



Il caso di Maridiana alpaca: *market makers e non market takers!* The Case Study of Maridiana Alpaca: *Market Makers and not Market Takers!*

Alessandra Persichetti, Università per Stranieri di Siena
ORCID: 0000-0001-9466-119X; persichetti@unistrasi.it

In questo contributo presenteremo il caso di un imprenditore (che conosciamo dal 1970) che ha intrapreso un'esperienza di neoruralismo di successo: Gianni Berna si è trasferito con la famiglia da Roma alla Valle del Niccone (valle di congiungimento tra l'Alta Valle del Tevere umbro e il lago Trasimeno, comune di Umbertide). Sia Gianni che sua moglie Marisa hanno dato vita a due realtà ormai consolidate: Gianni ha fondato l'azienda agrituristica "Maridiana Alpaca", basata sull'integrazione tra agriturismo, allevamento di alpaca e produzione di maglieria ecologica, mentre Marisa ha fondato l'Umbria Film Festival (di cui non potremo occuparci qui).

Quali sono state le chiavi del successo di questi progetti di sviluppo locale? In quale cornice e con quali modalità si sono espletati? Qual è stato l'immaginario che li ha costituiti e l'impatto sul territorio? Quali sono le prospettive attuali? Come può l'antropologia contribuire in questo caso?

Il ritorno alla terra

Innanzitutto, analizziamo, con le parole di Gianni, la scelta del "ritorno alla terra". Gianni sembrerebbe associare la dicotomia *gemeinschaft/gesellschaft* all'opposizione campagna/città, ma vedremo che il suo sguardo è più realistico, sfumato e pragmatico di quanto possa sembrare a prima vista.

La sua parabola esistenziale è da considerarsi a buona ragione pionieristica e avveniristica in quanto l'azienda rappresenta uno dei primi agriturismi in Umbria e in Italia e l'esperimento dell'allevamento di alpaca, con relativa produzione di fibra pregiata, primo in Italia, rappresenta un modello sostenibile dal punto di vista ecologico ed economico, riproducibile e in via di progressiva diffusione (Ansaloni, Cammertoni 2003).



Figura 1. Foto di Gianni con gli alpaca scattata nell'azienda "Maridiana alpaca" nel 2023 (Foto di Alessandra Persichetti).

La spinta che conduce Gianni a maturare la scelta del trasferimento è basata su un sentimento e una rappresentazione fortemente dicotomica della città e della campagna:

Io sono nato ai Parioli, poi quando mi sono sposato sono andato ad abitare a via XX Settembre, praticamente dietro al Quirinale, cosa che all'inizio mi piaceva, però poi, piano piano, mi son reso conto che in una città attualmente, mentre i nostri genitori ci andavano per necessità di lavoro, noi non avevamo più questa necessità perché il lavoro si trova ora ovunque. Non era più una scelta obbligata la città, ma era una scelta: vuoi stare in città e ci stai! A me cominciava a pesare perché tu incontri in una giornata mille persone e non ne conosci nessuna, ti senti pian piano vuoto, cioè inutile, un numero tra tanti, e però non sei nessuno... E questo senso di fastidio mi pesava, mi pesava sempre di più! E allora avendo la fortuna che avevo la famiglia umbra, mio padre era nato a Perugia e mio nonno aveva terre in Umbria e quindi venendo a trovarlo quando eravamo ragazzi, io avevo questo richiamo della campagna in quanto società calma, tranquilla, dove tu conosci le persone. Ovunque vai, quello non è uno sconosciuto, almeno lo conosci di vista. In città invece avevo la sensazione di essere un nulla, incontri mille persone, ripeto, però salvo il portiere non conoscevi nessuno. E allora questo fatto di senso di vuoto, di fastidio di nullità nell'essere nel mondo me lo sono portato dietro parecchio e alla fine ho deciso, a metà della vita, proprio a quarantacinque anni, ho detto: "Basta! Rientriamo nei ranghi della mia vecchia famiglia", quindi il nonno... "andiamo in Umbria, andiamo in campagna!" (...) L'agricoltura è un'opportunità importante dove apportare nuove

cose sulle vecchie tradizioni e inoltre ti lascia libero, ti lascia muovere, non sei chiuso in un appartamento, negli uffici, o nelle metropolitane sotto terra! È un mondo perso per me la città ormai; adesso è una scelta: se ci vuoi stare ci stai, però il lavoro lo trovi anche fuori e anzi forse è più facile. Io la scelta l'ho fatta: di stare fuori. (...) In città io faccio sempre l'esempio di un mio nipote che dice: "Sai zio? Ho comprato casa, l'ho trovata vicino alla fermata della metropolitana!" Capito? Lui era contento! Questo significa che il suo sogno era alzarsi la mattina, andar sotto terra, pigliare la metropolitana e uscire da un'altra parte! Ma ti rendi conto, che mondo... falso?! Cioè falsificato. Che è vero, però è un mondo brutto.¹

In questo immaginario la città appare come il luogo dell'alienazione, della solitudine, del nichilismo ("senso di nullità dell'essere nel mondo"), dell'assenza di una comunità di relazioni o, meglio, di relazioni sociali *tout court*. Inoltre, in questa prospettiva, l'abitare in città non è riconducibile al caso, all'inerzia o al destino, ma a una scelta di un soggetto irrazionale e irragionevole.

Il trasferimento di Gianni si configura come un "ritorno", un ricongiungimento genealogico, quasi una "restanza" (Teti 2022) in Umbria sulla terra degli avi, successiva alla deviazione-parentesi della "migrazione romana" da parte di suo padre. La scelta incide ovviamente su tutta la famiglia. Dopo il trasferimento, Marisa continua la sua attività di insegnante di diritto nelle scuole superiori, mentre dei due figli, uno farà la carriera accademica come geoarcheologo di fama mondiale tra gli Stati Uniti e altri paesi, l'altro lavorerà come delegato della CEE in vari paesi del mondo.

Diciamo che i miei figli li ho tolti da Roma, se no forse avrebbero fatto gli ingegneri, o l'avvocato, o il medico, i nostri amici erano questi, invece qui gli si è un po' aperta la mente: uno ha fatto scienze tropicali, l'altro scienze ambientali. E quindi la preoccupazione che molta gente aveva... mi dicevano: "Tu porti i tuoi figli in campagna e li chiudi in campagna!", non è andata così per fortuna, anzi li abbiamo aperti. (...) Tu apporti quel che hai imparato fuori a un posto che è aperto ad acquisire cose nuove perché è più facile conoscere la gente, perché è più facile creare cose, è più facile creare comunità che in città. Si è dimostrata una cosa giusta. Siamo riusciti venendo qui a creare due figli aperti e anche loro hanno creato, anche loro sono all'estero. La controprova del: "Tu chiudi i tuoi figli in campagna" è che uno si è sposato una newyorkese, l'altro una colombiana, non si sono chiusi qui.

¹ Le citazioni sono tratte dalle interviste a Gianni Berna raccolte dall'autrice a Maridiana Alpaca in data 8, 9, 10 dicembre 2023.

La “campagna di Gianni” è un luogo ricettivo: l’apertura, di cui la campagna sarebbe capace, avrebbe plasmato anche le attitudini dei due figli, segnandone positivamente destini cosmopoliti. In questa visione la campagna non è solo un luogo prescelto in cui realizzare idee e progetti agricoli, ma assume il ruolo di un ente che slatentizza e incentiva la creatività dell’individuo, la sua fantasia espressiva.

Al giorno d’oggi la campagna secondo me ti apre più che la città, hai più possibilità, perché hai i mezzi di comunicazione, stai in cima a un albero e sei collegato comunque col mondo; e poi se hai un pochino di cultura hai più opportunità di creare che stando dentro a un gruppo in città che ti distoglie dalla potenzialità creativa del singolo. E poi ti dà anche più possibilità di contatti, sembra il contrario, ma invece noi attraverso l’agriturismo o andando in giro... l’agriturismo ti dà il contatto con lo straniero, ma l’importante è avere i contatti col mondo locale e qui hai più opportunità fuori che in città perché in città la tua comunità è ristretta a quelli dell’ufficio ed è difficile che incontri altri e ci parli. Se tu attacchi discorso con uno per strada ti tira uno schiaffo, dice: “Ma che vuole?” Qui dovunque vai dici: “Buongiorno!” Innanzitutto tutti ti rispondono, se vuoi puoi parlare con chiunque qui nelle campagne, zone dove non c’è la folla, dove c’è l’individuo. Tu qui hai individui che si incontrano, in città tu hai la folla e non sei nessuno. Ti passano mille persone e non ne conosci nessuna, qui ne vedi venti, dieci, li conosci e se vuoi parlare parli, e se vuoi allargare le conoscenze lo fai facilmente perché hai occasioni d’incontri, basta la sala cinematografica o il bar, una riunione in piazza e crei conoscenze, in città no.

In filigrana s’intravede un’ideologia comunitarista in cui la campagna, comunità di relazioni autentiche, avrebbe la potenzialità di liberare le capacità dell’individuo, che al contrario, in città, sarebbe anonimizzato nella folla, entità indistinta, alienante e dispersiva.

Gianni prende in affitto una casa a Castiglion del Lago, luogo di origine del nonno, e ci va ogni fine settimana da Roma alla ricerca di una casa da acquistare, finché scopre la valle del Niccone dove nel 1981 compra 40 ettari di terra e nove case a prezzi stracciati; ristruttura le case da poco abbandonate dai mezzadri (la mezzadria, abolita dalla legge del 1964, di fatto scompare molto lentamente) e inizia ad affittarle come agriturismo nel 1982 attraverso siti stranieri a inglesi, olandesi, americani. Si tratta del primo agriturismo in Umbria. I locali lo deridono e si mostrano diffidenti nei confronti del progetto, ma presto dovranno ricredersi e, negli anni seguenti, lo imiteranno. Gianni: “La gente mi diceva: ma chi ti ci viene in campagna? Ma che ti sei messo in testa?”

Solo nel 1988 anche Marisa si convincerà a lasciare Roma per trasferirsi in campagna. È importante tenere presente il tornante storico: negli stessi anni in cui Gianni acquista la sua proprietà, moltissimi altri stranieri si insediano nella valle del Niccone e formano una comunità. L’apertura della campagna



di cui parla Gianni non si riferisce solo ai locali, ma anche al clima poliglotta e cosmopolita che si respira ormai nella valle a causa dell'apporto di stranieri. La visione della campagna di Gianni è disincantata:

Alla prima conferenza dove sono andato qua a Città di Castello scopro che questa valle aveva i tumori allo stomaco in percentuale più alta d'Italia perché coltivavano il tabacco e i locali vi facevano gli orti vicino. Ma come? Ho lasciato Roma perché mi faceva male vedere i ragazzini all'altezza del tubo di scappamento delle macchine, arrivo qui e c'è la valle più inquinata! Eh, va beh! Lì i polmoni, qui il fegato!

Un trasferimento di capitali simbolici e materiali

Una volta trasferitosi, Gianni costruisce, insieme ad altri imprenditori, un impianto biodiesel per biomasse (colza) a Pian d'Assino, alla periferia di Umbertide. Cambiano le leggi, l'impianto viene chiuso, "probabilmente la lobby delle società petrolifere non ammette concorrenza", facendo smantellare i primi tentativi di realizzazione di energia pulita. A questo punto Gianni abbandona il progetto delle biomasse e nel 1994 si lancia nell'esperienza dell'alpaca e del tessile naturale. Bisogna considerare il fatto che questa progettualità non nasce nel vuoto, ma può essere considerata l'esito del possesso di un capitale simbolico e materiale da parte di Gianni, che già aveva avuto una consolidata esperienza di successo con la cooperazione allo sviluppo internazionale. In Nigeria aveva fondato la Nigerian food company, per lo stoccaggio dei cibi (costruendo e importando un magazzino frigorifero, una fabbrica di ghiaccio, un macello frigorifero e due camion frigoriferi) e creato una piantagione di tè, la Mambilla tea company (oggi proprietà della Tate & Lyle). Anche qui emergono con forza gli elementi dell'inventività, della scelta politica consapevole, del pionierismo:

La mia propensione è sempre stata quella di fare attività indipendente, non essere impiegato, creare in agricoltura. Mi piaceva creare attività quindi ho sempre fatto questi progetti in Africa, sarei potuto andare anche in Asia, in America Latina, però la mia filosofia di studio era questa: l'Africa è quella più vicina a noi, è quella su cui dobbiamo investire di più, l'Africa significa più collegamenti nel futuro, più possibilità di utilizzo delle energie tra di noi, più utile, infatti poi vedi ora tutti gli immigrati...? Una volta lasciata Roma e venuto qua in campagna, ho sentito che quasi quasi "la mia Africa" era questa, mi son sentito in un ambiente libero, diciamo così, "africano", e quindi ho spostato la mia voglia di fare non più a creare progetti in Africa, ma a farli qui e quindi mi sono messo a fare biomasse, tessile naturale, allevamento di animali, non ho fatto il formaggio, l'olio, la vigna, o cose normali, ho creato cose nuove.



Figura 2. Foto del negozio “a fine produzione”, scattata nell’azienda “Maridiana alpaca” nel 2024 (Foto di Alessandra Persichetti).

Gianni lascia la cooperazione allo sviluppo quando inizia il periodo delle tangenti. È a questo punto che cerca e trova la “sua Africa” in Umbria. L’Africa degli anni ‘80 appare qui, quasi come un *cliché* coloniale, metafora di una terra libera e vergine in cui riversare le energie originali di un’imprenditoria illuminata e innovatrice. D’altro canto, la scelta imprenditoriale assunta in Umbria, di chiara impronta ecologista, è consapevole e d’avanguardia:

Dopo che ci hanno bloccato il progetto biomasse, non ho voluto fare vigne ulivi, olio, perché li fanno tutti, inutile che mi ci mettevo pure io. Mi sono inserito in questa strada del tessile naturale, perché uno dei settori più inquinanti in Italia è il tessile. Con tutta la chimica che adoperano! Allora si è creato un movimento, e io mi ci sono trovato dentro in pieno con l’alpaca, poi ho messo le pecore merinizzate, le capre d’angora, avevo 150 animali da fibra e facevo pullover, guanti, cappelli, sciarpe...

Una campagna “urbana”

Bisogna sapere che Gianni aveva già tentato l’allevamento di cavalli, mucche e asini, scartato altre ipotesi e infine scelto l’alpaca, poiché l’animale più rispondente alla sua immagine idealizzata di campagna “pulita”, “comoda”, ecologista, non violenta (l’alpaca non è aggressivo) e interspecie (l’alpaca non si mangia).

Da Roma sono venuto qua in campagna e il principio era: non trattori, non operai, quindi l’unica cosa era: animali liberi! Allora ho messo i cavalli, le mucche, il somaro, però poi i cavalli scappavano, mi chiamavano: “Gianni! Qui ci sono i tuoi cavalli!”, le mucche se ne andavano pure loro, tre giorni per trovare una mucca, poi un paio di calci, i tafani, sporco un po’ dappertutto, perché non li tenevo in stalla... mi piacevano liberi, e a quel punto ho studiato. Ho studiato le lumache, sono andato a vedere degli struzzi, però le lumache non erano interessanti, gli struzzi dovevi avere delle gabbie, dei recinti, poi erano pericolosi, e a questo punto cercando – io dico chi cerca trova, devi continuare a cercare finché non arrivi a quello che vuoi – ho trovato su una rivista inglese gli alpaca, allora sono andato in Inghilterra nel Galles e c’erano due allevamenti gestiti da due signore, tutte carine, bionde, con le unghie fatte, tutte rosse... e io in mezzo alla caccia dei cavalli! – ride – Mi dico: “Eh! Questo è significativo! Si sono dimostrati facilissimi da accudire!”

L’alpaca si rivela anche un ottimo animale da compagnia, che viene a colmare dei bisogni di affettività e delle lacune di solitudine che ormai, con la deparentalizzazione, non caratterizzano più solo gli ambienti urbani, ma anche quelli rurali. Alcuni clienti hanno acquistato l’alpaca in seguito a lutti familiari o separazioni.



Figura 3. Foto di Gianni nell'agriturismo scattata nell'azienda "Maridiana alpaca"
(Foto di Rebecca Heyl)



È un animale che piace, addomesticato, sostituisce in maniera egregia il pony, l'asinello sardo o la capretta tibetana che sono gli animali da compagnia per eccellenza. Chi conosce l'alpaca lo preferisce perché è più semplice, più pulito, non scappa, non ha bisogno di recinti, non si mangia i fiori, le foglie degli alberi... È un animale speciale... per quello che ce ne sono sempre di più in giro.

Gianni inizia così ad allevare circa 50 alpaca e a vendere 20-30 alpachini l'anno. Poi comincia a studiare la fibra e a produrre la maglieria che vende nel proprio negozio sotto casa e nelle fiere del biologico. A Bologna, Firenze, Trento, Bolzano, si ritrova a essere l'unico venditore di tessile naturale in un mercato di alimenti biologici: praticamente non ha concorrenza e vende proficuamente pullover, sciarpe, scialli, giacche, coperte, cappelli, guanti, calzini, ecc. L'azienda dà vita anche ad altri indotti: vengono contattate maglieriste locali per la confezione dei capi e cooperative di tinture ecologiche per la colorazione.

L'alpaca prevede semplicità di gestione, scarsa manodopera, basso costo di allevamento, non invasività, non esigenza del tempo pieno e buona redditività. Dal 1999 al 2019 nell'azienda lavora anche Noemi, segretaria che si occupa di contabilità, relazioni con il pubblico, mercati. Contemporaneamente Marino, operaio agricolo, con altri due aiutanti, si occupa della manutenzione del terreno (raccolta olive, sfalcio dei prati per la produzione di fieno, recinzioni) e degli animali (apertura e chiusura delle stalle, approvvigionamento del fieno, tosa, scelta della fibra). Oggi vengono saltuariamente, a ore, una segretaria e una ragazza che si occupa delle stalle.

I lupi e l'“uomo degli alpaca”

Nel 2007 arrivano i lupi: la soluzione sarebbero i cani pastore che però mal si sposano con la concezione tranquilla e accogliente dell'agriturismo e della campagna di Gianni. Questi decide di ridurre il numero dei capi a una cifra simbolica e, anche per l'età, di dismettere progressivamente l'attività.

Poi il problema che io ho avuto sono stati i lupi che hanno cominciato a fare fuori prima le pecore, poi le capre e gli alpaca e quindi ho dovuto ridurre la parte allevamento. Devi mettere il cane pastore per i lupi. Ammazzarli non puoi perché vai in galera tre anni e tre mesi perché sono protetti da una legge europea del '97. Adesso finalmente si stanno dando da fare per togliere la protezione, dovrebbero potere far fuori un po' di lupi e aiutare le greggi, la pastorizia, anche passeggiare è diventato impossibile! Io non volevo mettere i cani pastore, perché è pericoloso,



voglio stare in campagna tranquillo, i bambini che mi vengano a trovare, non volevo creare presso di me una cosa rischiosa per cui ho ridotto tutti gli animali. E ho tenuto questi 4-5 alpaca... I lupi per 4-5 non vengono più di giorno, e la notte ho la stalla per chiuderli.

L'invocazione della riduzione del numero di lupi, che contrappone le visioni degli ambientalisti e le esigenze contrapposte dei pastori, rappresenta uno tra i tanti esempi di "paesaggio negoziato" in quanto "riconoscimento del ruolo che le popolazioni locali possono giocare a partire dal valore che esse attribuiscono ai loro contesti di vita" (Papa 2016, p. 447).

L'azienda "Maridiana alpaca" è nota nei dintorni e tra gli allevatori in Italia; le classi scolastiche della zona fanno gite per vedere l'allevamento, molti sono i visitatori che, da tutta Italia, passano in azienda. Gianni è "l'uomo degli alpaca" e vuole continuare, finché può, a incarnare il simbolo della sua azienda come esempio tangibile per i giovani alla ricerca di un'attività ecosostenibile. Inoltre gli alpaca gli servono a mantenere tosati i prati della proprietà. E poi è anche una questione di affezionamento agli animali. Gli alpaca entrano e sostano anche per ore in ufficio, vengono coccolati, accarezzati, abbracciati, chiamati con nomi umani o fantastici (Giulio Cesare, Alan, Totoro, Angelino, Sandokan). La relazione con gli alpaca da parte di Gianni, i familiari e Noemi si situa – come nel caso delle Carresi studiato da Letizia Bindi – a metà tra un rapporto di *engagement*, fortemente personalizzato ed emotivo, e di *interpatience* "sorta di cooperazione operativa non disimpegnata" fino ad arrivare a posizioni ideologiche interspeciste (Bindi 2015, p. 56).

Gianni: "Adesso ho cinque alpaca perché io sono conosciuto come "quello dell'alpaca" e quindi la gente mi viene ancora a trovare per gli alpaca... quindi almeno cinque! Adesso sono entrato nella situazione di stallo, di pensione, tanto ho la mia età".

L'alpaca, da animale esotico, è entrato nell'immaginario locale, Gianni viene chiamato anche per partecipare a varie iniziative, tra cui le feste religiose: a Perugia gli alpaca sono stati benedetti dal vescovo insieme ad altri animali fatti arrivare per la festa di S. Antonio.

Per l'acquisto dei primi alpaca l'azienda si è avvalsa di contributi CEE (nell'ambito del progetto Arinco dell'ENEA), poi ha proseguito da sola in tutte le fasi successive. È diventata un'azienda pilota, un punto di riferimento in Italia. Ha fatto parte del consorzio internazionale per le fibre tessili e naturali Consorzio Arienne. Ha stipulato una convenzione con le Facoltà di Veterinaria e Agraria dell'Università di Perugia: vari stagisti dottorandi



(anche un boliviano) sono venuti a lavorare in azienda. Ha fatto attività di consulenza tenendo corsi su: alpaca, filatura, tessitura, tosa, feltro. Gianni è stato promotore della fondazione del GAL Alto Tevere insieme alla Comunità Montana, ma ne è uscito nel momento in cui la legge ha previsto che i membri del consiglio fossero solo enti pubblici e non più privati. Infine Gianni, da economista, ha scritto un libro per restituire la sua esperienza a chi volesse riprodurla (Berna 2006).

Mi sono messo di punta per dimostrare che anche con gli alpaca puoi vivere, ma ne devi avere un certo numero: per campare minimo quaranta. Se hai altri redditi è diverso, noi per esempio abbiamo anche l'affitto degli agriturismi. L'agricoltura ha la potenzialità dell'integrazione di più redditi. Però se vuoi vivere solo di alpaca devi averne quaranta-cinquanta, per avere uno stipendio per vivere.

Nel libro sono contenuti consigli di ogni tipo per allevare gli alpaca, produrre la fibra e vendere i manufatti. Quanto alla vendita di questi ultimi, si consiglia di non rivolgersi ai metodi tradizionali di commercializzazione (i negozi), in quanto il tessile naturale di qualità crea di per sé un prodotto speciale e di conseguenza un "mercato parallelo" che richiede metodi di diffusione innovativi. Gianni ha creato un negozio proprio accanto alle stalle e ha cercato il consumatore già predisposto e "autoselezionato" nei mercati biologici.

Il messaggio centrale della filosofia di Gianni e della sua azienda risiede forse nella frase: "Bisogna entrare nell'ottica di coloro che sono capaci di dettare le regole del mercato e non di coloro che le subiscono. Bisogna avere la convinzione e la forza di essere *'market makers'* e non *'market takers'*" (cfr. Du Plessis 2005).

La frase, che rivela una visione dell'economia alternativa, in aperta opposizione alle istanze sovralocali del capitalismo liberista globalizzante, si riallaccia anche al concetto di rivendicazione del "diritto al paesaggio" (Papa 2016, p. 448). La dimensione partecipativa, tanto invocata (Rautenberg *et al.* 2015), è qui rivendicata dal soggetto stesso della trasformazione del territorio.



Figura 4. Foto di alpaca nella stalla, scattata nell'azienda "Maridiana alpaca" (Foto di Federico Berna)

Gianni è un economista e sa valorizzare i propri prodotti inventando marchi e identità legate al territorio. Ora sta chiedendo al comune di patrimonializzare la valle dandole una visibilità sovralocale attraverso un cartello segnaletico che la inserirebbe in un circuito di marketing e consumo (Bindi 2014, p. 158). In questo senso Gianni contribuirebbe dal basso a una progettazione partecipata della promozione territoriale:

Adesso l'ultima cosa che dovranno fare sarà di mettere dei cartelli all'ingresso nord e sud della valle: "Valle del Niccone", è un modo per incentivare, dare una vocazione, un'identità a un posto. Al momento non c'è un tratto fisico che la definisca. Più volte l'ho chiesta, mi hanno promesso che la faranno. I toscani l'hanno fatto da sei mesi, da poco, e io ho detto al Comune: "Vedete che ci hanno fregato i toscani?" All'entrata mettere valle del Niccone non gli costa niente: dà un'identità buona alla zona, la gente dice: "Dove sei stato?" "In valle del Niccone". Non in Umbria...

Conclusioni

La valle del Niccone, classificata come area rurale marginale fino al 2000 (Antonini 2000; Berna 2000; Ansaloni, Cammertoni 2003) è diventata un'area attrattiva, grazie alla proliferazione di attività agrituristiche, ristorative, alle iniziative del Comune e della Comunità montana (trekking organizzati, ecc.), all'integrazione degli stranieri ricchi (diversa la sorte dei magrebini!). Il contributo di outsiders che, arrivati nella valle, hanno introdotto nuove attività economiche, è stata decisiva nei processi di rivitalizzazione. Pertanto la valle del Niccone non corrisponde all'immaginario rurale di una *enclave* isolata e stagnante dedita alla sola agricoltura, ma, al contrario, è inserita in processi comunali, regionali, nazionali, globali che ne definiscono trasformazioni continue, mobilità, flussi migratori, dinamiche demografiche, economiche e culturali, e interconnessione (Hedberg, Do Carmo 2012).

Gianni ricalca una narrazione idealisticamente ecologista e pragmaticamente patrimonializzante del territorio, ma evita le secche della "nostalgia rurale" (Meloni 2023) e l'idealizzazione di un passato agricolo e pastorale da folklorizzare e vendere all'industria del turismo edonistico urbano (Bindi 2022b, p. 4).

La parabola esistenziale di Gianni fin qui tratteggiata, anche attraverso il suo immaginario rurale, indubbiamente smentisce l'opposizione città/campagna come due universi chiusi e non comunicanti (Carlow 2016), mentre rappresenta bene quella circolarità e travaso di saperi e pratiche che dalla città di Roma (e in questo caso perfino dall'Africa) fluiscono nella campagna, la plasmano secondo nuovi modelli e creano in loco attività che a loro volta richiamano altra gente dalla città (turismo, commercio di un animale esotico, neoruralismo) e riversano i loro manufatti ecologici nell'Italia centro-settentrionale.

La "razionalità della vita rurale" realizzata da "Maridiana alpaca" segue logiche di produzione e di mercato opposte a quelle dell'integrazione in un mercato capitalistico che ha invece investito ad esempio l'agricoltura in Toscana, dopo la scomparsa della mezzadria (Pratt 1994). La produzione di maglieria ecologica e di animali per la vendita vede l'emergenza di una nuova tipologia d'impresa artigianale creativa che non segue un'economia di scala. Ogni maglione e ogni animale non sono replicabili in serie, sono unici, hanno una storia e i loro costi di gestione non sono scalabili (Tsing 2012).

Inoltre gli alpaca incidono sul paesaggio rurale nel senso del recupero di aree abbandonate, della loro tutela, promozione e consumo. Per questo e "poiché gli alpaca sono animali docili, utili, puliti, ecologici, che possono essere trattati da chiunque senza fatica, l'allevamento d'alpaca si dimostra un'ottima alternativa alla zootecnia tradizionale" (Berna 2006, p. 91).

Inizialmente Gianni e la famiglia Berna vengono percepiti dai locali come “stranieri”, ma col tempo si inseriscono nel tessuto sociale locale e diventano “totally umbertidesi” – come dice Gianni. Tuttavia, Gianni con “Maridiana alpaca” e Marisa con il Festival sono stati gli agenti di una trasformazione innovativa ed ecosostenibile del territorio. Sono stati anche, in quanto nuovi proprietari degli ex-poderi mezzadrili portatori di un alto capitale culturale e materiale, soggetti di un processo di gentrificazione e polarizzazione sociale, sebbene, per posizioni ideologiche e politiche siano persone inclusive e non elitarie. Ora, in termini di gentrificazione e polarizzazione sociale, è necessario distinguere l’impatto dell’azienda Maridiana da quella del Festival del cinema. L’impatto del festival del cinema di Montone meriterebbe di essere descritto in maniera articolata in un articolo a parte: qui possiamo solo accennare al fatto che l’Umbria Film Festival in generale ha dato visibilità e attrattività all’intera Alta Valle del Tevere umbro, che ormai è nota anche per questo festival; in particolare il festival ha al contempo rigenerato e gentrificato il borgo di Montone (attraverso l’apporto di una quota di proprietari stranieri agiati). La popolazione locale partecipa attivamente alle proiezioni cinematografiche e alle altre iniziative culturali del festival, beneficiando in questo senso di una opportunità di crescita culturale. Anche i ristoratori e gli albergatori hanno tratto benefici (economici) dal festival. L’effetto negativo della polarizzazione sociale è eclatante, invece, nel mercato immobiliare che ha conosciuto un’impennata dei prezzi, a causa dell’acquisto di case da parte di stranieri facoltosi, finendo per svantaggiare gli abitanti meno abbienti (affittuari o alla ricerca di alloggio nel paese).

Diverso l’impatto sul territorio da parte dell’azienda Maridiana alpaca. Al contrario di quanto rilevato da Meloni (2023, p. 18) in Toscana, ovvero dell’esclusione dei locali dai processi innovativi innescati dalle nuove élites provenienti dall’esterno, gli autoctoni di Umbertide non sono stati esclusi dai processi che Gianni ha messo in moto, ma sono stati coinvolti e integrati nelle iniziative e sono diventati a loro volta agenti di trasformazioni analoghe. Molti di essi hanno imitato l’esperienza dell’agriturismo a partire dagli anni ‘90 e (a livello nazionale) anche quella dell’allevamento di alpaca, rivolgendosi all’azienda “Maridiana” per avere consigli nelle prime fasi di attuazione dei nuovi progetti. In questo senso, se è vero che Gianni è rappresentante di un’imprenditoria illuminata e innovatrice, l’esperienza dell’azienda non ha determinato fenomeni di polarizzazione sociale, ma, al contrario, la comunicazione, gli scambi, la trasmissione delle conoscenze acquisite hanno permesso la riproduzione del modello in maniera interclassista, presso tutti gli strati sociali. Come alcuni studi hanno rivelato, in campagna, a differenza che in città, la *gentrification* non produce necessariamente *displacement* o sostituzione di classe (Gonzalez 2017, p. 2). Come abbiamo potuto vedere, Gianni non accarezza un immaginario eli-

tista del mondo rurale, ma partecipativo, inclusivo e potenzialmente espansivo. La sua azienda, non ha creato nuove disuguaglianze sociali, anzi si è posta l'obiettivo di diventare un modello imprenditoriale finanziabile dagli enti pubblici statali ed europei al fine di creare nuove opportunità di lavoro per giovani di qualsiasi classe sociale.

Bisogna sapere, poi, che oggi la campagna offre alla famiglia di Gianni la possibilità di una ricomposizione familiare impensabile in città, poiché nel tempo un fratello, una cognata, una suocera, un figlio con moglie e prole hanno deciso di aggregarsi residenzialmente alla unità primigenia costruendo altre unità abitative vicine.

Nel frattempo il paesaggio sociale della valle del Niccone continua a mutare poiché molti stranieri che hanno acquistato negli anni '80 sono ripartiti e hanno venduto ad altri stranieri: le zone rurali con prevalenza di abitanti stranieri si rivelano in questo senso zone a popolamento variabile e imprevedibile con un alto tasso di ricambio generazionale che spezza le leggi parentali della successione genealogica.²

Per concludere, cosa può fare l'antropologo di fronte a un caso di studio come questo? Può comprendere lo svolgimento dei processi e accogliere, dare rifugio, ospitare, difendere i nuovi saperi locali (Breda 2011, pp. 48-49).

"Maridiana alpaca" ci sembra abbia risposto positivamente al quesito posto da Bindi (2022a): ha rigenerato e restaurato luoghi abbandonati trasformandoli in nuovi possibili luoghi di vita e di lavoro senza cadere nella trappola estetizzante della rappresentazione nostalgica di un passato rurale patinato e della mercificazione totalizzante, attraverso un percorso partecipativo fatto di tentativi ed errori sul tempo lungo di una vita. Gianni ha messo in valore e "patrimonializzato" un territorio, a partire da progetti (biomasse, alpaca) che guardano al futuro (Rautenberg *et al.* 2015). L'azienda è attualmente in fase di dismissione, ma ha fatto scuola (letteralmente ha svolto attività di consulenza per anni e continua a svolgerla in maniera informale e gratuita) e costituisce oggi un modello ecosostenibile riproducibile per quanti vogliono cimentarsi nell'allevamento degli alpaca e nella produzione di fibre ecologiche. L'antropologo può divulgare la conoscenza del modello all'interno delle reti dei nuovi progetti di sviluppo.

E l'impianto di biodiesel, divenuto con la chiusura un esempio di "terzo paesaggio" (Breda, Lai 2011)? Potenzialmente funzionante, sarebbe opportuno che venisse conosciuto, analizzato e inserito anch'esso nei nuovi progetti relativi alle energie rinnovabili.

² Cfr. Hedberg, do Carmo (2012, p. 2): "The social composition of rural areas is becoming increasingly heterogeneous (...) spaces are dealing with constant reconfiguration".



Bibliografia

Ansaloni, F., Cammertoni, V.

2003 *Sustainable Production Methods and Economic Development of the Marginal Rural Zones of the Italian Central Apennines*, Relazione per SAFO – Sustaining Animal Health and Food Safety in Organic Farming, a European Commission funded Concerted Action Project.

Antonini, M.

2000 *Rapporto Finale, Progetto Dimostrativo per l'introduzione di animali da fibra pregiata (capra angora e alpaca) in aree rurali marginali in Umbria (ARIN-CO-95 IT 06027, Art. 8, EC Reg. 4256/88)*, ENEA, Dipartimento Innovazione, Divisione Biotecnologie ed Agricoltura, Sezione Miglioramento delle Produzioni Animali, Roma, Settembre.

Berna, G.

2000 *Studio per la commercializzazione sul mercato italiano di fibre e manufatti di alpaca e mohair prodotti da allevamenti in zone marginali dell'Umbria, Art.8 FEOGA CE DG Agricoltura, Rapporto finale di ricerca, Progetto Arinco, Dicembre.*

Berna, G.

2006 *L'alpaca in Italia*, M.I.R. Edizioni, Montespertoli (FI).

Bindi, L.

2014 Rileggendo "Folklore e profitto". Patrimoni immateriali, mercati, turismo. *EtnoAntropologia*, 2 (1), pp. 151-165. DOI: <https://doi.org/10.1473/97>.

2015 Patrimoni e protocolli. I beni culturali immateriali tra valori globali e pratiche locali come terreno di conflitto e mediazione. *EtnoAntropologia*, 3 (2), pp. 39-61. DOI: <https://doi.org/10.1473/195>.

2022a *Oltre il "piccoloborghismo": le parole sono pietre*, in F. Barbera, D. Cersosimo, A. De Rossi (a cura di), *Contro i borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi*, Donzelli, Roma, pp. 11-17.

2022b Sense of Place, Biocultural Heritage, and Sustainable Knowledge and Practices in Three Italian Rural Regeneration Processes. *Sustainability*, 14, pp. 1-23. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14084858>.

Breda, N., Lai, F.

2011 *Antropologia del "Terzo Paesaggio"*, Cisu, Roma.

Carlow, V.M.

2016 *Ruralism. The Future of Villages and Small Towns in an Urbanizing World*, Jovis, Berlin.



Du Plessis, R.S.

2005 *Market Makers and Market Takers: A History of Natural Fibers Textiles in the Central Apennine Region (the Marche and Umbria)*, Adda Editore, Bari.

González, A.P.

2017 Heritage and Rural Gentrification in Spain: The Case of Santiago Millas. *International Journal of Heritage Studies*, 23 (2), pp. 125-140. DOI: 10.1080/13527258.2016.1246468.

Hedberg, C., Do Carmo, R.M. (eds.)

2012 *Translocal Ruralism. Mobility and Connectivity in European Rural Spaces*, Springer, Dordrecht, Heidelberg, London and New York.

Lowenhaupt Tsing, A.

2012 On Nonscalability: The Living World Is Not Amenable to Precision-Nested Scales. *Common Knowledge*, 18, pp. 505-524. DOI: <https://doi.org/10.1215/0961754X-1630424>.

Meloni, P.

2023 *Nostalgia rurale. Antropologia visiva di un immaginario contemporaneo*, Meltemi, Milano.

2021 La *gentrification* della campagna nella Toscana meridionale: l'invenzione del Chian-tishire. *L'Uomo Società Tradizione Sviluppo*, 11 (2), pp. 35-60. <https://rosa.uniroma1.it/rosa03/uomo/article/view/17941> (consultato il 5/10/2024).

Papa, C.

2016 La costruzione del paesaggio. *Lares*, 82 (3), pp. 433-448. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26384411> (consultato il 5/10/2024).

Pratt, J.

2016 *The Rationality of Rural Life: Economic and Cultural Change in Tuscany*, Routledge, London.

Rautenberg, M., Micoud, A., Bérard, L., Marchenay, P. (éds.)

2015 *Campagnes de tous nos désirs. Patrimoines et nouveaux usages sociaux*, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris.

Teti, V.

2022 *La restanza*, Einaudi, Torino.