

L'Emporio sociale: un modello di capacitazione e inclusione sociale

Michele Filippo Fontefrancesco, Amedeo Boscolo

	<h2>Narrare i gruppi</h2> <p><i>Etnografia dell'interazione quotidiana, prospettive cliniche e sociali, design</i> - vol. 17, n° 1, giugno 2022</p> <p>ISSN: 2281-8960</p>
---	---

Rivista semestrale pubblicata on-line dal 2006 - website: www.narrareigruppi.it

Titolo completo dell'articolo	
L'Emporio sociale: un modello di capacitazione e inclusione sociale	
Autore	Ente di appartenenza
Michele Filippo Fontefrancesco	<i>Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo Bra (CN), Italia</i>
Amedeo Boscolo	<i>Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo Bra (CN), Italia</i>
Pagine 87-108	Pubblicato on-line in Latest il 15 marzo 2022
Cita così l'articolo	
Fontefrancesco, M.F., Boscolo, A. (2022). Titolo. In <i>Narrare i Gruppi</i> , vol. 17, n° 1, giugno 2022, pp. 87-108 - website: www.narrareigruppi.it	

IMPORTANTE PER IL MESSAGGIO CHE CONTIENE.

Questo articolo può essere utilizzato solo per la ricerca, l'insegnamento e lo studio privato. Qualsiasi riproduzione sostanziale o sistematica, o la distribuzione a pagamento, in qualsiasi forma, è espressamente vietata. L'editore non è responsabile per qualsiasi perdita, pretese, procedure, richiesta di costi o danni derivante da qualsiasi causa, direttamente o indirettamente in relazione all'uso di questo materiale.

gruppi nel sociale

L'Emporio sociale: un modello di capacitazione e inclusione sociale

Michele Filippo Fontefrancesco, Amedeo Boscolo

Riassunto

Questo contributo affronta il tema della lotta alla povertà e alla fame urbana analizzando attraverso un'analisi di caso l'impatto socioculturale e l'efficacia del servizio di Emporio della solidarietà inteso come alternativa al dono del pacco alimentare. L'analisi dell'Emporio Sociale della Caritas di Bra (CN) evidenzia la positività di questo approccio capace di offrire una risposta elastica al bisogno alimentare e capace di innescare processi di empowerment negli assistiti. Le specificità proprie dell'esperienza braidese offrono, inoltre, un modello di erogazione del servizio incentrato sulla ricerca della relazionalità tra operatore e fruitore capace di rafforzare i modelli dei processi di capacitazione soggettiva.

Parole chiave: inclusione sociale, cibo, dono alimentare, Emporio sociale, marginalizzazione urbana.

The social emporium: a model for empowerment and social inclusion

Abstract

This paper investigates the social and cultural impact and effectiveness of the solidarity emporium service as a strategy for fighting urban marginalization, malnutrition and poverty. Through the ethnographic analysis of the case-study of the Social Emporium of Bra (Italy), the paper highlights the positivity of this approach that is capable of offering a tailored response to the individuals' need and empowering the customers of the service. The specificities of the case-study offer an example of solidarity emporium focused on the strong relationality between operators and customers that proved particularly effective in empowering the customers.

Keywords: social inclusion, food, food donation, solidarity emporium, urban poverty.

1. Introduzione¹

Una busta con all'interno pasta, salsa di pomodoro, olio di semi, verdura inscatolata, sale, zucchero, caffè, latte a lunga conservazione e biscotti: prodotti alla base della dieta quotidiana di molti italiani, ma che non sempre si sposano con le abitudini alimentari dei nuovi italiani. Questa è la materialità di molti dei pacchi alimentari donati ogni giorno da parrocchie e altri enti di carità in tutto il Paese. La pratica del dono alimentare si radica nella storia europea (Fontefrancesco & Zocchi, 2020). Laddove, nel contesto rurale, il dono prende spesso forma di colletta rituale svolta in periodo invernale spesso volta al mantenimento dei legami sociali tra centri abitati e case sparse nel contado (Grimaldi, 2012), in ambito urbano si configura come redistribuzione di risorse economiche e alimentari volta a supportare gli strati più fragili della popolazione, organizzato dalla chiesa, ovvero associazioni religiose e laiche, durante momenti simbolici dell'anno, quali la fine dell'inverno, ovvero la celebrazione dei festeggiamenti del santo patrono (Camporesi, 1978). In tal senso, il dono alimentare si è sempre configurato come uno strumento di lotta alla povertà assoluta per il raggiungimento di una più diffusa sicurezza alimentare all'interno delle comunità.

In ambito contemporaneo, il dono alimentare, prende forma di 'pacchi spesa' contenenti per lo più beni di prima necessità e a lunga conservazione distribuiti dal Banco Alimentare, assieme ad altri soggetti del terzo settore, a soggetti fragili precedentemente selezionati. Sono uno strumento comune che ha raggiunto almeno 1.500.000 persone nel 2020 (sono queste le persone riceventi aiuto attraverso solo il Banco Alimentare: <https://www.bancoalimentare.it/>) contribuendo effettivamente alla lotta alla fame e alla povertà (Fontefrancesco, 2020). A fronte di questa rilevanza, il dibattito scientifico e professionale ha evidenziato alcuni limiti sostanziali in questo strumento, in particolare nell'incapacità sua di innescare processi di capacitazione nei beneficiari dato la rigidità dello strumento (Berti *et al.*, 2021). In risposta a questi limiti, a partire dagli anni '90 del secolo scorso si sono diffusi in Italia, promossi da Caritas, gli 'empori della solidarietà' (Lodi Rizzini, 2015a), superando le 200 realtà nel 2020 (Redazione, 2020). Gli empori sono luoghi attrezzati come negozi commerciali, sia per modalità di

¹ In questa sede, gli autori, vogliono ringraziare il Comune di Bra e la Caritas di Bra per il supporto alla ricerca. L'articolo è l'esito del lavoro degli autori. Amedeo Boscolo ha condotto l'indagine sul campo supervisionato da Michele F. Fontefrancesco producendo una prima elaborazione dei dati di campo (Boscolo, 2021). A partire da quella, Fontefrancesco ha redatto il presente articolo. I paragrafi 1, 2, 4, 5 sono da attribuirsi preminentemente a Fontefrancesco; il paragrafo 3, così come tutti gli annessi in appendice, a Boscolo. Il testo è stato visto e approvato dagli autori.

fruizione dello spazio sia per modalità di accesso, in cui i beneficiari possono reperire alimenti e prodotti di prima necessità sulla base di un sistema a punti usati per l'acquisizione dei beni voluti (Maiano *et al.*, 2016: 104).

Il concetto di Emporio della solidarietà nasce con l'obiettivo di allontanarsi dall'ottica di assistenzialismo passivo nell'accesso alla risorsa alimentare, stimolando l'acquisizione e l'uso del capitale sociale e culturale individuale e proponendo un approccio fortemente personalizzato alla risposta del bisogno. In tal senso propone un modello organizzativo ibrido (Venturi & Zandonai, 2014) che parte dalle finalità proprie di un'economia del dono vestendosi con forme proprie dell'economia di mercato. Per far ciò, l'iniziativa di lotta alla povertà e alla fame abbandona la veste del dono a favore di quella dell'acquisto di mercato: una scelta apparentemente lontana da un'accezione della relazione di mercato come azione incapace ed anzi antitetica alla costruzione relazionale comunitaria che pervade il dibattito antropologico anche recente (Carrier, 1991; Gudeman, 2005, 2016; Hann & Hart, 2009; Hart *et al.*, 2010; Spyridakes, 2018). Alla luce di questa consolidata tradizione interpretativa si aprono quindi domande tanto sul funzionamento di questi servizi, quanto sulle motivazioni che fanno delle forme proprie di una transizione di mercato un modello più funzionale al raggiungimento dell'inclusione sociale e alla capacitazione individuale (Nussbaum, 2000).

Questo contributo offre una risposta etnografica a tali quesiti, sulla base dell'indagine di caso (Yin, 2018) condotta nell'Emporio sociale di Bra, tra il maggio e il dicembre 2020. A tal fine, l'articolo presenta il profilo della ricerca, ora approfondendo la struttura ed il funzionamento del servizio, quindi offrendo una chiave di lettura sulle motivazioni che fanno di questo modello di mercato sociale una valida soluzione migliore a quella del dono più comunemente usata in passato. Ciò facendo, l'articolo continua il percorso di ricerca delle nuove forme di intervento mirato all'inclusione sociale intrapreso su *Narrare i gruppi* (Fontefrancesco, 2019; Fontefrancesco & Zocchi, 2020).

2. La ricerca

2.1. L'areale della ricerca

La città di Bra si colloca nell'area settentrionale della provincia di Cuneo. Nel 2019 aveva una popolazione residente di circa 29.500 persone con un'età media di 45 anni. Di questa quasi il 14% è di origine migrante (4.100 persone) una predominanza di persone di cittadinanza albanese (4%), rumena (3%) e marocchina (2.5%). Seppure complessivamente la città sia una realtà vivace da un punto di vista imprenditoriale, con una forte realtà di commercio al dettaglio (Corvo & Fontefrancesco, 2018; Fontefrancesco *et al.*, 2021), nonché una storica presenza di importanti imprese agricole, manifatturiere e di trasformazione, Bra vede un marcato bisogno sociale che tocca da vicino la popolazione italiana ultracinquantenne e la comunità migrante. La risposta al bisogno è articolata attraverso una rete di servizi erogati dal Comune di Bra, che dal 2018 gestisce in forma associata con altri comuni del circondario i servizi sociali, in collaborazione con l'Azienda Sanitaria Locale e la rete del terzo settore. Centrale in questa rete è il ruolo svolto da Caritas di Bra.

Caritas Bra corrisponde all'Unità Pastorale 50 della diocesi di Torino e vede il suo polo di azione nella struttura della 'Cittadella della Carità' di via Vittorio Emanuele 107 (<https://www.parrochiebra.it/Attività-Pastorale/Carità/Cittadella-della-Carità>). Complesso urbano addossato alla chiesa parrocchiale di San Giovanni, la Cittadella nasce da un'esigenza di riformare e adeguare i servizi caritativi del territorio braidese partendo dalla consapevolezza dei nuovi bisogni emergenti e dalla necessità di realizzare nuovi interventi più completi, innovativi e coordinati rispetto alle esperienze precedenti. In particolare, nel centro sono presenti i principali servizi proposti da Caritas, componenti idealmente un percorso ed uno strumento di capacitazione individuale. Nello specifico, nella struttura sono presenti il Centro di ascolto parrocchiale, la Mensa dell'Incontro, alcuni appartamenti dedicati ad *housing* sociale, gli Orti sociali e l'Emporio Sociale (i dettagli dei servizi sono presentati nell'appendice 1).

2.2. Metodologia della ricerca

La ricerca è stata svolta attraverso l'osservazione partecipata delle attività della Cittadella e specificatamente dell'Emporio in cui il ricercatore ha partecipato attivamente in qualità di volontario tirocinante.

L'osservazione partecipante permette uno sguardo approfondito dei processi organizzativi nonché la creazione di un'intimità e di un legame profondo con i

membri della comunità osservata (Spradley, 1980). D'altra parte, questo legame rischia di degenerare in una visione parziale. In tal ottica, Bourdieu (2003) richiama alla necessità di mantenere viva l'attenzione del ricercatore circa il suo ruolo all'interno del contesto studiato portando avanti un processo di oggettivazione tanto della realtà analizzata quanto del ruolo del ricercato all'interno di essa. In tale ottica, particolare attenzione è stata data nella raccolta dei dati di campo alla qualità della relazione intessuta dal ricercatore con gli operatori e i beneficiari del servizio. Inoltre, si è arricchita la base di conoscenza con le testimonianze dirette raccolte attraverso le interviste.

A tal pro, la ricerca ha compreso una campagna di interviste di profondità ai beneficiari e agli operatori dell'Emporio svolto nell'inverno 2020-2021. In totale sono stati intervistati 13 beneficiari, scelti in base alla nazionalità e alla loro assidua frequentazione del servizio, e 5 operatori. La conoscenza maturata attraverso il servizio nell'Emporio tra il ricercatore e gli intervistati è stato elemento essenziale nel creare un rapporto fiduciario tale da superare esitazioni da parte degli intervistati soprattutto nel rilevare eventuali criticità nell'accesso o nell'articolazione del servizio e nel raccontare momenti particolarmente sofferti della propria biografia.

I dati degli intervistati sono stati anonimizzati. Tutti i partecipanti alla ricerca sono stati informati delle finalità del presente studio e l'intera ricerca è stata condotta secondo i principi di eticità professionali espressi *dall'American Anthropological Association*.

3. I dati della ricerca

3.1. L'origine dell'Emporio Sociale

L'Emporio Sociale di Bra è stato aperto nel 2018 come evoluzione del servizio offerto dall'Unità Pastorale dei 'pacchi spesa' consegnati, su base periodica, ai nuclei famigliari richiedenti (per un dettaglio si veda l'appendice 4). L'Emporio nasce avendo constatato i sostanziali limiti dei pacchi. Infatti, gli operatori evidenziavano come i beneficiari trovassero il pacco preparato da altre persone senza possibilità di scegliere quali prodotti metterci dentro una cosa un po' deprimente (e.g. 'se stai morendo di fame va bene tutto, ma è davvero brutto non poter scegliere niente' evidenzia un beneficiario). Ciò facendo reiterava la percezione di marginalità vissuta dai beneficiari a causa della loro condizione socio-economica. L'Emporio, quindi, voleva essere 'un servizio alle famiglie capace di dare loro dignità', spiega la direttrice del centro, Claudia. 'Anche solo il richiamo

all'idea del supermercato o del negozio, dove puoi scegliere cosa mettere nella tua spesa, aiuta in questo processo di *empowerment* [...]'. Inoltre, i pacchi rischiavano di creare anche spreco alimentare. Infatti, soventemente gli alimenti non graditi venivano buttati dai beneficiari (e.g. 'noi si donava per esempio della pasta, ma gli spaghetti non sono usati da molti stranieri che finivano per buttarli non appena li ricevevano',) spiega un altro beneficiario di origini africane). L'Emporio vuole così superare la standardizzazione dell'offerta alimentare del pacco, offrendo la possibilità ai beneficiari di scegliere tra i prodotti a disposizione in un ambiente che ricalca la strutturazione propria di un negozio alimentare, con scaffalatura attrezzata, banchi frigo e un bancone in cui finalizzare la spesa interagendo con il personale (vedi figura 1. Per un dettaglio delle modalità di utilizzo del servizio si veda l'appendice 2).

3.2. I prodotti

Seppure l'Emporio offra una molto limitata differenziazione di qualità e di marche, come evidenziato dalla direttrice, in esso 'perlomeno c'è la possibilità, ad esempio, di scegliere oggi l'olio e domani il caffè o viceversa'. L'Emporio ha permesso, inoltre, di aggiungere molti generi che nelle borse non erano presenti, aggiungendo per esempio, l'olio, il caffè o i prodotti per la cura personale che non erano presenti.

I prodotti dell'Emporio arrivano attraverso tre principali canali. In primo luogo, prodotti base per l'alimentazione (e.g. farina, zucchero, latte, riso, pasta, biscotti, legumi in scatola, pomodoro in latta e olio di semi) oltre che una limitata quantità di prodotti freschi (e.g. tranci di Prosciutto di Parma DOP, formaggio Montasio DOP., Provolone Valpadana DOP, Grana Padano DOP e Asiago d'allevamento DOP), e prodotti per bambini (e.g. succhi di frutta in *brik*, merendine confezionate e creme spalmabili) sono forniti mensilmente da parte del Banco Alimentare del Piemonte (braccio operativo regionale della Fondazione Banco Alimentare ONLUS). Questi sono acquistati attraverso il programma europeo FEAD e grazie alle donazioni fatte alla Fondazione Banco Alimentare ONLUS, oppure direttamente dal Banco Alimentare del Piemonte con fondi propri. I prodotti sono conformi alla qualità imposta dal bando nazionale AGEA per la fornitura dei beni e corrispondono agli *standard* comuni di mercato. Tutti questi prodotti sono contrassegnati in etichetta dalla dicitura 'prodotto non commerciabile'. Inoltre, l'assortimento dell'Emporio è arricchito tramite la colletta quotidiana svolta dagli operatori e volontari del Centro presso esercizi della grande distribuzione e del piccolo commercio braidese (si veda per un approfondimento l'appendice 3).



Figura 1: particolari dell'Emporio

I prodotti alimentari freschi che vengono donati consistono, per la maggior parte, in alimenti in scadenza (rientrano in questa categoria prodotti quali frutta e verdura, latticini, pasta fresca) ovvero prodotti con confezioni danneggiate (la maggior parte di prodotti specifici per la cura della persona vengono approvvigionati in tale modo).

Soventemente, sia i prodotti freschi sia i prodotti la cui confezione è maggiormente danneggiata sono donati a completamento della spesa fatta all'Emporio, senza incidere sul saldo punti per la spesa.

Infine, grazie al contributo del Comune e alle offerte economiche dei cittadini, l'Emporio può completare la gamma dei prodotti acquistandoli direttamente sul mercato. Con questi fondi sono acquistati per lo più i prodotti non alimentari e quindi legati alla cura della persona (e.g. bagnoschiuma, shampoo, spazzolini, dentifricio, carta igienica) e alla pulizia della casa (e.g. detersivo per i piatti, spugnette abrasive, sgrassatori, candeggina, detersivi per pavimenti, sapone di Marsiglia).

Anche alcuni alimenti vengono acquistati, quando il Banco Alimentare non li consegna, come ad esempio le marmellate, i succhi di frutta, il sale sia grosso che fino e il tonno in scatola così come l'olio d'oliva.

3.3. Modalità di accesso e acquisto

L'accesso all'Emporio è garantito due volte al mese ad ogni nucleo di beneficiari, i quali sono divisi in due gruppi contraddistinti dal colore della tessera (verde o blu). Ogni nucleo ha diritto a fare la spesa presso l'Emporio una volta a settimana, in due settimane non consecutive ogni mese (i.e. tessera verde: spesa effettuabile la 1a e la 3a settimana; tessera blu: spesa effettuabile la 2a e la 4a settimana del mese). Ogni tessera permette di fare un numero limitato di acquisti. Dopo di queste, appurato dal Centro di Ascolto il persistere del bisogno, la tessera è rinnovata applicando un adesivo con le date precise per poter effettuare la spesa.

Durante il periodo di ricerca, l'Emporio Sociale è stato aperto tre giorni alla settimana: il lunedì, il mercoledì e il venerdì dalle ore 14:30 alle ore 18:00. A seguito dell'aumentato bisogno sociale causato dalla pandemia e l'aumento del numero di beneficiari si è optato per una quarta apertura, il martedì mattina dalle 9:30 alle 13:00.

Alle ore 14:15 circa, per i turni pomeridiani e alle 9:15 per quello mattutino, un operatore apre il portone esterno, accogliendo nel cortile i beneficiari ai quali, in base all'ordine d'arrivo, viene consegnato un numerino, una matita e una lista con alcuni dei prodotti di base, sempre presenti in Emporio, tra cui scegliere per fare la spesa (vedi figura 2 in appendice). Su questa lista il beneficiario dovrà segnare la quantità che desidera, fino a raggiungere circa metà dei punti mensili. La lista, una volta completata, è consegnata all'interno dell'Emporio.

L'Emporio frontalmente è strutturato con un bancone di servizio con accanto una vetrina frigorifera e dietro uno scaffale espositivo. A differenza di quanto

avviene in altri empori sociali, organizzati come supermercati a scaffalatura aperta e a cui il beneficiario accede direttamente, l'Emporio braidese si organizza come un più tradizionale negozio alimentare (Scarpellini, 2001), in cui i prodotti non sono accessibili direttamente ai beneficiari, ma sono selezionati dagli operatori al bancone sulla base delle liste consegnate. Questa configurazione è stata scelta per rendere necessaria la relazionalità tra beneficiario ed operatori, quindi, svilupparne il dialogo e lo sviluppo del capitale culturale e sociale. Il beneficiario, infatti, si deve confrontare con tre operatori, solitamente volontari, avvicinandosi al bancone.

Le operazioni di accoglienza e servizio sono seguite dagli operatori sulla base di funzioni distinte (vedi tabella 4 in appendice).

Indipendentemente dal ruolo, tutti gli operatori sono sempre fortemente coinvolti nel processo relazionale che caratterizza questo tipo di servizio. Il momento dell'acquisto è, infatti, un momento in cui viene meno da parte dei beneficiari la percezione della distanza sociale, subordinazione e soggezione vissuti in momenti più istituzionalizzati di confronto, quali i colloqui condotti nel Centro d'Ascolto, tra loro e gli operatori. La relazionalità è costruita sin dall'ingresso dei beneficiari nell'Emporio. Se la ricezione del contributo (si veda appendice 5) è generalmente gestita in maniera rapida e formale, subito il beneficiario è accolto con modi informali, spesso con frasi scherzose, così da creare un clima di convivialità e marcare una reciprocità relazionale. Il clima disteso è necessario per superare eventuali ritrosie nel parlare del proprio quotidiano, spesso segnato da sofferenza ed insicurezza, stimolando il beneficiario a superare i comuni sensi di passività, fatalismo e de-responsabilizzazione (Milella, 2017). L'approccio è capace di creare un ambiente di socializzazione ampio tra operatori e beneficiari e tra beneficiari e i loro familiari, come tengono ad evidenziare gli stessi: '[...] io avevo paura di venire le prime volte, perché con la busta non dovevi parlare con nessuno, invece all'Emporio stai lì, chiedi e pretendi, io volevo solo un lavoro, mi sentivo tanto giù -in riferimento al senso di vergogna nel chiedere. Con il passare del tempo però è diventato un luogo che mi piace molto, si parla un po', si scherza e lì all'Emporio sono bravi -gli operatori- ti fanno stare bene, anche se non tutti -ride- [...] è un peccato che il Covid ci abbia allontanati un po' tutti ma [nel 2019], dovevi vedere, i bambini che giocavano assieme e poi tra noi mamme si diventa amiche'.

3.4. Cultura della relazionalità

Proprio per supportare la relazionalità, gli operatori sono appositamente formati da parte della Caritas per svolgere al meglio la funzione di interfaccia di ascolto. In questo, come spiega la direttrice del centro, si è marcata una trasformazione nella visione del ruolo e del compito dell'operatore rispetto a quanto avveniva con il servizio dei pacchi spesa. Infatti, 'il volontariato, anche qui, era visto come un supporto ad un servizio che dà qualcosa a qualcuno senza responsabilizzarti. Invece qui [chiediamo agli operatori] di responsabilizzarsi nel senso del doversi mettere in gioco e abbattere le tue (*sic.*) difese per essere disponibile ad una relazione, proprio come cerchiamo di fare noi operatori'. Nell'articolazione del servizio e nella formazione degli operatori è posta attenzione sulla cura delle relazioni, perché, usando le parole di un'operatrice: 'i beneficiari vengono a ritirare un aiuto materiale e al contempo a consegnare un po' dei loro problemi, delle loro fragilità o semplicemente a chiacchierare'. Questo dato trova riscontro nella quotidianità, infatti, 'ci sono persone che oramai conosciamo per nome. Vengono qui, fanno la spesa velocemente e si fermano il restante tempo a chiacchierare: ci raccontano della settimana, di quello che è successo'. La relazionalità si crea anche tra beneficiari. Come spiegato da un partecipante, per la moglie la spesa all'Emporio diventa un importante momento nel corso della settimana, infatti: '[mia moglie] ha tutte le sue amiche [che frequentano l'Emporio]. Si organizzano per vedersi lo stesso giorno e aspettano che tutte finiscano la spesa tornano assieme, perché abitiamo nella stessa zona. Poi è felice perché siete bravissimi, aiutate sempre e date sempre molte cose fuori dai punti [...]. Mi ricordo anche una volta che c'eri tu (AB) e la signora con i capelli bianchi ha chiesto come stavano i bambini, perché mia moglie era venuta con il più grande e si era fermata a parlare un po' assieme raccontando degli altri più piccoli [...]. Nessuno chiede mai come stiamo ed è bello che voi lo facciate'.

Dalle interviste, l'approccio dell'Emporio appare chiaramente apprezzato dai beneficiari che vi hanno trovato un luogo di relazione capace di offrire un servizio non rimarcante la condizione di difficoltà. In questo senso, come evidenziato dagli operatori, il servizio è 'come se fosse una vetrina' per la Cittadella e un approccio al bisogno sociale basato sul principio di capacitazione. Inoltre, a partire dal 2019, il servizio ha assunto sempre più prominenza anche nel mondo del volontariato locale. Infatti, la maggior parte delle persone che si accostano alla Caritas chiedendo di fare servizio presso l'associazione specificando di voler fare servizio all'Emporio. Questo è spiegato dagli operatori sulla base di una soddisfazione provata tanto dalla relazione istaurata con i beneficiari, quanto dal loro gradimento del lavoro svolto. Infatti, come rimarcato da un operatore: 'è bello

percepire la gratitudine dei beneficiari, ti fa sentire bene'. In tal senso, è centrale la relazionalità che si instaura tra operatori e beneficiari nel momento della spesa, tale da creare familiarità reciproca che mette a proprio agio le famiglie dei beneficiari, come hanno raccontato molti partecipanti delle interviste. In tal senso si attualizza l'intento del servizio, ovvero, usando le parole di Claudia: 'il valore aggiunto che si può e cerchiamo di dare a questa spesa è proprio il fatto di non renderla anonima, una tra le tante'.

4. *Discussione*

Il dibattito circa i nuovi approcci al *welfare* (Lodi Rizzini, 2015a, 2015b) ha indicato nelle modalità dell'Emporio della solidarietà un modello di intervento migliorativo rispetto a quello del pacco alimentare. A questo, è contrapposto il dono all'acquisto indicando in quest'ultima forma di scambio una soluzione migliore nell'ottica dell'inclusione sociale: una conclusione che stride, apparentemente, con un comune assunto che indica nel dono uno strumento di costruzione relazionale. Il caso etnografico esplorato, d'altra parte, indica chiaramente il terreno in cui e per cui il dono in un contesto di forte sperequazione di capitale sociale, culturale ed economico tra gli attori dello scambio rischia di reiterare le disparità sociali.

L'economia del dono si basa su di un passaggio di beni materiali ed immateriali ritmato da tre obblighi: quello del dare (abbandonare il possesso del bene da parte del donatore a favore del ricevente), del ricevere (acquisire il pieno possesso del bene da parte del ricevente) e del ricambiare (corrispondere al donatore, in un intervallo di tempo culturalmente stabilito, beni in misura ritenuta appropriata dagli attori e dalla loro comunità) (Mauss, 2007). Questo processo crea una relazione tra gli attori del dono, scandita dalla creazione di un debito da parte del ricevente a favore del donatore (Graeber, 2011). In tal senso, il ricevente è posto in una condizione di subordinazione rispetto al donatore tale da poter fare del dono volendo un potenziale strumento di violenza simbolica (Hénaff, 2012), così come mostrato nei casi etnografici del *potlac* (Mauss, 2007) e della *moka* (Strathern, 1971). In tal senso, il dono mostra la sua ambiguità sociale e politica che si esprime anche nei processi caritativi. Tuttavia, suggerisce Licari (2017), "*malgrado il dono ci 'obblighi' alla reciprocità, non essendo un dare disinteressato, rimane ancora uno strumento essenziale nell'epoca contemporanea estremamente pregna di individualismo, perché difende e mantiene la relazione sociale e il senso di appartenenza a una comunità in momenti in cui le necessità individuali e familiari possono sovrastare il potere dei singoli soggetti*" (Licari, 2017: 52). Infatti, l'analisi etnografica evidenzia, in primo

luogo, il rischio che il dono, in un contesto in cui il ricevente non è strutturalmente nella condizione di assolvere al proprio dovere di ricambiare, ovvero di emergere dalla condizione di fragilità socioeconomica rendendosi indipendente dalla donazione periodica, non venga percepito come uno strumento di emancipazione, ma di conferma della propria irrisolvibile fragilità. In tal senso risuonano le parole di un informatore: ‘ricevere un pacco fa comodo, ma non è mica bello... ogni volta è come se ti sbattessero in faccia che sei povero’.

Il senso di subordinazione, inoltre, si lega all’impossibilità di scegliere cosa ricevere e di cosa alimentarsi che fa vivere, al beneficiario, un implicito processo di infantilizzazione (Goffman, 1961) gastronomica a cui sussegue, come evidenziato dagli operatori, lo spreco di parte delle derrate ricevute o il rifiuto del pacco stesso. D’altra parte, questa dinamica appare inscritta in un circolo vizioso ermeneutico. Se l’atto stesso del donare, con i suoi impliciti obblighi, è ciò che dà significato al dono (Gregory, 1982), l’elisione degli obblighi, quindi la totale gratuità del ricevere rischia di condannare il pacco ad un’insignificanza tale da rendere labile la distinzione tra pacco e rifiuto (Drackner, 2005), anche in questo caso aumentando la percezione di marginalità sociale (‘non c’è niente di *gratis* a questo mondo e se ti regalano qualcosa c’è il dubbio che è perché è spazzatura...’, evidenzia un informatore).

L’acquisto, in questo senso, appare offrire un’alternativa positiva al dono nel contesto di lotta alla povertà e alla marginalità sociale, seppure sia stato letto come modello economico incapace di ingenerare relazionalità e appiattente il significato degli oggetti di scambio al loro valore di mercato o loro utilità (Douglas & Isherwood, 1979; Gregory, 1982; Mauss, 2007). Infatti, questa modalità, temperata nel contesto organizzativo ibrido dell’Emporio appare rompere il circolo vizioso ermeneutico offrendo uno spazio in cui l’*agency* del beneficiario può esprimersi, quindi generando un campo di scambio non gerarchizzante. Questo è particolarmente evidente in un contesto che permette la scelta tra diversi beni obbliga alla riflessione, poiché questa diversità e possibilità obbliga alla prioritizzazione nella scelta, quindi all’uso strategico delle risorse. In tal senso, obbliga un processo di capacitazione volto alla gestione del proprio bisogno. Inoltre, l’appiattimento del significato del bene al mero valore commerciale, in questo caso espresso dalla combinazione del contributo economico e dei punti spesa, permette l’ottimizzazione della scelta limitando lo spreco di prodotti.

È da evidenziare a tal proposito una criticità latente di questo modello di servizio. L’acquisto di per sé non garantisce né la crescita del capitale culturale né di quello sociale dell’agente. In primo luogo, perché, in una condizione di penuria di risorse e limitato accesso a beni alimentari, quindi di ampio rischio in cucina

(Sutton, 2021), le scelte individuali si concentreranno su quei prodotti sicuri in termini di resa ed efficacia gastronomica. Inoltre, laddove non altrimenti stimolata, la relazionalità nell'acquisto tra attori è limitata alla selezione delle merci e delle contropartite, quindi incapace di creare un rapporto o una mutualità tra questi. In questo senso, un Emporio della solidarietà che ricalca il modello di un supermercato risponde meglio all'obiettivo di lotta alla fame, ma non per questo riesce ad innescare fenomeni di crescita individuali. Il modello braidese affronta queste problematicità distaccandosi dal modello del supermercato per ricalcare quello della bottega alimentare tradizionale, in cui l'ottenimento del bene era intermediato dall'interazione e dall'interlocuzione con il gestore che aveva ruolo tanto di attuatore della volontà del cliente quanto di consulente del cliente, indirizzandolo verso nuovi prodotti o consigliandoli nuovi utilizzi delle merci. Infatti, nell'Emporio braidese il modello di redistribuzione è sì modellato sulla base dello scambio di mercato, ma è sempre intermediato dagli operatori. Quest'intermediazione non è solo funzionale alla gestione degli ordini; è un'ideale interfaccia costruita per sviluppare interazione, quindi relazionalità e capitale sociale per il beneficiario. Si è visto, infatti, che agli operatori non è chiesto solo di rispondere al bisogno puntuale dei beneficiari, ma di entrare in relazione loro, esplorandone i bisogni e le aspirazioni permettendo un percorso di crescita culturale e sociale. Inoltre, gli operatori svolgono anche un ruolo assimilabile a quello di *personal shoppers* dei beneficiari, suggerendo prodotti e scelte, indicando ricette e metodi di preparazione. In tal senso, contribuiscono alla crescita del capitale culturale dei beneficiari diminuendo la percezione di rischio nella scelta della spesa. Complessivamente, questa configurazione appare vincente sapendo complementare le possibilità proprie dello scambio di mercato con quella parte di relazionalità ad esso non propria.

In ultima analisi, la realtà dell'Emporio Sociale appare offrire sicuri spunti per il miglioramento dei servizi volti alla lotta alla marginalità sociale, alla povertà e alla fame. D'altra parte, si esprime come esito di un percorso di crescita svolto nell'arco di anni, attraverso percorsi di formazione e crescita degli operatori e di ascolto dei bisogni dei beneficiari. Questo non può essere trascurato sia nell'ottica della trasferibilità del modello in altri contesti, quanto per la continuazione dell'esperienza in Bra. Infatti, l'Emporio prima ancora che della disponibilità di merci si nutre di questi percorsi che creano i presupposti culturali ed operativi per attivare e mantenere vivo il servizio. Inoltre, il tema della sostenibilità economica del servizio raggiunta unicamente attraverso l'intervento esterno, tramite donazioni dirette ed indirette da parte pubblica o privata, evidenziano un'ulteriore fragilità a cui non dà e non può dare unicamente risposta la quota dei

beneficiari. In tal senso, l'Empio si colloca in un terreno di snodo tra iniziativa pubblica ed iniziativa privata, tra ottica di commercio ed ottica di dono: un incerto terreno con cui puntualmente gli operatori devono confrontarsi e il cui punto di equilibrio appare difficile da stabilire a priori.

Alla luce di tutto ciò, quest'esperienza di terzo settore conferma come la realtà del volontariato sociale e delle sue articolazioni operative, anche in ambito cattolico, non possano essere ridotte ad un sottoprodotto del neoliberismo (Muehlebach, 2012), ma piuttosto debba essere letto e in chiave di sussidiarietà tra iniziativa pubblica e privata (Servetti, 2015) e soprattutto come tentativo di trovare una sintesi positiva tra formazioni sociali e regimi di senso differenti e concorrenti in cui dono e mercato convivono all'interno di una progettualità di progresso sociale reso vitale dalla continua ricerca di una paritetica relazionalità tra operatori e beneficiari.

5. Conclusioni

La ricerca ha indagato un caso studio di Emporio della solidarietà per comprenderne il funzionamento ed il ruolo dei singoli attori nel processo di inclusione sociale, lotta alla povertà e alla fame, alla luce dei limiti di un approccio al bisogno basato sui pacchi alimentari. In particolare, il caso dell'Emporio Sociale di Bra presenta la peculiarità di abbandonare il modello di servizio ad accesso diretto delle merci proprio dei supermercati, usato comunemente tra gli empori della solidarietà italiani, adottando le modalità di servizio intermedie proprie delle tradizionali botteghe alimentari.

Tale approccio, ancor meglio di quello del supermercato, è capace di rispondere al bisogno sociale e materiale dei beneficiari in ottica di capacitazione individuale. Laddove, quindi, il caso braidese offre un interessante modello di intervento, esso offre anche un'occasione per ripensare al significato sociale del dono e dello scambio di mercato, andando oltre a comuni mantra ermeneutici reiterati nel dibattito antropologico. Se, infatti, si è generalmente visto nel dono la modalità di scambio privilegiata per la creazione di senso e legami sociali, quindi di comunità, l'indagine ci suggerisce come, in una situazione di strutturale disparità di possibilità tra gli attori dello scambio, il dono rischi di accentuare il senso di marginalità del ricevente. Inoltre, nella sua rigidità di forme, il dono rischia di male rispondere alle personali necessità di un nucleo familiare. D'altra parte, lo scambio commerciale, seppure svolto in un ambiente protetto come quello di un Emporio, permette l'innescarsi di promettenti processi di capacitazione, quindi al progredire di fenomeni di inclusione sociale. Ciò evidenzia da un lato i

rischi propri di un approccio al bisogno basato sul dono in quanto gesto dal forte significato subordinante, dall'altro, riconoscendo nello scambio di mercato un gesto più neutro nell'intersoggettività che implica, evidenzia la necessità di coltivare la relazionalità attraverso altre complementari strategie da porre in atto a potenziamento dello scambio economico al fine di pienamente realizzare le potenzialità individuali.

Ciò facendo, l'articolo non reputa di aver risolto l'enigma del dono (Godelier, 1999), ma sicuramente di offrire un contributo al dibattito volto a ripensare agli aspetti di costruzione sociale che si legano alle forme di scambio e redistribuzione economica, ponendo l'attenzione su quegli ambiti di marginalità e fragilità sociali in cui le implicazioni politiche dei singoli gesti individuali e collettivi si fanno più evidenti e, potenzialmente, risolutori o moltiplicatori della sofferenza.

Appendice

1. Descrizione dei servizi della Cittadella della Carità.

Servizio	Descrizione
Il Centro di Ascolto	<p>Il Centro di Ascolto è il luogo dove gli operatori² incontrano quotidianamente le persone che vivono in uno stato di disagio. È uno strumento per analizzare e trovare i metodi più efficaci per risolvere queste situazioni di disagio sociale. Il lavoro del centro è strettamente legato all'Osservatorio delle Povertà e delle Risorse con cui la singola unità pastorale si fa carico della lettura della povertà attraverso modalità di lavoro comuni a livello nazionale.</p> <p>È questo il primo servizio che le persone incontrano nel loro percorso e attraverso il confronto con gli operatori formati sono facilitati a condividere la loro storia, identificando le necessità specifiche e le possibili strategie di superamento del bisogno.</p>
Mensa dell'Incontro	<p>La 'Mensa dell'Incontro' è la mensa sociale di Bra. È un'iniziativa promossa dalla Caritas di Bra in collaborazione con le Associazioni di volontariato caritativo, il Comune di Bra e la Servizi Sociali ASL Cn2. Ha come obiettivo quello di offrire un pasto caldo ogni giorno, nell'orario del pranzo, a persone in difficoltà che, a seguito dell'accertamento dei requisiti di reddito e condizione sociale, accedono dopo essere iscritti in una lista.</p> <p>Nel 2018 ci sono state 27 persone a carico per un totale di 6600 pasti. La mensa nel 2019 ha avuto una media di 16 persone al giorno per un totale di 3960 pasti. Nel 2020 gli assistiti sono stati 18, per cinque giorni a settimana per un totale di 42 settimane di apertura</p>
Housing sociale	<p>Nella struttura della Cittadella sono presenti cinque alloggi usati per housing sociale. Gli ambienti sono forniti nell'ottica dell'integrazione e dell'inclusione sociale delle persone in condizioni di disagio.</p> <p>Oltre alla pura accoglienza abitativa, Caritas cerca di promuovere l'autonomia degli assistiti tramite pratiche di condivisione responsabile.</p> <p>L'assegnazione degli alloggi avviene tramite il dialogo tra l'ufficio casa del Comune e gli assistenti sociali che seguono i singoli casi dei nuclei familiari in emergenza abitativa.</p> <p>L'Unità Parrocchiale mette a disposizione gli alloggi per l'ospitalità. Il Comune paga una retta per ciascun nucleo familiare o singolo. Le famiglie inserite nel processo mantengono la loro vita autonoma, ma con il supporto di un accompagnamento educativo che li aiuti a tornare alla piena autonomia lavorativa e abitativa. I singoli vivono in microcomunità di tre o quattro uomini adulti e sono affidati direttamente al Parroco che supervisiona la loro vita comunitaria.</p>

² Con il termine operatore si intendono tanto gli operatori professionali membri dello staff di Caritas generalmente con ruoli apicali e di coordinamento dei servizi, sia i volontari dell'Unità Pastorale, normalmente impegnati nell'attività operative dei servizi a fianco dei membri di staff.

	A inizio 2020 contava 19 persone che usufruiscono per emergenza abitativa così suddivise: 6 famiglie (3 mamme sole con minori), 5 singoli e 9 minori.
Orti Sociali	Gli Orti Sociali sono un progetto finanziato dal bando regionale Welfare Cantiere Piemonte. È un progetto coordinato dai Servizi Sociali Territoriali locali. In compartecipazione con la Caritas che attraverso il Centro d'Ascolto, seleziona le persone in condizione di disagio ritenute idonee alla partecipazione al progetto. Il progetto prevede l'acquisizione di conoscenze e competenze legate all'agricoltura di piccola scala, inquadrate in un progetto di accompagnamento della persona e di inserimento lavorativo nel settore primari. Al 2020, sono stati 10 i beneficiari del progetto inseriti in attività lavorativa socialmente utile.
L'Emporio sociale	L'Emporio sociale è un servizio mirato a rafforzare la sicurezza alimentare dei beneficiari. Si veda il paragrafo successivo per una dettagliata disamina di tale servizio.

Tabella 1: descrizione sintetica dei servizi offerti presso la Cittadella

2. L'accesso al servizio

Per accedere al servizio le persone devono presentare domanda al Centro di Ascolto dell'Unità Pastorale.

I richiedenti sono incontrati e intervistati dagli operatori che ne valutano la situazione di disagio con tecniche d'ascolto empatico. Si richiede di raccontare la propria situazione, così da ricostruire l'esperienza individuale così da poter identificare le cause del bisogno e individuare la o le migliori tipologie d'intervento. Sulla base della situazione vissuta e dalla condizione economica, attestata attraverso certificazione ISEE, è resa beneficiaria del servizio dell'Emporio la persona e il suo nucleo familiare, conferendogli una tessera che vi permette l'acquisto.

Gli acquisti sono fatti sulla base di un contributo fisso monetario sulla base della propria fascia di reddito (vedi tabella 4 allegata), e un numero di punti pari al valore indicato per ogni articolo acquistato. Il contributo richiesto per ogni spesa è stato introdotto quale parte fondamentale del processo di capacitazione. Infatti, riproducendo l'atto di pagamento proprio di un contesto commerciale convenzionale rafforza l'identificazione dell'Emporio con un negozio, riducendo lo stigma dell'aiuto (Iorio, 2016).

Inoltre, la donazione obbliga il beneficiario ad intraprendere un percorso personale di superamento dell'ottica assistenzialista dovendo mettere in atto una strategia atta all'acquisizione settimanale delle risorse necessarie per l'acquisto nell'Emporio. Così facendo, il contributo ha anche l'effetto di aumentare il valore percepito della spesa, come spiega una delle operatrici: 'non è un servizio dovuto, scontato e soprattutto è un servizio che ha bisogno di un piccolo riconoscimento, anche solo di responsabilità. È chiaro che non si chiede di pagare la spesa, ma di contribuire: in un certo qual modo anche liberamente, ad un'attività fatta per sopperire ad un bisogno sociale'.

Il conferimento del contributo non limita, comunque, la possibilità di accesso al servizio: nell'impossibilità di contribuire per la spesa settimanale, al beneficiario non è impedita la spesa, ma è richiesto un confronto successivo presso il Centro d'Ascolto al fine

di comprendere quali siano le problematiche emerse che rendono impossibile il contributo, e così aggiornare la strategia di lotta alla povertà.

3. Ruolo e funzioni degli operatori all'interno dell'Emporio Sociale

Operatore	Funzione
1	Richiede la tessera all'beneficiario e ne verifica la possibilità di accedere al servizio. Registra l'beneficiario ed i prodotti richiesti sul gestionale dell'Emporio. Consegna gli eventuali prodotti omaggio, solitamente prodotti di panetteria o pasticceria offerti dagli esercizi cittadini tra invenduto e prodotti in scadenza secondo quanto prescritto dalla Legge Gadda.
2	Chiede il versamento del contributo obbligatorio. Stila e consegna una ricevuta della donazione. Interagisce con l'beneficiario suggerendo possibili acquisti accessori, consigliando prodotti non abituali, ovvero indicando prodotti nuovi presenti nell'Emporio.
3	Si occupa della donazione dei prodotti presenti nel banco frigo e delle buste di frutta e verdura preparate al mattino dal ritiro prodotti freschi. Recupera dal negozio i prodotti richiesti e segnalati all'Operatore 1. Imbusta la spesa

Tabella 2. Funzioni dei singoli operatori coinvolti

4. I beneficiari dell'Emporio Sociale.

Il numero di nuclei familiari beneficiari del servizio (al 23 dicembre 2020) sono 255, per un totale di circa 600 persone (vedi tabella 5). Su questo totale il 60% sono provenienti da nazioni straniere: 105 nuclei provengono da una nazione africana, 27 dall'Est-Europa, 5 dall'Asia e 3 dal Sud-America. A livello di singole nazioni l'Italia ha il maggior numero di nuclei beneficiari (99 tessere): 48 nuclei sono monocomponente, comprendendo circa il 50% del numero totale dei beneficiari italiani, mentre sono 5 le famiglie con cinque o più componenti. Opposto caso il Marocco: su 95 nuclei beneficiari, solo 12 sono monocomponente, mentre 30 quelli con cinque o più componenti. 21 sono i nuclei beneficiari di origine albanese: 3 monocomponenti e 3 con cinque o più componenti.

Provenienza	N. nuclei beneficiari
Albania	21
India	4
Italia	100
Marocco	95
Africa Subsahariana	10 (6 Nigeria, 2 Costa d'Avorio, 2 Senegal)
Est Europa	6 (3 Romania, 1 Grecia, 1 Ungheria, 1 Polonia)
Sud America	3 (1 Venezuela, 1 Ecuador, 1 Perù)
Repubblica Popolare Cinese	1

Tabella 3: Provenienza dei nuclei beneficiari

5. Contributo economico individuale e punti assegnati per l'accesso all'Emporio.

L'accesso ai servizi si lega ad una combinazione di un contributo economico e l'uso di punti assegnati. Il contributo economico è modulato come dalla tabella 4.

Fascia di reddito del nucleo (in euro)	Contributo monetario per spesa (in euro)
0.00 – 1999	2
2000 – 3900	3
4000 – 4999	4
5000 – 6000	5

Tabella 4: Numero di punti corrisposti sulla base della numerosità del nucleo familiare

I punti vengono assegnati attraverso criteri standard legati alla numerosità della famiglia beneficiaria, così come espresso nella tabella 5.

Componenti nucleo familiare	Punti corrisposti mensilmente
1	120
2	150
3	180
4	210
5+	240

Tabella 5: Contributo monetario richiesto per spesa sulla base del reddito del nucleo familiare

Indicativamente si può stimare il valore economico di ogni punto in 0.10-0.15 euro (vedi figura 2).

Descrizione/marca	Punti	Quantità
BISCOTTI 700 gr. (max 1)	20	1
BISCOTTI frollini (max 1)	15	1
CAFFE' (max 1)	20	1
CARTA CASA (max 1)	10	1
CARTA IGIENICA (max 1)	10	1
DADO VEGETALE (max 1)	7	1
FARINA	4	
LATTE	5	6
LEGUMI	5	
MARMELLATA (max 1)	10	
OLIO DI OLIVA (max 1)	35	
PASTA (500 gr.)	5	
POLPA DI POMODORO	3	
RISO	10	
SALE (max 1)	3	
SARDINE (max 1)	10	
SUCCHI DI FRUTTA	7	
THE' BUSTINE (max 1)	7	
TONNO (max 1)	25	
ZUCCHERO (max 1)	8	

Figura 2: Esempio di lista da compilare

Bibliografia

- Berti, F., Valzania, A., & Bilotti, A. (2021). La povertà alimentare in Toscana: strumenti di contrasto e possibili ricadute sul benessere e la salute delle persone. *Salute e società*, 20 (2), 169-183.
- Boscolo, A. (2021). *Come l'aiuto alimentare può combattere l'esclusione sociale. Il caso studio di Caritas Bra al tempo del covid-19*. Tesi di laurea specialistica. Università degli Studi di Scienze Gastronomiche.
- Bourdieu, P. (2003). Participant Objectivation. *Journal of Royal Anthropological Institute*, 9 (2), 281-294.
- Camporesi, P. (1978). *Il paese della fame*. Bologna: Il Mulino.
- Carrier, J. (1991). Gifts, commodities, and social relations: A Maussian view of exchange. *Sociological Forum*, 6(1), 119-136.
- Corvo, P., & Fontefrancesco, M. F. (2018). I consumi alimentari nella Langhe: fra tradizione e innovazione. *Città in controluce*, 31-32, 194-207.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1979). *The world of goods: towards an anthropology of consumption*. Routledge.
- Drackner, M. (2005). What is waste? To whom? - An anthropological perspective on garbage. *Waste Management & Research*, 23(3), 175-181.
- Fontefrancesco, M. F. (2019). Cibo e narrazioni di multiculturalità a scuola: un approccio autonarrativo alla conoscenza dell'altro. *Narrare i Gruppi*, 14(1), 23-46.
- Fontefrancesco, M. F. (2020). Food Donation and Food Drive: Strategies to Achieve Zero Hunger. In W. Leal Filho, A. Azul, L. Brandli, P. Özuyar, & T. Wall (Eds.), *Zero Hunger. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals* (pp. 312-320). Springer.
- Fontefrancesco, M. F., Caratto, F., Cobble, L. A., Falasco, S., Halker Silva, L., Pelu, L. A., Perez Borda, I. E., Surana, C. J., Takahashi, S., & Talpo, E. (2021). Pandemia e digitalizzazione del commercio: traiettorie di trasformazione nel commercio alimentare e nella ristorazione in Bra. *Città in controluce*, 37-38, 257-274.
- Fontefrancesco, M. F., & Zocchi, D. M. (2020). Commensalità e capacitazione individuale: un'analisi etnografica del progetto "Tavole Allegre". *Narrare i Gruppi*, 15(2), 197-237.
- Godelier, M. (1999). *The enigma of the gift*. Oxford: Chicago University Press.
- Goffman, E. (1961). *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. Vintage Book.
- Graeber, D. (2011). *Debt: the first 5,000 years*. Melville House.
- Gregory, C. A. (1982). *Gifts and commodities*. Academic Press.
- Grimaldi, P. (2012). *Cibo e rito. Il gesto e la parola nell'alimentazione tradizionale*. Sellerio.
- Gudeman, S. F. (2005). Community and economy: economy's base. In J. Carrier (Ed.), *A Handbook of Economic Anthropology*. Edward Elgar.
- Gudeman, S. F. (2016). *Anthropology and economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hann, C., & Hart, K. (Eds.). (2009). *Market and society: The Great Transformation Today*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hart, K., Laville, J.-L., & Cattani, A. D. (Eds.). (2010). *The Human Economy*. Polity.
- Hénaff, M. (2012). *Le don des philosophes : repenser la réciprocité*. Éditions du Seuil.
- Iorio, G. (2016). La prospettiva interazionista nello studio della povertà. *Sociologia*, 1 (1), 87-90.

- Licari, G. (2017). Spunti antropologici per una rilettura del dono e dell'identità. In C. Migani, M. Scorza, A. Pagani, G. Funaioli, R. Gonni, & E. Sergio (Eds.), *Dire Fare Donare. La cultura del dono nelle comunità in trasformazione* (pp. 47-56). Mantova: Negretto Editore.
- Lodi Rizzini, C. (2015a). Gli empori della solidarietà nel contrasto alla povertà alimentare. In F. Maino & M. Ferrera (Eds.), *2WEL • Secondo rapporto sul secondo welfare in Italia* (pp. 243-264). Torino: Einaudi.
- Lodi Rizzini, C. (2015b). Verso quale welfare? Il welfare locale tra nuovi bisogni sociali e risorse scarse. *La Rivista delle Politiche Sociali – Italian Journal of Social Policy*, 12(1), 45-57.
- Maiano, F., Lodi Rizzini, C., & Bandera, L. (2016). *Povertà alimentare in Italia: le risposte del secondo welfare*. Bologna: Il Mulino.
- Mauss, M. (2007). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Les Presses Universitaires de France.
- Milella, M. (2017). Concezioni della povertà e formazione. *Lifelong Lifewide Learning*, 13(30), 30-41.
- Muehlebach, A. K. (2012). *The moral neoliberal: welfare and citizenship in Italy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nussbaum, M. C. (2000). *Women and human development: the capabilities approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Redazione. (2020). Empori solidali, superata quota 200. Così, chi non può fa la spesa con dignità. <https://www.nonsprecare.it/>.
- Scarpellini, E. (2001). *La spesa è uguale per tutti. L'avventura dei supermercati in Italia*. Venezia: Marsilio.
- Servetti, D. (2015). Sussidiarietà orizzontale promossa: la partecipazione delle comunità locali alla cura di spazi pubblici (art. 24 d.l. n. 133/2014 - c.d. Sblocca Italia). In G. Cavaggion, J. Luther (Eds.) *Osservatorio per le autonomie locali (2014-2017)* (779-787). Aracne.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Spyridakes, M. (2018). *Market versus society: anthropological insights*. Palgrave.
- Strathern, A. (1971). *The rope of moka: big-men and ceremonial exchange in Mount Hagen, New Guinea*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sutton, D. E. (2021). *Bigger fish to fry: a theory of cooking as risk, with Greek examples*. Berghahn.
- Venturi, P., & Zandonai, F. (Eds.). (2014). *Ibridi organizzativi indice*. Bologna: Il Mulino.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: design and methods* (Sixth edition. ed.). Sage.