

INTERVISTA A PIETRO MAININI

Intervistatori: Gabriele Stellini, Daniele Toniolo e Lorenzo Trenti

Ottobre 2024

Introduzione

Intervistatore: Direi di fare una prova per vedere se si sente. Sì. Iniziamo con una piccola presentazione. Ti ringrazio innanzitutto dell'intervista che ci stai concedendo e del tuo tempo. Quindi come ti chiami? Qual è la tua età? Dicci un po' del tuo passato e della tua esperienza di vita.

Pietro: Mi chiamo Mainini Pietro, ho settantatré anni. Partiamo dalla formazione scolastica: sono perito meccanico, diplomato poi nei corsi serali. Come lavoro ho avuto la fortuna di essere assunto, visto che all'epoca c'era necessità e richiesta di persone con una certa formazione, in grosse aziende molto importanti, ma importanti soprattutto per le modalità di lavoro che avevano perché ce n'erano forse anche altre di altrettanta importanza. Comunque, la formazione e, diciamo così, le modalità operative hanno permesso a un giovane lavoratore-studente come lo ero io all'inizio, con un bagaglio tecnico limitato, di lavorare su macchine utensili come operaio. Il periodo nel quale mi sono diplomato era tutto sommato limitato. Lì invece sono entrato in contatto con problematiche, con persone di una formazione tecnico e teorica molto elevata, ma che mi hanno aiutato.

Dopodiché, dopo questo passaggio iniziale di un quinquennio, sono stato in grado di camminare con le mie gambe e di fare un percorso all'interno di altrettante aziende importanti con responsabilità crescenti, al punto tale che alla fine, avendo tanto peso sulle spalle, è diventato faticoso. Oggi forse è anche peggiorata, se vogliamo, la situazione. Ve lo dico per voi perché nelle realtà aziendali ormai l'aspetto della competitività è esasperato; già allora era abbastanza sentita perché il discorso di fondo è quello economico: produrre di più a costi più bassi. Da quando ho iniziato a lavorare la sinfonia che suonava era questa. Oggi è estremamente esasperato questo concetto per una ragione: perché mentre prima non c'erano, diciamo così, competitor internazionali al di fuori dell'Unione Europea e degli Stati Uniti, avevi quindi a che fare con aziende che, bene o male, avevano i nostri stessi costi aziendali e produttivi, oggi invece le aziende locali italiane hanno a che fare anche con competitori dei paesi dell'est, India e Cina, e questo che cosa comporta?

Comporta che le tecnologie ormai sono a disposizione di tutti e non c'è... anzi forse nel campo informatico so che sono molto ricercati gli indiani; so che sono preparati in questo settore nelle università americane e forse ce ne sono molti anche cinesi, ma che hanno però costi base di partenza più contenuti e quindi vai a competere con chi ha costi minori dei nostri, di quelli italiani; è quindi esasperato il concetto iniziale del "produrre di più a meno", oggi è proprio un Vangelo se vogliamo usare questo termine. Scusate l'introduzione, poi tagliate quello che volete. Fate però riferimento a ciò che sto per dirvi: state attenti, quando entrerete nel mondo del lavoro, a chi vi circonda.

Macro-tema 1: Abitudini d'acquisto

Intervistatore: No, è sicuramente una parte molto interessante questa dell'introduzione, anche perché credo sia anche relativa all'argomento di cui stiamo parlando, ovvero commercio sostenibile e sostegno di piccole e medie imprese locali. Quali sono le tue abitudini di acquisto nell'ambito quotidiano, di spesa, di alimentari soprattutto? Ma anche non in realtà.

Pietro: Diciamo che io ho fatto in tempo a vedere tutto il panorama che si è presentato, diciamo così, a noi, e quando dico noi intendo l'Europa perché credo che, alla fine, ciò che è avvenuto in Italia non sia diverso da quello che è avvenuto nel mondo occidentale. Sia da ragazzino che da piccolo si usava andare a far la spesa dal contadino. Io andavo da uno, che poi è diventato mio amico, a comperare il latte. Mi mandavano ovviamente i miei genitori ad acquistare il latte o le uova e questo avveniva ancora prima della nascita dei primi veri e propri negozietti. Poi c'è stato questo passo. Di

fatto quasi tutti dalle nostre parti avevano un pezzetto di terra che produceva: granaglie, frumento, mais...; questi prodotti venivano poi portati al mulino del paese, (perché esisteva un mulino in ogni paese dove poi si ricavava la farina per usi diversi). C'era chi si faceva anche il pane in casa e chi lo usava per gli animali da cortile: galline, conigli. Da tutto ciò siamo arrivati al negozietto, e poi al supermercato. Nel tempo poi si presentavano soggetti nuovi sulla piazza, copie più e meno di quello che avveniva oltreoceano (Stati Uniti) i quali sono stati il pilota di tutte queste operazioni su larga scala. In Italia siamo oggi sessanta milioni, mentre loro più di duecentoquaranta, cioè quattro volte noi. Per questa ragione ogni cosa che avveniva là arrivava qua e che cosa succedeva?

Pietro: Che faceva morire il soggetto più piccolo, come i contadini, e questo perché: invecchiando questa gente non aveva più voglia di farlo; le esigenze igienico sanitarie erano cambiate; nacquero tutta una serie di leggi e di normative che impedivano nei fatti al contadino, anche se magari erano prodotti genuini, di proporre il proprio prodotto.

Un esempio che ho visto con i miei occhi è che quando andavo a prendere il latte con questo recipiente capitava che ti cadeva qualche mosca (nel latte), non si buttava via, ti davano le bastonate, si prendeva la mosca e si buttava via. Oggi è impensabile tutto questo. Chi lavorava lì aveva le mani sul color marroncino scuro quando mungeva, mentre oggi il latte proviene da una mucca le cui mammelle vengono pulite e disinfettate. C'è addirittura un macchinario che svolge completamente l'intero lavoro del contadino. Di fatto l'uomo non tocca più la mucca, ma questa viene munta dalla macchina la quale preme la mammella con una percentuale di pressione omogenea. Questo per dire che la tecnologia applicata in ogni settore, e soprattutto normata, hanno reso obsoleto il passato sostituendolo. Oggi siamo credo a uno degli stadi finali e non so quando finirà. Nei supermercati si sta riducendo la forza lavoro, non so se voi siete mai entrati in un supermercato, ma oggi tu vai in un supermercato e vedi che ci sono sempre più casse automatiche dove ti servi da solo.

E quindi quello che prima era uno sfogo lavorativo il supermercato che sostituiva le fabbriche che a loro volta sono già state chiuse perché mandate in India, in Giappone, in Bangladesh, nei paesi dell'est mano a mano sparivano anche quelle. E che cosa rimaneva come forza lavoro? La grande distribuzione. Ora sta riducendosi anche la grande distribuzione, sostituita dal tuo auto-lavoro. Ma il passo credo sia oramai uno degli ultimi, perché non so dopo ci sarà la trasmissione del prodotto via etere? Oggi la consegna a domicilio te la fa chiunque, non è solo Amazon, ma anche l'Esselunga, o il Mediaworld. La grande distribuzione si è dovuta adattare. Oramai non è più solo il prodotto alimentare, ma qualsiasi cosa te la portano a casa. La nostra generazione ha fatto in tempo a vedere tutti i passaggi perché i passaggi primari li hanno visti anche mio padre e mio nonno. Andando a ritroso tutti si affidavano ai contadini però si son persi morendo tutto il passaggio dopo che ha fatto sì che quello che pensavano immutabile cioè il contadino che ti dà tutto è finito, è sparito.

Quindi noi credo che siamo una delle poche generazioni che ha visto tutto, cosa che manca a voi per esempio. Vi manca il pezzo precedente. A chi è morto manca il pezzo finale. Ecco noi sotto il profilo dell'evoluzione degli acquisti e anche noi non facciamo eccezione.

Caso vuole però che una quindicina di anni fa, sostanzialmente quando abbiamo avuto la possibilità, diciamo così, temporale, nel senso di tempo a disposizione di farlo, abbiamo scoperto o meglio abbiamo approfondito, che esiste anche un'altra modalità molto marginale, nel senso che è effettuata da pochissime famiglie questa modalità diciamo così d'acquisto e che consiste diciamo così di poter riprendere il ciclo degli acquisti da dove era stato abbandonato trenta o quaranta anni fa, cioè direttamente da chi? Dal contadino.

Oltre cinquanta anni fa, andando direttamente dal contadino, dal produttore, da chi produce le uova, piuttosto che il coniglio, le galline o il pesce. Però unendoci dietro a questa scelta, che è un ritorno alle origini, in sé la scelta anche uno sviluppo tecnico, tecnologico, informatico di prim'ordine che se vogliamo tanti anni fa, quando noi iniziammo, era proprio agli albori, ma neanche la grande distribuzione l'aveva. Che cosa facciamo in sostanza? Siamo riusciti a mettere in rete un migliaio e rotte di famiglie, quindi tipo il numero di famiglie che un paese come Vanzaghella, Vanzaghella credo che abbia duemila e qualcosa famiglie noi siamo mille duecento, mille trecento, insomma un po' meno di Vanzaghella, con cui son tante da mettere insieme tante teste di questo numero di teste, non è semplice. Siamo uniti a metterli assieme negli obiettivi da raggiungere, metterli assieme nelle modalità operative, che vuol dire fare un minimo di formazione informatica a tutte queste famiglie che magari non sono, diciamo così, gente che una formazione alle spalle da un punto di vista informatico, perché siamo un po' lo specchio della società.

Nella società c'è chi ha una formazione di un certo tipo e chi ne ha un'altra. Non sono tutti laureati o tutti diplomati, ma noi rappresentiamo un po' quella che è la composizione sociale. Quindi facendo anche un minimo sforzo di informazione e di formazione siamo riusciti a rendere omogeneo questo passaggio fondamentale intermedio che è quello, diciamo così, dell'utilizzo dell'informatica.

Pietro: Abbiamo con l'ausilio di informatici, uno è suo nipote, il nostro nipote, che lui lavora per aziende informatiche, lavora per una società informatica che fa offrire dei servizi, ne abbiamo altri come cooperativa e grazie a questo c'è un programma che consente in modo semplice, perché questo era lo scopo primario, renderlo diciamo fruibile senza avere un cervellone da Leonardo, se no non sarebbe utilizzabile, renderlo fruibile da chiunque la possibilità di fare la tua spesa online. Oggi è vero ci sono miriadi di piattaforme di ogni genere, di ogni nome, da Amazon, Zalando, meglio tutti ce l'hanno, noi quando lo siamo nati erano pochissimi che l'avevano e la cosa online non era molto sviluppata anzi per niente.

Questo ci ha consentito due cose: di azzerare e di abbattere, un po' come fanno queste piattaforme prettamente consumistiche, di abbattere le distanze. Noi abbiamo soci nei nostri gruppi, nelle nostre cooperative che stanno a Brescia, a Verbania, piuttosto che a Domodossola, in Piemonte, nel comasco, nel monzese, nel milanese, quindi famiglie sparse su cinque province. L'importante è che siamo tutti collegati, collegati per le modalità d'acquisto, collegati anche per trovarci e condividere/discutere su varie tematiche con la possibilità di affrontare certe problematiche con l'ausilio di esperti che altrimenti senza questa modalità non avremmo potuto fare perché avremmo potuto invitarli in una zona diciamo così baricentrica, butto lì Saronno, ma capisci che chi sta a Brescia è scomodo, chi sta a Domodossola è scomodo. Il fatto di poter usare questa modalità diciamo come modo di rapportarsi ha reso più facile questo. Paradossalmente una grossa mano, non tanto per gli acquisti, ma proprio per la seconda fase, l'interazione e la condivisione dei temi, dei problemi, delle idee e dei progetti, ce l'ha data il Covid. Perché?

Perché attraverso il Covid si è sviluppata la modalità di lavoro smart working, in pratica la possibilità di un confronto online e di lavorare online. Questo l'abbiamo applicato in maniera metodica, sistematica e massiva. Oggi, per esempio, le nostre riunioni, che le facciamo mensilmente ogni quindici giorni, dipende dai gruppi, le facciamo esclusivamente o quasi con questo metodo. Poi abbiamo anche delle riunioni plenarie dove magari ci sono cento, duecento, cinquecento persone che partecipano e in quel caso non noleggiamo degli spazi enormi per trovarci. Quindi noi abbiamo avuto l'intuizione, ben prima di quei colossi, di coordinarci con gli acquisti attraverso l'informatica e post Covid, copiando quello che è stato fatto, oggi abbiamo unito la parte prettamente pratico-operativa dell'acquisto alla seconda parte che è molto più importante per noi, che è quella del confronto, della discussione, del sentirci, del diffondere delle idee, dei progetti attraverso questa modalità che la trovo molto interessante.

Macro-tema 2: Trasporto e Logistica

Intervistatore: Riguardo sempre questa associazione, come viene gestito il trasporto, la logistica, e gli imballaggi dei prodotti?

Pietro: Ecco allora noi come siamo nati, va beh all'inizio eravamo, abbiamo affittato uno spazietto in una logistica affianco al campo sportivo di Vanzaghella, non quello di Magnago. Dietro al campo c'era, forse c'è ancora, ma quella lì dove andavamo noi è fallita, era una logistica refrigerata perché non ci serve una logistica sapete cos'è il termine logistica, cosa intendo per logistica? È un magazzino enorme dove arrivano dei prodotti solitamente su dei bancali, su dei pallet, che vengono stivati in questo magazzino, arrivano lì e da lì o arriva il destinatario a prenderli oppure un altro corriere lo prende da lì e lo porta a destinazione.

È un punto di interscambio, di raccolta prodotti massiva e di ridistribuzione, diciamo l'ultimo miglio, nelle vicinanze qua. Quindi siamo andati lì, abbiamo affittato uno spazietto, man mano che sono cresciuti i nostri volumi, abbiamo affittato un magazzino un po' più grande a Ubolde, dotato di celle frigo, perché noi trattando prodotti alimentari freschi, ortofrutta, abbiamo necessità quindi di avere anche delle celle frigorifere.

Qualche anno fa, in concomitanza con il Covid, i nostri volumi sono aumentati moltissimo e abbiamo fatto l'ultimo passaggio che è quello dove siamo attualmente: un magazzino molto più grande con celle frigo molto più grandi. Abbiamo nel frattempo preso accordi con dei piccoli trasportatori

indipendenti che abbinano il loro lavoro per altri corrieri grandi al lavoro fatto per noi, perché noi non siamo in grado con la nostra mole di alimentari di disporre direttamente di corrieri che ci fanno il servizio di consegna e trasporto merce. Però ci siamo appoggiati a questi piccoli padroncini che abbinano al loro lavoro principale anche il nostro.

In che cosa consiste il nostro? La nostra logistica oggi è composta da due punti: quella refrigerata grande che era qui, che è fallita, non c'è più, oggi è a Milano, è l'ortomercato di Milano che è la logistica credo ortofrutticola più grande d'Europa. Perché lì è comoda per tutti i nostri produttori, noi abbiamo una novantina di produttori, piccoli produttori anche medi, contadini insomma, da ogni regione d'Italia e tutti sanno che il punto più importante per far pervenire la merce al nord o in Europa è questo di Milano, è così, anche noi ci appoggiamo lì, quindi quando facciamo gli ordini arrivano tutti lì e ci sono questi piccoli padroncini che vanno lì a prenderla e la portano nel nostro magazzino di Uboldo e questi sono i passaggi fisici.

Poi ci sono invece i passaggi organizzativi sul funzionamento pratico. Ogni mercoledì della settimana esigiamo, è il termine giusto, esigiamo perché altrimenti non lo mettiamo nel listino, che i nostri produttori ci comunichino che prodotti hanno a disposizione la settimana successiva. Quindi entro il mercoledì, qualche giorno fa, ci dovevano dire che cosa avrebbero potuto consegnarci a partire dalla prossima settimana, tipo martedì, mercoledì o giovedì. Quando abbiamo tutti questi dati, ognuno dei volontari, perché il grosso del lavoro in questa cooperativa è fatto da volontari, ma abbiamo anche ovviamente dei dipendenti, segue tre, quattro, dieci produttori e si prende carico di questi. Questo volontario carica nel nostro software, nella nostra pagina web, dove c'è uno spazio dedicato, carica per il produttore A i prodotti disponibili, per il B questi altri, per il C questi altri, eccetera.

Fatta questa operazione da parte di tutti i vari volontari referenti, al mercoledì sera viene fatta una visione, viene stampato il file che è un file normalissimo Excel, dove si vede in anteprima quello che è il listino che potrebbe essere fatto veicolare a tutte le mille e rotte famiglie. Fatta questa visione di massima, questa analisi, se ci sono prodotti simili o uguali, doppi, si va a una selezione, si rende definitivo un listino in accordo con varie persone deputate a controllare questo listino, la correttezza dei prezzi, di tutto, e il giovedì viene inviato a tutte queste famiglie, ovverosia ai gruppi che compongono la cooperativa.

I gruppi che compongono la cooperativa sono composti da un referente, da un presidente, più tutti gli altri. Quando arriva questa persona, lui lo distribuisce, lo carica sul suo sito e informa tutti i suoi soci. Quindi, nell'arco di pochissime ore, a cascata, dalla Cooperativa viene inviato a tutti i gruppi il listino e ogni gruppo lo trasmette a cascata a tutti i suoi soci e così, nell'arco di cinquantasei ore, le mille rotte famiglie, mille cento quante sono, sono informate di che cosa potrebbero beneficiare negli acquisti per la settimana successiva.

Dopodiché ogni gruppo ha la sua modalità organizzativa. Noi abbiamo nel nostro sito, dico noi perché a Vanzaghella c'è un gruppo che è composto dalle famiglie di Vanzaghella, di Magnago, qualcuno di Biate, qualcuno di Castano, assieme formiamo il gruppo. Ognuno carica sul sito del nostro gruppo, non della cooperativa, il nostro gruppo, i suoi fabbisogni: un chilo di patate, due kg di uova, di prosciutto, tutto quello che gli serve per la spesa.

Alla domenica sera il volontario del nostro gruppo raccoglie gli ordini di tutte le famiglie del nostro gruppo. E' una cosa automatica! L'informatica ci aiuta molto, perché quando siamo nati era tutta a mano, adesso ci aiuta moltissimo. Raccoglie tutti questi ordini e li massifica, li rende un ordine solo che viene caricato. Il tuo chilo deve diventare una cassetta, per cui il tuo chilo insieme al mio mezzo chilo, insieme ai suoi tre chili, deve diventare almeno una cassetta. Per cui noi, per esempio, ordiniamo la cassetta quando raggiungiamo il sessantasette per cento del pieno, perché tu hai ordinato un chilo e se sei l'unico che ordina quel prodotto, la cassetta è di otto kg, non avrai niente. Oppure se abbiamo ordinato dieci kg e la cassetta è di otto kg, più persone vogliono qualcosa, daremo un pochetto meno, ma queste sono cose informatiche, capisci? Bene.

Lo fa già il programma. Sono guai. Quindi questi sono dettagli che esulano dal contesto progettuale, perché quello che conta non è che il computer ti ottimizza l'ordine, ma che delle persone totalmente inesperte di tutto questo, perché proveniamo da altre esperienze lavorative, io dalla meccanica, altri erano medici, altri infermieri, altri facevano ogni cosa diversa, abbiamo messo insieme questo progetto che secondo me è rivoluzionario.

Quindi alla domenica viene caricato nel sito della cooperativa, viene elaborato sempre informaticamente e da questo grande ordine viene fatto in automatico una suddivisione.

Intervistatore: Come?

Pietro: Per nome di produttore. Quindi nel sito vanno a confluire gli ordini generici di tutti. Il computer lo elabora di notte e al mattino viene suddiviso tutto questo mega ordine in tanti ordini, tanti quanti sono i produttori che il mercoledì ci avevano detto “io ho questo”. È chiaro il concetto?

Intervistatore: Sì, chiaro. Ma perché?

Pietro: Perché poi ad ogni fornitore deve essere inviato l'ordine dei prodotti di sua competenza. Non possiamo far andare in giro un ordine gigantesco dove c'è dentro ogni cosa. Quindi il passaggio è la scrematura e la suddivisione per produttore. All'inizio abbiamo avuto le disponibilità per produttore e le abbiamo incanalate all'interno di un mega contenitore dove c'era tutto, l'abbiamo diffuso perché il cliente finale, la famiglia, deve vedere tutti gli articoli, di tutti.

Ergo però quando io ritorno l'informazione che è l'ordine al produttore devo ritornargliela nel modo come lui me l'ha inviata. Lui mi ha inviato otto prodotti che aveva disponibili, o tre o due o cinque, ed io devo ordinarli i suoi otto, i suoi tre o i suoi cinque, non quelli di un altro. E tutta questa fase che sembra una stupidaggine, ma non lo era per noi. Ora ci sono dei programmi di mega scienziati che te li fanno, allora ci siamo arrangiati col cervello per risparmiare perché è tutta una questione economica. Avremmo anche noi potuto andare a prendere lo Steve Jobs di queste cose e dirgli: “Ce la fai?” Però non avevamo le disponibilità economiche perché all'interno del gruppo ci sono tutte le professionalità possibili e immaginabili, cioè da quello che si occupa di informatica a quello che ripara gli strati vari, per intenderci, a quello che lavora su una macchina utensile, che non ha neanche una cultura superiore, o il muratore, l'elettricista.

La fase finale è l'ordine che viene inviato a tutti i produttori. I produttori entro il giovedì ci mandano tutti i loro prodotti, li portano a quel famoso ortomercato che è la piattaforma più grande che c'è in Europa per l'ortofrutta. Vanno lì i nostri piccoli trasportatori a prenderla e tutta questa massa gigantesca arriva nei nostri magazzini e lì c'è la successiva fase di spaccettamento perché noi dobbiamo poi ritornare a ogni gruppo esattamente quello che lui ha ordinato. Quindi noi andiamo a prendere un mare di prodotto che forse non sta neanche dentro qui, sono dodici tonnellate, non sta neanche dentro qui, e rispaccettarlo per portare al gruppo A esattamente quello che il gruppo A ha ordinato, al gruppo B quello che il gruppo B ha ordinato e questo è un lavoro fisico però, perché noi abbiamo tutte le tabelle che loro hanno caricato nel sito, nel mega file, e da lì partendo dobbiamo andare a creare un file di distribuzione e viene fatto al venerdì pomeriggio.

Al sabato mattina i nostri corrieri, che abbiamo usato per andare a prendere la roba, caricano per i vari gruppi esattamente quello che loro hanno ordinato e portano a consegna di ogni gruppo la loro merce. Come fa l'Amazon di turno, l'Esselunga, l'Esse corte, tutte queste cose qui. Noi le abbiamo organizzate quindici anni fa partendo da zero con i pochi strumenti che avevamo all'epoca, non perché ce ne fossero pochi in commercio, ma perché pochi strumenti significava non gravare sulla cooperativa. Non abbiamo uno scopo di lucro, capito? Se avanza qualcosa a fine anno viene ritornato alle famiglie, viene ridato indietro e anche qui la cosa rivoluzionaria è che l'Esselunga lo mette in tasca e poi prende lo yacht, prende chissà che cosa. Noi, quello che è, ritorna.

Questo è un po'... C'è da dire che con questo sistema non ci sono sprechi, perché se il gruppo ha ordinato dieci cassette non è come al supermercato che te ne mettono là trenta, perché tu vai là a ravanare e a stancarti. Ecco, il discorso sprechi. Quindi parliamo di sostenibilità. Entrando invece in questo settore, perché finora abbiamo parlato di modalità organizzative e di modello, che ora tanti lo fanno, quando siamo partiti erano pochissimi. L'aspetto, diciamo così, della parola sostenibile che oggi la usano per dire anche il cane sostenibile, chiunque è sostenibile, ogni cosa è sostenibile, ma è una balla gigantesca.

Macro-tema 3-4: Imballaggi, Sprechi e Sostenibilità

Pietro: Noi perché siamo sostenibili? Per più ragioni: una causa grande di spreco, per esempio, è il fatto che il produttore, contadino, agricoltore, imprenditore agricolo che lavora per la grande distribuzione, è obbligato a fornire cento a loro e ad avere minimo a disposizione 120-130 di prodotto per ogni evenienza, un guasto, un piccolo difettino, via te lo spediscono eccetera. Già lì questi 120-130 che lui deve obbligatoriamente fare in più, non sa neanche se lo venderà mai, però lui dei contratti li ha. Seconda questione, non secondaria: la grande distribuzione, ecco perché deve avere un polmone di riserva, non può sapere cosa gli verrà comperato giornalmente dai suoi clienti. Per

fare un esempio, quando ero piccolo io, il panettiere più o meno sapeva, non dico al chilo, ma con una buonissima approssimazione quanto pane doveva produrre.

Perché le modalità di acquisto erano abbastanza stabili. Uno andava sempre da Giovanni, dal Pristinai Joanin (in dialetto), quell'altro andava dal vattela a pesca. Era sempre da lui, sempre lo stesso pane, sempre col paraocchi tutti i giorni. Oggi uno si trova là e dice: proviamo ad andar lì. Oppure: "No, oggi non prendo qua, prendo il grissino". Oggi vedo un altro pane e dico: "No, voglio quello lì". Capite che la grande distribuzione a sua volta, ho detto il pane, ma qualsiasi cosa vale, non può permettersi di avere uno scaffale con un buco, deve sempre avere dentro qualcosa, quindi delle celle la roba ed entra il secondo aspetto di spreco che poi loro dicono: "non è spreco, è spreco, non è spreco, lo do, lo regalo, ma è sempre spreco". Perché? Perché non sapendo bene di che morte morire, uno ce l'ha lì. Quindi quello là ce l'ha chi lo dà a lui, contadino.

Ma anche lui deve averlo lì, sempre in più e questo genera un altro problema, oltre all'overplus, genera l'altro problema che tu questa qui è una roba confezionata che ti dura mesi. Ma l'ortofrutta è una roba fresca, non vuoi tenerla lì un sacco, perché poi si ammoscia, appassisce, butti via e quello è lo spreco vero perché poi non puoi darlo più a nessuno. Tutto questo con noi non c'è per una ragione. Intanto perché quando parliamo di ortaggi, la frutta è una cosa un po' diversa, coi volumi che abbiamo, perché sono mille e rotte famiglie, quindi capite che noi magari per darvi dei numeri ogni settimana compriamo quattrecentomila, cinquecento kg di patate, trecento-trentacinque kg di carote, cioè i numeri sono questi, carciofi magari duemila carciofi, trecento kg di finocchi, seicento kg di zucchine. Perché dico questi numeri?

Perché sono numeri di un prodotto che non l'ho detto all'inizio, biologico, e qui è un altro aspetto della sostenibilità di cui alla fine ne parliamo e la coltivazione biologica, la produzione biologica in Italia rappresenta sì e no il cinque per cento di tutta la produzione agricola, quindi molto poca. Sono produttori selezionati, non sono tanti, non sono organizzati per lo più, sono piccoli-medi e con questi numeri qua, intanto uno deve essere medio-grande e poi uno deve sapere che lui deve fare questi volumi qua. Perché deve sapere? Perché la produzione biologica, a differenza di quella normale, convenzionale si chiama, ha l'obbligo di andare a prendere anche le sementi o il piccolo da piantare, da piantumare a piccola piantina, a sua volta da produttori di sementi e di piccole piantine biologiche, che hanno una certificazione, perché biologico non vuol dire "io sono biologico". No, c'è una certificazione, ci sono enti che sono preposti a controllare, che poi controllano è un'altra questione.

Questo siamo in Italia, lasciamo perdere questo discorso. Però siamo soggetti a delle regole e dei capitoli, con dei vincoli e con degli enti che vengono controllati. E quindi capite che volumi così enormi, in biologico, tu obbligatoriamente devi programmarli prima, perché nessuno compererà per te per avere settecento chili o seicento chili di zucchine ogni settimana da darti, perché le piantine hanno un costo. Tu immagina quanto lui dovrebbe spendere per mettere giù tutte queste piantine e farle crescere se non ha una sicurezza della vendita e quindi vuol dire che noi per quasi tutti, non dico tutti, ma quasi tutti gli ortaggi che noi consumiamo e acquistiamo necessitano a monte di avere una programmazione. Io devo sedermi col tizio per telefono, call, per videochiamate e dire: "l'anno prossimo io avrò, presumibilmente anche noi siamo abbastanza centrati, questi volumi suddivisi su queste settimane, regolatevi" e lui si regola.

E quindi lui non ha più bisogno di avere il 20-30% di scorta lì, nel caso. Lui sa che gli basta un 5-10% nel caso di un evento, di una rogna, di un parassita, di qualcosa che va storto, per carità, ma anche noi abbiamo qualche tutela, abbiamo magari due produttori che ci danno lo stesso prodotto e li teniamo apposta, prendiamo un po' da uno e un po' dall'altro, dicendogli: "guarda che c'è un problema là", quindi cerchiamo di regolarci così. Ma già in campo, a differenza della grande distribuzione, c'è un notevole minor spreco perché c'è un programma che siamo obbligati a fare. Perché non troveremmo nessuno che ci dà questi volumi così come un interruttore che gira e si accende. Non esiste proprio.

E questo è il primo minor spreco. Il secondo minor spreco è questo: a differenza della GDO che oggi entro nel mille, domani magari in cinquecento, dopodomani mille e duecento, noi abbiamo un numero, ma soprattutto abbiamo un ordine. Entro la domenica sappiamo che dobbiamo dare 622 kg di zucchine, 430 kg di finocchi, 150 di quell'altro, eccetera eccetera, e noi questo lo vediamo. Quindi quello che arriva non rimane un chilo che è un chilo magazzino, ma viene consegnato e venduto tutto. Questo è l'altro spreco, o meglio, il non spreco.

Terzo non spreco, anche questo è importante. Noi, se andiamo al supermercato, esci fuori... adesso

c'è stata un'ondata di "portiamo la borsa", "compriamo la borsa", "ti regalo la borsa", però vedo che c'è lo stesso una montagna di borse di plastica, perché pochi vanno con la loro. Tutti vengono fuori con le borse. Ogni prodotto lo devi mettere dentro nel frattempo. Il prodotto, devi pesarlo da te nel tuo sacchettino. Pensate quante tonnellate ogni mese di questa roba qui viene prodotta. Nel nostro caso che cosa avviene? L'altro minor spreco è che noi ordiniamo a cassette al produttore. Al produttore non gli viene detto 500 kg di zucchine, gli viene detto: "voglio 100 cassette di zucchine che sono da 5 chili", lo sappiamo per convenzione, lui ci dà 100 cassette che poi distribuiamo tutti, e ai gas, ai gruppi, viene data la cassetta, c'è un sacchetto, una cassetta di cartone o di plastica. I gruppi, quando gli arriva la cassetta, dividono per famiglia. Alla famiglia che ha ordinato un chilo di qua e due chili di là, prendono quelle cassette e gli mettono dentro due chili di questo, un chilo di quello, mezzo chilo di quell'altro. E la persona torna a casa con la cassetta che viene dal campo.

La settimana dopo, due settimane dopo, quello lì, il cliente finale, quando ritorna al suo gruppo di appartenenza, a Vanzaghello, dove c'è la nostra sede, va là con le sue cassette. Le riporta lì. Quando arriva l'autista il sabato che porta tutte le cassette del gruppo, carica ogni tanto le cassette vuote e le riporta al magazzino centrale. Questo permette, una volta che tu hai accumulato una scorta a sufficienza, di far girare all'interno del tuo circuito gli stessi imballaggi.

La frutta è meno complessa, meno complicata. Devi sempre dire ok, abbiamo dei consumi. Per fare un esempio, noi di arance penso che compriamo quasi cinquantamila chili, ma hai bisogno magari di avere più produttori per quel famoso motivo che se grandina lì, se c'è la nebbia lì, se piove lì... praticamente avere un'altra disponibilità di andare da un altro è un rifugio.

E quindi bene o male però non serve programmare perché la pianta è già lì. Non è che devi seminare ogni anno una pianta. Le piante ci sono, piante da frutto, sono lì. Salvo le fragole che ogni due anni, ahimè, per una questione economico-produttiva, perché poi la produzione cala nel tempo e si imbruttisce un po', ogni due anni devi tirare su tutte le fragole che hai giù, diciamo così, le piantine e riseminare il nuovo, ma credo che sia uno dei pochi casi. Tutti gli altri sono piante stabili, non serve fare nulla, magari durano decenni certe piante e quindi non serve fare grandi sforzi, grandi programmazioni, consumerò otto kg di fragole, chi se ne frega. No, la fragola serve per quella ragione, ma tutto l'altro no.

L'altro deve sperare che non ci sia la grandine, che magari non piova troppo. Ci sono le ciliegie, se piove non puoi raccogliere e arrivano marce. Sono questioni puramente tecniche. Ecco il discorso della sostenibilità: se tu osservi, e sono cose che voi forse non capite, come non capivo io quindici anni fa prima di inserirmi in questo meccanismo. Ma uno, una volta che glielo si spiega, sa cosa ci sta dietro nel mercato che circola attorno alla grande distribuzione. Quando ti ho parlato di sprechi, sono notevoli, ma lo dicono anche loro, ogni tanto in televisione esce fuori, però i meccanismi sono questi, sono difficili da scalzare, perché questo è l'andazzo.

Nel nostro caso vi ho spiegato invece che tutta una serie di scarti, usando il termine brutale, o di prodotti inutili (guanti, sacchettino di plastica) ogni prodotto... beh, nell'altro caso, per esempio, etichette non esistono. Anche le etichette, immagina quante milioni di etichette vengono usate ogni giorno, perché tu quando vai a pesarti la tua roba, all'Esselunga, stampi un'etichetta, usi inchiostro e l'appiccichi sul sacchettino. Ad un nostro fornitore una volta l'operaio ha sbagliato a mettere delle etichette.

Sei delle cosce a barre, vendevano le arance e i sacchetti da due chili, due chili e mezzo, insomma i sacchetti così, e avevano il loro codice a barre che gli aveva detto la ditta, il supermercato. Che loro sbagliato... le vogliono già confezionate. Dentro un sacchetto a rete, con sopra le etichette e tutto. Questo operaio suo ha sbagliato, quello detto via e tutto... ma era un chilo, non un chilo, ma un chilo dopo un pacco, centinaia e centinaia di chili.

E ci ha chiesto per favore se potevamo ritirarli noi. Ci ha fatto un buon prezzo e noi quella volta lì abbiamo avvisato tutti i nostri soci, le nostre famiglie. "Guardate, c'è questa possibilità, sennò glielo fanno buttare via, vogliamo dare una mano a quello lì che è il nostro produttore?". E quindi in maniera solidale gli abbiamo comperato i prodotti e lo abbiamo aiutato. Cosa che non esiste altrove, queste cose non esistono! A lui hanno detto: "Vieni qua tu a prenderli, mandi tu il mezzo dalla Sicilia, questo era in Toscana, o te li porto io alla discarica e mi paghi il costo?". Tutte queste cose capite che incidono poi alla fine sul prezzo.

Perché chi produce, presa una bastonata così, dice: "Sì beh allora io mica telo do, se io i miei costi sono cento, facciamo centoventi, perché se no un domani...". Tutto ciò sommato a ogni passaggio che può avvenire fa lievitare un prezzo.

L'altra questione sostenibile è questa qui: noi abbiamo l'opportunità, e diciamo che è un po' anche la regola del nostro gruppo, non è solo un'opportunità, che tanti di noi comunque debbono partecipare anche materialmente alla vita della cooperativa. Vuol dire andare a dividere i prodotti quando serve, vuol dire fare qualche lavoretto, seguire un produttore. Perché questo? Perché se normalmente questo qua sul mercato vale mille e tu hai l'opportunità di pagarlo cinquecento non è perché Babbo Natale ci dà cinquecento euro. Ogni prodotto è a costo diminuito perché magari c'è Giuseppe che ci mette questo, Francesco che ci incolla il vetro, un altro che ci mette la scorta sotto, un altro che ci infila dentro un altro pezzo, l'altro che mette assieme il tutto.

Noi funzioniamo un po' così, quindi ognuno fa il suo piccolo lavoretto, piccolissimo da volontario, che consente di abbattere i costi, quindi uno fa anche la spesa contento perché è un prodotto di alta qualità essendo biologico a prezzi molto contenuti in cambio di piccoli lavoretti.

Questo è importante perché consente di permettere alle persone che hanno anche redditi non da Shadi Persia, da Nababbo, di usufruire di prodotti di alta qualità. L'altro aspetto importante che stavolta riguarda non il consumatore, ma il produttore, cioè quello che materialmente si abbassa la schiena per fare la frutta, l'ortaggio e quant'altro è questo.

La grande distribuzione, per esempio, ti dice lei cosa ti dà. Questo? Ti do cento euro. Ma non ce la faccio. Basta, cento euro! Addirittura cosa fanno, l'han detto in tv: fanno delle cose altamente illegali, delinquenziali che adesso dicono che hanno stoppato o cercato di contenere. Gli uffici acquisti, buyer nelle grandi distribuzioni, si mettono d'accordo e, per esempio, chiedono un'offerta per cinque, sei, dieci milioni di passata di pomodoro, che è quella che in ogni famiglia c'è, per esempio, una partita da cinque, sei, dieci, venti milioni. E quindi concorrono magari sei, sette aziende. Non sono tantissime quelle che sono in grado di fare questi numeri, ma vale su ogni cosa.

Vale per la Apple, quando vai in Cina da quella ditta, adesso non mi ricordo il nome, ma c'è una ditta grossa che gli fa per Apple, come per altri. Questi sono i numeri. Prezzo. Una volta che ognuno dà il prezzo, loro cosa fanno? Tirano fuori un prezzo medio, questo è cento, ho chiesto, magari hai un centoventi, un ottanta, un prezzo medio, esce questo prezzo medio. Bene, fanno le cosiddette aste al ribasso, si chiamano. Il prezzo medio che è ottenuto dalla media delle offerte viene messo all'asta dicendo: "Questo è il medio, chi offre meno?". In busta chiusa. Voi capite che vuol dire prendere per il collo uno. Se tu hai poi la possibilità di offrire un prezzo anche di qualche centesimo, perché parliamo di centesimi, però si parla di milioni di pezzi, e tu perdi la partita, vuol dire che ti hanno spennato vivo.

Questi sono i metodi. Sempre che ti paghino alla fine. Nel nostro caso, invece, mediamente c'è una contrattazione, è ovvio, perché io seguo la maggior parte di produttori, quelli più importanti quantomeno, io sono uno dei soci fondatori, ed è chiaro che se qui chiedono dieci e lì nove, diciamo: cosa facciamo? Facciamo una via di mezzo? Ci sta? I numeri sono questi? Noi, oltretutto, ogni trenta giorni puntualissimi paghiamo. Ma guardate che è un'eccezione, non esiste. Esiste che ti dicono trenta, sessanta poi diventano sessanta, novanta, centoventi, e uno piccolo ha bisogno come l'ossigeno di avere soldi, non capitali enormi, se no non farebbe il contadino, farebbe come Briatore, aprirebbe un bel Billionaire, un Trillionaire, un Quadrillionaire, e buonanotte. Lui no, lui deve stare sul campo e quindi i soldi gli servono. Noi garantiamo, sempre, con qualsiasi clima, tempo, qualsiasi cosa, che dopo trenta giorni tu hai i soldi, come fossimo una banca. E per chi lavora è fondamentale.

Il prezzo che ne esce è sempre concordato. Sempre. Non esiste un prezzo imposto, perché lui non ce lo darebbe, però non esiste neanche un prezzo imposto da lui, è una via sempre concordata, di mezzo. Però se noi andiamo a misurare quello che lui ci dà e chiede per questo un certo prezzo e quello che la grande distribuzione gli dà, è anche vero che la grande distribuzione compra molto più prodotto. Però, per fare un esempio molto terra terra, facilmente comprensibile, se questo in un negozio costa cento, il nostro produttore prende ottantacinque. Se quello che costa cento nella grande distribuzione, il loro produttore prende quindici o venti, venticinque quando va benone.

Capite che c'è una differenza abissale tra il prendere il quindici, il venti o il venticinque per cento di quello che lui poi vende? Perché tanti contadini fanno le proteste e si lamentano? Perché dicono: "Cavolo ci danno magari cinquanta centesimi, quaranta centesimi di pomodoro, e questa è un'ingiustizia". Noi il pomodoro lo mettiamo magari a tre euro, però lui prende duecentoventi, duecentotrenta centesimi. Capite che è enorme la differenza. Il problema qual è per noi?

Che non abbiamo, perché non siamo grandi a sufficienza, quei volumi che consentono di far vivere bene più contadini, perché siamo piccoli, noi siamo mille e rotte famiglie. Su quanti milioni di

famiglie ci sono in Italia? Siamo un'inezia, ecco. Ecco quando parlo di sostenibilità negli sprechi di materia prima, negli sprechi di imballaggio, soprattutto sostenibilità nel riconoscimento del giusto prezzo a chi ha prodotto e lavorato, e nei tempi giusti programmati. Per esempio, sempre per la sostenibilità, quello che ci dà le fragole, che deve ogni due anni cambiare le piantine, siccome costano molto le piante, noi anticipiamo a febbraio i soldi delle piantine e lui può andare a comprarsele tranquillamente, poi dopo quando venderà le fragole ci scontrerà quello che noi abbiamo anticipato, perché magari è un'attività che non gli consente di risparmiare o di avere soldi da parte.

Anche perché un impianto di Corrado magari fa parte che costi sette, otto, dieci mila euro. Ma lui deve prendere anche le piantine, le zucchine, delle zucche, dei finocchi. E visto che quella lì è una spesa enorme, noi li riconosciamo e li anticipiamo una cifra e man mano quando verrà il momento che lui ce le vende, ci sconta. Non so, magari lo fanno anche altri questo.

Macro-tema 4: Sostenibilità

Intervistatore: Secondo te invece dal punto di vista del consumatore medio, quali possono essere gli eventuali ostacoli che lo allontanano dal contesto sostenibile e lo portano ad andare da una normale grande impresa di distribuzione?

Pietro: Gli ostacoli sono parecchi. Uno principale è che l'Italia in Europa, rispetto al numero di abitanti, è quello con più device. Sembra strano, ci sono novanta milioni o di più forse anche di sim in Italia. Più di novanta milioni vuol dire che anche il cane ha una sim nell'orecchio. Però l'Italia è anche uno dei paesi più ignoranti sotto il profilo dell'informatica, più ignoranti, nel senso che la gente gioca col telefonino, fa di ogni stupidaggine ed anche le basi non si conoscono. Come vi ho spiegato, per poter anche contenere i costi, per avere rapidità di diffusione dell'informazione, abbiamo bisogno di operare con l'informatica. Il fatto, come ho detto prima, che un prodotto che costa cento, quando magari il suo costo sarebbe duecento, non è perché c'è qualcuno che ci regala la differenza, ma perché ognuno mette un piccolo contributo al suo, diciamo è una specie di autoproduzione. Perché se noi dovessimo pagare qualcuno per fare tutti quei lavoretti che ognuno di noi fa, tipo seguire i produttori, andare lì al venerdì alla sede del magazzino a dividere quella massa enorme che è arrivata da consegnare ai gruppi, non sarebbe economicamente sostenibile. Andare il sabato a dividere per le famiglie, o la sua mamma che tiene la contabilità, perché abbiamo bisogno di un minimo di addebito. Ogni gruppo ha un contabile, ha un Presidente, ha un Consiglio Direttivo, perché siamo dei gruppi ma abbiamo un minimo di organizzazione, non siamo gente scappata di casa cui è venuto lo schiribizzo.

No, c'è tutta un'organizzazione dietro, frutto di un riconoscimento legislativo. C'è una legge che ha istituito i nostri gruppi, c'è una legge che dice come deve funzionare. Quindi tutte queste cose, se date a un dipendente, a un consulente, avrebbero un costo. Viceversa, se ce le distribuiamo tra di noi, il costo non c'è più. E una delle cose che io sento, ho visto in tutti questi anni, è che viene interpretata questa cosa, queste piccole operazioncine, come uno sbatti. "Cazzo, non ho voglia di fare questo sbatti". Vado là ed è sbatti. Ergo, uno preferisce magari dedicare parte del suo tempo che è minimo, non so, a qualche ora ogni tot, piuttosto che fare queste cose ad altre minchiate: la pelliccia, l'aperitivo, vai là, vai a fare la gita, vai a fare quello.

Questo è uno. Il secondo aspetto è che sembra incredibile. Noi siamo un paese di origine contadina, t'ho detto che io ho fatto in tempo a vedere, andare a vedere, dal contadino a fare la spesa, e quindi siamo di quell'origine l'Italia, gente che si faceva da mangiare, far mangiare in casa, sapeva farlo quantomeno. E oggi sembra che sia diventato una cosa impossibile o difficilissima programmare la tua spesa.

Cosa vuol dire? Vuol dire che tu, quando fai l'ordine, tu famiglia, entro la domenica devi caricare il tuo ordine, devi saper fare un ordine di prodotti che ti servono per tutta la prossima settimana, così via ogni volta, perché è una volta alla settimana, non è tutti i giorni. Quindi il nostro ordine, quando arriviamo, arriviamo con le casse e c'è dentro quello che serve per una settimana intera. Stranamente oggi c'è gente che sa l'ultima che ti fa solleticare il pelo sul culo che è uscita ieri, ma non sa programmare una spesa per una settimana.

Ti sto parlando di quali sono le difficoltà o le obiezioni che ho riscontrato a fronte di cibo più sano, più economico, di elevata qualità e di aiutare chi produce.

Ce n'è un'altra. Secondo me è che dal dopoguerra, cioè dagli anni 'sessanta in avanti, perché forse fino a sessanta si ragionava diversamente, dagli anni 'sessanta in avanti la gente è abituata

a giudicare il cibo non con la bocca, ma con gli occhi. Per cui se uno vede un puntino su quel mandarino lì, oppure è abituato a vedere il mandarino giallo, questo qui è un mandarino verde che è un'altra varietà, non sta lì a pensare che potrebbe essere un'altra varietà, ma con il colore buono. Mangi con gli occhi e poi magari è una schifezza quello che mangi, però deve essere bello nell'apparenza e senza difetti. Tanta roba viene anche scartata perché magari non si presenta.

C'è poi un'altra questione ancora: che la gente spesso è pigra, anche i nostri e le nostre famiglie, non parliamo poi degli altri, difficilmente percorre strade nuove. Cosa vuol dire? Per esempio, io ho scoperto che nei nostri listini transitano almeno una trentina di varietà di mele diverse. Uno dice: "Ma che cazzo ce ne frega? Tanto il supermercato ci ha abituato ad avere una mela golden, che è gialla, un'altra mela non so rossa." Non so, dico il nome a capocchia per capire. Tu hai quattro tipi di mele e basta. Ma perché questo? Per il famoso discorso che ho fatto lì, dopo un po' fa, che tu devi avere un tot di più lì, un tot di più deve averlo quello là, se tu hai quattro mele il tot è tot x quattro, ma se tu metti lì trenta mele a magazzino, sui bancali, immagina quanto ne devi avere dietro le spalle tu e quanto quell'altro.

Noi invece, grazie a questi produttori agricoltori, abbiamo scoperto, riscoperto, che a noi viene proposto dalla distribuzione, dal mercato, forse un decimo di quello che si troverebbe in Italia. L'Italia è uno dei Paesi in Europa più dotato qualitativamente di prodotti ortofrutticoli, però te ne vengono presentati molto, ma molto, ma molto pochi. Per queste ragioni ci sono sempre gli stessi perché poi, per il discorso di prima, io posso prenderti per il cravattino e dirti: "Amico, io ho bisogno di dieci milioni di chili, di tonnellate, di quintali di mele golden, che prezzo?". Faccio la media, faccio quel discorso, ma se io dico: "Ho bisogno di centomila di Gold, ottantaduemila di Crimson, diecimila di questo, settemila di quello, quindici Gold", capisci che sei tu che sei un pochino poi in difficoltà, non hai numeri importanti per trattare con un altro dall'alto in basso, devi accettare perché hai talmente tanta richiesta da chiedere a loro che sei tu nelle loro mani, non viceversa. Quindi l'industria agroalimentare, e la grande distribuzione soprattutto, poi, hanno ridotto drasticamente le tipologie di prodotti in commercio e le persone normali non le conoscono.

Noi abbiamo forse una decina di tipi, che non sono neanche tutti. Ci sono anche le patate viola. E perché allora le persone, anche oggi io vedo con noi, fanno fatica a provare un qualcosa di strano che non hai mai mangiato, che non conosci? Perché se tu sei un tipo curioso, curioso in termini positivi, attenzione, non negativi, io di solito tendo a dare un termine dispregiativo, barra negativo, alla parola curioso: l'Engagion si dice in dialetto. Voi di che origine siete? Lombardi? Gagion da noi viene detto una persona ficcanaso. Io invece do un senso diverso, diciamo negativo, ma curioso: colui che vuol provare, vuol sperimentare, vuol capire cos'altro c'è. Fanno difficoltà le nostre famiglie e anche loro tendenzialmente sono orientate ad andare sempre verso quella mela, verso quella patata. Perché? Perché se tu per cinquanta anni sei stato abituato a vedere sugli scaffali, io ho visto altro, ma perché sono di una generazione, forse una delle ultime, che esiste. Ma gli altri sono abituati a vedere quello lì. Per loro non esiste una mela bianco-rossa-verde, anche se la vedono direbbero: "Ma che schifezza è?". Ma invece è una varietà. Poi magari per dire, le ronze sono delle meline così piccoline.

Che la tagli è ruggine dentro, però è buona! Noi abbiamo dei tipi che assomigliano alla Golden, rustiche ma eccezionali rispetto alla Golden. Purtroppo in tutti questi anni ci hanno fatto perdere la conoscenza delle tipicità che esistono. C'è tanta gente che passa le ore a vedere quel panzone di Cannavacciuolo o quell'altro prepotente Barbieri, quella gentaglia lì che ti insegnano, che ti giudicano come cucini. Tutti sono aspiranti cuochi, ma non sanno distinguere un tipo di mela da un'altra. Non sappiamo, ma perché siamo stati volutamente educati a questo sistema, e quindi, parlando di sostenibilità, ancora, noi cerchiamo di diffondere anche culturalmente, chiamando a volte i produttori, a spiegarci cosa ci sta dietro le varie tipologie di prodotto, perché, da cosa derivano, che cosa può avere come caratteristiche, cosa che nessuno fa. Cannavacciuolo: "Vedi che hai fatto questo, ma qui dovevi fare quel contorno, l'hai fatta così, sei un coglione". Noi invece preferiamo che uno capisca e conosca. È un'altra cosa tra le varie sostenibili. Che tanti si lavano e io dico che è una cosa importante. Quanti lo fanno? Pochi, perché il fatto che non ci sia gente che è attirata da noi, per loro questa roba è un altro sbatti.

Se tu avessi voglia di andare a scoprire, o di avere anche un minimo di curiosità e di dare un'occhiata a un tipo di prodotto, che sia locale o altro, noi in tutti questi anni, stiamo cercando di sensibilizzare anche le famiglie a chiedere informazioni, cercare di conoscere le varianti dei prodotti che hanno. Parliamo per esempio delle zucchine. Magari ce ne sono cinquanta tipi di zucchine diverse, non si sa, lo so perché in passato noi abbiamo comprato anche una varietà molto particolare, che non è

come le zucchine normali. Sono zucchine bianche, verdi, zucchine da fiore, eccetera.

Ogni tipo ha il suo gusto. Quindi il discorso di base è proprio la cultura del mangiare bene e sano e cercare di attuare una spesa consapevole. Perché? Perché la gente lo sa, ma perché per il discorso che ci hanno educato e abituato a pensare che il supermercato è l'unica fonte. Quindi l'ultima cosa, se c'è ancora un'osservazione è questa: noi abbiamo visto che c'è anche un passo all'indietro da parte della grande distribuzione che non ha ben chiaro che il consumo è in calo, non in crescita. Perché? Perché la gente ha delle esigenze diverse, il benessere, e questo è un bene per noi. Il benessere è un'idea che non è solo legata all'acquisto di prodotti, ma anche all'acquisto di prodotti di qualità, perché la gente ha voglia di spendere in modo più consapevole.

Questo è un altro aspetto che porta la gente a spendere un po' di più, quindi ci sono famiglie che vogliono sapere cosa stanno comprando, con quali metodi vengono prodotti, ma non è così. Ci vuole tempo per spiegare che non è solo una questione di prezzo, ma anche di qualità, di benessere.

E il messaggio che stiamo cercando di diffondere è che il cibo è una cultura, è una condivisione e anche il rapporto con il contadino è fondamentale. Cioè che non è solo un acquisto, ma c'è anche una storia dietro. La gente deve sapere che quando compra un prodotto da noi, quel prodotto viene da un contadino, viene da una persona che ci lavora, che ci mette passione e non è solo un numero.

Quindi la sostenibilità non è solo economica, ma è anche sociale e culturale. Ecco, io credo che sia questo il messaggio che stiamo cercando di diffondere. Perché? Perché c'è anche un passo indietro, rispetto a tutto questo discorso. Ci sono cose che funzionano, cose che non funzionano, ma la cosa che funziona è che ogni persona dovrebbe sapere che quello che mette nel carrello, che acquista, ha un significato profondo. Non è solo un prodotto da consumare, ma è qualcosa che fa parte di un percorso di vita, di una storia, ecco.

Quindi abbiamo bisogno di continuare a lavorare su questo aspetto per costruire una rete di consumatori sempre più consapevoli, che sappiano quello che stanno comprando e perché lo stanno facendo.

Macro-tema 5: Considerazioni Finali

Intervistatore: Grazie Pietro per le tue riflessioni e per il tempo che ci hai dedicato. Prima di chiudere, c'è qualcosa che vuoi aggiungere o sottolineare?

Pietro: Sì, ci tengo a sottolineare l'importanza della comunità e della collaborazione. Siamo tutti parte di un sistema più grande e la nostra scelta di acquistare in modo sostenibile non influisce solo sulle nostre vite, ma ha un impatto diretto sull'ambiente e sulla società. Quindi, invitiamo tutti a partecipare, a scoprire e a scegliere di supportare i produttori locali e a capire il valore dei loro sforzi.

In questo senso, la nostra iniziativa rappresenta non solo un modo per fare la spesa, ma anche un'opportunità per ripristinare legami più profondi con la terra, con le persone che lavorano la terra e con le comunità che ci circondano. Ricordate che ogni acquisto è una scelta, e che possiamo fare la differenza.

Grazie a voi per l'attenzione e per l'opportunità di condividere la nostra esperienza. Spero che questo possa ispirare più persone a considerare il modo in cui fanno la spesa e le scelte che compiono.