

# CIPRAINFO



Economia nelle Alpi  
**Sono le persone a stabilire ciò che conta**

3° Rapporto sullo stato delle Alpi  
**Noi Alpi! – Uomini e donne costruiscono il futuro**



Commission Internationale pour la Protection des Alpes  
Internationale Alpenschutzkommission  
Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi  
Mednarodna komisija za varstvo Alp

[www.cipra.org](http://www.cipra.org)

Cara lettrice, caro lettore,

anche nelle Alpi la nozione di sviluppo sostenibile resta prevalentemente una questione di competenza dello Stato e della società civile. Quindi, la Convenzione delle Alpi, che funge da linea guida per lo sviluppo sostenibile nel territorio alpino, viene portata avanti e attuata con il sostegno degli Stati e delle Pubbliche Amministrazioni, di Comuni e Regioni, delle Aree protette, delle Organizzazioni Non Governative, degli istituti di ricerca, ecc. In questa cerchia manca l'economia che pure gioca un ruolo importante nella pianificazione e nello sviluppo delle zone alpine. Convinta che nessuno sviluppo sostenibile è possibile senza l'economia, la CIPRA, con i suoi progetti e le sue pubblicazioni, intende fare da stimolo a un dialogo aperto e democratico tra le imprese e le associazioni imprenditoriali responsabili, le pubbliche amministrazioni e la società civile. Proprio con queste organizzazioni, la CIPRA sta costituendo NENA, la rete di imprese alpine che, con un'offerta interessante per le imprese e i loro consorzi, promette di diventare una piattaforma di successo che consentirà al mondo economico di partecipare attivamente e concretamente allo sviluppo sostenibile.

La CIPRA invita dunque a fare una riflessione sul funzionamento dei sistemi economici nelle aree alpine, tenendo conto degli effetti della globalizzazione, poiché la frattura tra le dichiarazioni d'intenti della politica e la realtà del neoliberismo con le sue limitazioni diventa sempre più profonda. Lo sviluppo di un'economia sostenibile, di cui possano giovare non solo i grandi centri economici, ma anche i territori rurali e le valli alpine più isolate è una necessità per il bene di tutti. A tale scopo è indispensabile però che si rafforzino le filiere regionali, argomento che abbiamo già spesso trattato, e anche che si guardi in modo nuovo alle attività e alla creazione di benessere nella nostra società. Il movimento dell'economia sociale e solidale, particolarmente forte in Francia, propugna, ad esempio, la redditività sociale, il radicamento nel territorio e la democratizzazione dell'economia. La nostra lunga e intensa esperienza di lavoro in rete ci fa ritenere che la messa in rete degli operatori economici a livello locale, regionale e internazionale sia un approccio essenziale per ottenere una riconversione sostenibile dell'economia. NENA, la rete delle imprese alpine, è un percorso in questo senso, al quale noi vogliamo collaborare.

*Claire Simon,*  
*Responsabile di progetto CIPRA Internazionale*



© CIPRA Internazionale

# Indice



Alpi = mondo incontaminato? Niente affatto! Nell'epoca della globalizzazione, il mondo è un villaggio e le regole dell'ordinamento economico mondiale valgono anche negli angoli più remoti. Per uno sviluppo economico sostenibile e giusto, occorre però porre dei limiti sociali ed ecologici. Teorie sorpassate, concetti fuori dalla realtà e soprattutto i più disparati interessi individuali impediscono uno sviluppo proficuo eppure anche equilibrato a livello regionale.

**Da pagina 4**



Ritratto: Josef Schett

Il contadino e imprenditore Josef Schett, 20 anni, fa ha puntato tutto sugli ovini della Valle di Villgraten nel Tirolo orientale, dove si producono preziosi materassi e tessuti isolanti, carni e formaggi destinati a un mercato di fascia alta.

**Da pagina 12**

**4 Prospettive future degli spazi «non redditizi»**  
La periferia alpina dal punto di vista economico

**8 Da fanalino di coda a motore del mercato: l'interesse collettivo fa progressi**  
Sviluppo sostenibile nelle Alpi grazie all'economia sociale e solidale

**12 Un produttore che puntando sulle pecore unisce le persone**  
Ritratto: Josef Schett

**14 Reti robuste per grosse prede**  
Dalla cooperazione passando per la rete sino al cluster – la nuova strada dell'economia

**17 Una voce comune per uno sviluppo sostenibile nelle Alpi**  
NENA: dal progetto Interreg IIIB alla rete di imprese nelle Alpi

**18 Noi Alpi!-Uomini e donne costruiscono il futuro**  
3° Rapporto sullo stato delle Alpi: si parte!

**20 Innovare [nel]le Alpi**  
La sfida della Settimana alpina 2008 a l'Argentière la Bessée/F

**A metà rivista è inserito un volantino con incluso il modulo per l'ordinazione del nuovo Rapporto sullo stato delle Alpi: «Noi Alpi! - Uomini e donne costruiscono il futuro».**



Il territorio alpino, con la sua competenza in costante crescita e con la variegata esperienza in tema di economia sostenibile, ha l'opportunità di assumere un ruolo di primo piano nella concorrenza globale tra regioni. Cooperazioni, reti e cluster possono dare un contributo decisivo in questo senso.

**Da pagina 14**

La periferia alpina dal punto di vista economico

## Prospettive future per gli spazi «non redditizi»

**Alpi = mondo incontaminato? Niente affatto! Nell'epoca della globalizzazione, il mondo è un villaggio e le regole dell'ordinamento economico mondiale valgono anche negli angoli più remoti. Per uno sviluppo economico sostenibile e giusto, occorre però porre dei limiti sociali ed ecologici. Teorie sorpassate, concetti fuori dalla realtà e soprattutto i più disparati interessi individuali impediscono uno sviluppo proficuo eppure anche equilibrato a livello regionale.**



© Christoph Püschner/Zeitenspiegel

**In economia sono le regole delle metropoli che valgono – con idee di sviluppo efficaci e vicine alla natura dalle periferie, il vento potrebbe cambiare. Nella foto: Tenna, nella Valle di Safien, Svizzera.**

Lo sviluppo economico degli ultimi decenni, contrariamente alle aspettative e alle promesse, ha generato non solo dei vincitori ma anche dei vinti. Non si tratta solo di persone e gruppi, come ad esempio i «working poor», ma anche e soprattutto di regioni, Paesi e parti intere della terra. Le statistiche dello UNDP (United Nations Development Programme) lo documentano in modo molto chiaro: si parla di un «divario globale», di uno sviluppo a «due velocità». A prima vista, il progresso economico sembra dipendere dalla disponibilità di nuove tecnologie, soprattutto nel settore dell'informazione e comunicazione. Pertanto, come approccio risolutivo, si propone un massiccio programma di trasferimento di tecnologia. Un'arma che, a uno sguardo più attento, si rivela essere a doppio taglio.

### **Argomenti dell'altro ieri a favore della globalizzazione**

Quando gli ideologi della globalizzazione parlano di una situazione win-win dovuta alla divisione globale del lavoro, usano il noto argomento dei «vantaggi comparativi», basato sul cosiddetto modello Ricardo, sviluppatosi all'inizio del XIX secolo, il quale afferma che la divisione del lavoro è utile per ciascuno dei partner, poiché il capitale e il lavoro, o il suolo nel caso della produzione agricola, verrebbero impiegati ovunque in modo più produttivo. Con questa argomentazione si tace però il fatto che, alle condizioni attuali di elevata o piena mobilità dei fattori produttivi, il modello Ricardo non è più applicabile. Mobilità dei fattori produttivi significa che i fattori capitale e lavoro non sono legati a un luogo, ma si orientano in base all'andamento degli utili di produttività e rendimento e «sfuggono», cioè vengono totalmente sottratti ai territori «non redditizi». Ebbene sì, vale anche per il terreno; anche la coltivazione della terra, cioè la produzione agricola, emigra nelle regioni che presentano la produttività più alta. Contrariamente a quanto illustrato dal modello Ricardo, oggi quindi spesso non si tratta più di scegliere la produzione migliore, ma o tutto o niente. La «nuova teoria della crescita» mostra inoltre che proprio le innovazioni tecnologiche non generano processi di convergenza, cioè l'abbattimento delle differenze di produttività e di benessere tra le regioni, poiché esse hanno lo scopo di aumentare sempre più la produttività e vengono generalmente impiegate prima nei centri in crescita.

### **Modello di globalizzazione con errori di progettazione**

Lo squilibrio sistematico a danno della periferia, che abbiamo appena illustrato, è intensificato da due ulteriori «errori di

progettazione» del presunto modello di successo della «globalizzazione».

La dinamica capitalistica della rivoluzione industriale del XIX secolo, dopo oltre cento anni di tenaci dispute, con la nascita di un'economia di mercato ecosociale è stata finalmente «adomesticata» ed è ormai in declino a livello globale, avendo fatto un percorso, per così dire, top down. Il WTO, ad esempio, si sente responsabile solo della prospettiva economica e nel

### Le norme ambientali e sociali, a livello nazionale e regionale, finiscono sotto pressione o vengono addirittura abrogate.

contempo impedisce che si formi un efficace ordinamento mondiale sociale ed ecologico parallelo a quello economico, che sia in grado di porre dei paletti alle forze di mercato. «Grazie» alle regole del WTO, le norme ambientali e sociali a livello nazionale e regionale finiscono sotto pressione o vengono addirittura abrogate, nell'interesse della garanzia degli investimenti e della massimizzazione della redditività.

Il gergo economico definisce questa problematica con il termine pacificante di «esternalità» e promette di sanarle tramite l'internalizzazione; un esempio è il «road pricing». L'esperienza degli ultimi decenni in materia ambientale e sociopolitica insegna però che queste strategie di internalizzazione non sono altro che manovre dilatorie e di diversione. Ciò appare particolarmente evidente nell'infruttuoso dibattito attorno agli strumenti economici di mercato nella politica ambientale, senza contare che i regolamenti statali sono stati sistematicamente presentati come sostanzialmente riprovevoli. E con successo: ormai alla domanda «Volete il mercato globale?» il grande pubblico dà quasi all'unisono una risposta affermativa.

#### **Date a chi ne ha**

La seconda problematica connessa alla globalizzazione nasce dal fatto che gli stessi «global players» non si attengono alle regole del gioco del capitalismo neoliberale da essi prediletto, ma le trasgrediscono a proprio vantaggio. Ciò che nella teoria pura funziona perfettamente – informazione completa, concorrenza totale, processi immediati di adeguamento – non regge già a una valutazione pragmatica e precipita nel gorgo quando si trova di fronte all'inadeguatezza dell'individuo e alla banalità del quotidiano. Ne scaturiscono naturali asimmetrie, ad esempio nell'informazione che, di norma, favorisce sistematicamente chi è abile e pronto e danneggia, invece, il consumatore comune. Fenomeni come l'insider trading nel commercio di titoli e capitali illustrano questi meccanismi in modo particolarmente chiaro.

Con il concetto di «fallimento del mercato» il capitalismo neoliberistico suggerisce l'idea che il principio (teorico) funzionerebbe, se solo la retrograda e recalcitrante vita quotidiana sapesse finalmente adeguarsi al mercato. Insomma, citando liberamente Brecht: «Non può essere ciò che non deve essere!». Apparentemente, oggi questo sconcio del «fallimento del mercato» è incalzato ad esempio da norme concorrenziali che



**I centri in crescita ben accessibili sono tra i vincitori dello sviluppo economico. La periferia ha la peggio. Nella foto: la grande segheria Stallinger nei pressi di Coira (CH).**



© CIPRA International

**Le metropoli hanno tutto e ottengono tutto. Nella foto: Trasporto su rotaia dallo stabilimento Stallinger.**

pongono limitazioni ai monopoli e ai cartelli, ma anche in questo caso l'esperienza degli ultimi decenni mostra che in effetti accade il contrario. I «global players» (vedi Microsoft o Halliburton) non tendono affatto alla concorrenza, ma al contrario cercano di acquisire posizioni di dominio del mercato, con la conseguente creazione di monopoli quasi naturali. Le imprese veramente di successo applicano ormai questa ricetta in modo esplicito.

Qualcosa di analogo accade con il postulato della trasparenza: l'obbligo d'informazione e le norme di divulgazione (ad esempio nel settore alimentare) spesso e volentieri vengono presentate, dalle associazioni economiche, come ingerenze dello Stato indebite e dannose e, se possibile, vengono ostacolate oppure successivamente ignorate. In questo modo, si potenziano enormemente le normali, quotidiane asimmetrie, portando avanti il divario globale, di cui si parlava all'inizio.

### **Mercato e politica: fianco a fianco per il futuro delle regioni periferiche**

Da queste riflessioni si può trarre la conclusione che le forze del mercato da sole non generano uno sviluppo equilibrato, ma al contrario producono squilibri. Le aree periferiche appartengono generalmente alla categoria degli svantaggiati. In queste zone, la politica dovrebbe provvedere a innalzare i relativi parieti. Il futuro delle regioni periferiche è quindi anche una rappresentazione della volontà politica. L'impiego delle risorse determina l'indirizzo da prendere. Una cosa va stabilita e cioè che il mercato e la politica devono integrarsi a vicenda. Gli accenti dati dalla politica regionale sono condizioni necessarie,

ma assolutamente non sufficienti per il successo del dibattito sui problemi attuali.

### **Concorrenza tra località e politica regionale**

Ogni regione è posta di fronte al quesito su come affrontare i meccanismi economici o di politica economica precedentemente illustrati. Con un'intensità sconosciuta, in passato, si è formata una concorrenza tra località per accaparrarsi i favori di investitori, imprese e famiglie. Ciò può diventare una vera e propria minaccia per una regione, ma viene anche utilizzata dalla pubblica amministrazione come scusa per concessioni non necessarie, ma di pura liberalità. Qui si richiede una politica regionale che percepisca il proprio campo d'azione a favore degli interessi pubblici meglio di quanto non abbia fatto sinora. Eppure, se lasciata a se stessa, ogni regione cerca automaticamente soluzioni pragmatiche ed endogene. In ultima analisi, una località risulta più interessante delle sue concorrenti se aumenta le prestazioni o almeno mantiene gli standard, se viene incontro ai privati per quanto riguarda le imposte e gli oneri e se offre infrastrutture e servizi di interesse pubblico a prezzi economici, meglio ancora gratuitamente. Poiché tutte le regioni adottano la stessa ricetta, finiscono in una «corsa verso il basso» in cui vengono offerti sempre nuovi vantaggi.

È evidente che questa strategia di esaurimento di tutte le riserve conduce inevitabilmente a un crescente indebitamento, passando per una maggiore redistribuzione dal basso verso l'alto. Così facendo, si eliminano servizi che appaiono meno decisivi nella competizione tra località, soprattutto i cosiddetti fattori locali «sensibili», come la collaborazione sociale o la qualità dell'ambiente. Allo stesso tempo cala naturalmente la disponibilità verso processi di compensazione motivati dalla politica sociale o regionale, poiché occorre certo rafforzare i

### **La pressione concorrenziale può diventare una vera e propria minaccia per una regione.**

punti di forza, non promuovere i punti deboli. Nella concorrenza tra metropoli e aree periferiche, la solidarietà tende sempre più a svanire.

In questo contesto, i costi locali si spostano a danno della periferia e a favore delle metropoli; vengono abbattuti i più svariati servizi di trasferimento in periferia mentre le aree di concentrazione degli insediamenti possono continuare ad approfittare delle esternalità. Ne deriva la nascita di territori «non redditizi», dai quali non solo gli investitori privati si ritirano, ma anche la pubblica amministrazione si ritrae sempre più.

### **Una volta tanto è il contrario: la periferia motore di rinnovamento**

La politica regionale è posta dunque di fronte a un compito difficile, per la cui soluzione deve tenere conto delle più recenti nozioni scientifiche regionali. Come esposto sopra, una mera strategia di promozione, unita alla speranza di cosiddetti effetti «spillover» (effetti di espansione nell'ambiente), non conduce

più al raggiungimento dell'obiettivo. Inoltre, in futuro, l'impiego di mezzi, sempre più scarsi, dovrà essere più concentrato e meglio motivato, poiché, senza chiari ordini di prestazioni, i finanziatori saranno sempre meno disponibili. Se ai trasferimenti si legasse l'impegno per uno sviluppo regionale sostenibile, malgrado le distorsioni del mercato, potrebbero nascere regioni modello dotate di strutture con potenzialità future. Se possibile, i vari progetti dovrebbero essere messi in rete, aumen-

tandone così le prospettive di successo. L'obiettivo a lungo termine di una simile strategia sarebbe quello di sviluppare, da questi approcci regionali, una nuova economia di mercato ecosociale, con prospettive sostenibili. Ciò significa che, per una volta, le regole del gioco per le metropoli sarebbero influenzate dalla periferia, in una direzione di «sostenibilità».

*Martin Boesch / Università San Gallo*

### **La storia della Stallinger – una lezione**

Nell'estate del 2007, il gruppo austriaco Stallinger operante nel settore del legno ha messo in funzione la nuova grande segheria nei pressi di Coira nella Valle del Reno, nel Cantone svizzero dei Grigioni. Negli ultimi due anni, sono stati investiti qui circa 100 milioni di franchi e creati 120 nuovi posti di lavoro. Il progetto è partito bene, la capacità di taglio pianificata di 600'000 m<sup>3</sup> di legno greggio è già quasi superata e se ne prevede l'aumento a circa 1'000'000 m<sup>3</sup>, ma, secondo le stime, di questi solo 250'000 m<sup>3</sup> provengono da legno locale mentre il resto viene acquistato in un'area più vasta. Oltre il 90 % del legno tagliato viene esportato, nello stabilimento appartenente al gruppo di produzione di pannelli situato nel Voralberg, nonché in Medio Oriente, negli USA e in Australia. Molti dei trasporti in partenza dallo stabilimento vengono effettuati su rotaia e una parte degli scarti viene utilizzata in loco per la produzione di energia.

Il Cantone dei Grigioni e il Comune di Domat/Ems hanno fatto tutto il possibile per poter realizzare questo insediamento: incentivi milionari, in gran parte provenienti da interventi statali di promozione dell'economia, autorizzazioni speciali, esenzione dalle imposte, cessione di terreni, ecc.

Gli effetti sull'economia regionale decentrata del legno e delle foreste sono di varia natura:

- I proprietari di boschi ottengono interessanti prezzi di vendita, a condizione che il legno corrisponda ai requisiti della Stallinger. I piccoli proprietari si mettono insieme per poter fornire i lotti richiesti. Il taglio della legna, da attività secondaria dei contadini viene trasferita sempre più in grandi imprese specializzate, con la conseguenza che la raccolta della materia prima in periferia aumenta, ma gran parte della valorizzazione delle risorse locali ad essa connessa esce dalla regione.
- Le piccole segherie e falegnamerie di paese perdono il loro lavoro consueto, poiché non sono competitive nei confronti della produzione industriale di massa su impianti high tech. A loro restano i lavori occasionali, i piccoli lotti e gli assortimenti speciali (es. legno di larice) che per la Stallinger non sono interessanti.
- Il settore della lavorazione del legno (compresa l'edilizia) gode di favorevoli condizioni di resa da stabilimento per l'assortimento standard, ma nelle zone periferiche i costi di trasporto sono elevati. Si suppone che, con il tempo, a Coira nascerà un cluster del del legno industriale con i più svariati settori a valle e a monte. È possibile anche che si creino sinergie con la locale Ems-Chemie.

### **Conclusioni**

- Gli investimenti sono il motore dello sviluppo. Se gli impulsi sono sufficientemente forti, nel luogo prescelto nascono interi cluster produttivi.
- Gli investitori decidono in base alla situazione concorrenziale a livello globale. Lo Stato promuove questo sviluppo, per potersi affermare nell'ambito della concorrenza internazionale.
- Tendenzialmente si verifica un trasferimento della produzione verso località centrali, ben accessibili, cui si associa generalmente un salto tecnologico. Pertanto, in periferia le già modeste possibilità di valorizzazione delle risorse locali ancora esistenti si riducono ulteriormente.

Se lo si osserva con le lenti della logica economica, questo processo appare sensato, perché porta solo vantaggi all'intera economia e allo Stato, ma occorre essere consapevoli che, così, si fa un uso massiccio di mezzi pubblici per potenziare le grandi strutture dei centri e indebolire le piccole imprese in periferia.

Sviluppo sostenibile nelle Alpi grazie all'economia sociale e solidale

## Da fanalino di coda a motore del mercato: l'interesse collettivo fa progressi

**A fianco della cosiddetta economia «classica», è sempre più apprezzata anche l'economia sociale e solidale che vanta una grande forza innovativa e crea benessere anche per i territori svantaggiati e i loro abitanti, che pone al centro la redditività sociale e, con i suoi valori e il suo radicamento nel territorio, provvede a uno sviluppo locale sostenibile, supportato dalla popolazione residente, sia nelle Alpi che nel resto d'Europa.**



© Oxalis

Usare il car sharing per andare al lavoro, organizzare una festa ecologica nel quartiere o in paese, comprare alimenti biologici sul posto, dotare la casa di un impianto solare: tutti questi sono modi per impegnarsi a favore dello sviluppo sostenibile, spesso senza nemmeno sapere che queste attività rientrano in un proprio ramo economico, cioè l'economia socio-solidale.

### Il «terzo settore»:

#### un settore a lungo misconosciuto

L'economia sociale e solidale non appartiene né al settore pubblico né a quello privato, ma consiste principalmente in progetti collettivi e iniziative locali della popolazione residente. Campagne di tutela di aree naturali, mezzi di trasporto innovativi, reti locali per la distribuzione di prodotti alimentari e housing association: queste e altre idee per uno sviluppo sostenibile sono spesso attuate nell'ambito dell'economia sociale e solidale.

Questo ramo dell'economia, definito anche terzo settore o settore di pubblica utilità, è caratterizzato da attività umane che fanno capo ai concetti di solidarietà, responsabilità, democrazia, sviluppo e promozione individuale e collettiva.

Sebbene sia ancora difficile confrontare i dati di questo settore in un'ottica transnazionale, essi mostrano comunque quale peso abbia soprattutto in relazione alla costituzione di nuove imprese e alla creazione di posti di lavoro. In Francia rappresenta già il 10% del totale dei posti di lavoro; In Italia, 6'200 cooperative sociali realizzano servizi dedicati alla persona e occupano soggetti esclusi dal mercato del lavoro e, dalla loro fondazione negli anni 80, gli occupati sono ormai 200'000, con una percentuale di donne del 70%. In Germania e Austria, 2,6 milioni di persone operano nel volontariato; 70'000 iniziative sono dedicate alla salute e al sociale.

**Il terzo settore pone la persona al centro: il costante aggiornamento riveste un'importanza vitale nella nostra epoca in cui tutto è più veloce. Su questo punta anche la cooperativa Oxalis che organizza corsi per i suoi soci.**

**Che ciò non vada a scapito della compagnia è dimostrato dalla tavolata di Bellecombe.**

In Europa, l'economia sociale è scaturita dalla storia del XIX secolo e ha preso piede nei settori più disparati, come assicurazioni, banche, edilizia abitativa e agricoltura, istruzione, cultura, tempo libero, occupazione e volontariato. In tempi più recenti, si sono aggiunti l'ambiente, la solidarietà internazionale e il commercio equo e solidale, riuniti nella più ampia tematica dello sviluppo sostenibile che da sempre mira a conciliare obiettivi sociali, economici ed ecologici. Il divario tra pubblico e privato è ormai

stico o l'assistenza ai bambini. Qui interviene l'economia sociale. Nascono quindi servizi aggiuntivi, legati a un miglioramento dell'ambiente di vita, quali appartamenti, trasporti pubblici, commercio locale, approvvigionamento energetico, turismo, conservazione dei beni culturali e dell'ambiente. Ne derivano una maggiore occupazione e più professioni in questi settori, con un conseguente incentivo alla generale crescita del settore economico della pubblica utilità.

Gli architetti e gli artigiani della coopera-

## Le imprese sociali sono orientate verso valori che vanno oltre la soddisfazione di interessi particolari.

sempre più superato, poiché utenti, prestatori di servizi e enti pubblici collaborano in progetti comuni e vengono alla luce nuove strutture giuridiche.

### I valori prima del profitto

Le imprese sociali mobilitano energie umane e risorse finanziarie e sviluppano attività intorno a un «oggetto sociale», con un orientamento verso valori che vanno oltre la soddisfazione di interessi particolari. Anche nella scelta dello status giuridico, di consorzio sociale, organizzazione non governativa, cooperativa o speciali gruppi sociali, si esprime la collocazione dei valori sociali al centro dell'attività. Queste imprese non puntano al massimo profitto e le eccedenze vengono in gran parte reinvestite.

Questo orientamento verso i valori si traduce, nella pratica, in modi molto diversi. Un'impresa si orienta ai valori sociali se assume persone che hanno difficoltà sul mercato del lavoro, se promuove l'aggiornamento interno, ma anche se predilige fornitori che applicano metodi di produzione ecologici e praticano il commercio equo e solidale. Appartengono a questa categoria anche ditte che esternalizzano determinati compiti e li affidano a istituti sociali, ad esempio, facendo eseguire da centri di integrazione le spedizioni postali.

### Il radicamento nel territorio

In Europa il declino dello stato sociale provoca una trasformazione dei servizi pubblici e nuove esigenze locali, sia nel campo dell'occupazione che in quello dei servizi quotidiani, come l'aiuto dome-

tiva Caracol hanno ideato un progetto che unisce obiettivi sociali ed ecologici: utilizzano argilla e legno, i materiali tipici della regione di Grenoble, sia per i restauri che per i nuovi edifici. Così facendo, riabilitano tecniche antiche e ne sviluppano contemporaneamente di nuove, per soddisfare la crescente domanda di abitazioni ecologiche. Per trasmettere la loro esperienza a quante più persone possibile, offrono corsi sull'utilizzo di questi materiali e sulla costruzione in proprio.

Questo esempio dimostra che un luogo, con i suoi abitanti e le sue reti, spesso è in grado di risolvere da sé i propri problemi, facendo ricorso alle proprie risorse naturali, umane o tecniche.

© Oxalis



**Economia sociale e solidale – un delicato germoglio con un forte potenziale di crescita.**

### Vivere e lavorare diversamente

Nel 1987, in una zona rurale delle montagne della Savoia, è nata l'associazione Oxalis per operare nel campo dell'educazione ambientale, delle manifestazioni culturali, dell'edilizia ecologica, dell'allevamento e delle escursioni a dorso d'asino. Successivamente è stata creata una cooperativa di produzione che meglio si addiceva alle molteplici attività che l'associazione svolgeva in numerosi settori, quali l'agricoltura, il turismo, la formazione professionale, l'artigianato e la cultura. Oggi, Oxalis è diventata una cooperativa di occupazione, ma quello che non è cambiato è il suo obiettivo principale: «vivere e lavorare diversamente».

Come dice il suo stesso nome, la cooperativa crea le condizioni per un'occupazione, altrimenti difficile in questa regione. I soci tengono una contabilità e un'amministrazione comuni e gli investimenti in termini di tecnologia e personale sono a carico della cooperativa. Ognuno è dipendente fisso e si assume quindi un rischio ridotto. Le singole professioni sono però indipendenti l'una dall'altra. Attualmente sono circa 50, tra cui scalpellini, pasticceri, musicisti, curatori del paesaggio, psicanalisti o esperti di sviluppo sostenibile. I nuovi soci sono i benvenuti e possono usufruire della forma giuridica e del finanziamento esistenti.

[www.oxalis-scop.org/](http://www.oxalis-scop.org/)



La tradizionale arte del fabbro ferriero è a rischio di estinzione, ma con la cooperativa Oxalis ha una possibilità di sopravvivenza. Nella foto: Ludovic Biais, socio Oxalis, mostra ai curiosi la sua abilità con ferro e fuoco.

È tipico dell'economia sociale sviluppare principalmente in aree, nelle quali l'economia tradizionale incontra difficoltà, nelle grandi città, nelle regioni prevalentemente rurali o nelle zone residenziali. Essa è quindi frequentemente un effetto collaterale della forte disoccupazione oppure è legata a determinate categorie, come gli anziani. In Francia, ad esempio, ha un ruolo più importante nelle località turistiche estive che non in quelle invernali.

#### **In mezzo e insieme a pubblico e privato**

L'economia sociale e solidale rappresenta un fattore di equilibrio tra l'interesse generale della pubblica amministrazione e l'interesse privato dell'economia. Le sue attività spesso iniziano là dove lo Stato e l'economia si scontrano con problemi sociali e strutturali.

L'attività economica sociale e solidale deve soddisfare le esigenze sia del pubblico che del privato. Da un lato, deve rendersi finanziariamente indipendente mediante la vendita dei suoi servizi e, dall'altro, deve ricorrere agli aiuti pubblici, ma riceve fondi solo se può dimostrare l'utilità per scopi sociali.

#### **Un taxi, una montagna e un ufficio per tutti**

Gli abitanti della regione dell'Austria superiore devono il loro taxi collettivo «mobiles Dorf» all'attività dei volontari. Inizialmente, di questo servizio potevano usufruire solo le famiglie che partecipa-

vano al progetto, poi, grazie ai fondi pubblici, è stato possibile allargare la cerchia degli utenti, ma ciò non garantisce che resterà in vita in modo permanente. Il Land può infatti revocare il riconoscimento – purtroppo non ancora ovvio nella nostra società – di interesse collettivo e di utilità sociale.

Gli operatori dei trasporti del Dipartimento Hautes Alpes in Francia sapevano che occorreva presentare meglio l'offerta turistica della loro regione. I politici, gli uffici e il settore turistico, spesso in concorrenza tra loro, hanno quindi deciso di collaborare all'interno di una cooperativa di interesse pubblico. Il risultato sono stati un sito web e una centrale di prenotazioni per l'intera offerta di soggiorno e

manifestazioni di questa regione montana che vive per il 90% di turismo. Il Dipartimento, che ha messo il 20% del capitale, ha inoltre avviato, insieme all'associazione francese dei paraplegici (APF), l'istituzione del servizio «una montagna per tutti» a favore dei disabili. Grazie a

### L'economia sociale e solidale deve soddisfare le esigenze sia del pubblico che del privato

questa diversificazione, l'offerta si indirizza quindi a gruppi target specifici.

#### **Reti utili**

L'economia sociale e solidale si organizza in reti che hanno l'effetto di mobilitare gli enti locali, i consorzi regionali e nazionali, le organizzazioni di soccorso, le fondazioni e i centri di studio. La base per questo tipo di agire comune consiste nei rapporti personali e nella fiducia, nel comune utilizzo delle informazioni, nonché, con una particolare motivazione, nella competenza e nell'entusiasmo. Il successo delle reti dipende non tanto dal numero dei soci che ne fanno parte o dalla loro influenza, ma piuttosto dalla loro capacità di

smuovere qualcosa. Inoltre, è importante superare tutti i confini e sviluppare conoscenze specialistiche.

Con le sue commissioni e reti internazionali, la forma organizzativa della CIPRA è particolarmente adatta al «suo» territorio, cioè le Alpi. La CIPRA lavora per e con diverse reti, come «Alleanza nelle Alpi» o NENA, una nuova rete di imprese, nata dall'intento di coinvolgere anche l'economia. L'impegno della CIPRA si basa sulla tecnologia di informazione e comunicazione, il che incentiva una «unità d'azione» a livello internazionale. Infine, la CIPRA fa sì che si incontrino iniziative di zone diverse e know-how diversi, per ottenere un effetto più intenso e uno scambio di esperienze prezioso per tutti.

#### **Maggiore strutturazione per maggiore visibilità, incisività e riconoscimento**

Una delle colonne portanti del terzo settore è la partecipazione della popola-

zione ai progetti di sviluppo regionale. Nell'ambito della democrazia locale, ci sono sì possibilità di partecipazione, ma per poter influire sulle decisioni politiche, il settore necessita di maggiori e più efficaci strutture. Se le iniziative dei cittadini intendono davvero contribuire alla democratizzazione dell'economia, devono penetrare nei nuovi ambienti pubblici a livello europeo e internazionale, aiutando così i vari movimenti e l'economia sociale e solidale nel suo complesso a ottenere una maggiore visibilità. Diventando noti a un grande pubblico internazionale, essi potranno anche fungere da modello e da motivazione per impegni simili in atto in altri paesi, magari alle prese con ostacoli. Una presenza professionale e consapevole costituisce un importante presupposto affinché l'impegno sociale non venga più relegato nella nicchia del «buonismo», ma possa essere percepito seriamente come un importante fattore economico. Con strutture chiare e successi visibili sul piano delle

innovazioni socioeconomiche che diano un contributo allo sviluppo sostenibile, le organizzazioni del terzo settore otterranno la stessa legittimità dei governi e delle imprese dell'economia tradizionale. E l'economia sociale e solidale assurgirà finalmente al rango ufficiale che da lungo tempo le appartiene.

*Odile Jacquin, SCOP La Peniche*

#### **SOL – una moneta sociale per la rivalutazione dell'economia sociale e solidale**

Tre grandi città francesi sperimentano attualmente il SOL, una moneta sociale locale, volta a promuovere il commercio e gli operatori del posto. Il SOL si basa sui valori dell'aiuto reciproco e della solidarietà, nonché dell'utilità sociale ed ecologica. Gli iniziatori del progetto, la cooperativa «Chèque Déjeuner», le società di mutua assicurazione MACIF e MAIF e la banca cooperativa Crédit coopératif, hanno ottenuto un forte sostegno dall'Unione Europea. I comitati locali devono studiare le possibilità di applicazione di questa carta di credito sociale che può essere utilizzata dagli «operatori del consumo» come una fidelity card (Sol coopération) per l'acquisto di prodotti biologici e del commercio equo e solidale oppure per il pagamento di servizi di imprese sociali. Con la carta si può anche farsi accreditare del tempo per le iniziative di volontariato svolte nell'ambito di un progetto (Sol engagement), ottenendo così l'accesso ad altri servizi di volontariato offerti dai membri della rete. Il Sol può inoltre essere utilizzato come check service (Sol affecté). Sostenuto da imprese, società mutue o autorità pubbliche, consente a determinati titolari di usufruire di servizi pagati in anticipo, forniti dai soci della rete. In questo modo, un comune può dare la possibilità ai beneficiari degli aiuti sociali di fare acquisti in un negozio sociale di alimentari, di noleggiare una bicicletta o frequentare un corso di computer. Una volta accreditati, i SOL sono disponibili per tre o sei mesi, dopo di che perdono il loro valore, per impedire che le carte vengano accumulate e per promuovere una rapida circolazione della moneta. I SOL tuttavia non scadono completamente, ma vengono trasferiti su un conto che serve a finanziare progetti socialmente utili.

Il progetto transazionale Eurogol riunisce sei progetti Equal nazionali o regionali di quattro paesi europei: il francese «Sol», il portoghese «S. Bras Solidario», i due progetti italiani «NuoviStiliDiVita» e «Nuove Officine» e i due spagnoli «Tesis» e «Eres Sevilla».

<http://www.eurosol.info/>

Ritratto: Josef Schett

## Un produttore che, puntando sulle pecore, unisce le persone

**L'allevatore e imprenditore Josef Schett, 20 anni fa, ha puntato tutto sugli ovini della Valle di Villgraten nel Tirolo orientale. Qui si producono materassi, tessuti isolanti, carni e formaggi destinati a un mercato di fascia alta.**



© Villgrater Natur

**Signor Schett, la fattoria di montagna a 1550 metri, da cui Lei proviene e dove vive nella Valle di Villgraten nel Tirolo orientale ha 500 anni. Suo padre era un buon allevatore di bovini. Invece, 20 anni fa, lei ha cambiato tutto e si è dedicato interamente agli ovini. Perché?**

Perché i bovini non davano più da vivere. Fiumi di latte e montagne di burro e carne: queste erano le parole d'ordine degli anni 80. Per questo, ho studiato per lavorare in banca. Però pensavo: non può essere, i miei antenati vivono in quella valle da 700 anni e hanno dovuto affrontare tempi ben più difficili dei nostri. Allora ho osservato il mercato austriaco: si importano oltre 300'000 agnelli e quasi tutto il formaggio di pecora. E da noi avevamo vasti pascoli in pendenza, molto più adatti agli ovini che non ai bovini. Ho girato tutta l'Europa alla ricerca di alternative, ma allora ce n'erano davvero poche. In valle poi ho trovato tre agricoltori che hanno deciso di collaborare. Uno di loro faceva il macellaio. Nel 1985 ho fondato «Villgrater Natur» e abbiamo iniziato.

**In una valle isolata con poco turismo, i consumatori lontani ...**

Per caso ho scoperto che un Professore di economia aveva lanciato un progetto di tutoraggio al quale ho deciso di partecipare. Gli studenti dovevano esercitarsi in libertà. Io ero l'elemento esotico, il contadino che vuole lavorare e commercializzare i suoi prodotti da sé. Attraverso la tesi di laurea abbiamo ottenuto i dati fondamentali e contatti con il settore della gastronomia. Anche la stampa si è interessata a noi. Eravamo famosi prima ancora di lanciare i prodotti sul mercato. Siamo stati i primi in Austria a sviluppare un concetto di marketing per la commercializzazione della carne d'agnello e del formaggio di pecora. Io ho frequentato corsi per casari in Svizzera. La prima estate però, nel 1986, successe il disastro di Chernobil. Anche se da noi non c'era stata pioggia per una settimana e la radioattività non era elevata, non c'era nulla da fare. L'isteria era alle stelle. Così ci siamo mangiati il nostro formaggio e abbiamo fatto esperienza.

**Evidentemente non era un motivo per abbandonare. Dov'era la vostra nicchia di mercato? In fondo avete iniziato con carne e latte, di cui ce n'erano già fiumi e montagne, seppure di bovino.**

Era la gastronomia di alto livello, per la quale continuiamo a produrre molto. A Villgraten abbiamo il Gannerhof, un ristorante segnalato dalle migliori guide. Inoltre, vendiamo a privati e a ospiti affezionati. L'agnello di montagna del Tirolo orientale è diventato un marchio. Abbiamo incrociato due razze per mi-

**Josef Schett, 46 anni, è allevatore e imprenditore – oltre che ex sindaco – della Valle di Villgraten nel Tirolo orientale, una «valle laterale marginale», come l'ha definita una volta Johannes E. Trojer, pubblicita locale e studioso molto critico delle tradizioni popolari.**

gliorare la carne, la «Steinschaf» e la «braune Bergschaf» che allevo io stesso. Allora c'è stato un boom. Oggi macelliamo da 700 a 800 pecore all'anno e ne rivendiamo circa 1'000, tutte provenienti dalla valle o da un raggio non superiore a 20 km. Il Tirolo orientale è la zona dell'Austria più ricca di pecore, con 20'000 capi su 350'000 di tutto il Paese. Collaboriamo con una macelleria che ha due filiali nel Tirolo orientale. Abbiamo un canale diretto di fornitura della nostra carne alla Hipp, un'azien-

«La valorizzazione delle risorse locali deve restare in valle.»

da specializzata negli alimenti per neonati. Noi riusciamo a pagare ai contadini circa il 20% in più delle catene di supermercati che dettano i prezzi. Due catene acquistano il nostro speciale salume di agnello.

#### **Quando e perché ha iniziato la lavorazione della lana nella sua azienda?**

All'inizio in misura modesta. La lana non valeva niente. L'industria esige lana bianca fine. Per il melange delle nostre razze incrociate o della pecora di montagna marrone non c'è domanda. Mi sono chiesto allora dove si potesse altrimenti impiegare la lana e ho notato che in passato nelle case si usava per riempire lo spazio dietro il rivestimento in legno, come isolante. Oggi lavoriamo 100 tonnellate di lana grezza, raccolta tramite le associazioni di allevatori, e miriamo a raggiungere l'obiettivo di lavorare tutta la lana di pecora austriaca, pari a 300 tonnellate all'anno. Ne avremmo la capacità, dobbiamo solo lanciare il nostro messaggio: a Villgraten c'è qualcuno che realizza prodotti con la lana di pecora.

#### **Avete trasferito la produzione del materiale isolante in una vostra impresa ...**

La ditta Woolin, fondata nel 2003. Gernot Langes-Swarovski è entrato in società con il 49%. Io ho il 51%. Con Woolin e il know-how di Langes-Swarovski, vogliamo entrare sul mercato internazionale dei materiali per l'edilizia, nel segmento residenziale alto. Il tessuto isolante è un materiale prezioso, utile per l'insonorizzazione dei pavimenti, per l'isolamento delle pareti ed è anche un filtro biologico contro le sostanze nocive.

Per la distribuzione, abbiamo dei partner regionali nel settore edile, come aziende di carpenteria, falegnami o posatori per le guaine insonorizzanti. I principali mercati per i prodotti isolanti sono l'Austria, il Nord Italia e la Svizzera, ma collaboriamo anche con produttori di case prefabbricate in Polonia.

#### **Esiste una rete con prodotti regionali. L'associazione si chiama «Natur aus Osttirol» (Natura dal Tirolo orientale). Che importanza ha?**

Abbiamo una stretta collaborazione nella zona. Da dieci anni c'è «Natur aus Osttirol», alla quale appartengono dodici ditte, tra cui la «Osttirol-Werbung». Vi aderiscono macellai, panettieri, un produttore di grappa, un'azienda di lavorazione della carne, produttori di marmellata e olio di pino, il caseificio del Tirolo orientale e noi di Villgrater Natur. Un'idea regalo è il cesto tirolese che contiene i nostri prodotti.

#### **Com'è la collaborazione con il Gannerhof di Innervillgraten, secondo numerose riviste di gastronomia uno dei principali ristoranti austriaci?**

La collaborazione è molto importante, non solo perché si tratta di un ristorante noto per le sue ricette di agnello di montagna del Tirolo orientale, ma anche perché il «Gannerhof» ha numerose case con stanze arredate in stile tradizionale con il legno locale. Lampade e serramenti provengono da fabbri della zona. I materiali isolanti sono della Woolin, materassi, imbottiture, coperte sono fatti con la nostra lana di pecora. Molti ospiti del ristorante comprano da noi questi prodotti. Il Gannerhof ci fa pubblicità su provvigione. E io sono molto contento che in molte case della valle ci siano i nostri materassi.

#### **State ampliando l'azienda. Con quale obiettivo?**

Vogliamo ingrandire il negozio, nel quale vendono i loro prodotti anche 30 contadine. Al primo piano offriremo i nostri prodotti alimentari. Il nostro obiettivo consiste nel passare da 8 a 15 dipendenti. Contando anche la sartoria, con cui collaboriamo, e i contadini delle fattorie, dà da vivere già a circa 15 persone. Circa 50 contadini della zona forniscono la loro carne e diventano migliaia, se si considera anche la lana che viene acquistata in tutta l'Austria.

#### **Qual è l'aspetto più importante della sua attività?**

Per me è stato sempre importante che la valorizzazione delle risorse locali restasse in valle, venisse portata in valle, per potervi sopravvivere, per costruire qualcosa per le generazioni future. L'obiettivo non può essere lo spopolamento delle nostre valli.

*Intervista di Benedikt Sauer dello Standard*



**Le aziende di Josef Schett Villgrater Natur, fondata nel 1986, e Woolin, creata nel 2003 con la partecipazione di Gernot Langes Swarovski, con vari prodotti di pecora e agnello, conseguono un fatturato di 1,3 milioni di Euro. Attualmente Schett sta ampliando l'azienda con l'intento di raggiungere presto i 2 milioni.**

Dalle cooperazioni passando per le reti sino ai cluster – la nuova strada dell'economia

## Reti robuste per grosse prede

**Il territorio alpino, con la sua competenza in costante crescita e con la variegata esperienza in tema di economia sostenibile, ha l'opportunità di assumere un ruolo di primo piano nella concorrenza globale tra regioni. Cooperazioni, reti e cluster possono dare un contributo decisivo in questo senso.**

Il nostro tempo è caratterizzato da una tendenza dominante alla creazione di reti, andamento determinato soprattutto da tre forze trainanti: una trasformazione strutturale dell'economia con il passaggio a forme di produzione più flessibili e tassi d'innovazione elevati (specializzazione flessibile, concentrazione sulle competenze chiave, orientamento al cliente, ecc.), i vantaggi competitivi delle piccole organizzazioni orientate al progetto, senza gerarchie e dotate di un'elevata flessibilità rispetto alle grandi organizzazioni gerarchiche e, non ultimo, la rapida diffusione delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione.

### Le reti si fondano sulla collaborazione

Le reti tra persone, progetti e imprese offrono numerosi vantaggi. Sono più flessibili delle organizzazioni gerarchiche, promuovono sinergie tra i diversi saperi, la creatività e le innovazioni interne ed esterne, riducono i rischi portati dalle novità e molto altro. In economia, le reti nascono per lo più quando il successo di cooperazioni d'impresa porta a grandi metacooperazioni. Le collaborazioni sono il presupposto per la nascita di reti complesse, le quali viceversa creano un terreno proficuo per la costituzione di nuove imprese e cooperazioni imprenditoriali.

Dal punto di vista lessicale, la cooperazione è «l'agire comune di almeno due persone allo scopo di raggiungere un obiettivo migliore». Seguendo il motto «insieme siamo più forti», gli attori coinvolti impiegano le loro capacità per trarre profitto dalla collaborazione. In ogni caso, il rendimento comune deve diventare superiore alla somma delle singole prestazioni. Qui risiede il valore aggiunto di una cooperazione. Per essere tali, le cooperazioni devono

presentare almeno le sei caratteristiche seguenti:

**Partner identificabili:** I partner sanno gli uni degli altri e ognuno sa chi sono gli altri partecipanti

**Orientamento all'utilità:** Ogni partner si aspetta un'utilità per sé e tutti presuppongono che il valore aggiunto previsto si possa ottenere solo o comunque più facilmente attraverso la cooperazione.

#### Orientamento ai punti di forza:

I partner, nel loro agire comune, si orientano in base ai rispettivi punti di forza. Il valore aggiunto che ci si aspetta di ottenere dalla cooperazione nasce dal concorso di determinati punti di forza dei partner della cooperazione.

**Parziale accoppiamento:** I partner contribuiscono con determinati punti di forza, ma mai con tutte le proprie energie.

**Autonomia:** I partner mantengono la propria autonomia.

**Sistematicità:** Attraverso la cooperazione nasce un nuovo sistema sociale con una dinamica di sviluppo e un'imprevedibilità che gli sono proprie.

#### Impegnativo lavoro di relazione

La gestione e il successo delle cooperazioni dipende in misura rilevante da quali di queste caratteristiche vengano effettivamente considerate e messe in atto. Le cooperazioni d'impresa sono generalmente progetti molto impegnativi che richiedono molta pazienza, esperienza e professionalità da parte degli operatori. A ciò si aggiunga il fatto che le cooperazioni rappresentano sistemi sociali molto vivaci in costante trasformazione che non si possono pianificare fino nei minimi dettagli. Sono di fatto più della semplice somma delle parti. Accade come nella vita di relazione, in cui anche i rapporti di massima fiducia non sono esenti dalle crisi e spesso ci sono buoni motivi per interrompere una cooperazio-

ne prima che sia troppo tardi oppure addirittura per lasciarla perdere.

### Risultato come obiettivo, oppure gioiosa ricerca di nuove possibilità

Le cooperazioni e le reti sono due fenomeni che hanno molte cose in comune, ma anche nette differenze. Mentre nelle cooperazioni si distingue chiaramente chi ne fa parte e chi no, questa delimitazione non è altrettanto netta nelle reti. Spesso non occorre decidere un'adesione formale, ma si tratta di un coinvolgimento più o meno intenso, poiché le reti non mirano in primo luogo al raggiungimento di un obiettivo comune, ma piuttosto alla possibilità di coinvolgere altri attori. Le reti sono sistemi aperti. Si possono definire come «infrastrutture sociali», utilizzate per creare relazioni con altri attori, le quali possono garantire una notevole utilità a molte persone e imprese.

La costituzione e il mantenimento di queste infrastrutture sociali richiede, come nelle reti materiali, un notevole impiego di risorse. Quindi le reti grandi e complesse non vengono istituite dai singoli operatori, ma necessitano di una lunga e complessa collaborazione di un gran numero e una notevole varietà di operatori. Ci vuole molto tempo per creare delle reti sociali, poiché il legame tra gli operatori di una rete è molto meno forte che nelle cooperazioni e c'è un minor senso di appartenenza. La possibilità di gestire e dare forma ad associazioni con le caratteristiche di una rete è soggetta a limiti ancora più ristretti che non nelle cooperazioni.

Una forma particolare di reti economiche sono i cosiddetti cluster regionali, risultato di processi territoriali di specializzazione di lunga durata e della conseguente formazione di vantaggi competitivi a livello regionale. Il fenomeno della specializzazione regionale non è nuovo,

come dimostrano gli esempi dei centri di costruzione di navi dell'antichità, i produttori di tessuti delle Fiandre o l'industria del cristallo di Boemia. Oggi a trainare la società globale delle reti ci sono ad esempio il cluster cinematografico di Hollywood o la Silicon Valley in California.

L'economista americano Michael E. Porter, alla fine degli anni 80, ha avviato una ricerca sui motivi che, in alcune regioni, hanno generato una crescita e un'occupazione superiori alla media. Nel fare ciò, ha osservato che, nelle regioni di successo, le imprese e le istituzioni di un determinato settore sono concentrate in un territorio relativamente ridotto, sono strettamente legate tra loro e collaborano su diversi piani. Tali collegamenti si creano ad esempio attraverso l'impiego di una tecnologia comune, l'utilizzo di canali di vendita comuni, l'organizzazione di programmi di aggiornamento o la fondazione di istituti di ricerca e sviluppo

comuni. Anche imprese concorrenti sono legate tra loro dalle cooperazioni. Data la vicinanza geografica, esistono molteplici contatti personali a tutti i livelli gerarchici delle imprese. Le conoscenze interne ed esterne sono oggetto di uno scambio costante, insieme si trova-

### Ci vuole molto tempo per creare delle reti sociali.

no nuove soluzioni; le imprese diventano più produttive, l'intera regione diventa più interessante e altre imprese vi si insediano. Porter ha inoltre riconosciuto l'importante ruolo che le istituzioni di sostegno esercitano sullo sviluppo economico delle regioni. Si tratta di università, istituti di ricerca, prestatori di servizi economici, autorità, associazioni professionali, istituti di aggiornamento, ecc., per i quali la convivenza in forma di rete di istituti scientifici, infrastrutture, condi-

zioni politiche e forza lavoro qualificata ed esperta costituisce un aspetto particolarmente importante.

Dunque, in Europa, negli anni 90, sono partite numerose iniziative di politica economica, accompagnate dai relativi programmi pubblici (fondi strutturali UE,

iniziative comunitarie dell'UE, programmi nazionali e regionali di promozione della cooperazione tra piccole e medie imprese, ecc.), le quali hanno lo scopo di sostenere gli effetti positivi della formazione di cluster regionali. Tuttavia, la pubblica amministrazione non dovrebbe cercare di creare dei cluster, poiché questi sono generati dal mercato e si sviluppano nel corso di più decenni. Il settore pubblico può però fungere da catalizzatore. Ad esempio, alla fine degli



La Silicon Valley delle Alpi: I cluster economici sono il frutto della specializzazione di una regione.

anni 90, nel Land federale di Salisburgo la politica economica della regione ha dato vita a un cluster per il settore del legno, tramite il quale si intendeva stimolare la collaborazione delle aziende e di conseguenza la competitività dell'in-

## I cluster vengono generati dal mercato e si sviluppano nel corso di più decenni.

tero settore regionale del legno. Quest'ultimo comprendeva a Salisburgo circa 1'300 aziende con 8'000 occupati, di cui l'80% circa formato da piccole imprese con meno di 10 dipendenti. L'iniziativa ha assunto la forma di un progetto comune dell'amministrazione del Land e dei rappresentanti del settore. Dopo oltre sette anni di sviluppo del cluster, si è riusciti a dare impulso a 60 cooperazioni regionali d'impresa, alle quali ha partecipato circa un quarto delle imprese del settore.

Si suppone che in tutto l'arco alpino esistano più di cento cluster regionali che nel loro complesso forniscono un quadro significativo dei punti di forza economici e delle risorse naturali e sociali dell'intera regione rispetto ad altre regioni del mondo. La varietà di queste reti è grande e va dai tradizionali cluster,

esistenti da secoli, come i produttori di orologi del Jura svizzero o il cluster finanziario di Zurigo, alle nuove reti basate sui saperi dei settori relativamente giovani della tecnologia di informazione e comunicazione, delle biotecnologie,

della meccatronica, delle creative industries, ecc. Il successo economico di queste reti regionali è enorme e molte di esse godono di una considerevole quota di mercato nei rispettivi settori economici. Per lo più i cluster sorgono negli agglomerati urbani, sia nelle piccole città sia intorno alle metropoli mentre sono piuttosto rari nelle zone rurali.

Dal punto di vista odierno, molto fa ritenere che l'area alpina, con il suo enorme know-how potenziale per quanto riguarda le soluzioni in tema di sostenibilità, in futuro possa assumere una posizione di primo piano nella concorrenza globale tra le regioni. Nei settori della tecnica ambientale, le materie prime rinnovabili e lo sfruttamento sostenibile delle risorse si sono già costituiti numerosi cluster internazionali di successo che danno anche un importante contributo all'eco-

nomia sostenibile del territorio alpino. I reali effetti sulla sostenibilità dipenderanno in ultima analisi dagli obiettivi, dagli interessi degli attori interessati e dai successi conseguiti nell'attuazione. Quanto più le singole imprese si apriranno al tema della sostenibilità, tanto più si avrà accesso alle loro reti. Tuttavia, le reti di per sé non costituiscono una garanzia di maggiore sostenibilità. Dati i brevi percorsi di comunicazione e l'elevata flessibilità, le reti possono certamente favorire soluzioni efficaci in termini di sostenibilità, ma proprio la loro apertura e la mancanza di impegni possono anche impedirne la realizzazione.

*Harald Payer, ÖAR Regionalberatung GmbH, Wien*

### Esempi selezionati di cluster regionali

Germania	Biotech nella regione di Monaco, forniture automobilistiche in Baviera, cluster di visual computing nel Baden-Württemberg
Francia	Produzione di montature per occhiali nell'Alto Jura, cluster aerospaziale nella zona nel Rodano-Alpi, biotecnologie nel Rodano-Alpi, sport invernali nel Rodano-Alpi, digital entertainment nel Rodano-Alpi
Italia	produzione di componenti per seggiovie a Udine, lavorazione della seta a Como, arte orafa a Vicenza, industria della ceramica in Emilia Romagna, IT e software a Bolzano, legno in Alto Adige, rete alpina in Alto Adige
Austria	industria e forniture automobilistiche nella Stiria, Eco World Styria, cluster dell'Austria superiore (automobili, materie plastiche, mobili e legno, sanità, meccatronica), legno a Salisburgo, edilizia-energia-ambiente nell'Austria inferiore, benessere nell'Austria inferiore, settore automotive nella regione di Vienna.
Svizzera	Cluster finanziario di Zurigo, creative industries di Zurigo, orologi nel Jura, tecnologia medica a Berna, cluster degli alimentari
Slovenia	Cluster HVAC (heating, ventilation, air conditioning), tessile sloveno, giocattoli, logistica dei trasporti, stampi, Giz Geodetskih Izvajalcev Slovenia

NENA: dal progetto Interreg IIIB alla rete di imprese nelle Alpi

## Una voce comune per uno sviluppo sostenibile nelle Alpi

**Il progetto Interreg III B NENA – «Network Entreprises Alps» – è cominciato nel marzo del 2006. A soli diciotto mesi di distanza, la creazione di una rete di piccole e medie imprese è ormai a portata di mano.**

Red. L'ambizioso scopo del progetto NENA è consentire agli attori economici (e in particolare alle PMI, principali creatrici di posti di lavoro nelle Alpi) di rimanere competitivi, consentendo loro di partecipare sempre più attivamente alla riflessione globale sullo sviluppo sostenibile nelle Alpi.

Nell'arco alpino ci sono aziende e raggruppamenti di imprese consapevoli che la loro responsabilità nei confronti della società va ben oltre la creazione di nuovi posti di lavoro o il contributo al PIL. Imprese che hanno la volontà di sviluppare prodotti e sistemi di produzione che hanno senso non solo sul piano economico, ma anche ecologico e sociale. Eppure le potenzialità di innovazione a livello di sviluppo sostenibile sono ancora poco sfruttate, per mancanza di manodopera, di una rete funzionale e mercati target nonché di idee e strategie che consentirebbero di realizzare sinergie all'interno dei vari settori economici e tra di loro. Per raccogliere questa sfida e innovare, queste aziende e raggruppamenti di imprese hanno bisogno di supporto e idee.

Il progetto NENA e la rete che ne deve scaturire si prefiggono per l'appunto lo scopo di dare il necessario supporto alle imprese e ai loro raggruppamenti, in modo da imprimere un nuovo impulso e realizzare, attraverso l'arco alpino, una rete di piccole e medie imprese e organizzazioni centrali. Nella prima fase, i partner del progetto NENA concentreranno le iniziative sui settori delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica e della filiera del legno. Le questioni chiave a cui NENA cerca di trovare soluzione sono connesse alla gestione dell'innovazione, allo scambio di know-how ed esperienze, all'istruzione e formazione nonché all'ottimizzazione dei processi e gestione delle interfacce tra i vari anelli delle filiere.

Per consentire alle piccole e medie imprese, spesso concentrate sul breve termine, di acquisire una cultura dell'innovazione nei loro meccanismi di funzionamento, i partner NENA sviluppano un programma di «assistenza all'innovazione» per sostenere le aziende.

NENA attribuisce anche un ruolo importante allo scambio di know-how ed esperienze nonché all'istruzione e alla formazione. Tutto ciò si concretizza in particolare nel programma estivo



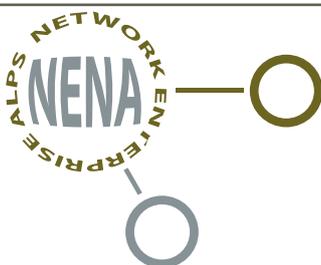
**Impegno innovativo per la sostenibilità ambientale e sociale: i partner del progetto in un incontro a Torino/I.**

di formazione pratica destinato ai carpentieri apprendisti e nel «Master di edilizia in legno» che comprende excursus e interventi di vari partner NENA. Inoltre, due seminari di confronto tra professionisti si sono svolti sul tema dell'edilizia in legno e del finanziamento delle energie rinnovabili.

Nel settore dell'energia, il progetto NENA ha consentito ai partner di avviare numerosi cantieri per promuovere una maggiore consapevolezza ambientale e soluzioni energetiche ottimizzate. Le iniziative regionali vanno dall'utilizzo delle biomasse o del biogas al miglioramento dell'efficienza energetica nei nuovi e nei vecchi edifici, passando dalla promozione di un fondo cittadino, ECOPOWER, per il finanziamento delle energie rinnovabili.

Altri partner NENA si adoperano per una maggiore efficacia e innovazione nella filiera del legno, per esempio attraverso il «Premio dell'edilizia in legno 2007» (Vorarlberg/A) che premia straordinarie costruzioni. Un'attenzione particolare è rivolta alla valorizzazione regionale e al concetto di casa passiva.

La rete di imprese nelle Alpi, che verrà realizzata prima del termine del progetto, è un'opportunità privilegiata per permettere a questa serie di iniziative di proseguire ed essere sviluppate, ad altri progetti di emergere e alle nascenti collaborazioni di consolidarsi.



**Durata del progetto:** marzo 2006 – febbraio 2008

**Budget:** 2,48 milioni di euro

**Lead-Partner:** Entwicklungsverein Natur und Kulturerbe Vorarlberg/A

**Partner del progetto:** Autonome Provinz Bozen - Innovation, Forschung, Entwicklung und Genossenschaften/I, Rhône Alpes Energie-Environnement/F, Regione Piemonte - Assessorato alle Politiche Territoriali/I, Fachhochschule Rosenheim/D, Posoški razvojni Center/SL, Energieagentur Judenburg-Knittelfeld-Murau/A, Tiroler Zukunftsstiftung/A, Innovations Transfer Zentralschweiz, ITZ /CH, CIPRA Internazionale

3° Rapporto sullo stato delle Alpi: si parte!

## Noi Alpi! Uomini e donne costruiscono il futuro

**Il 3° Rapporto sullo stato delle Alpi racconta di uomini e donne che, nelle Alpi, vogliono essere fautori del proprio futuro. Di iniziative che trasformano in realtà vissuta la visione di uno sviluppo sostenibile. Di uno degli spazi naturali e culturali più grandi e significativi dell'Europa Centrale: le Alpi.**



© Christoph Pueschner/Zeitenspiegel

Red. Il 1° e il 2° Rapporto sullo stato delle Alpi della CIPRA, pubblicati nel 1998 e nel 2001, sono ormai considerati due opere fondamentali sullo sviluppo sostenibile nelle Alpi. Il terzo volume si prefigge ora di proseguire questa tradizione e di rivolgersi a un pubblico ancora più vasto con reportage appassionanti e immagini in bianco e nero di grande intensità espressiva. A tal fine la CIPRA si è potuta avvalere di autrici, autori, fotografe e fotografi più volte premiati dell'agenzia Zeitenspiegel, che lavora per testate giornalistiche come «Stern», «Spiegel», «Facts» o «New York Times Magazine».

### Riflettori puntati sui costruttori di futuro

Nell'immaginario di molti le grandi montagne sono sinonimo di sublime eternità, salvaguardia di usi e costumi, vacanze e stazioni sciistiche. Ma le Alpi costituiscono anche un ecosistema delicato, le cui minacce sono ben conosciute: città e paesi che ne divorano il paesaggio; pendici martoriolate dalle piste da sci; piccoli paesi abbandonati dai loro abitanti; lo scioglimento

dei ghiacciai causato dai cambiamenti climatici; le valanghe d'auto nei weekend. Fortunatamente questi vecchi problemi possono ora essere affrontati ricorrendo a nuovi approcci risolutivi, sostanzialmente innovativi e rinfrancanti, messi a punto grazie all'impegno di molti uomini e donne di tutto lo spazio alpino. Il 3° Rapporto sullo stato delle Alpi si concentra su questo rinnovamento. Nella prima parte, attraverso quindici reportage, vengono presentati personaggi e iniziative meritevoli di essere resi noti. I temi presentati riflettono la varietà delle Alpi: agricoltura, aree protette, turismo, trasporti, arte e cultura, politica a livello nazionale e locale, artigianato regionale, economia tradizionale e moderna.

Gli inventori sociali presentati fanno vedere già oggi quale potrebbe essere l'aspetto dello sviluppo ambientale e socialmente sostenibile di domani, persone animate da grandi visioni, ma capaci anche di realizzare piccoli passi. Con il loro lavoro, le loro reti e alleanze, le loro idee e metodi, i loro progressi, ma anche insuccessi, i costruttori di futuro ci ricor-

dano come l'economia e la convivenza civile nelle Alpi possano funzionare efficacemente e in armonia con la natura. Il libro è dunque qualcosa di più di un'opera di piacevole lettura o di un volume di mera consultazione con dati e informazioni utili. Vuole piuttosto stimolare il lettore a diventare parte attiva dei cambiamenti della società.

**Anche questo 3° Rapporto sullo stato delle Alpi non trascura certo le relazioni di approfondimento e i dati statistici:** la seconda parte del volume fornisce la base scientifica delle «buone pratiche» raccontate nei reportage, approfondisce i casi concreti e li inserisce in un contesto più ampio. L'ultima parte contiene infine una grande quantità di dati correlati da un'interpretazione chiara e comprensibile.

**Il libro è uno stimolo che risveglia il desiderio di partecipare attivamente alle trasformazioni della società.**

**«Futuro nelle Alpi»: uno studio della CIPRA con impatto sulla realtà**

La base scientifica del libro è costituita da uno studio ampio e approfondito coordinato dalla CIPRA. Con il titolo «Futuro nelle Alpi», 40 esperte ed esperti tra esponenti della ricerca e professionisti hanno raccolto le conoscenze disponibili ed elaborato sei quesiti per il futuro. Singoli gruppi di lavoro hanno quindi preso in esame sei tematiche differenti: il valore aggiunto regionale, la capacità d'azione sociale, il ruolo delle aree protette per la biodiversità e lo sviluppo regionale, il traffico pendolare, turistico e per il tempo libero, le nuove forme di processi decisionali, così come gli effetti di politiche e strumenti. Ne sono derivate conclusioni e suggerimenti per uno sviluppo sostenibile, che il Rapporto integra con interpretazioni, conclusioni e richieste da parte della CIPRA.

**Noi Alpi!  
Uomini e donne costruiscono il futuro  
3° Rapporto sullo stato delle Alpi**

CIPRA (a cura di), CDA-Vivalda Editori, Torino  
304 pp., bicromia, rilegato, numerose immagini, tabelle e grafici. Stampato su carta FSC. ISBN 978-88-7480-115-2

24.90 € / CHF 36.00.

Data di pubblicazione: fine novembre

Pubblicato anche in lingua francese, tedesca e slovena.

In più si possono avere il 1° e/o il 2° Rapporto sullo Stato delle Alpi per soli CHF 8.00/ € 5.00 l'uno.

Potete ordinare i volumi utilizzando la cartolina all'interno di CIPRA Info, oppure scrivendo a: [international@cipra.org](mailto:international@cipra.org), o su [www.cipra.org](http://www.cipra.org)



© Christoph Püeschmer/Zeitenspiegel

© Heinz Heiss/Zeitenspiegel

© Christoph Püeschmer/Zeitenspiegel

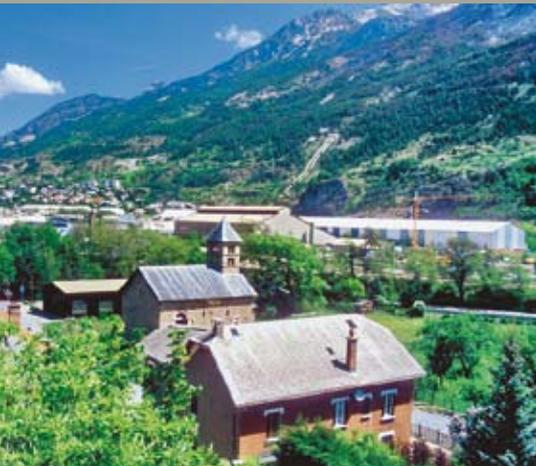
## Postcode 1

Zutreffendes durchkreuzen – Marquer ce qui convient Porre una crocette secondo il caso					
Weggezogen; Nachsendefrist abgelaufen A dóménage; Délai de réexpédition expiré Traslocato; Termine di spedizione scaduto	Adresse ungenügend insuffisante Indirizzo insufficiente	Un- bekannt Inconnu Sconosciuto	Nicht abgeholt Non récl. Non ritirato	Annahme verweigert Refusé Respinto	Ge- storben Décédé Deceduto

La sfida della Settimana alpina 2008 a l'Argentière la Bessée/F

## Innovare [nel]le Alpi

**A Pays des Ecrins, dall'11 al 14 giugno 2008, avrà luogo la seconda edizione della Settimana alpina, un'occasione per tutti gli attori dell'arco alpino per discutere di sviluppo sostenibile.**



© Valouimages

**Pays des Ecrins è una regione piena di contrasti che mira a uno sviluppo orientato alla sostenibilità.**

Dopo l'esperienza positiva della Settimana alpina del 2004 a Kranjska Gora/Slo le grandi reti alpine (ISCAR, CIPRA, «Alleanza nelle Alpi», ALPARC e Club Arc Alpin) hanno deciso di ripetere la manifestazione nel 2008. Scopo dell'evento è promuovere il dialogo tra i diversi gruppi di attori per promuovere uno sviluppo sostenibile nelle Alpi e, allo stesso tempo, elaborare proposte per comprendere in che modo le amministrazioni pubbliche, e in particolare la Convenzione delle Alpi, possano orientare le proprie attività e misure in modo più mirato sull'innovazione sostenibile nello spazio alpino.

In cinque blocchi tematici e attraverso relazioni e discussioni, verrà trattato il tema «Innovare [nel]le Alpi». Ci si occuperà di questioni generali riguardanti l'innovazione, delle sfide dello sviluppo sostenibile nelle Alpi, così come dell'analisi delle innovazioni già avviate. Si prevede anche di trarre conclusioni da applicare ai progetti innovativi in corso. Contemporaneamente saranno avanzate richieste relative alle misure necessarie a sostegno dei futuri interventi d'innovazione orientati alla sostenibilità da parte delle istituzioni pubbliche.

L'ambito tematico conclusivo, quello «locale», si occuperà delle innovazioni nella regione degli Ecrins (membro della Rete di Comuni «Alleanza nelle Alpi»), e con ciò la Settimana alpina rivolgerà l'attenzione al luogo di svolgimento della manifestazione. Questo territorio illustra molto bene il tema della Settimana alpina 2008, poiché Pays des Ecrins non è solo l'idilliaco paesaggio alpino reclamizzato nei patinati opuscoli di promozione turistica, ma un territorio ricco di contrasti che, nel corso della sua storia, ha vissuto diverse fasi di innovazione, attraverso cui è riuscito a superare gli svantaggi specifici della regione e a potenziare i punti di forza presenti. Da circa dieci anni la regione degli Ecrins attraversa una nuova fase di cambiamento. Per questo territorio uno sviluppo orientato alla sostenibilità rappresenta un'occasione da non perdere.

Il programma della Settimana alpina sarà completato da escursioni, mostre e forum, oltre che da feste e manifestazioni culturali.

Il programma della Settimana alpina sarà completato da escursioni, mostre e forum, oltre che da feste e manifestazioni culturali.

### IMPRESSUM

**Informazioni della CIPRA. Pubblicazione trimestrale**  
Redazione (Red.): CIPRA International: Gabriella Zinke (responsabile della redazione), Andreas Götz, Claire Simon, Anne-Sophie Elléouët – altri autori: Martin Boesch, Odile Jacquin, Benedikt Sauer, Harald Payer – Traduzione: Carlo Gubetti, Christine Weise, Denise Setton, Fabienne Juillard, Franca Elegante, Nataša Leskovic Uršič, Monica Zardoni – Riproduzione autorizzata con menzione della fonte – Editore in tedesco, italiano, francese e sloveno – Tiratura: 11'800 copie – Realizzazione grafica: Atelier Silvia Ruppen, Vaduz – Layout: Claudia Pfister; Mateja Pirc – Stampa: Gutenberg AG, Schaan/FL

#### CIPRA International

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 237 40 30, Fax. 00423 237 40 31  
international@cipra.org, www.cipra.org

#### RAPPRESENTANZE NAZIONALI

##### CIPRA Österreich c/o Umweltdachverband

Alser Strasse 21/5, A-1080 Wien  
Tel. 0043 1 401 13 36, Fax 0043 1 401 13 50  
oesterreich@cipra.org, www.cipra.org/at

##### CIPRA Schweiz Hohlstrasse 489, CH-8048 Zürich

Tel. 0041 44 431 27 30, Fax 0041 44 430 19 33  
schweiz@cipra.org, www.cipra.org/ch

##### CIPRA Deutschland Heinrichgasse 8

D-87435 Kempten/Allgäu  
Tel. 0049 831 52 09 501, Fax: 0049 831 18 024  
Info@cipra.de, www.cipra.de

##### CIPRA France 5, Place Bir Hakeim, F-38000 Grenoble

Tel. 0033 476 48 17 46, Fax 0033 476 48 17 46  
france@cipra.org, www.cipra.org/fr

##### CIPRA Liechtenstein c/o LGU

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 232 52 62, Fax 00423 237 40 31  
liechtenstein@cipra.org, www.cipra.org/li

##### CIPRA Italia c/o Pro Natura

Via Pastrengo 13, I-10128 Torino  
Tel. 0039 011 54 86 26, Fax 0039 011 503 155  
italia@cipra.org, www.cipra.org/it

##### CIPRA Slovenija Večna pot 2, SI-1000 Ljubljana

Tel. 00386 1 200 78 00 (int. 209)  
slovenija@cipra.org, www.cipra.si

#### RAPPRESENTANZA REGIONALE

##### CIPRA Südtirol c/o Dachv. für Natur- und Umweltschutz

Kornplatz 10, I-39100 Bozen  
Tel. 0039 0471 97 37 00, Fax 0039 0471 97 67 55 info@umwelt.bz.it, www.umwelt.bz.it

#### SOCIO SOSTENITORE

##### Nederlandse Milieu Groep Alpen (NMGA)

Keucheniushof 15, 5631 NG Eindhoven  
Tel. 0031 40 281 47 84  
nmga@bergsport.com, www.nmga.bergsport.com



Die Aage V. Jensen Charity  
Foundation, Vaduz/FL, sostiene  
l'edizione di questo CIPRA Info.