegnata in un percorso di

progressiva acquisizione di altre strutture e di ricerca di collegamenti con il sistema delle Langhe.

Noi, dal punto di vista della viticoltura abbiamo uno sviluppo che si sta facendo con San Damiano d'Asti perché la cantina sociale di Castelnuovo Don Bosco ha comprato la cantina sociale di San Damiano e adesso sta acquisendo la bottega del vino di Govone quindi ci sarà una filiera di collegamento gettata nelle Langhe da Castelnuovo Don Bosco fino a Govone per quanto riguarda la commercializzazione e la vinificazione dei prodotti vinicoli come freisa, malvasia, barbera e altre attività di collegamento e di valorizzazione del vino. (C.C. Alto Astigiano)

Piccoli segnali, emessi perlopiù da soggetti ancora troppo deboli per potersi misurare con i numeri realizzati a Sud del Tanaro, ma importanti indizi di una ritrovata vitalità e del desiderio di uscire dalle secche di un modello stagnante che forse, almeno sotto il profilo culturale, si trova già dietro le spalle.

Se la minore rilevanza dei DOC e delle IGP del Nord Astigiano rappresenta un parziale ostacolo per i produttori locali, è da osservare come essa non costituisca necessariamente un vincolo per lo sviluppo delle attività turistiche basate sull'attrattività delle risorse enologiche e gastronomiche – non sono certamente confini immaginari e poche decine di chilometri di distanza che possono impedire a imprenditori del ramo di sviluppare le loro attività.

Anche sotto questo profilo, tuttavia, si rilevano ritardi e problemi irrisolti: come segnalato da più parti, l'offerta di servizi turistici, per buona parte delle aree a Nord del Tanaro, è da ritenersi inadeguata, almeno se posta in relazione all'obiettivo di orientare flussi di visitatori di una certa consistenza.

Inadeguatezza rinvenibile, secondo questo punto di vista, in primo luogo nell'insufficienza dell'offerta ricettiva, a partire dagli stessi agriturismi e dai *bed & breakfast*, strutture che dovrebbero rappresentare il vero tessuto dell'ospitalità in un'area che intende caratterizzarsi come destinazione di flussi turistici diffusi e a basso impatto.

Altra grave mancanza che registriamo nel nord astigiano è la carenza di strutture ricettive, si tratta di un grosso problema in quanto gli alberghi sono decisamente insufficienti, ed anche le

strutture ricettive come agrituristi o bad and breakfast sono decisamente piccoli rispetto alle potenzialità di afflusso turistico che comunque abbiamo, infatti capita, talvolta, che arrivano pulman di turisti e bisogna sparpagliarli fra molti agriturismi che non sempre sono vicinissimi fra loro. (C., Confcooperative AT)

L'analisi al dettaglio delle strutture ricettive presenti sul territorio, tuttavia, non autorizza una diagnosi così negativa sullo stato dell'offerta d'accoglienza. Secondo i dati forniti dall'Osservatorio regionale sul turismo (Tab. 5), sono presenti nel Nord Astigiano 91 strutture ricettive (tra alberghi e agriturismi), per un totale di 1056 posti letto, su 228 complessivamente esistenti a livello provinciale (3877 posti letto), dei quali 30 peraltro ubicati nel comune capoluogo.

Tab. 5: strutture ricettive, posti letto e presenze turistiche per Comune (2002)

	Esercizi	Letti	Italiani		Stranieri		Totale		T.M.P.
			arrivi	Pres.	arrivi	Pres.	arrivi	Pres.	
Antignano	2	13							
Celle Enomondo									
Cisterna d'Asti	4	45	265	577	304	1822	569	2399	4,22
Revigliasco d'Asti									
San Damiano d'Asti	7	87	241	1286	335	1079	576	2365	4,11
San Martino Alfieri	2	18							
Tigliole	2	25							
Totale Colline Alfieri	17	188							
Baldichieri d'Asti	1	8							
Cantarana	1	6							
Castellero									
Ferrere	2	8							
Maretto									
Monale									
Roatto									
Villafranca d'Asti	2	19							
Totale Val Traversa	6	41							
Camerano Casasco									
Chiusano d'Asti	2	8							
Cinaglio									
Corsione									
Cortanze	1	22							
Cortazzone	5	47	219	402	71	176	290	578	1,99
Cossombrato									
Frinco									
Montechiaro d'Asti	3	14	85	166	30	30	115	196	1,70
Piea									
Settime	1	6							
Soglio	2	10							
Villa San Secondo	1	5							
Totale Val Rilate	15	112							
Cocconato	4	76	328	659	414	1101	742	1760	2,37
Cunico									
Montiglio Monferrato	4	48	50	52	11	29	61	81	1,33
Piovà Massaia	1	4							

Robella	3	32	136	391	26	67	162	458	2,83
Tonengo									
Viale									
Totale Versa Astigiano	12	160							
Casorzo									
Castagnole Monferrato	3	23	111	148	157	352	268	500	1,87
Grana									
Grazzano Badoglio	3	37	118	146	155	278	273	424	1,55
Moncalvo	4	47	256	320	162	321	418	641	1,53
Montemagno	3	13	29	48	92	163	121	211	1,74
Penango	5	120	1853	9065	3702	13627	5555	22692	4,08
Scurzolengo									
Viarigi	2	14							
Totale Colli Divini	20	254							
Calliano									
Castell'Alfero									
Portacomaro	2	10							
Tonco	1	5							
Totale Valle Versa	3	15							
Cellarengo	1	5							
Dusino San Michele									
San Paolo Solbrito									
Valfenera	1	3							
Villanova d'Asti	5	51	437	1396	153	510	590	1906	3,23
Totale	7	59							
Albugnano	2	17							
Aramengo	1	14							
Berzano di San Pietro									
Buttiglieria d'Asti	1	12							
Capriglio	2	10							
Castelnuovo Don Bosco	2	159							
Cerreto d'Asti									
Moncucco Torinese	1	6							
Montafia									
Moransengo									
Passerano Marmorito									
Pino d'Asti									
Mombello di Torino									
Moriondo Torinese									
Totale Alto Astigiano	9	218							
Refrancore	2	9							
Castel d'Annone									
Totale Nord Astigiano		1056							
Totale Asti*	162	3127	36352	79916	33903	79888	70255	159804	2,27
Totale Asti	228	3877	41806	90196	36880	90163	78686	180359	2,29

(Elaborazione CSAR su fonte Osservatorio Regionale del Turismo)

Questi numeri non sono certo all'altezza di un'offerta ricettiva che ambisce ad ospitare flussi importanti, ed appaiono inferiori a quelli che lo stesso Sud della Provincia è in grado d'esprimere (un numero lievemente maggiore di esercizi in un'area più piccola). D'altra parte gli alberghi e gli agriturismo si costruiscono sulla base della domanda effettiva, e questa ad oggi non pare giustificare dotazioni

d'accoglienza molto superiori. Pochi comuni raggiungono le 1.000 presenze annue (Villanova, Cocconato, Penango, Cisterna e San Damiano), ed ancor più raramente il tempo medio di permanenza raggiunge i tre giorni. Al tempo stesso occorre considerare che il settore è interessato da tendenze di crescita, e che segnali di un certo attivismo degli operatori (sovente minuti, anche in questo caso) sono stati ampiamente raccolti nel corso della rilevazione. Si tratta principalmente d'impresе a conduzione familiare, con basso numero di posti letto, che appaiono però nel complesso assai appropriate ad un modello di turismo (quello che peraltro gli amministratori sono orientati a incentivare) "dolce" e diffuso, che sappia apprezzare i vantaggi della dimensione domestica e non tenda a concentrarsi in gruppi eccessivamente numerosi intorno a poche località.

Meritano una menzione le strutture ricettive presenti sul territorio del nord, si tratta di strutture ricettive, agriturismi, ristoranti, bed and breakfast, a conduzione rigorosamente familiare, e questa è una caratteristica e un punto di forza per questa realtà. (R.M., Provincia di Asti)

Il Nord Astigiano è internamente differenziato, sul piano dell'interesse turistico, tra aree di maggior rilevanza (Colli Divini, il Nord, Colline Alfieri) ed altre meno attrattive. Anche nei piccolissimi centri privi di reali potenzialità, tuttavia, l'arrivo di visitatori ha generato effetti positivi sull'offerta locale di servizi, rivitalizzando alcune attività e mettendo in moto iniziative imprenditoriali piccole, ma capaci in ogni caso di generare ritorni.

*A Castellerо ad esempio non c'è mai stato un bar, adesso abbiamo un circolo, c'è un agriturismo, hanno riaperto la pesca sportiva e quindi funziona anche un po' come bar, diciamo che sono attività che magari sono legate a un artigianato forse più a livello turistico però intanto l'agriturismo che c'è qui a Castellerо, se lei va il venerdì, sabato o domenica trova difficoltà a trovare posto e si va su prenotazione, per cui devo dire che sotto questo aspetto e tra l'altro per cercare di arrivare a queste cose so che hanno preso anche dei contributi della Regione perché si incentiva l'imprenditorialità femminile, danno degli aiuti a chi ha trasformato la vecchia cascina in agriturismo. (****)*

Non è assente, infine, il fenomeno dei turisti stranieri che acquistano immobili, soprattutto cascine, per ristrutturarle e farne sede di villeggiatura; com'è noto, sono stati proprio questi nuovi villeggianti e residenti *part time* i pionieri della

riscoperta della collina del Piemonte a Sud del Po, che hanno poi comunicato ed esteso ad altri visitatori la loro “scoperta”, divenendo un vettore spontaneo di promozione esterna del territorio e delle sue produzioni.

*Stiamo notando che anche qui nelle nostre zone arrivano gli stranieri, io ad esempio sono rimasto stupito, lunedì scorso ero al mercato di San Damiano e sentivo parlare francese, tedesco, quindi vuol dire che la gente si muove, poi anche ultimamente nelle nostre zone c'è parecchi tedeschi che acquistano delle cascine anche di notevoli dimensioni e poi dopo le ristrutturano, magari non loro ma trovano gente del posto che coltiva i terreni che fanno parte di questa cascina. Trovo che stiamo iniziando, cioè non siamo sicuramente ai livelli del sud astigiano, Canelli, Nizza però c'è la tendenza ad andare verso quello che può essere l'imprenditorialità turistica. (*****)*

Certamente i flussi di visitatori mobilitabili verso un'area con un repertorio limitato (in comparazione ad altre regioni del paese) di risorse da valorizzare sul piano ambientale, storico-culturale,¹¹ enogastronomico, non appaiono di rilievo tale da connotare in senso turistico tutto il Nord Astigiano. Essi, ad ogni modo, iniziano a rappresentare una nicchia non irrilevante dell'economia, destinata ad incrementare il proprio peso se adeguatamente sostenuta da oculature politiche di pianificazione territoriale e dal rafforzamento congiunto delle strategie promozionali e dell'offerta di ristorazione e accoglienza.

Ad oggi se la seconda appare, a ben vedere, congrua all'effettivo valore generato dai visitatori, le prime sembrano ancora risentire di un approccio “pro lochistico”, fatto d'iniziative micro, abbastanza scollegate da un contesto d'area vasta.

Ricorrendo a modelli cognitivi in grado di rappresentare le modalità dei flussi di visitatori dell'area, si potrebbe sostenere che il Nord Astigiano, o alcune sue parti, deve compiere definitivamente il salto dal modello dell'*oasi protetta* a quello del *turismo diffuso*. Il modello dell'*oasi protetta* si fonda su “scelte indipendenti di gruppi e individui interessati alla qualità ambientale, alle pratiche sportive e motorie all'aria aperta

¹¹ Relativamente ai musei confrontabili in provincia di Asti si evidenzia una crescita del numero di visitatori per il Museo Arte e Mestieri di un Tempo e per il Museo Missionario Don Bosco (complessivamente +10% rispetto al 2001), mentre rimangono sugli stessi livelli del 2001 le affluenze presso l'Abbazia di Vezzolano. Le visite complessive ai beni in provincia di Asti, comprese anche quelle dei beni oggetto del monitoraggio a partire dal 2002 (Complesso di San Pietro e Museo Civico Sant'Anastasio di Asti) sono state 67.000. (Osservatorio Culturale del Piemonte, *Relazione 2003*, IRES Piemonte)

*ed alle attrattive di contorno (enogastronomiche, ricreative, ecc.), portano alla formazione di una élite guidata da primi esploratori o pionieri, che raccomandano con discrezione e misura ad un ceto di pari le opportunità di soggiorno e loisir consentite dalla qualità del sito".*¹² Alcune zone del Nord Astigiano hanno iniziato ad invertire la tendenza demografica negativa, e sviluppare gli embrioni di un'offerta turistica proprio in seguito al manifestarsi di questa tendenza, che non a caso insiste proprio sulle aree più "abbandonate", dove un paesaggio meno segnato sul piano antropico e caratterizzato da boschi secondari è più adatto ad attirare nuovi residenti e visitatori ed alimentare il flusso delle seconde case. E' questo, ad esempio, il caso di vaste porzioni del "profondo Nord". I limiti di questo modello sono ampiamente noti: la difficoltà a gettare ponti efficaci tra popolazioni locali e neoresidenti, resistenza da parte di questi ultimi nei confronti di processi percepiti come rottura dell'ambiente segregato e rigenerativo scelto per habitat, interazione col territorio eccessivamente colta e improntata a valori mitizzati di tipo *comunitario* (rispetto alle forme d'integrazione sociale) e *wilderness* (rispetto all'interazione uomo/territorio). Nonostante le pretese eterotopiche propugnate da questi strati di neoresidenti e turisti a forte connotazione stanziale, essi rappresentano un valore non trascurabile per siti che parevano avviati ad un futuro di abbandono integrale. I ritorni economici correlati non sono di gran rilievo, ma neanche disprezzabili (soprattutto per le imprese d'edilizia).

Il decollo d'un modello di crescita basato sul mix d'agricoltura, turismo, qualità del territorio, tuttavia, guarda alla possibilità d'implementare strategie capaci d'orientare gli erratici flussi del *turismo diffuso*. A differenza del modello dell'oasi protetta, questa tipologia fonda le proprie *chances*, in assenza d'attrattive che orientino spontaneamente i visitatori (come nell'Italia Centrale), sulla *"qualità dell'offerta ed in particolare all'integrazione nel prodotto turistico di elementi di qualità ambientale, la disponibilità di servizi sportivi e culturali, delle opportunità (agriturismo,*

¹² D. Rei, *Qualità culturali e attrattori turistici in un'area dell'astigiano*, cit.

offerte week end, soggiorni estivi), la mobilità tra centri vicini, la possibilità di arrivare agevolmente ai centri urbani maggiori ed alle loro offerte di rango superiore".¹³

Tale modello, che necessita di servizi di qualità superiore e gioca le proprie possibilità di successo non tanto sul rispetto conservativo dell'ambiente, quanto sull'offerta di consumi, appare sostanzialmente interessare in modo tangenziale il Nord Astigiano. Evoluzioni in questa direzione sono osservabili, forse, solo in talune aree comprese nelle comunità collinari Colli Divini e Colline Alfieri, queste ultime contigue al Roero. Anche in questi casi, però, si tratta di percorsi tendenziali e dagli esiti incerti, più che di realtà dispiegate.

Si tratta naturalmente, in entrambi i casi, di modelli ideali, che prevedono una serie di combinazioni e tipologie intermedie, che è bene però considerare poiché reclamano scelte strategiche, sia in materia di pianificazione territoriale sia in materia di regolazione economica locale, di segno differente e non sempre compatibili. Non si può omettere, ad esempio, che nelle regioni ove modelli di turismo diffuso si sono sostanzianti in forma compiuta, la polarizzazione sulle attività turistiche ha comportato un parziale abbandono d'attività agricole e indotto un certo deterioramento ambientale, legato alla vitale necessità di potenziare l'accessibilità viaria e rafforzare la disponibilità di strutture ricettive a più livelli. Inoltre, è sempre da considerare, in una prospettiva di programmazione delle risorse, l'effettivo impatto di queste attività sull'economia del territorio e sul reddito dei suoi residenti. Ad oggi, nonostante la presenza d'esercizi turistici, secondo il metro qui adottato, sia tutt'altro che insignificante, essa appare inadeguata ad implementare processi di crescita basati sul turismo diffuso: limitatezza di risorse ricettive, livello modesto delle medesime,¹⁴ gamma ridotta di servizi adeguati, generale penuria d'imprenditorialità dedicata. Il Nord Astigiano si presta, oggi, ad accogliere con successo visitatori di pochi giorni o gitanti dei week end; il rischio, in una prospettiva di turismo diffuso, è che i medesimi visitatori esauriscano in pochissimo tempo il repertorio d'esperienze che

¹³ D. Rei, Cit.

¹⁴ D. Rei, Cit.

il sistema è in grado d'offrire. Prosaicamente che, passati due giorni, non ci sia granché da fare.

Preso atto di tali limiti, il connubio tra agricoltura di qualità e valorizzazione turistica dell'ambiente e delle tradizioni locali, rappresenta il solo *asset* di sviluppo realmente esperibile dal territorio nella sua globalità e capace pertanto di svolgere la denominazione comune dei processi costituenti di *governance* e programmazione d'area vasta.

Questi hanno inoltre la possibilità d'insistere su un territorio che può capovolgere la bassa integrazione e l'assenza di una vocazione comune, da vincolo allo sviluppo in risorsa competitiva, poiché può utilizzare la divisione in sub aree dalle caratteristiche differenti. Appare, ad esempio, poco opportuno sacrificare il "profondo Nord" dei boschi e delle pievi romaniche al tentativo d'innescare un circuito del turismo diffuso, che più proficuamente può realizzarsi nelle zone orientali e sud-occidentali già parzialmente interessate dal fenomeno, nel secondo caso "in risalita" dalle Langhe e dal Roero.

Appare chiaro che l'adozione di questo registro, mentre affida un ruolo importante alle produzioni artigiane di tipo tradizionale ed all'industria agroalimentare ed enologica, deve contenere la "logica del capannone" entro i confini che già spontaneamente l'industria si è ritagliata nell'area. Questi appaiono coincidere, essenzialmente, con il Pianalto Astigiano ed i comuni delle Colline Alfieri e Val Trivera più prossimi agli snodi autostradali, ad ovest di Asti, e con gli insediamenti di Portacomaro, Scurzolengo e Castell'Alfero nelle adiacenze nord-orientali del capoluogo.

Non si tratta di perorare un'esclusiva del modello di crescita agro-turistico, e dell'indotto che è in grado di generare, a discapito di produzioni manifatturiere che, nell'economia di un'area di circa 70.000 abitanti, hanno ancor oggi un posto di rilievo, sebbene appaiano con poche eccezioni di scarsa proiezione futura.

L'area, almeno in comparazione alla parte meridionale della Provincia di Asti, si caratterizza per una maggiore rilevanza delle produzioni manifatturiere, anche se

la connotazione di territorio industriale è riferibile esclusivamente al polo di Villanova d'Asti, che in questa prospettiva si può considerare parte del sistema manifatturiero che gravita su Torino.

Industrie connesse a questo polo sono presenti anche sul territorio delle Colline Alfieri e della Val Trivera. Si tratta perlopiù d'impresе dei comparti:

- metalmeccanico, che conta alcune medie imprese come Util Industries e Cor-Tubi a Villanova d'Asti, HCM Stampi a S. Martino Alfieri, New Compel a S. Damiano ed altre di minori dimensioni che insistono sul medesimo territorio;
- chimico, come la R.F.T. (Gruppo SKF) e la Elastogran, entrambe a Villanova, e la Alplast di Tigliole;
- tessile, con alcune realtà importanti a San Damiano (Matelica) e Cisterna d'Asti (Fra Production), aziende che esportano gran parte delle produzioni.

Il secondo polo industriale, in ordine d'importanza, è sito a Nord-Est del capoluogo, e vede anch'esso alcune imprese di medie dimensioni, tra cui le aziende del polo del "motorino elettrico", attive nel comparto metalmeccanico, come la Ceset di Castell'Alfero, di proprietà della Emerson Electric (USA), e altre minori, sempre a Castell'Alfero (costruzione stampi, fresatrici) e Portacomaro. A Est del capoluogo, altri insediamenti di un certo peso si trovano a Castello di Annone, sia del comparto metalmeccanico (componenti per rimorchi ad alta velocità), sia di produzione piastrelle. Anche l'industria dei laterizi ha un importante insediamento a Portacomaro, di proprietà di un gruppo industriale con sede a Pesaro.

Se si eccettuano pochi altri casi, le industrie più significative del Nord Astigiano sono dunque disposte lungo l'asse autostradale della Torino-Piacenza, e s'addensano soprattutto nei pressi degli svincoli di Villanova, Asti Ovest e Asti Est. Si tratta, quasi sempre, d'impresе di proprietà di gruppi esterni all'area, ed il cui indotto locale non ha mai assunto rilievo e dimensione di sistema specialistico

indipendente. Lo stesso polo di Villanova, legato com'è all'andamento dell'industria torinese ed al comparto *automotive*, ha risentito e risente tuttora dell'incerto andamento del settore e del generale assottigliamento del suo insediamento torinese. La consapevolezza delle scarse prospettive di sviluppo collegate a tale, è assai palese nelle riflessioni esposte in ordine a questo punto dagli amministratori dell'area.

qui una volta c'era la fabbrica di Altissimo, Altissimo è quello che faceva i fari e i fanali per la Fiat che a Trofarello aveva un grosso stabilimento e qui aveva costruito uno stabilimento a Monale che poi chiaramente è stato chiuso perché come in tutte le cose chi fa l'indotto collegato alla Fiat un giorno c'è e il giorno dopo.. (Val Triversa)

I benefici legati a questi insediamenti, per il territorio, sono essenzialmente di tipo occupazionale, sia in termini diretti, sia d'impiego e imprenditorialità minuta attiva nella subfornitura locale. Ovviamente rappresentano presenze difficilmente sostituibili, sotto questo profilo.

Al di fuori di questa linea ovest-est, gli insediamenti industriali che raggiungono i cento addetti sono ridotti a pochi casi: un'impresa chimica nell'Alto Astigiano, piccole industrie della lavorazione del gesso a Montiglio, e della calce a Moncalvo (di proprietà di un gruppo industriale veneto), e la Conbipel di Cocconato.

La parziale vocazione "manifatturiera" del Nord Astigiano, complessivamente, si esprime attraverso un tessuto d'operatori minori; quasi tutte le realtà manifatturiere, in sostanza, sono imprese artigiane

Si tratta di piccole, piccolissime aziende in nettissima prevalenza, ve ne sono anche di non tanto piccole con alcuni esempi eclatanti quali la Conbipel, di Cocconato e una presenza agricola che sta assumendo sempre maggiore rilievo, anche perché si tratta sempre più di una presenza che riguarda agricoltura di qualità. Tant'è che i nostri sforzi vanno proprio nella direzione di valorizzare questo settore e le sue notevoli potenzialità, in particolare nel nord ci stiamo muovendo in questa direzione e io credo ci stiamo muovendo nel verso giusto, per costruire delle occasioni di sviluppo in un territorio che ha bisogno di essere risollevato. (P., Confartigianato)

Una riflessione separata andrebbe condotta sull'industria alimentare e vinicola, la cui competitività è di valore strategico nella prospettiva di sviluppo finora

descritta. Anche su questo versante, in generale la provincia di Asti, è segnata dalla preminenza d'impresе di piccole dimensioni, salvo pochi casi (Gancia, Saclà). Si è già detto della penuria di produttori vinicoli di un certo peso nel Nord Astigiano, almeno in comparazione con il Sud della provincia, ubicati perlopiù a Cocconato, Cisterna, San Damiano, Castelnuovo Don Bosco. Quasi tutti i produttori dell'industria alimentare sono di dimensione artigiana. Solo nel settore della macellazione e della lavorazione delle carni suine esistono attività che impiegano oltre 50 addetti.

La disamina generale per settori, dunque, ha fatto emergere alcuni aspetti di valore strategico:

- Un'agricoltura che, a fronte di problemi strutturali derivanti dal precedente abbandono e dalla frammentazione fondiaria, ha ritrovato parte del ruolo centrale nell'economia del territorio.
- Un settore turistico allo stadio embrionale, che sconta l'assenza di una vera vocazione ed un'offerta non ancora in grado d'esprimere standard qualitativi elevati.
- Un comparto manifatturiero disperso in piccolissime unità produttive, con pochi insediamenti di dimensioni almeno medie, tutti dipendenti però da gruppi industriali esterni all'area.
- Un generale deficit d'imprenditorialità autoctona unito ad una finora bassa, ancorché crescente, integrazione tra operatori settoriali, e particolarmente tra agricoltura, turismo, industria alimentare, produzioni manifatturiere legate al territorio (legno e mobili, produzioni in gesso, tessile, ecc.).
- Sopra tutti, e trasversalmente, l'anoressia di un'economia "terziaria" e di servizi capaci di sostenere e fornire valore alle altre attività.

Alcuni vincoli di sistema

La strada intrapresa nel Nord Astigiano dai soggetti organizzati e dagli attori istituzionali, improntata allo sviluppo di un modello con chiare radici nell'economia e nella società locale, e progettata secondo una visione d'area vasta, appare oltre che condivisibile quasi obbligata.

Lo sviluppo del Nord Astigiano, tuttavia, appare ancor oggi solo parzialmente alimentato da processi endogeni: le tendenze determinatesi nel corso degli anni '60 e '70, quando l'area ha subito l'influenza di poli d'attrazione più forti, e l'assenza di prodotti trainanti e imprese capofila in grado di fare gerarchia e configurare ambiti produttivi di territorio indipendenti, comunicano l'impressione di un sistema a trazione esterna, frammentato per sfere d'influenza più che per vocazioni autonome.

La conseguenza è che i diversi sottosistemi che compongono il mosaico del Nord Astigiano, finiscano parzialmente col somigliare a prolungamenti territoriali delle aree limitrofe.

La mia impressione è che la collocazione geografica sia determinante, mentre il sud è stato fortemente influenzato dall'albese, il nord ha subito il richiamo del distretto industriale di Torino, ora ciò fa sì che il paesaggio risulti in effetti più aspro al nord. (D.ssa V., Fondazione CRA)

Ne consegue che l'identità di territorio appare largamente determinata da processi esogeni e finisca per configurarsi prevalentemente come sommatoria d'identità parziali. Ciò costituisce un problema da considerare tale solo se la prospettiva adottata dagli attori locali fosse orientata ad uno sviluppo auto centrato volto ad innescare processi di crescita all'interno di confini amministrativi, che nella realtà sono insignificanti o fondati "in negativo". Il Nord Astigiano non può essere identificato come area che non è né cintura metropolitana, né Langhe e Roero né Basso Monferrato, ma piuttosto come "spazio cerniera" che completa e integra, dotandolo di talune specialità, una regione economica che a Nord-Ovest ha i suoi "confini", mobili e permeabili, con la cintura metropolitana torinese e nell'asse infrastrutturale che connette Torino a Milano, ed a Sud precipita nella *food & wine*

belt del Piemonte Meridionale, andando a costituire un sistema a sua volta adiacente alla riviera ligure ed ai suoi porti. In questa logica d'area vasta il territorio può giocare le sue carte, valorizzando quegli elementi (paesaggio naturale, territorio ancora non congestionato, alcune abilità produttive) che possono integrarsi in un sistema che appare già caratterizzato da buoni indici di competitività.

Da questo punto di vista, i veri vincoli per lo sviluppo ed il “decollo” del Nord Astigiano sono essenzialmente due:

- Le infrastrutture di collegamento e, più in generale, la dotazione di *beni competitivi territoriali*.
- I *deficit* di cultura e interazione cooperativa tra gli attori locali.

Il problema delle **infrastrutture** e della **dotazione di beni competitivi** di tipo collettivo è serio, e non investe solo il Nord Astigiano ma tutta la provincia e, volendo generalizzare, la parte meridionale del Piemonte in genere, anche se nel territorio esaminato assume particolare rilievo.

La provincia di Asti, presenta livelli d'infrastrutturazione sensibilmente inferiori alla media nazionale, ed è relativamente marginale rispetto ai poli in grado d'erogare servizi logistici complessi. L'area appare penalizzata soprattutto sotto il profilo dei collegamenti locali e delle connessioni con i centri più forti – ad es. la comunicazione con Torino, verso la Pianura Padana in direzione Nord-Est, verso Milano e la Lombardia.

Sono necessari investimenti sulle infrastrutture, Torino sarebbe molto più vicina se fosse più facile per i torinesi raggiungere un'area così prossima, le infrastrutture di collegamento con le aree metropolitane più vicine, a partire da Torino sono un elemento su cui lavorare ancora, ma anche sul collegamento interno all'area si deve fare di più. (P., Confartigianato)

Nel capitalismo delle reti e del postfordismo, poi, non può essere omessa anche la marginalità rispetto alle infrastrutture telematiche e la carenza di servizi in ambito ICT dall'altra. Gli operatori del cablaggio e della connettività s'insediano

prioritariamente laddove maggiore è la concentrazione d'attività economiche, e dove un numero maggiore di clienti/utenti è raggiungibile con minori quantità di materiali, di scavi e di costi d'implementazione.

Altre importanti carenze, che coinvolgono in generale l'astigiano, insistono sul sistema dell'alta formazione e della ricerca scientifica e tecnologica, che non ha praticamente insediamenti: uno di questi è la struttura del CNR che ad Albugnana si occupa di ricerca nel settore agricolo.

Il tema del *deficit di cultura cooperativa*, che nel corso dei colloqui/intervista realizzati con gli attori del territorio è ricorso con frequenza, interessa differenti livelli dell'azione organizzata: agire amministrativo (la litigiosità dei campanili, ecc.), imprenditoriale, ecc.

L'argomento è ampio e necessiterebbe di una trattazione autonoma, il cui sviluppo, peraltro, sarebbe solo tangenziale all'oggetto di questa ricerca. Al tempo stesso, occorre considerare che, accanto ai vincoli di tipo geografico, ai problemi infrastrutturali, ed in intimo intreccio con questi, il problema della penuria di processi di coordinamento interistituzionali, di ricerca di vantaggi collettivi da parte degli operatori economici, di giochi collaborativi in genere, si presta a spiegare, almeno in parte, i ritardi del possibile decollo di un modello di sviluppo condiviso capace di fornire identità generale al territorio.

Il problema della scarsa cooperazione tra attori organizzati e tra attori sociali, se si vuole, è un altro modo per denominare il *deficit* nei meccanismi di produzione identitaria: il territorio, a lungo, non ha mai sviluppato processi di rappresentazione unitaria, e non è mai stato percepito dagli attori sociali (se non in tempi relativamente recenti) come un'area interessata da dinamiche comuni rispetto alle quali fare rete e produrre interazione, come "spazio comune".

Permangono, secondo l'opinione di numerosi interlocutori, importanti problemi relativi all'integrazione sociale (i modi attraverso cui gli individui interagiscono e si riconoscono) e all'integrazione sistemica (i modi in cui parti della società – attori

collettivi – interagiscono e si coordinano in modo appropriato e funzionale alla produzione di norme cognitive e processi condivisi).

Se altrove, nel nostro paese, le società locali si sono mostrate in grado di generare autonomamente risorse in grado d'orientare lo sviluppo del territorio, fornendo all'economia forme d'*organizzazione sociale appropriabile* e riproducendo in forma allargata saperi contestuali attraverso processi d'*apprendimento collettivo*, occorre riconoscere che nel Nord Astigiano ciò è avvenuto in minima parte, ed in misura chiaramente inadeguata.

Il più chiaro indicatore di questa situazione è la sostanziale assenza di soggetti di secondo livello, in grado d'operare secondo una logica di sistema anziché di campanile, che ancora mortifica i tentativi di rivitalizzare il tessuto economico in una prospettiva d'area vasta .

Qui ad Asti il gestore di ogni iniziativa agisce in modo autonomo c'è troppa dispersione di risorse. Una società mix pubblico privato che promuovesse una sorta di marchio dell'astigianità che garantisca alcuni parametri qualitativi al turista stanziale dell'astigiano sarebbe una buona soluzione che innescherebbe un circolo virtuoso. Sarà banale, ma in Trentino tutti gli agriturismi hanno un solo marchio riconoscibile anche dalla segnaletica stradale, qui ogni associazione ha il suo logo. (P.B., Palio di Asti)

Più in generale, la scarsa attitudine cooperativa è considerata il vero tratto distintivo dell'imprenditoria locale.

Il dramma del nostro territorio è proprio questo: la scarsa propensione delle imprese a cooperare fra di loro, questo fa sì che esse non diventino degli attori di sviluppo locale, questo anche perché vi è un'idea distorta di che cosa sia la cooperazione, ricordo che negli anni 60-70 nel nord c'era l'esperienza delle cantine sociali, la cosa non funzionò, in quanto alla cantina i contadini portavano le uve di scarto, ritenendo di dover tenere le uva buone per loro, gli amministratori di conseguenza si sentivano legittimati ad arricchirsi con qualunque mezzo anche se questo poteva comportare un danno per i soci, nel sud l'esperimento delle cantine ha avuto più successo e lì si sono consolidate realtà imprenditoriali interessanti. (F., CRA)

Anche su questo tema, tuttavia, sono da registrare importanti segnali di un generale, ancorché lento, mutamento di prospettiva. Lo stesso processo di costituzione del GAL, e le attività di cui si fa promotore, sono un esempio di positiva cooperazione fra soggetti pubblici e privati, dove si stanno sperimentando

(con risultati incoraggianti) modelli di collaborazione finora inediti per questo territorio. Un impulso ulteriore verso la definizione di strategie d'area vasta può provenire dalla ancora recente costituzione delle Comunità Collinari, il cui operato può rappresentare un importante fattore di riduzione della complessità e della turbolenza che scaturiva da un confronto frammentato e disperso tra comuni-polvere sovente impossibilitati ad esprimere reali progettualità di sviluppo.

TERZA PARTE

L'ARTIGIANATO

Caratteristiche generali dell'artigianato

L'immagine di una struttura economica costituita principalmente da imprese minute diffuse sul territorio, è confermata dai dati relativi all'artigianato.

Nel Nord Astigiano sono insediate 2.536 delle 6.634 imprese iscritte all'albo provinciale dell'artigianato, ossia il 38,2% del totale (Tab. 6).

Tab. 6: Imprese artigiane per Comunità Collinare

Comunità collinare	N.° imprese artigiane
COLLINE ALFIERI	454
VALTRIVERSA	318
VAL RILATE	232
VERSA ASTIGIANO	176
COLLI DIVINI	298
VALLE VERSA	229
PIANALTO ASTIGIANO	326
ALTO ASTIGIANO	406
ALTRI COMUNI*	97
TOTALE NORD ASTIGIANO	2.536
TOTALE PROVINCIA DI ASTI	6.634

(Elaborazione CSAR su fonte Infocamere/Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte)

In generale, si tratta d'aziende piccolissime anche rispetto alla stessa media del comparto, poiché impiegano mediamente 1,8 addetti (la media regionale è 2,2).¹⁵ Le imprese artigiane costituiscono il 18% delle attività economiche insediate nel Nord Astigiano (Tab. 7), ma occorre tenere in considerazione che il 63,8% del totale è costituito da imprese agricole, sovente attività economiche più formali che reali.

* Comuni di Refrancore e Castello di Annone.

¹⁵ Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte

Se escludiamo il comparto agricolo, le imprese artigiane rappresentano circa la metà, il 50%, del tessuto produttivo presente nell'area, cifra sufficiente a testimoniare il peso ricoperto nell'economia locale.

Tab. 7: incidenza imprese artigiane sul totale imprese per comunità collinare

COMUNITA' COLLINARE	imprese artigiane / totale imprese
COLLINE ALFIERI	0,26
VALTRIVERSA	0,20
VAL RILATE	0,11
VERSA ASTIGIANO	0,12
COLLI DIVINI	0,15
VALLE VERSA	0,26
PIANALTO ASTIGIANO	0,25
ALTO ASTIGIANO	0,17
ALTRI COMUNI	0,18
NORD ASTIGIANO	0,18
PROVINCIA DI ASTI	0,17

(Elaborazione CSAR su fonte Infocamere/Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte)

La disaggregazione territoriale evidenzia una discontinuità di quest'indice, che ha le punte più alte nelle comunità collinari più "manifatturiere" (Valle Versa, Pianalto Astigiano, Colline Alfieri), e minimo in Val Rilate, nel Versa Astigiano e nei Colli Divini. Un dato coerente con gli indicatori economici finora esposti, e che evidenzia chiaramente l'esistenza di sub aree con specializzazioni differenti nell'ambito più generale della parte Nord della provincia di Asti.

La rappresentazione definitiva di un sistema produttivo imperniato sulle piccolissime attività è offerta dal tasso d'imprenditorialità artigiana (Tab. 8), che nell'area è complessivamente molto più elevato della media provinciale, oltre che regionale. Questo particolare indice ha le punte più elevate nelle comunità collinari Val Trivera (38,89) e nell'Alto Astigiano (37,37).

Tab. 8: tasso d'imprenditorialità artigiana per comunità collinare

Territorio	imprese artigiane ogni 1000 abitanti
COLLINE ALFIERI	33,63
VAL TRIVERSA	38,89
VAL RILATE	35,83
VERSA ASTIGIANO	32,32
COLLI DIVINI	30,18
VALLE VERSA	32,81
PIANALTO ASTIGIANO	34,51
ALTO ASTIGIANO	37,37
ALTRI COMUNI	29,15
NORD ASTIGIANO	34,47
PROVINCIA DI ASTI	31,84
REGIONE PIEMONTE	29,45

(Elaborazione CSAR su fonte Infocamere/Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte)

L'aspetto più rilevante, nell'interpretazione di questo dato, è la sua ambivalenza; da un lato esso esprime una diffusa disponibilità al lavoro autonomo ed all'iniziativa personale, ma dall'altro (ed è l'aspetto che preme sottolineare) pone in risalto soprattutto l'estrema debolezza di questo tessuto di lavoratori in proprio, più che d'imprese in senso stretto. Piccolissime dimensioni, bassa specializzazione produttiva, scarsi livelli di coordinamento, sono le più evidenti prerogative dell'artigianato dell'area la cui rilevanza numerica, più che esprimere una forza dell'impresa diffusa, pone soprattutto in risalto la dispersione delle attività produttive e l'assenza di attori ad oggi realmente strategici, sia di tipo individuale (imprese leader) sia di tipo collettivo (sistemi d'imprese specializzati).

Quest'ultima riflessione è ulteriormente avallata dalla lettura in filigrana della distribuzione delle imprese artigiane del Nord Astigiano per ramo d'attività (Tab. 9). Sotto questo profilo, l'area non si discosta in misura sensibile dalla provincia nel suo insieme, ma sono da sottolineare alcune peculiarità riferibili, nel complesso, a tutto il territorio.

- Il comparto delle costruzioni, da solo, rappresenta quasi la metà delle imprese artigiane del Nord, ed incide in misura ben superiore che nel resto della provincia, dove peraltro è meglio rappresentato rispetto alla media provinciale. Com'è ampiamente noto e documentato, è proprio tra le imprese di questo comparto che è più diffusa la formula dell'azienda costituita dal solo titolare. La larga diffusione d'imprese ascrivibili a tale settore (che include anche impiantisti, idraulici, decoratori, piastrellisti, ecc.) è da collegare, senz'altro, ad un mercato di ristrutturazioni e abitazioni in salute, ma anche (probabilmente) alla scarsità di alternative reperibili sul mercato del lavoro, che potrebbe spingere numerosi soggetti a mettersi in proprio svolgendo attività varie nell'ambito del mercato dell'edilizia.
- Rispetto alla media provinciale, incide maggiormente la presenza d'imprese manifatturiere metalmeccaniche, sono meno rappresentate le aziende del ramo alimentare e di quello tessile, mentre appare invece significativo il peso degli artigiani attivi nella lavorazione del legno e dei mobili. E' questa, forse, l'unica vera competenza distintiva in qualche modo collegabile alla diffusione di mestieri tradizionali.
- Il ramo dei servizi, sia alle imprese sia alle persone, si conferma come l'aspetto problematico, il vero punto debole, del territorio, anche a livello d'imprese artigiane.

Tab. 9: Distribuzione imprese artigiane per ramo d'attività e comunità collinare

	Colli ne Alfieri	Val Triver sa	Val Rilate	Versa	Colli Divini	Valle Versa	Pianalt o	Alto Astig.	Total e Nord	Totale Prov. Asti
Agricoltura, giardinaggio, silvicoltura	0,67	0,94	0,86	2,29	0,68	0,44	1,24	1,72	1,07	1,10
Alimentari e bevande	3,37	5,03	3,88	7,43	4,07	3,51	4,04	4,19	4,23	4,85
Altre manifatture	2,47	2,83	1,72	2,86	2,37	2,63	0,62	0,99	1,97	2,76
Carta-stampa	1,12	0,63	1,29	0,57	1,02	0,88	0,93	2,96	1,27	1,10
Chimica/gomma -plastica	1,12	3,14	0,86	0,57	0,68	0,88	1,24	0,49	1,15	0,77

Commercio/Riparazioni	7,19	7,23	7,33	8,00	7,46	6,14	4,35	7,88	6,89	8,64
Costruzioni	50,11	38,05	51,72	53,14	44,75	41,23	50,93	47,54	46,78	41,71
Industria del legno/Mobili	6,29	3,46	3,45	3,43	4,75	5,70	4,66	7,64	5,17	4,91
Industria metalmeccanica	10,56	15,72	13,79	6,86	15,93	18,86	11,18	10,59	12,72	11,98
Servizi imprese	3,82	1,89	0,86	4,00	1,69	1,75	4,35	2,71	2,71	3,01
Servizi persona	6,74	6,29	5,17	4,00	7,46	6,14	6,52	5,17	6,03	8,80
Tessili, abbigliamento/Pelli e cuoio	0,90	0,63	1,29	1,71	2,37	1,32	0,62	1,23	1,19	1,94
Trasporti	5,62	14,15	7,76	5,14	6,78	10,53	9,32	6,16	8,04	7,84
N.D.	3,60	0,00	0,00	0,57	1,02	0,44	1,24	0,74	0,78	0,57
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Elaborazione CSAR su fonte Infocamere/Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte)

La disaggregazione per comunità collinare, viceversa, fa emergere alcune prerogative territoriali e parziali vocazioni situate in ambiti locali circoscritti. Tra queste si pongono in risalto:

- L'alta diffusione delle imprese metalmeccaniche nella Valle Versa (la comunità più "manifatturiera"), non a caso l'unica sub area ad ospitare un sistema manifatturiero "autoctono" e non "d'importazione".
- La percentuale relativamente elevata d'imprese del ramo alimentare nell'area del Versa, dove è ubicato il polo di Cocconato d'Asti.
- La più elevata concentrazione delle imprese operanti nell'industria del legno e nella produzione di mobili nelle comunità Alto Astigiano, soprattutto, Colline Alfieri e Valle Versa.
- La carenza delle imprese di servizi, particolarmente in Val Triversa, Val Rilate, Colli Divini (tutte comunità agricole) e Valle Versa.

- Tra i fenomeni più “di nicchia”, si segnala la non trascurabile presenza d’imprese di giardinaggio e silvicoltura nelle due comunità del “profondo Nord”, Alto Astigiano e Versa Astigiano.

Lo sguardo d’insieme, in particolare, mette in luce l’assenza di un comparto produttivo egemone e in grado di connotarsi come “sistema d’imprese”. E’ anche questo dato a spiegare l’anomalo peso ricoperto da un settore “generico” e trasversale come l’edilizia minuta; laddove (Valle Versa, ad esempio), piccole vocazioni di territorio sono presenti, l’incidenza sul totale da parte delle aziende di costruzioni decresce sensibilmente.

L'artigianato tradizionale

E' conseguente a quanto suesposto, l'assenza cioè di una *specialità* produttiva dell'area, la dimensione "di nicchia" delle imprese artigiane che a vario titolo si possono definire "artistiche" e "tradizionali". Riallacciandosi alla distinzione operata in sede introduttiva tra produzioni artistiche e *tradizionali*, e focalizzando l'attenzione su queste ultime, occorre da subito chiarire come, se si eccettuano alcune attività d'interesse molto "locale" e di rilevanza circoscritta, non esistano nel Nord Astigiano tradizioni produttive distintive. Se con il termine *tradizionale* s'intende fare riferimento ad una tradizione peculiare della zona, appare corretto sostenere che questa non esista.

I "mestieri tradizionali" del Nord Astigiano sono in realtà gli stessi di tutte le regioni ad economia rurale: o erano attività correlate all'agricoltura e di servizio al lavoro sui campi, o erano mestieri "di comunità", intesi come servizi della vita quotidiana, e quindi sarti, panettieri, ciabattini, ecc.

Non mi risulta che esista alcuna vocazione ad attività artigiane che non siano strettamente connesse all'attività rurale e contadina, direi che al di fuori di quest'ambito di attività economiche per quanto risulti a me non ci sono vocazioni artigiane. (S.C., GAL)

Tra le figure artigiane che più significativamente erano legate al lavoro agricolo è da ricordare il *carradore*, un artigiano che sapeva lavorare sia il legno sia il ferro; nel Monferrato, esistevano pochi fabbri e falegnami, se non per alcune lavorazioni specifiche, la stragrande maggioranza dei lavori per i contadini era realizzata da questa figura mista, di grande rilevanza nella vita rurale di questi luoghi.

Escludendo quindi le attività dell'artigianato della vita quotidiana, il sarto, il panettiere, l'unica attività collocabile nell'eccellenza, la nobiltà artigiana rimaneva quella del carradore. (S.C., GAL)

Gran parte degli artigiani "di servizio" al lavoro agricolo ed alla vita quotidiana oggi non esistono più. Nel corso della rilevazione è emerso un repertorio assai ampio di attività che hanno sovente resistito fino a pochi decenni addietro, poi

inesorabilmente superate dall'evoluzione delle tecnologie applicate alla produzione agricola i primi, dal trasferimento dei modelli di consumo i secondi. Citarli tutti sarebbe di scarso interesse, poiché si tratta di attività che erano presenti in tutte le comunità agricole, nonché in tutti i piccoli centri urbani. Come altrove, nel Nord Astigiano c'erano *sellai*, *fabbri* che lavoravano il ferro battuto, *ebanisti* e *falegnami*, *maniscalchi*, *bottai*, e poi *lattonieri*, *calzolai*, *ciabattini*, *maglieristi* e *tessitori*, *materassai*, *arrotini*, *sarti*, *barbieri*, *stampatori*, e via di seguito.

Gran parte di queste attività sono estinte o in via d'estinzione, come si è potuto appurare indagando il territorio. Fanno eccezione talune produzioni che, innovate sotto il profilo dei processi produttivi e degli assetti manageriali, hanno saputo rilanciarsi non limitandosi più a servire la comunità locale, ma divenendo *leader* di nicchia. E' il caso, per esemplificare, dei noti mastri bottai Gamba di Castell'Alfero. Esistono inoltre numerosi falegnami e restauratori lignei, fabbri e sarti che resistono, cercando d'innovare tecniche e modalità d'approccio al mercato, seppure nella continuità dei saperi operativi. Si tratta perlopiù di isolati casi aziendali, che tuttavia esistono e sono senz'altro interni alla riflessione sull'artigianato tradizionale.

Anche altre produzioni che, al contrario, si potevano ritenere peculiari dell'area, sono scomparse. Di particolare rilievo sono i casi della *lavorazione del gesso* e della *lavorazione della canapa*, entrambe diffuse fino a qualche tempo addietro in alcune aree dell'Alto Astigiano e del Versa Astigiano. Si tratta di zone assai ricche di gesso:

Nell'area fra Moncucco, Berzano, Castelnuovo Don Bosco, lungo la valle del Rio Traversola c'erano almeno una decina di cavatori e di trasformatori dell'uso del gesso, dalla cava alla formazione di queste gessate che poi venivano portate soprattutto nelle città in modo particolare a Torino per la realizzazione di edifici residenziali. La lavorazione del gesso, oggi, è scomparsa completamente. Era una delle caratteristiche della zona ed era veramente in quegli anni lì, dal 700 fino a tutto l'800 fino ai primi anni ancora del 900 un'attività che dava lavoro a diverse unità di persone e che aveva anche una redditività particolarmente significativa per il territorio. (C.C. Alto Astigiano)

Restano nella zona, e particolarmente nel Versa Astigiano, alcune cave che alimentano anche alcune industrie, ma l'artigianato di trasformazione del gesso si può, ad oggi, considerare pressoché estinto.

Altrettanto "tipica", nella stessa zona, era l'attività artigianale legata al tessile.

La regione Codana era conosciuta da tutti i paesi circostanti per i suoi grandiosi bui, vaste distese piene di stagni e acquitrini ricoperti di piante palustri dove portavano la canapa a macerare da ogni parte del Monferrato; erano bui malsani e maleodoranti, che poi diventarono il lago di Codana. (Versa Astigiano)

La lavorazione della canapa è scomparsa dal territorio, mentre resistono altre attività tessili, nell'Alto Astigiano, come le passamanerie, collegabili all'adiacenza col polo tessile, anch'esso oggi in crisi, di Chieri.

Altre produzioni tradizionali, viceversa, hanno mantenuto quote di mercato e rappresentano tuttora, su scala ovviamente ridotta, importanti fonti di reddito e d'impresa per i territori che le ospitano. Tra queste, nella stessa zona (Castelnuovo Don Bosco e dintorni), è da ricordare la *realizzazione di mobili in vimini e in bambù*, che risale a inizio secolo, e che ha visto una forte espansione nel periodo tra il 1920 ed il 1940. Esistono ancora alcune imprese che eccellono in questo campo, senz'altro da includere tra le poche produzioni "peculiari" da sostenere nel loro percorso di riposizionamento.

La riscoperta delle tradizioni artigiane legate al mondo rurale ha favorito, nel corso degli ultimi anni o decenni, un interessante lavoro di documentazione e tutela di tecniche e abilità chiaramente a rischio di definitiva estinzione. Sul territorio, occorre fornire a ciò giusto risalto, operano numerosi gruppi e associazioni che, sovente col sostegno dei sindaci e delle amministrazioni locali, fondano piccoli musei, scuole e botteghe che, talvolta hanno il merito di rimettere in circolo saperi che a loro volta informano tentativi di nuova imprenditoria, giocati su un versante d'artigianato d'arte.

Si parla di strutture come il Museo delle contadinerie (Andezeno), la scuola di scultura e restauro di Aramengo, museo della vita contadina e museo etnologico missionario a Castelnuovo D.B., l'Associazione Terre e Boschi, Gente e Memorie,

attiva nello stesso territorio per la tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale, il museo del gesso a Moncucco, quello del legno e falegnameria di Pino d'Asti, la scuola d'intarsio e scultura del legno a Valfenera, il museo del sellaio a Tigliole, e molti altri.

Sul piano dell'interesse museale, naturalmente, la struttura più significativa è il "Museo Arti e Mestieri di un tempo", ubicato a Cisterna d'Asti, e che accoglie annualmente oltre 30.000 visitatori.

Naturalmente, l'insieme delle attività di recupero svolta dai piccoli musei, dalle scuole e da altre forme d'attività a cavallo tra hobby e auto reddito, ha un valore ed un'importanza soprattutto di tipo culturale, prima che economica.

Esistono, viceversa, segmenti d'economia o attività d'impresa anche piccole che, se adeguatamente sostenute, possono apportare più importanti contributi "di sistema", in quella prospettiva di *"invenzione della tradizione"* cui si faceva riferimento in sede introduttiva?

Gli ambiti d'attività su cui puntare, in questo senso, appaiono essenzialmente quattro:

- **Artigianato d'arte (anche legato alla tutela e valorizzazione del patrimonio storico-culturale)**

E' opinione diffusa che non esistano nel Nord Astigiano, se s'eccettuano taluni casi di reale eccellenza (tra cui il più citato è il noto laboratorio di restauro delle opere d'arte della famiglia Nicola, ad Aramengo), presenze d'artigianato artistico degne di menzione.

Le imprese artigiane ubicate nel Nord della provincia ad aver ottenuto il riconoscimento dell'eccellenza artigiana sono complessivamente 11, su 44 a livello provinciale.

Tab. 10: Imprese che hanno conseguito il marchio "Eccellenza artigiana" in Piemonte.

	AL	BI	CN	NO	TO	VB	VC	AT	Totale	di cui Nord AT
Ceramiche	3	1	12	7	11	5			39	
Legno	26	13	201	24	132	75	12	23	506	11
Oro	171	2	7	9	23	4			216	
Restauro	20	8	69	25	56	7	6	8	199	4
Stampa	7	1	8	5	16	2	3	2	44	
Strumenti	4	1	4	5	8	4	6		32	
Tessile	13	7	16	29	49	6	5	9	134	1
Vetro	5	1	13	4	29	4	2	2	60	
Totale	249	34	330	108	324	107	34	44	1230	16

(Elaborazione CSAR su dati Regione Piemonte – Direzione Artigianato)

Queste imprese sono concentrate quasi tutte nelle attività di falegnameria e lavorazione del legno, ed in quelle di restauro. Intorno a questi casi, presenti sul territorio per una combinazione di eventi o circostanze, possono tuttavia svilupparsi delle scuole professionali in grado di riprodurre e trasferire tali abilità, e farne un elemento distintivo dell'area.

esistono attività di artigianato artistico rilevante, vorrei ricordare che ad Aramengo ha sede uno dei migliori restauratori del mondo, così come la zona della certosa di Valvanera ha addirittura una scuola di formazione professionale con quindici allievi. Lì non solo si è creata un importante laboratorio di arazzeria, ma addirittura si fa formazione sull'artigianato artistico. (R.M., Provincia di Asti)

Le attività più interessanti, da questo punto di vista, oltre alle citate eccellenze costituite dalla produzione di arazzi artistici e dal restauro d'opere artistiche, sono più in generale la realizzazione d'insegne e decorazioni, alcune falegnamerie e laboratori di restauro ligneo, e la realizzazione dei mobili in vimini e giunco dell'Alto Astigiano.

Occorre sottolineare che lo sviluppo in loco di professionalità specializzate nel recupero e restauro di beni architettonici e oggetti d'arte, può ricoprire un importante funzione di "servizio" alla valorizzazione del patrimonio storico della zona, in cui sono presenti siti di grande interesse, a partire dall'Abbazia di Vezzolano.

La presenza di centri formativi quali l'istituto d'arte di Asti, in questo senso, rappresenta un punto di forza, nella prospettiva di far crescere e radicare sul territorio un circuito di professionisti del restauro e della tutela dei beni storici.

A questo proposito abbiamo già fatto dei progetti legati sia allo studio e al restauro di facciate storiche della città e sia lo studio di palazzi, di monumenti, di beni culturali che hanno bisogno di un intervento di restauro o comunque hanno bisogno di essere conosciuti dagli studenti stessi. In anni precedenti abbiamo anche realizzato di pomeriggio uno stage di un certo numero di ore presso l'Archivio storico della città per approfondire la conoscenza del restauro cartaceo.
(B., Istituto d'arte)

▪ **Settore edile, in chiave di attività di servizio alla tutela dell'ambiente umano**

Il secondo ambito d'attività da valorizzare investe il settore dell'edilizia, inteso in chiave combinatoria di saperi e professioni che cooperano nelle attività di ristrutturazione e abbellimento degli edifici. E' questa, senz'altro, un'area di attività a valenza strategica per una riconfigurazione del territorio coerente con l'obiettivo di sviluppare flussi turistici e nuova residenzialità. In questa prospettiva, numerosi interlocutori hanno segnalato la penuria di artigiani realmente in grado di realizzare lavorazioni sul legno, sul ferro, e sugli stessi edifici.

Un settore di grande rilievo è l'edilizia, devo dire su questo che pensando anche alla mia personale esperienza di utente vedo una grande potenzialità di sviluppo per ottenere dei lavori di qualità bisogna aspettare moltissimo, gli artigiani che operano in questo settore sono pochi, il legno, la lavorazione del ferro, tutte le professioni legate all'edilizia penso abbiano un fertile terreno in cui svilupparsi.

Si tratta, di conseguenza, di un campo d'attività in sicura espansione, sul quale compiere investimenti importanti. L'area possiede un patrimonio architettonico di un certo rilievo, come si è detto, anche quando non si tratta di vero e proprio patrimonio artistico: si è comunque nell'ambito dell'architettura tradizionale e caratteristica, sulla quale è necessario intervenire con competenza. Cascine, edifici storici, abitazioni rurali, se opportunamente recuperate, possono contribuire ad

accrescere il valore del territorio nel suo complesso, non in chiave strettamente immobiliare, ma di qualificazione generale del paesaggio.

Io sono fiducioso e lo sforzo della nostra confederazione va nella direzione sin qui enunciata. Il settore edile d'altra parte rappresenta un elemento di grande interesse rispetto alle potenzialità di sviluppo dell'area e questo perché vi operano una varietà di professionalità che è importantissimo recuperare. Penso al muratore specializzato, al fabbro che lavora il ferro, al falegname si tratta di una pluralità di mestieri che se valorizzati rappresentano una risorsa fondamentale. (P., Confartigianato)

Collegata a questa linea d'azione, è la possibilità di rilanciare produzioni e mestieri che precedentemente erano tipici dell'area, come la lavorazione di materiali quali il gesso per i manufatti, o altri materiali utilizzati nella costruzione di case che necessiterebbero di interventi specifici.

La lavorazione del gesso potrebbe essere ripresa e potrebbe soprattutto essere ripresa anche l'edilizia, la costruzione di case in un certo modo e ce n'è bisogno perché bisogna recuperare i vecchi edifici rurali, ci vuole qualcuno che sappia intervenire su questi edifici e potrebbe essere il gesso collegato alla ristrutturazione e al recupero di questi edifici; abbiamo fatto concorsi di questo genere è stato molto seguito lo scorso anno, l'abbiamo fatto come Comunità Collinare, come recuperare la casa della collina astigiana, che generi di interventi fare, sia dal punto di vista del legno, dei mattoni, dei comignoli, dei serramenti, tutte cose che riguardano proprio l'artigianato. Si tratta di creare questa filiera del recupero, del recupero del restauro e della valorizzazione. (Alto Astigiano)

La ristrutturazione degli immobili in chiave "neo-tradizionale", inoltre, può generare un indotto di mestieri forse "non tipici" dell'area, ma che possono acquisire rilievo nella prospettiva indicata. Alcuni dei testimoni contattati, ad esempio, vedono potenzialità nella produzione di arredi per il giardino o nell'architettura per esterni. In quest'ottica occorre considerare anche gli apporti che possono provenire da imprese artigiane attive nella cura del verde, nel giardinaggio, nella silvicoltura.

- **Comparto agroalimentare**

L'altra attività di rilievo strategico, su cui puntare decisamente per l'implementazione del modello di sviluppo fondato sulla valorizzazione del territorio, è l'artigianato attivo nelle produzioni alimentari. Come si può notare (Tab. 11), le attività più sviluppate, in questo senso, sono i prodotti a base di carne (salumi, prosciutto) e panifici, pasticcerie, forni.

Tab. 11: imprese artigiane del comparto agroalimentare per comunità collinare

	Colline Alfieri	Val Trivera	Val Rilate	Versa	Colli Divini	Valle Versa	Pianalto	Alto Astig.	Totale Nord Astig.	Totale Prov. Asti
produzione e lavorazione prodotti a base di carne	1	4	0	5	5	0	2	3	20	29
industria lattiero casearia	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
fabbricazione gelati	2	2	1	0	0	1	1	0	7	20
pane, pasticceria e biscotti	9	7	6	4	6	6	7	10	55	192
cacao, caramelle e cioccolato	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Fabbricazione paste alimentari	2	0	0	0	0	0	0	0	2	20
Vini e bevande	0	0	1	0	1	0	0	1	3	15

(Elaborazione CSAR su fonte Infocamere/Osservatorio Regionale dell'Artigianato Regione Piemonte)

Anche da questo punto di vista, il Nord Astigiano manca di un prodotto-vetrina, un'icona alimentare che svolga funzioni di traino, sebbene taluni, tra gli intervistati, individuino nel prosciutto di Cocconato il prodotto che in prospettiva può occupare questo spazio.

*Cocconato produce un ottimo **prosciutto**, assai rinomato, che non ha nulla da invidiare a quello più famoso di S.Daniele, anzi qualcuno dice che le caratteristiche climatiche di Cocconato lo rendano ancora più dolce.* (R.M., Provincia di Asti)

A fronte dell'assenza di un prodotto forte, il Nord Astigiano può vantare una diffusa tradizione di produzioni d'interesse locale che, nell'insieme, può

rappresentare un piccolo sistema dove qualità e tipicità s'incontrano. In ordine sparso, e senza pretesa di completezza, si possono citare prodotti come:

- il pane di Montemagno e di altre località;
- i salumifici e produttori di prosciutto (non solo a Cocconato, ma un po' in tutto il territorio);
- alcuni dolci locali, come le torte di nocciola, i canestrelli di Cinaglio, i torcetti fatti a mano;
- altre specialità locali, come le confetture (Valfenera), il miele e altri prodotti dell'apicoltura, le mostarde d'uva;
- alcune distillerie (Montemagno – la grappa di Ruchè -, Cunico, Castelnuovo D.B.)

▪ **Sostegno a nicchie d'attività tradizionali ancora presenti**

Altre attività comprendibili nel più generale contenitore dell'artigianato tradizionale sono presenti sul territorio. A differenza degli ambiti succitati, gran parte di esse hanno interesse locale, e non presentano connessioni tali da poter loro attribuire valore di "sistemi" produttivi localizzati di valenza più generale. Rappresentato, tuttavia, mestieri ampiamente presenti nella tradizione locale, organizzati in imprese che hanno saputo ridefinire la propria formula imprenditoriale, mettendo le abilità ereditate dalla tradizione al servizio di strategie di mercato più innovative e capaci di travalicare i confini territoriali. Rientrano tra queste attività:

- la produzione di botti in legno, che ha nell'impresa Gamba di Castell'Alfero il principale esponente;
- la produzione di mobili in vimini e bambù dell'Alto Astigiano;
- la lavorazione del ferro battuto, che presenta alcuni casi d'eccellenza;
- la realizzazione di mobili e arredi in legno, col ricorso a tecniche tradizionali, ancorché non artistiche.

Gli ambiti segnalati, sebbene non esauriscano il repertorio delle produzioni artigiane di tipo tradizionale dell'area e sovente (è il caso delle lavorazioni edili) facciano riferimento ad abilità e professionalità tutte da ricreare o da creare *ex novo*, appaiono come i più appropriati e spendibili in una strategia di "reinvenzione della tradizione" che supporti un modello di sviluppo "dolce" incentrato sulle risorse del territorio. Allo studio di alcuni casi aziendali presenti sul territorio sono dedicate le riflessioni contenute nel capitolo seguente.

I casi aziendali

1) Le caratteristiche degli imprenditori

Gli artigiani impegnati in attività cosiddette tradizionali presentano alcuni tratti peculiari che, mediamente, tendono a distinguerli dalla maggior parte dei piccoli imprenditori operanti in altri comparti economici. Più precisamente, confrontando le interviste effettuate nel corso di questa ricerca con le risultanze di numerosi altri studi precedentemente condotti sulle aziende appartenenti all'universo artigiano, emerge come, generalmente, i titolari di botteghe attive in settori "tradizionali" risultino gratificati ed appagati dal proprio lavoro in misura sensibilmente superiore a quanto riscontrabile tra gli imprenditori impegnati in altri mercati e produzioni.

Alcune caratteristiche proprie dei beni prodotti e del mercato in cui operano sembrano essere in grado di spiegare, in gran parte, i motivi all'origine di tale atteggiamento verso il proprio mestiere.

In primo luogo, la maggior parte degli artigiani oggetto di indagine risulta impegnato nella produzione di oggetti di elevata qualità e, spesso, di "pezzi unici" o, alternativamente, è attivo nel settore del restauro di oggetti antichi ed artistici, tutte attività che, frequentemente, nascono dalla volontà di trasformare una passione personale in un lavoro. Spesso, quindi, l'artigiano percepisce se stesso quasi come un artista, ama i propri prodotti, in qualche misura, si identifica con essi. Di conseguenza, il lavoro non è vissuto semplicemente come una fonte di reddito ma anche come un'attività attraverso la quale dimostrare le proprie capacità, professionalità e talenti. Probabilmente, non è un caso che gli unici imprenditori interpellati durante questa ricerca che non si dichiarino soddisfatti del lavoro che svolgono siano quelli operanti in settori, come la manutenzione di macchine agricole, che meno hanno a che fare con l'artigianato artistico o, altrimenti, quelli impegnati in produzioni di minore qualità.

In secondo luogo, gli artigiani impegnati in settori “tradizionali”, nella quasi totalità dei casi, producono direttamente per il consumatore finale e hanno il controllo pressoché totale di tutte le fasi della lavorazione del prodotto, che da materia grezza viene da loro trasformata in prodotto finito. In sostanza, nessuno di essi risulta agire da sub-fornitore, situazione che si traduce nell’assenza di fenomeni di “alienazione” del lavoro; al contrario di quanto spesso riscontrato in altri comparti produttivi, come, ad esempio, in quello dell’indotto automobilistico, in cui, frequentemente, il piccolo imprenditore artigiano non conosce con precisione né la funzione né la destinazione finale del bene da lui costruito o lavorato. Inoltre, l’imprenditore che opera nella sub-fornitura ha generalmente scarsi ambiti di autonomia dai propri committenti, circostanza che, spesso, rende il suo status professionale quasi assimilabile a quello dei lavoratori dipendenti. Non a caso, quasi tutti gli intervistati nel corso della ricerca affermano di preferire lavorare con clienti privati e, difficilmente, intendono dedicarsi a produzioni di serie per conto di imprese di maggiori dimensioni; sia perché ciò si tradurrebbe in una riduzione dei margini di profitto, sia perché questo comporterebbe la perdita del totale controllo sul processo di produzione e di commercializzazione del prodotto.

A me piace il contatto con il cliente... Lavorare con privati dà una soddisfazione morale al lavoro, c’è chi ti dice “bravo” e c’è chi ti manda a “stendere”. Con le imprese, al contrario, fai un lavoro anonimo, arrivi lì, metti il tuo serramento, vieni via e finito il discorso. Invece, io sono uno a cui piace parlare, piace interessarsi, i rapporti sociali a me piacciono tantissimo. Mentre quando fai lavori per conto terzi, loro vengono qui, prendono il serramento ed io non so se va a Milano, a Roma o ad Asti... non so, sono geloso del mio prodotto. Ho fatto un lavoro per conto terzi e successivamente sono andato a vedere come erano stati posati i miei serramenti, mi è venuta voglia di prenderli e metterglieli in testa... Inoltre, per servire le imprese bisogna dimensionarsi in un altro modo, certe lavorazioni non puoi più farle tu. Devi farle fare, per cui i margini sono

decisamente ridotti, se lavori per le imprese lavori decisamente con altri prezzi, è come lavorare per un rivenditore, i tempi diventano lunghi, sia quelli di esecuzione e di posa che quelli di incasso.

1.1) Differenze generazionali

Dalla ricostruzione delle biografie personali e professionali degli artigiani intervistati nel corso di questa ricerca emergono alcune indicazioni in parte inaspettate e che mostrano come, anche in un settore economico impegnato in produzioni definibili come “tradizionali” (la produzione di dolci, la costruzione di mobili ed infissi, il restauro di mobili, di libri o di oggetti antichi, la lavorazione del cuoio, del vetro o della cera, ecc.), si siano verificati dei radicali cambiamenti e delle significative evoluzioni.

Simili sviluppi, non hanno semplicemente riguardato il prodotto, i sistemi di produzione e le tecnologie utilizzate ma, innanzitutto, hanno coinvolto numerosi altri aspetti, come, ad esempio:

- le motivazioni all’origine della scelta di dedicarsi ad una particolare attività;
- i “luoghi di incubazione” dell’impresa;
- i percorsi e le modalità attraverso le quali gli imprenditori artigiani apprendono “il mestiere”.

In particolare, comparando le biografie professionali dei nuovi artigiani con quelle dei “vecchi del mestiere”, emerge con chiarezza come le “nuove leve” presentino caratteristiche personali e psicologiche spesso significativamente differenti rispetto a quelle tipiche delle generazioni precedenti.

Una delle principali differenze tra vecchi e nuovi artigiani attivi in produzioni definibili come “tradizionali” è quella riguardante il percorso che ha condotto alla costituzione dell’azienda. Infatti, mentre nella maggior parte dei casi, gli artigiani più anziani sono subentrati alla guida di un’impresa preesistente (succedendo al padre o al “maestro”), la totalità dei giovani imprenditori intervistati, circa un

terzo del totale del campione, risulta essere l'ideatore ed il fondatore della bottega stessa. Tuttavia, va segnalato come anche tra gli artigiani più anziani si registrino alcuni casi di imprese costituite ex-novo, in particolare, ciò è vero quando si tratta di aziende operanti in quelle produzioni in cui l'artigianato più confina con l'arte, ovvero attività frequentemente intraprese non solo per puro e semplice interesse economico, ma anche, se non soprattutto, per passione.

In sostanza, dai racconti raccolti, emerge come, rispetto a quanto avveniva generalmente in passato, la decisione di impegnarsi in una particolare attività, non risulti essere una scelta obbligata o, quantomeno, in gran parte predeterminata da motivi familiari o ambientali, bensì sia il frutto di una decisione cosciente, libera e volontaria, derivante dal desiderio di trasformare un hobby, spesso coltivato sin dai tempi dell'infanzia, nel proprio lavoro.

L'azienda nasce dalla mia esigenza personale di uscire da quella che era la mia vita. Il mio lavoro era tutt'altro, lavoravo in ufficio. Mi è sempre piaciuto il mondo dell'arte, dipingevo sulla terracotta, sulla ceramica, lavoravo un po' il vetro; inizialmente era solo una passione, poi, ad un certo punto, ho deciso di buttarmi a capofitto in questo lavoro. Ho fatto corsi, ho lavorato con un artigiano, ho fatto gavetta. Infine, nel 2000, ho aperto l'attività.

In sostanza, la passione personale per un mestiere, del tutto estraneo alle tradizioni della propria famiglia e, spesso, anche a quelle tipiche del territorio in cui si vive, è il movente che ha spinto tutti i giovani artigiani intervistati ad impegnarsi nella costituzione dell'azienda. Paradossalmente, la perpetuazione di alcuni dei mestieri più antichi appare assicurata dall'attività di soggetti che scoprono, scelgono e fanno propria una "tradizione" altrui, a volte, addirittura, riscoprono tradizioni produttive quasi completamente estinte. Ad esempio, è il caso di una giovane artigiana da poco trasferitasi nella provincia di Asti che, dopo aver frequentato un corso di restauro presso il Serming di Torino, ha deciso di aprire un proprio laboratorio per la produzione di insegne artistiche realizzate

seguendo metodi e tecniche tradizionali, lavorazioni che, a quanto pare, erano ormai praticamente scomparse e che apparivano destinate ad essere dimenticate.

La Ditta nasce dalla volontà di recuperare e riproporre le insegne lavorate con metodo tradizionale, esattamente come venivano prodotte almeno cento anni fa dalla famiglia del mio maestro al Serming (ultimo titolare della qualifica di “pittore letterista”, categoria ormai scomparsa dagli elenchi), la cui bottega (che si trovava a Torino), ha chiuso nel 1997, dopo cento anni di attività, poiché, in quel momento, vi era stato un forte calo della domanda dovuto all’introduzione di altre tipologie di insegne. Adesso, per fortuna, si sta registrando un rinnovato interesse verso la produzione di insegne costruite seguendo tecniche e metodi tradizionali, soprattutto nel quadro dei progetti di riqualificazione dei centri storici.

Oltre che estranee alle tradizioni della propria famiglia, le attività intraprese da tutti i giovani artigiani intervistati non appaiono in alcun modo derivare da quelle che erano le produzioni caratteristiche dell’area del Basso Monferrato astigiano. In sostanza, le nuove botteghe operano sì in settori produttivi tradizionali, ma spesso tipici, o perlomeno più caratteristici, di altre aree territoriali. Addirittura, sebbene si tratti di un esempio “limite”, si è registrato il caso di un imprenditore, titolare di una ditta dedita alla lavorazione del cuoio, che produce oggetti (cinture, stivali, portafogli, bisacce) in stile western, seguendo tecniche di lavorazione apprese da vecchi artigiani nord-americani e che, frequentemente, utilizza anche pellami (come, ad esempio, pelli di alce) o altre materie prime direttamente importati dagli Stati Uniti, ovvero materiali completamente estranei alle tradizioni produttive non solo Basso Monferrato astigiano, ma anche dell’Italia e dell’Europa tutta. In sostanza, la lavorazione e l’estetica del prodotto sono effettivamente antiche e tradizionali, ma tipiche di un altro continente.

Inoltre, dalle interviste effettuate emerge come la decisione di dare vita ad un’impresa propria non sia dettata o condizionata dall’impossibilità di trovare un

altro lavoro. Al contrario, è piuttosto frequente il caso di persone che hanno abbandonato una precedente occupazione come lavoratore subordinato per potersi dedicare a tempo pieno a quello che è sempre stato il proprio hobby e che, coscientemente e volontariamente, hanno deciso di sottrarsi al mercato del lavoro dipendente. Tuttavia, il forte desiderio di autonomia e di indipendenza, è notoriamente un tratto comune alla quasi totalità degli artigiani (e non solo di quelli attivi in settori “tradizionali”) e non sembra quindi una caratteristica dovuta a fattori generazionali.

Al contrario, sembra essersi verificato un parziale cambiamento in quelle che potremmo definire come i percorsi e le modalità attraverso le quali si apprende il mestiere. Infatti, mentre tra gli artigiani più anziani l’acquisizione dei saperi professionali è avvenuta prevalentemente tramite un lungo l’apprendistato svolto presso vecchie botteghe, spesso di proprietà della famiglia, solo una minoranza degli imprenditori più giovani afferma di avere avuto precedenti esperienze come lavoratore dipendente in altre imprese del settore e, come già sottolineato in precedenza, nessuno di essi è subentrato nella conduzione di un’azienda già operante da tempo.

In molti casi, i rudimenti del mestiere sono stati appresi frequentando scuole o corsi specifici (ad esempio, le scuola di restauro di Firenze, Arezzo o di Saluzzo, i corsi del Serming), in cui gli stage presso le botteghe artigiane sembrano costituire solo un momento breve e marginale, al massimo pochi mesi. Inoltre, è significativo notare come nessuno dei giovani artigiani che hanno frequentato scuole o corsi finalizzati alla trasmissione di saperi artigianali tradizionali affermi di avere svolto il proprio percorso formativo all’interno dei confini della provincia di Asti; dato che spiega l’assenza di artigiani impegnanti nella produzione di prodotti tipici dell’area dell’astigiano e che sembra indicare una qualche carenza del sistema formativo della provincia.

A rafforzare ulteriormente tali ipotesi vi è la circostanza che, circa la metà dei nuovi artigiani interpellati riferisca di avere appreso il mestiere facendo

affidamento solo sulle proprie capacità e sulla propria esperienza, come, ad esempio, un giovane imprenditore che ha deciso di impegnarsi nella produzione di candele.

Sono partito da zero, diciamo senza un passato...Non sapevo proprio come si lavorasse...Sbaglio ed imparo. Non ci sono scuole...I cerai hanno un'associazione, l'associazione delle cererie italiane, però tutti i titolari di cererie sono gelosi della loro attività, perciò non ti insegnano niente e, generalmente, non ti lasciano neanche entrare nei loro laboratori. Allora, tutto quello che uno impara lo apprende o perché l'ha "rubato", tramite l'ingresso in una cereria o, altrimenti, perché fa degli esperimenti. Si inventa qualcosa, lo si commercializza e si guarda se va bene oppure no. Non mi ha insegnato niente nessuno.

2) Caratteristiche delle attività

Oltre che sulle caratteristiche personali e sui percorsi professionali dei giovani artigiani, i cambiamenti che hanno coinvolto il settore dei mestieri artigiani tradizionali, si sono ripercossi anche sui processi produttivi e sulle caratteristiche dei prodotti.

In primo luogo, va notato, però, come solo alcuni dei mestieri tradizionali siano riusciti a sopravvivere e giungere fino ad il nuovo millennio. Ad esempio, tra gli artigiani intervistati, quelli più anziani che da sempre abitano nell'area del Basso Monferrato astigiano ricordano come siano scomparse numerose botteghe che, nel passato, caratterizzavano il tessuto produttivo ed economico della zona: i calzolai, i sellai, gli impagliatori di sedie e, infine, quelli che probabilmente, costituivano i laboratori artigiani veramente tipici di una zona a prevalente vocazione vitivinicola: ovvero gli impagliatori di fiaschi ed i bottai.

Anche numerose altre botteghe artigiane, con il diffondersi delle produzioni industriali di serie sono scomparse, senza che, però, tale riduzione conducesse alla

estinzione completa, o quasi, di un mestiere: in questo caso, si parla principalmente dei falegnami e dei fabbri.

Dalle testimonianze raccolte, inoltre, si evince come l'attività che più profondamente si è modificata è quella del carradore (ovvero il fabbricante di carri per cavalli e buoi), attività che, ormai, a seguito delle profonde evoluzioni avvenute nel settore agricolo, è divenuta sostanzialmente irriconoscibile. Infatti, attualmente, chi ancora detiene tale qualifica, in realtà, è assimilabile ad un meccanico o ad un fabbro dedito alla riparazione di macchine per l'agricoltura. Un vecchio carradore che, nel 1956, è succeduto alla guida dell'azienda paterna afferma:

Mio padre faceva il carradore, adesso io ho cambiato, faccio rimorchi e bigonze. Quindi più fabbro che carradore, faccio anche il meccanico. Mio figlio è un meccanico, ha il diploma da motorista. Io ho cominciato a lavorare a dodici anni, ora ne ho settanta, continuerà mio figlio, ha quarant'anni.

Prima c'era la sega e la pialla da carradore e basta. Poi ho comprato il tornio, la saldatrice, il seghetto, il trapano per il ferro. Un carradore faceva anche il ferro, però bastava l'incudine e la borgia, erano più che sufficienti.

Tuttavia, quello dei carradori costituisce un caso limite, gli altri mestieri artigiani hanno subito delle evoluzioni anche significative, ma non tali da cambiarne tanto profondamente e radicalmente il volto e la natura.

Gli imprenditori attivi, nel settore dei serramenti, ad esempio, pur continuando a costruire i medesimi prodotti, hanno introdotto delle importanti modifiche sia di processo, soprattutto tramite l'introduzione di pantografi e di macchine a controllo numerico, che di prodotto. Infatti, oltre che utilizzare macchinari ed attrezzature molto più costose e sofisticate, le evoluzioni hanno riguardato anche il prodotto in se. Tuttavia, in molti casi, i cambiamenti non sono direttamente ed immediatamente percepibili, poiché riguardano sostanzialmente i materiali utilizzati ed il contenuto tecnologico del prodotto, che, però,

all'apparenza, conserva le medesime caratteristiche estetiche dei serramenti tradizionali. Come racconta un vecchio operatore del settore che ha assunto la guida dell'azienda di famiglia:

Noi produciamo porte in stile tradizionale con chiodi in legno, anche se oggi le colle sarebbero più che sufficienti, infatti, il chiodo rimane un fattore estetico importante, così come l'accuratezza delle finiture all'antica. In tal modo non produciamo un prodotto standard, bensì cerchiamo di mantenere in vita una produzione di tipo tradizionale. Alcuni accorgimenti più contemporanei vengono utilizzati, ad esempio, nei meccanismi delle serrature. Per esempio, queste maniglie hanno all'interno una molla, in realtà, una volta, non c'erano, cerchiamo di abbinare lo stile alla funzionalità.

In altri settori dell'artigianato tradizionale, come per esempio, quello del restauro di mobili e di libri antichi, le evoluzioni hanno coinvolto principalmente il processo produttivo. Infatti, data la natura del servizio offerto, non vi è spazio per vere e proprie innovazioni di prodotto. Tuttavia, i cambiamenti avvenuti sono significativi e riguardano tanto i materiali quanto i macchinari utilizzati. Ad esempio, un restauratore di libri antichi racconta di utilizzare, oltre ai tradizionali "ferri del mestiere" (aghi, punteruoli, forbici, martelli, coltelli e bisturi vari), anche:

carte particolari tipo giapponesi... cartoni a ph neutro a lunga conservazione che nel tempo non si alterano... impianti di acidificazione...tavoli luminosi

Più significativi i cambiamenti avvenuti nel comparto delle legatorie, contiguo (seppure richieda professionalità meno specifiche) a quello del restauro dei libri, dove le innovazioni hanno riguardato anche l'estetica del prodotto, soprattutto grazie alla disponibilità di nuovi materiali provenienti da tutto il mondo ed a causa dell'introduzione di nuovi strumenti di lavoro, tra cui i computer, che consentono di effettuare lavorazioni differenti rispetto a quelle tradizionali.

Vi sono poi mestieri, tra cui, ad esempio, quello della lavorazione del vetro, dove gli sviluppi di processo coinvolgono solo alcuni tipi di lavorazioni.

Nella legatura a piombo e nel Tiffany la tecnica è quella, nel senso che richiede solo esperienza. Nella tecnica della vetrofusione il discorso diventa più complesso, è un campo in continuo sviluppo, per cui sono necessari aggiornamenti continui. Quindi la partenza c'è stata, l'arrivo non ci sarà mai.

3) La formula imprenditoriale

Il comparto dei mestieri artigiani tradizionali, sebbene costituito da imprese operanti in diversi settori, spesso molto differenti e distanti tra loro, mostra una relativa omogeneità, sia per quanto riguarda gli assetti proprietari ed organizzativi, sia, più in generale, per quanto concerne le formule imprenditoriali seguite e le strategie di mercato e di acquisizione dei clienti.

Più precisamente, dalle interviste effettuate emerge come, generalmente, quasi tutte le imprese interpellate presentino una struttura dei vantaggi competitivi piuttosto simile tra loro, così come piuttosto simili appaiono le rigidità ed i problemi che devono affrontare (tra cui spicca quello relativo al reperimento di manodopera qualificata) ed il modo di porsi e di muoversi sul mercato.

3.1) Gli assetti proprietari ed organizzativi

Nella quasi totalità dei casi, le aziende intervistate sono delle ditte individuali, ovvero hanno una forma societaria estremamente semplice, che sembra ben adattarsi alle necessità di imprese di piccole dimensioni come quelle appartenenti al comparto delle produzioni "tradizionali".

Le uniche ditte che si discostano in modo significativo dal resto del campione e presentano una struttura societaria ed organizzativa più complessa ed articolata

sono impegnate rispettivamente nella manifattura di fiocchi e nastri, nella produzione di arazzi e nell'arredamento e progettazione di locali pubblici. Tutte queste società, a conduzione familiare e, in due casi, giunte ormai alla seconda generazione, sono attive da alcuni decenni, essendo nate tra il 1950 ed il 1960, e, nel corso degli anni, sono riuscite a intraprendere un significativo percorso di crescita dimensionale. Tuttavia, sebbene soprattutto per gli standard italiani siano ormai da considerarsi come delle piccole industrie, le produzioni sono ancora, in gran parte, definibili come artigianali, data la perdurante e preponderante importanza che il lavoro e le capacità manuali rivestono all'interno del processo produttivo.

La maggior parte delle altre imprese esaminate sono invece costituite dal solo titolare e ove vi siano dei dipendenti o coadiuvanti, questi sono generalmente membri della famiglia, principalmente i figli del titolare.

Inoltre, quasi nessuno degli intervistati ha affermato di volere modificare o sviluppare in modo significativo gli assetti organizzativi dell'impresa; più precisamente, i titolari dei laboratori non appaiono particolarmente interessati ad intraprendere un percorso di crescita dimensionale, perlomeno nella misura in cui questo implicasse la perdita della dimensione artigianale e, quindi, del controllo totale del ciclo produttivo. In sostanza, gli artigiani impegnati in mestieri tradizionali non appaiono affatto attirati dall'idea di trasformare la propria bottega in un'industria, seppure di piccole dimensioni, poiché un tale sviluppo imporrebbe loro un cambiamento nel proprio mestiere, da "produttore" ad organizzatore e coordinatore, un ruolo nel quale, generalmente, non si riconoscono e che percepiscono come distante dai propri interessi personali e dalle proprie capacità professionali. Come hanno affermato due vecchi falegnami, uno avvicinato a questo lavoro per passione, dopo aver lavorato per oltre vent'anni presso una grande industria di meccanica di precisione di Asti e l'altro, invece, succeduto al padre nella guida di un'azienda specializzata in serramenti:

Io potrei anche mettermi a tornire migliaia di pezzi, ma non lo voglio fare, non mi voglio attrezzare per questo. Io lavoro bene con il cliente che mi chiede di rifinire cinquanta o venti pezzi, che ha bisogno di realizzare cose a disegno o particolari.

Perfetto! Questo è il mio lavoro!

Oggi di soldi ne girano pochi e allora cerchiamo di non esporci troppo, se fai il “passo da gigante” devi disporre di un’imprenditorialità elevata, però ci vuole la testa per fare certe cose, io sono sempre stato abituato, forse bene, forse male, a ragionare da piccolo imprenditore.

Date le ridotte dimensioni delle botteghe, il titolare svolge generalmente tutte le attività necessarie per mandare avanti l’azienda, dalla produzione, alla gestione degli acquisti e delle vendite, dato peraltro comune alla quasi totalità delle imprese artigiane, anche a quelle non operanti in settori “tradizionali”. L’unico campo in cui è molto frequente il ricorso a figure professionali esterne è quello della contabilità, attività generalmente delegata alle associazioni di categoria oppure a commercialisti di fiducia.

La piccola dimensione delle imprese sembra costituire un problema principalmente sotto l’aspetto commerciale. Infatti, poiché, nella grande maggioranza dei casi, il tempo a disposizione degli artigiani è completamente assorbito dall’impegno dedicato all’attività produttiva, la gestione commerciale dell’azienda risulta spesso lacunosa, come, ad esempio, emerge dalla testimonianza di un imprenditore dedito alla costruzione di serramenti di alta qualità e che opera con profitto anche sul mercato internazionale.

Per il nostro prodotto il problema principale è l’acquisizione della clientela... Ci vorrebbe un venditore che girasse tutto il giorno, ma se fai anche questo sei costretto ad ingrandirti al punto tale che non sei più artigiano. Gli artigiani sono capaci a lavorare e produrre, ma ha commercializzare un po’ meno o, comunque,

si sono sempre dedicati meno a quest'attività. Ad esempio, partecipando ad una fiera a Bologna abbiamo acquisito due o trecento indirizzi di possibili clienti, ma nessuno li ha poi seguiti e contattati... siamo troppo concentrati sul produrre... Abbiamo partecipato a Restructura, abbiamo portato a casa un sacco di indirizzi, ma poi devi andare a visitare entro un mese tutti le persone di cui hai preso i nominativi; però chi parte con l'auto e li visita? Se vado via dall'azienda i miei figli la sanno anche condurre, ma dopo un'ora ecco il telefono che suona perché c'è un problema, la macchina, questo o quello.

La mancanza di una rete commerciale, inoltre, si ripercuote negativamente sui tempi di vita degli imprenditori artigiani, che, come risulta da numerose testimonianze, per non sottrarre tempo alla produzione, sono spesso costretti a sacrificare a tale attività i fine settimana

3.2) La dimensione del mercato e la tipologia dei clienti

La dimensione del mercato delle aziende intervistate appare, almeno in parte, più ampia di quanto forse ci si sarebbe potuto aspettare, sebbene, come ovvio, la clientela sia prevalentemente locale. Tuttavia, numerose imprese operano anche su scala regionale, inter-regionale e nazionale, sebbene l'importanza di tali mercati sia, in genere, secondaria.

Tra i fattori che più influiscono nel determinare l'ampiezza del proprio mercato vanno segnalati principalmente: il settore di attività, le caratteristiche dei beni prodotti, l'età dell'impresa e la dimensione dell'azienda.

La maggior parte dei clienti delle imprese intervistate provengono dalla provincia di Asti e da quella, contigua fisicamente, di Torino. Le aziende maggiormente dipendenti dalla domanda locale risultano essere quelle impegnate nel restauro di mobili e le piccole falegnamerie, mentre all'estremo opposto si collocano le imprese di maggiori dimensioni dedite alla produzione di beni di

nicchia e di elevata qualità che, in alcuni casi, operano anche su scala internazionale.

Tra le aziende che hanno esportato all'estero i propri prodotti vi sono quelle impegnate nella produzione di arazzi, nella progettazione e nell'allestimento di locali pubblici e nella manifattura di fiocchi e nastri; tuttavia va sottolineato come l'incidenza dei proventi derivanti dalle esportazioni sia marginale. Anche alcune piccolissime aziende (impegnate nella lavorazione del cuoio, nella produzione di tamburelli e di candele), hanno occasionalmente ed in modo estemporaneo esportato piccoli quantitativi dei propri prodotti, tuttavia si è trattato di operazioni di scarsissima importanza economica e, soprattutto, che non hanno avuto alcun seguito.

Per numerose imprese, invece, le commesse ricevute da altre regioni italiane, prevalentemente, ma non solo, da quelle del nord-ovest (Liguria e Lombardia), rappresentano una fonte di profitti abbastanza significativa. È interessante notare come le aziende operanti su scala nazionale appartengono a settori molto differenti tra loro: costruzione di infissi e serramenti, restauro di libri antichi, produzione di candele e di tamburelli, oltre ovviamente a quelle, già citate precedentemente, che operano anche su scala internazionale.

Passando ad esaminare la tipologia dei clienti, emerge come la maggioranza degli acquirenti sia costituita da privati, mentre le aziende non risultano essere, salvo rare eccezioni, una fonte di commesse particolarmente importante. Ciò avviene per un insieme di motivi:

- in primo luogo perché gli artigiani stessi, come visto nei precedenti paragrafi, prediligono questo target di clienti con i quali è possibile instaurare un rapporto più personalizzato e, sotto molti aspetti, più gratificante da un punto di vista professionale;
- in secondo luogo, perché lavorare per altre imprese significa dover produrre maggiori quantitativi ma con margini di profitto nettamente inferiori, ovvero, in sostanza, lavorare più come una piccola industria manifatturiera che come una vecchia e tradizionale bottega artigiana;

- infine, per la natura stessa di molti dei prodotti o dei servizi offerti dagli artigiani impegnati in produzioni “tradizionali, lavorazioni che, tendenzialmente, non sembrano interessare la grande industria.

Nel complesso, tale situazione può essere valutata positivamente. Infatti, in virtù della grande diversificazione della clientela, nessuna delle imprese artigiane indagate risulta dipendere troppo strettamente da un particolare committente, potendo quindi godere di una maggiore forza contrattuale e, soprattutto, di una più ampia autonomia operativa e funzionale.

In più, la clientela privata che normalmente si avvale del lavoro di artigiani attivi in produzioni tradizionali appartiene a fasce di reddito medio-alte, ovvero quelle che, in proporzione, risentono meno e più tardi degli effetti delle congiunture economiche negative e che, inoltre, possono permettersi di remunerare in modo adeguato le prestazioni fornite dalle piccole imprese artigiane.

In alcuni casi, le aziende lavorano anche per conto di istituzioni pubbliche, sebbene queste costituiscano una fascia di clientela non particolarmente significativa. Le imprese che più frequentemente ricevono commesse dal settore pubblico (Comuni, scuole, archivi, biblioteche) sono quella dedite al restauro ed al recupero di libri o documenti antichi.

Focalizzando l’attenzione sui mercati di approvvigionamento delle materie prime si scopre come essi risultino essere più ampi e diversificati rispetto a quelli di commercializzazione dei prodotti, fattore che sembra ulteriormente indicare come, in realtà, la maggior parte degli artigiani impegnati in mestieri tradizionali nella provincia di Asti non fabbrichi prodotti “tipici” e caratteristici della zona. Infatti, con la parziale eccezione delle aziende attive nel settore della lavorazione del legno, molti degli intervistati fanno ricorso a fornitori localizzati al di fuori della provincia o dalla regione e addirittura, in numerosi casi, anche a grossisti di altre nazioni. La scelta di avvalersi di fornitori distanti dalla propria impresa è dettato dalla necessità di disporre di materie prime di elevata qualità e,

soprattutto, di non comune e diffusa produzione (come, ad esempio, pellami, carte particolari, pergamene, collanti, paraffina di elevata qualità per la produzione di candele).

3.3) Strategie di mercato

La quasi totalità delle imprese artigiane oggetto dell'indagine opera in mercati di nicchia, che richiedono un elevato grado di specializzazione e notevoli capacità tecniche e professionali. La strategia seguita prevalentemente è quella di puntare sulla qualità dei prodotti e sul fornire un servizio estremamente personalizzato e tagliato sulle esigenze del cliente.

In tal modo, le aziende riescono a porsi al riparo dalla concorrenza dei prodotti fabbricati su scala industriale ed a costi minori dalle grandi società, sia nazionali che internazionali. In sostanza, poiché sarebbe di fatto impossibile mettersi in concorrenza con le industrie in grado di sfruttare i vantaggi derivanti dalle economie di scala rese possibili dalla grande dimensione, le piccole imprese artigiane attive in settori tradizionali, sopravvissute al diffondersi della produzione di serie, si sono riposizionate strategicamente, dedicandosi alla produzione di beni ad elevato valore aggiunto e, spesso, alla costruzione di pezzi unici, operando quindi in una nicchia di mercato relativamente protetta dalla concorrenza dei prodotti industriali.

Inoltre, è interessante notare come quasi nessuno degli intervistati si dichiari spaventato dalla concorrenza, né interna, né internazionale, né da quella proveniente dalle grandi industrie, né da quella che può essere fatta dalle altre piccole imprese artigiane operanti nella zona. Infatti, solitamente, gli imprenditori non vedono negli altri artigiani presenti nei dintorni dei veri e propri concorrenti, poiché, generalmente, ciascuno di essi sembra essersi ritagliato un proprio spazio ed una propria particolare nicchia di mercato. Ad esempio, è interessante il racconto di un artigiano che, dopo aver cominciato a lavorare come legatore, ha ampliato la propria attività al settore del restauro di libri antichi, che richiede un

più alto livello di specializzazione, e, attualmente, ricava la maggior parte del proprio reddito da quest'ultima attività; al contrario l'importanza della legatura, comparto in cui il grado di concorrenza è molto più elevato, tende a divenire sempre più marginale.

A conferma del basso grado di competizione esistente nel comparto dei mestieri tradizionali vi è il fatto che, nessuno degli imprenditori intervistati ha affermato di perseguire una strategia che miri ad una riduzione dei costi di produzione se ciò rischiasse di tradursi in un peggioramento della qualità del prodotto offerto. Inoltre, a detta degli intervistati, cercare di competere sul mercato puntando principalmente sul basso prezzo del prodotto, condurrebbe, sul medio-lungo termine, verso una drastica riduzione dei profitti. Come ha affermato il titolare di una ditta specializzata nel restauro di libri antichi:

Ridurre i costi è un gioco che secondo me non rende, non serve perché poi va a tuo discapito. Io preferisco lavorare nel modo in cui ho sempre lavorato e farmi pagare il giusto. Non intendo fare delle rilegature o del lavoro scadente solo per ridurre i prezzi e prendere più lavoro. Con il tempo si rivela una strategia perdente e poi finisce che non riesci più a realizzare un guadagno.

In effetti, la clientela che preferisce ricorrere ai beni prodotti dalle imprese artigiane piuttosto che a quelli forniti dalle grandi industrie è disposta a pagare dei prezzi anche decisamente più elevati della media, ma, al tempo stesso, è estremamente esigente e selettiva. Il già citato titolare di un'impresa di recentissima costituzione operante nella produzione di candele, ad esempio, ha raccontato di come, l'essere ricorso a materie prime di bassa qualità gli abbia provocato significativi danni, sia economici che, soprattutto, di immagine.

Nel 2001 ho perso numerosi clienti a causa di una fornitura di paraffina di scarsa qualità comprata in Italia. Era stata tagliata con altri tipi di paraffina, a punti di fusione diversi e, quindi, bruciava male. Purtroppo ho dato fiducia al

fornitore e non ho provato la materia prima. Le candele che ho prodotto bruciavano per un centimetro e poi si spegnevano, mentre, invece, dovrebbero durare una settimana, sono ceroni liturgici che devono restare accesi per sette giorni e sette notti. Dopo qualche tempo mi sono tornati indietro quintali di candele, con una perdita economica che non ti dico e poi ho perso circa il 50 per cento di questi clienti. Avevo un'attività economica nuova, ho servito i clienti con un prodotto che non andava bene e mi sono bruciato... Adesso la paraffina la compro soltanto da ditte tedesche che forniscono un certificato di qualità del prodotto, produco tutto materiale di qualità e certificato, così almeno non ho concorrenza, perché quelli che fanno il mio stesso mestiere producono beni di qualità inferiore.

Oltre che sulla qualità dei prodotti, gli imprenditori artigiani intervistati individuano tra i principali vantaggi competitivi delle proprie imprese la capacità di rispondere alle esigenze specifiche della clientela, le cui richieste, rispetto al passato, sembrano essere sempre più raffinate e particolari. Tuttavia, i clienti non conoscendo le difficoltà tecniche che certi tipi di lavorazione implicano, richiedono prodotti di difficile o proibitiva realizzazione; in questi casi gli artigiani devono anche riuscire a svolgere un'analisi di "fattibilità", cercando di mediare tra i desideri dei committenti e le possibilità produttive e tecnologiche. Inoltre, i privati che si rivolgono ai laboratori artigiani richiedono frequentemente dei "pezzi unici", articoli che si distinguano immediatamente da quelli caratteristici della produzione di serie. Una giovane artigiana che produce oggetti in vetro lavorati secondo tecniche tradizionali racconta che:

Ogni volta che si presenta un cliente io gli mostro i miei disegni, ma tutte le volte loro mi richiedono qualcosa di diverso e particolare ed io ogni volta devo fare un bozzetto nuovo e differente, in modo da poter garantire loro un oggetto unico ed originale.

3.4) Modalità di acquisizione della clientela

La capacità di produrre beni di elevata qualità ed originali, di affermare il valore di un marchio, il nome di una ditta, appare essere anche un fattore assolutamente determinante per riuscire ad acquisire dei nuovi clienti. Infatti, da tutte le testimonianze raccolte, emerge come il passaparola costituisca di gran lunga il principale mezzo per ampliare il proprio bacino di utenza. Tutti gli imprenditori intervistati, indipendentemente del settore di attività in cui si trovano ad operare, affermano l'importanza, assolutamente preponderante, che la pubblicità gratuita che i vecchi clienti fanno, qualora si dimostrino soddisfatti del lavoro svolto dall'artigiano, rappresenti il metodo più efficace per acquisire nuovi clienti.

Servire bene un cliente è fondamentale, perché dal serramento si passa allo sportellino, all'anta, fino alla cucina in muratura, e poi arriva un altro cliente. Se il prodotto è ben fatto, quando l'amico, il cugino, il fratello dovranno fare un lavoro chiederanno "chi te lo ha fatto?", e allora arriva il lavoro.

Anche la partecipazione ad eventi fieristici o mostre mercato costituisce un'ottima occasione per ampliare la propria clientela: attraverso esse, infatti, è possibile fare conoscere i propri prodotti o professionalità ad un pubblico molto più ampio e numeroso rispetto a quello che il semplice passaparola può garantire. Inoltre, le fiere permettono di contattare committenti che abitano o lavorano in aree territoriali anche molto distanti dalla sede delle botteghe, mentre, al contrario, il passaparola è un sistema che, generalmente, tende a funzionare prevalentemente su scala locale. I clienti che si possono contattare in questo modo, infatti, sono, quasi sempre, amici o parenti di quelli acquisiti in passato, per cui, in genere, contigui e prossimi territorialmente ai vecchi clienti.

Le mostre possono essere suddivise in due grandi categorie, quelle che potremmo definire come "folkloristiche" e generaliste, che spesso nascono

principalmente con l'obiettivo di promuovere, soprattutto da un punto di vista turistico, un territorio - ovvero fiere in cui sono presenti imprese operanti nei settori più diversi e disparati (come, ad esempio, produttori di sostanze alimentari, costruttori di oggetti in legno, in vetro, in cuoio, ecc.) ed destinate al grande pubblico - e quelle settoriali - che, invece, si rivolgono ad una platea di soli addetti ai lavori. Nel settore dell'artigianato tradizionale, entrambi questi eventi sembrano rappresentare un'utile ed importante opportunità per acquisire nuovi clienti.

Più precisamente, le fiere "generaliste", appaiono utili per quella categoria di imprenditori che producono oggetti direttamente destinati alla vendita ed alla commercializzazione e che, in tali eventi, trovano un mercato di sbocco per i propri prodotti e, soprattutto, delle opportunità per pubblicizzare e promuovere l'esistenza della propria ditta. Quest'ultima peculiarità, in particolare, risulta destare l'interesse degli imprenditori artigiani. Infatti, sebbene la possibilità di disporre di un luogo alternativo e molto frequentato ove vendere la propria mercanzia sia valutato positivamente, la presenza diretta che la partecipazione ad un evento fieristico comporta, sottrae, inevitabilmente, tempo alla produzione, per cui, non sempre, è possibile partecipare a tutte le manifestazioni che vengono organizzate. Ad esempio, le titolari di un piccolo laboratorio di recente apertura impegnato nella produzione dolciaria raccontano che:

Inizialmente, per promuovere i nostri prodotti abbiamo partecipato a fiere e manifestazioni, ci siamo fatte conoscere. Noi non abbiamo mai speso soldi in pubblicità vera e propria, bensì abbiamo sempre investito in materie prime di qualità, proponendo i nostri prodotti, che è il modo migliore per vendere, secondo noi... Adesso, partecipiamo di meno a manifestazioni pubbliche, perché si svolgono in un periodo di lavoro per noi molto intenso e non riusciamo più a gestirle, una persona doveva stare via una settimana e qua c'era lavoro, ed il lavoro si concentra proprio nel periodo delle fiere, da settembre a dicembre.

Le fiere di settore, invece, appaiono utili soprattutto per gli artigiani operanti in particolari comparti produttivi come, ad esempio, il restauro di mobili o di libri antichi o la produzione di beni come serramenti ed infissi, che, per la loro stessa natura, non possono essere venduti immediatamente o direttamente in un mercato. A tali fiere partecipano principalmente gli addetti ai lavori, persone interessate ad un particolare prodotto o ad una specifica lavorazione, ovvero un target di clienti estremamente mirato, costituendo quindi un luogo privilegiato per fare incontrare tra loro domanda e offerta; come dichiara uno dei titolari di una grossa azienda artigiana specializzata nella costruzione di locali pubblici.

Noi partecipiamo solo alla Fiere di settore, perché è inutile partecipare alle manifestazioni dove c'è di tutto, noi cerchiamo quelle destinate al nostro comparto, come l'Expo di Milano, Tecnohotel di Genova o la Fiera di Hannover.

Inoltre, le fiere settoriali costituiscono un'importante occasione di contatto tra imprenditori che, pur agendo su uno stesso mercato (ad esempio, quello del legno), operano in settori parzialmente differenti (ad esempio, chi vende o importa legno e chi lo lavora e trasforma), permettendo quindi di conoscere e confrontare tra loro i beni prodotti ed i prezzi praticati da fornitori sparsi sull'intero territorio nazionale e, in certi casi, anche di entrare in contatto con venditori di particolari materie prime (collanti speciali, pergamene o carte rare e preziose) localizzati in stati esteri. Come rilevato dalle dichiarazioni di una giovane artigiana impegnata nella lavorazione artistica del vetro.

Le Fiere costituiscono un'occasione per ampliare la propria rete di fornitori. Io partecipo a Vitru (una mostra Biennale del vetro che si svolge a Verona) che offre l'opportunità di conoscere nuovi fornitori, sono tutti raggruppati e, in questo modo, sia ha la possibilità di poter scegliere. Grosse differenze di prezzo tra l'uno e l'altro non ci sono, la differenza sostanziale consiste nella qualità dei prodotti.

Tali manifestazioni si svolgono sia a livello locale che su scala nazionale o internazionale e, purtroppo, è da segnalare come nessuna delle più importanti Fiere si svolga all'interno della provincia di Asti (con la parziale eccezione della Fiera Arti e Mercati).

Tuttavia, sebbene quasi tutti gli intervistati riconoscano agli eventi fieristici una grande utilità, l'impegno in termini di tempo e di costi che la presenza fisica a tali manifestazioni comporta rendono spesso problematica la partecipazione ad esse di alcune imprese, in particolare di quelle di minori dimensioni. Come, ad esempio, racconta un giovane restauratore.

Faccio una fatica enorme a partecipare alle mostre. Due anni fa, ad esempio, ho partecipato a Restructura (lo spazio espositivo era stato fornito dalla CNA), ho impiegato quasi venti giorni per allestire uno stand misero...forse il prossimo anno riproverò a parteciparvi, però...

Infine, per quanto concerne le modalità di acquisizione dei clienti, emerge come quasi nessuno degli intervistati ricorra normalmente ad inserzioni pubblicitarie su giornali o riviste, considerate troppo costose rispetto ai vantaggi che se ne possono trarre. Anche internet, sebbene molti dei giovani artigiani dispongano ed utilizzino i personal computer, non appare essere uno strumento particolarmente utile per promuovere i propri prodotti. Tuttavia, alcune imprese, sostanzialmente quelle più strutturate e di dimensioni maggiori, hanno costruito propri siti e, pur non avendo ancora rilevato riscontri significativi, intendono continuare a tentare di esplorare le possibilità offerte dalla rete. Altrettanto poco diffusa è la predisposizione di cataloghi o book in cui raccogliere e mostrare i propri lavori e prodotti.

3.5) Il reperimento di manodopera specializzata

Il reperimento di manodopera specializzata risulta essere di gran lunga il principale problema che le imprese artigiane attive in settori tradizionali incontrano nel corso della propria attività. Infatti, tutti gli imprenditori interpellati, indipendentemente del settore di appartenenza e dalle dimensioni ed età dell'impresa affermano di trovare grandissime difficoltà nel reperire personale qualificato, in grado di svolgere in modo soddisfacente quelle lavorazioni, generalmente molto specialistiche, necessarie alla propria azienda.

Tali problemi si ripercuotono molto negativamente sulla capacità produttiva e sulle prospettive di crescita delle aziende. Molte imprese, infatti, potrebbero aumentare sensibilmente la propria produzione, riducendo al contempo i carichi di lavoro che gravano sui titolari, se solo disponessero di manodopera sufficientemente preparata.

Inoltre, in alcuni casi, la mancanza di personale specializzato può mettere a rischio la sopravvivenza stessa delle botteghe artigiane, poiché, nel momento in cui il vecchio titolare decidesse di andare in pensione, non vi è spesso nessuno in grado di succedergli alla guida della ditta. Situazione che può comportare, oltre che un danno economico per l'imprenditore e la sua famiglia, che non ottiene alcun guadagno dalla vendita del laboratorio, anche un danno, seppure di lieve entità, per tutto il sistema economico di un territorio, per il quale la scomparsa di un qualunque soggetto produttivo costituisce una perdita netta, traducendosi in una diminuzione sia dell'offerta di prodotti finiti sia della domanda di beni intermedi o di materie prime; infatti, per quanto piccola, ogni impresa, dovendo fare ricorso a fornitori di beni o di servizi, crea un suo proprio indotto.

I problemi che gli artigiani incontrano nel reperimento della manodopera qualificata possono essere fatti risalire principalmente a due ordini di motivi: la mancanza di scuole in grado di formare personale qualificato (problema che sembra coinvolgere in modo particolarmente significativo le imprese della provincia di Asti) ed i costi che devono essere affrontati per insegnare e tramandare direttamente il proprio mestiere, costi che crescono al crescere del grado di specializzazione del prodotto.

Con riferimento al primo ordine di problemi, è interessante la testimonianza resa dal titolare di un laboratorio per il restauro di libri antichi:

Sarebbe necessario che ci fosse una scuola vera e propria, effettivamente funzionante. Io per poter insegnare ad una persona devo seguirla e dedicargli molto tempo. Non è la bottega di un calzolaio... fai così e va bene lo stesso. Io devo insegnargli e stare attento che non mi combini casini, perché in questo lavoro tutte le operazioni che si eseguono hanno una certa importanza...si lavora con materiali preziosi... qui se uno sbaglia i lavori viene eliminato. Le scuole che ci sono lasciano il tempo che trovano, c'è il San Carlo a Torino, poi la scuola, più prestigiosa di Spoleto, da lì arrivano già preparati, però noi non possiamo permetterci il lusso di pagare un professionista. Ad Asti non c'è nulla.

Ogni tanto qualcuno viene a fare degli stage dalle scuole San Carlo. Vengono ogni anno, per uno, duo o tre mesi, l'ultima che è venuta ha finito quindici giorni fa, dopo un mese, è poco per imparare, è niente.

La carenza di strutture formative è estremamente sentita anche dagli imprenditori attivi nel campo del restauro dei mobili, che denunciano la mancanza di scuole di qualità all'interno della provincia, mentre segnalano come esempi da seguire e centri di eccellenza le scuole di restauro di Saluzzo, di Arezzo e di Firenze, centri nei quali, peraltro, hanno appreso il mestiere alcuni degli artigiani intervistati.

Anche formare direttamente ed in prima persona i propri dipendenti presenta numerosi problemi. Impegnarsi in una simile attività significa andare incontro a dei costi significativi, sia in termini di tempo che di denaro, sacrifici che, frequentemente, gli imprenditori valutano come eccessivi rispetto al guadagno atteso. L'attività formativa, infatti, in particolare in quei mestieri che richiedono un grande livello di specializzazione, richiede molto tempo, sia di insegnamento che di apprendimento, e prima che un "allievo" divenga effettivamente capace di svolgere in piena autonomia il proprio lavoro e costituisca effettivamente una

risorsa ed un valore aggiunto per l'azienda, possono passare anche due o tre anni. Inoltre, la legge impone alle imprese che intendano avvalersi di dipendenti o di apprendisti ad adeguare ed ammodernare gli impianti ed i laboratori e, in alcuni dei casi indagati, le spese che devono essere affrontate risultano eccessivamente gravose per le possibilità economiche degli imprenditori, costituendo quindi, un'ulteriore disincentivo al ricorso ad apprendisti

In sostanza, dalle interviste, emerge in modo chiaro ed univoco una richiesta di sostegno nell'attività formativa, sia tramite la creazione di scuole specifiche, sia approntando strumenti che consentano alle imprese di ricorrere ad apprendisti, senza che ciò risulti proibitivo da un punto di vista economico. In questo senso, alcune recenti iniziative, come ad esempio le possibilità offerte dalle Botteghe scuola, riscuotono un ampio e crescente consenso tra i titolari delle imprese artigiane, sebbene sia ancora prematuro fare un bilancio definitivo sull'effettivo funzionamento dell'iniziativa.

Anche alcune iniziative mirate, raccolgono il plauso degli imprenditori, come, ad esempio, l'istituzione di un corso per arazzieri per opera della Provincia di Asti.

La Provincia ha svolto un ottimo intervento attivando un corso per arazzieri. L'idea è quella di formare dei giovani che poi potranno costituirsi in cooperativa e proseguire l'attività di questo laboratorio. La giudico un'ottima iniziativa che ha permesso a dei giovani di conoscere ed apprendere il mestiere degli arazzieri.

Tuttavia, le dirò che non sono molto ottimista, il mestiere di arazziere richiede almeno cinque anni di apprendistato, grande pazienza ed anche sacrifici da un punto di vista economico, in quanto il raggiungimento dello stipendio pieno, proprio a causa del lungo apprendistato, richiede molti anni. Ho la sensazione che le nuove generazioni siano poco disponibili ad avvicinarsi all'artigianato artistico in quanto tendono ad ambire a l'ottenimento di risultati economici immediati dal proprio lavoro

In effetti, la lamentela riguardo alle eccessive pretese delle nuove generazioni appare una doglianza piuttosto comune e diffusa nel comparto artigiano. Sotto molti aspetti, forse paradossalmente, sembra che si possa affermare che vi sia una maggiore propensione ad affrontare alcuni anni di apprendistato, spesso mal pagato, da parte di quei giovani che, provenendo da famiglie agiate o comunque senza gravi o impellenti problemi economici, intendono lo “stare a bottega” come il proseguimento del proprio percorso di studi, una tappa obbligata in un itinerario formativo, e non come un vero e proprio ingresso sul mercato del lavoro, un’attività da cui ricavare immediatamente un reddito con il quale vivere.

Tuttavia, solo quei mestieri artigianali ad alto contenuto artistico e, quindi, in grado di esercitare un certo appeal, sembrano poter indurre alcuni giovani ad affrontare anni di gavetta e di sacrifici; al contrario, in altri generi di attività, più assimilabili al lavoro industriale e di officina, appare molto più difficile reperire giovani veramente motivati ed interessati ad apprendere un mestiere, a meno che da esso non si ottengano benefici economici rapidi e significativi. Ad esempio, un piccolo imprenditore impegnato nella riparazione di macchine agricole sostiene che:

Non c’è più nessuno a cui interessi questo mestiere. Io, ormai da molti anni, non cerco più nessuno, ma se ne avessi bisogno non saprei proprio dove andare a sbattere la testa. Vent’anni fa trovavi ancora dei ragazzi che volevano imparare. Poi, quelli che una volta erano capaci si sono messi in proprio, attualmente non c’è nessuno che voglia imparare questo mestiere.

3.6) Le modalità di finanziamento.

La modalità di finanziamento prevalentemente utilizzata delle imprese intervistate è l’autofinanziamento, sebbene appaia piuttosto diffuso anche il ricorso a crediti agevolati erogati dalla Regione, finanziamenti ottenuti frequentemente avvalendosi dalla consulenza offerta delle associazioni di

categoria di appartenenza. Inoltre, dalle risposte fornite dalle aziende che ricorrono a crediti di origine bancaria, emerge come Cassa di risparmio di Asti costituisca l'interlocutore privilegiato dei piccoli artigiani della zona, che peraltro si dichiarano abbastanza soddisfatti, sia delle condizioni a cui viene erogato il credito, sia della qualità dei servizi offerti dall'istituto.

Il ricorso a finanziamenti agevolati avviene soprattutto nella fase di avvio dell'impresa, andando poi via via riducendosi. Tuttavia, solo uno dei giovani che hanno aperto nuove botteghe artigiane ha dichiarato di avere usufruito delle agevolazioni creditizie offerte ai giovani imprenditori, mentre tutti gli altri hanno fatto affidamento solo sulle proprie risorse personali.

Alcuni degli imprenditori intervistati hanno segnalato come sia piuttosto difficile ottenere prestiti di piccola o piccolissima entità, che, invece, sarebbero estremamente utili per micro-aziende attive in un comparto produttivo che, spesso, non richiede grandi e costosi investimenti.

Io ho fatto ricorso all'Artigiancassa. Attraverso le cooperative di garanzia riesci ad accedere ai finanziamenti, però, spesso, i finanziamenti non sono rapportati al mio livello di impresa. Per aziende come le nostre diventa fondamentale accedere a piccoli finanziamenti agili. Io per esempio vorrei costruire un piccolo impianto di aspirazione, perché qui dentro c'è troppa polvere e sono io che la mangio. Poi se mettessi a posto l'aspirazione potrei fare bottega scuola perché sono autorizzato a farlo, ma per introdurre un lavorante devo mettermi a posto su tutto. Non mi servono dei miliardi, per le botteghe artigiane con uno o due dipendenti dieci milioni sono una cifra più che rispettabile, che ti permette di acquistare una macchinetta, di migliorare l'impianto elettrico, di mettere a norma una o due macchine. Invece per dieci milioni ti ridono in faccia...però, se io metto dieci milioni in una bottega come la mia si vedono i risultati, mentre in una grande azienda si disperdono... A me invece cambiano la vita, mi consentono di lavorare meglio, di più no, perché tanto non devo cambiare dimensione dell'azienda. Quello sarebbe un altro discorso.

Le aziende artigiane sono considerate tali sia che si tratti di imprese individuali dedite all'artigianato artistico, sia che si tratti dell'azienda con dieci dipendenti che produce serramenti, no bisogna scindere ancora. Bisogna fare interventi mirati sulle diverse dimensioni aziendali, così non si butterebbero via soldi e tempo, perché ormai il tempo vale più dei soldi.

3.7) Le relazioni con altre aziende del settore

Sebbene la maggior parte delle imprese intervistate non dichiara di collaborare con altre aziende della zona, esiste un certo numero di imprenditori che, perlopiù occasionalmente, coopera con altri artigiani del settore. Inoltre, si registra anche il caso di alcune aziende attive nel settore del legno che, dovendo sostituire dei macchinari ormai obsoleti, si sono associate e hanno costruito un impianto per la costruzione di serramenti, costato circa un miliardo e mezzo di lire, in grado di garantire elevati livelli produttivi. Tuttavia, tali forme di collaborazione sono piuttosto rare, sia a causa del tradizionale individualismo che costituisce uno dei tratti psicologici caratteristici degli imprenditori artigiani, sia perché, in tal modo, l'imprenditore finisce per perdere il totale controllo del ciclo produttivo.

Fenomeni di collaborazione avvengono prevalentemente per tre grandi ordini di motivi:

- per rispondere a particolari picchi della domanda che l'impresa non è in grado di affrontare da sola;
- per acquistare maggiori quantitativi di materie prime a prezzi più bassi, situazione riscontrata soprattutto all'interno del comparto della lavorazione del legno e dei serramenti;
- infine, possono occasionalmente presentarsi dei lavori in cui risulti necessario il concorso di più professionalità (come, ad esempio, quella del fabbro e del vetraio nella produzione di tavoli in cristallo), eventualità che costringe a progettare di comune accordo il prodotto.

4) I rapporti con le istituzioni e con le associazioni di categoria

Nella maggior parte dei casi, i soggetti interpellati affermano di non avere avuto rapporti particolarmente stretti con le istituzioni pubbliche. Anzi, è molto frequente il caso di imprese che sostengono di non avere avuto alcuna genere di relazione con enti della pubblica amministrazione, sia con quella locale che con quella centrale.

Tuttavia, alle tradizionali (ed in questo caso, probabilmente, anche “tipiche”) lagnanze riguardanti le carenze, i vincoli e le imposizioni delle pubbliche amministrazioni (soprattutto in materia fiscale e di disciplina del lavoro), si registra anche la voce di qualche artigiano che sembra aver recentemente colto un accresciuto interesse delle istituzioni locali (in modo particolare la Regione e la Provincia) verso i problemi che affliggono le imprese operanti nel comparto artigiano.

Comunque - come già accennato in precedenza, nel paragrafo dedicato alle difficoltà di reperimento della manodopera qualificata - alle istituzioni pubbliche, alle quali ci si rivolge principalmente per potere accedere a finanziamenti agevolati od a fondo perduto, si rimprovera soprattutto l’incapacità nel creare o sviluppare dei servizi formativi funzionali alle esigenze delle piccole imprese artigiane. La mancanza di scuole effettivamente “propedeutiche” al lavoro presso le botteghe artigiane è, infatti, uno dei fattori all’origine di alcuni dei problemi che coinvolgono le piccole imprese del settore e, inoltre, è uno dei principali ostacoli alla crescita dimensionale dei laboratori artigiani.

Un’altra rimostranza piuttosto ricorrente concerne lo scarso sostegno offerto dalle strutture e dalle istituzioni pubbliche agli imprenditori artigiani che intendono partecipare a mostre o fiere, in particolare a quelle che si svolgono in altre regioni o nazioni; eventi che per il singolo artigiano risultano, in genere, eccessivamente onerosi (oltre che a causa del tempo sottratto alla produzione,

anche per i costi di viaggio, di soggiorno e, soprattutto, di affitto degli spazi espositivi).

Inoltre, alcune imprese richiedono agli enti pubblici delle strutture commerciali di accompagnamento, soprattutto quelle interessate ad operare anche al di fuori dei confini nazionali; il titolare di una delle aziende di maggiori dimensioni tra quelle indagate ritiene che strutture come, ad esempio, il Centro Estero della Regione dovrebbero svolgere una funzione nell'agevolare ed accompagnare l'attività internazionale del settore artigiano e racconta di come:

Partecipando a missioni esplorative all'estero, si parte convinti di andare a vendere e poi si scopre che può essere anche interessante acquistare...ad esempio potrebbe essere interessante costituire un consorzio di acquisto del legno in Sud-america o nell'Europa dell'est.

Tuttavia, ad esempio, dalle interviste effettuate risulta che le imprese al corrente dell'esistenza dell'Agenzia di intervento regionale per lo sviluppo commerciale delle imprese artigiane dell'Eccellenza (AG.I.RE) sono decisamente poco numerose, dato che sembra indicare come esistano ancora dei grossi problemi concernenti i canali di comunicazione tra piccole imprese artigiane ed enti pubblici.

Infine, per completare quello che potremmo definire come una sorta di cahier de doléances, gli imprenditori artigiani lamentano l'assenza di norme veramente efficaci e stringenti poste a difesa dei diritti di credito delle piccole imprese. Frequentemente, infatti, le piccole botteghe artigiane incorrono nel rischio di non veder pagato il proprio lavoro, problema che può avere gravi ripercussioni ove si tratti di commesse per valori significativi, ovvero, nella maggior parte dei casi, delle ordinazioni ricevute da altre imprese, generalmente di maggiori dimensioni. Tale problema, tuttavia, così come quello più generale legato all'eccessiva lunghezza dei tempi di pagamento, sembra colpire in modo meno drammatico il settore dei mestieri artigiani tradizionali, nel quale è decisamente meno frequente

la figura dell'artigiano "terzista", caratteristica invece, ad esempio, del comparto dell'indotto auto.

Inoltre, sebbene nel complesso lo valutino positivamente, gli imprenditori intervistati avanzano alcune severe critiche riguardanti i criteri attraverso i quali è possibile ottenere il marchio di Eccellenza artigiana. Molte delle imprese artigiane indagate, infatti, pur avendo ottenuto il riconoscimento, sostengono che esso sia stato attribuito seguendo procedure sostanzialmente burocratiche o politiche e che, di per se, non rappresenti veramente un premio attribuito in virtù delle capacità professionali e dalla qualità della produzione. Come sostenuto da uno artigiani interpellati.

Sarebbero necessari dei meccanismi di controllo e di revisione. L'Eccellenza artigiana vuol dire che la Regione può andare all'estero e dire che in Piemonte c'è della gente che è in grado di fare questo, questo e questo e noi lo garantiamo. L'Eccellenza non deve essere qualcosa che si prende per sempre, finché si vive, deve essere una cosa che quest'anno c'è, l'anno dopo potresti non averla più.

Tuttavia, tutte le imprese che hanno ottenuto tale riconoscimento valutano molto positivamente la possibilità, derivante dall'ottenimento del marchio, di tenere una Bottega scuola, opportunità che potrebbe rivelarsi una soluzione alla cronica fame di manodopera qualificata che affligge il settore.

Le opinioni espresse dagli imprenditori intervistati riguardo ad i servizi offerti ed all'azione svolta della associazioni di categoria appare nel complesso abbastanza positivo.

Tuttavia, attualmente, la maggioranza degli artigiani interpellati che dichiara di essere iscritto ad una qualche confederazione, ricorre ad esse sostanzialmente solo per ottenere sostegno nelle richieste di finanziamenti agevolati o per affidare loro la gestione della contabilità dell'azienda; inoltre, solo una piccola minoranza

degli iscritti afferma di partecipare attivamente e con continuità alla vita delle associazioni.

Molti degli imprenditori intervistati esprimono un giudizio estremamente positivo riguardo alla possibilità offerta dalle associazioni di categoria di disporre di spazi espositivi gratuiti o, comunque, a prezzi ridotti presso alcune manifestazioni fieristiche ed auspicano che tale servizio sia ulteriormente implementato. In particolare, le imprese richiedono aiuti, sia economici che logistici, per potere partecipare a mostre specialistiche di livello internazionale, attività che richiede un significativo sforzo economico ed organizzativo.

Infine, un'ulteriore richiesta che, frequentemente, viene rivolta alle rispettive associazioni di rappresentanza è quella di contribuire alla predisposizione di consorzi o cooperative di acquisto delle materie prime, in modo tale da riuscire ad acquistare maggiori quantitativi di materiale a prezzi più contenuti, potendo così ridurre i costi di produzione, senza che ciò finisca per tradursi in un peggioramento della qualità del prodotto.

In sostanza, molti degli imprenditori intervistati chiedono alle associazioni artigiane di approntare degli strumenti in grado di dare vita, nei limiti del possibile, a quelle economie di scala altrimenti fuori dalla portata di aziende di piccolissima dimensione come quelle operanti nel settore artigiano.

Considerazioni conclusive

In questo rapporto di ricerca si sono analizzati, sotto il profilo quantitativo e qualitativo, la consistenza, le caratteristiche e il ruolo dell'artigianato artistico e d'eccellenza nel territorio del Nord-Astigiano. Rispetto alla questione generale che ha condotto a realizzare questa ricerca – “Quale può essere il ruolo delle imprese di artigianato artistico nel promuovere lo sviluppo locale del territorio coerentemente con le altre risorse e competenze esistenti?” – e alle questioni più specifiche che ne discendevano, le seguenti risultanze sembrano fornire risposte inequivoche.

- In primo luogo, allo stato attuale delle cose non sembra esistere un artigianato artistico che affondi le proprie radici in qualche tradizione tipica locale.
- Una parziale eccezione è costituita dal comparto del legno, che si può fare risalire alla tradizione dei ‘carradori’.
- Tuttavia, le imprese effettivamente definibili artistiche sono poche, create da imprenditori staccati da tale tradizione, talvolta provenienti da altre regioni.
- Quantitativamente, il peso delle imprese artigiane tipiche e artistiche appare ancora poco significativo.
- Infine, per quanto concerne gli imprenditori, oltre al fatto che si tratta di soggetti di provenienza sociale e geografica eterogenea, va rilevato come si considerino artisti assai più che imprenditori-fatto che ha importanti conseguenze sul piano dei possibili interventi di sostegno al settore.

A partire da queste risultanze – e da quelle “sparse” nel resto del rapporto – in conclusione si ritiene utile proporre alcune considerazioni

di carattere più generale sul territorio Nord-Astigiano, sulle prospettive che emerga e si consolidi un modello di sviluppo locale, e su possibili interventi a sostegno di processi virtuosi di affermazione identitaria del territorio.

I precedenti: il Patto territoriale del Nord-Astigiano

È da pochi anni che gli attori locali e sovra-locali (come la Provincia di Asti) si sono posti l'obiettivo, complesso, di "rilanciare" un territorio ancora segnato dalle conseguenze dell'età fordista (spopolamento, degrado della produzione agricola, ecc.) e contraddistinto da un'identità e un'immagine intimamente deboli e assai poco visibili esternamente. Il primo tentativo organico fu il Patto territoriale, costruito nel 1998, ma mai realizzato.

L'obiettivo generale del patto - "innalzare l'economia dell'area su livelli coerenti con le proprie potenzialità" - si concretizzò nel Protocollo d'intesa nella identificazione di sei settori economici prioritari, da valorizzare sotto il profilo della qualità, dell'offerta, della promozione e della commercializzazione: il turismo, l'agricoltura e l'allevamento, l'agro-industria, l'artigianato e la PMI locale, i servizi alle imprese e i servizi alla persona.

In questo quadro, furono elaborate tre idee-forza che riassumevano le necessità espresse dagli imprenditori nei confronti dell'ambiente in cui si trovavano a operare, e che avrebbero dovuto costituire l'ambito di intervento privilegiato dei principali attori sovralocali del patto:

- il riordino fondiario dell'intero territorio del patto, al fine di eliminare le enormi difficoltà fino allora incontrate dalle iniziative imprenditoriali nel trovare spazi di dimensione appropriata;
- la creazione di un'agenzia di sviluppo capace di interloquire direttamente con le aziende riguardo a qualsiasi questione. L'agenzia, che incontrò il favore delle parti sociali, avrebbe potuto impiegare competenze di vari altri enti e sarebbe stata presieduta dalla Provincia;
- la costituzione, assieme a Finpiemonte e alla Regione di un fondo a rotazione finalizzato, inizialmente, al finanziamento dei progetti di comuni non obiettivo 5b. La partecipazione paritaria al fondo di soggetti privati e pubblici regionali avrebbe consentito tassi di interesse dimezzati.

In seconda battuta, questi strumenti avrebbero potuto essere estesi a tutta la provincia di Asti.

A differenza del Patto territoriale, tutto incentrato su ipotesi di intervento strutturale (assetto proprietà agricola) e su servizi e finanziamenti destinati alle imprese, la progettualità del GAL che è alla base di questa ricerca ha una valenza meno *hard* e si connota piuttosto come una serie di azioni di tipo culturale e infrastrutturale, tendenti a costruire un territorio nei suoi aspetti di identità complessa e di fruibilità sociale. Ma quali sono gli elementi, le funzioni, i "mattoni" di questo territorio già vivace embrionalmente e da accompagnare verso una maggiore struttura di relazioni interne e con l'esterno?

Territorio e paesaggio

Anche se ne restano *énclaves* di una discreta importanza, come si è già più volte ricordato l'industria manifatturiera (incluso l'artigianato) non costituisce una risorsa endogena del Nord-Astigiano, in quanto di origine etero-diretta e strutturata secondo metodi e tempi di grande industria. Il declino ormai quasi ventennale del settore non ha indotto processi di ristrutturazione, né tantomeno ha favorito quel processo, tipico di altre realtà industriali, di sviluppo di servizi alle imprese.

Il Nord-Astigiano è sempre rimasto un territorio a vocazione agricola, come molte aree confinanti. Anche qui, tuttavia, si è assistito a un rapido degrado delle possibilità di sviluppo basato sulle produzioni primarie, sia per lo spopolamento delle campagne, sia per il frazionamento delle proprietà, sia infine per l'abbandono (o la non valorizzazione) di produzioni più di qualità, come il vino.

Senza vocazione manifatturiera, senza offerta di servizi alle imprese, senza una agricoltura ricca come quelle del Sud-Astigiano e del cuneese, quali risorse restano per lo sviluppo locale? Come si può qualificare un modello di sviluppo del territorio basato sul turismo?

Indubbiamente, il riferimento più immediato è quello del distretto albese, dove risorse culturali, eno-gastronomiche e più generalmente turistiche si sono saldate in un circolo virtuoso ben noto. Secondo alcuni il Nord-Astigiano deve porsi nell'ottica di competere con tale territorio, secondo altri finirà con l'integrarsi con esso, come naturale prolungamento di quel modello di sviluppo.

Tuttavia, il Nord-Astigiano possiede caratteristiche proprie che possono delineare uno specifico modello integrato di sviluppo locale fondato su: risorse paesaggistiche particolari. Queste risorse possono essere identificate con tre icone – il bosco, la vigna e la pieve – che non sono esclusive del territorio in questione, ma qui si combinano in una “formula” particolare. Nel linguaggio della economia dell’esperienza queste icone rinviano a specifiche forme di fruizione del territorio: il territorio “selvaggio”, “naturale”; il territorio conviviale, a misura d’uomo; e il territorio antico, spirituale.

Nella cultura occidentale, il bosco è sempre stato considerato come il contrario della civiltà; non solo, l’avanzamento del bosco rispetto alle colture agricole e agli insediamenti umani ha sempre avuto una connotazione negativa, in quanto indice di una sorta di “ritirata” della convivenza civile. Attualmente, in una società altamente urbanizzata e infrastrutturata quale la nostra, il bosco ha assunto nuove valenze, che richiamano un modo di vivere più equilibrato con la natura e l’ambiente. Nel Nord-Astigiano, soprattutto verso Torino, il bosco – in senso lato – ha costituito un importante fattore di attrazione residenziale per fasce significative di ceti medio-alti che hanno finito per rivitalizzare un territorio fino a pochi anni fa in abbandono.

L'icona della vigna è di più ovvia interpretazione e rinvia a quel modello albese di cui si è detto. Oltre a una riscoperta delle produzioni viti-vinicole locali ad opera di nuovi operatori, che ormai da tempo stanno cercando di ridurre i ritardi rispetto ad altre aree delle Langhe e del Monferrato, esiste – come si è visto – un’offerta articolata di prodotti eno-gastronomici tipici del territorio. Quello che è ancora poco sviluppato rispetto ad altri territori è ancora la struttura ricettiva e

ristorativa, anche se una certa “arretratezza” può essere apprezzata come elemento di genuinità e spontaneità.

Le pievi, infine, costituiscono una ricchezza locale particolarmente significativa. Particolarmente presenti proprio nel Nord-Astigiano, queste costruzioni romaniche contribuiscono a connotare il territorio un po’ “selvatico”, un po’ “arretrato”, con elementi forti di spiritualità e di occasioni di riflessione. Non a caso, oltre che dagli estimatori dell’architettura romanica, il territorio è percorso da flussi costanti di turismo religioso, che hanno il loro fulcro nel santuario di Castelnuovo Don Bosco.

Un modello di sviluppo fondato su queste (e altre) risorse deve mantenere un equilibrio fra residenzialità e turismo, deve dare visibilità maggiore e rendere più facilmente fruibili queste stesse risorse, ma prestando attenzione a conservare la relativa *wilderness* del territorio. Se il Nord-Astigiano può progressivamente aprirsi a flussi turistici esterni ed esteri, deve però anche badare a che questi flussi continuino a essere flussi di turismo soft, percorsi culturali, e così via, evitando in ogni modo l’affermarsi di fenomeni massificati o di *leisure* “all’emiliana”.

Azioni per lo sviluppo locale

Se queste sono le risorse, le relazioni sociali, le aspettative degli attori del territorio, appare prioritario un intervento di sistema che coniughi in percorsi turistici la fruizione delle risorse paesaggistiche, il patrimonio eno-gastronomico, l’artigianato artistico, senza peraltro “appesantire” l’immagine concreta del territorio stesso. In alternativa a

interventi “normalizzanti” che spesso tolgono genuinità a situazioni come “mercatini trattorie chiesette” che proprio per tale, presunta genuinità sono cercate dai viaggiatori del territorio; in alternativa a costruzioni fittizie e modernizzanti intorno a quei simulacri di tradizione che sempre più costituiscono un prodotto culturale ambito; è possibile immaginare un ricorso adeguato alle ICT.

Ciò a cui si sta facendo riferimento è la creazione di un sistema di Infrastrutture soft per le vie del turismo: attraverso la costruzione di una rete di sensori e “totem” disseminati nel territorio senza turbarne le valenze paesaggistiche, il turista potrebbe contare, attraverso strumenti sempre più diffusi come il GPS, su una guida diffusa che – d’altro canto – non gli toglierebbe il piacere della scoperta “avventurosa” e del “vagabondaggio”. Questi totem dovrebbero fornire informazioni sui percorsi e su tutti i luoghi di interesse culturale, artistico, eno-gastronomico, ricettivo, di eventi (nonché soggetti socialmente utili come carabinieri, vigili del fuoco o ospedali), senza abbruttire il paesaggio con cartelloni, pubblicità, chioschi informativi e senza costringere l’utente a lunghe code o difficili attività di documentazione.

Per quanto riguarda invece un potenziamento e un radicamento della presenza dell’artigianato artistico nel territorio e nella sua identità, sono ipotizzabili alcuni interventi commisurati da un lato alle aspettative e alle caratteristiche degli imprenditori-artisti, dall’altro a criteri di intervento ormai sperimentati in molteplici realtà. Tre sono gli interventi ipotizzabili, per soddisfare bisogni in materia di trasmissione dei saperi, di marketing delle produzioni artistiche e di offerta di servizi innovativi. Il tutto nell’ottica duplice di venire incontro alle

esigenze degli artigiani e di contribuire alla costruzione di quel ben collettivo che è rappresentato dal *brand* di territorio.

Centrale appare indubbiamente la trasmissione dei saperi artigiani, sia per il forte interesse dichiarato dagli artigiani a trasmettere il proprio mestiere, sia perché ciò favorirebbe la creazione e il consolidamento di una “tradizione” a livello territoriale. Uno strumento che sarà da mettere alla prova prossimamente è quello delle botteghe-scuola, previste dalla legge regionale sull’artigianato d’eccellenza.

Tuttavia, sarebbe probabilmente riduttivo limitare gli interventi all’interno del settore locale. Un percorso da studiare, a partire anche da altre strutture come le Scuole Operaie San Carlo e l’Ecomuseo, potrebbe contemplare progetti di trasmissione dei saperi su scala più ampia sia come utenza, che come bacino di riferimento, creando un polo di saperi specifici legati anche a procedimenti di restauro (delle pievi, del legno) e simili. Senza porsi obiettivi difficilmente praticabili, si può pensare di trasformare una scuola per apprendisti in un istituto di formazione artistico-artigiana aperto a un’utenza di studenti italiani e – magari – in grado di allacciare rapporti con Paesi dove l’artigianato è ancora un settore fondamentale per trasferire tecniche e competenze-

Un’altra ipotesi formulata all’avvio di questa ricerca riguardava la creazione di un Centro espositivo che favorisse la visibilità dei prodotti delle botteghe artigiane. Indubbiamente alcuni artigiani hanno espresso la richiesta di forme di supporto per allargare il proprio mercato, come la partecipazione a fiere di carattere specialistico – salvo poi sottolineare come il carattere intrinsecamente manuale del lavoro realizzato e l’intervento diretto dell’artigiano in tutte le fasi del processo produttivo rendano comunque problematico un allargamento della clientela. La proposta di un Centro espositivo deve essere quindi

studiata con attenzione, fornendo sì una vetrina alle produzioni d'eccellenza, ma soprattutto contribuendo a rafforzare il *brand* di territorio.

L'altra ipotesi riguardava la costituzione di un Centro servizi innovativi per le imprese artigiane. A giudicare dalle interviste realizzate gli artigiani non hanno bisogno di tale struttura. Vogliono restare artisti e non sono interessati né a far crescere l'azienda, né a investire in macchine automatiche. Probabilmente, ciò di cui essi potrebbero avere bisogno è l'accesso a informazioni specialistiche, sulle tendenze artistiche come sulla moda, sulla concorrenza come su fiere e mercati di settore – una serie di conoscenze difficilmente accessibili in via diretta, ma essenziali per un'evoluzione dei prodotti artistici. Inoltre, potrebbe essere utile creare reti di rapporti con altri artisti-artigiani e imprese, nella prospettiva eventuale di creare gruppi di lavoro per la realizzazione di ambienti o strutture più complesse, che richiedono apporti di competenze diverse, secondo il modello tipico dell'architettura e dell'arredamento dell'Italia fino alla seconda guerra mondiale.