

DOTTORATO in
SISTEMI DI PRODUZIONE e DESIGN INDUSTRIALE
XXIV ciclo a.a. 2009 - 2011
tutor: prof. arch. Luigi BISTAGNINO

DESIGN SISTEMICO E TERRITORIO

**Progettare relazioni virtuose tra
agricoltura, produzione energetica
e modelli di consumo.**

candidati:

Veronica Saula GALLIO mat. 160409

Andrea MARCHIÒ mat.160408



INDICE

Introduzione

SEZIONE 1

1. MODELLO DI CONSUMO

Introduzione

1.1 Cos'è un modello di consumo?	8
1.2 Dall'economia di sussistenza all'economia di mercato	10
1.2.1 Il consumismo e la società dei consumi	11
1.3 Oltre la società dei consumi	13
1.3.1 Economia di Mercato, Economia della Natura e Sussistenza.	15
1.3.2 Crescita e sviluppo. Quantitativo vs qualitativo	17
1.4 Misurare la qualità: gli indici del benessere	19

2. CIBO E CONSUMO

2.1 Ricadute del sistema attuale sul cibo	23
2.1.1 La produzione	23
2.1.2 La distribuzione	27
2.1.3 Il consumo	31
2.2 Un sistema energivoro	35
2.3 I valori dell'agricoltura industrializzata	43

SEZIONE 2

3. LA FASE di TRANSIZIONE

3.1 Verso nuovi scenari sostenibili	49
3.2 Casi studio: criteri di selezione ed analisi	50
3.2.1 COMMUNITY	50
3.2.2 POLICY	51
3.2.3 CITY	52
3.3 Criteri dell'Analisi dei casi studio	52
3.3.1 Mappatura delle relazioni e dei flussi	53
3.3.2 La matrice dei bisogni di Max-Neef	53

4. CASE STUDIES

4.1 Community	56
4.1.1 Dal produttore al consumatore	56
4.1.2 URBAN FOOD FARMING: molto più di un ORTO	64
4.1.3 FOOD GROWING COMMUNITY	76
4.1.4 ALTERNATIVE RETAIL BUSINESS	82

4.2 Food policy	88
4.2.1 Indicatori sostenibilità	89
4.2.2 Cibo e salute	92
4.2.3 Urban plannig	97
4.3 City	104
4.3.1 Indipendenza energetica e alimentare	105
4.3.2 Verso la transizione	111
4.3.3 Le comunità del cibo: il caso Slow Food	117
4.4 Verso un nuovo concetto di qualità	122
SEZIONE 3	
5. METODOLOGIA	129
6. IL CONTESTO PROGETTUALE	
6.1 La Val Sangone	133
6.1.1 Geografia e caratteristiche morfologiche	133
6.1.2 Struttura socio economica	134
6.1.3 Turismo	136
6.1.4 Sintesi dei pro e dei contro del territorio	136
6.2 La Val Sangone ed i suoi Comuni	137
ALLEGATO A	
Cibo e Territorio, scenari progettuali per Giaveno, Veronica Saula Gallio	
ALLEGATO B	
Energia da e per il Territorio, Andrea Marchiò	
7. CONCLUSIONI	139
8. BIBLIOGRAFIA	145

INTRODUZIONE

Il modello di consumo che caratterizza la società moderna identifica alla base del benessere, delle singole persone e della collettività stessa, il possesso di un bene. L'idea di sviluppo che ne consegue è un modello quantitativo, calorosamente spalleggiato dal sistema economico, per cui non è importante cosa si consuma, né che esista un effettivo bisogno, purché il risultato si traduca in un incremento della domanda.

Il consumo diventa quindi il benessere stesso dell'economia che insieme a: tecnologia, sfruttamento energetico e sviluppo industriale si elevano ad obiettivo, il fine ultimo che la società deve prefiggersi per poter vivere. Sebbene anni di incentivi statali, eco-rottamazioni e la più recente crisi economica abbiano messo in mostra i limiti e le debolezze di questo modello, si fa ancora fatica a quantificarne le ricadute sociali e non ultime quelle ambientali.

Proprio per porre un rimedio a questi ultimi anni di crisi, siamo sempre di più attirati dalle sirene della "green-economy" ed esortati ad un consumo "politically correct" che non aspira affatto al raggiungimento di una scelta consapevole, o ad una variazione sostanziale dell'attuale sistema economico, ma si prefigge semplicemente di convertire le nostre vecchie necessità in nuove, camuffandole di una presunta sensibilità "verde", dando vita un'altra volta al ciclo consumistico.

Se pensiamo che il problema sia solamente collegato all'economia del superfluo, sbagliamo!

L'agricoltura, ed i beni primari che rappresenta, non fa eccezione. Come gli altri settori economici anch'essa è soggetta alle rigide leggi della domanda e dell'offerta: il cibo si è lentamente trasformato in un prodotto industriale, diventando da un lato sempre più accessibile ed abbondante, grazie anche alle dinamiche della globalizzazione e della grande distribuzione organizzata, ma dall'altra sempre più standard ed artificiale.

Quali conseguenze hanno le abbondanze a cui siamo abituati?

Quanto di quello che produciamo oltrepassa la soglia dell'abbondanza e diventa spreco? Quale effetto ha il nostro stile di vita sulle scarsità degli altri paesi? E sulle generazioni future?

Se una volta l'agricoltura aveva il compito di fornirci i beni essenziali alla vita e di provvedere al mantenimento e alla cura della terra, il raffronto con l'attuale controparte industriale è invece impietoso.

L'intensificazione del consumo ha reso necessario l'accrescimento delle produzioni che, a loro volta, hanno reso necessario l'utilizzo su vasta scala di pesticidi ed antibiotici in modo da poter rispondere con costanza agli standard quantitativi ed estetici richiesti dal mercato. Gli stessi cardini su cui ruota da sempre l'agricoltura, come la stagionalità e la tipicità, sono stati stravolti, abituando il consumatore a disporre di qualsiasi prodotto ovunque ed ogni volta che ne avesse "bisogno".

Tutto ciò ha alterato il nostro rapporto con il cibo: si mangia più di quanto sia necessario, e si acquista più di quanto si riesca a consumare. Questo comportamento porta a sprecare un'enorme quantità di cibo edibile, e a dissociare le scelte d'acquisto dalle loro ricadute sul territorio e sulla salute. Se a queste considerazioni etiche si unisce il fatto che le filiere agroalimentari rappresentano uno dei settori maggiormente energivori ed inquinanti, si deduce che il modello di consumo attualmente consolidato non può più essere sostenuto né dal punto di vista socio-economico, né da quello ambientale.

Proprio lo stretto legame che intercorre tra agricoltura, energia, salute e territorio può rappresentare un nuovo punto di partenza per aiutare a disegnare un modello di vita virtuoso e consapevole, capace di generare cultura, benessere ed un equo sacrificio per tutti al posto di ricchezze e disuguaglianze per pochi.

Dall'agricoltura è partita quindi una nuova sfida: produrre energia pulita, rinnovabile e diffusa nel territorio senza però dimenticare la sua funzione primaria di fonte di vita ed espressione culturale. La transizione verso un nuovo modello di consumo non è solo possibile ma auspicabile ed è già iniziata. Da diversi anni il numero di realtà che cercano di offrire un modo differente di pensare ed agire sono in crescita, nuove economie che operano su scale ridotte e mettono al centro del progetto la sostenibilità ed il benessere della comunità.

Il Design, spesso interpretato solo come strumento del consumo, può riscattarsi e rappresentare uno degli interpreti di questo cambiamento che però necessita quanto prima di una consapevolezza condivisa e di buoni esempi da seguire. Il designer attraverso il suo lavoro può fornire questi modelli ed aiutare ad implementarli.

Un Design orientato al territorio e allo sviluppo locale, che tenga conto delle conoscenze e delle risorse, che ne favorisca lo sviluppo e non lo sfruttamento, con il fine di generare benessere e non solo utili. Ogni territorio ha un proprio profilo, fatto di elementi pedoclimatici, colture, conoscenze

tradizionali. I suoi abitanti, e i paesaggi cui essi hanno dato vita, sono una miscela di caratteristiche fisiche e istanze culturali. Al designer occorre capire come nasce ed evolve l'identità di un territorio, per coniugare le peculiarità produttive con la valorizzazione dei saperi tradizionali, senza rinunciare né al mercato né al vero benessere.

L'obiettivo di questo percorso è quindi quello di definire, attraverso l'analisi di differenti casi studio, scenari di sviluppo possibile, in cui si possano creare relazioni virtuose tra i protagonisti del sistema "territorio" in cui, attraverso la metodologia del Design Sistemico approfondito in questi anni di Dottorato, i flussi di energia e materia costituiscano nuove risorse e possibilità.

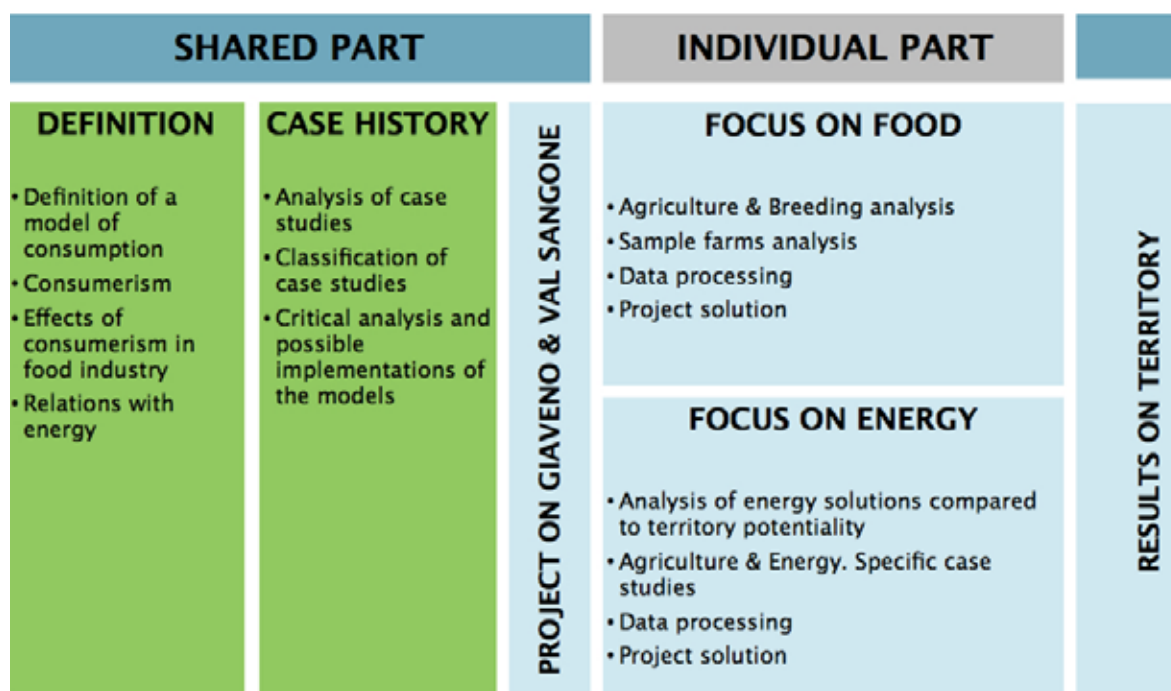
La ricerca si articolerà in tre passaggi (attuale, transitorio, sistemico), rispecchiando le fasi che contraddistinguono la metodologia del nostro approccio: una prima, si occuperà di contestualizzare la ricerca definendo cos'è e un modello di consumo con lo scopo di comprendere al meglio, attraverso una lettura di tipo economico sociale e culturale, il fenomeno del consumismo, le sue origini e le sue ripercussioni soprattutto in rapporto agli ambiti alimentari ed energetici. Nella definizione dello stato attuale si procederà con un'analisi della letteratura, un'azione multidisciplinare atta a colmare le lacune derivanti dagli ambiti non legati al percorso formativo dell'eco-designer.

La seconda fase invece prenderà in considerazione una raccolta di casi studio, la transizione, classificati per tipologia di intervento ed utili a disaminare modelli di consumo alternativi ed a determinarne relativi aspetti positivi e critici. Questa indagine verrà effettuata in due tempi e su due differenti livelli. Un primo più generico, effettuato per macro-gruppi di casi studio, sfrutterà lo strumento dell'economia transdisciplinare di Max Neef per considerare gli effetti e le ricadute sociali. In un secondo momento, più specifico, si procederà invece con una mappatura delle relazioni che intercorrono tra gli attori dei singoli esempi presi in esame.

All'interno di questa seconda fase, verrà inoltre effettuata un'analisi del territorio della Val Sangone, area presa come riferimento per il riscontro dell'atto progettuale, le considerazioni sulle caratteristiche morfologiche, le attività economiche esistenti e le potenziali risorse materiali e culturali.

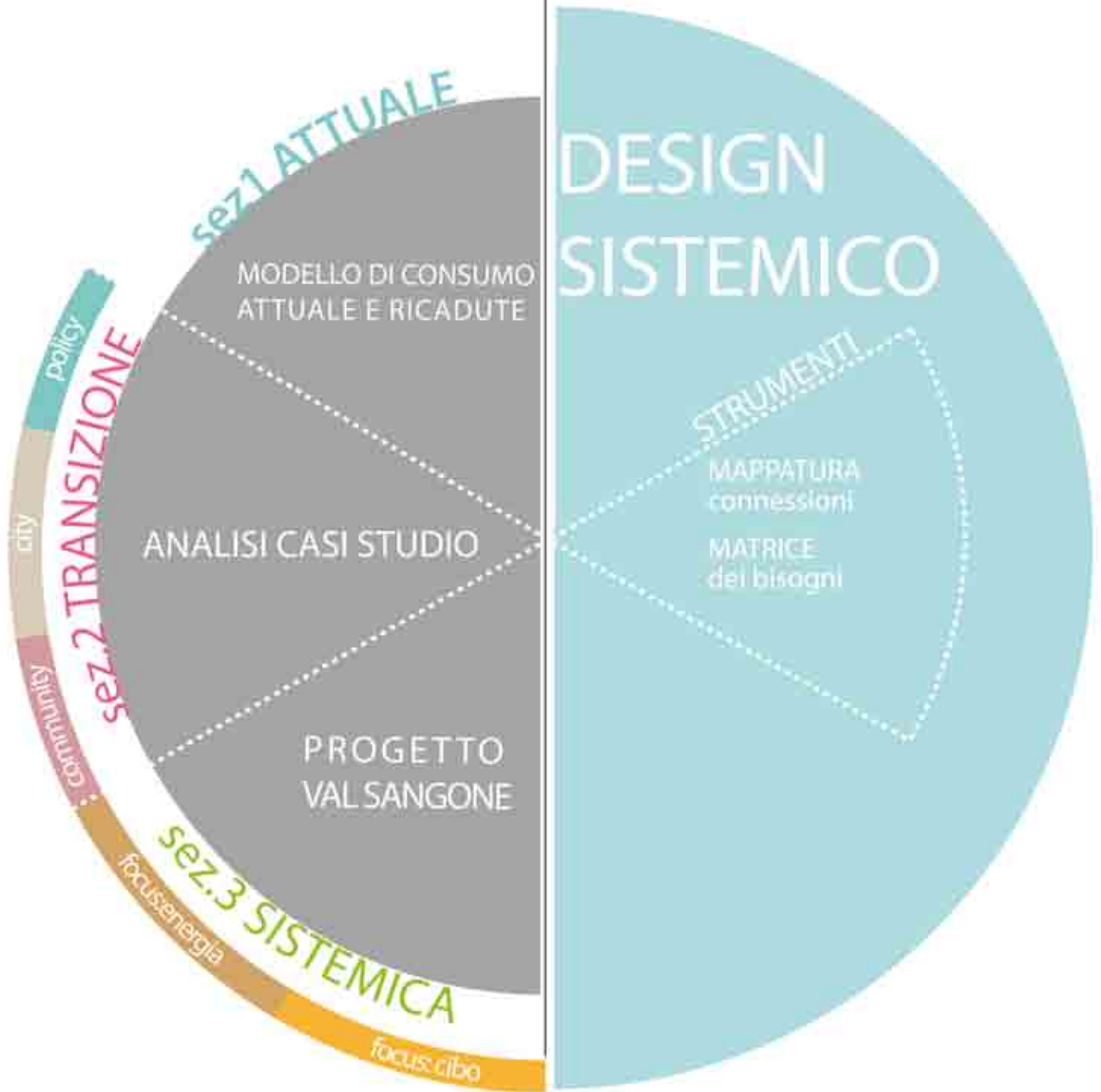
L'ultima fase di questo lavoro vedrà invece un approfondimento individuale sui temi della produzione agricola ed energetica, ed le relative connessioni, con l'intento di determinare proposte progettuali caratterizzate dalle forti connessioni tra aziende, risorse e territorio. Lo scopo di ogni singola fase di ricerca, sarà quello di determinare i valori generati dal modello preso in esame.

L'obiettivo finale sarà quindi quello di valorizzare le potenzialità della Val Sangone, nello specifico l'area di Giaveno, proponendo reti di interazioni a livello di aziende agricole e comunità e soluzioni energetiche alternative che possano rappresentare per questo territorio un motore solido per sopravvivere alla crisi e al consumismo.



Schema riassuntivo inerente la suddivisione del lavoro: parte condivisa e parte individuale

FASI RICERCA e METODOLOGIA e STRUMENTI



Visualizzazione grafica delle fasi di ricerca e della metodologia utilizzata



SITUAZIONE ATTUALE

- 1.IL MODELLO DI CONSUMO
- 2.CIBO E CONSUMISMO

SEZ 1

1. MODELLO DI CONSUMO

Introduzione

Connotare con un termine l'attuale periodo storico e la società che lo rappresenta non è semplice e probabilmente risulterebbe riduttivo. Dando uno sguardo alla letteratura già presente sull'argomento, sia in campo umanistico che in quello scientifico, le definizioni si accumulano e si articolano, assumendo ogni volta sfumature differenti, complementari e parallele; in questo modo, anche i toni che esse suggeriscono si alternano, connotando non sempre una posizione neutra ed asettica. Così, in base alle lenti che si usano per osservare l'attuale società, essa mostra una natura differente. Se si osserva dal punto di vista della trasformazione storica si associa ad espressioni come *industrializzata*, *moderna*, *postmoderna*, *dall'abbondanza*¹ fino ad essere espressione dell'*antropocene*². Da una prospettiva maggiormente sociologica diventa dei *consumi*³, *fluida*⁴, *trasparente*⁵, *consumista* e *globalizzata*, assumendo, in alcuni casi, connotazioni anche economiche, in altri generando atteggiamenti più critici, diventando *iper-consumistica*⁶, *mcdonaldizzata*⁷ ed *ecoimperialista*⁸.

La velocità con cui la nostra società muta e si trasforma rende effettivamente complesso il delinearsi di confini entro cui descriverla, lasciando all'interpretazione degli studiosi le variabili da utilizzare e considerare importanti. D'altra parte, lo scopo della nostra tesi è ben lontano, per tipologia di cultura e competenze, dal voler districare questa matassa; il nostro interesse non è tanto quello di confrontarci nella ricerca di una definizione esaustiva che qualifichi la nostra società, ma di analizzare attraverso gli occhi del progettista le ricadute che questo modello ha generato.

L'attuale crisi economica, ha messo in discussione il concetto di crescita e sviluppo a cui siamo abituati, portandoci a rivalutare il nostro sistema di valori. Come ogni momento di difficoltà, esso offre però, anche uno spunto per attuare un cambiamento, un'occasione per ricostituire l'equilibrio tra le attività economiche e le ricadute ambientali, sociali e culturali.

Attraverso il design di sistemi, il designer, che fino ad oggi ha rappresentato uno degli strumenti del consumo, ha la possibilità di riscattarsi assumendo un nuovo punto di vista. Per rinnovarsi ha bisogno, però, di liberarsi dal "focus esclusivo sul prodotto ed il suo ciclo vita" per estendere le sue competenze "al complesso di relazioni generate dal processo produttivo" (Bistagnino 2009,19)⁹: una visione olistica del sistema, visto come l'insieme dei flussi di materia ed energia che lo attraversano e delle relazioni che lo compongono. Il designer attraverso il suo lavoro può fornire questi modelli ed aiutare ad implementarli.

Un Design orientato al territorio e allo sviluppo locale, che tenga conto delle conoscenze e delle risorse, che ne favorisca lo sviluppo e non lo sfruttamento con il fine di generare benessere e non solo utili. Una qualità di vita che promuova il senso di appartenenza alla comunità (anziché società), creando nell'interazione e nelle relazioni il concetto di ricchezza e non nel possesso materiale di beni. Al Designer è riservato il delicato compito di capire il territorio e le sue caratteristiche distintive, fatte non solo di materie prime, ma di cultura e tradizioni.



Società attuale, vista con le lenti di differenti definizioni presenti in letteratura.

1.1 Cos'è un modello di consumo?

Con modello di consumo si intende l'insieme di fattori culturali ed economici che descrivono una società, sia che si tratti di un singolo individuo che amministrazioni pubbliche o private, ed in particolare ne definiscono le caratteristiche legate alla fruizione dei beni e servizi con l'intento ultimo di soddisfare un bisogno.

Nel tempo, parallelamente ai modelli di sviluppo economico ed industriale, quelli di consumo si sono trasformati ed evoluti, attraverso diverse fasi, fino a determinare il tipo di cultura che caratterizza la società dei giorni nostri, quella che il filosofo e sociologo Jean Baudrillard definisce la "Società dei consumi"¹⁰.

In ambito economico, e più in dettaglio nell'analisi di marketing, con modello di consumo si definiscono quell'insieme di aspetti che specificano le caratteristiche dell'acquisto ovvero: il cosa, il come, il dove, il quando ed il perché. Ovviamente non deve stupire che questo tipo di analisi derivi da uno strumento, qual è il marketing, così vicino alle aziende, e di conseguenza al lavoro del Designer, visto che tuttora rappresenta uno dei più validi strumenti per comprendere il consumo ed orientare le scelte dei produttori e dei consumatori. Le aziende attraverso questo espediente sono in grado di determinare le variabili economiche e sociali che incidono sui comportamenti d'acquisto delle persone.

Proprio per il genere di conoscenze necessarie ad affrontare un'analisi di questo tipo, ed ancor di più per la tipologia di risposte che si possono ottenere, il marketing va considerato come una materia fortemente multidisciplinare.

L'analisi dei modelli di consumo, avvalendosi delle diverse discipline che la compongono, può essere generalmente condotta attraverso la definizione di tre variabili: quella economica, quella psicologica e quella sociologica.

La variabile economica rappresenta per l'individuo il limite dell'accesso al consumo, identificabile con le possibilità legate all'economia: il reddito disponibile, i livelli dei tassi di interesse, il rapporto tra domanda e offerta, ecc. Mentre in passato l'aspetto economico vincolava fortemente l'acquisto da parte dell'utente, tanto da necessitare un primo momento di risparmio ed una successiva pianificazione della spesa, al giorno d'oggi gli strumenti di acquisto a credito, la rateizzazione, il prestito di denaro, permettono di superare questo limite.



Le 5 variabili del consumo: economica, psicologica, sociologica, circostanziale, esperienziale

Mentre questa variabile rappresenta a tutti gli effetti un vincolo di bilancio che per sua natura dipende da una commistione di fattori esterni, non sempre controllabili dall'utente, e fattori interni, come la propensione al consumo o al risparmio, le altre due sono invece legate esclusivamente all'atteggiamento dell'individuo. In particolare, la variabile psicologica fa riferimento alle caratteristiche individuali del singolo ed alle percezioni rispetto al consumo di un bene: il significato che si attribuisce all'acquisto, le aspettative che si hanno, i rischi percepiti.

In ambito sociologico invece, il consumo è legato all'influenza che ha sul soggetto l'appartenenza ad un determinato gruppo di persone. Non è quindi importante, come per l'aspetto psicologico, l'opinione che si ha sul bene o sul servizio, quanto più l'affermazione che esso riceve all'interno dell'insieme sociale di riferimento a cui il soggetto desidera appartenere e dal quale vuole ricevere considerazione.

L'insieme di queste tre variabili, oltre a fornire come già detto ottimi spunti per l'analisi di mercato, possono aiutarci a definire lo "stile di vita" del consumatore.

A queste tre incognite se ne possono affiancare altre due definibili come: esperienziali e circostanziali. A differenza delle prime queste definiscono le caratteristiche emotive e spazio-temporali del momento dell'acquisto. Le variabili esperienziali sono quelle specifiche condizioni che agiscono sui sensi, portano significati simbolici, piacere edonistico, intrattenimento. Sono principalmente legate a fattori emotivi ed agiscono attraverso i sensi con il preciso obiettivo di rispondere al bisogno del soggetto di provare sensazioni, emozioni, stati d'animo interessanti e piacevoli.

Le variabili circostanziali sono invece legate al contesto di scelta e rappresentano di fatto le caratteristiche: fisica, temporale ed interpersonale.

L'insieme di tutte queste considerazioni nascono dall'esigenza basilare del marketing di ottimizzare le proprie performance, fornendo le basi per comprendere il consumo e cosa lo possa orientare e condizionare, al fine di favorire le aziende nel proporre prodotti che incontrino il gusto di una fetta sempre maggiore di utenti e quindi ne incrementare i profitti.

Distinguere uno stile di vita, ed in particolare gli aspetti culturali che lo esplicitano, è il primo passo da affrontare nella comprensione e nella definizione di un modello di consumo.

L'esplicitazione di questi aspetti passa attraverso la definizione stessa di cultura (parola che deriva da latino *còlere*, coltivare) che, nelle scienze sociali, è sempre stata al centro di ampi dibattiti. La prima definizione antropologica di questo termine è quella di Tylor, che nel 1871 la definì come il complesso che include le conoscenze, le credenze, la morale, le abitudini e gli oggetti materiali di una comunità. Nei successivi sviluppi di questa definizione, e del pensiero filosofico, trovò sempre più spazio l'importanza del concetto di quotidiano ovvero: i ruoli, le aspettative, le credenze, i miti, i riti e tutte le pratiche che strutturano l'agire di una persona.

La cultura è il complesso di tutte quelle scoperte e conquiste che gli individui di un determinato gruppo hanno accumulato nel tempo nei campi dell'organizzazione economica, dei rapporti sociali e delle indagini spirituali; tali raggiungimenti, vagliati dalla comunità, entrano a far parte delle tradizioni e come tali possono essere modificate o perse nel tempo.

Un tentativo di sintesi di questo concetto può essere quella proposta dal genetista e antropologo L.L. Cavalli Sforza (2004), che esplicita la cultura come "l'accumulo globale di conoscenze ed innovazioni, derivante dalla somma di contributi individuali trasmessi attraverso le generazioni e diffusi al nostro gruppo sociale, che influenza e cambia continuamente la nostra vita"¹¹.

La cultura è pertanto quell'insieme di elementi (valori, credenze, consuetudini, tradizioni, simboli, norme e istituzioni) combinati tra loro per creare strutture globali che determinano il modo in cui l'uomo percepisce la realtà, senza per questo rendersene conto, o per citare gli antropologi Robert Welsch e Luis Vivanco, rappresentano la somma di tutti "i processi sociali che fanno sembrare l'artificiale (o fabbricato dall'uomo) naturale"¹².

Al giorno d'oggi compiamo istintivamente una serie di azioni la cui origine è invece di chiara impronta culturale. Il mangiare, il dormire, il relazionarsi, lo spostarsi, il vivere l'ambiente domestico; tutti svolgono quotidianamente questi e molti altri gesti le cui "regole" sono ormai entrate a far parte di un sistema. Per esempio tutti mangiamo, ma cosa, come e persino quando, è determinato da regole influenzate dalla propria cultura. A ben donde è lecito aspettarsi che lo stesso acquisto di un bene o utilizzo di un servizio, sia conseguenza di un sistema culturale (influenzato da attori, istituzioni culturali dominanti e dagli stessi partecipanti alle culture) che è ormai divenuto spontaneo.

Oggi il modello culturale predominante in molti sistemi culturali è il consumismo. Questo termine è utilizzato per indicare un modello che induce gli individui a trovare significato, appagamento e accettazione principalmente attraverso la fruizione di beni e servizi, inducendo le persone ad associare alti livelli di consumo a benessere e successo. Seppure in diverse forme secondo le varie culture, ovunque il consumismo induce le persone a ricollegare alti livelli di consumo al benessere e

al successo. Questo modello si è talmente insinuato nelle culture umane che a volte è difficile persino riconoscerlo come costruzione culturale, sembra per l'appunto naturale. In effetti, però, gli elementi della cultura sono stati profondamente trasformati proprio dal consumismo, basti pensare che nelle dieci lingue più usate al mondo il lemma "consumatore" è spesso intercambiabile con "persona".

Al giorno d'oggi siamo quotidianamente esposti a simboli consumistici da parte dei media, spesso senza nemmeno rendercene conto. Il risultato di questo bombardamento continuo, è un indottrinamento inconscio dal quale è difficile difendersi e di cui gli effetti non tardano a farsi vedere. I molti casi, per esempio, è più semplice e "naturale" riconoscere i simboli consumistici di quanto non succeda per esempio per la flora e la fauna del proprio territorio. Uno studio Americano, effettuato su bambini di circa due anni, ha dimostrato che questi, pur non essendo in grado di riconoscere la lettera "M" dell'alfabeto, erano però in grado di riconoscere ed associare all'azienda il doppio arco dorato che forma il logo di McDonald's. (NBC,2006)¹³

Quasi fosse una droga, ci stiamo assuefacendo al consumo e alle sue immagini, tanto da non renderci conto che queste stanno profondamente modificando i nostri usi e costumi orientandoli sempre più verso l'acquisto di beni e servizi non essenziali per la nostra vita ma piuttosto per l'economia.

1.2 Dall'economia di sussistenza all'economia di mercato

Il passaggio da una società di tipo agricolo a quella di tipo industriale, o più nello specifico da un'economia di sussistenza ad una di mercato, può essere considerata la principale causa di trasformazione della società degli ultimi secoli. È lecito quindi sostenere che la forza trainante di questa transizione culturale siano stati i crescenti interessi economici.

Già alla fine del 1600, in Europa, i cambiamenti sociali cominciarono a gettare le basi della nascita del consumismo con i commercianti, primi imprenditori, capaci di approfittare di questi cambiamenti per stimolare gli acquisti dei loro nuovi prodotti.

Per esempio il produttore di ceramiche Josiah Wedgwood, già nel 18° secolo, facendo leva sulle aspirazioni di status, e pur non utilizzando ancora tecniche produttive industriali, utilizzava tecniche di vendita sofisticate. Wedgwood assoldava piazzisti per stimolare l'interesse attorno ai suoi prodotti, sponsorizzandoli presso le case reali, creando così domanda persino in clienti che avevano già un servizio di ceramiche perfettamente adeguato ma ormai apparentemente fuori moda.

Nonostante queste prime iniziative commerciali, volte a favorire un'economia dei consumi, le tradizionali consuetudini sociali impedirono il rapido progredire di una mentalità volta al consumismo. I contadini con reddito supplementare investivano in nuove proprietà terriere o sostenevano iniziative per la comunità anziché comprare nuovi articoli di moda o di arredamento. In queste economie di sussistenza, quasi tutto ciò che si usava e consumava trovava modo di essere riutilizzato. In un modo o nell'altro i rifiuti rientravano in un ciclo chiuso, venivano recuperati, trasformati e destinati a nuovi usi e consumi. In un mondo povero, in cui produrre e costruire non era assolutamente una banalità, ogni oggetto era dotato di un suo valore che portava a conservarlo e a renderlo partecipe della vita della comunità. Questo modello nasceva dall'esigenza dell'uomo di trarre beneficio e sostentamento da quello che la natura aveva da offrirgli. L'organizzazione e la programmazione delle proprie attività erano alla base della sopravvivenza. Si evitava mangiare la totalità degli animali che si allevavano per farli riprodurre, ingrassare e dilazionarne l'uso nel tempo. Si seminava e coltivava la terra ad intervalli favorevoli, seguendo il ritmo delle stagioni, si aspettava il tempo giusto per i raccolti e si conservava, per i tempi di magra, ciò che non era immediatamente utilizzato. E così succedeva per l'artigianato che rappresentava, per questo tipo di società, l'uomo che impara un mestiere, lo personalizza, ed evolve in senso qualitativo fino a far apprezzare e rispettare l'unicità del risultato del proprio lavoro. Le scarpe ed i vestiti così come gli attrezzi, per esempio, erano tramandati di generazione in generazione a causa di una capacità economica che non permetteva di acquistare oltre lo stretto necessario e laddove non si poteva provvedere autonomamente, si arginava il problema attraverso il baratto di prodotti o competenze.

Difficilmente in questa catena di scambi ci si lamentava per quel poco che si aveva, ma piuttosto si ringraziava di possedere un minimo.

Per questo motivo i termini "consumare" e "consumo" erano visti in questi tipi di società con accezione negativa. Etimologicamente "consumare", contrariamente al significato attuale profondamente influenzato dai risvolti economici, ha proprio il significato di "logorare con l'uso". A maggior ragione per questo tipo di società, aveva un profondo senso e grande rilevanza il risparmio e l'auto-sostentamento.

Gli stessi lavoratori che nel 1700 cominciarono a lavorare nelle fabbriche, e la cui accresciuta produttività generava salari più elevati, tendevano a prediligere un consumo parco, preferendo al tempo lavorativo quello libero.

Nel corso del tempo, però, l'emergente propensione ai consumi fu spinta proprio da un'ampia rappresentanza dei ceti più bassi che intravedevano nell'agio di certi prodotti, la similitudine con la ricca borghesia emergente. L'universo delle "necessità di base" si allargò, al punto tale che prodotti come candele, caffè, sapone e zucchero vennero considerati come "beni di prima necessità", anche se, meno di 100 anni prima, tranne le candele, tutto il resto era considerato un lusso.

Con l'avvento della società industriale, la facilità di produzione e la maggiore disponibilità di beni che ne è derivata, è stato modificato profondamente il nostro rapporto con le cose.

Agli inizi del 1900, la logica consumistica era diventata sempre più parte integrante delle delle società dominanti di molte culture. Ma è nell'ultima metà del secolo, grazie all'introduzione di nuove innovazioni come il televisore, la pubblicità, il marketing, le multinazionali, il franchising e internet che il consumismo si è diffuso su scala planetaria andando a modificare il tessuto sociale.

1.2.1 Il consumismo e la società dei consumi

Come abbiamo già avuto modo di vedere l'esplosione dei consumi è un aspetto caratterizzante del benessere della società industriale che ebbe le sue origini, sebbene alcuni caratteri possano essere databili antecedentemente, alla fine del '800, cioè quando nell'Europa Occidentale e negli Stati Uniti cominciarono a delinearsi i caratteri della moderna società di massa.

L'antico «decoro» dei ceti borghesi, che era conquista di cultura e faticoso emergere, lasciò il posto ad un comfort massificato, sempre disponibile per chiunque possedesse denaro.

In questo periodo si compiva il passaggio da un'economia caratterizzata da derrate agricole e manufatti artigianali alla produzione in serie, un periodo in cui la maggioranza della popolazione viveva ormai nei centri urbani ed era inserita nel circolo dell'economia di mercato; i rapporti sociali si facevano più intensi e si basavano non più sulle comunità tradizionali, bensì sulle grandi istituzioni nazionali. Si ridusse così l'analfabetismo e si sviluppò tra il popolo, grazie alla diffusione degli organi di stampa, un'opinione pubblica e con essa le basi per i modelli di partito di massa e gli organismi sindacali nazionali.

La svolta decisiva verso lo sviluppo del consumismo si verificò in Europa fra gli anni '50 e gli anni '60, cioè durante il periodo del "miracolo economico" post bellico con gli Stati Uniti d'America, eroi del conflitto, che importarono nel Vecchio Continente l'immaginario di un nuovo stile di vita fatto di ricchezze accessibili a tutti.

La "massa" che aveva in precedenza sperimentato i disastri della guerra, così come la povertà degli anni successivi, scoprì per la prima volta il benessere e con esso l'abitudine a nuovi consumi. Gli Stati Uniti, che sin dall'inizio del secolo si caratterizzavano per la presenza di un mercato di massa per i prodotti di largo consumo, furono modello e principale termine di paragone: nel consumismo si individuava la radice stessa del successo del paese più ricco e industrializzato del mondo.

L'affermarsi della cosiddetta "società dei consumi" era parte del processo di industrializzazione e modernizzazione alla base del primato economico degli Stati Uniti nel XX secolo. La pratica del consumo di massa era, infatti, intimamente legata all'incremento della produzione industriale, allo sviluppo delle reti di trasporto e alla diffusione dei mezzi di comunicazione di massa.

Parafrasando lo storico tedesco Weber (1991)¹⁴, considerato uno dei padri della sociologia, si può considerare la "società dei consumi" come un tipo di società in cui la "soddisfazione dei bisogni quotidiani" avviene "per via capitalistica", vale a dire tramite l'acquisto e l'utilizzo di merci sul mercato. Ma mentre le tracce della cultura capitalistica sono riscontrabili già nelle stravaganze della nobiltà del tardo Medioevo, solo in Occidente, e solo da un determinato periodo in poi, è possibile rinvenire segni della "società dei consumi", dove i bisogni anche più elementari vengono soddisfatti tramite delle azioni di consumo. Il consumo è una sfera di azioni con luoghi e tempi dedicati, con pratiche contrapposte e separate da quelle del lavoro. Il quotidiano vede l'alternarsi di tempi di lavoro e tempi di consumo, svolti in luoghi tendenzialmente diversi.

La tesi di Weber concentra nelle credenze e nelle pratiche protestanti¹⁵, in particolare modo calviniste, uno spirito calcolatore affine al capitalismo che avrebbe materialmente permesso, mediante la propensione al risparmio, la formazione del capitale necessario allo sviluppo dell'impresa capitalistica. Coesisteva però uno spirito edonistico, incarnato non solo dalle classi nobili e borghesi, ma anche, e in maniera sempre maggiore, dalle classi popolari, che vedevano nel consumo negli agi e persino negli sprechi forze di azione significativa.

La società si caratterizzava quindi per la disponibilità immediata e continua degli oggetti, in un passaggio da una società in cui le risorse utilizzabili erano di fatto poche ad una in cui le risorse chiedevano di essere consumate e molte volte, come segno di opulenza, sprecate. Più che un semplice mutamento di costumi dietro questa trasformazione c'era un vero e proprio mutamento antropologico.

È il 1973 quando Baudrillard inizia a descrivere, nei suoi lavori, una società basata sul consumo sia reale sia simbolico dove spesso ciò che è immateriale sostituisce per importanza il materiale. L'oggetto di consumo acquista rilevanza non tanto per il suo valore d'uso, bensì per il valore di scambio che, attraverso il consumo del prodotto stesso, mantiene in essere la differenziazione sociale in classi. Il sogno consiste nell'impegno a scalare la piramide sociale. Ogni strato vede quello superiore come un modello da imitare e raggiungere attraverso l'appropriazione dei suoi comportamenti e delle sue scelte di consumo.

La permanenza di classi sociali in un mondo in cui vi è abbondanza di tutto è quindi legata biunivocamente alla natura stessa del bisogno. Secondo una sociologia semplicistica la soddisfazione del bisogno è lo scopo dell'uomo; ma, dato che i bisogni naturali sono limitati si assisterebbe in breve all'equilibrio, al completo appiattimento della differenziazione sociale, ma così non è. "Ogni discorso sui bisogni si basa su un'antropologia ingenua: quella della propensione naturale alla felicità. (...). Il concetto di felicità non deriva la sua forza ideologica da un'inclinazione naturale di ciascun individuo a realizzarla per lui stesso. Gli deriva, storicamente, dal fatto che il mito della felicità è quello che raccoglie e incarna nelle società moderne il mito dell'eguaglianza. (...). Per essere il tramite del mito egualitario, bisogna che la felicità sia misurabile. (...) Quella felicità che non ha bisogno di prove è dunque bandita dall'ideale del consumismo" (Baudrillard 1976, 39)¹⁶.

La disuguaglianza è pertanto uno dei principali motori del consumismo, così come un'assidua sensazione di insoddisfazione; ingranaggi di un meccanismo che induce le persone ad aspirare continuamente all'appagamento di bisogni per potersi sentire allo stesso livello di chi ci sta intorno. Le imprese propongono dunque una serie di beni il cui possesso è segno di appartenenza alla "comunità". Questi beni sono dunque posseduti da molti strati sociali, i quali aspirano a raggiungere la sommità della piramide. È proprio tale aspirazione che porta alla nascita del fenomeno dello status symbol ovvero quel prodotto che l'individuo cerca di possedere a tutti i costi. Il suo possesso si traduce in sacrifici il cui risultato finale è l'illusione di appartenere allo strato sociale superiore. L'ascesa sociale non pone fine alla seduzione dello status symbol, anzi la alimenta sempre di più in un meccanismo che porta a ridurre la nostra stessa esistenza (corpo, tempo libero, vita emotiva, interessi culturali) in merce¹⁷.

Negli stessi anni un altro filosofo, Eric Fromm, si interroga su le due modalità essenziali dell'essere umano: l'Avere e L'Essere e come sia la struttura sociale a determinare il sopravvento dell'uno o dell'altro aspetto.

Nella società contemporanea, il possesso, trasformatosi rapidamente da bisogno primario di sopravvivenza (che l'autore chiama avere esistenziale) a consumismo (avere caratteriologico), è prevalente. Inoltre, aggiunge Fromm, la modalità dell'avere porta al conflitto, allo scontro sia fra gli individui che fra le nazioni. Il terrorismo, il tracollo economico, la rovina ecologica, nascono tutti, secondo Fromm, dal culto dell'avere e dall'oblio dell'essere. (Fromm 1977)¹⁸

Il consumo, inoltre, perde in fretta il proprio carattere gratificante e pertanto impone di consumare sempre di più. La società ha preso questa direzione credendo nelle promesse dell'avere: il potere sulla natura, l'abbondanza dei materiali, la felicità per la soddisfazione di tutti i propri bisogni e la libertà personale.

La società dei consumi è una società che, ritenendo di aver raggiunto il soddisfacimento delle necessità più vive dell'uomo, lascia libero corso all'appagamento di quelle accessorie, superflue, senza porre alcun freno.

La continua produzione di beni superflui di consumo desta sempre nuove esigenze, stimola all'acquisto di nuove comodità, crea una frenesia per il progresso mal inteso. L'assalto del denaro ha mercificato tutto e ai bisogni naturali dell'uomo si sono sostituiti dei falsi bisogni. I valori dominanti nell'attuale società sono i valori di mercato, i prezzi. Sociologi e filosofi hanno sottolineato come una "confortevole, levigata, ragionevole, democratica non-libertà" (Marcuse 1999)¹⁹ prevalga in questa società industriale avanzata.

La spinta delle imprese all'utilizzazione della loro capacità produttiva richiede un continuo sforzo di differenziazione della produzione, e quindi di induzione di nuovi consumi, di creazione di nuovi bisogni. Il "consumismo" è certamente uno degli aspetti più importanti, caratterizzanti, e sotto molti aspetti inquietanti della nostra epoca. I suoi aspetti negativi sono seri e gravi. Nessuno può però sottovalutare l'immensa area di benessere aperta alla società moderna con la diffusione dei consumi di massa.

In nessun tempo, prima d'oggi, la gamma degli impieghi del reddito è stata così vasta, il sentimento estetico così esaltato nella produzione, il superfluo, sotto forma di oggetti comodi e di occasioni di impiego del tempo libero, così diffuso tra le masse. I mali dell'opulenza non stanno negli oggetti che ha creato. L'esplosione dei consumi è un aspetto caratterizzante del benessere della società

industriale, cui nessuno può seriamente pensare di rinunciare in nome di un'artificiale austerità. La "macchina produttiva" è capace di suscitare un'abbondanza inconcepibile fino a pochi decenni prima. Oltre un certo limite, tuttavia, il "consumismo" assume forme di dissipazione, essenzialmente prive di un contenuto reale di soddisfazione. La natura di questa tendenza degenerativa, da tempo al centro dell'attenzione di economisti e sociologi, è diventato uno dei temi dominanti del nostro tempo.

1.3 Oltre la società dei consumi

Già a metà del 1800 Marx criticava il capitalismo per il fatto di non produrre al fine di consumare merci, ma al fine di accumulare ricchezze. Alla base di questo sistema economico c'era il capitalista, che investendo denaro in merci, impiegate nel processo produttivo e rivendute come prodotto, ricavava una somma di denaro maggiore di quella investita. Il prodotto della mano dell'uomo, la merce, si comporta come un "feticcio ideologico" cui si attribuisce una vita indipendente che cela i rapporti sociali esistenti tra gli uomini. Così nella teoria marxiana del valore, le merci, da pure e semplici cose, prodotto del lavoro umano, assurgono al ruolo di rapporto sociale, e, nello stesso modo, anche i rapporti sociali fra gli uomini assumono l'aspetto, nello scambio, di rapporti tra cose.

Il consumismo come fenomeno di massa, appare in Europa negli anni del secondo dopoguerra, quando l'arricchimento generale aumenta la domanda di generi alimentari e di beni di consumo, facendo conoscere ai paesi occidentali un grado di prosperità fino ad allora sconosciuto; inizia così a diffondersi un modello di vita fino ad allora solo americano.²⁰



I pilastri del consumo: pubblicità, credito ed obsolescenza programmata

Questa idea di ricchezza poggia però su delle basi instabili; questo modello economico per poter rinnovarsi e mantenersi prospero necessita, infatti, che il ciclo domanda ed offerta venga mantenuto costantemente vivo e che la produzione e consumo si alimentino a vicenda. Secondo Serge Latouche, per poter mantenere attivo questo circolo, l'economia deve poggiare su tre fondamentali "pilastri", quello della pubblicità "che crea instancabilmente il desiderio di consumare", quello del credito "che fornisce i mezzi per consumare anche a chi non ha denaro" e quello dell'obsolescenza programmata²¹ "che assicura il rinnovamento obbligato della domanda." (Latouche 2001, 42)²²

Il desiderio di beni materiali viene inoltre alimentato dallo sviluppo all'interno della società di un sistema di valori in cui il consumo viene visto come portatore di benessere e del bene collettivo. Il sistema mette in atto così un circolo vizioso, in cui per mantenere l'obiettivo di crescita infinita, qualsiasi transazione monetaria, che favorisce un aumento dei consumi, entra a far parte del concetto di benessere e ricchezza, senza valutare il motivo e la natura che li hanno generati. Peccato che il meccanismo del PIL nasconda un grosso limite, sommando in maniera positiva tutte le operazioni che hanno un riscontro monetario, non tiene conto e nemmeno evidenzia le ricadute che le logiche di mercato hanno sia sulla società che sull'ambiente.

Basta analizzare i dati riportati dal Worldwatch Institute (2010), il più autorevole osservatorio sui trend ambientali del nostro pianeta, nel suo State of the World per renderci conto di quanto il nostro “stile di vita” non solo non stia producendo prosperità ma, se non si prendono scelte concrete in breve tempo, possa addirittura avere effetti catastrofici sul nostro pianeta. Nel 2006, i 65 paesi con alti redditi dove dominava maggiormente il consumismo erano responsabili del 78% della spesa in beni di consumo, ma costituivano solo il 16% della popolazione globale. Lo stesso anno, solo negli Stati Uniti, la spesa in beni di consumo è stata di 9,7 mila miliardi di dollari, circa 32.400 dollari pro capite, il che rappresentava il 32% della spesa globale, con solo il 5% della popolazione mondiale. Il rapporto del Worldwatch Institute sottolinea chiaramente che sono questi paesi che hanno urgentemente bisogno di rivedere i loro modelli di consumo, poiché il pianeta non ne può sostenere livelli così elevati. Di fatto, se tutti vivessero come gli statunitensi, la Terra potrebbe sostenere solo 1,4 miliardi di individui. A livelli di consumo leggermente inferiori, benché ancora caratterizzati da redditi elevati, il pianeta potrebbe supportarne 2,1 miliardi. Ma anche con redditi più bassi, l'equivalente di ciò che guadagnano mediamente in Giordania e Thailandia, la Terra potrebbe sostenere meno persone dell'attuale popolazione. Queste cifre mostrano una realtà che pochi desiderano affrontare: con gli attuali 6,8 miliardi di individui del pianeta, i moderni modelli di consumo, anche a livelli relativamente bassi, non sono sostenibili. (Worldwatch Institute, 2010)²³

Ricadute che erano già state anticipate nel noto rapporto “The Limits to Growth”, pubblicato nel 1972 dal MIT, su commissione del Club di Roma, in cui, attraverso una simulazione, si prefiggeva l'obiettivo di mostrare gli effetti della crescita della popolazione e dei suoi consumi sull'ecosistema terrestre e sulla sopravvivenza della specie umana stessa. La conclusione di quel documento, che una volta apparso fu tacciato di catastrofismo soprattutto da chi difendeva le parti del progresso tecnologico ed economico, metteva in forte dubbio la sostenibilità della società moderna.

In sintesi il rapporto affermava che: “Se l'attuale tasso di crescita della popolazione, dell'industrializzazione, dell'inquinamento, della produzione di cibo e dello sfruttamento delle risorse continuerà inalterato, i limiti dello sviluppo su questo pianeta saranno raggiunti in un momento imprecisato entro i prossimi cento anni”. Le previsioni, come dimostrò il rapporto successivo “Beyond the Limits” del 1992, erano sbagliate anzi, per essere più corretti, erano state ottimistiche e il superamento del limite dei consumi delle risorse del nostro pianeta, presunto entro un centinaio d'anni, era già stato superato dopo appena un decennio.

Il recente aggiornamento del Rapporto, del 2004, sottolinea come l'impronta ecologica dell'uomo, sull'utilizzo delle risorse del pianeta, ha iniziato a superare intorno al 1980 la capacità di carico della Terra superando il limite attualmente del 20%.

Sono ormai diversi decenni che la comunità scientifica di tutto il mondo prova ad avvertirci che il modello di vita che perseguiamo non è sostenibile per il nostro ecosistema ed il rischio, piuttosto concreto, è che la situazione sia irreparabilmente compromessa.

Così se “fino a non molto tempo fa chi parlava di crisi era puntualmente bollato come una cassandra”, dopo i recenti collassi finanziari ed economici, “crisi sembra essere diventata la parola d'ordine, rimbalza dappertutto: perché la crisi, o meglio le crisi, sono più che mai evidenti” (Petrini 2009, VII)²⁴. Attualmente stiamo assistendo, infatti, allo svilupparsi di numerosi cambiamenti su piani alquanto differenti, ma non per questo slegati tra loro. Infatti, la crisi finanziaria ed economica che ha investito in modo massiccio gli Stati Uniti e l'Europa, non è la sola che si sta attuando. Essa è infatti fortemente legata sia a quella ambientale, che a quella energetica e, non per ultima, a quella alimentare. Tutte e quattro le crisi sono fortemente connesse e correlate a diversi livelli, ma secondo Vandana Shiva (2009)²⁵ l'elemento comune a tutte è l'avvicinarsi del peak oil²⁶. L'attuale era del combustibile fossile, iniziata quasi 200 anni fa, sta infatti mostrando tutti i suoi limiti che, oltre alle ricadute sul clima, si manifestano nella sua natura di non essere rinnovabile e soprattutto illimitato. L'andamento instabile del prezzo del petrolio e il vertiginoso aumento del 2008, “è segnale che una crisi petrolifera è imminente”.

Il peak oil e il caos climatico si incrociano con un'altra realtà: la crisi alimentare; “essa deriva dall'impatto combinato dell'industrializzazione e della globalizzazione dell'agricoltura. Le stesse forze e gli stessi meccanismi che hanno promesso il cibo a costi accessibili ora lo allontanano dalla gente comune.”

Il modello attuale ha in realtà ampliato la forbice tra povertà e ricchezza, gli effetti e le ricadute sono stati accentuati della crisi economica, che ha reso evidente anche ai Paesi ritenuti sviluppati, la necessità di un cambio di rotta. Il disorientamento politico sulla strada da percorrere è evidente, “questa crisi assume dimensioni che nessuno riesce più a padroneggiare.

Ci sono troppi incendi da spegnere contemporaneamente e in troppi luoghi diversi. Gli strumenti tradizionali della politica economica e monetaria sono sopraffatti e superati“(Rampini 2008)²⁷. Nel

settembre 2007, si assiste ad una scena memorabile, che ben identifica il sentimento comune di panico e smarrimento: l'immagine è quella delle lunghe file di depositanti in coda davanti alle filiali di una banca inglese, la Northern Rock, per ritirare i loro risparmi. A parte nelle scene di vecchi film come *Mary Poppins*, era quasi un secolo che non si assisteva ad una corsa agli sportelli.

La crisi finanziaria ed economica fa parte di un panorama molto più ampio e, come abbiamo visto, essa costituisce solo una delle tante facce che compongono questo momento di svolta. Le proposte attuate fino ad ora tendono, però, a considerare le diverse sfaccettature del problema come parti singole e distinte, ordinandole per priorità e importanza. E pur vero, che l'instabilità economica ha reso evidente una situazione che ormai da tempo risultava insostenibile; infatti, solo da quando le ricadute hanno iniziato ad attaccare il denaro, e con esso il concetto di benessere e crescita occidentale, vi è stata una globale presa di coscienza della gravità della momento.

Sebbene quindi la crisi economica sia servita per rendere pubblica la situazione, il focus sul denaro, come unico problema da superare, rischia di offuscare la complessità e la gravità della situazione attuale. Focalizzarsi solo sul risolvere il problema della crescita, cercando di rifar partire un meccanismo economico, che da tempo dà cenni di cedimento e fragilità, porta a disegnare "proposte obsolete e palesemente inadeguate. E' come curare un ammalato di diabete portandolo in pasticceria." (Petrini 2009, VIII)²⁸

1.3.1 Economia di Mercato, Economia della Natura e Sussistenza.

"Il sistema economico dominante è stato definito in molti modi: economia di mercato, economia globale, globalizzazione economica ed altri ancora"²⁹, esso pone le sue basi sul binomio domanda ed offerta ed individua nella crescita illimitata il suo sviluppo, e nell'aumento dei consumi il benessere sociale. Eppure come scriveva già J. Baudrillard (2010)³⁰ "I progressi dell'abbondanza (...) hanno per contropartita degli svantaggi sempre più numerosi -conseguenza, da un lato dello sviluppo industriale e del progresso tecnico e, dall'altro, dalle strutture stesse del consumo". Così i beni comuni e gratuiti come "lo spazio e il tempo, l'aria pura, il verde, l'acqua, il silenzio" si trasformano in merci, in "beni di lusso accessibili solo ai privilegiati"; per usare dei termini economici, già proposti dall'economista E. Schumacher, nell'economia di mercato, il "capitale naturale" viene rivisto sotto forma di reddito, trascurandone così la sua vitale importanza, perché se è pur vero che l'uomo con il suo lavoro ha costituito parte del capitale che "oggi ci aiuta a produrre", è altrettanto evidente che "quello che viene dalla natura" è molto più vasto e di importanza fondamentale per l'esistenza della stessa economia. (Schumacher 2010)³¹

A questo proposito è interessante vedere come nel 2005, nell'ambito del Millennium Ecosystem Assessment³², le Nazioni Unite hanno promosso una classificazione dei servizi ecologici in quattro categorie in base ai benefici che gli ecosistemi forniscono direttamente o indirettamente all'umanità.

- I servizi di supporto alla vita, come la formazione del suolo, la fotosintesi e il ciclo nutritivo alla base della crescita e della produzione;
- I servizi di approvvigionamento come la produzione di cibo, acqua potabile, materiali;
- I servizi di regolazione, tra cui la regolazione del clima e delle maree.
- I servizi culturali e religiosi, estetici e ricreativi, educativi.

Le risorse naturali sono, infatti, il fondamento delle attività economiche, della qualità della vita e della coesione sociale. Il rapporto che intercorre tra questi elementi, sebbene non immediato da interpretare, è forte ed indissolubile. Si tratta, infatti di sistemi in costante relazione, in cui i bilanciamenti e le connessioni sono innumerevoli ed organici.

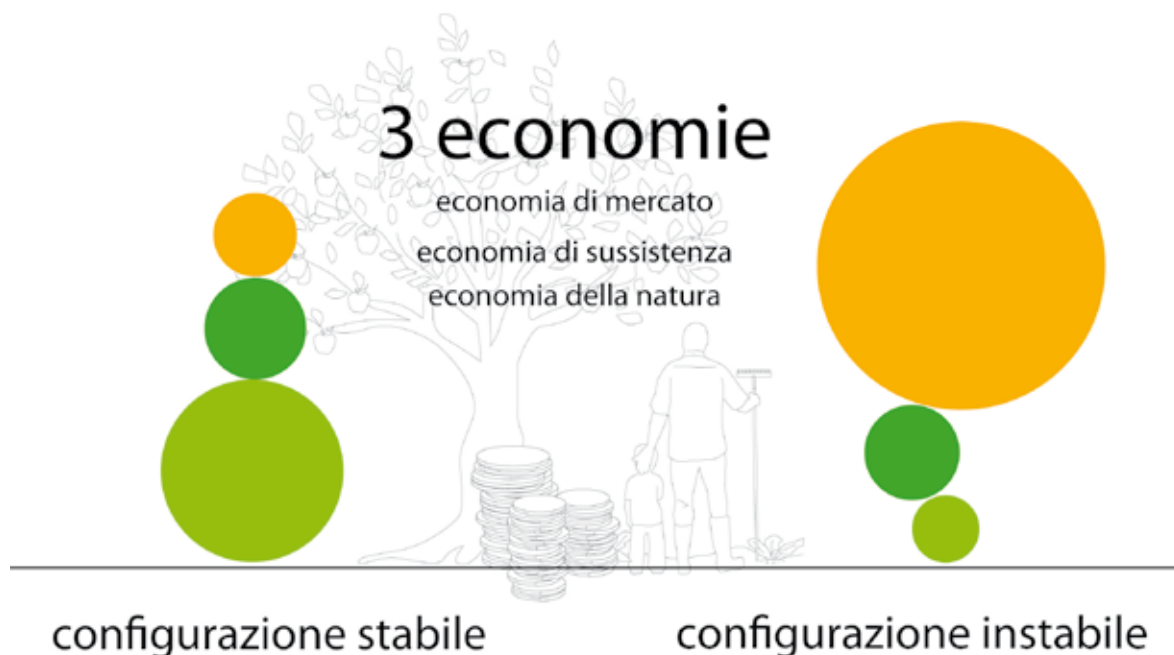
Il modo in cui le attuali economie sono organizzate, tuttavia, non riconosce sufficientemente la centralità e la ricchezza di queste relazioni.

Da un punto di vista prettamente economico, i "beni e servizi" forniti dal mondo naturale sono difficilmente quantificabili in termini di mercato e prezzo, essi rientrano per lo più in quello che può essere definito il patrimonio comune dell'intera società, e per tanto tenuti in poca considerazione. Essi diventano di interesse solo nel momento in cui, negata la loro natura di bene pubblico, diventano merce portando fonte di guadagno o di potere politico e strategico, basti pensare alla spinosa questione della privatizzazione dell'acqua.

Ne "Il bene comune della Terra" la fisica ed economista indiana Vandana Shiva, evidenzia come l'attuale economia di mercato sia solo uno dei sistemi di sviluppo economico al mondo, individuando altre due dimensioni esistenti: l'economia della Natura e quella di sussistenza.

L'economia della Natura viene vista come "il primo e fondamentale fattore su cui si fonda qualsiasi modello di sviluppo", in quanto è proprio la Natura "il più grande produttore del mondo", in cui le risorse vengono create e generate attraverso cicli e processi produttivi. (Shiva 2006, 21)³³

Per economia di sussistenza si intende invece “l’economia di base” che si verifica quando “l’operato dei singoli individui è finalizzato a procurare direttamente i mezzi necessari al mantenimento”. In essa le attività produttive sono in armonia con i cicli naturali e puntano a soddisfare i bisogni primari, garantendo uno sviluppo a lungo periodo.



*Configurazione delle tre economie: di mercato, di sussistenza e naturale.
Rifacimento grafico dell'illustrazione presente in Il bene comune della Terra, V.Shiva, pag. 63.*

Entrambi sono indipendenti dalle logiche dell’economia attuale, ma indispensabili al loro consolidamento. Infatti, nel modello predominante, in cui lo sviluppo “viene concepito esclusivamente come produzione di merci, la natura e le pratiche economiche di auto-sostentamento non sembrano avere una funzione produttiva”, e quindi nessuna rilevanza in termini finanziari e monetari (ivi, 212). Eppure, questi tre componenti sono strettamente relazionate, in quanto è proprio la qualità del rapporto che le società instaurano con il contesto e l’ambiente a determinarne la cultura ed il benessere. Quando l’economia di mercato e quella della natura riescono a coesistere in modo bilanciato e costruttivo, si seminano le basi per uno sviluppo sostenibile ed equo, che porta alla prosperità ed all’uguaglianza sociale; d’altra parte, se l’ago della bilancia inizia a pendere verso gli interessi puramente finanziari e di guadagno, la natura tende a diventare un mero strato da sfruttare e depauperare, generando squilibri e tensioni. L’accumulo di capitali produce una crescita finanziaria, ma intacca le riserve naturali di base necessarie per ognuna delle tre economie.

A partire dalla rivoluzione industriale sino ad arrivare agli attuali modelli di produzione, lo sviluppo economico si è sempre rivolto al mondo naturale, come fonte di risorse e materie, ma raramente come un bene essenziale per la sopravvivenza. Infatti, l’attuale economia dominante, basata su una crescita lineare ed illimitata, si scontra con le leggi naturali, che operano, invece, in un ambiente complesso e delimitato.

Il modello economico attuale dipende fortemente dalle risorse e dall’energia generate dalla natura, la quale di per sé esisterebbe anche autonomamente, ma le cui capacità di rinnovarsi sono messe a dura prova dalla voracità e dall’aggressività del sistema produttivo: l’economia globale infatti, ha le sue fondamenta sia sulle risorse naturali, sia sulla capacità degli ecosistemi di assorbire rifiuti ed inquinamento. Lo stress provocato dal prelievo crescente di risorse, oltre che l’introduzione di materiali di sintesi sconosciuti al mondo naturale hanno contribuito notevolmente alla riduzione della capacità metaboliche degli ecosistemi, impoverendoli e creando accumuli di materiali difficilmente reintegrabili nei cicli naturali. Già sul finire degli anni sessanta economisti come E.F. Schumacher evidenziavano i limiti dell’economia moderna, in cui si tende a considerare solo il valore delle cose direttamente prodotte dall’uomo, ed in cui si confonde il ruolo economico della Natura. Essa viene infatti considerata alla stregua di un reddito e non un capitale. Le conseguenze di tale confusione fa sì che non vi sia un reale interesse alla conservazione delle risorse, cosicché “invece di ridurre, tendiamo ad accelerare i ritmi di consumo attuali”³⁴.

La centralità dell’economia di mercato nel plasmare le attività del sistema attuale, ha inoltre portato

a semplificare il valore in termini monetari e la crescita in termini quantitativi, a discapito delle "differenze qualitative" (Schumacher 2010)³⁵.

La produzione è infatti sempre più fine a se stessa incentrata sul profitto e sulla creazione di nuovi bisogni, necessari per alimentare il circolo vizioso di domanda ed offerta di cui è prigioniera.

In quest'ottica, l'unica soluzione proposta per rispondere alla necessità di cambiamento è l'aumento continuo e forzato dei consumi, "un errore che rischia da un lato di provocare un irrecuperabile squilibrio ecologico planetario, dall'altro una divaricazione in continuo aumento nella distribuzione del reddito." (Tamino 2009, 7)³⁶

1.3.2 Crescita e sviluppo. Quantitativo vs qualitativo

L'economia attuale, seguita dal concetto di occidentalizzazione e globalizzazione, descrive una modalità di "far mercato", che si è sviluppata in un lasso di tempo relativamente breve; essa rappresenta, infatti, solo una piccola porzione di storia dell'economia umana. Ciò nonostante, proprio per il ruolo dominante che svolge nel definire e plasmare ogni altra sfera sociale, culturale ed ambientale, si distacca dalle logiche alla base delle economie precedenti, quella naturale e quella di sussistenza. "Una gestione economica basata sulla sussistenza, cioè produrre, lavorare, commercializzare per approvvigionarsi non viene più considerata un'azione economica, ma uno stato di povertà. Solo ciò che viene smerciato sul mercato nazionale e internazionale, venduto con una valuta che può essere cambiata in dollari e solo ciò che è basato sulla razionalizzazione tecnica, cioè un elevato numero di pezzi e un notevole profitto, viene considerato economia" (Bennholdt-Thomsen 2006, 65)³⁷. Questo netto cambiamento, lo si evincere anche soffermandosi sulle diverse accezioni che lo stesso termine mercato ha assunto nel tempo. Da un lato, è un luogo reale di incontro, un telaio dove intessere relazioni, un momento sociale che si caratterizza in base al luogo ed alla cultura di appartenenza, soggetto quindi "alle economie della natura e delle persone" (Shiva 2006, 26)³⁸. Gli esempi non mancano, dal più classico mercato rionale fino ai souk o suk marocchini, questi luoghi sono vivi, animati dal mescolarsi degli odori, dei colori e delle parole. Sono un luogo di commercio ed incontro in cui la comunicazione e le relazioni sociali ne sono alla base. Dall'altra parte, vi è invece, l'accezione data dall'economia attuale, dove il mercato diventa un'entità astratta e globale, in cui le persone e le merci cedono il posto ai transiti finanziari e al denaro ed in cui ogni bene diventa semplicemente un valore monetario. Proprio in questa sua astrazione sviluppa il concetto di una crescita infinita possibile, concetto che, come oggi ben sappiamo, applicato alla super-espansione dei servizi finanziari ha contribuito all'attuale collasso economico.

Il perpetrarsi di un mercato infinito, si è sviluppato anche grazie alla continua ricerca di aumentare i livelli dei consumi, creando bisogni non necessari ed introducendo il concetto, precedentemente descritto, di obsolescenza programmata. Attraverso questo meccanismo perverso di rigenerazione, si porta a concepire come necessario il ricambio continuo, e quindi lo spreco. Proprio come prevedeva Italo Calvino a proposito della città di Leonia, che "rifà se stessa tutti i giorni" e misura la propria opulenza "più che dalle cose che vengono fabbricate, vendute e comprate...dalle cose che ogni giorno vengono buttate via per far posto alle nuove" (Calvino 1996)³⁹, lo spreco diventa necessario per permettere al sistema consumistico di autogenerarsi. Bisogna, quindi immettere sempre nuovi bisogni per alimentare i consumi e mantenere vivo il ciclo domanda ed offerta, seguendo principi prettamente quantitativi.

I limiti dell'associare il benessere di una Paese al calcolo monetario dei beni e servizi prodotti, non può che generare una visione semplicistica e riduttiva. Esso non tiene conto di tutta quella parte di ricchezza che non è monetizzabile, quali i beni ambientali, sociali e culturali. Questo evidenzia come, per l'economia occidentale, il concetto di crescita sia accompagnato da valori prettamente quantitativi: la crescita progressiva ed illimitata della produzione, dell'accumulazione di beni materiali e l'espansione dei servizi. Dal momento che questo concetto si scontra con la pratica di un mondo in cui le risorse e gli spazi sono limitati, forse bisogna iniziare non più a pensare a "quanta crescita sarà ancora disponibile" (Schumacher 2010, 54)⁴⁰ ma ad un differente modo di concepire la crescita stessa. "L'idea che la crescita possa essere un impedimento, possa essere malata o patologica viene raramente preso in considerazione dal modello di sviluppo attuale" (Capra 2009)⁴¹.

Secondo Serge Latouche (2011), l'errore sta proprio nell'associare in modo dissolubile la crescita allo sviluppo, ed introduce la necessità di pensare in termini di decrescita, intesa come non il termine parallelo a crescita, ma come "slogan provocatorio che vuol indicare la necessità di rottura (...) da una società fagocitata da un'economia che ha come unico obiettivo la crescita per la crescita"⁴². Egli associa l'economia attuale ad un fiume che è uscito dal suo letto, e come tale è auspicabile che vi sia fatto rientrare.

L'inadeguatezza e la carenza del nostro sistema economico, ancorato al mondo neoclassico dell'800,

diventano palesi davanti all'incapacità di rispondere ai grandi cambiamenti del XXI secolo, dal cambiamento climatico al surriscaldamento globale, dal crescere del divario tra ricchezza e povertà alle guerre per il controllo delle risorse (Max-Neef 2011)⁴³. Problematiche che non possono essere risolte utilizzando un solo punto di vista, ma che necessitano di un approccio transdisciplinare per poter essere affrontate. L'economia, si è sempre considerata come un sistema chiuso, a se stante, che ragiona solo in termini monetari, senza considerare l'insieme finito più ampio in cui anch'essa è inserita e da cui dipende: la biosfera. Proprio partendo da queste basi l'economista cileno Manfred Max-Neef, teorizza una visione di economia dalla dimensione umana, il cui valore fondamentale è che nessun interesse economico, in nessuna circostanza, può essere posto in cima al rispetto per la vita. Lo sviluppo è una caratteristica che riguarda le persone e non gli oggetti, è non può essere confuso con l'attuale idea di crescita economica: "La crescita è un'accumulazione quantitativa. Sviluppo è la liberazione delle possibilità creative" (Max-Neef 2010)⁴⁴. Nella società si assiste quindi ad un primo periodo di crescita economica, "inteso convenzionalmente o no, che porta a una migliore qualità di vita ma solo fino ad un certo punto: il punto limite, a partire dal quale, se vi è ulteriore crescita, la qualità della vita inizia a deteriorarsi. Questa è la situazione in cui ci incontriamo attualmente." (*Ibidem*)

Infatti sebbene "la crescita è una caratteristica essenziale di tutta la vita" in Natura "non è lineare e illimitata. Mentre certe parti di un organismo, o di un ecosistema crescono, altre deperiscono rilasciando e riciclando i loro componenti che diventano risorse per una nuova crescita" (Capra 2009)⁴⁵.

Basti pensare a come effettivamente si struttura la crescita nel mondo biologico, un buon esempio è rappresentato dalla descrizione che il filosofo Ivan Illich riporta riguardo la lumaca, la quale «costruisce la delicata architettura della sua conchiglia aggiungendo una dopo l'altra delle spire sempre più grandi, poi cessa bruscamente e dà inizio ad avvolgimenti, questa volta decrescenti. Il fatto è che una sola, ulteriore spira più larga conferirebbe alla conchiglia una dimensione sedici volte maggiore. Invece di contribuire al benessere dell'animale, lo sovraccaricherebbe. Superato il punto limite di allargamento delle spire, i problemi della crescita eccessiva si moltiplicano in progressione geometrica, mentre le capacità biologiche della lumaca non possono, nel migliore dei casi, che seguire una progressione aritmetica». La crescita, in termini biologici, segue leggi complesse e raffinate, non punta all'infinito, ma si relaziona al contesto e segue degli stadi precisi di sviluppo. Gli organismi, così come gli ecosistemi dopo una prima fase di rapido incremento fisico, o di espansione del territorio, rallentano, passando attraverso una fase di maturazione fino arrivare al declino, o successione. "Mentre i sistemi viventi maturano, i loro processi di crescita passano dalla crescita quantitativa a quella qualitativa" (*Ibidem*).

Così come la crescita anche lo sviluppo è una caratteristica peculiare della vita. "...ogni sistema vivente incontra occasionalmente punti di instabilità in cui si verifica una rottura o più frequentemente l'emergenza spontanea di nuove forme di ordine. L'emergenza spontanea della novità è uno dei marchi di fabbrica della vita. E' stata riconosciuta come l'origine dinamica dello sviluppo, dell'apprendimento, dell'evoluzione" (*Ibidem*).

Il premio Nobel per la fisica, F. Capra (2009) propone una concezione di economia, basata sui principi di qualità rispetto a quelli di quantità, che chiama "economia qualitativa".

L'economia qualitativa usa, come chiave di lettura, l'evolversi degli ecosistemi, in cui con crescita si intende un equilibrio dinamico tra i differenti stadi del ciclo di vita, ed in cui lo sviluppo si inserisce come un momento di apprendimento e rinnovo, necessari all'evoluzione.

Passare da un sistema prettamente quantitativo ad uno qualitativo non è immediato. I numeri e le cifre offrono il vantaggio di rendere le cose facilmente paragonabili e le inseriscono nella sfera dell'oggettivo e dello scientifico. Nonostante ciò, per quanto questo metodo risulti efficace, non è in grado di raccontare la complessità che è propria di ogni sistema, in quanto riduce in cifre concetti che non sono quantificabili.

Definire la qualità è sempre stato un processo complicato, in quanto appartiene alla capacità di giudizio, e per questo spesso relegata alla sfera del soggettivo. Essa però è essenziale per comprendere la complessità dei sistemi e delle reti naturali, che vengono generati non dalla somma lineare delle parti che la compongono, ma definiti dal rapporto dinamico tra le relazioni di numerosi fattori e componenti.

Queste difficoltà sono frutto principalmente dell'atteggiamento riduzionista che ha guidato "gran parte della ricerca scientifica del XX secolo", nella quale per comprendere ogni fenomeno occorre decifrarne prima di tutto le sue componenti. Il sistema di riassetto si è però rivelato essere un passaggio non così immediato, "la natura non è un puzzle perfettamente disegnato, con tutti i pezzi che si incastrano in un'unica materia. Nei sistemi complessi le componenti possono combaciare in

così tanti modi diversi che ci vorrebbero miliardi per provarli tutti”. Così avendo ridotto ogni realtà alla sua singola parte, la visione globale è andata perduta e non riusciamo più a rimettere insieme i pezzi che la compongono, proprio come un bambino che dopo aver smontato il suo giocattolo preferito, scoppia a piangere “appena capisce che non riuscirà mai a rimettere insieme i pezzi”(Barabàsi 2004, 7-8)⁴⁶.

1.4 Misurare la qualità: gli indici del benessere

Nell'attuale economia, il concetto di sviluppo tende ad avere un'unica dimensione caratterizzata dal denaro e dai flussi da esso generati, spesso tradotta erroneamente in termini di benessere e rappresentata dall'indice del Prodotto Interno Lordo (PIL) pro capite.

Le contabilizzazioni nazionali vengono definite da J.Baudrillard (1976)⁴⁷ come uno “straordinario bluff collettivo”, una sorta di “magia bianca sulle cifre”, in quanto in esse “non rientra nulla tranne i fattori visibili e misurabili secondo i criteri della razionalità economica” inoltre “esse non conoscono il segno negativo, addizionando sempre svantaggi ed elementi positivi”; in questa logica tutti i fattori di degrado, gli scarti e le ricadute sociali ed ambientali non misurabili non vengono tenute in considerazione, o “se vi figurano lo fanno positivamente!”

Il paradosso sta nel fatto che il sistema economico attuale per sopravvivere e rigenerarsi “fa del benessere dei cittadini e della forza nucleare, indifferentemente e nello stesso tempo il suo obiettivo; il fatto è che per esso in fondo le due cose sono uguali contenute, la sua finalità è altrove”.

E' Pur vero che, i limiti del PIL vennero già fatti presenti da Simon Kuznets (1934)⁴⁸, il quale disapprovò il suo uso come indicatore di benessere sostenendo che “Il benessere di una nazione non può essere facilmente desunto da un indice del reddito nazionale”.

Decenni più tardi, nel 1968, fu il Senatore Robert Kennedy a sottolineare come il PIL desse una visione semplicistica e riduttiva del benessere di un Paese, in quanto “misura tutto, eccetto quel che rende la vita degna di essere vissuta” e non include né i costi né le ricadute provocate dalla produzione.

“Too much and for too long, we seem to have surrendered personal excellence and community values in the mere accumulation of material things. Our Gross National Product now is over \$800 billion dollars a year, but that Gross National Product ... counts air pollution and cigarette advertising, and ambulances to clear our highways of carnage. It counts special locks for our doors and the jails for the people who break them. It counts the destruction of the redwood and the loss of our natural wonder in chaotic sprawl. It counts napalm and counts nuclear war-heads and armored cars for the police to fight the riots in our cities. It counts Whitman's rifle and Speck's knife. And the television programs which glorify violence in order to sell toys to our children. Yet the gross national product does not allow for the health of our children, the quality of their education or the joy of their play. It does not include the beauty of our poetry or the strength of our marriages, the intelligence of our public debate or the integrity of our public officials. It measures neither our wit nor our courage, neither our wisdom nor our learning, neither our compassion nor our devotion to our country, it measures everything in short, except that which makes life worthwhile.”⁴⁹

Cercare di misurare la qualità della vita, il benessere o la felicità di una Nazione, non è sicuramente una questione semplice. Da diversi anni, numerosi indici ed indicatori hanno cercato, o si stanno accingendo a farlo, di definire quali debbano essere i fattori da tener in conto per poter dare un quadro, non solo economico, delle condizioni di un Paese. Più che all'indice numerico complessivo generato dai singoli studi e delle classiche stilate ogni anno, è interessante vedere come i diversi fattori scelti nelle analisi interagiscono.

Nel 1972, in Buthan, il re Jigme Singye Wangchuk sostituì il PIL con un nuovo indicatore il FIL, Felicità Interna Lorda, sostenendo che “la felicità interna lorda è più importante del prodotto interno lordo”⁵⁰. Con felicità, in questo caso si vuol intendere come la capacità di un Paese di creare un equilibrio globale tra il benessere economico, la cultura, le relazioni interpersonali, il rispetto del mondo naturale. Jigmi Y. Thinley, primo ministro del Buthan, ha spiegato al Festival dell'Economia di Trento del 2010 che “Il FIL si basa su quattro pilastri. L'esistenza di uno sviluppo economico equo e sostenibile, che include l'istruzione, i servizi sociali e le infrastrutture, in modo che ogni cittadino possa godere degli stessi benefici di partenza; la conservazione ambientale, che per noi è particolarmente importante visto che viviamo in un Paese che solo per l'8% ha un suolo utilizzabile per l'agricoltura; la cultura, intesa come una serie di valori che servono a promuovere il progresso della società; e infine il pilastro su cui si fondano tutti gli altri, il buon governo” (Amato 2010)⁵¹.

Agli inizi degli anni novanta, invece, l'organizzazione delle Nazioni Unite (ONU), affiancò alla valutazione del PIL un secondo indicatore di sviluppo macroeconomico l'ISU, Indicatore dello Sviluppo Umano, dall'inglese HDI, Human Development Index. In questo modo si introdussero fattori quali l'accesso alla conoscenza e la speranza di vita, con lo scopo di andare oltre il solo calcolo monetario dei beni e servizi prodotti. L'analisi di questo indice ha portato negli anni ad evidenziare come sono molti i fattori connessi per valutare le condizioni di un Paese, come l'equità sociale, la sostenibilità ambientale, l'accesso alle risorse, i diritti umani e l'accesso all'istruzione. Tuttavia questi elementi non interagiscono in modo univoco e lineare, ma si combinano in modo complesso e organico. Ogni anno viene infatti stilata una classifica, le Nazioni facenti parte dell'Onu, vengono ordinate secondo tre principali parametri, l'aspettativa di vita, l'accesso alla conoscenza e l'indice di reddito, misurato dal Reddito Nazionale Lordo pro capite. Il 2011 vede al primo posto su circa 187 Paesi, la Norvegia, che svetta da tre anni in cima alla classifica, Gli USA risultano essere al quarto posto, l'Italia al ventiquattresimo e l'Inghilterra al ventottesimo. Gli ultimi posti sono occupati dalla Repubblica Democratica del Congo e dal Niger. Ogni anno viene poi proposto un ambito di analisi più specifico e dettagliato, in cui si cerca di valutare i rapporti trasversali tra le variabili, quello del 2011 è dedicato al rapporto tra Sostenibilità ed Equità sociale.

Sempre negli stessi anni, l'associazione no profit Redefining Progress partendo da un indice già introdotto in precedenza l'Index of Sustainable Economic Welfare (ISEW), propose il Genuine Progress Index (GPI), ovvero l'indicatore del progresso autentico.

Lo scopo era quello di colmare una delle principali lacune del PIL, ovvero l'incapacità di distinguere la natura delle transizioni economiche conteggiate e di definirne la ricaduta sociale ed ambientale. Il GPI, invece, non prende in considerazione solo i prodotti o i servizi che generano un passaggio di denaro, ma comprende anche tutte quelle attività mutualistiche e domestiche, come il volontariato o il lavoro domestico. Inoltre considera negative, le uscite che non generano benessere come quelle derivanti dai divorzi, dall'inquinamento e dai crimini o quelle che portano una svalutazione del patrimonio e delle risorse naturali. Uno dei limiti più grandi di questo indicatore è che non fornisce in valore diretto i fattori analizzati, ma li traduce in denaro. "Ciò preclude, proprio per la natura astratta del denaro, la possibilità di riconoscere la complessità di molti servizi sociali e ambientali di base. Il valore fluttuante delle valute dipende più dai capricci dei mercati che dalla salute dell'ambiente e della società" (Wackernagel et al. 2002)⁵².

Nel 2006, un gruppo indipendente di ricerca inglese, la New Economics Foundation, NEF, ha introdotto un nuovo indice l'Happy Planet Index (HPI), nel tentativo di combinare il rapporto tra l'impatto ambientale ed il benessere della società. In sostanza analizza l'efficienza con cui i governi di quel paese convertono le risorse in termini di durata e la felicità media dei suoi abitanti. Secondo il NEF si può considerare una società di successo, quando riesce a garantire un buon livello di benessere senza compromettere la Terra. Attraverso l'HPI si misura il progresso inteso come l'efficienza ecologica necessaria per definire uno standard di vita felice e sano. Nell'ultimo report, HPI 2.0 intitolato "The Happy Planet Index 2.0: Why good lives don't have to cost the Earth" pubblicato nel 2009, sono stati presi in considerazione 143 Paesi, coprendo circa il 99% della popolazione mondiale⁵³.

I punteggi vanno da 0 a 100, un alto livello può essere raggiunto solo rispettando tutti e tre gli obiettivi inclusi nell'indice, ovvero l'alta aspettativa di vita, un alto grado di soddisfazione ed una bassa impronta ecologica. I risultati inclusi nel report evidenziano un'idea differente di progresso. Mentre la HPI conferma che i Paesi in cui le persone godono di aspettative di vita più alte e condizioni sanitarie migliori sono per lo più quelli sviluppati, osservando gli indici si evince l'insostenibilità in termini ambientali degli stessi. I dati evidenziano, inoltre, alcune importanti eccezioni, in cui Paesi meno ricchi, a fronte di una bassa impronta ecologica, dichiarano alti livelli di aspettativa di vita e di soddisfazione personale. In altre parole, si dimostra che un buon tenore di vita è possibile senza per forza compromettere e danneggiare il sistema naturale. Così al primo posto della classifica compare il Costa Rica, il cui PIL procapite non raggiunge nemmeno un quarto di quello degli Stati Uniti, i quali occupano la centoquattordicesima posizione. Dopo gli USA ci sono solamente più le nazioni Subsahariane ed in chiusura lo Zimbabwe.

In Europa, nel 2007, su iniziativa dell'Unione europea, dell'Ocse⁵⁴, del Wwf e del Club di Roma⁵⁵, viene affrontato il problema dei limiti del PIL in una conferenza internazionale tenutasi a Bruxelles, "Beyond GDP", conclusasi con la dichiarazione del Presidente Barroso: "È ormai tempo di andare oltre il PIL"⁵⁶.

L'anno successivo, quaranta dopo il celebre discorso di R. Kennedy, è stato il Presidente francese Nicolas Sarkozy a rimettere in discussione il PIL costituendo una Commissione formata da esperti di livello mondiale, come gli economisti premi Nobel Stiglitz, Sen e Fittuossi, per l'individuazione di

nuova strada per la misurazione del benessere. Il rapporto della ricerca, presentato nel 2009, non si conclude con un ulteriore indicatore, ma bensì con una serie di linee guida generali, che portano a delineare meglio il concetto di benessere. Esso, riguarda non solo il lato economico, ma soprattutto le attività considerate non di mercato; quali ad esempio la cura degli ammalati e degli anziani, oltre che l'educazione, la salute, la qualità della democrazia, le reti sociali, l'ambiente, la sicurezza. Parte del rapporto si occupa poi delle questioni di sostenibilità ambientale per misurare la crescita al netto della distruzione di risorse e i rischi del cambiamento climatico.

Nonostante i numerosi tentativi, la difficoltà di definire tramite numeri e cifre le variabili qualitative rimane evidente. La carenza e l'inefficacia degli attuali indici sostitutivi di avvicinare l'immediatezza del PIL, mettono in luce che le qualità come, ad esempio il benessere, siano difficilmente descritte dalla somma di diversi fattori. Esse sono frutto di un equilibrio delicato, in cui molti sono i fattori che si combinano ed interagiscono. La necessità di trovare un veste confrontabile ed oggettiva porta a dover trovare dei giudizi condivisi, anche tentando di non utilizzare le cifre, si rischia di semplificare e ridurre concetti complessi in voti. I valori qualitativi sono animati da mille sfaccettature che cambiano e si modellano in base alla cultura ed al territorio, sono frutto del tempo e dello spazio, e con essi variano e si trasformano.

Sicuramente il pregio che si riconosce alle varie iniziative percorse è quello di provare a vedere il mondo sotto un punto di vista differente; di cercare di riportare alla base delle scelte politiche, non più l'imperante crescita economica, ma il bene delle comunità, e degli ecosistemi; di ribilanciare l'equilibrio delle diverse economie, di cui abbiamo accennato all'inizio di questo capitolo, dando importanza a quelle necessarie per l'esistenza, ovvero quella di sussistenza e soprattutto quella della Natura.

Note Capitolo 1.

1. Massimo Montanari. *La fame e L'abbondanza*. Editori Laterza, 2010.
2. Antropocene, termine coniato nel 2000 dal premio Nobel della chimica Paul Crutzen, in occasione dell' International Geosphere-Biosphere Programme (IGBP). Definire l'attuale era caratterizzata dall'uomo e dal suo impatto sull'ambiente.
3. J. Baudrillard. *La società dei consumi*. Società editrice Il Mulino, Bologna, 1976.
4. Zygmunt Bauman. *Vita Liquida*. Editori Laterza, Roma, 2006.
5. Gianni Vattimo. *La società trasparente*. Garzanti, Milano, 1989.
6. George Ritzer. *L'era dell'iperconsumo. McDonaldizzazione, carte di credito, luoghi del consumo e altri temi*. Franco Angeli Editore, Milano, 2003.
7. George Ritzer. *Il mondo alla McDonald's*. Società Editrice Il Mulino, Bologna, 1997.
8. Vandana Shiva. *Ritorno alla terra, la fine dell'ecoimperialismo*. Fazi Editore, Roma, 2009.
9. Luigi Bistagnino. *Design Sistemico. Progettare la sostenibilità produttiva e ambientale*. Slow Food Editore, Bra, 2009, cit. pag 19
10. Jean Baudrillard (1929-2007): filosofo e sociologo francese autore del libro "La società dei consumi", 1976
11. L.L. Cavalli Sforza. *L'evoluzione della cultura*, Codice Edizioni, Torino, 2004.
12. Citazione tratta da Erik Assadourian. *Ascesa e Declino delle culture del Consumo*. In *State of the World 2010*. Edizione Ambiente, Milano, 2010.
13. *Branded for Life? Pitching Fast Food to Kids*, NBC Universal Archives, 18 Agosto 2006.
14. Max Weber. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*. Rizzoli, Milano, 1991.
15. Richard Baxter, uno dei portavoce dell'etica protestante, afferma: « Se Iddio vi mostra un cammino, sul quale, senza danno per l'anima vostra o per gli altri, potete guadagnare in modo legittimo più che in un altro, e voi lo rifiutate e seguite il cammino che può apportare meno guadagno, allora voi vi opponete ad uno degli scopi della vostra vocazione. Voi rifiutate di essere amministratori di Dio, e di accettare i suoi doni, per poterli usare per lui, se egli lo dovesse richiedere. In realtà non al fine del godimento della carne e del peccato, ma per Dio voi dovete lavorare ed essere ricchi ».
16. J. Baudrillard. *La società dei consumi*. Società editrice Il mulino. Bologna, 1976. Cit. pag. 39
17. *Processo di fungibilità generalizzata*. Theodor Adorno
18. Eric Fromm. *To Have or To Be?*. Edizione Mondadori, Milano, 1977.
19. Herbert Marcuse. *L'uomo a una dimensione*. Einaudi, 1999
20. Victoria De Grazia. *L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*. Giulio Einaudi editore, Torino, 2006.
21. Termine coniato negli anni '30 dal designer americano Brooke Stevens per esprimere "il concetto di instillare nell'acquirente il desiderio di comprare qualcosa di un po' più nuovo, un po' migliore e un po' prima di quanto non fosse necessario".
22. Serge Latouche. *Come si esce dalla società dei consumi*. Bollati Boringhieri Editore. Torino 2011. cit. pag. 42
23. Fonte dati: Worldwatch Institute. *State of the World 2010. Trasformare la cultura del Consumo*. Edizione Ambiente. 2010
24. C. Petri, prefazione in "Ritorno alla Terra la fine dell'ecoimperialismo". Vandana Shiva. Fazi Editore, Roma, 2009. Cit. pag. VII 25 Vandana Shiva. *Ritorno alla Terra la fine dell'ecoimperialismo*. Fazi Editore, Roma, 2009.
26. Peak oil, teorizzato da M. King Hubbert nel 1956, rappresenta il momento in cui il Mondo raggiungerà il punto più alto di produzione petrolifera, in seguito alla quale non potrà che diminuire.

27. Federico Rampini. (7 Ottobre 2008). La spirale delle tre crisi. La Repubblica.it, sez.affari e finanza.
28. C. Petri, prefazione in "Ritorno alla Terra la fine dell'eocoimperialismo". Vandana Shiva. Fazi Editore, Roma, 2009. Cit. pag VIII.
29. Vandana Shiva. Il bene comune della Terra. Seria Bianca Feltrinelli, Milano, 2006.
30. J. Baudrillard. La società dei consumi. Società editrice Il mulino. Bologna, 1976.
31. E.F. Schumacher. Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Slow Food Editore, Bra, 2010.
32. Il "Millennium ecosystem assessment" (MA) è un progetto di ricerca realizzato tra il 2001 ed il 2005, con l'obiettivo di comprendere la situazione degli ecosistemi del pianeta, le conseguenze dei cambiamenti verificatisi in essi rispetto al loro contributo al benessere dell'umanità e per stabilire le basi scientifiche delle azioni necessarie a rafforzare la conservazione e l'utilizzo sostenibile degli ecosistemi.
- Il rapporto è stato coordinato da un segretariato internazionale, supportato dalle quattro convenzioni internazionali sulla diversità biologica, sulla desertificazione, sulle zone umide (Ramsar) e sulle specie migratrici, nonché da quattro organizzazioni tecniche del sistema delle Nazioni Unite, (e cioè dal Programma Ambiente (UNEP) che ha svolto il ruolo di coordinamento, dal Programma per lo Sviluppo (UNDP), dalla FAO e l'UNESCO) e da numerose organizzazioni ed istituzioni scientifiche, come l'International Council for Science (ICSU). Per ulteriori approfondimenti www.maweb.org
33. Vandana Shiva. Il bene comune della Terra. Seria Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. Cit. pag. 212.
34. E.F. Schumacher. Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Slow Food Editore, Bra, 2010. Cit. pag 20.
35. E.F. Schumacher. Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Slow Food Editore, Bra, 2010. Cit. pag 53.
36. Gianni Tamino (Introduzione) in Campi di Battaglia. Biodiversità e agricoltura industriale Vandana Shiva. Ed. Ambiente, 2009. cit. pag.7.
37. Veronika Bennholdt-Thomsen In Economia dello spazio vitale in tempi di globalizzazione economica. Jochimsen, Maren e Knobloch, Ulrike (a cura di). Bielefeld. Casa editrice Kleine, 2006. pp. 65 – 88
38. Vandana Shiva. Il bene comune della Terra. Seria Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. Cit. pag.26
39. Italo Calvino. Le città invisibili. Edizione Mondadori. 1996
40. E.F. Schumacher. Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Slow Food Editore, Bra, 2010. cit. pag 54.
41. Fritjof Capra and Hazel Henderson. Qualitative Growth. A conceptual framework for finding solutions to our current crisis that are economically sound, ecologically sustainable, and socially just. September 2009. disponibile al link: <http://www.fritjofcapra.net/articles/100709.html>
42. Serge Latouche. Come si esce dalla società dei consumi. Corsi e percorsi della decrescita. Bollati Bolinghieri editore. Torino, 2011.
43. Manfred Max-Neef, intervento alla conferenza "Sviluppo a scala umana: economia transdisciplinare per la sostenibilità" tenuta durante il Festival dell'Economia 2011, Trento, 5 Giugno 2011. Video disponibile al link: <http://www.pandoratv.it/?p=articolo&ref=categoria&a=360>
44. Manfred Max-Neef, intervista. Disponibile su Democracy now. Link: http://www.democracynow.org/2010/11/26/chilean_economist_manfred_max_neef_on
45. Fritjof Capra and Hazel Henderson. Qualitative Growth. A conceptual framework for finding solutions to our current crisis that are economically sound, ecologically sustainable, and socially just. September 2009. disponibile al link: <http://www.fritjofcapra.net/articles/100709.html>
46. Albert-László Barabási. Link. La scienza delle reti. Einaudi Editore. Torino, 2004. citazioni pag.7-8
47. J. Baudrillard. La società dei consumi. Società editrice Il mulino. Bologna, 1976.
48. Simon Kuznets, 1934. "the welfare of a nation can scarcely be inferred from a measure of national income."
49. Senatore Robert Kennedy, University of Kansas, 18 Marzo 1968. Traduzione: "Non troveremo mai un fine per la nazione né una nostra personale soddisfazione nel mero perseguimento del benessere economico, nell'ammassare senza fine beni terreni.... Il PIL comprende anche l'inquinamento dell'aria e la pubblicità delle sigarette, e le ambulanze per sgombrare le nostre autostrade dalle carneficine dei fine-settimana. Il PIL mette nel conto le serrature speciali per le nostre porte di casa, e le prigioni per coloro che cercano di forzarle. Comprende programmi televisivi che valorizzano la violenza per vendere prodotti violenti ai nostri bambini. Cresce con la produzione di napalm, missili e testate nucleari, comprende anche la ricerca per migliorare la disseminazione della peste bubbonica, si accresce con gli equipaggiamenti che la polizia usa per sedare le rivolte, e non fa che aumentare quando sulle loro ceneri si ricostruiscono i bassifondi popolari. Il PIL non tiene conto della salute delle nostre famiglie, della qualità della loro educazione o della gioia dei loro momenti di svago. Non comprende la bellezza della nostra poesia o la solidità dei valori familiari, l'intelligenza del nostro dibattere o l'onestà dei nostri pubblici dipendenti. Non tiene conto né della giustizia nei nostri tribunali, né dell'equità nei rapporti fra di noi. Il PIL non misura né la nostra arguzia né il nostro coraggio, né la nostra saggezza né la nostra conoscenza, né la nostra compassione né la devozione al nostro paese. Misura tutto, in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta."
50. Dall'Inglese GNH, Gross National Happiness, rifacendosi al Gross National Product.
51. Rosaria Amato. Lezioni dal Butan: la Felicità Interna lorda. Come misurare il benessere globale. La Repubblica.it, 05 giugno 2010. Disponibile al link: http://www.repubblica.it/economia/2010/06/05/news/la_felicit_interna_lorda-4600428/
52. Mathis Wackernagel, Nicky Chambers, Craig Simmons. Manuale delle Impronte Ecologiche. Principi, applicazioni, esempi. Edizione Ambiente, 2002
53. Fonte: www.happyplanetindex.org
54. OCSE: Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico è un'organizzazione internazionale di studi economici per i paesi membri, paesi sviluppati aventi in comune un sistema di governo di tipo democratico ed un'economia di mercato. (fonte Wikipedia)
55. Il Club di Roma è una associazione non governativa, no-profit, di scienziati, economisti, uomini d'affari, attivisti dei diritti civili, alti dirigenti pubblici internazionali e capi di stato di tutti e cinque i continenti, fondata nel 1968.
56. "It's time to go beyond GDP", fonte: http://www.beyond-gdp.eu/proceedings/bgdp_proceedings_summary_notes.pdf

2. CIBO e CONSUMO

2.1 Ricadute del sistema attuale sul cibo

Il modello di consumo predominante nella nostra cultura è, come abbiamo visto in precedenza, quello consumistico. Questo modello culturale è oramai così radicato nella nostra società che influisce in numerosi aspetti della nostra vita senza che di fatto ce ne si renda conto.

Ciò è la conseguenza del proliferare di un sistema industriale sempre più massificato e centralizzato, basato non tanto sul benessere effettivo delle persone, ma piuttosto sui valori economici e le politiche di mercato delle multinazionali.

La continua rincorsa all'acquisto, indotto dalle aziende produttrici attraverso il marketing e la pubblicità, altro non vuol rappresentare se non l'ostentazione di uno status, spesso più apparente che reale, utile a sentirsi accettati dagli individui che ci circondano. Ma se si pensa che questo modello incida solo sugli aspetti secondari della vita, sbagliamo. Esso, per effetto del modello economico che determina, influenza il nostro approccio al lavoro che di fatto diventa lo strumento per ottenere denaro da scambiare in merci. Definisce il nostro tempo ed i nostri spazi, non solo quelli quotidiani, suddividendoli e scandendoli in luoghi momenti precisi: aree e momenti per lavorare, quando e dove fare acquisti, i luoghi ed i tempi per gli svaghi e così via. Basti pensare al movimento inverso che l'urbanizzazione ha vissuto negli ultimi vent'anni. Dopo l'ondata migratoria dalle campagne verso i centri urbani, degli anni '50 - '60, che si traduceva inoltre nell'abbandono del lavoro contadino a favore di quello operaio, si vive attualmente un contro esodo ed un ritorno alle campagne, ma non al lavoro agricolo, che assumono adesso, oltre al ruolo di status sociale, la funzione di zona "dormitorio".

Questo modello influenza profondamente il nostro rapporto con le tecnologie. Tralasciando aspetti come l'illuminazione e il riscaldamento che, sebbene ottenuti in modo differente, rappresentavano anche in passato condizioni irrinunciabili, non riusciamo più a vivere senza comodità ed abitudini come: l'auto, il condizionatore d'aria, il cellulare, la connessione internet; rendendoci sempre più dipendenti dal loro funzionamento e dalla produzione energetica che li alimenta.

Il consumismo pesa inoltre sulla nostra percezione delle relazioni, in un mondo che diventa sempre più piccolo e connesso ma nel quale le persone sono sempre più isolate. Altera le nostre culture, i riti ed i costumi rendendoli sempre più globali e non per ultimo ha alterato il nostro rapporto con il cibo e la sua produzione.

Non solo le frivolezze sono quindi state contagiate dal tarlo del consumismo, ma gli stessi beni primari, nel bene e nel male, sono diventati bersaglio di questa rivoluzione culturale.

L'industrializzazione dell'agricoltura, ha inciso con quel processo di trasformazione di una comunità, che diviene società, da un tipo di vita incentrata sull'economia rurale ad un tipo di vita che si basa sull'economia industriale.

Come ogni altro settore economico, anche all'agricoltura si sono applicate le rigide leggi della domanda e dell'offerta, con notevoli conseguenze e ricadute lungo tutta la filiera.

Il sistema agroalimentare si compone delle attività di produzione agricola, distribuzione e consumo di prodotti alimentari. A sua volta, tale insieme fa parte di un sistema più esteso, denominato agroindustriale, in cui a valle della produzione agricola si situano le attività di trasformazione dei prodotti agricoli, mentre a monte operano le industrie che forniscono mezzi tecnici, come i macchinari ed i pesticidi, e le istituzioni che erogano servizi. L'insieme di questi processi compone ciò che viene indicato con espressione più generale come: agribusiness.

2.1.1 La produzione

Il cibo si è lentamente trasformato in un prodotto industriale, diventando da un lato sempre più accessibile ed abbondante, ma dall'altra sempre più standard ed omologato. "Nel sistema globale del cibo agro-industriale, gli alimenti sono diventati merci come tutte le altre, né più né meno come il petrolio, il legname o altre merci da scambiare, il cui prezzo è stabilito in tutto il mondo dalle borse internazionali. Grano, mais, caffè, cacao, sono tutte commodities come i metalli o l'energia, merci soggette alla legge di domanda e dell'offerta, distribuite sul mercato senza differenziazione qualitative e senza che ci sia data alcuna importanza a chi produce" (Petrini 2009, 78) ¹.

A livello storico, l'economia di sussistenza si è andata trasformando da un modo di produzione finalizzato all'auto-provvigionamento, tipico della cultura contadina sin dalle sue origini, che incide su tutta la società con i suoi processi di scambio ed i suoi mercati, in un'economia quotidiana che viene sempre di più conquistata o, in termini più esatti, colonizzata dall'economia capitalistico-commerciale. La trasformazione insomma dell'agricoltura, composta dalle sue numerose fattorie e dagli altrettanto numerosi prodotti, in fredda razionalità ottimizzatrice dell'agro-industria.

Michael Pollan² ne “Il dilemma dell’onnivoro”, restituisce perfettamente l’immagine di come la produzione agricola nella società contadina americana sia cambiata dagli inizi del 1900 ad oggi, proprio per l’influenza dell’economia di mercato in questo settore. All’inizio del XX sec. le fattorie coltivavano di tutto: il mais, la frutta e la verdura, ma anche l’avena, il fieno e l’erba medica con cui si nutrivano i cavalli utilizzati per i lavori agricoli, i maiali, le mucche e i polli. In quel periodo un americano su quattro lavorava in una fattoria che produceva in media alimenti sufficienti per le necessità della famiglia e di altre dodici persone e che, nel caso di crollo dei prezzi di un raccolto, gli avrebbero comunque permesso di sopravvivere.

Nemmeno un secolo dopo la situazione è completamente stravolta. La varietà dei prodotti delle fattorie si è ridotto alla sola produzione di mais e soia che hanno preso il posto di frutta, verdura ed animali.

L’arrivo delle colture ad alta resa ha cambiato tutto oltre ad aver legato i contadini indissolubilmente alle agro-industrie produttrici delle sementi, dalle quali non possono rendersi indipendenti pena la riduzione dei raccolti e consequenzialmente dei profitti. In passato, man mano che le rese aumentavano, i contadini davano sempre più spazio a questa pianta, il prezzo del mais cominciò a scendere tanto che era diventato più economico ingrassarci bovini, suini e polli invece che usare erba o fieno. Questo meccanismo era favorito anche dal fatto che lo Stato americano pagava i contadini, attraverso la politica dei sussidi, per riconvertire le loro colture in piantagioni di mais e soia. E con la comparsa delle monoculture, nelle fattorie scomparvero i pascoli, i campi di fieno ed infine i recinti per lasciare l’incombenza dell’allevamento a nuove aziende intensive. Era l’effetto della specializzazione. E come le altre colture, il mais aveva iniziato a soppiantare anche gli uomini. Un’azienda agricola attualmente non richiede più la stessa quantità di lavoro umano, tantomeno una cultura diversificata, come una tradizionale fattoria. Le macchine ed i trattori, i diserbanti chimici ed i fertilizzanti artificiali permettono ora ad un solo operatore di occuparsi di un terreno enorme, legandolo però sempre di più al continuum consumistico tipico dell’agribusiness.

Il risultato di questa trasformazione economica e culturale ebbe come principale effetto la riduzione della forza lavoro, come dimostra il passaggio dai trecento milioni di agricoltori americani di inizio secolo agli attuali due milioni.

Lo stesso contadino medio, da cui prima dipendevano una decina di persone, adesso produce un’unica fonte di cibo sufficiente per centoquaranta individui, non riuscendo però spesso a sfamare il proprio nucleo familiare, posti al capo estremo della catena alimentare e che, come spesso fa notare Carlo Petrini, non vedranno mai l’artefice di quel risultato.

L’intensificazione e la meccanizzazione del lavoro è il primo passo verso l’alienazione del rapporto tra cibo, agricoltura e consumatori ma non illudiamoci che questo sia un problema solamente Americano. In Europa a partire dagli anni ’50, con la Conferenza di Stresa (1958) ed in seguito i due piani Piani Mansholt (1960 e 1968), la Comunità Europea iniziò a sostenere una serie di politiche (PAC³) fondate sull’aumento della produttività agricola favorita dall’ampliamento delle aziende, l’intensificazione e la specializzazione dei processi di produzione, così come sull’introduzione di tecnologie sostitutive di lavoro. Il modello della modernizzazione si è imposto rapidamente e a volte forzatamente tra i modelli di aziende agricole tanto da generare nel tempo una continua scomparsa di aziende e lavoratori, e conseguentemente, un profondo cambiamento nella composizione del tessuto sociale delle aree rurali. In Italia, nell’arco di due decenni, dal 1980 al 2000, 674.000 aziende agricole, principalmente di piccola e media dimensione, hanno interrotto le proprie attività. Nel corso di cinque anni, tra il 2000 ed il 2005, circa un quinto delle aziende sono scomparse, portando ad una riduzione di 260.000 aziende agricole, corrispondente alla scomparsa di 6 aziende all’ora. (ISTAT, 2007). All’interno dell’Europa dei 15, era stata considerata la scomparsa di una azienda ogni 2 minuti, questo ritmo risulta anche più veloce (due aziende in meno di cinque minuti) se si considera l’Europa allargata ai suoi 27 membri (CSA, 2008).

L’attuale andamento è sempre più orientato verso la monocultura e l’uniformità per la facilità di produzione, basti pensare che nell’Unione Europea: il 75% del latte viene prodotto dal 25% dei produttori, l’80% della carne di maiale proviene dal 10% degli allevamenti suinicoli, il 90% del pollame proviene dal 10% degli allevamenti di polli ed il 60% dei cereali viene prodotto dal 6% delle aziende agricole. In tutta Europa l’80% del terreno agricolo viene coltivato con sole quattro varietà colturali⁴. L’intensificazione delle produzioni ha reso necessario l’utilizzo su vasta scala di pesticidi ed antibiotici in modo da poter rispondere con costanza agli standard quantitativi ed estetici richiesti dal mercato. Con l’introduzione della chimica, la meccanizzazione e l’applicazione dei principi industriali all’agricoltura, i semi e le razze locali sono state lentamente soppiantate da ibridi maggiormente produttivi e redditizi, “il controllo dell’agricoltura è passato dalle mani dei contadini a quelle di chi può influenzare il mercato”⁵.

Ma le grandi produzioni e la manodopera a basso costo, sono due aspetti che nel modello industriale spesso vanno correlate con un'altro fattore: la dislocazione. Così come le industrie, che per limitare i costi di produzione e massimizzare i profitti sono spesso disposte a spostare le proprie produzioni in paesi dove i controlli sono meno severi e la forza lavoro decisamente più a buon mercato, anche le agro-industrie innescano questo tipo di meccanismi.

Dal 1944, in concomitanza con l'avvento in Europa della riforma del settore agricolo, questo fenomeno si diffuse nel resto del mondo attraverso la messa in atto delle politiche della "Rivoluzione Verde". Idealmente questa rivoluzione doveva rappresentare la fine della fame nel mondo ma finì con il peggiorare la situazione dei popoli che vivevano nelle zone in via di sviluppo e che sull'agricoltura basavano il loro sostentamento.

In generale con il termine "Rivoluzione Verde" ci si riferisce ad una serie di ricerche, sviluppi ed iniziative di trasferimento tecnologico, avvenute tra il 1940 e la fine del 1970, che aumentarono la produzione agricola in tutto il mondo, a partire più marcatamente dalla fine degli anni '60, salvando circa un miliardo di persone dalla fame.

Come riporta la FAO⁶, organizzazione per l'alimentazione e l'agricoltura, con la Rivoluzione Verde i governi dei paesi industrializzati e in via di sviluppo hanno investito in maniera consistente nella ricerca agricola. La scienza moderna fu impiegata per trovare sistemi per incrementare la produzione alimentare e nel particolare questo si tradusse nello sviluppo di varietà di cereali ad alto rendimento, l'espansione delle infrastrutture per l'irrigazione, la modernizzazione delle tecniche di gestione, l'utilizzo di fertilizzanti e pesticidi di origine sintetica.

Il termine fu utilizzato per la prima volta nel 1968 dal direttore, dell'ormai ex Agenzia statunitense per lo Sviluppo Internazionale (USAID), William Gaud⁷ che, impressionato dai risultati e dalla diffusione delle nuove tecnologie, disse:

*"These and other developments in the field of agriculture contain the makings of a new revolution. It is not a violent Red Revolution like that of the Soviets, nor is it a White Revolution like that of the Shah of Iran. I call it the Green Revolution."*⁸

Il progetto prese forza dallo sviluppo, da parte di alcuni ricercatori degli Stati Uniti e del Giappone, per produrre varietà di frumento e riso ad alta resa in grado di ovviare ai problemi di mal nutrizione. I risultati portarono alla creazione di due istituti di ricerca: l'IRRI a Los Banos e il CIMMYT vicino a Città del Messico le cui fondazioni e finanziamento risultarono dalla cooperazione e dalla consulenza di donatori internazionali tra i quali figuravano però multinazionali con il monopolio sui prodotti chimici, utilizzati per la produzione degli esplosivi e dei pesticidi, e sui semi ibridi, grazie alla gestione dei quali ponevano le basi per il controllo del mercato agricolo globale.

Dopo le sperimentazioni degli anni '40, le tecnologie furono esportate in altre zone con problemi analoghi, trovando applicazione e consenso in tutto il mondo. La Rivoluzione Verde ha avuto il merito di aver introdotto cambiamenti del sistema agricolo in un mondo dove la maggior parte delle persone dipendeva dall'agricoltura stessa per la sopravvivenza. L'allevamento intensivo e la selezione portarono allo sviluppo di colture ad alto rendimento e all'allevamento di razze più produttive.

Inizialmente, la rivoluzione fu vista come un successo senza precedenti. All'aumento della popolazione e della richiesta di cibo corrispondeva la crescita degli approvvigionamenti alimentari e i prezzi di questi ultimi rimanevano stabili.

Ma se da una parte possiamo evidenziare i pregi di questa trasformazione, dall'altra siamo costretti a testimoniare i limiti ed i problemi.

I governi, per portare la rivoluzione direttamente sui campi degli agricoltori, sostennero spesso attraverso sistemi di sovvenzioni i produttori, incoraggiandoli ad usare queste nuove tecniche. Ma dagli anni '90 ci si è finalmente resi conto che l'impennata produttiva della Rivoluzione Verde veniva pagata a caro prezzo. Come scrisse Vandana Shiva proprio all'inizio di quel decennio: "La Rivoluzione verde è stata un fallimento. Essa ha portato alla riduzione della diversità genetica, maggiore vulnerabilità ai parassiti, erosione del suolo, penuria d'acqua, fertilità del suolo ridotta, carenza di micronutrienti, contaminazione del suolo, riduzione della disponibilità di colture alimentari nutrienti per la popolazione locale, lo spostamento di un gran numero di piccoli agricoltori dal loro territorio, impoverimento rurale e aumento delle tensioni e dei conflitti. I beneficiari sono stati l'industria agrochimica, grandi società petrolchimiche, i produttori di macchine agricole, i costruttori di dighe ed i grandi proprietari terrieri."

Le principali critiche a questa riconversione dell'agricoltura nascevano proprio dal confronto tra i sistemi tradizionali e quelli introdotti dalla Rivoluzione Verde, mentre nel primo caso infatti la produzione era costituita da policolture, la seconda si basava esclusivamente sulle monoculture cerealicole. Dal punto di vista alimentare, questo tipo di colture, hanno introdotto un profondo

cambiamento nelle abitudini locali, riducendo da una parte il numero di persone che morivano per la mancanza di nutrimento, ma affliggendone molte altre con problemi di malnutrizione, legati più in generale alla poca varietà di prodotti alimentari e nello specifico alla carenza nei cereali di elementi come il ferro e numerose vitamine.

Anzi c'è chi addirittura arriva a sostenere che la Rivoluzione Verde abbia di fatto diminuito la sicurezza alimentare nei paesi del terzo mondo eliminando le terre coltivate orientate alla sussistenza, a favore di quelle coltivate a seminativi che potevano essere impiegate più facilmente per l'esportazione, come mangimi per animali, o per la trasformazione in bio-carburante. In India per esempio la Rivoluzione Verde ha causato la sostituzione da parte dei contadini della maggioranza del terreno utilizzato per la produzione di legumi, utilizzati per l'alimentazione personale, in favore di terreni coltivati a frumento, che non costituisce però una vera base per la loro dieta. Anche nelle Filippine, l'introduzione delle tecniche di agricoltura industriale, e nello specifico del riso ad alta resa, ha generato diversi squilibri per gli abitanti di quel Paese sia da un punto di vista economico, sia alimentare. Il riso introdotto è stato riscontrato avere sapore inferiore, essere più glutinoso e meno gustoso della varietà autoctona precedentemente soppiantata. Questo ha causato una valutazione inferiore del suo prezzo rispetto al valore medio di mercato, rendendo così meno remunerativi i raccolti e gli sforzi dei contadini. Non solo, l'introduzione di pesticidi pesanti alla produzione del riso, ha avvelenato e ucciso i pesci e le erbe acquatiche che tradizionalmente coesistevano nelle risaie e che rappresentavano le fonti di cibo nutriente per molti filippini, risultando in un ulteriore impatto negativo sulle diete dei locali.

Dal punto di vista economico la Rivoluzione Verde contribuì portando ricompense finanziarie per molti agricoltori, soprattutto quelli più prosperi, ma tali premi erano strettamente legati alle sovvenzioni e al supporto dei prezzi. Tali sussidi non potendo continuare indefinitamente risultarono in uno dei principali effetti economici introdotti dalla Rivoluzione. Il passaggio dall'agricoltura tradizionale, in cui gli input del sistema erano generati all'interno della stessa fattoria, al nuovo sistema agricolo, che invece ne prevedeva l'acquisto, portò, negli anni, alla creazione diffusa di istituti di credito rurali che avevano lo scopo di finanziare l'acquisto di sementi, macchinari, pesticidi e fertilizzanti. I piccoli contadini a fronte delle numerose spese, spesso si trovavano indebitati, situazione che con estrema facilità si traduceva in una perdita dei propri terreni agricoli in favore di quelle multinazionali, le stesse che fornivano pesticidi e sementi per la lavorazione nei campi, in grado ora di acquistare i terreni agricoli a poco e che potevano contare adesso su una manodopera a basso costo direttamente in loco sfruttando gli ex-contadini oramai disoccupati e disperati. Le grandi imprese agricole rappresentano generalmente meno del 10% della capacità agricola complessiva dei Paesi in via di sviluppo pur possedendo la maggior parte dei terreni.

L'aiuto umanitario si stava definitivamente e lentamente trasformando in un lama a doppio taglio: un'agricoltura di vasta scala non sostenibile dai piccoli contadini, che non erano capaci di competere con l'alta efficienza delle multinazionali molto più abili nella gestione delle imprese legate all'effettiva applicazione delle tecniche della Rivoluzione Verde. La verità è che il mercato preferito è sempre un mercato utile, quindi ricco, che può pagare. Alla società del benessere non interessa ciò che non può divenire un affare. Il benessere è solo di chi è in grado di stare al gioco. I prestiti e gli aiuti ai paesi in via di sviluppo vengono elargiti esclusivamente quando e dove si ravvisano condizioni favorevoli alla preparazione di nuovi mercati.

Che si tratti di Stati Uniti, Europa, Oriente o Paesi in via di sviluppo, l'agricoltura vista in ottica industriale non è più in grado di creare un equilibrio tra le risorse utilizzate e quelle rilasciate, confermando la propria insostenibilità.

Questo modello ha generato una rottura tra la produzione e la riproduzione di fattori produttivi, provocando una loro progressiva esternalizzazione, non più controllabili dagli agricoltori ma bensì prodotti dal sistema agro-industriale (Van der Ploeg 2006). Da un lato, ciò ha prodotto la dipendenza dei produttori dall'agro-industria, in particolare per gli input chimici, meccanici ed energetici; dall'altro l'intensificazione ha prodotto una serie di impatti negativi sull'ambiente. Inoltre, dato il modello produttivistico d'organizzazione delle filiere promosso dalla PAC, l'agricoltura, in particolare quella familiare, è stata schiacciata dalla concentrazione delle compagnie agroindustriali.

Il numero limitato di grandi imprese dell'agro-industria, che operano nel mercato globale, ha il potere di determinare la domanda e fissare i prezzi del produttore, riducendo così il loro potere di mercato e spesso determinando la riduzione dei redditi agricoli a favore dei margini commerciali. All'interno di questo sistema, la creazione di valore aggiunto associato all'immissione nel mercato dei prodotti agricoli, dei quali la produzione rappresenta l'elemento portante, è stato drenato da attori normalmente situati a valle delle filiere e esterni all'agricoltura. (Sivini 2006).

2.1.2 La distribuzione

La metamorfosi dell'agricoltura in fabbrica del cibo, ha reso necessario la trasformazione dell'intera filiera secondo i principi dell'economia di mercato. L'industrializzazione di qualunque attività rappresenta un infaticabile impegno per scoprire l'essenza del suo funzionamento ottimale, per poi svolgerla ripetutamente esattamente nello stesso modo. Essa suddivide un compito o una capacità in componenti più piccole, le ottimizza, elimina le ridondanze, automatizza e standardizza ove possibile, e poi instrada il lavoro stesso da svolgere verso la forza lavoro più conveniente e competente che ha a disposizione.

La produzione rappresenta per tanto solo una delle componenti che costituisce l'insieme del processo. Un'aspetto altrettanto importante, per non dire basilare, nel sistema economico fino ad ora analizzato, è la distribuzione dei beni e dei servizi. La distribuzione commerciale è per l'appunto lo strumento attraverso il quale le aziende produttrici, o anche solo distributrici, immettono sul mercato i loro prodotti e, come qualsiasi fase della filiera di un'azienda, necessita di: organizzazione, ottimizzazione ed economicità.

Il principale problema economico con il quale deve fare i conti il mondo industrializzato riguarda proprio la distribuzione delle merci, sfornate da una produzione ormai virtualmente inesauribile. Insomma il problema di fondo per le aziende non consiste tanto in un eccesso di capacità produttive, ma piuttosto in una mancata collocazione sul mercato.

Questa dipendenza fa sì che la distribuzione risulti un elemento chiave all'interno di una filiera, azzardando potremmo dire che di fatto tiene il coltello dalla parte del manico, incidendo profondamente sui prezzi dei prodotti e sui ricavi dei produttori. "Già nel tardo '700, Adam Smith aveva ribadito come, in un'economia basata su produzioni specializzate, fosse vitale poter commerciare su vasti mercati. "(De Grazia 2005) ⁹.

Al dire il vero quello della distribuzione è sempre stato un problema comune a qualsiasi forma di produzione che non fosse legata all'auto-provvigionamento e sostentamento. Sin dall'antichità, ma con maggior rilievo a partire dal medioevo e dal rinascimento, le figure dei mercanti si occupavano di acquistare e vendere, ad un prezzo maggiore, beni e prodotti. Ma gli stessi si occupavano inoltre del trasporto e della distribuzione. "L'economia monastica si articolava essenzialmente su tre ambiti tra loro concentrici: l'autoriproduzione, la relazione di dono e lo scambio mercantile. In quel modello sociale ed economico gli associati provvedevano in proprio alla maggior parte dei bisogni della vita quotidiana (...). All'interno della comunità il valore del dono esprimeva l'essenza dello stare insieme, nonché il legame costitutivo tra i membri della comunità (...). Nell'economia mercantile, invece, lo scambio rappresentava da un lato l'esigenza di recuperare beni e servizi indisponibili, non riproducibili all'interno della comunità, dall'altro la necessità di cercare un contatto e un confronto con l'esterno, progredire e conoscere nuove civiltà." (F. A. Fava, 2008) ¹⁰.

Il modello di economia rurale, si è sviluppato nei secoli seguendo quello di origine monastica, accentuando al suo interno l'ambito di scambio verso gli abitanti delle città, in particolare verso gli artigiani, attraverso i quali garantirsi le tecnologie necessarie al fine di migliorare e far progredire la vita economica dei campi. Nell'economia mercantile, ed in seguito in quella industriale, lo scambio di beni e servizi si sviluppò superando la logica del baratto, tipica dei modelli arcaici, per consolidarsi attraverso il valore rappresentato dallo scambio monetario, superando il limite rappresentato dalla cerchia comunitaria a favore della crescita economica dell'intera società. La figura del mercante, artefice di questa rivoluzione, è sopravvissuta fino ai giorni nostri progredendo grazie al sopravvento dell'economia commerciale-industriale, ed evolvendo in strutture sempre più specializzate che si occupano di una o al massimo due fasi delle attività della mercatura: l'acquisto, il trasporto, la distribuzione o la vendita.

L'emblema della storia della distribuzione è rappresentata dalla nascita dei magazzini, dall'arabo makhazin ovvero luoghi preposti al deposito e alla dispensa della merce, che si diffusero parallelamente allo sviluppo della grande industria e dell'urbanizzazione. Nati in Francia, attorno al 1830, i Magasins de Nouveautés rappresentarono da subito un'alternativa al commercio tradizionale, proponendo al consumatore la possibilità di acquistare diverse tipologie di prodotto nello stesso luogo. La nascita dei magazzini, che promuovevano la vendita dei prodotti dell'industria, coincise con l'inizio del declino di quelle forme commerciali-artigianali, di medievale memoria, tipiche delle botteghe.

La data di nascita dei grandi magazzini viene fatta coincidere con l'apertura, da parte di A. Boucicaut, de Le Bon Marché a Parigi nel 1852. In questo magazzino la presenza di beni di lusso, come il cachemire, la seta, i profumi e la pellicceria, liberamente visionabili dal grande pubblico, diffuse il concetto che quei prodotti non fossero più prerogativa di una elite. I generi di lusso iniziarono ad essere commercializzati a una platea sempre più vasta e diffusi anche tra i ceti borghesi di Parigi. Il primato di questa tipologia di negozio è però contestato da Macy's che, sebbene aprì a New York

nel 1864 ad opera di Rowland Hussey Macy, per dimensioni ed offerta merceologica giustificava, a prescindere dalla data di apertura, la definizione di grande magazzino. Macy's rappresentò a pieno per gli americani il magazzino per eccellenza, il luogo dove passare piacevolmente il tempo, anche in prossimità delle feste natalizie o nazionali.

Dall'inizio del XIX secolo ad oggi, il sistema distributivo non è cambiato poi molto. Certo è evoluto come è evoluto il consumatore ed i suoi bisogni, ma l'idea di fondo rimane invariata e persistente dalla sua origine. L'attuale sistema distributivo si distingue principalmente per la presenza di due tipologie di figure specializzate che, posizionate all'interno della catena di distribuzione ai cui capi si trovano produttore e consumatore, prendono il nome di: grossista e dettagliante.

Le attività di una catena di distribuzione trasformano risorse naturali, materie prime e componenti in un prodotto finito che è successivamente consegnato ad un consumatore finale. In generale con catena di distribuzione si intende un sistema di organizzazioni, persone, tecnologie, attività, informazioni e risorse coinvolte nella movimentazione di un prodotto o di un servizio dal produttore al consumatore. Il grossista è colui che, all'interno di questa catena, occupa la posizione tra il produttore e la vendita al dettaglio e che in generale si occupa del commercio di beni verso tutti i livelli successivi ma non direttamente al consumatore.

Fisicamente il grossista si occupa di stipare, ordinare ed assemblare merci in lotti di grandi dimensioni, per poi parcellizzare i pallet, riassemblarli e ridistribuirli in partite più piccole. Nel caso dei grossisti che lavorano nell'ambito del commercio all'ingrosso alimentare, spesso condividono lo stesso spazio, i mercati generali presso cui convergono tutte le merci, con differenti operatori. I dettaglianti invece ricoprono la posizione intermedia tra i grossisti e i consumatori. Sono di fatto gli operatori che si occupano del rapporto diretto con il cliente. Esistono diversi tipi di vendita al dettaglio a seconda della caratteristica principale che li distingue. Una tipologia è per esempio quella che si distingue per tipologie di linee di prodotto vendute, ovvero per il numero di categorie merceologiche presenti all'interno del punto vendita, e per questo catalogati in grandi magazzini, supermercati ed ipermercati.

Il numero di intermediari presenti all'interno della catena di distribuzione, determina la tipologia di canale della catena stessa. Esistono principalmente tre tipologie di canale di vendita attraverso il quale un'azienda propone i propri prodotti sul mercato. Quando si definisce diretto, implica l'assenza di intermediari ed è il caso in cui l'azienda si propone sul mercato attraverso venditori propri o attraverso propri punti vendita. Un canale corto rappresenta invece la presenza di un intermediario, solitamente un dettagliante, mentre quando è definito lungo prevede due o più intermediari, generalmente uno o più grossisti ed un dettagliante.

Un'altra caratteristica della catena di distribuzione è l'intensità. L'intensità di distribuzione sta ad indicare il numero dei punti di vendita nei quali il prodotto è disponibile per essere acquistato. Le scelte disponibili per un'impresa sono: distribuzione intensiva, selettiva ed esclusiva. La distribuzione intensiva mira a rifornire il maggior numero possibile di rivenditori. Normalmente questo tipo di distribuzione viene scelta per prodotti di largo consumo: detersivi, bevande, sigarette, prodotti alimentari, benzina, abbigliamento. Lo scopo di questo tipo di distribuzione è quello di coprire la maggior parte possibile del mercato, dato che il consumatore, in genere, acquista questi beni nei punti vendita più vicini alla propria abitazione o se presenti sulle tratte coperte quotidianamente per recarsi al lavoro.

La distribuzione esclusiva si ha quando l'impresa decide di vendere i propri prodotti presso pochi negozi o attraverso pochi rivenditori in una certa area geografica. Questa scelta è tipica dei settori la cui produzione ha prezzo elevato. La distribuzione esclusiva limita i costi di distribuzione rispetto ad altre forme di distribuzione e consente un maggior controllo della stessa, inoltre favorisce un rapporto più stretto tra chi produce e chi vende.

Le aziende che optano per una distribuzione selettiva dei propri prodotti decidono di offrirli solamente in un numero limitato di punti vendita opportunamente scelti. Questa decisione viene spesso presa per prodotti come orologi di prezzo medio-basso, elettrodomestici, cosmetici. Una distribuzione selettiva dei propri prodotti consente di ridurre i costi di distribuzione, crea un'immagine particolare del prodotto, consente di controllare meglio il prezzo di vendita e le attività di promozione.

La tipologia di copertura del mercato deve poi essere incrociata con la corretta struttura distributiva. Esistono due principali sistemi di distribuzione: quello all'ingrosso e quello al dettaglio. Le attività inerenti alla distribuzione commerciale implicano necessariamente la movimentazione della merce. Pertanto, la netta differenza tra questi due tipi di vendita è che per quanto riguarda l'ingrosso l'elemento distintivo e indispensabile è il trasporto, mentre in quella al dettaglio l'elemento predominante è l'esposizione del prodotto.

Tornando per un momento alla distribuzione del cibo la nostra epoca è caratterizzata da un sistema di tipo intensivo, ovvero legato ad un elevato numero di punti vendita distribuiti sul territorio, e negozi cosiddetti self-service, cioè rivendite nei quali il cliente sceglie liberamente i beni da acquistare, li colloca in un carrello e li paga alla cassa.

Anche il segmento della distribuzione, come quello della produzione, è interessato da tempo da un processo di ammodernamento, la cui causa principale si può individuare nell'evoluzione della domanda. La struttura che si occupa di questo settore merceologico è la grande distribuzione organizzata (GDO). La GDO ha contribuito a modificare il commercio tradizionale, creando una nuova economia commerciale fondata sulla serialità dei prodotti e sul contenimento dei prezzi.

I costi di commercializzazione e stoccaggio delle merci sono stati drasticamente ridimensionati in conseguenza del rapporto quasi diretto tra produttore e centri commerciali, escludendo da un lato tutta una serie di intermediari, e dall'altro riducendo la varietà dei prodotti offerti alla clientela. All'interno della macro-categoria della GDO è possibile fare due distinzioni, si può infatti parlare di strutture della Grande Distribuzione e strutture della Distribuzione Organizzata. La principale differenza vede per le prime grosse strutture centrali controllate da un unico soggetto proprietario che gestisce direttamente i punti di vendita. Questo è il caso delle grandi catene come l'americana Wall-Mart, le francesi Carrefour e Auchan, le tedesche Aldi e Lidl ed infine le Inglesi Tesco, ASDA e Sainsbury.

Le seconde, definite in altri termini anche Distributori Associati (DA), vedono invece piccoli soggetti aggregarsi, consorzandosi in gruppi d'acquisto.

La distribuzione, applicata alla produzione agro-alimentare, altro non rappresenta se non la concretizzazione di un desiderio atavico dell'uomo: quello del dominio dello Spazio. La lotta per questo dominio esprime un'alternativa alla lotta contro il Tempo che nelle culture contadine significava prolungare la durata dei raccolti o la persistenza del cibo. Il controllo dello Spazio, storicamente appannaggio esclusivo delle classi sociali abbienti, altro non è che un'alternativa nel procurarsi il cibo da altri luoghi, più o meno lontani, applicandosi a sconfinare i vincoli del territorio oltre che la variabilità stagionale dei prodotti (Montanari 2004)¹¹.

Con il passare del tempo il controllo sullo Spazio diventa progressivamente più importante che il controllo sul Tempo. Il passo decisivo è rappresentato dalla rivoluzione dei trasporti, concomitante alla seconda rivoluzione industriale, che consente di risolvere altrove i problemi dell'approvvigionamento alimentare, rendendo meno determinanti le tecniche di diversificazione produttiva e quelle di conservazione, o almeno, combinandosi con esse con un peso sempre più significativo. Il rapporto tra uomo e spazio si è modificato così radicalmente da allargarsi fino al concetto del "villaggio globale" attraverso il quale è possibile di rifornirsi di prodotti freschi tutto l'anno.

Se un tempo il trasporto transatlantico era riservato ai prodotti esotici, come banane e ananas, nel nostro presente assistiamo a una vera e propria separazione tra territorio e prodotti alimentari; grazie o a causa della facilità ed economicità dei trasporti.

L'origini della moderna distribuzione commerciale, distinta dall'evoluzione parallela dei primi Grandi magazzini Europei ed Americani, coincide con la nascita dell'organizzazione "seriale" di negozi dello stesso tipo, risalente a circa metà del XIX secolo, in prossimità del capolinea delle linee ferroviarie nelle prime stazioni londinesi. La prima catena di negozi, la W.H. Smith & Son aperta nel 1848, operava nelle stazioni della London & North Western Railway della Midland Railways, occupandosi della vendita di libri e giornali ai viaggiatori desiderosi di ingannare il tempo del tragitto in treno. La prima catena di vendita al dettaglio risale invece all'apertura, qualche anno dopo negli Stati Uniti, della Great Atlantic & Pacific Tea Co., con lo scopo di offrire ad un vasto pubblico un'ampia gamma di confezioni di tè o caffè, ma anche bibite o liquori.

Nel 1876 fu invece l'ispirazione di Richard Sears a stravolgere l'ambito della distribuzione commerciale. La sua idea geniale fu quella di render possibile la spedizione a domicilio, mediante servizio postale, di una serie di prodotti che i clienti, inizialmente i contadini del Minnesota, potevano scegliere tramite catalogo anziché doversi recare in negozio.

Il primo vero supermercato, come lo conosciamo noi oggi, caratterizzato quindi da un'estensione superiore ai 1000mq, con i beni disposti su scaffali e con l'accesso libero al pubblico fu aperto nel 1937 da Michael J. Cullen con il nome di King Kullen. Nello stesso anno, tra le corsie dell'Humpty Dumpty di Oklahoma City, fece la sua prima apparizione il carrello della spesa. Inventato da Sylvan Goldman, a partire da una sedia con le ruote ed un cestino, l'oggetto è divenuto uno dei simboli del consumismo in tutto il mondo.

Ma un notevole impulso alla distribuzione commerciale avvenne, nuovamente favorita dall'industria chimica, a cavallo tra l'800 ed il '900 con lo sviluppo e l'applicazione delle materie plastiche. Questa innovazione permetterà di sostituire nel tempo il vetro ed altri materiali costosi e pesanti usati per

gli imballaggi a favore di nuovi contenitori economici, leggeri, igienici e di facile realizzazione; contribuendo a rendere più semplice il trasporto di beni e prodotti alimentari e non.¹²

In tal senso due invenzioni che ulteriormente hanno rappresentato la svolta per la distribuzione alimentare, così come la conosciamo oggi, sono state : la catena del freddo ed il container.

Scoperte tra il XIX ed il XX secolo risultarono entrambe fondamentali, così come le materie plastiche, per lo sviluppo della distribuzione, soprattutto nell'ambito alimentare.

Nel campo dell'alimentazione fu molto importante "la conquista del freddo", ossia l'invenzione della macchina frigorifera, avvenuta e brevettata nel 1851 dall'americano John Gorrie e migliorata nei decenni successivi da numerosi altri inventori. Le tecniche di conservazione convenzionali, evidentemente non erano sufficienti a rispondere alle esigenze ed alle potenzialità espresse dal nuovo consumatore.

Ma fu l'ingegnere francese Charles Tellier che rivoluzionò la storia del trasporto installando, nel 1876, un frigorifero su di un piroscampo che trasportò fino in Francia, dopo un viaggio lungo 105 giorni, un carico di carne dall'Argentina. Questa idea, poi applicata ai vagoni ferroviari e camion, rivoluzionò in toto il concetto di distribuzione, permettendo all'uomo di combinare il dominio sullo Spazio e sul Tempo.

Sul piano alimentare tutto questo significò il superamento delle tecniche tradizionali di conservazione come la cottura, la salatura e la salamoia, l'essiccamento e la conservazione con zucchero. La caratteristica comune di tutte queste tecniche, era quella di alterare le qualità nutrizionali e organolettiche degli alimenti. Con la conquista del freddo, invece, i prodotti si riuscivano a trasportare e conservare per lunghi periodi mantenendo caratteristiche simili a quelle originali.

Ma nonostante la possibilità di utilizzare la catena del freddo per preservare le merci, fu l'invenzione del container, o più probabilmente la combinazione dei due fattori, a tramutare i trasporti in quel fenomeno globale che conosciamo.

"...Nell'Aprile del 1956, imbarcati 58 cassette in alluminio, una vecchia petroliera riadattata al trasporto merci salpava da Newark, nel New Jersey, diretta verso Houston. Fu quello l'oscuro inizio di una rivoluzione che avrebbe cambiato l'economia del pianeta. Nasceva il container, la semplice innovazione che avrebbe trasformato il commercio mondiale ampliando a dismisura e standardizzando ferocemente il mercato dei prodotti agricoli e industriali."¹³

Prima dei container il trasporto merci era talmente costoso che per molti prodotti non era conveniente effettuare spedizioni da una parte all'altra di un Paese. Questa invenzione si fa abitualmente risalire ad una intuizione, nel 1956, di un imprenditore americano nel campo dei trasporti, Malcom Mclean, che durante una lunga attesa, mentre la merce nel suo camion veniva portata a bordo di una nave, si rese conto che caricare il rimorchio sarebbe stato molto più semplice e veloce rispetto a stivarne il carico. L'idea del container, oltre a non dover più richiedere la movimentazione dei prodotti, offriva diversi vantaggi: minor carico danneggiato, migliori operazioni logistiche, e maggiore velocità di imbarco e sbarco.

Lo sviluppo dei commerci in tutto il mondo, oltre a garantire maggiori quantità di derrate alimentari, portò alla delocalizzazione degli impianti produttivi e dei gusti alimentari". Grazie alla "conquista del freddo" e all'aumento dei volumi di merci trasportabili, alle persone fu possibile accostarsi, a prezzi accessibili, a cibi esotici prodotti a migliaia di chilometri di distanza. Oltre ai prodotti consumati, anche il gusto cominciò a delocalizzarsi dando origine a quel processo di globalizzazione alimentare che tuttora conosciamo e che come abbiamo visto trattando il tema della produzione, incide in maniera negativa sulle condizioni di vita dei produttori locali.

La Grande Distribuzione Organizzata si è ormai imposta sul mercato, attraverso i suoi numerosi punti vendita distribuiti sul territorio in modo capillare, divenendo il principale punto di riferimento per gli acquisti alimentari. Nell'ultimo decennio si è assistito a profondi cambiamenti del sistema distributivo globale. Nel solo settore della vendita al dettaglio dei prodotti alimentari, nei paesi industrializzati la grande distribuzione controlla ormai dal 90% al 95% del mercato. Ma se da una parte vediamo chiaramente i benefici di questo meccanismo, è più complesso valutarne le minacce.

Al giorno d'oggi, scrive l'economista inglese Raj Patel¹⁴, produciamo più cibo di quanto sia mai accaduto nella storia dell'umanità, eppure quasi un miliardo di persone muoiono di fame senza contare che di questi, quattro su cinque vive nelle aree rurali del pianeta.

Ma se questo dato non fosse sufficiente, bisognerebbe pensare che all'inedia di queste persone coincide un altro primato nella storia: gli affamati sono sopravanzati dal numero di abitanti sovrappeso del pianeta. "La popolazione sovrappeso e quella affamata sono strettamente collegate attraverso le catene di montaggio che portano il cibo dai campi alle nostre tavole. Le multinazionali che ci vendono

il cibo, interessate esclusivamente al profitto, influenzano e impongono il modo in cui mangiamo e in cui pensiamo al cibo”¹⁵.

Persino quando vogliamo comprare del cibo sano, siamo prigionieri del medesimo sistema che ha creato le nostre “fast food nation”¹⁶. Se per esempio volessimo comprare delle mele la scelta, nei supermercati americani ed europei, sarebbe ristretta ad una sola decina di varietà: Fuji, Braeburn, Granny Smith, Golden Delicious e poche altre tipologie. La motivazione è da ricercare nel bell’aspetto della loro buccia lucida, la resistenza al trasporto, la forma piacevole e regolare che favorisce la disposizione su più strati nelle cassette. Sono facili da raccogliere, rispondono bene ai pesticidi e alle lavorazioni superficiali come la lucidatura, sono insomma la scelta ideale per la produzione industriale. Gli interessi delle aziende alimentari hanno ramificazioni che vanno molto al di là di quanto compare sugli scaffali del supermarket, e sono il verme nella mela del sistema alimentare moderno che intacca la nostra società sotto diversi aspetti: sociali, culturali, ambientali ed economici. In parte abbiamo già affrontato le problematiche legate agli aspetti socio-culturali, ma dal punto di vista ambientale una delle principali critiche che si suole generalmente muovere alla distribuzione è la stretta dipendenza dal petrolio e in modo ancor più specifico, la mancanza di una relazione tra il prezzo dei prodotti che giungono nei nostri supermercati e la CO₂ prodotta ma non rispetto al costo del greggio, le cui oscillazioni sistematicamente causano aumenti nei prezzi dei prodotti. Un’altra considerazione che merita d’esser fatta è la stretta dipendenza, negli Stati Uniti e in quasi tutta l’Europa, del trasporto delle merci su gomma.

Nonostante il continuo aumento del prezzo del gasolio e delle autostrade, e la concorrenza offerta dal trasporto su rotaia, quello su gomma rimane il sistema di distribuzione più diffuso al mondo. L’economicità delle infrastrutture per questo tipo di trasporto non può da sola giustificare, rispetto alle altre soluzioni, una così netta predilezione non supportata oltretutto dai costi di gestione e dalla limitata quantità di merci movimentabili.

Eppure prendendo in considerazione l’Italia, insieme a Francia, Germania, Gran Bretagna e Spagna che rappresentano l’80% dell’intero parco europeo di veicoli per il trasporto merci, siamo il secondo paese in cui circolano più mezzi pesanti. Il primato europeo, con ben pochi motivi di gaudio, appartiene alla Gran Bretagna.

La classifica precedente cambia se si prende in considerazione la quota del trasporto delle merci su strada (rilevazioni dell’Osservatorio Autopromotec su dati Eurostat 2009). In Spagna viaggiano su strada per il 95,8% (percentuale tonnellate/chilometri), in Gran Bretagna per l’88,9%, in Italia per l’88,3%, in Francia per l’80,6% e in Germania appena per il 65,4%, dove l’utilizzo dei treni ed il trasporto fluviale sono maggiormente sviluppati.

In questi cinque paesi dunque l’83,8% delle merci viene trasportato su strade e autostrade. Ma il dato che maggiormente restituisce un quadro negativo del trasporto su gomma, è quello che riguarda la concentrazione di autoveicoli in relazione alla lunghezza delle rete autostradale: nel Regno Unito si contano 1115,25 autocarri merci per ogni km di autostrada, in Italia sono 730,95/km, in Francia 584,20/km, in Spagna 477,57/km e in Germania solo 222,83/km.

I costi economici ed energetici, e quelli ambientali men che meno, non scalfiscono però i colossi della distribuzione che possono permettersi di ammortizzare gli aumenti su entrambe i capi della catena distributiva: i produttori ed i consumatori.

Una volta trasportati dai luoghi di produzione ai luoghi preposti alla vendita, entriamo nell’ultima fase del sistema agroalimentare rappresentato dai consumi alimentari.

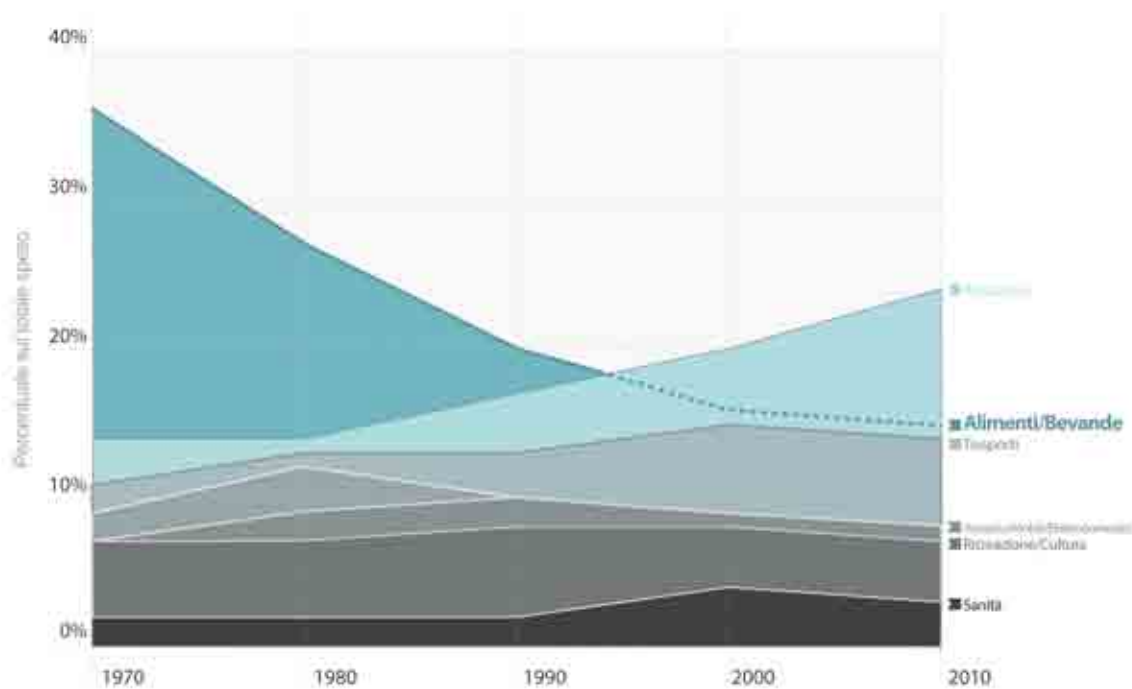
2.1.3 Il consumo

La catena alimentare industriale ha portato il mondo nei nostri supermercati, ma sono i meccanismi della coltura consumistica che le hanno aperto la porta di casa nostra. Nel corso dell’ultimo secolo la globalizzazione dei consumi si è fatta sempre più forte e visibile, sia per il moltiplicarsi degli scambi commerciali e culturali, sia per l’affermarsi dell’industria e delle multinazionali che controllano i mercati mondiali.

I cambiamenti sociali, economici e strutturali, hanno portato ad affermarsi nuovi stili di vita, modificando o sostituendo del tutto, antiche espressioni, tradizioni e consuetudini.

Così anche il cibo e le abitudini legate al mangiare si sono modificate velocemente, il tempo da poter dedicare alla spesa, alla preparazione e per la cena si è notevolmente ridotto, sotto la spinta di ritmi di vita sempre più frenetici. Basti pensare che negli ultimi quarant’anni, la percentuale dei soldi utilizzati per l’acquisto del cibo è diminuita del 15-16%.

Infatti, a metà degli anni ’70, in Italia, ma in generale nei paesi occidentalizzati, si destinava al mangiare ed al bere il 34% della spesa totale, il restante 64% veniva speso per la casa, l’abbigliamento, il tempo libero e in tutti gli altri aspetti della vita. Nel 1985 l’incidenza della spesa alimentare scese al



Infografico realizzato con dati Istat: composizione della spesa in Italia dal 1970 al 2010

28,1%. Dieci anni dopo, nonostante la crescita degli italiani, la spesa per la tavola affonda sotto il 22%. Tendenza che continua la sua corsa nell'ultima parte del XX secolo, e prosegue senza sosta anche con l'ingresso del terzo millennio per fermarsi al 18-19% dei nostri giorni¹⁷. Esattamente come recita il principio dello statistico tedesco E. Hengel, vissuto nell'800, secondo il quale la spesa che i cittadini destinano all'alimentazione tende a decrescere in presenza di un reddito in crescita. E viceversa.^(Basile 2009)¹⁸

Sicuramente l'avvento dell'industria alimentare ha portato sulle nostre tavole alimenti in quantitativi sempre più vari ed abbondanti, oltre che economici, assecondando la riduzione dei tempi da dedicare al rito della preparazione, con ogni tipo di piatto già preparato, trasformato, precotto o surgelato. Questa crescente domanda di prodotti pronti, già assemblati e pronti da cuocere, deriva da due aspetti fondamentali che sono strettamente connessi tra di loro. Da una parte c'è sicuramente un fattore economico, derivante dagli interessi delle aziende nel vendere il "valore aggiunto" dei prodotti trasformati che, in quanto tali, sono più remunerativi delle materie prime vendute separatamente. Questo vuol dire che siamo meglio disposti a spendere di più, per esempio, per una conserva di pomodoro piuttosto che comprare i pomodori freschi, a minor prezzo, e prepararcela da noi. Dall'altra parte, questa considerazione si lega al fatto che viviamo in una società che ha drasticamente ridotto i tempi da dedicare alla cura della casa e al nucleo familiare, e con il tempo abbiamo perso anche le competenze, supportati da una maggior possibilità di spesa e la diffusione di tecnologie domestiche. E così come se non bastasse al cibo, che evolvendo è diventato merce trasformando la sua filiera in un energivoro processo industriale, anche noi offriamo un'ulteriore sacrificio di energia per comprarlo, conservarlo, prepararlo e consumarlo.

Questa vasta offerta di prodotti, unita alla crescente accessibilità del mercato alimentare, ha portato paradossalmente ad alienare il nostro rapporto con il cibo: "non sappiamo da dove viene (...). Non sappiamo quando, come è stato prodotto. Non lo conosciamo più."^(Montanari 1993, 199)¹⁹.

Come spiega Montanari, la territorialità e la conoscenza del cibo, una volta erano fattori scontati che facevano parte del quotidiano e dei modelli di consumo; l'avvento dell'industria alimentare, ha modificato i nostri ritmi di vita ed ha sconvolto gran parte delle vecchie abitudini, generando "insieme a molti benefici, perplessità di natura igienico sanitaria e notevole disorientamento culturale".²⁰

Oggi infatti è possibile acquistare cibo proveniente da qualsiasi parte del mondo, in tutte le stagioni: pomodori, melanzane e peperoni freschi in pieno inverno, arrivati, da Israele, dal Messico o dall'Olanda, i kiwi della Nuova Zelanda, l'uva e le pere dal Cile; il vino è sempre più bevuto nei paesi tradizionali della birra, la birra è sempre più bevuta nei paesi tradizionali del vino. Tutti consumiamo Coca-Cola, pizza, hamburger in un menù sempre più standard e planetario.

"E' come se l'industria alimentare avesse creato un nuovo universalismo, questa volta non elitario bensì di massa. La tendenza alla globalizzazione dei consumi, che un tempo coinvolgeva uno strato sottilissimo della popolazione (le aristocrazie delle corti, le alte borghesie cittadine), a poco a poco si

è allargata a fasce più ampie: la piccola borghesia nel corso dell'Ottocento, l'intera popolazione nel corso del Novecento." (Montanari 2008)²¹

La confusione odierna intorno ad una questione così semplice come il cibo, fa effettivamente riflettere. Probabilmente una delle cause è da riportare proprio a quei processi di trasformazione che gli alimenti subiscono, che li allontanano sempre più dalla loro natura originale.

I nostri sensi tra additivi, coloranti, dolcificanti, edulcoranti ed ogni forma di sostanza aggiunta, rimangono disorientati, non riescono più a far riferimento all'istinto per comprendere se ciò che stanno per mangiare farà bene oppure no. In compenso ne vogliamo sempre di più, drogati da cibi arricchiti con sali, grassi e zuccheri per non farci smettere di volerne, quasi fosse una droga e noi in crisi di astinenza.²²

Per operare le scelte alimentari, il nostro cervello ha sviluppato, nel corso di millenni di evoluzione, le preferenze legate al gusto. Se da una parte il gusto ci aiuta a godere del cibo, dall'altro ci aiuta a distinguere tra cibi buoni o dannosi per la nostra salute. O almeno così succedeva per i nostri antenati, il cui senso si è evoluto proprio per aiutarli a distinguere situazioni di pericolo. Le nostre papille gustative dividono il cibo in due gruppi: quelli dolci, che sono buoni da mangiare, e quelli amari, che potrebbero farci male. Ed ecco spiegato perché nessuno deve insegnarci ad apprezzare i dolci, si tratta di una consapevolezza innata. Gli alimenti zuccherini rappresentano generalmente buone risorse energetiche, cibi ricchi di carboidrati che il nostro cervello ci dice di mangiarne anche oltre il livello di sazietà perché non si può mai sapere, in natura, quando potrà ricapitare di consumarne. Ma tra coloranti e conservanti al giorno d'oggi è diventato impossibile persino orientarsi con il cibo. Per le tempistiche di consumo si fa riferimento alle date di scadenza e per il contenuto alle etichette degli ingredienti o le tabelle dei principi nutrizionali.

Così le diciture "consumare entro.." o "consumare preferibilmente entro il.." diventano la bussola per decretare se un alimento è nocivo o meno, sollevando da un lato il nostro istinto da ogni responsabilità e dall'altra rendendoci sempre meno capaci di giudicare autonomamente. E non è per caso la data di scadenza un esempio di obsolescenza premeditata? Le aziende sostituiscono, con il nostro benessere, i nostri sensi attraverso una scritta. Così nel dubbio e nell'incapacità di distinguere le condizioni reali di un alimento, preferiamo gettarlo via e comprarne uno nuovo, proprio come un elettrodomestico che non funziona più, sprecando un'enorme quantità di cibo ancora edibile.

Così anche consultare la lista degli ingredienti non sempre è d'aiuto. La maggior parte degli ingredienti hanno nomi sconosciuti o difficilmente associabili a qualcosa di commestibile e spesso sono di origine chimica. E lo stesso succede per i valori nutrizionali che diventano oggetto di una interpretazione spesso soggetta alla moda alimentare del momento, seguendo i "venti mutevoli della scienza nutrizionista". (Pollan 2009, 16)²³.

Purtroppo tutto ciò che riguarda il cibo non è né più semplice né più scontato. Se una volta era la cultura alimentare che si tramandava di generazione in generazione, "negli ultimi anni la mamma ha perso gran parte della sua autorità riguardo alla composizione del menu, sostituita da esperti della nutrizione e dal marketing". (Pollan 2009, 15)

La necessità dell'industria alimentare, "una macchina da 32 miliardi di dollari che prospera sul cambiamento fine a se stesso"²⁴, porta a sviluppare in continuo nuovi prodotti, processando e modificando le proprietà dei cibi.

In quest'ottica, il mangiare non si discosta affatto dai meccanismi classici dell'industria e dei principi che regolano il consumo, esattamente come gli altri beni e servizi dipende dalle leggi della pubblicità, dell'obsolescenza e del credito. Così come una merce qualsiasi, anche il cibo diventa dipendente dalle mode e dalle necessità di rinnovo e allo stesso modo dipende dal marketing e la comunicazione. È un fatto a tutti evidente che la pubblicità ci assedi, senza soste e con ogni mezzo: nel chiuso della nostra casa mediante la radio, la TV, i giornali; per strada, tramite i cartelloni e i manifesti; nei bar, nel cinema, nei locali pubblici. Tutto è pubblicità.

D'altronde non era lo stesso Henry Ford a sostenere che la pubblicità fosse l'anima del commercio? Noi stessi siamo spesso manifesti ambulanti che reclamizzano un prodotto, una moda o una tendenza. Ma se il pubblico adulto riesce a volte ancora ad offrire una certa resistenza, l'influenza che i mass media esercitano sui soggetti in età evolutiva è fuori discussione, tanto da poter parlare della nascita di una vera e propria spot generation²⁵: la televisione, e soprattutto la pubblicità, premono in modo massiccio sui processi formativi ed educativi delle nuove generazioni. Questo accade perché i bambini sono perfetti soggetti recettori, alla costante ricerca di informazioni, suggestioni ed esperienze con cui arricchire il proprio bagaglio e le proprie conoscenze.

Effetti educativi positivi o negativi scaturiscono inesorabilmente da una serie sterminata di programmi pubblicitari a cui i bambini sono sottoposti ogni giorno.

L'industria alimentare spende ogni anno cifre immense per riuscire a raggiungere i bambini, in primo

luogo perché è più facile influenzare i genitori quando una richiesta arriva da un bambino, e poi perché i piccoli consumatori di oggi saranno i nuovi grandi consumatori di domani.

Un bambino medio americano, per esempio, vede ogni anno circa 10.000 interruzioni pubblicitarie che hanno come tema i prodotti alimentari. Del totale, il 95% è rappresentato da spot su cereali, bibite gasate, fast food e dolci. Se un genitore mangiasse ogni pasto per un anno intero insieme a suo figlio, avrebbe, essendo ottimista, 1.000 occasioni di dare un corretto messaggio alimentare. L'impietoso confronto tra le 10.000 possibilità offerte dalla televisione contro le potenziali 1.000 di un genitore, restituisce la dimensione del problema.

Il cibo è un prodotto che deve essere consumato, e le aziende lo sanno. Nel 2001 multinazionali come McDonald's e Pepsi hanno speso rispettivamente, per le sole pubblicità dirette (Televisione, radio e stampa), 1,4 e 1 miliardi di Dollari. La Hershey, una delle aziende più famose negli Stati Uniti per la produzione di dolci, ha speso 200 milioni di Dollari per la sua campagna pubblicitaria. La campagna promossa dal Governo Americano, "Cinque frutti e cinque verdure al giorno", per incoraggiare una corretta alimentazione, ha speso per l'intera operazione pubblicitaria, volantini inclusi, 2 milioni di Dollari²⁶. Questo raffronto ben mostra l'importanza per le aziende di pubblicizzare i propri prodotti e di come sia in effetti difficile difendersi.

È il numero di spot sul cibo spazzatura, quindi, a provocare l'obesità nei bambini.

Lo afferma uno studio dell'università californiana di UCLA, pubblicato dall'American Journal of Public Health. I ricercatori americani hanno studiato, nel 1997, i dati relativi alle abitudini televisive di più di 3.500 bambini in età compresa fino ai 12 anni, controllando poi nel 2002 il loro indice di massa corporea. I soggetti studiati sono stati divisi tra quelli che guardavano più programmi educativi, privi di spot, e quelli invece che preferivano trasmissioni commerciali 'farcite' di pubblicità. I risultati della ricerca hanno dimostrato che a parità di ore passate di fronte alla tv, i più grassi erano i bambini del secondo gruppo.

Questo continuo bombardamento mediatico, si ripercuote direttamente nella variazione delle nostre abitudini alimentari, che ormai dissociate dalla cultura tradizionale tendono ad essere incostanti ed influenzabili. Anche il modo in cui il cibo viene preparato e consumato è cambiato notevolmente, "gran parte di ciò che oggi consumiamo non è più a rigor di termini, cibo, e il modo in cui lo consumiamo -in automobile, davanti alla televisione, e sempre più spesso da soli- non è veramente mangiare, almeno non nel significato che per secoli la nostra civiltà ha dato a questa parola". (Pollan 2009, 19) Mangiare è diventata una questione funzionale e a volte ma raramente, salutistica, sempre più lontana dai valori conviviali e sociali che gli sono sempre stati attribuiti. I cibi vengono letti per i nutrienti che li compongono, interpretando attraverso una visione semplicistica e riduzionista, le ricadute che proteine, carboidrati, vitamine, fibre ed ogni altro elemento hanno sulla nostra salute. Così i semplici alimenti naturali ci sembrano sempre più insipidi ed insignificanti privi di qualsiasi valore aggiunto, "ci serve una mela che combatta il cancro (...) un succo d'arancia con il calcio per fortificare le ossa (...) dei cereali che ci proteggano dall'infarto"²⁷ (Pollan 2011, 74) in una continua lotta, persa in partenza, con le aziende che provano a convincerci che i loro prodotti siano i migliori. Non solo questi prodotti sono più cari, ma spesso non sono nemmeno così salutari come vorrebbero farci credere. Un dato su tutti dovrebbe farci riflettere, il 13% dei bambini italiani (17% quelli americani) sono obesi. Alla base di questa epidemia c'è una semplicissima spiegazione: quando il cibo costa poco, la gente mangia di più ed ingrassa.

E non si tratta assolutamente di una questione di quantità, ma di qualità. Al supermercato gli alimenti più grassi e più ricchi di zucchero sono anche quelli che costano meno.

Gli operatori dell'agro-industria hanno già messo le mani avanti: sottolineano il legame tra una vita estremamente sedentaria e la comparsa dell'obesità, un fatto che diminuisce le loro responsabilità. E certamente l'obesità ha più di una causa, ma uno studio condotto per tre anni sugli acquisti di ventimila persone ha inequivocabilmente legato il consumo di calorie all'aumento di peso: mangiare 150 calorie in più al giorno, l'equivalente di una brioches a colazione (senza marmellata però!), si trasforma in una differenza di peso, in media, di quattro chili dopo un anno: una dieta eccessivamente ricca è la causa principale del sovrappeso.

Il cibo spazzatura è caratterizzato per lo più da una estrema densità calorica a un prezzo particolarmente basso. Con 1,50 euro si possono comprare caramelle, cracker e bibite che danno in media mille calorie, mentre per ottenere lo stesso numero di calorie con frutta e verdura bisogna spendere 2,30 euro, con la carne, 2,80 euro e ancor di più per mangiare pesce. Al prezzo, si deve poi aggiungere il tempo per la preparazione del cibo, per tagliarlo, cuocerlo, portarlo in tavola. Anche in questo caso la lotta tra i cibi sani e quelli trasformati è impari. A comprare in modo massiccio il junk food, che dà calorie a buon mercato e senza sforzo, sono soprattutto le fasce di popolazione più povere, quelle che più sono colpite dai problemi correlati al peso.

Ma per ragioni culturali questo è largamente acquistato anche dai più giovani, i più a rischio nella recente epidemia di obesità.

Il modello di consumo che contraddistingue la nostra società influenza, quindi, diversi aspetti della nostra vita, alimentazione compresa. Il cibo, da esclusiva fonte di vita quale era fino ad inizio secolo, si è trasformato in prodotto e come tale viene considerato e consumato. Lo si tratta alla stregua del modello di cellulare da cambiare ogni sei mesi per sentirsi al passo con i tempi, o la moda estiva di cui ci saremo già dimenticati in autunno.

E così quando andiamo a fare la spesa ci compiacciamo dell'opulenza che trasmette il carrello pieno, ma dimentichiamo subito quella gioia nel momento in cui abbiamo finito di riempire il frigorifero. Eppure perché la nostra società possa permettersi quel frigo pieno, da qualche parte nel mondo c'è n'è uno vuoto, anzi non c'è nemmeno.

Il nostro modello di consumo è fondato sul principio dell'iniquità e dell'infelicità, ma non solo quella degli altri. L'insoddisfazione, per poter appagare questa macchina affamata di consumi, deve essere la nostra. Quando in quei Paesi però, la popolazione lotta per raggiungere ed imitare il modello occidentale, siamo sempre pronti a ricordargli che non è un modello sostenibile, che il nostro fragile ecosistema non potrebbe sostenere altri consumatori come noi, che se non limitiamo l'uso di risorse non ce ne saranno abbastanza per le generazioni future.

Il cibo, infatti, influisce, in modo positivo o negativo, sulle risorse naturali e sulle nostre condizioni di vita, soprattutto oggi che il nostro pianeta sta subendo cambiamenti molto rapidi, sia nel clima sia nella disponibilità di risorse facilmente utilizzabili dall'uomo.

Per poter garantire che nei prossimi decenni il cibo sia una risorsa disponibile per tutti serve, quindi, tutelare l'ambiente da cui l'uomo trae le materie prime e l'energia: quindi, occorre prestare attenzione a cosa c'è dietro al cibo che mangiamo. Per mantenere gli elevati livelli di produzione e consumo di cibo che oggi caratterizzano i paesi industrializzati, come l'Europa e gli Stati Uniti, e che a breve caratterizzeranno anche paesi emergenti come l'India e la Cina, occorrono troppe risorse.

Il cibo è energia per la vita ma se per produrlo si consuma il doppio si arriva alla crisi. E la crisi è per la prima volta contemporaneamente almeno quadrupla: alimentare, economica, ambientale ed energetica. Considerare i nostri comportamenti e le loro ricadute è il primo passo consapevole che possiamo intraprendere senza dimenticare che anche "come mangiamo determina, in misura piuttosto consistente, come viene usato il mondo"²⁸.

2.2 Un sistema energivoro

L'agricoltura industriale con le sue monocolture di semi ibridi, la riduzione del lavoro umano e il suo alto rendimento è sempre stato ritenuto come un modello efficiente e necessario per far fronte alla richiesta del mercato, una conseguenza inevitabile della cultura consumistica e della globalizzazione. L'aumento delle richieste e il principio della riduzione dei costi, hanno portato a trattare il cibo come una merce qualsiasi, in nome dell'efficienza produttiva.

Analizzando meglio il concetto di efficienza, si nota però che la sua validità non tiene conto delle lunga lista delle ricadute che il sistema industriale mette in atto: dall'aumento della richiesta di acqua per l'irrigazione alla perdita progressiva di fertilità del suolo, dall'uso di sostanze chimiche all'inquinamento dell'aria e delle falde acquifere, dalla dipendenza dai combustibili fossili alla riduzione della biodiversità.

L'attuale agricoltura non è più in grado di creare un equilibrio virtuoso tra le risorse utilizzate e quelle rilasciate, diventando, quindi, un processo estremamente inquinante ed energivoro. L'energia richiesta da questo sistema è dieci volte superiore a quella prodotta; infatti, l'impiego di fertilizzanti derivati dal petrolio e dal gas naturale, i pesticidi prodotti dall'industrie agrochimiche sommati ai trasporti, all'irrigazione ed all'energia per lavorare i terreni, fanno sì che siano necessarie fino a 10 calorie, derivanti dall'uso di petrolio, per produrre una caloria di cibo consegnato al consumatore: "ciò significa che il sistema alimentare (...) consuma dieci volte più energia di quanta ne produca sotto forma di cibo"²⁹. La produttività dell'agricoltura industriale, proprio per come è evoluta nel tempo, è garantita quindi solo con un'elevato dispendio energetico e di prodotti chimici, che la rendono perciò dipendente dai combustibili fossili, lungo tutte le sue fasi: produzione, trasporto, vendita e consumo. La concezione industriale ha fatto sì che la terra sia stata impoverita e ridotta a mero substrato materiale nel quale mettere a dimora semi da difender con fitofarmaci e nutrire non più con il sole, il letame, e la rotazione delle colture, ma con fertilizzanti chimici; questi cambiamenti, hanno alterato la fertilità dei suoli, stravolgendone il naturale ciclo dell'azoto. La fattoria è diventata industriale, e per usare le parole di M. Pollan "l'agricoltura non è più un ciclo ecologico, ma è diventata una fabbrica...e come tutte le fabbriche, la fattoria industriale è alimentata dai combustibili fossili."³⁰; Infatti mentre un tempo l'azoto veniva fissato nel terreno tramite la rotazione dei raccolti, il concime animale, e

il sovescio³¹ con le leguminose, ora per far fronte alla necessità crescente dei semi ibridi, viene introdotto tramite fertilizzanti chimici.

L'utilizzo smodato di questi strumenti porta ad avere effetti negativi su lungo termine. L'azoto in eccesso, che non viene assorbito dalla pianta, in parte evapora nell'atmosfera, in parte si trasforma in ossido d'azoto, in parte filtra nelle falde acquifere; contribuendo così all'aumento delle piogge acide, al riscaldamento globale, ed all'inquinamento delle acque oltre che all'impoverimento del suolo. "Le monocolture hanno esposto maggiormente il suolo, e i fertilizzanti chimici hanno completato il danno, distruggendo la flora e la fauna che determinano e preservano la fertilità del suolo".³²

Un'analisi condotta dall'Arpa Emilia Romagna, ha evidenziato come la Pianura Padana stia subendo una perdita progressiva di fertilità, dovuta proprio alla riduzione della sostanza organica nel terreno. Ben il 22% del suolo ha un'ammontare di sostanza organica non superiore all'1% e rischia di essere soggetta alla desertificazione; mentre un 26% presenta una percentuale inferiore al 2%. Inoltre, circa l'80% del suolo italiano viene classificato come di scarsa qualità in quanto povero di carbonio organico e soggetto ad un elevato rischio di erosione. Tra le principali minacce che colpiscono il suolo italiano c'è il consumo di superficie, causato dagli agenti atmosferici che incontrano un terreno molto arido, che sta aumentando ad una velocità tra le più alte d'Europa. Come se l'erosione non bastasse, un ulteriore fattore di danneggiamento per il terreno è: l'eccessiva urbanizzazione. L'Italia è al quarto posto nel mondo per rapporto cemento prodotto-superficie, e al quinto per rapporto cemento prodotto-abitante³³; dal 1960 ad oggi, la quantità di superficie arabile pro capite si è quasi dimezzata³⁴.

L'incremento della produttività agricola industriale, oltre ad utilizzare una notevole quantità di energia, necessita anche di un considerevole apporto idrico.

"Le colture soggette a trattamenti chimici richiedono una quantità di acqua fra le cinque e le dieci volte superiore rispetto a quella delle coltivazioni organiche".³⁵

A livello mondiale, l'agricoltura consuma mediamente il 70% di tutti i prelievi idrici e la FAO calcola che entro il 2030 le estrazioni idriche mondiali per l'irrigazione aumenteranno di circa il 14%. Non tutta l'acqua impiegata è in realtà necessaria. Buona parte infatti viene sprecata attraverso l'uso di tecniche non adeguate di irrigazione, o per assenza di controlli per quanto riguarda le perdite, oppure perché si coltivano specie non adatte alla tipologia di terreno ed al territorio. Nella maggioranza dei casi la terra irrigata raggiunge a stento il 50% di efficienza.³⁶ L'uso di acqua globale per la produzione agricola ammonta a circa 6.390 miliardi di metri cubi all'anno, includendo sia l'irrigazione che l'acqua prelevata dal suolo. In altre parole, usiamo più di 200.000.000 di litri al secondo per coltivare il nostro cibo!

Malin Falkenmark³⁷ durante una conferenza dedicata all'acqua e all'agricoltura, organizzata dalla FAO nel 1995, catalogò l'acqua in due tipologie: quella blu e quella verde. La blu è quella che solitamente è associata al concetto generale con cui si identifica l'acqua, i laghi, i fiumi, i mari, oltre che quella immagazzinata e distribuita dagli acquedotti, ed è alla base dell'irrigazione agricola. Per verde, si intende invece quella che nutre il terreno, e mantiene vivo il ciclo dell'acqua, più difficile da individuare e spesso sottovalutata. Di tutta la pioggia che cade sul nostro Pianeta, solo il 40% diventerà lago o fiume, il restante verrà catturato dal suolo, evaporerà o verrà traspirata dalle piante. Questa tipologia di acqua è essenziale per la crescita vegetale, sia essa di origine naturale o coltivata, ed è l'elemento fondamentale dell'agricoltura di sussistenza in molte parti del Mondo.

L'agricoltura industrializzata è quindi il settore che utilizza la porzione maggiore di acqua potabile. Con i metodi intensivi, servono infatti 13 litri di acqua per produrre 70 gr di pomodori, 200 litri per 200 ml di latte, 2400 litri per l'equivalente di circa 150 gr di carne.

Basti pensare che mangiare un hamburger, con uova e formaggio ed accompagnato da una pinta di birra, equivale al quantitativo d'acqua di un piccolo stagno, con un totale che ammonta a circa 2.825 litri. In più è molto probabile che questi litri d'acqua, relativamente al loro impiego in agricoltura o negli allevamenti, arrivino, per effetto del trasporto delle merci, da molto lontano, persino dall'altra parte del Mondo.

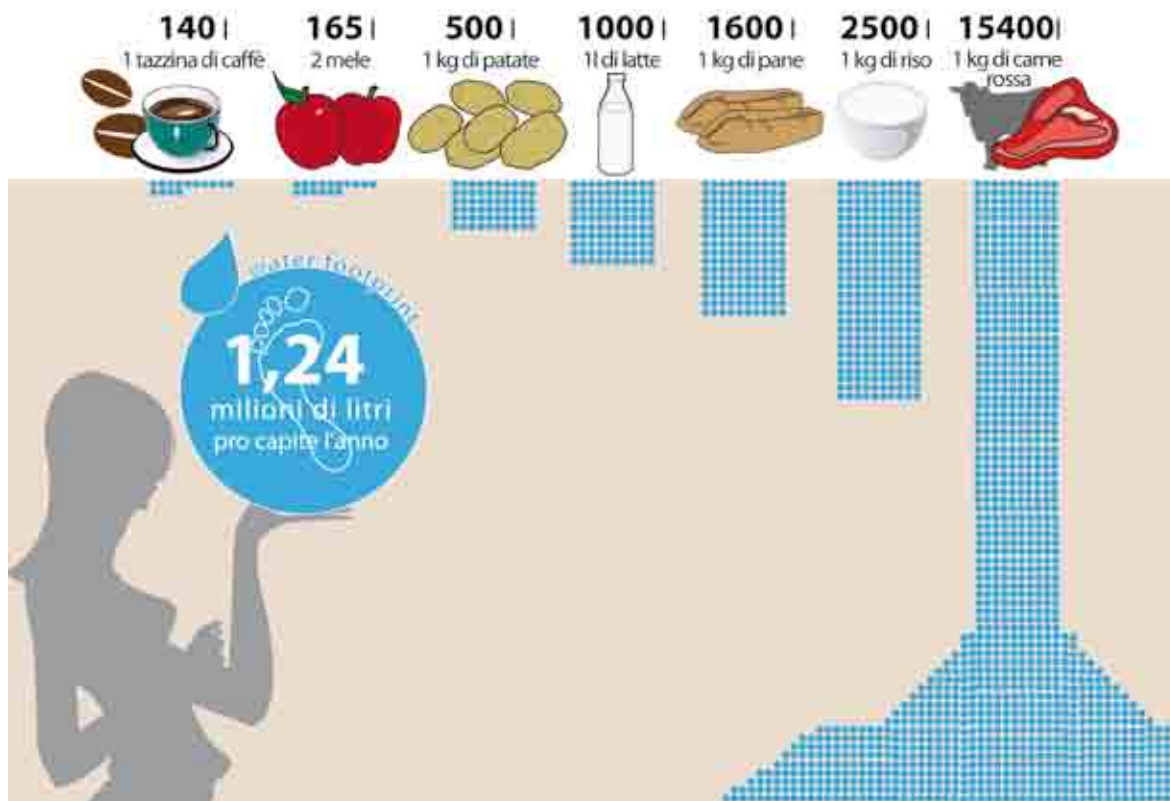
I prodotti di origine animale, come la carne, il formaggio o le uova richiedono lungo tutte le loro fasi di produzione, dall'allevamento alla trasformazione, fino al consumo, un quantitativo superiore di acqua rispetto ai prodotti vegetali. Anche se bisogna considerare che colture come il riso, il grano, il caffè o la canna da zucchero, coltivati con tecniche intensive, richiedono quantitativi altrettanto rilevanti. Per una tazzina di caffè, per esempio, servono circa 140 litri.³⁸ Si evince quindi come l'acqua consumata sia spesso non visibile o evidente, si nasconde dietro i processi di produzione, di trasporto, di confezionamento fino ad arrivare al consumatore.

Proprio per questo motivo, nel 2002, L'UNESCO propose l'utilizzo dell'impronta idrica, footprint water, per valutare l'impatto dei prodotti dal punto di vista del consumo di risorse d'acqua. L'impronta

idrica di un prodotto è data dal volume totale di acqua dolce impiegata per produrlo.

Ad esempio, per ottenere 200 chili di carne di manzo è necessario allevare un bovino per circa tre anni, durante i quali l'animale si nutrirà di 1.300 chili di grano, mais, soia e di 7.200 chili di fibre, bevendo 24 mc di acqua a cui andranno sommati ulteriori 7 mc per l'igiene e i servizi dell'allevamento. In un chilo di carne di manzo si nascondono quindi dai 7000 ai 15.500 litri d'acqua. Secondo il Living Planet Report 2008, L'Impronta idrica media mondiale è di 1,24 milioni di litri pro capite l'anno, equivalenti a metà del volume di una piscina olimpionica.³⁹

Questo valore viene calcolato tenendo conto della media del volume totale di risorse idriche utilizzate per produrre i beni e i servizi consumati dagli abitanti delle nazioni prese in esame. L'Impronta idrica totale di ogni nazione è formata da due componenti: una interna, che indica la quantità di acqua necessaria a produrre beni e servizi prodotti e consumati internamente al Paese; e quella esterna, che deriva dal consumo di merci importate.



Infografico realizzato con i dati del Water footprint:
evidenzia la necessità d'acqua nel processo produttivo di differenti alimenti

Il consumo di risorse idriche è sicuramente uno degli impatti più evidenti dell'agricoltura e delle tecniche di allevamento intensive. L'irrigazione intensiva, aumenta il rischio della formazione di acquitrini e del processo di salinizzazione⁴⁰, e l'uso di fertilizzanti chimici, oltre ad aumentare il fabbisogno idrico, riducono la capacità del suolo di trattenere l'acqua.

Inoltre per il massiccio uso di sostanze chimiche e combustibili fossili, l'agricoltura industriale è responsabile "di un quarto dell'emissioni mondiali di CO₂, del 60% dell'emissioni di metano e dell'80% di quella di protossido d'azoto, tutte sostanze altamente nocive per l'atmosfera".⁴¹ Il protossido d'azoto viene rilasciato nell'atmosfera dai terreni agricoli, principalmente a causa della trasformazione microbica dei fertilizzanti azotati nel suolo. Le emissioni di metano derivano invece ampiamente dai processi di digestione dei ruminanti e principalmente dai bovini e dagli ovini.

Sia in agricoltura che in nell'allevamento, la perdita più grave, legata all'industrializzazione di questi settori, che si riscontra è soprattutto sul piano della diversità. In nome della produttività e del mercato globale, i sistemi agricoli hanno subito una progressiva semplificazione, portando ad una omologazione delle tipologie coltivate e delle razze allevate.

Il modello industriale di produzione agricola, sviluppatosi negli anni della "Rivoluzione Verde", e coadiuvato poi dalla globalizzazione economica, ha portato su vasta scala un'operazione di riduzionismo colturale e biologico. Si è diffuso il modello produttivistico della grande azienda, che ha determinato una sostanziale dipendenza del settore agricolo dai fattori esterni, sia a monte che a valle del processo produttivo ed ha portato, come spiega il sociologo rurale olandese Jan Douwe

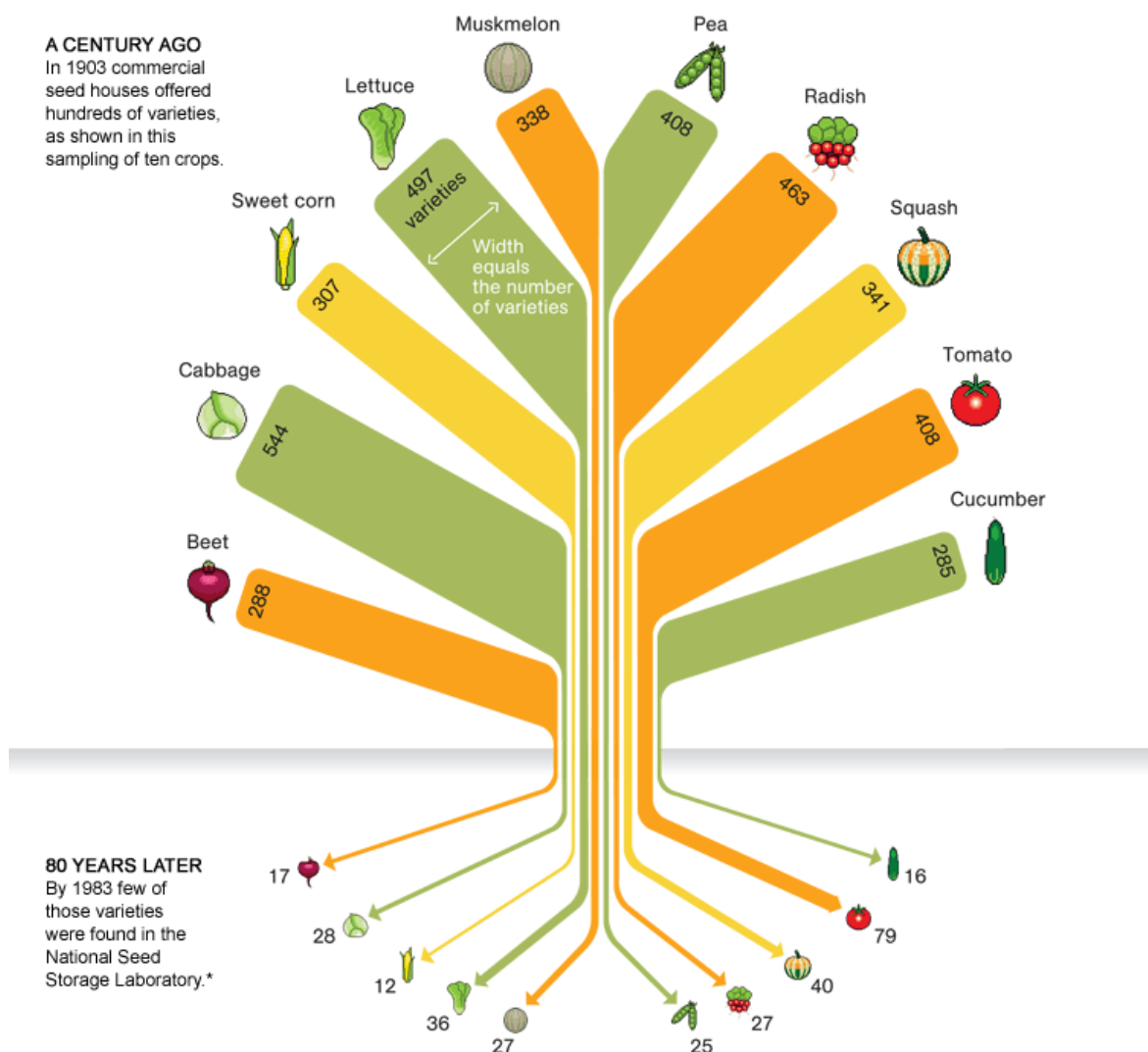
Van der Ploeg, all'affermazione di quel paradigma della modernizzazione agricola⁴² che, per la prima volta nella storia dell'agricoltura, ha creato un progressivo distacco dell'azienda agricola dal suo ecosistema e dal suo contesto sociale e locale.

Tale perdita si riflette direttamente nel cibo: dall'inizio del secolo scorso sono state abbandonate circa il 75% delle differenti tipologie di coltivazioni agricole. Delle circa 30.000 specie commestibili in natura, appena 30 sono le colture alimentari che soddisfano il 95% del fabbisogno energetico mondiale e, di esse, frumento, riso e mais forniscono più del 60% delle calorie che vengono consumate⁴³. Come riporta Renee Vellvè⁴⁴, nel 1897 l'elenco dei frutti raccomandati dal dipartimento americano dell'agricoltura comprendeva 270 varietà di mele; oggi quelle vendute non raggiungo la dozzina e nei supermercati se ne trovano principalmente di tre tipi, le rosse Starking, le gialle Golden Delicious, entrambi provenienti dagli Stati Uniti, e le verdi Granny Smith dell'Australia.

Così anche su scala mondiale, le razze di bestiame domestico si stanno riducendo alla velocità del 5 % all'anno, ovvero scompaiono al mondo circa sei razze al mese.⁴⁵

Inoltre secondo la FAO, il 60% degli ecosistemi mondiali sarebbero ormai degradati o utilizzati secondo modalità non sostenibili; dal 1990 sono andate perdute circa il 75% della diversità genetica delle colture agricole a livello mondiale, ed i tre quarti dell'alimentazione mondiale dipende oramai da appena 12 specie vegetali e 5 animali.

La riduzione vertiginosa delle varietà, dovute all'omologazione e uniformità delle colture in tutto il mondo ha portato non solo una grave perdita dal punto di vista della diversità, ma soprattutto una maggior fragilità nella sicurezza alimentare. Soppiantare specie autoctone con semi ibridi, ha reso i raccolti più vulnerabili e meno resistenti agli attacchi esterni. Le monoculture, che non si basano su un sistema bilanciato, posseggono difese che vengono create chimicamente così come lo stesso fabbisogno nutritivo. L'alterazione delle biodiversità del suolo e dell'aria, impoverisce ed indebolisce le difese proprie della pianta rendendola più esposta e vulnerabile ai cambiamenti. In Paesi come



L'infografico edito da National Geographic, mostra la diminuzione di varietà di semi in circa 80 anni, dal 1903 al 1983.

L'India si è passati dal coltivare circa 100.000 varietà di riso a solo dieci ed il 50% delle razze caprine ed il 30% di quelle ovine si sono estinte. In Cina, invece, si coltivavano 10.000 varietà di grano, negli anni '70 poco meno di 1.000, e attualmente circa 200. In Messico, negli ultimi cinquant'anni, sono andate perdute l'80% delle varietà di mais, il prodotto simbolo della cucina messicana. Negli Stati Uniti sono scomparsi, nello stesso lasso di tempo, il 95% delle varietà di cavolo, l'86% di mele, il 94% di piselli, l'81% di pomodori. Passando all'Europa, in Olanda una sola varietà di patata rappresenta attualmente l'80% delle coltivazioni di questo tubero, in Grecia la diversità del grano è calata del 95%, nel Regno Unito le varietà di patata coltivate sono per il 68% costituite da tre cultivar.⁴⁶

Alla scomparsa delle varietà, segue un altro importante problema: la conservazione dei semi. Infatti con l'introduzione delle specie ibride, i contadini hanno pian piano perso l'interesse e la capacità di conservare e mantenere i semi delle proprie sementi per le coltivazioni successive. Il seme ibrido infatti, mantiene le sue caratteristiche di produttività solo con la prima generazione. Nelle coltivazioni successive i semi prodotti tendono ad incrociarsi e a non esser più tutti uguali, in quanto ereditano le caratteristiche di entrambi le famiglie da cui è stato composto l'ibrido, dando una conseguente instabilità nei risultati del raccolto successivo. Per avere la certezza della produttività, le sementi devono perciò essere acquistate nuovamente ad ogni semina.

Questo processo ha portato i contadini da una parte a dipendere dalle compagnie produttrici di semi, e dall'altra ad abbandonare progressivamente i saperi tradizionali. Così come spiega Vandana Shiva⁴⁷, "L'incrocio di differenti varietà per renderle (le colture) più resistenti ai prodotti chimici ha segnato il distacco di secoli di lavoro con le piante basato sulle conoscenze dei coltivatori (...) i contadini sono stati sostituiti da ibridatori professionisti".

Un'altra ricaduta dell'omologazione dei prodotti agricoli si riscontra, anche, nel progressivo appiattimento della cultura alimentare. La globalizzazione, insieme all'imporsi di uno stile di vita mirato ai consumi, ha reso il cibo una merce come tutte le altre, portando ad una perdita della cultura materiale. La scomparsa di certe tradizioni alimentari è strettamente connessa alla mancata trasmissione generazionale di metodi produttivi e di conservazione legati all'alimentazione. Talune specie vegetali sono scomparse o si avvicinano all'estinzione, perché nell'attuale cultura alimentare non hanno trovato più posto o perché ritenute eccessivamente grasse o, all'opposto, povere, o ancora perché non si conosce più come utilizzarle, come lavorarle o cucinarle.

Nell'attuale società, concetti come stagionalità e tipicità sono stati stravolti, abituando il consumatore a disporre di qualsiasi prodotto ovunque ed in ogni momento dell'anno.

L'utopia di un mondo senza stagioni, in cui il tempo è perfettamente controllabile si ritrova sia nei racconti biblici che in quelli della cultura popolare: "Il Paradiso Terrestre, o il Paese della Cuccagna, sono luoghi senza stagioni in cui fiorisce un'eterna primavera e i cibi sono sempre pronti e uguali a se stessi"⁴⁸. Come racconta lo storico Massimo Montanari⁴⁹, gli obiettivi a cui l'uomo mirava sono sempre stati due: prolungare il Tempo o fermarlo. Le strategie adottate nei secoli sono state la diversificazione delle specie e la conservazione degli alimenti. Attraverso la moltiplicazione del numero di specie coltivate, e le cure prestate alla diversificazione dei loro tempi di crescita, si riusciva a produrre lungo tutto l'anno lo stesso frutto, ma di qualità differenti. Proprio grazie alle sue abilità nel differenziare le specie, l'orticoltore del re Luigi XIV, De la Quintinye, riuscì a progettare un frutteto composto di 500 qualità diverse di pere in grado di produrre, il frutto preferito dal monarca francese, in ogni momento dell'anno. Storicamente, e culturalmente, i contadini hanno sempre differenziato il loro raccolto per difendersi dalle eventuali avversità, "coltivare segale, avena, miglio o spelta, così come frumento e orzo, era un modo per difendersi dalle vicissitudini del clima", oltre che puntare su prodotti facilmente conservabili "come i cereali e i legumi, che si potevano serbare per molti mesi, addirittura anni, semplicemente immagazzinandoli in locali asciutti, sopraelevati o sotterranei". Così quando il tempo non si poteva prolungare, si cercava di fermarlo. Le tecniche di conservazione e manipolazione messe in atto nella storia sono numerosissime, dall'essiccazione con il calore del sole, con il fumo o il sale; attraverso l'olio, l'aceto il miele o lo zucchero; fino alla fermentazione, da cui "nacquero invenzioni straordinarie come il formaggio e gli altri derivati del latte, i prosciutti e le diverse tipologie di salumi che integrano la fermentazione con la salatura" e così via. Tutte tecniche che prevedono un'alterazione della materia prima, infatti, solo il freddo è in grado di conservare i prodotti senza manipolazioni fisiche ed organolettiche; fin dall'antichità vennero usati neve e ghiaccio, ma solo nel corso dell'Ottocento l'industria del freddo mise a disposizione frigoriferi e, più tardi, i congelatori che diedero una svolta alle modalità di conservazione ed indirettamente alterarono l'approccio al consumo dei cibi.

Alla lotta contro il Tempo, Montanari associa anche quella contro lo Spazio. "Procurarsi il cibo da altri luoghi, più o meno lontani, applicandosi a sconfiggere i vincoli del territorio oltre che la variabilità stagionale dei prodotti", è sempre stata una pratica antica, rimasta per millenni privilegio sociale

ad appannaggio di nobili, principi e regine. L'azione sullo Spazio è diventata, nel corso dei secoli, progressivamente sempre più rilevante ed estesa, rispetto a quello sul Tempo, trasferendo i problemi legati all'approvvigionamento alimentare altrove.

“Oggi nei paesi industrializzati, è possibile trovare prodotti freschi in tutti i momenti dell'anno, utilizzando il sistema-mondo come area di produzione e di distribuzione (...) Buoni destrieri e buona borsa. I cargo e i Tir che riempiono i nostri supermercati. Facendo crollare insieme ai prezzi, le immagini di prestigio che da sempre hanno accompagnato i prodotti esotici.”

Da sempre quindi l'uomo ha cercato di andare oltre i limiti imposti dai ritmi naturali, dai cicli delle stagioni e dalle distanze, avendo come principale obiettivo quello di sconfiggere la fame e l'instabilità dei raccolti. “Nelle società agricole, che ancora esistono nel mondo, la diversificazione delle risorse è il primo strumento per garantire cibo alla popolazione locale, mentre le monoculture, funzionali solo all'industria alimentare, sono frutto di una colonizzazione economica e politica che guarda altri interessi.”

Infatti, solo con l'agricoltura industriale l'obiettivo si è trasferito dal combattere l'instabilità alimentare alle logiche del mercato e del profitto.

La politica del ribasso dei prezzi attuata della Grande distribuzione Organizzata (GDO), per rispondere alle logiche concorrenziali di mercato, ha fatto sì che si generasse una netta separazione tra il prezzo di vendita, i costi nascosti, ed il reale valore del prodotto.

L'economicità e la praticità che stanno dietro a molti acquisti nascondono quindi delle ricadute “Il prezzo basso del cibo non soltanto impoverisce il suo valore, ma nasconde dentro di sé tutto ciò che stiamo facendo alla Terra.”⁵⁰.

Infatti proprio in nome della massimizzazione dei profitti, si assiste a situazioni quasi surreali:

“Ad esempio il fatto che l'Olanda sia diventato il maggior esportatore mondiale di arance soltanto perché ha sviluppato la logistica della loro distribuzione. Spulciando tra i dati del dipartimento dell'agricoltura Usa, si scopre che nel 2004 gli Stati Uniti hanno esportato 20 milioni di dollari di lattuga in Messico. Lo stesso anno, hanno importato 20 milioni di dollari di lattuga dal Messico. Oppure: la California ogni anno vende al mondo 19 milioni di dollari di asparagi e nello stesso periodo ne compra per 38 milioni da fuori. E' paradossale poi che nel 2003 il porto di New York abbia visto partire per l'Italia 1,1 milioni di dollari di mandorle, mentre dall'Italia giungevano ai suoi docks esattamente 1,1 milioni di dollari di mandorle.”⁵¹

Sempre più spesso si assiste a questo tipo di scambi insensati, il libero scambio dei prodotti agricoli da opportunità, per importare ciò che non si riesce a produrre ed esportare i propri prodotti agricoli, si è trasformato in Paesi che importano merce analoghe a quelle esportate con il pretesto dell'economicità. Senza contare che il prezzo finale, già gonfiato oltremisura dal passaggio attraverso numerosi intermediari, non terrà affatto conto dell'impatto ambientale provocato dalle migliaia di km percorsi.

Il controllo della distribuzione agricola ed alimentare è in gran parte in mano alle grandi catene della Distribuzione Organizzata.

In Gran Bretagna, catene come Tesco, Asda, Sainsbury e Morrison controllano quasi il 70% del mercato ortofrutticolo nazionale, gestendo ad esempio il 75% delle mele e 80% delle patate vendute; inoltre controllano 65% del latte e l'85% della carne di vitello acquistati. In Italia il panorama della distribuzione è in mano alle “sette sorelle del cibo”⁵², Coop, Conad, Selex, Carrefour, Auchan, Esselunga e Despar che muovono da soli quasi il 65% del mercato.

Questo forte sbilanciamento di potere decisionale e contrattuale verso l'ultimo anello della filiera agroalimentare, porta ad una distribuzione del guadagno tutt'altro che equa. Ogni passaggio ed intermediario presente lungo la catena porta ad un rincaro del prezzo finale proposto poi al consumatore. La materia prodotta da contadini e allevatori non viene valorizzata per la qualità e le peculiarità organolettiche, ma in base agli standard imposti dal mercato vigente. Il valore aggiunto, in questo processo è dato da fattori come la trasformazione e dalla capacità capillare di distribuzione. In questa logica, le aziende produttrici diventano dei semplici fornitori di materia prima, e la loro sopravvivenza dipende dalla quantità che riescono a garantire. Costanza, quantità sufficienti, e standard qualitativi omologati sono, infatti, le caratteristiche che la distribuzione richiede, motivo per cui molti piccoli produttori non riescono ad entrare in queste dinamiche.

Facendo riferimento alla produzione del latte fresco confezionato, i passaggi che intercorrono dalla mungitura alla vendita sono notevoli, si va dalle fasi di consegna e raccolta dalle varie fattorie, non sempre nella stessa regione se non addirittura nazione, alle varie fasi di sterilizzazione e filtraggio, fino all'addizionamento di vitamine omega 3 e quant'altro per i latti “speciali” ad alta digeribilità. Il prezzo proposto ai consumatori si aggira intorno all'euro e trenta, euro ottanta per quello fresco e

dall'uno e ottanta ai due e cinquanta per quelli addizionati. Al produttore vanno sempre ed in ogni caso 32 centesimi al litro. Così l'unica soluzione rimane aumentare la produzione.⁵³

Lo stesso succede per il comparto ortofrutticolo in cui le mele si vendono all'ingrosso a 1,20 euro al kg, al mercato e nei supermercati arrivano a 2,5 euro al kg, ma il produttore ne riceve appena 0,50 al kg; così le pere, da 0,45 euro al kg pagati al produttore a 2 euro al kg spesi dal consumatore, o per le patate, da 0,27 euro alla produzione a 1,10 euro al dettaglio. Si scopre allora, analizzando la filiera ortofrutticola, che al produttore va appena il 20% del prezzo finale, mentre alla grande e piccola distribuzione va il 40%.⁵⁴ Nel mezzo, altri passaggi, ognuno dei quali aggiunge il suo ricarico, piccolo o grande, al prezzo finale.

Il punto di forza dell'allevamento e dell'agricoltura industriale è quello di produrre carne, frutta e verdura a buon mercato. Ciò è reso possibile grazie alla concentrazione di un gran numero di animali in spazi ridotti, o dall'utilizzo di monoculture.

Per condizioni di sovraffollamento e per favorire la crescita dell'animale, spesso oltre ad una dieta principalmente a base di cereali e il poco movimento, vengono addizionate piccole dosi preventive di antibiotici come parte del loro naturale regime dietetico.

Questo sistema facilita in realtà lo sviluppo di batteri resistenti agli antibiotici, inoltre le tracce residue dei medicinali finiscono nella carne venduta, aumentando l'assuefazione a tali farmaci e riducendone l'effetto curativo per il consumatore stesso.

Lo stesso vale per l'utilizzo di pesticidi e fertilizzanti in agricoltura. M. Pollan⁵⁵, descrivendo i metodi di coltivazione intensiva delle patate, evidenzia come alcuni tipi di pesticidi siano talmente tossici, che, una volta spruzzati sul raccolto, non è possibile accedere al campo per almeno quattro o cinque giorni. Inoltre, dopo la raccolta i tuberi devono essere lasciati a decantare per sei mesi, in modo da eliminare i pesticidi ancora residui.

La richiesta del mercato della trasformazione e della distribuzione di grandi numeri e di un approvvigionamento costante, ha indirizzato gli allevatori e gli agricoltori a scegliere metodi quantitativi, che garantissero standardizzazione e capacità di controllo maggiore. Inoltre lo smarrimento e l'ignoranza alimentare del consumatore ha aiutato a promuovere questo circolo vizioso.

Il modificarsi dei ritmi di vita ha portato ad avere sempre meno tempo a disposizione da dedicare al cibo, sia al suo acquisto che alla sua preparazione. Negli ultimi decenni si è assistito ad un allontanamento dal mondo naturale, con un alterazione dei ritmi naturali e la perdita progressiva della cultura materiale; "Non vi è mai stato nella storia dell'uomo un simile smarrimento riguardo a cosa è bene mangiare o non mangiare", "con 17.000 nuovi prodotti all'anno e 32 miliardi di dollari spesi nel marketing, l'industria alimentare ha eliminato l'influenza della tradizione lasciandoci dipendenti dalla scienza, dai media, dal governo e dalla pubblicità per decidere cosa mangiare"⁵⁶.

La perdita di conoscenza incrociata alla vasta scelta disponibile porta, quindi, a sprecare un'enorme quantità di cibo edibile, e a dissociare le scelte d'acquisto dalle loro ricadute sul territorio e sulla salute. Quella che si sta vivendo è una "grossa e grassa contraddizione"⁵⁷, "la produzione agricola potrebbe nutrire abbondantemente il doppio della popolazione attuale del pianeta"⁵⁸.

Nel Regno Unito ⁵⁹, vengono buttati via ogni anno circa 8,3 milioni di tonnellate tra cibi e bevande, ovvero più di 6 kg per famiglia a settimana. Le ricadute in termini monetarie equivalgono a circa 12 miliardi di sterline all'anno, ed in termini ambientali ben 20 milioni di tonnellate di CO₂ equivalente emessi ogni anno.

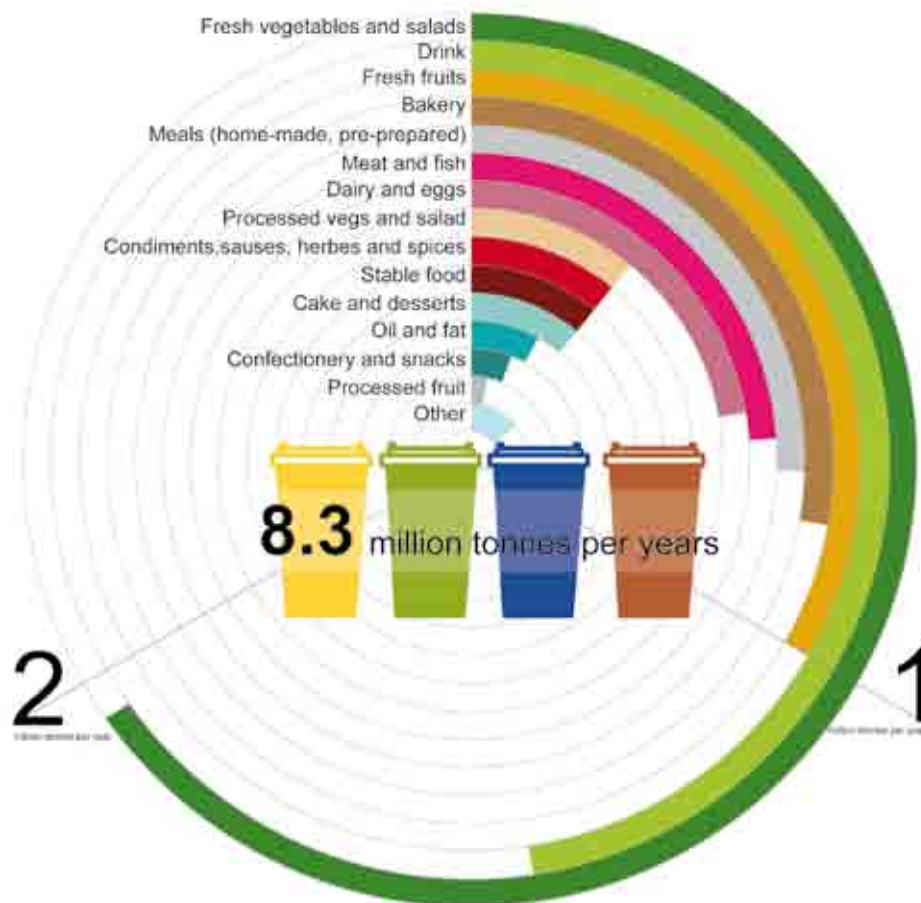
I prodotti freschi tra cui frutta e verdura ammontano a quasi 3 milioni di tonnellate all'anno, oltre un terzo del totale dei rifiuti. I prodotti da forno arrivano alle 800.000 tonnellate di rifiuti. Carne e pesce contribuiscono per 610.000 tonnellate. Latticini e uova rappresentano circa il 5% del totale, ed ammontano a circa 580.000 tonnellate. Inoltre la maggior parte dei prodotti che finiscono tra i rifiuti, sono ancora sigillati nelle confezioni in cui sono stati venduti; e spesso non hanno ancora superato la data di scadenza.

Tale spreco è quantificabile come se ogni tre borse di spesa effettuata, una venisse buttata via.

Anche in Italia, la situazione non è rosea. Le quantità di sono pari a oltre dieci milioni di tonnellate di cibo l'anno, ciò significa che ogni famiglia italiana in un anno spende mediamente 515 euro in alimenti che poi non consumerà.⁶⁰

I motivi di tali sprechi sono notevoli, ma il più delle volte è dovuto al fatto che gli acquisti sono superiori al necessario, spesso incentivati da pubblicità, offerte e riduzioni.

Eppure negli ultimi anni, i prezzi dei prodotti alimentari sono aumentati notevolmente, l'instabilità ambientale, il costo del petrolio, le speculazioni finanziarie hanno fatto lievitare i costi di produzione e di trasporto, aumenti che si scaricano sul prezzo finale.⁶¹



L'infografico illustra la quantità di cibo sprecato in UK. Rielaborazione grafica dati Wrap UK.

L'alterazione del rapporto con l'alimentazione ha conseguenze, oltre che economiche, anche dal punto di vista sanitario: le malattie e le disfunzioni legate al cibo sono in costante aumento, non solo negli adulti, ma anche nell'infanzia. Diabete, ipertensione, aumento del colesterolo ed allergie; sono solo alcune delle patologie in aumento.

In un recente studio, condotto dalla Barilla Center for Food & Nutrition⁶², si mette in relazione la corretta alimentazione con l'impatto ambientale generato. La piramide alimentare viene duplicata, a lato di quella classica di carattere nutrizionale, ne viene accostata una di natura alimentare-ambientale. In questo modello, i cibi non vengono solo posizionati "seguendo quanto da tempo la scienza nutrizionale ha definito in funzione del loro impatto positivo sulla salute, ma anche rispetto al loro impatto sull'ambiente".

L'impatto ambientale degli alimenti è stato calcolato tenendo conto dell'intero ciclo vita degli alimenti presi in analisi, tra cui la generazione di gas a effetto serra, dal consumo della risorsa idrica e dall'uso del territorio.

Le due piramidi non fanno che evidenziare come ad elementi di cui si consiglia un consumo moderato, come ad esempio la carne rossa, corrisponda un alto impatto ambientale, mentre a cibi consigliati come frutta e verdura ambientali, coincidano impatti notevolmente inferiori. Lo studio di grande impatto mediatico, ha il pregio di relazionare in modo chiaro e diretto gli alimenti alla loro ricadute ambientali, ma evidenzia come la perdita di cultura alimentare renda necessari l'uso di linee guida e piramidi per aiutare il consumatore a scegliere cosa mangiare.

Scelte che un tempo erano naturali e facevano parte del bagaglio culturale, ma che l'avvento dell'industrializzazione alimentare ha reso difficili e confuse, "Se infatti in passato era cibo tutto quello che si poteva mangiare, oggi nei supermercati vi sono migliaia di sostanze commestibili che del cibo hanno solo la parvenza".⁶³

L'industrializzazione del sistema alimentare ha abbassato la qualità del cibo; nella frutta e nella verdura la quantità di minerali, vitamine e proteine presenti rispetto agli anni '40, si è ridotta, in base alla tipologia, dal 5% fino al 40%⁶⁴: la vitamina C è diminuita del 20%, il ferro del 15%, la riboflavina del 38%, il calcio del 16%; "concretamente, oggi dovremmo mangiare tre mele per avere la stessa quantità di ferro di una sola mela del 1940."⁶⁵ Nelle nazioni industrializzate, ci sono centinaia di milioni di individui che soffrono di malnutrizione, spesso celata ed a volte paradossalmente accompagnata

dall'obesità che risulta dal consumo di cibi molto elaborati, ma poveri di nutrienti essenziali. L'obesità è la seconda causa di morte negli Stati Uniti, i costi annuali per la cura di tale patologie ammontano a 240 miliardi di dollari. In Italia le patologie legate all'alimentazione costano circa 8,3 miliardi di euro l'anno, ed il loro tasso medio è cresciuto dal 7,3% al 9,9% tra il 1994 e il 2007.

Il problema è talmente diffuso che per l'Organizzazione mondiale della sanità, Oms, si tratta di un vero e proprio fenomeno endemico, descritto come "globesità".

Oltre un miliardo di persone al mondo è sovrappeso, di cui 300 milioni obeso. Investigando le cause emerge che non si può addossare la colpa solo a fattori genetici e costituzionali, tra le molteplici ragioni la maggior parte sono riconducibili ad abitudini alimentari disordinate e poco controllate, dove domina lo scarso consumo di frutta e verdura, il poco tempo dedicato a cucinare, l'abuso di alimenti surgelati o precotti e l'insufficiente attenzione ai valori nutrizionali. Ciò non toglie che, l'aumento dell'obesità coincide proprio con la diffusione dello stile di vita occidentale che ha portato la diffusione in tutto il mondo di cibi ad alto contenuto calorico.

Le conseguenze dell'industrializzazione dell'agricoltura e della globalizzazione del cibo, in termini di costi sociali, culturali ed ambientali sono evidenti lungo tutta la filiera. Le ricadute vanno dalla trasformazione dei contadini in "operai a cottimo"⁶⁶, alla perdita di biodiversità, dalla dipendenza dal petrolio all'aumento del numero di intermediari e delle distanze, allo spreco ed ai danni alla salute.

2.3 I valori dell'agricoltura industrializzata

La diffusione del sistema di industrializzazione della filiera agroalimentare negli ultimi cinquant'anni, è stato vivamente sostenuto ed incalzato da una logica di mercato incentrata sull'ottimizzazione dei costi, sulla competitività, sulla distribuzione su larga scala.

La produzione è diventata solo una degli anelli che compongono la catena ed è stata reinterpretata secondo le logiche dell'industria e della produzione di massa. Quantità, controllo, compressione dei costi, adeguamento agli standard ed omologazione sono solo alcuni dei valori necessari per far funzionare tutto questo sistema.

L'allungamento della filiera e la parcellizzazione del processo, ha visto l'aumento degli attori in gioco, oltre che l'allontanamento dei luoghi di produzione dai quelli del consumo.

Le aziende di trasformazione trovandosi a gestire una quantità di materia prima proveniente dai posti più disparati, hanno aumentato i processi di sterilizzazione, imponendo ai produttori caratteristiche standardizzate. Dall'altra la messa in moto di un processo che non può permettersi discontinuità ed irregolarità, ha portato alla richiesta e alla necessità di produzioni elevate e stabili e allo sviluppo di una logistica incentrata sullo sfruttamento della catena del freddo.

In quest'ottica, la qualità della filiera è spesso stata interpretata come un fattore strettamente connesso all'igiene e alla sicurezza alimentare, e per questo garantita e standardizzata secondo normative. L'omologazione è stata frutto di una conseguenza, effetto stesso del mercato per facilitare da una parte la gestione e dall'altra per venire incontro ai gusti sempre più globalizzati degli stessi consumatori.

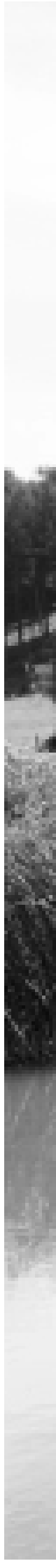


Nuvola dei valori del sistema industrializzato

NOTE CAPITOLO 2

1. Carlo Petrini. TERRA MADRE come non farsi mangiare dal cibo. Slow Food Editore, 2009, Cit. pag.78.
2. Michael Pollan (New York, 1955) è un autore americano, giornalista, attivista, e professore di giornalismo presso la UC Berkeley Graduate School of Journalism.
3. PAC: la Politica Agricola Comune è una delle politiche comunitarie di maggiore importanza, impegnando circa il 34% del bilancio dell'Unione Europea.
4. V. Shiva. Campi di battaglia. Biodiversità e agricoltura industriale. Edizione Ambiente, 2009.
5. R. Patel. I padroni del cibo. Feltrinelli, Milano, 2007, Cit. pag. 37.
6. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
7. William S. Gaud è stato nominato Vice Presidente esecutivo della IFC il 1 Ottobre 1969. Prima di questo incarico, era stato amministratore per l'Agenzia statunitense per lo Sviluppo Internazionale. Forte sostenitore del mondo in via di sviluppo, ha coniato il termine "rivoluzione verde" per descrivere come le innovazioni agricole potessero meglio sfamare i paesi poveri.
8. "Questi e altri sviluppi nel campo dell'agricoltura contengono i tratti di una nuova rivoluzione. Non violenta come la Rivoluzione Rossa dei Soviet, non è nemmeno una Rivoluzione Bianca come quella dello Scià dell'Iran. Io la definirei una Rivoluzione Verde."
9. Victoria De Grazia. L'impero irresistibile, la società dei consumi americana alla conquista del mondo. Giulio Einaudi Editore, 2006. Cit. pag 153-154.
10. F.A. Fava, R. Garosci. C'era una volta il Supermarket e c'è ancora... . Edizioni Sperling & Kupfer, 2008. Cit. pag. 11.
11. Massimo Montanari. Il cibo come cultura. Edizioni Laterza, 2008, Bari.
12. F.A. Fava, R. Garosci. C'era una volta il Supermarket e c'è ancora... . Edizioni Sperling & Kupfer, 2008
13. Marc Levinson, The Box. La scatola che ha cambiato il mondo, Egea, Milano, 2007.
14. Raj Patel (Londra, 1972) è un economista, accademico e giornalista inglese, studioso della crisi mondiale alimentare e attivista. Ha lavorato alla World bank, alla World Trade Organization e alle Nazioni Unite, sviluppando un atteggiamento critico nei confronti di queste organizzazioni. È inoltre riconosciuto come il più autorevole rappresentante della filosofia della condivisione.
15. R. Patel, I padroni del cibo, Feltrinelli, Milano, 2007. Citazione pag.7
16. Riferimento al libro di Eric Schlosser, Fast Food Nation, nel quale il giornalista statunitense critica la struttura di una delle industrie più potenti del mondo, esplorando i segreti del fast food dalle fondamenta.
17. Fonte dati Istat.
18. Nicola Dante Basile. New Menu Italia. Baldini Castoldi Dalai Editore, Milano, 2009.Cit. pag.18
19. Massimo Montanari. La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa.Edizioni Laterza, 1993. cit.pag.199.
20. Massimo Montanari. La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa.Edizioni Laterza, 1993. cit.pag.199.
21. Massimo Montanari. Il Cibo come cultura. Editori Laterza, 2008, Cit. pag. 119
22. Teoria del professore David Kessler, ex commissario della Food and drug administration statunitense, che nel suo libro "The End of Overeating" sostiene la tesi di alimenti che creano dipendenza perché manipolati dai produttori. E' il concetto dell'iper-palatabilità.
23. Michael Pollan. In difesa del cibo. Adelphi Editore, Milano, 2009. cit.pag.16
24. Michael Pollan. In difesa del cibo. Adelphi Editore, Milano, 2009. cit.pag.16
25. Francesca Romana Puggelli. Spot Generation, i bambini e la pubblicità. Franco Angeli Editore, 2002.
26. Dati sul consumo americano tratti dal documentario "Super Size me" di Morgan Spurlock. 2004
27. M.Pollan. Il dilemma dell'onnivoro.Giunti editore, 2011 pag. 74
28. Wendell Berry, Il piacere di mangiare, in L'Ecologist italiano, Libreria editrice Fiorentina, Firenze, 2005.
29. Gianni Tamino. Introduzione in Campi di battaglia. Biodiversità e agricoltura industriale. Vandana Shiva. Edizione Ambiente, 2009. I dati fanno riferimento al sistema alimentare degli Stati Uniti.
30. M. Pollan, Il dilemma dell'onnivoro, cosa si nasconde dietro quello che mangiamo,Giunti Editore,2011,Cit. pag.31
31. Tecnica che consiste nella semina e successivo interrimento , mediante aratura, delle leguminose e delle crucifere (trifoglio, veccia, senape) allo stato verde, quando cioè hanno raggiunto un buono sviluppo vegetativo. La pratica del sovescio favorisce l'attività biologica del terreno migliorandone la struttura e apportando azoto.
32. Vandana Shiva. Il bene comune delle terra.Serie Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. cit. pag.117
33. Fonte: dati Ispra Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale.
34. Fonte Oxfam Italia, 2009
35. Vandana Shiva. Il bene comune delle terra.Serie Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. cit. pag.116
36. Fonte Worldwatch Institute
37. M.Falkenmark è un esperta di questioni idriche di fama mondiale e attualmente è Senior Advisor scientifico del Stockholm International Water Institute (SIWI).
38. Fonte. Joanne Zygmunt. Hidden Waters. Waterwise, 2007. Tutti i dati disponibile al link:http://www.waterfootprint.org/Reports/Zygmunt_2007.pdf
39. Fonte: Living Planet Report 2008.WWF.
Disponibile al link: http://www.wwf.it/UserFiles/File/News%20Dossier%20Appti/DOSSIER/Sostenibilit/LivingPlanetReport2008_def2.pdf
40. La salinizzazione è l'accumulo di sali idrosolubili nel suolo. Tra questi sali figurano potassio (K+), magnesio (Mg2+), calcio (Ca2+), cloruro (Cl-), solfato (SO42-), carbonato (CO32-), bicarbonato (HCO3-) e sodio (Na+). L'accumulo di sodio è detto anche sodificazione. L'acqua determina lo scioglimento e il movimento dei sali all'interno del suolo. Quando l'acqua evapora, si formano depositi salini sia superficiali (croste saline) che sub-superficiali.
41. Vandana Shiva. Il bene comune delle terra. Serie Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. cit. pag.118
42. Ploeg Van Der Jan Douwe. Oltre la modernizzazione. Processi di sviluppo rurale in Europa. Rubbettino Editore. Soveria Mannelli, 2006, p.22.
43. Fonte FAO 1998
44. Renee Vellè. Saving the seed: genetic diversity and european agriculture, Londra, Earthscan Publications, 1992.
45. FAO.World watch List for domestic animal diversity. 3rd edition edited by Beate D. Scherf. Disponibile al link: <http://www.fao.org/docrep/009/x8750e/x8750e00.htm>

46. Vandana Shiva. Campi di battaglia. Biodiversità e agricoltura industriale. Edizioni Ambiente, 2009. pag.47
47. Vandana Shiva. Campi di battaglia. Biodiversità e agricoltura industriale. Edizioni Ambiente, 2009. cit. pag.97
48. Massimo Montanari. Il riposo della polpetta e altre storie intorno al cibo". Edizioni Laterza, 2010. cit. pag.86
49. Massimo Montanari. Il cibo come cultura. Editori Laterza, 2004. Tutte le citazioni che seguono, presenti questo paragrafo, sono tratte dai cap. Giocare col Tempo e Giocare con lo Spazio. Pag.17-25
50. C. Petrini, "TERRA MADRE come non farsi mangiare dal cibo", Slow Food Editore, 2009, Citazione pag.82
51. C. Petrini (25 Settembre, 2007). Un tassametro per le Food Miles. La Repubblica, estratto da pag.42.
Disponibile al link: <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2007/09/25/un-tassametro-per-le-food-miles.html>
52. Ettore Livini (5 Agosto, 2010). Le sette sorelle del cibo. La Repubblica.it.
Disponibile al link: <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/08/05/le-sette-sorelle-del-cibo.html>
53. Carlo Petrini. (3 Agosto, 2007). Perché non sa di nulla il latte che beviamo. La Repubblica, sezione Prima Pagina.
54. Fonte La Stampa, Gennaio 2008
55. M. Pollan, Il dilemma dell'onnivoro, cosa si nasconde dietro quello che mangiamo. Giunti Editore, 2011.
56. M. Pollan, Il dilemma dell'onnivoro, cosa si nasconde dietro quello che mangiamo. Giunti Editore, 2011, Citazione pp.89,142
57. R. Patel. I padroni del cibo. Feltrinelli, Milano, 2007, Citazione pag.7
58. A. Sagrè. Il futuro, una rivoluzione a tre paradigmi: nuova ecoscienza, società sufficiente, bene comune. Tratto da State of World 2011. Nutrire il Pianeta. Edizioni Ambiente, 2011.
59. Wrap. Final Report: Household Food and Drink Waste in the UK. Disponibile al link: http://www.wrap.org.uk/downloads/Household_Food_and_Drink_Waste_in_the_UK_Nov_2011.fac7bd49.8048.pdf
60. A. Sagrè, L. Falasconi. Il libro nero dello spreco in Italia: il cibo. Edizioni Ambiente, 2011
61. Roberto Giovannini (a cura di). Perché il prezzo del cibo aumenta? La Stampa.it
Disponibile al link: <http://www3.lastampa.it/domande-risposte/articolo/lastp/387488/>
62. Il report presentato è disponibile al link: http://www.barillacfn.com/images/download/barilla_focus_ita_ok.pdf
63. M. Pollan. In difesa del cibo. Adelphi Editore, Milano, 2009. Cit. pag.13.
64. Donald R. Davis. "Declining Fruit and Vegetable Nutrient Composition: What Is the Evidence?" HortScience (2009).
Disponibile al link: <http://hortsci.ashspublications.org/content/44/1/15.full>
65. M. Pollan. In difesa del cibo. Adelphi Editore, Milano, 2009. Cit. pag.128.
66. C. Petrini. Terra Madre, come non farsi mangiare dal cibo. Slow Food Editore, 2009, Citazione pag.84





TRANSIZIONE

3. LA FASE di TRANSIZIONE
4. CASE STUDIES

SEZ 2

3. LA FASE di TRANSIZIONE

3.1 Verso nuovi scenari sostenibili

Parallelamente al modello fino ad ora descritto, legato a concetti di centralizzazione, globalizzazione, uniformità e standardizzazione, si sono sviluppati numerosi movimenti che guardano allo sviluppo con altri occhi, rivalutandone significato, priorità e valori.

Sebbene diverse per motivazioni, contesto, durata e modalità d'azione, tutti i casi che abbiamo preso in analisi, hanno in comune la stessa consapevolezza dell'insostenibilità dell'attuale economia e la voglia di creare una solida alternativa, una visione diversa basata "sulla scelta consapevole e precisa" di spostare "l'interesse dai beni alle persone" e di ripristinare "un giusto equilibrio tra città e vita rurale"¹.

Questi modelli, partendo da un'analisi critica al sistema, si propongono di ridisegnare l'economia per avvicinarla maggiormente al suo significato etimologico originario, oikos, ovvero casa e a quell'economia domestica ormai relegata ai ricordi delle abitudini dei nostri nonni. Infatti, i sistemi attuali si sono talmente allontanati dal senso originario da trasformarsi in luoghi poco accoglienti, "luoghi che invece di invitarci ad entrare ci sbarrano l'ingresso, negandoci così, non soltanto una casa, ma anche il diritto al sostentamento, alla stabilità e in ultima istanza alla vita"². A differenza di quello attuale, questi modelli di consumo alternativi, provano a stabilire un equilibrio tra le tre dimensioni dell'economia: il mercato, la natura e la sussistenza. E' il desiderio di una nuova economia dove si produce ciò che si consuma e dove c'è corrispondenza tra il lavoro dell'uomo e le proprie necessità. Alla base del desiderio di cambiamento, vi è spesso una riscoperta di valori dai sapori antichi, tipici della società contadina, come il mutuo soccorso, la partecipazione e la collaborazione, tradotti però in soluzioni tutt'altro che nostalgiche od arretrate. La volontà di riappropriarsi del cibo, di scegliere i modi di produzione e distribuzione, di ridurre i consumi energetici, di conoscere il contesto e la realtà produttiva, porta a riavvicinare i due estremi della catena, produttore e consumatori, e a rimettere in gioco le regole della distribuzione. Tra questi due attori del sistema, si costituiscono dei patti basati sulla fiducia e sul mantenimento della terra, dell'acqua e del paesaggio, sentiti come un bene comune, riconoscendo che "la qualità del territorio, delle relazioni sociali e le economie connesse sono beni di cui fruisce (...) l'intera popolazione"³.

Nell'ambito della filiera alimentare, la figura del contadino riveste il ruolo di protettore di questi beni, sulla loro cura infatti si basa la sua possibilità di lavorare.

In questo modo lo stesso atto agricolo diventa ben più di un semplice lavoro, si copre di valori più ampi ed immateriali, come la cura del territorio e la trasmissione dei saperi.

Concetti ben noti alle comunità giapponesi che già sul finire degli anni 50, per contrapporsi alle modalità di agricoltura industriale occidentale, iniziarono a costituire delle alleanze tra agricoltori e consumatori per continuare a mantenere un tipo di agricoltura naturale non soggetta alle regole del mercato: i teikei, termine nipponico dai molteplici significati, che, se contestualizzato all'ambito agricolo, allude ad un "cibo con la faccia del contadino".⁴

Oggi queste realtà non sono affatto di nicchia, trovano riscontro in modo capillare in ogni parte del mondo e su scale differenti, esistono sia a livello comunitario, spinte dall'intraprendenza dei singoli, sia a quello politico, fino ad arrivare a quelle in cui questi due fattori si uniscono.

Questi casi testimoniano una fase di transizione rispetto alla situazione attuale, un punto di rottura e reinterpretazione delle regole vigenti del gioco, uno sconvolgimento capace di generare ricadute positive sulla società, o per essere più precisi sulla comunità, sull'economia, oltre che ovviamente sull'ambiente.

Le dinamiche che si mettono in atto si basano principalmente sul riprogettare i rapporti tra chi produce e il contesto di produzione; tra chi consuma e la comunità; tra l'educazione e la promozione di uno stile di vita più consapevole ed attivo. Si cerca quindi di cambiare prospettiva, abbandonando l'atteggiamento individualistico generato dal consumismo, per puntare su nuovi concetti di autonomia e consapevolezza.

Come vedremo, i protagonisti, promotori dei progetti raccontati, sono di varia natura dai piccoli produttori, ai gruppi di consumatori, alle comunità del cibo fino alle città di transizione. La stessa varietà può essere riscontrata sul piano delle soluzioni progettuali proposte, alcune mettono al centro il problema ambientale ed energetico, mentre altre ancora si focalizzano sulla promozione della comunità e della cultura locale. In tutti i casi è evidente un forte desiderio di trasformazione promosso dagli attori interessati, una forte propensione al cambiamento e al tentativo di instaurare nuovamente quel rapporto naturale con il cibo, l'alimentazione ed il consumo.

3.2 Casi studio: criteri di selezione ed analisi

Provando a cercare iniziative pratiche e concrete in grado di testimoniare le modalità con cui si traduce la spinta al cambiamento, si rimane sorpresi nel constatarne la moltitudine e la ricchezza. La massa di casistica riguardante i modelli alternativi a quello consumistico, sia sul cibo che sull'energia, è infatti ampia e variegata, quantità che ha reso necessaria oltre che una prima scrematura, una catalogazione per macro argomenti, e una definizione dei limiti di intervento. I casi studio scelti seguono quindi determinati paletti e sono rinchiusi all'interno di un confine definito.

Sono stati distinti tre grandi ambiti di azione, determinati principalmente dalle modalità con cui l'iniziativa è nata e si è sviluppata. I tre macro insiemi sono stati identificati sotto il nome di COMMUNITY, POLICY e CITY.

3.2.1 COMMUNITY

La parte relativa alla Community racchiude quelle iniziative che nascono invece "dal basso". Sono spesso proposte nate dal coraggio di individui che, insoddisfatti o schiacciati dall'attuale sistema economico e sociale, hanno scelto di provare ad intraprendere una nuova strada, riappropriandosi della propria autonomia ed identità.

In altri casi, la spinta al cambiamento è in primis promossa da motivazioni etiche, radicate nel rifiuto delle attuali logiche globali e centralizzate del modello industriale. Questo distacco porta a mettere in pratica ed a promuovere comportamenti e stili di vita più consapevoli e propositivi.

Si assiste quindi alla compresenza di motivazioni derivanti da questioni economiche con altre di carattere più etiche, un mix che porta allo scopo comune di sperimentare un modello parallelo ed alternativo a quello dominante.

I casi studio raccolti raccontano come questi cambiamenti possano essere proposti ed attivati da tutti gli anelli della catena, partendo dai due estremi, il produttore e il consumatore, per poi passare attraverso la rete di distribuzione e quella di vendita.

Come cambia il rapporto tra produttore e consumatore

Tra i due attori del sistema, il principale intervento che viene attuato è quello di tagliare il numero di intermediari che li dividono, arrivando a delineare un tipo di filiera definita "corta".

Le modalità con cui questo passaggio avviene possono essere di varia natura: dalla vendita diretta in azienda, ai gruppi di acquisto, al mercato rionale.

Per quanto riguarda la vendita diretta, bisogna premettere quanto questa pratica sia effettivamente difficile da classificare in modo univoco. I rapporti economici tra piccoli produttori e consumatori si inseriscono spesso in uno scenario informale di quotidianità ed abitudini, in cui la logica dello scambio o delle relazioni dirette sono da sempre presenti; ciò rende complessa una valutazione dal punto di vista della quantificazione e determinazione della sua diffusione.

L'aspetto che risulta interessante è quando questo passaggio rappresenta un'opportunità per gli agricoltori e gli allevatori di sganciarsi dalla loro posizione di ultimo anello del mercato globale. Gestire la trasformazione e la vendita diretta ed in maniera autonoma, diventa un modo per riappropriarsi del valore del proprio lavoro.

Il mercato contadino, oggi diffusosi sotto diverse forme dai farmers' markets ai Mercati della Terra promossi da SlowFood, aggiunge al rapporto diretto, il lato sociale e conviviale del mercato e crea un nuovo spazio di incontro tra piccoli produttori e consumatori.

I mercati spesso si autoregolano attraverso un proprio disciplinare in cui si sanciscono le caratteristiche essenziali che un agricoltore deve avere per poter unirsi alla comunità già formata, specifiche spesso legate alla tipologia di prodotti, solo del territorio e alla loro qualità.

Se a promuovere l'avvicinamento tra i due attori della filiera è il polo del consumatore, la più nota e diffusa delle iniziative riguarda i gruppi di acquisto solidale o collettivo, che in base al Paese in cui nascono e si sviluppano assume nomi e peculiarità specifiche.

Pur nella loro specificità, sono esempi di reti alimentari alternative che cercano di mettere in comunicazione i piccoli agricoltori con i consumatori urbani per ricreare un rapporto fiduciario e solidale tra città e campagna e per ricomporre la frattura tra società e ambiente che si è venuta a creare con l'industrializzazione e la modernizzazione agricola. Sono anche forme di sostegno all'agricoltura, praticata su piccola scala, attraverso le quali si rivaluta il ruolo dei coltivatori e si rende merito al loro lavoro e alle loro conoscenze. Queste esperienze di filiera corta cercano di favorire il rifornimento di cibo sano e stagionale e di sviluppare così l'economia locale, oltre che sviluppare un senso di appartenenza ad una comunità.

Da qualche anno le stesse reti, hanno allargato la visione dalla filiera alimentare anche a quella energetica, proponendo la realizzazione di produzione di energia da fonti rinnovabili, "in un contesto di democrazia energetica", come nel caso del progetto "CO-energia" che si basa sull'utilizzare uno spazio pubblico per la costruzione di un impianto fotovoltaico, pensato soprattutto nell'ottica di chi

non può farlo in proprio.

Una rete di distribuzione e vendita alternativa

Le iniziative nate in questo campo sono spesso guidate da un forte senso etico e soprattutto di responsabilità ambientale. La produzione di CO₂, l'inefficienza energetica dovuta al trasporto ed alla distribuzione su larga scala, la produzione di rifiuti dovuta agli imballaggi e l'iniqua distribuzione del guadagno lungo la filiera.

I casi analizzati percorrono principalmente tre grossi binari, il primo riguardante il mettere in contatto la realtà urbana con quella agricola, il secondo si propone di cambiare le logiche di vendita e confezionamento dei prodotti, il terzo rappresenta tutti gli esempi relativi alla produzione e distribuzione dell'energia da fonti locali e rinnovabili, le Smart Grid.

Nel primo caso, non si tratta di instaurare un contatto diretto tra produttori e consumatori, ma di creare una rete di distribuzione su piccola scala che permetta ai primi di vendere i propri prodotti senza dover improvvisarsi commercianti e ai secondi di acquistare cibo fresco e locale senza dover recarsi nelle fattorie. In molti è sentito come un riappropriarsi del mondo legato all'alimentazione, staccandosi dalle logiche della Grande Distribuzione e dell'industria alimentare.

"Growing Community" è un caso esemplare di come un sistema alternativo di distribuzione possa essere messo in atto. Il progetto è nato e si è sviluppato a Hackney, un quartiere londinese posizionato nord-est della città con lo scopo di mettere in connessione la comunità con i produttori agricoli. Si basa principalmente sul fornire un servizio che permetta a tutti i cittadini che vi aderiscono di avere un rifornimento di frutta e verdura di stagione e coltivata nell'area di 40 km. Attraverso un abbonamento si ha diritto un box settimanale contenente i prodotti di cui si può scegliere le quantità e la composizione in base alla disponibilità settimanale, il ritiro avviene nei diversi "pick up-point" appositi dislocati nel quartiere. Il progetto è stato condiviso, ed attualmente solo in Londra si sta cercando di attivare altre tre reti basate su questo modello.

Per quanto riguarda la rete di vendita, l'attenzione ricade principalmente sulla produzione di rifiuti dovuti all'imballaggio o allo spreco. Sono diversi gli esempi di punti di vendita che propongono l'applicazione della vendita sfusa dei propri prodotti, tra cui il "Negozio Leggero" di Torino, o "Unpackaged" a Londra, o "In.gredients" in Texas (USA). Spesso lo sfuso è accompagnato dalla proposta di cibo regionale e biologico, oltre che di attività di promozione ed educazione per la comunità.

3.2.2 POLICY

Con il termine Policy si intende racchiudere e definire tutte quelle iniziative che "partono dall'alto", ovvero che vengono proposte e sponsorizzate da enti pubblici o privati. Politiche di educazione e promozione, volte principalmente ad azioni di informazione, si intervallano a veri e propri progetti di gestione dell'area urbana.

Le diverse iniziative di policy prese in considerazione, possono essere così catalogate:

-PROMUOVERE ed EDUCARE i cittadini verso stili di vita più sostenibili e salutari, attraverso iniziative che vanno dalle semplici campagne di sensibilizzazione alla revisione del sistema alimentare scolastico.

-INFORMARE riguardo alle caratteristiche dei prodotti, come nel caso delle politiche di labelling, che vanno oltre le nozioni obbligatorie di provenienza, varietà e valori nutrizionali e cercano di orientare il consumatore verso una scelta critica. È il caso ad esempio del Carbon Footprint, un marchio inglese che indica, attraverso l'icona di una impronta presente sul packaging, la quantità di CO₂ necessaria per la produzione, trasformazione e distribuzione del prodotto.

-PROIBIRE, o meglio INIBIRE, atteggiamenti o scelte deleterie. Tra queste rientrano per esempio le politiche di choice editing. Una delle più conosciute è la campagna contro l'utilizzo dei sacchetti di plastica: un'azione di divieto totale attuata in molti Paesi europei, oppure ottenuta con campagne di inibizione, come nel caso dell'Irlanda, dove l'applicazione di una tassa sul sacchetto ha orientato la scelta del consumatore verso quello riutilizzabile in stoffa.

-INCENTIVARE l'economia locale di piccola scala, non solo attraverso una politica di contributi finanziari e facilitazioni per l'accesso al credito, ma principalmente attraverso iniziative che permettano alle piccole aziende agricole di essere considerate all'interno di bandi per forniture nelle mense pubbliche o nei catering ufficiali.

-PRESERVARE il territorio e la biodiversità. Da una parte questo si può ottenere attraverso la regolamentazione delle attività umane in determinate aree definite protette, ne sono esempi le limitazioni imposte sulla pesca e la raccolta di determinati funghi, erbe aromatiche e fiori; dall'altra, attraverso campagne di visibilità per i produttori che scelgono di allevare e coltivare razze e sementi nativi, o che applicano lavorazioni e trasformazioni proprie del contesto in cui si sviluppano.

Esempi che mirano ad una maggior concretezza sono, ad esempio, quelli strettamente legati alle pianificazione a livello cittadino della gestione del cibo e dell'energia, ovvero i casi di Pianificazione Urbana (Urban Plannig).

Le iniziative analizzate nella sezione delle POLICY sono svolte a diversi livelli, dalla gestione del cibo nelle mense pubbliche, alla suddivisione del suolo urbano come area dedicata alla produzione agricola, fino ai casi di gestione della produzione energetica.

3.2.3 CITY

City racchiude quella sezione di progetti che vedono presenti sia una componente di Policy, sia una di Community. Non sempre il peso che hanno all'interno è equivalente, ma entrambi risultano sempre necessari per la messa in pratica delle iniziative.

Le tematiche portanti sono principalmente l'energia e il cibo e le loro connessioni. L'indipendenza energetica, come quella alimentare, diventano spesso gli obiettivi dei progetti analizzati. Sarebbe però sbagliato, e senza dubbio riduttivo, leggere questa ricerca di autonomia come una politica autarchica. Gli scenari che descrivono questi progetti sono tutt'altro che chiusi e protezionistici, ma al contrario cercano, attraverso la comprensione del potenziale presente nel proprio territorio, di creare realtà dinamiche e partecipate.

Tra queste spicca senza dubbio l'esempio delle transition towns, le città di transizione, esse hanno una fortissima componente di Community, in quanto il cambiamento viene promosso ed attuato dalla comunità stessa, ma allo stesso tempo necessitano del sostenuto degli enti locali per consolidarsi.

3.3 Criteri dell'Analisi dei casi studio

Nella scelta dei casi studio è stata data precedenza alle realtà che siamo riusciti a visitare o contattare direttamente; a queste esperienze sono stati affiancati altri progetti che abbiamo ritenuto paradigmatici o complementari.

Una parte del dottorato ha infatti visto concretizzarsi un periodo di Field Research nel Regno Unito, in cui abbiamo potuto confrontarci con diversi docenti della City University of London e la Cardiff University, oltre che visitare diverse realtà locali.

La scelta del luogo non è stata casuale, in Inghilterra si contano numero esperienze legate ad una diversa concezione della filiera del cibo, sia in progetti pratici messi in atto dalla community, sia in iniziative o studi partiti dalla policy. Questi interventi sono spinti ed incoraggiati, il più delle volte, proprio da limiti esistenti come, nell'esempio specifico, la conformazione geografica e le condizioni climatiche che rendono la Gran Bretagna fragile dal punto di vista dell'autosufficienza alimentare e altamente dipendente dall'importazione. E' sufficiente recarsi in un supermercato inglese per constatare come la fornitura di frutta e verdura sia pressoché invariata durante tutto l'arco dell'anno, con prezzi che spesso non sono convenienti per il consumatore.

Proprio sulla necessità di un cambiamento, e per far fronte alle questioni ambientali, climatiche ed anche economiche, è da tempo che l'Inghilterra sta sviluppando politiche agricole a livello nazionale. Qui sono infatti state promosse le prime iniziative sui food miles e le prime esperienze di transizione che hanno generato in noi motivo di interesse di studio.

Il passo successivo alla cernita ed all'organizzazione dei casi studio, è stata la scelta della metodologia di analisi e confronto.

Nel far questo, ci siamo concentrati principalmente ad evidenziare le variabili qualitative contenute nelle differenti realtà, seguendo principalmente due criteri: la mappatura e l'analisi dei flussi, e la matrice dei bisogni di Manfred Max-Neef.

Il primo nasce dal bisogno di avere una visione dell'intero sistema, per capirne le relazioni e le connessioni tra i componenti, valutarne le eventuali criticità o potenzialità presenti;

La necessità di affiancare un secondo strumento di ricerca, nasce dalla volontà di determinare in che modo i modelli di sviluppo possono avere delle ricadute positive o meno sulla percezione della qualità della vita, al fine di terminare quali siano i valori portanti che identificano e generano il modello stesso.

Tra i differenti metodi di valutazione sulla soddisfazione dei bisogni, abbiamo scelto di utilizzare la matrice di Max-Neef per le sue caratteristiche sistemiche. Infatti, sebbene questo strumento mostri diversi punti in comune con il più celebre modello proposto da Maslow, soprattutto nella tipologia di bisogni distinti, cambiano le modalità ravvisate per connetterli. All'interno della matrice non viene dato un ordine gerarchico o priorità alle necessità. Sono proprio le relazioni che intercorrono tra di esse a generare il sistema dei bisogni, fatta eccezione per quelli di sussistenza che come per Maslow sono alla base di tutti gli altri.

Di seguito andremo a presentare in modo più dettagliato le caratteristiche dei due "tools" utilizzati.

Per entrambe vale una considerazione, tanto la mappatura, quanto la matrice di Max-Neef, rappresentano due strumenti molto flessibili e soggettivi.

I risultati ottenuti, vanno quindi esaminati contestualmente e potrebbero essere soggetti a considerazioni o rappresentazioni diverse da parte di altri osservatori. Il motivo per cui abbiamo scelto questi due espedienti è intrinsecamente legata proprio a questa libertà di fondo, poiché dovendo schematizzare casi molto diversi tra loro sarebbe risultato difficile poterlo fare attraverso restrizioni troppo rigide. Inoltre, riconoscendo la natura evolutiva dei sistemi, è impossibile pensare ad un modello unico che rappresenti in modo univoco e costante ogni caso analizzato.

3.3.1 Mappatura delle relazioni e dei flussi

Quello della mappatura è uno strumento grafico utile per la visualizzazione della complessità. La principale caratteristica, e al tempo stesso limite, è quello d'essere un espediente flessibile e facilmente adattabile alle esigenze contingenti delle situazioni analizzate. Tutta questa libertà viene però pagata in termini di uniformità e standardizzazione dello strumento. La mancanza di una codifica univoca, rappresenta spesso un ostacolo all'immediata comprensione, soprattutto in questi casi di mappatura che richiedono la compresenza di differenti livelli di lettura e numerose connessioni.

Mappare le relazioni ed i flussi, significa permettere di valutare la quantità, ma soprattutto la qualità, delle componenti materiali, quali energia e materia, e di quelle immateriali, come le conoscenze, i know-how e le competenze, che vengono scambiate dalle componenti del sistema.

Attraverso la schematizzazione, si riesce a sfruttare la capacità del segno grafico di fornire una visione di insieme delle dinamiche messe in atto. La forza sintetica, ma nello stesso tempo non riduzionista che questo strumento fornisce, supporta la comprensione delle connessioni e delle relazioni che descrivono il sistema stesso, aiutando a visualizzarlo.

Il rapporto tra le varie componenti non è di natura gerarchica, ma ogni nodo è strettamente connesso all'altro, e prende identità dal contesto di riferimento.

Nel corso della nostra ricerca, ci siamo avvalsi di questo strumento in diversi momenti. Nella prima fase di definizione dello stato attuale, la mappatura è stata utilizzata come strumento di sintesi per rendere visivamente alcuni concetti fondamentali.

Nella fase di analisi dei casi studio, questo mezzo è servito principalmente ad evidenziare le relazioni e sintetizzare il funzionamento dei processi.

L'ultimo utilizzo di questo strumento è legato alla fase progettuale dove, valutando anche i flussi materici ed energetici, il contenuto delle mappe viene analizzato sotto la lente dei principi del design sistemico, per valutarne criticità, limiti, ma soprattutto l'eventuale potenziale inespresso. Questo primo step ci permette quindi di valutare qualitativamente i processi generati dalla realtà analizzata, si può valutare la resilienza del processo, gli input e gli output generati, i punti deboli, il rapporto con il contesto, le materie e i know-how scambiati oltre che le eventuali connessioni con altri sistemi.

3.3.2 La matrice dei bisogni di Max-Neef

In occasione dei diversi momenti di scambio con le varie realtà accademiche, con cui abbiamo avuto modo di confrontarci, ci è stato consigliato di affiancare alla nostra metodologia questo strumento per l'analisi dei casi studio.

La matrice di Max-Neef ⁵, nasce dalla teoria, sviluppata dallo stesso autore, di economia transdisciplinare, che sinteticamente si può identificare in cinque postulati di base:

- L'economia esiste per servire le persone, e non le persone per servire l'economia;
- Lo sviluppo riguarda gli esseri umani, non gli oggetti;
- La crescita non è equivalente allo sviluppo e lo sviluppo non necessariamente richiede una crescita;
- Non è possibile nessuna economia in assenza dei servizi forniti dagli ecosistemi;
- L'economia è un sottosistema di un sistema più grande e finito, la biosfera, per cui è impossibile pensare ad una crescita permanente;

Inoltre il valore fondamentale a cui fanno capo tutti e cinque i postulati è che in nessuna circostanza, un processo o un interesse economico può prevalere sul rispetto per la vita.

Al di là dell'aspetto prettamente legato alla definizione di economia, il nostro interesse per questo strumento è stato catturato dal principio di qualità che ne deriva e che ben si discosta dal concetto di sviluppo e benessere associati alla crescita economica.

La qualità della vita dipende dalla possibilità di risolvere con soddisfazione o meno le proprie esigenze umane. Infatti, spesso si parte dal presupposto che sia impossibile identificare e catalogare i bisogni umani, questo perché si parte dal concetto errato che tali bisogni siano infiniti, soggettivi e in continuo evolversi.

Per identificare i reali bisogni dell'essere umano bisogna prima di tutto distinguere la differenza tra le necessità e i modi di soddisfarle. Bisogna inoltre anche vedere nella necessità il duplice significato di mancanza e di potenziale. Se si pensa ad esempio al mangiare, esso non è un bisogno fondamentale, ma costituisce una risposta alla necessità di Sussistenza.

I bisogni umani costituiscono le assi portanti della matrice, e si dividono secondo due criteri:

- esigenze esistenziali (existential human need): Essere, Avere, Fare, Interagire;
- esigenze assiologiche (axiological human needs): Sussistenza, Protezione, Affetto, Comprensione, Partecipazione, Riposo, Creazione, Identità, Libertà;

Questi principi sono sempre validi e fondamentali per ogni essere umano, ciò che varia in base alla cultura, al luogo ed il tempo sono i modi in cui trovano le risposte.

Tra di essi, tolti quelli di sussistenza necessari alla vita, non vi è un rapporto gerarchico, si comportano come componenti di uno stesso sistema, le cui caratteristiche si compongono per simultaneità, complementarietà e bilanciamento.

Ogni bisogno può essere soddisfatto secondo a diversi livelli di intensità e principalmente all'interno di tre contesti che possono riguardare l'individuo stesso, il gruppo sociale e l'ambiente. La qualità e l'intensità, sia del livello che del contesto, variano in base al tempo, allo spazio e alle circostanze.

Ogni volta che un bisogno umano fondamentale non viene soddisfatto, si genera una condizione di povertà, che è ben diversa dal solo concetto economico; si parla quindi di molteplici povertà, per esempio la mancanza di cibo sufficiente o di un riparo, rappresentano una povertà della Sussistenza, così come la violenza, la cattiva sanità lo sono per la Protezione. La collettività deve riconoscere ed affrontare questo genere di mancanze, prima che assumano una dimensione patologica di frustrazione per il sistema-società.

Analizzando più nello specifico la matrice, i 9 bisogni fondamentali più i 4 esistenziali, costituiscono i termini di confronto, rappresentando i parametri invariabili. Dal loro incrocio nascono trentasei aree di analisi. All'interno di ogni corrispondenza vanno inseriti quelli che Max Neef definisce "satisfiers", ovvero i modi in cui i bisogni si soddisfano. I satisfiers sono le variabili soggettive che vengono determinate dal contesto di riferimento, inoltre possono rispondere contemporaneamente a più necessità. Per esempio l'allattamento materno soddisfa i bisogni di sostentamento, protezione, affetto ed identità del bambino.

Non bisogna confondere questi elementi con beni materiali. Gli oggetti sono strumenti in grado di influenzare l'efficienza dei satisfiers, potenziandola o minimizzandola.

Se si pensa ad esempio all'incrocio tra il Fare e il bisogno di Comprensione, si possono associare molte azioni, come lo studiare, il ricercare, lo scoprire, il confrontare; gli oggetti in questo caso possono essere innumerevoli e variare in base al contesto storico e sociale, dal libro al laboratorio, al computer, al microscopio e così via.

La natura dei satisfiers può essere molteplice, Max Neef ne identifica principalmente 5 tipologie:

- Destroyers o violators: annientano la possibilità di soddisfare il bisogno reale a cui vengono associati, e nello stesso tempo diminuiscono un'adeguata soddisfazione degli altri. Spesso sono situazioni imposte, come ad esempio l'esilio e la censura.
- Pseudo-satisfiers: generano un falso senso di soddisfazione, come lo status symbol o lo sfruttamento delle risorse naturali.
- Inhibiting satisfiers: sono quelle risposte che sovra-soddisfano un solo bisogno, andando a compromettere la soddisfazione degli altri, come l'iper-protezione, il permissivismo, la pubblicità.
- Singular satisfiers: servono a soddisfare un bisogno in particolare, ma non hanno accezioni negative.
- Synergic satisfiers: sono quelli che, una volta soddisfatto il bisogno dato, riescono contemporaneamente a promuovere e favorire il raggiungimento degli altri, come l'allattamento al seno, la pubblica istruzione, la democrazia diretta.

La tabella sottostante riporta la matrice con l'interazione tra le componenti esistenziali ed assiologiche, con alcuni esempi generali che simulano la modalità di compilazione.

La colonna dell'Essere registra gli attributi personali e collettivi, che vengono espressi solitamente sotto forma di nomi. In quella dell'Avere si trovano le istituzioni, le norme, i meccanismi, le leggi e gli strumenti. Possono essere espressi con una o più parole.

La colonna del Fare rappresenta le azioni personali o collettive, espresse sotto forma di voci verbali. Infine, in quella dell'Interazione viene inserito il contesto, inteso sia nella sua dimensione spaziale che temporale.

Fundamental Human Needs	Being	Having	Doing	Interacting
Subsistence	physical health mental health	food, shelter, work	feed, procreate, rest, work	living environmet social setting
Protection	care adaptability autonomy	social security health system, family, rights	cooperate, prevent, take care of help, cure	Living space social environmet es
Affection	respect, tolerance, sense of humor, generosity, sensuality	Friendship family partnership relationship with nature	share, take care of make love, express emotion appreciate	home, intimacy, space of togetherness
Understanding	critical conscience curisity, intuition capacity, astonishment	Literature, teachers , educational policies	analyse, study, meditate, investigate experiment	school, family, university, communities
Partecipation	receptiveness dedication passion, sense of humor	rights, responsibilities, duties,work	cooperate, dissent, share express opinions interact	associations, parties, neighbourness communities, churches, family
Idleness	tranquillity spontaneity curisity, imagination	Games, spectacles paece of mind, dubs, parties	daydream, play remember relax, have fun	privacy, intimacy, free times, lanscapes
Creation	imagination boldness inventiveness curiosity	abilities, skills, work techniques	invent, build, design, work, compose, interpret	workshop, cultural groups, spaces for expression, audiences
Identity	sense of belonging, self-esteem consistency	language, eligion, symbols,habits, customs, reference groups, sexuality, work	commit oneself, integrate oneself, confront, grow, decide on	social rhythm everyday setting maturation stage, setting which belong to
Freedom	autonomy, passion determination open-mindednes tolerance	equal right	dissent, choose be different from, run risks, develop awareness, comit oneself, disobey	temporal spatial plasticity

Esempio di matrice di Max Neef

Note Capitolo 3

1 E. Schumcher Piccolo è bello, Slow Food Editore, citazioni pag.230, pag.221

2 Vandana Shiva. Il bene comune della terra. Serie Bianca Feltrinelli, Milano, 2006. cit. pag. 21

3 Andrea Calori. Coltivare la città.Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo-Altreconomia, Milano 2009. Cit. pag. 26

4 Andrea Calori. Coltivare la città.Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo-Altreconomia, Milano 2009.

5 M. Max-Neef. Human Scale Development.The Apex Press New York and London, 1991. Versione digitale in lingua inglese disponibile al link: http://www.max-neef.cl/download/Max-neef_Human_Scale_development.pdf

4. CASE STUDIES

4.1 Community

Le proposte raccolte in questa sezione, sebbene appartengono a contesti differenti, mettono in rilievo l'incapacità del modello agricolo convenzionale di sopravvivere senza cambiamenti, ma rappresentano, dall'altra, il potenziale che può nascere dal metterlo in discussione.

Dall'introduzione dei metodi di agricoltura industriale, sono germogliate numerose iniziative partite "dal basso", mosse dalla necessità di produttori e consumatori di rivendicare cibo sano e una filiera trasparente. Queste realtà, sono state in grado di creare processi di approvvigionamento differenti dalla filiera commerciale diffusa, creando modalità di scambio alternativi. Dei veri e propri percorsi innovativi, che dall'esclusione dalle leggi di mercato, han saputo crearne delle proprie, sviluppando una forte autonomia ed indipendenza. Infatti, negli ultimi anni, l'agricoltura si è trovata ad essere uno dei settori in maggior fermento, una realtà dinamica nel quale si ridisegna, non solo la stessa pratica agricola, ma il ruolo che essa ha all'interno della società e del contesto.

La complessità che troveremo nei singoli progetti è variabile, a volte si tratta di processi di vendita diretta, in altre invece, si costituiscono vere e proprie reti che coinvolgono attivamente ogni attore che le compongono.

Le strade percorse suggeriscono principalmente due atteggiamenti, il primo legato all'accorciamento della filiera in ottica di eliminare intermediari e restituire potere decisionale e contrattuale al produttore, il secondo volto più a ridisegnare e ricollocare le logiche distributive.

Con il termine community, si vuol sottolineare proprio l'azione partecipativa che il cibo può costruire, diventando il motore trainante di una "ricontadinizzazione"¹. In queste realtà, produttori e consumatori, non sono più due realtà avulse e lontane, ma riscoprono di far parte dello stesso processo, mettendo in discussione la visione lineare dell'agricoltura industriale.

Concetti come locale, autonomia, consapevolezza, indipendenza, sono tra le parole chiave che compongono questo dinamico scenario di transizione.

In questa sezione abbiamo cercato di definire un percorso di lettura per favorire l'orientamento all'interno del panorama delle iniziative esistenti: le tematiche sono state viste secondo prospettive differenti, quella della produzione, della distribuzione e della vendita. Bisogna però sottolineare come i confini sopra tracciati risultino tutt'altro che netti: nella maggior parte dei casi i tre anelli della filiera interagiscono fortemente, disegnando un sistema complesso.

- Comunità e Agricoltura

Prima di raccontare le singoli casi raccolti è interessante approfondire come hanno avuto origine i primi modelli di circuiti alimentari corti e quali principi fondamentali li regolano.

Nel contesto contemporaneo, la necessità di instaurare nuovamente un contatto tra produttore e consumatore, viene spronata in primo luogo da una concezione dell'agricoltura, che si rifà alla tradizione popolare e religiosa giapponese: lo yuki. Questo vocabolo rimanda al mondo delle leggi naturali, in cui il contadino è tenuto a rispettare alcune regole di relazione armonica sia nei confronti della natura che nei rapporti sociali².

In Giappone, infatti, solo durante il periodo post-bellico, inizia a prender piede la diffusione dell'uso della chimica in campo agricolo sotto l'influenza americana, portando alla rapida diffusione di metodi di coltivazione industriale. L'introduzione di questi sistemi occidentali furono però visti con molto sospetto da un gran numero di cittadini oltre che di coltivatori, che svilupparono tecniche alternative che prevedevano l'abolizione della chimica, a favore della filosofia yuki, ritenuta in parte precursore dell'attuale filosofia biologica ed organica. Proprio sullo sfondo di queste vicende si sviluppò il concetto di teikei, che contestualizzato all'ambito alimentare significa "cibo che porta la faccia dell'agricoltore".³

Alla base dell'approccio teikei vi è una forma di co-partenariato tra produttore e consumatore. La sua nascita viene spesso associata ad un piccolo gruppo di donne giapponesi di Kobe, che intorno agli anni 1965-1970, preoccupate dalla continua perdita di qualità del cibo, dall'uso crescente dei pesticidi, dai cibi trasformati e importati, e della corrispettiva perdita di fiducia per i commercianti, riuscirono a tessere una rete di relazioni con diversi agricoltori, ed a costituire le basi per un sistema di distribuzione alternativo, indipendente dal mercato tradizionale.

La filosofia che sta alla base dei teikei è riassumibile in dieci principi:

1. Principio di mutua assistenza: l'essenza delle relazioni instaurate tra i soci, va al di là del fine commerciale. Sia il produttore che il consumatore si impegnano per supportarsi in modo reciproco.
2. Principio di produzione programmata: i coltivatori, in accordo con i consumatori, si impegnano

- a produrre la massima diversità di prodotti con la più alta qualità, all'interno delle capacità produttive della singola realtà agricola.
3. Principio di accettazione dei prodotti: i consumatori dovrebbero accettare ogni genere di prodotti coltivati in accordo con le consultazioni fatte in precedenza tra i coltivatori e gli abbonati; la dieta di questi ultimi dovrebbe dipendere il più possibile dai prodotti forniti.
 4. Principio del mutuo sconto nella decisione dei prezzi: nel decidere i prezzi della produzione, l'agricoltore deve tener conto del lavoro e del costo risparmiato dall'accorciamento della filiera e della certezza dell'accettazione del prodotto finale, allo stesso modo i consumatori devono considerare i vantaggi di avere cibi sani, sicuri e gustosi.
 5. Principio dell'approfondimento delle amicizie: le relazioni durevoli richiedono amicizie reali, il principio di approfondire i rapporti di amicizia incoraggia frequenti contatti tra i consumatori e i produttori.
 6. Principio della distribuzione autogestita: questo principio incoraggia il coinvolgimento del produttore e/o dei consumatori per la distribuzione delle quote di raccolto, scoraggiando il ricorso a trasportatori professionisti.
 7. Principio della gestione democratica: incoraggia sia i coltivatori che gli abbonati a mettere in atto processi decisionali di condivisione delle responsabilità.
 8. Principio dell'apprendimento tra i diversi gruppi: favorisce lo sviluppo continuo di amicizie e di una cultura non materialista, con lo scopo di evitare le relazioni a solo fine commerciali di scambio di merci.
 9. Principio del mantenimento della scala appropriata del gruppo: siccome la dimensione dei gruppi di consumatori o di coltivatori è determinante per mantenere le pratiche sopracitate, è necessario mantenere la scala a livelli appropriati.
 10. Principio dello sviluppo progressivo: richiede lo sforzo continuo per impegnarsi a sviluppare una mutua cooperazione, con l'obiettivo di raggiungere condizioni soddisfacenti sia per i gruppi di coltivatori che per i consumatori.⁴

Questo genere di esperienza si incrociò poi nel tempo con il sistema delle cooperative, generando realtà molto ampie e radicate sul territorio. Questo approccio inoltre è molto vicino a quello del movimento dell'agricoltura organica giapponese, la JOAA (Japanese Organic Agriculture Association) un'associazione per la vendita diretta fra le più estese nel mondo, che ha meritato anche il premio nobel alternativo⁵ per l'ecologia.

Contemporaneamente ai teikei, in zone come la Germania e la Svizzera, si svilupparono iniziative simili: gruppi di consumatori e agricoltori formano partenariati di cooperazione per finanziare le strutture agricole e pagare tutte le spese di coltivazioni ecologicamente e socialmente eque. Molte delle realtà si ispiravano alle ideologie di Rudolf Steiner⁶ e all'applicazione dell'agricoltura biodinamica.

Negli anni ottanta, si diffusero maggiormente in tutta Europa, prendendo sfumature differenti, dall'AMAP Francese (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysan), ai GAS (Gruppi di Acquisto Solidale), fino al CSA (Community Supported Agriculture) che prese piede in Nord America e si sviluppò



Community: aree di indagine

4.1.1 Dal produttore al consumatore

Nel panorama della casistica del consumo critico l'incontro tra piccoli agricoltori, contadini e tra consumatori consapevoli ha assunto diverse forme, costituendo reti alimentari alternative, alla cui base è però comune la stessa avversione nei confronti di un certo tipo di globalizzazione più attenta ai ricavi delle aziende che ai bisogni delle persone. I casi più semplici di queste reti alternative, sono quelli che prevedono una riduzione della filiera agroalimentare ai suoi due attori principali: i produttori ed i consumatori. Nello specifico e visti gli attori coinvolti, questo tipo di iniziative rappresentano pratiche di economia che partono dal "basso".

Queste reti perseguono tre obiettivi. Il primo è quello di promuovere e favorire pratiche produttive sostenibili finalizzate alla produzione e alla riproduzione delle risorse naturali come terra, acqua e aria. La sostenibilità riguarda anche il tentativo di ridurre il grado di coinvolgimento commerciale e tecnologico dell'agricoltura attraverso il rafforzamento dei circuiti non commerciali e la rigenerazione delle risorse produttive.

Il secondo obiettivo mira a sostenere il cambiamento dei modelli di consumo, sottraendoli dal condizionamento, dalla pressione e dalle logiche imposte dalle grandi imprese di trasformazione e commercializzazione. Le reti alimentari alternative diventano così un luogo protetto e privilegiato di incontro tra i contadini ed i consumatori consapevoli. Il terzo obiettivo è quello di riuscire a determinare un cambiamento delle politiche locali, nazionali e sovra-nazionali rompendo con la logica che le vuole subordinate agli interessi del complesso agroindustriale e orientandole, invece, verso il sostegno allo sviluppo rurale e sostenibile⁷.

La filiera corta rappresenta una forma di distribuzione nella quale avviene uno scambio diretto tra produttore e consumatore. Come vedremo successivamente, esistono casi di reti alternative che prevedono una diversa gestione della figura dell'intermediario, ma questi rappresentano già forme di aggregazione più complesse mentre la filiera corta, nella sua semplicità, consente di eliminare tutti i vari passaggi intermedi e di azzerare la distanza che si frappone tra un prodotto e il suo utilizzo finale. Le relazioni che si creano tra gli attori di questo sistema, vanno oltre l'atto della vendita e dell'acquisto e portano sia al riconoscimento di valore dell'attività svolta dal contadino che alla creazione di reti stabili di solidarietà e di mutuo aiuto tra produttori e consumatori⁸.

I benefici sono quindi per entrambi. Questo processo offre: al consumatore l'opportunità di riappropriarsi del suo potere di controllo e di scelta nei confronti di ciò che mangia e di chi lo produce; il contadino riesce invece a spuntare un prezzo migliore per le sue produzioni di qualità, permettendo il sostentamento delle piccole realtà agricole che possono così evitare di entrare nel giro delle centrali d'acquisto della grande distribuzione che offre loro condizioni spesso inaccettabili. A seconda di chi promuove questo tipo di iniziative, possiamo distinguere due modalità di intervento. Nel caso l'impulso arrivi direttamente dai produttori, riconosciamo la formula dei mercati dei contadini (farmers' market), nel caso si tratti invece dei consumatori, riconosciamo la struttura di quelli che in Italia prendono il nome di Gruppi di Acquisto Solidale (GAS).

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	accessibile, remunerativo.	associazione, prodotti locali, massa critica.	coltivare, associarsi, scegliere.	riunioni, mercati.
Protection (protezione)	onestà, unione, tutela, responsabilità condivisa.	sicurezza alimentare, qualità, sicurezza lavoro.	supportare, contrattualizzare.	mercato, patti sociali.
Affection (affezione)	rispetto, fiducia.	rapporto diretto, comunità.	supportare, apprezzare, valorizzare, condividere.	incontri, scambio opinioni, mercati, eventi.
Understanding (comprensione)	senso critico, curiosità.	blog, web, libri, riviste, partecipazione.	condividere, leggere, informare.	didattica, scambio opinioni.
Partecipation (partecipazione)	apertura, accettazione, consapevolezza.	responsabilità, lavoro, associazione.	cooperare, condividere, partecipare.	associazioni incontri gruppi categorie
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità.	organizzazione, partecipazione.	svolgere, partecipare, acquistare.	mercato, riunioni.
Creation (creare)	passione, determinazione.	cibo, senso critico.	coltivare, associarsi.	eventi, incontri.
Identity (identità)	differenziazione, orgoglio.	valori, stile di vita, ideologie, soddisfazione,	decidere, scegliere consapevolmente, controvertire	gruppi associazioni mercato
Freedom (libertà)	autonomia, autostima, passione, apertura mentale.	uguali diritti, potere contrattuale, fiducia, responsabilità.	scegliere, essere differenti.	libertà dalle pressioni. scelta.

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione "Dal produttore al consumatore"

- **Farmers' market**

Località: Diffuso in tutto il mondo ma con particolare rilevanza nei Paesi Occidentali

Tipo di località: Mercati in area urbana

Nascita progetto: Inizi anni '70

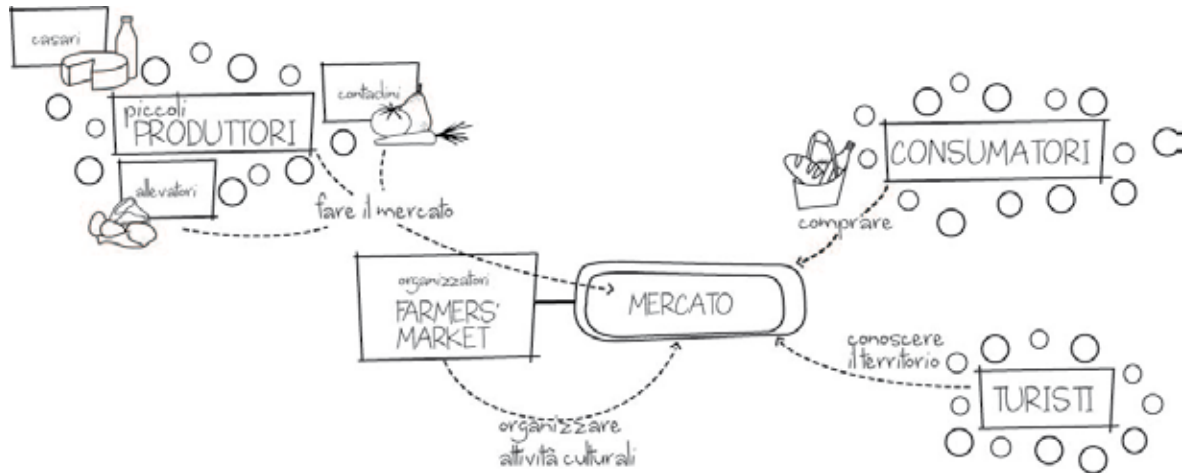
Tipologia di organizzazione: Organizzatori: associazioni, enti pubblici, enti privati. Partecipanti: agricoltori, artigiani, piccoli produttori.

Approccio: Mercato dei contadini

Fase della filiera: Vendita diretta

Attori coinvolti: Agricoltori e piccoli produttori

Parole chiave: Mercato, Produzione-consumo, Piccoli produttori, Agricoltori, Filiera corta, Km 0, Stagionalità, Prodotti tipici, Biologico, Vendita diretta, Tradizioni, Territorio



Mappa delle relazioni

La storia dei mercati contadini ha origine agli inizi degli anni '70, quando in diversi Paesi occidentali, dagli Stati Uniti all'Europa, è divenuta esigenza la ricerca di vie alternative allo sviluppo industriale del sistema agroalimentare, al fine di consentire la sopravvivenza di forme diverse di agricoltura. Questi mercati si sono rapidamente diffusi insieme ad altre esperienze di vendita diretta, gestite in forma individuale o collettiva, essi si inseriscono in quel quadro di iniziative definite nel nostro Paese comunemente con il termine "filiera corta", ma conosciute anche come "circuiti brevi di produzione-consumo" (short food circuits) o come "network (o sistemi) agroalimentari alternativi" (alternative food networks).

Questo tipo di mercati è presente in tutto il mondo ma mentre nei Paesi in via di sviluppo rappresenta uno strumento per il sostentamento, nei Paesi Occidentali assume più il carattere di alternativa ai classici canali di vendita.

I farmers' market rappresentano la forma più antica e praticata di rete alternativa. Questi sono mercati dove si realizza la filiera corta attraverso la partecipazione degli stessi produttori all'attività della mercatura. Un accorciamento delle distanze - fisiche, sociali, culturali, economiche - tra mondo della produzione e mondo del consumo.

La principale caratteristica, che differenzia questo tipo di mercato da quello rurale, è l'assenza della figura del "mercante", inteso come intermediario avulso dalla produzione. In questo caso è fondamentale che questo ruolo venga ricoperto proprio dal contadino, spesso piccoli produttori, che funge da testimonial e garante della genuinità dei propri prodotti nei confronti del consumatore.

Il rapporto diretto fra chi produce e chi consuma rende inoltre possibile la sperimentazione di nuove forme di scambio, incontro e cooperazione nonché la possibilità di acquistare prodotti agricoli di qualità a prezzi ragionevoli.

L'altra grossa differenza, rispetto alle forme più classiche di mercato, è che si trovano esclusivamente prodotti locali, dato che per un contadino è pressoché impossibile frequentare mercati lontani dalle proprie terre. Quindi si tratta di mercati dove si trova effettivamente applicato il concetto dei chilometri zero, spesso non solo inteso come distanza dell'approvvigionamento, di norma su scala provinciale o regionale, ma al tempo stesso proprio per la tipicità di ciò che viene venduto. Non solo. Proprio perché strettamente legati ad una produzione agricola "tradizionale", i prodotti di questo mercato rispettano le regole della stagionalità. I mercati contadini permettono di ritrovare immediatamente il senso del tempo, in quanto le colture fuori stagione richiederebbero consumi energetici eccessivi non sostenibili e convenienti per il piccolo dimensionamento di queste realtà.

Proprio per la tipologia di prodotti offerti, questi spazi stanno assumendo sempre di più il ruolo di vetrina per il territorio, offrendo l'occasione, ai consumatori, di riscoprire le tradizioni legate alla cultura enogastronomica tipica di quel luogo.

Nei mercati dei contadini i produttori devono commercializzare prodotti agricoli, anche trasformati, provenienti da aziende del territorio e per favorire la trasparenza, il luogo di origine dei prodotti, la denominazione dell'impresa e il prezzo di vendita devono essere chiaramente indicati ed esposti al pubblico.

I farmers' market svolgono inoltre un ruolo fondamentale come luoghi culturali, potendo promuovere manifestazioni culturali, attività didattiche e dimostrative, correlate ai prodotti venduti, contribuiscono infatti alla valorizzazione della biodiversità e al ripristino del legame con il territorio, contrastando l'omologazione colturale e la conseguente omologazione dei gusti e dei consumi.

Un Decreto del Ministero delle politiche agricole (MIPAAF) del novembre 2007, pur non avendo natura regolamentare, si pone come un atto di indirizzo, non cogente, che mira a diffondere una corretta ed efficiente modalità organizzativa dei farmer's market che testimonia l'attenzione del Governo nazionale per essi e per i vantaggi che possono dare sia ai consumatori in termini di minor prezzo dei prodotti, sia ai produttori in termini di maggior ricavo. Il decreto sancisce inoltre i requisiti uniformi e standard per la realizzazione dei mercati contadini, relativamente alla partecipazione dei produttori, alle modalità di vendita e alla trasparenza dei prezzi.

Come detto i mercati dei contadini cominciarono a svilupparsi già negli anni '70, ma è a partire dagli anni '90 che questo tipo di iniziative ha assunto intensissimi ritmi di crescita in tutto il mondo. I farmers' markets costituiscono oggi una realtà consolidata negli USA: i dati del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) riportano la presenza di 4.385 mercati nel 2006, con una crescita del 150% dal 1994, anno del primo censimento.

Nel 2000⁹, quando i mercati erano 2.863, si stimava che 66.700 agricoltori vendessero direttamente le proprie produzioni a 2.760.000 consumatori ogni settimana, con un volume di affari di 888 milioni di dollari, e che ben 19.000 produttori utilizzassero i farmers' market come unico canale di vendita.

In Francia, i mercati contadini nascono nel 1992 ma assumono diverse connotazioni. Nei Marché paysan sono ammessi soltanto produttori agricoli che vendono direttamente le proprie produzioni, ma esistono altre tipologie di questi mercati francesi in cui sono presenti anche artigiani e commercianti. In Francia la coordinazione di questi mercati è svolta dalla Chambres d'agriculture ma l'organizzazione in se è invece demandata ad associazioni o alla collettività locale. Anche in Germania i primi Bauernmarkt nascono nel 1992 ed attualmente se ne contano circa 5.000¹⁰. Nel Regno Unito, invece, il fenomeno dei mercati dei contadini è più recente: il primo fu inaugurato nel 1997, ma attualmente, secondo i dati dell'Associazione Nazionale Vendita Diretta e Mercati dei Produttori (FARMA)¹¹, se ne contano oltre 500 mentre in Irlanda 129 suddivisi tra: i mercati municipali, i mercati privati, i mercati dei commercianti, i mercati di paese ed i mercati gestiti da cooperative o dalla comunità locale.

In Italia la vendita diretta dei prodotti alimentari è una pratica che, nonostante il processo di modernizzazione del sistema agro-alimentare, non è mai venuta meno ed è tutt'ora presente su tutto il territorio nazionale. Proprio questa caratteristica rende difficile stimare la dimensione del fenomeno al di fuori delle iniziative coadiuvate da organizzazioni come Coldiretti e SlowFood.

I dati di Coldiretti, riguardanti i farmers' market in Italia nel 2010, raccontano la presenza di 705 mercati, distribuiti lungo tutta la penisola (60% al Nord, 22% Sud ed Isole, 18% Centro), composti da 16 mila imprenditori agricoli. La stima del fatturato realizzato si aggira attorno ai 320 milioni di euro. Oltre ai vantaggi precedentemente elencati, è necessario puntare l'attenzione su quelli che potrebbero essere i potenziali limiti di questa attività. Da una parte un grosso limite potrebbe derivare proprio dal ruolo del contadino. Se, come abbiamo visto la sua presenza è indice di garanzia del prodotto, allo stesso modo può non essere indice di capacità nella vendita. Il doversi reinventare mercante, potrebbe rappresentare un limite per chi si avvicina a questo tipo di iniziative proprio per la tipologia di diverse competenze richieste. Non solo, l'attività del mercato, tra preparazione e vendita, sottrae diverso tempo al naturale lavoro nei campi.

C'è inoltre da considerare le tempistiche del mercato da parte dei consumatori. Da una parte c'è sicuramente la sovrapposizione tra orario di lavoro ed orario di mercato, aggirabile attraverso l'organizzazione dell'evento durante il week-end. Dall'altra va considerata la frequenza con cui questi vengono svolti, che rischia di non essere sufficiente a sostituire la spesa attraverso i canonici canali di vendita, ma rappresentare solo una minima parte di quanto necessario.

- **Gruppo di Acquisto Solidale (GAS)**

Località: Italia

Nascita progetto: 1994 a Fidenza

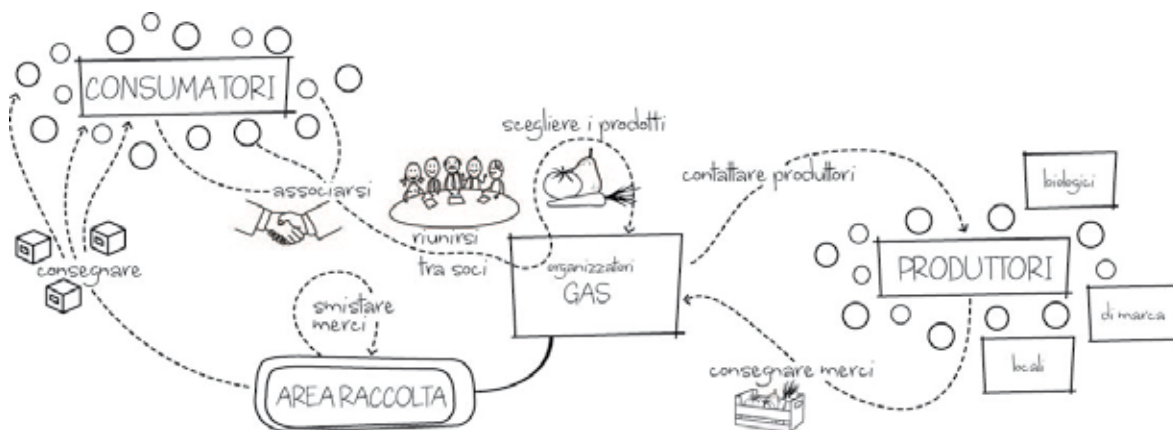
Tipologia di organizzazione: Associazione riconosciute e non riconosciute, cooperative.

Approccio: Approccio critico al consumo

Fase della filiera: Distribuzione

Attori coinvolti: Consumatori e produttori

Parole chiave: Distribuzione alternativa, Consumatore consapevole, Produttori, Filiera corta, Vendita diretta, Unione fa la forza, Relazione, Energia,



Mappa delle relazioni

I GAS sono gruppi di acquisto, organizzati spontaneamente, che partono da un approccio critico al consumo e che vogliono applicare i principi di equità e solidarietà ai propri acquisti. Anche i GAS, così come abbiamo visto accadere per i farmers' market, operano nell'ambito della Filiera Corta. Queste spese di gruppo sono principalmente orientate verso l'acquisizione di prodotti alimentari o di largo consumo. I gruppi d'acquisto sono generalmente composti da un numero variabile di nuclei familiari, che va da 4-5 unità per i più piccoli, a più di 400 per i più grandi.

Il termine "Solidale" è utilizzato dai GAS per distinguersi dai gruppo d'acquisto tout-court, che possono non presentare connotazioni etiche, ma essere solo uno strumento di risparmio.

Nella definizione dei GAS è quindi importante il richiamo all'importanza delle relazioni sociali ed umane o del legame con l'ambiente circostante o con le tradizioni agricole e gastronomiche. Tali distinzioni sono riprese anche all'interno della formula legislativa che li contraddistingue: I GAS pertanto sono "soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi con finalità etiche, di solidarietà sociale e sostenibilità ambientale" (Legge Finanziaria 2008, art. 1, comma 268).

La possibilità di fare acquisti in gruppo è ciò che permette ai GAS di trattare direttamente con il produttore, ottenendo così prodotti a prezzi agevolati. In genere gli acquisti vertono su beni primari come frutta, ortaggi, formaggi, salumi, carne, uova, latte, burro pasta, riso, farina, vino, olio, conserve, marmellate, miele. Ogni gruppo, però, può indirizzare le proprie preferenze anche verso prodotti meno comuni come cosmetici, detersivi, latte artificiale, pannolini e libri. Acquistare dai piccoli produttori locali permette per esempio, in ambito alimentare, di pagare prodotti biologici, che nella filiera agroalimentare hanno un prezzo maggiore per il consumatore e vengono considerati quindi elitari, ad un prezzo accessibile poiché rifornendosi direttamente dal produttore non vengono ad aggiungersi i margini di guadagno degli intermediari della distribuzione.

Quindi acquistare in gruppo consente un duplice vantaggio se si assicura al produttore una certa quantità di venduto. Per il consumatore si tratta di un risparmio associato ad un prodotto di alta qualità, mentre per il produttore di un ricavo maggiore. Per inteso, il produttore può benissimo continuare a vendere i propri prodotti agli intermediari della distribuzione, l'assenza di questi determina però un aumento dei guadagni personali e, in linea di massima, una salvaguardia dalle dinamiche dell'attuale sistema agro-industriale ed i suoi vincoli. L'acquisto tramite canale di vendita diretta, quale è quello messo in piedi dai GAS, esautorata dal rapporto con il prezzo, proteggendo il consumatore dai rincari diffusi sulla maggior parte dei beni e che rappresentano l'aumento dei prezzi ad ogni passaggio di intermediario. Per i componenti dei gruppi di acquisto solidali è inoltre importante spostare l'attenzione dal prezzo alla qualità, che risulterà tendenzialmente migliore, a parità di prezzo, rispetto a quanto offerto dalle normali catene distributive della GDO.

Generalmente gli acquisti nei GAS vengono gestiti attraverso la raccolta degli ordini. La modalità di raccolta più efficiente in termini di costi e di tempo è sicuramente l'utilizzo della posta elettronica ma,

specialmente per quanto riguarda i gruppi di acquisto più datati, possono essere ancora utilizzati altri strumenti come il telefono, gli incontri o la posta ordinaria.

I gruppi di acquisto solidali possono strutturarsi in tre principali tipologie a seconda delle esigenze dei componenti che li costituiscono. Una prima tipologia di organizzazione è quella informale, caratterizzata dall'assenza di una vera e propria struttura. Generalmente si adatta a quei gruppi di dimensione ridotta dove non è necessaria una formalizzazione del legame.

Questi gruppi sono comunque soliti dotarsi di un regolamento dove precisano in maniera dettagliata le attività, che vengono svolte completamente dai componenti. Le spese di gestione vengono ripartite tra i soci senza aggiungere ricarichi sui prezzi dei prodotti.

Una seconda tipologia è quella che prevede l'appoggio ad associazioni (o cooperative) esistenti. Per realizzare ciò occorre che i partecipanti diventino soci e che gli acquisti collettivi rientrino tra le finalità dell'associazione, anche in questo caso ci si dota di un regolamento al quale devono aderire i partecipanti, altrimenti bisognerà procedere ad una modifica dello Statuto. Il vantaggio di questa organizzazione è la possibilità di avvalersi dei magazzini e delle strutture dell'associazione che fornisce al gruppo non solo aiuto in termini logistici, ma anche la tenuta di una regolare contabilità. Per ripagare i servizi offerti dall'associazione, generalmente viene effettuato un ricarico sul prezzo dei prodotti.

Una terza tipologia è quella di formalizzare il gruppo costituendosi in associazione. Generalmente questa esigenza sorge quando il gruppo aumenta particolarmente di dimensioni e si preferisce diventare un soggetto giuridico. I vantaggi, oltre ad una più ampia autonomia ed identità, sono rappresentati dalla possibilità di ottenere fondi o di utilizzare strutture e locali comunali messi a disposizione delle associazioni. Per costituirla è necessario redigere uno Statuto e un Atto Costitutivo con l'assistenza di un notaio.

Tra i vantaggi di effettuare acquisti in gruppo, come abbiamo visto precedentemente, viene anche considerata una riduzione dei tempi necessari a fare la spesa grazie soprattutto al vantaggio organizzativo della suddivisione dei compiti.

Un altro elemento di forza della spesa di gruppo è la possibilità di pagare anticipatamente al produttore la somma dovuta. Questi strumenti di partecipazione economica fidelizzano il rapporto consumatore-produttore evitando che quest'ultimo debba ricorrere a finanziamenti per pagare il proprio lavoro.

A questi elementi, sicuramente positivi dei sistemi di acquisto dei GAS, si affiancano alcune criticità. La necessità di organizzazione, che questo tipo di strumento richiede, è allo stesso tempo la principale causa di scarsa flessibilità del sistema. Questa incide principalmente su due aspetti: per iniziare è richiesta la buona capacità di quantificazione e programmazione dei consumi onde evitare lo spreco dei beni acquistati; in secondo luogo c'è il vincolo dei produttori che di fatto determinano le tipologie di prodotti acquistabili e la derivante difficoltà di sostituire in toto la spesa, effettuata altrimenti attraverso i canonici canali di vendita.

Un altro aspetto da tenere in considerazione è che, nonostante i GAS vengano annoverati tra i sistemi di filiera corta, capita di trovare produttori che, inseriti all'interno di diversi gruppi d'acquisto, riforniscono con i loro prodotti su scala nazionale, sostituendo con questo sistema la meno conveniente distribuzione organizzata. In questo caso l'aspetto di sostenibilità ambientale viene purtroppo a mancare sostituita nuovamente da ragioni di tipo commerciale.

Negli ultimi anni i GAS si sono resi partecipi di ulteriori iniziative rivolte ai campi della telefonia e della produzione energetica. Per quanto riguarda la seconda, la liberalizzazione programmata per il 2007 del mercato per le utenze domestiche, ha messo i partecipanti dei gruppi d'acquisto di fronte alla prospettiva nuova di ragionare in termini di scelta del fornitore. Non solo, la prospettiva di fondo a cui vuole tendere l'intervento dei GAS in tema di energia è quello della spinta verso l'autoproduzione decentrata e condivisa, basata sull'utilizzo di fonti rinnovabili (geotermico, idrico, solare, fotovoltaico, biomasse, ecc.) a misura "locale".

- *Dal produttore al consumatore: ricadute*

I sistemi legati allo sviluppo di filiera corta, come i Farmer's market ed i GAS, hanno avuto nell'ultimo decennio uno sviluppo incredibile, quasi esponenziale, dando una precisa dimensione di questo fenomeno rivoluzionario, partito dal basso, che interessa l'approccio al consumo alimentare.

Appare evidente come all'origine di questa diffusione vi sia una forte ideologia, che trova nel consumo critico una solida base, ma al tempo stesso un probabile limite alla sua espansione di massa. Le scelte che questi modelli comportano devono essere sostenute, prima di tutto, dalla motivazione personale e poi supportate dalla consapevolezza di poter assumere un ruolo attivo e propositivo verso il cambiamento. Questo tipo di considerazione e sensibilità difficilmente può essere trasversale

all'intera società. Infatti si parla oggi di un eccesso di consumismo da parte dei paesi ricchi difficilmente debellabile visto che appare agli occhi della gente comune come uno strumento di compensazione dell'insicurezza e dell'insoddisfazione affettiva, umana, sociale e spirituale. Non si percepiscono quindi gli aspetti negativi.

Per permettere ai fenomeni, quali i GAS e i mercati dei contadini, di assumere caratteri universali, bisognerebbe non solo rendere trasparenti le dinamiche che mettono in moto l'attuale sistema, ma rendere consapevoli le persone del potere che hanno con le loro azioni e le loro scelte. Non è detto che in un futuro tutto questo non possa avvenire ma allo stato attuale ci sono ancora diverse incertezze da superare che spesso sono legate, come abbiamo visto, alla forma assunta dalla nostra società, i suoi usi ed i suoi costumi.

Ciò che è auspicabile per l'avvenire è che questo tipo di coscienza critica e queste iniziative, continuino a trovare riscontro e a crescere fino ad assumere una dimensione tale da poter essere condivisa a livello politico. Una rivoluzione partita dal basso favorita, governata, normata e regolarizzata dall'alto con uno Stato che si faccia garante e difensore del bene comune al di là di logiche di mero profitto di parte per non vanificare il forte segnale di un ritorno ai sani principi etici della produzione dei beni e del loro consumo.

4.1.2 URBAN FOOD FARMING: molto più di un ORTO

Ne sono passati di anni dai tempi della seconda guerra mondiale in cui Eleanor Roosevelt esortava i cittadini americani ad auto-produrre frutta e ortaggi nei propri giardini, i victory garden sfamavano gli inglesi e gli orti di guerra gli italiani. Ora a coltivare l'orto è Michelle Obama, che spronata da uno dei più famosi movimenti di urban farming Kitchen Gardners International¹², ha coltivato un piccolo appezzamento biologico nei giardini della Casa Bianca. Un gesto, che va al di là del simbolico, ma che esprime la consapevolezza e l'importanza di un cibo sano e locale.

Ma la Casa Bianca non è affatto sola, un po' in ogni parte del mondo, ogni spazio verde, che sia nel giardino di casa, nell'aiuola del quartiere, spazi urbani abbandonati, piccoli appezzamenti, balconi e perfino tetti si stanno trasformando in superfici coltivabili, aree adibite alla produzione di cibo in un contesto urbano. Se nelle parti più povere del pianeta questo principio è sempre stato alla base della sussistenza di molte famiglie, ora il fenomeno si sta allargando anche nelle aree ritenute sviluppate. Le cause che hanno portato l'agricoltura in città sono molteplici, dalla crescita delle condizioni di indigenza nei contesti urbani occidentali, al continuo aumento dei prezzi alimentari, fino ad una vera e propria presa di coscienza della necessità di intervenire sull'approvvigionamento del cibo.

La consapevolezza dell'insostenibilità degli attuali stili di vita ha portato alla rinascita di concetti come l'autoproduzione, l'utilizzo condiviso, il riappropriarsi dei ritmi naturali, la sicurezza alimentare e la condivisione.

I progetti a riguardo sono numerosissimi ed eterogenei, possono coinvolgere poche persone, come arrivare ad essere gestiti da un'intera comunità. A volte per autoconsumo o per far fronte a vere e proprie emergenze alimentari, altre volte per integrarli a scopi didattici, in altri per la vendita nel quartiere, in altri ancora per rifornire di prodotti freschi la comunità ed i ristoranti locali.

Il fenomeno sta raggiungendo una notevole diffusione e sempre più comuni e governi si stanno rendendo conto del suo potenziale effettivo. In Gran Bretagna la richiesta di "allotment", cioè di piccoli appezzamenti di terra ad uso agricolo spesso situati in centri urbani, ha una lista di attesa di oltre 10013 mila persone. A Londra, per incentivare il fenomeno, è stata lanciata la campagna, "Capital growth", per trasformare zone abbandonate e spazi verdi urbani della città in progetti comunitari di coltivazione di frutta e ortaggi allo scopo di fornire alle comunità locali cibo naturale prodotto in loco. Il progetto, attraverso l'attivazione del contributo in terreni richiesti a scuole, aree residenziali, aziende e singoli cittadini, consiste nell'offerta di un supporto tecnico e finanziario alle comunità interessate ad avviare esperienze di autosufficienza alimentare all'insegna della sostenibilità. La previsione ambiziosa è di creare entro la fine del 2012 nuovi spazi produttivi in oltre 2000 aree urbane.

A San Francisco, in California, il concetto non è affatto nuovo, e viene portato avanti sin dagli anni settanta. Attualmente vista la diffusione capillare, è stato consentito a chiunque coltivi, anche solo nel giardino di casa, di vendere i propri prodotti al vicinato o nei mercati contadini.

In Italia, sulla base dei dati Istat, la Coldiretti ha fotografato lo sviluppo del fenomeno, in cui si può notare come quasi quattro persone su dieci (37%) dedicano parte del tempo libero al giardinaggio e alla cura dell'orto. Sebbene tra gli over 65 l'interesse accomuna quasi il 50% della popolazione in questa fascia di età, il fenomeno evidenzia un forte aumento della popolazione più giovane. Infatti nella fascia tra i 25 e i 35 anni vede coinvolta una persona su quattro. In Veneto, Valle d'Aosta, e Friuli Venezia Giulia il fenomeno è molto diffuso e interessa oltre il 50% della popolazione. Nel mezzogiorno si scende su valori inferiori al 25%.

Gli orti urbani si sviluppano con caratteristiche diverse, vi sono quelli costruiti in spazi privati come balconi, terrazze o tetti, altri che si rifanno ad aree gestite da associazioni o privati, per passare a quelli più strutturati che si avvalgono della concessione da parte dei Comuni e delle singole Circoscrizioni di piccoli appezzamenti di terra in zone all'interno della città o collocate nella prima cintura periferica. Gli orti comunali sono aree verdi che si estendono solitamente sui 40, 50 mq gestite direttamente dai cittadini per concessione del Comune di appartenenza, per le quali è necessario corrispondere un piccolo affitto. Questi sono presenti in sempre più città italiane, tra i più noti vi è il Parco Nord di Milano, in cui ci sono circa 300 orti. A Roma, vi è una delle esperienze di quartiere meglio riuscite, la Garbatella, composta da circa 15 orti, a queste si aggiungono le esperienze di Firenze, Torino, Venezia, Napoli, Livorno e Ferrara.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	salute fisica salute mentale accessibile	cibo lavoro	coltivare nutrirsi	rapporti sociali
Protection (protezione)	autonomia uguaglianza onestà	sicurezza alimentare; qualità	supportare prevenzione	spazio sociale contesto locale
Affection (affezione)	rispetto fiducia integrazione	comunità amicizia; relazione con la natura	supportare; condividere; prendersi cura;	spazi condivisi mercati eventi
Understanding (comprensione)	ricettività curiosità	esperienza guide tradizioni	condividere imparare facendo coltivare confronto	spazi didattici workshop incontri
Participation (partecipazione)	apertura dedizione accettazione consapevolezza	responsabilità lavoro diritti e doveri	cooperazione condivisione partecipazione interazione	associazioni incontri gruppi categorie
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità relax calma pazienza	eventi serenità	divertirti stare insieme riflettere	paesaggio naturale tempo libero
Creation (creare)	curiosità orgoglio passione determinazione	manualità	coltivare lavorare comporre	workshop; gruppi; momenti di confronto
Identity (identità)	appartenenza solidarietà	valori stile di vita soddisfazione	confrontarsi ispirare prendere iniziativa	gruppi; scenario di appartenenza
Freedom (libertà)	autonomia democrazia passione apertura mentale	uguali diritti fiducia responsabilità	scegliere essere differenti da	libertà dalle pressioni; riappropriarsi dei propri ritmi; ritmi naturali

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Urban Food Farming.

- **URBAN WINE: il vino di città**

Località: Tooting, distretto sud di Londra, UK

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 2007

Tipologia di organizzazione: produzione, vendita

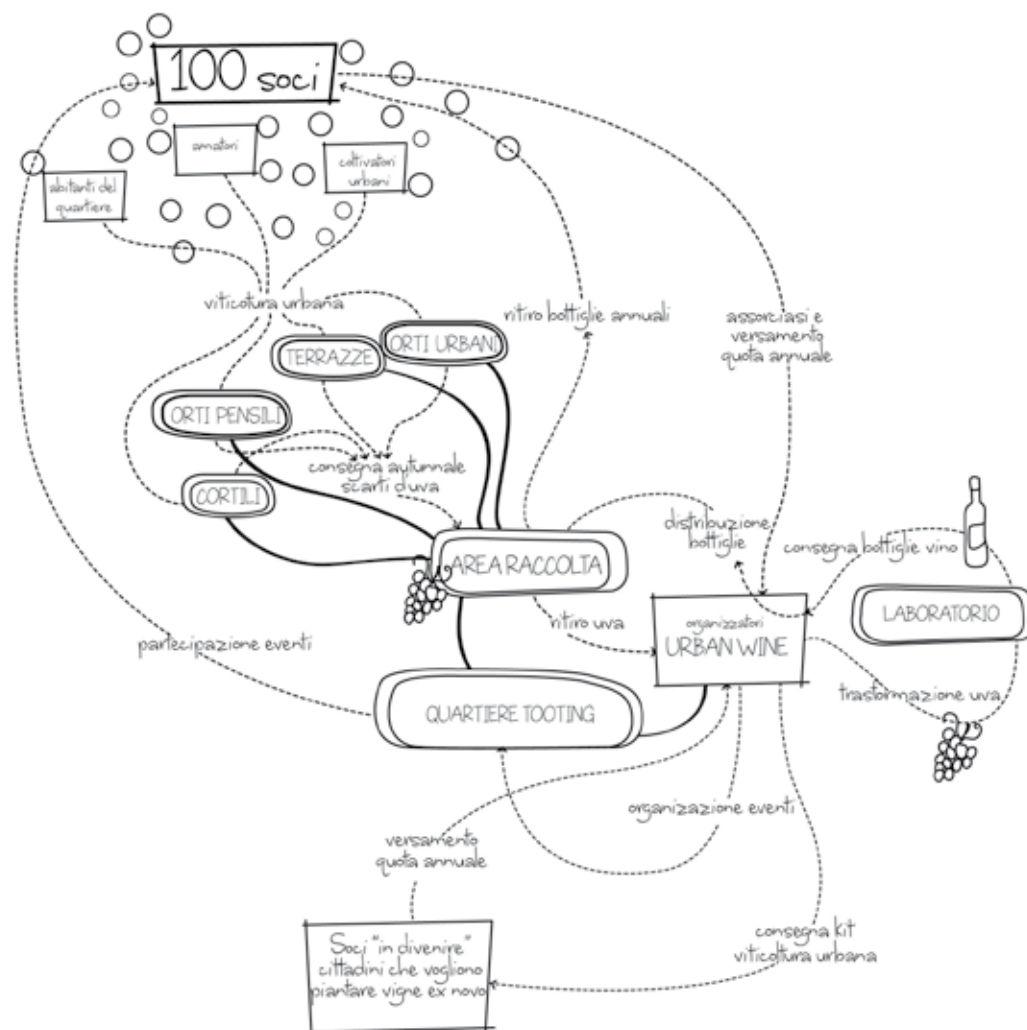
Approccio: Orto urbano

Fase della filiera: produzione, circa 1,5 tonnellate di uva raccolta

Attori coinvolti: associati, produttori amatoriali

Parole chiave: connettere, evitare scarti, valorizzazione prodotti urbani

sito:www.urbanwineco.com



Mappe delle relazioni

L'Urban Wine Company è stata fondata nel 2007, da Richard Sharp, ispirato da una semplice constatazione: molti nei quartieri a sud di Londra coltivano piccole vigne nei propri cortili, ma nella maggioranza dei casi la produzione supera di gran lunga il fabbisogno della famiglia, così l'uva non viene raccolta e viene lasciata marcire sulla vigna. Notando che molto del suo raccolto andava sprecato in questo modo, e così anche quello dei suoi vicini, ebbe l'idea di raccogliergli per produrre vino, dando origine al Tooting Château, un vino fatto proprio da un assortimento di uva da giardino. Nel primo anno, l'organizzazione ha raccolto uva soprattutto tra il vicinato, riuscendo a produrre una trentina di bottiglie.

Nel 2009 i partecipanti al progetto erano saliti a cento, arrivando ad una raccolta di 1,5 tonnellate di uva, da cui hanno ricavato circa 1000 bottiglie. Tutti i membri coltivano le proprie vigne in giardino, in piccoli appezzamenti urbani, o su orti pensili sulle terrazze.

La coltivazione della vigna a Londra è favorita dal fatto che all'interno dell'area urbana vi è un alzamento di temperatura dai due ai cinque gradi rispetto alla zona rurale, creando un micro clima adatto alla cultura della vite. Ci sono numerose varietà che crescono bene in Inghilterra e la maggior parte sono adatte alla vinificazione.

La produzione del vino, è passata da essere solo artigianale a professionale, coinvolgendo nel

progetto un laboratorio di trasformazione, il quale però necessita di una quantità minima di 1 tonnellata di uva. Proprio in questo sta la forza del progetto: singolarmente sarebbe complesso riuscire ad ottenere la qualità necessaria per un tipo di vino professionale, ma unendo le forze e gli scarti si è ottenuto del buon vino.

I produttori pagano circa £85 all'anno, impegnandosi a portare le eccedenze d'uva, il minimo che viene accettato è di 3 kg, ed in cambio ricevono le bottiglie di vino prodotto, il numero varia in base alla produzione, ma per ora si aggira intorno a sei. È stato sviluppato anche un programma per iniziare alla coltivazione del vino nuovi aspiranti membri, attraverso la fornitura di un kit di partenza. Le tecniche di coltivazione devono essere naturali e biologiche. L'Urban Wine organizza spesso degli eventi per propri soci, in modo da creare una vera e propria comunità, che va al di là della semplice produzione, ma è connessa in modo attivo e partecipe, unita dalla soddisfazione di riuscire a realizzare qualcosa insieme.



In alto, la bottiglia di chateau di Tooting; in basso fase di raccolta degli acini d'uva

- **Prinzessinnengärten: l'Orto Nomade**

Località: Berlino, quartiere Kreuzberg, Germania

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 2009

Tipologia di organizzazione: riqualificata territoriale, aggregazione.

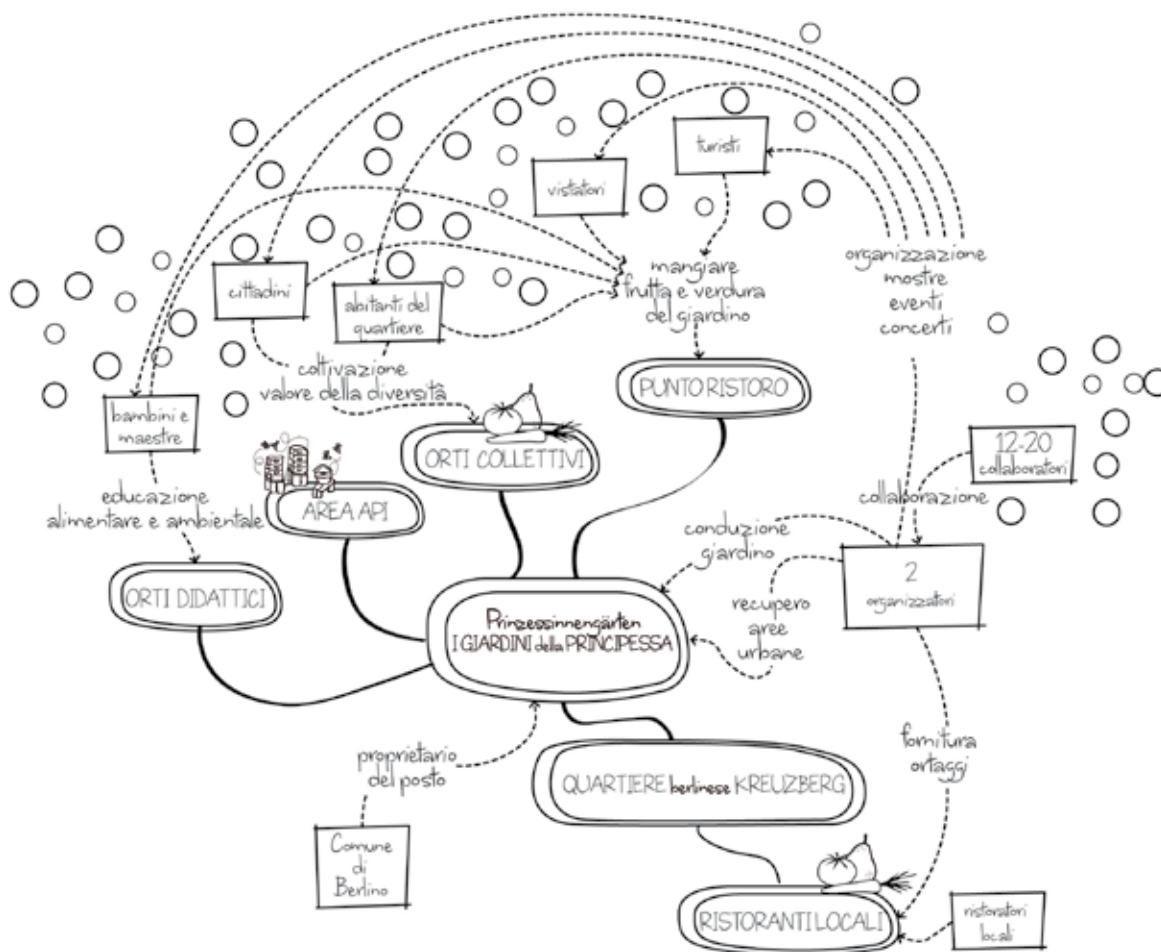
Approccio: Orto collettivo, orto didattico, orto nomade

Fase della filiera: produzione, vendita circa 6000 mq

Attori coinvolti: abitanti del quartiere, ristoranti, visitatori

Parole chiave: integrazione culturale, difesa delle diversità, biodiversità, favorire il senso di comunità e appartenenza.

sito: <http://prinzessinnengarten.net>



Mappa delle relazioni

A Berlino, l'organizzazione no-profit Nomadisch Grün, letteralmente 'Verde nomade', per risolvere il problema della durata limitata dell'occupazione del suolo agricolo, hanno sviluppato il concetto di agricoltura mobile: ortaggi e aromatiche vengono piantate in sacchi del riso o del pane recuperati o in cassette della frutta di plastica rivestite e riempite di terra. Questo consente di poterli spostare nel caso il proprietario del terreno voglia rientrare in possesso dei propri appezzamenti. Dal 2009, i due soci e i loro collaboratori, mediamente tra i 12 e i 20 a seconda della stagione, hanno trovato ospitalità in un'area di sei mila metri quadrati a Moritzplatz nel quartiere berlinese Kreuzberg. Uno spazio abbandonato da oltre mezzo secolo. Una volta ripulita l'area dai rifiuti abbandonati e dalle sterpaglie, è nato il campo attuale, il Prinzessinnengärten, il Giardini della principessa. Per l'occupazione del suolo l'organizzazione paga circa 2.300 euro di affitto mensili al Comune di Berlino.

Le attività organizzate sono molteplici, oltre alle arnie per la produzione di miele e alle colture come patate ed insalata, vengono coltivate cultivar da tutto il mondo come la menta turca o la zucca cinese, piantate solitamente da immigrati che hanno così l'opportunità di ritrovare alimenti caratteristici della loro cultura culinaria. Gli abitanti possono partecipare alla coltivazione collettiva senza possedere

appezzamenti individuali ma collaborando e condividendo i raccolti. I bambini delle scuole possiedono invece aiuole dedicate per poter seguire tutte le fasi di coltivazione a scopo didattico. I Giardini della Principessa diventano così anche luogo di incontro e di scambio, oltre che mercato a km zero. L'intento è di riavvicinare le persone, sia gli adulti che i bambini, all'agricoltura, oltre che di fare da luogo di aggregazione. All'interno dei giardini vengono spesso organizzati concerti, spettacoli teatrali e mostre. Di recente è stato attivato un bar, una struttura prefabbricata realizzata in modo da poter essere facilmente spostata, con servizio ristorazione, dove collaboratori e ospiti possono gustare ricette preparate con le verdure cresciute sul posto; si stanno attivando accordi per rifornire di verdura fresca i ristoranti della zona.



Il giardino della principessa con le cassette mobili

- **MIRAORTI: Orto collettivo di quartiere**

Località: Torino, quartiere Mirafiori sud, ITALIA

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 2010

Tipologia di organizzazione: progetto di riqualificata territoriale

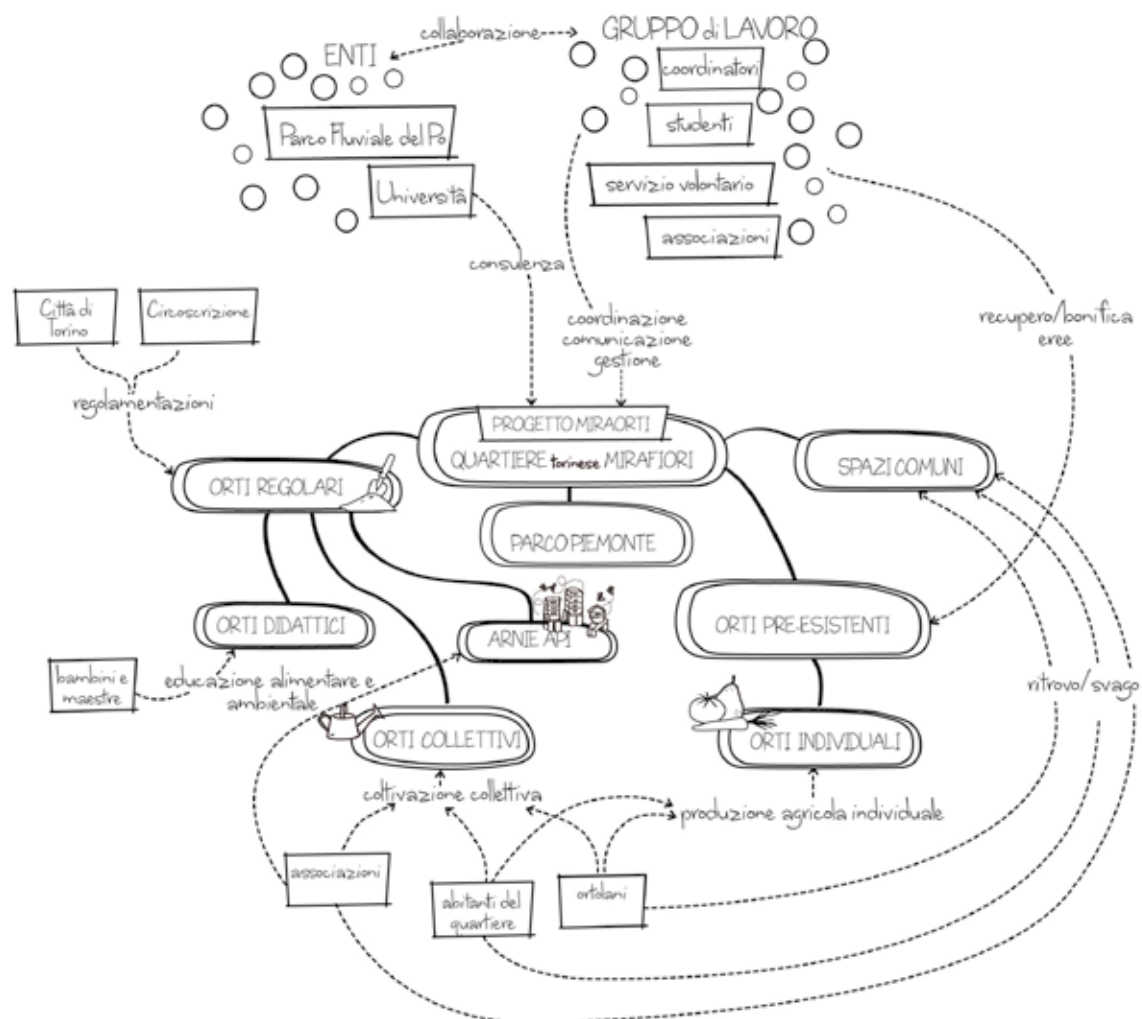
Approccio: Orto collettivo, orto didattico

Fase della filiera: produzione, circa 500 orti per un'area di 35 ettari

Attori coinvolti: abitanti del quartiere, bambini delle scuole elementari

Parole chiave: progettazione partecipata, biodiversità, favorire il senso di comunità e appartenenza.

sito: <http://miraorti.com/>



Mappe delle relazioni

Miraorti nasce a Torino nel 2010, all'interno del progetto di riqualificazione urbanistica-ambientale dell'area compresa tra il torrente Sangone e il quartiere di Mirafiori sud.

Durante le fasi di definizione del progetto, è stato avviato un percorso di progettazione partecipata, coinvolgendo in modo diretto i residenti del quartiere nei processi decisionali.

La riqualifica di questa frangia urbana riconosce all'agricoltura un ruolo strategico, infatti, appoggiandosi il più possibile sull'esistente e valorizzando l'area con azioni minime di riqualifica attraverso la coltivazione, l'istituzionalizzazione degli orti spontanei e la rinaturalizzazione delle sponde del torrente.

Attualmente l'area, che ricopre all'incirca 35 ettari, è composta da 500 orti, di cui 200 metri quadrati sono coltivati dai 180 bambini delle scuole presenti nel quartiere.

Quest'area è stata fin dagli anni sessanta coltivata in modo spontanea da numerosi abitanti del quartiere che ne hanno preservato le caratteristiche territoriali.

In questo contesto si inserisce Miraorti, che comprende nello specifico l'orto didattico sopra citato e d uno collettivo di quartiere, situato proprio all'ingresso dell'area coltivata.

Per quanto riguarda i percorsi didattici, vengono organizzati una serie di incontri annuali con le scuole, che prevedono un percorso di didattica e conoscenza del territorio dedicato agli alunni e uno di formazione con le maestre per renderle autonome nella gestione degli orti didattici.

Per quel che riguarda gli orti già esistenti, i quattro ragazzi che gestiscono il progetto stanno cercando di attuare una riqualifica, in modo poter creare la possibilità di non essere eliminati a favore di orti regolamentati. Così si è sperimentato empiricamente la bonifica di diversi orti, in modo da poter metter in pratica una strategia, oltre che sondare l'entità del lavoro necessario. Questa sperimentazione è cominciata nel 2010 con un orto abbandonato, che è stato ripulito, bonificato e poi aperto al pubblico trasformato in quello che è l'attuale orto collettivo di quartiere.

All'interno di queste zone coltivate non ci sono solo frutta e verdura, ma capre, conigli e galline.

Inoltre in collaborazione con Urbees¹⁴, è stata attuata anche una sperimentazione sull'apicoltura urbana, lanciando il progetto il Millefiori di Mirafiori. Le arnie, per ora solo due, sono state ospitate all'interno dell'area.

Il progetto di riqualifica dell'area prevede anche una pista ciclabile, il cui tracciato è stato definito con la cittadinanza e progetti di valorizzazione del Parco Piemonte.



Miraorti:orto didattico dedicato agli studenti del quartiere. Foto:Miraorti blog

- **STREET ROOF FARMING: coltivare sui tetti**

Nelle grandi città è difficile trovare terreni assolati, facili da raggiungere e poco costosi da dedicare all'agricoltura. Perciò una alternativa valida sono i tetti degli edifici.

Questa modalità di agricoltura da tempo utilizzata nelle grandi aree urbane più povere del mondo come in Kenia, dove non avendo terra a disposizione si coltivano orti verticale su sacchi di terra muniti di fori.

In Canada e negli Stati Uniti, da diversi anni si sperimenta il "rooftop farming". Coltivare frutta e verdure sopra i tetti degli edifici. La crisi alimentare, i prezzi crescenti delle derrate agricole, il bisogno di ritrovare un rapporto diretto con la natura devono fare i conti con l'urbanizzazione. Coltivare frutta e ortaggi per l'auto-consumo in un campo vicino casa è complesso, le liste d'attesa per gli orti a carattere comunale sono infinite e spesso si trovano tutt'altro che vicino.

Le rooftop farms, richiedono meno lavoro, terra, acqua, e macchinari, oltre ad eliminare i costi di trasporto poiché, quando non sono per autoconsumo, si sceglie come canale di vendita mercati rionali. Si utilizzano tecniche naturali di protezione dai parassiti e acqua piovana, a volte integrata con l'irrigazione a goccia. Spesso sono associate a programmi di educazione, e diventano un punto di ritrovo del quartiere, dove si organizzano eventi ed incontri.

Il fenomeno sta prendendo piede un po' ovunque. In Italia, un progetto torinese si è aggiudicato il Premio Innovazione Amica dell'Ambiente 2010, indetto da Legambiente. Si tratta di un orto sul tetto, realizzato da uno studio di architettura, Studio999, nel quartiere di San Salvario: 40 metri quadri di terra suddivisi in dieci piccoli appezzamenti, coltivati a verdura, secondo metodi biologici. L'orto, che contribuisce notevolmente all'isolamento e raffrescamento dei sottostanti locali dello studio e alla ri-ossigenazione degli spazi esterni, è autogestito da Studio999 e dagli abitanti del condominio che ne attingono per il loro fabbisogno.

A Singapore, in cui trovare terreni non edificati è praticamente impossibile, e dipende quasi totalmente dall'importazione dall'estero di frutta e verdura. Nel 2005 il governo, visti i 1000 ettari di tetti piani esistenti nella città, ha così deciso di potenziare il fenomeno spontaneo della coltivazione nei tetti degli edifici sovvenzionando i nuovi orti, con lo scopo di ottenere per il 2020 l'autoproduzione del 25% dei vegetali consumati in città.

A New York si contano circa 57 km² di tetti inutilizzati ma sfruttabili¹⁵ che permetterebbe contribuire notevolmente all'approvvigionamento di cibi freschi i circa 20 milioni di residenti nell'area metropolitana. La diffusione del fenomeno evidenzia come sebbene si tratti di piccoli progetti di "sovranità alimentare", hanno un potenziale tutt'altri che trascurabile.



Eagle Street Rooftop Farm, agricoltura sui tetti.
Eagle Street Rooftop Farm: agricoltura sui tetti a New York

Località: Eagle Street, Greenpoint, Brooklyn, USA

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 2009

Tipologia di organizzazione: agricoltura urbana

Approccio: Orto su tetti

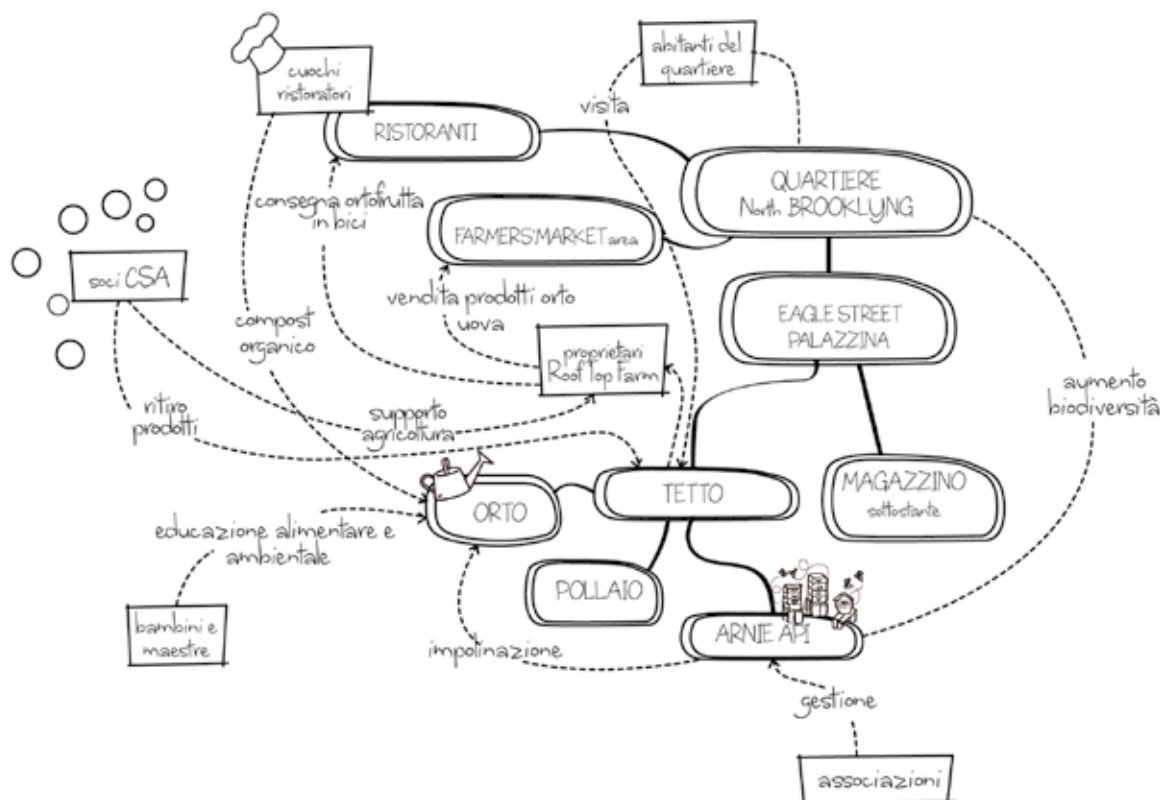
Fase della filiera: produzione, circa 6000 metri quadrati

Attori coinvolti: CSA, ristoranti locali, abitanti del quartiere

Parole chiave: sicurezza alimentare, programmi di educazione, sostenibilità, coinvolgimento della comunità, biodiversità

sito: www.rooftopfarms.org

La Eagle Street Rooftop Farm è nata nel 2009, su iniziativa di due agricoltori che con il supporto di



Mappe delle relazioni

diverse associazioni, sono riusciti a realizzare un orto di circa 6000 metri quadrati su un tetto di una palazzina di tre piani a Brooklyn. La base del tetto verde è costituita da due componenti principali polietilene e un materassino drenante separati da una strato di tessuto. Con l'aiuto di una gru sono poi stati poi portati su circa 200.000 kg di un terreno di coltura a base di compost e granella di roccia, mix che permette di trattenere l'acqua e far circolare allo stesso tempo l'aria.

Il tetto verde può trattenere più di 1,5 pollici (circa 3,8 cm) di pioggia, provvedendo a ridurre sensibilmente il deflusso dell'acqua piovana, inoltre l'acqua catturata, aiuta a ridurre le temperature presenti nel magazzino situato subito sotto, riducendo i costi di raffrescamento. I costi di installazione si aggirano all'incirca intorno ai 10 dollari per ogni piede quadrato (circa 900 cmq).

Nella fase iniziale del progetto l'irrigazione non si è potuta basare solo sull'acqua piovana ed è stata integrata con un sistema a goccia. Attualmente il sistema è stato rimosso, si utilizza un'irrigazione integrativa a mano solo nei nuovi impianti, mentre quelli stabili si basano su quella piovana.

Durante il primo anno sono state piantate numerose tipologie differenti di coltura, circa una trentina, dall'anguria al cavolo. In base ai risultati ottenuti, le colture sono state ridotte aumentando però le varietà, attualmente vengono coltivati cetrioli, peperoncini, pomodori, melanzane, spinaci, ravanelli, cavoli, bietole, carote, piselli, fagioli ed insalata, oltre ad erbe aromatiche e fiori come la calendula e il luppolo.

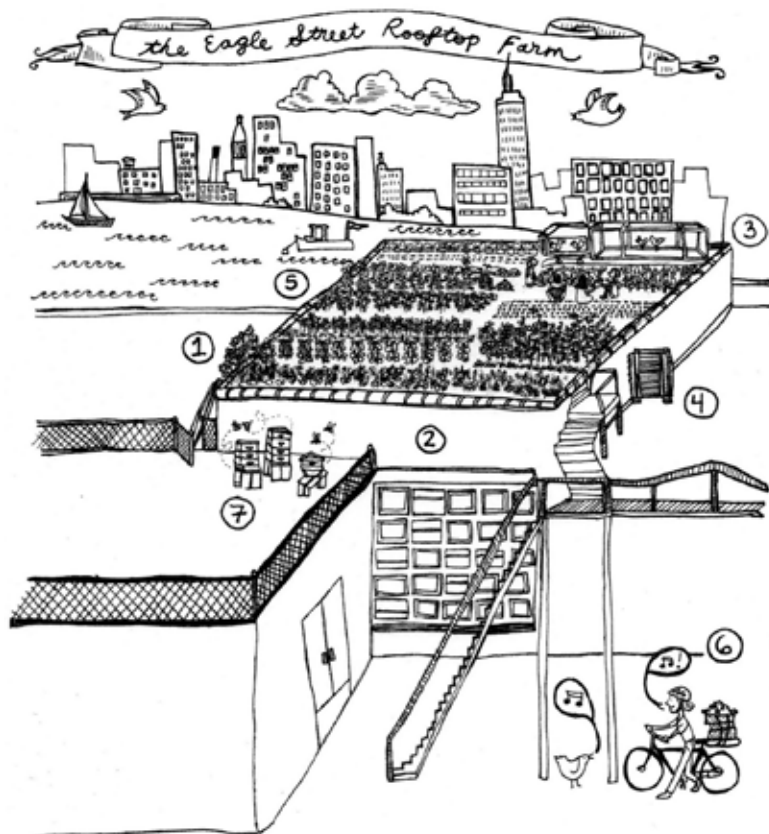
Parte della produzione è destinata ad i soci di un CSA ¹⁶, Community Supported Agriculture, una parte è destinata a ristoranti della zona, e un'ultima parte viene venduta attraverso la partecipazione

settimanale ad un farmers' market nel quartiere.

Una piccola porzione di terreno viene utilizzata come punto dimostrativo per gli abitanti che vogliono iniziare un percorso di urban farming.

Insieme alle colture vengono allevati 3 alveari di api, in collaborazione con la Brooklyn Honey¹⁷. In collaborazione con il programma di educazione alimentare dell'organizzazione Growing Chefs¹⁸, il tetto verde ospita una serie di progetti didattici, ed è visitabile al pubblico tutte le Domeniche mattina.

- **URBAN FARMIG: ricadute**



Suddivisione spaziale della Eagle Street Roof Farm:

1. Coltivazione
2. Isolamento termico per il piano sottostante
3. Piccolo pollaio
4. Compostiera
5. produzione biologica
6. Consegna in bicicletta
7. Apicoltura

Fonte immagine: Eagle street rooftop

Roger Doiron, fondatore del sopra citato Kitchen Gardeners, definisce l'orto come un atto sovversivo, che si basa su valori come la creazione l'apertura e la condivisione.

Il cibo è infatti una forma di energia, è ciò che ci alimenta ed allo stesso tempo una forma di potere. Coltivare il proprio cibo vuol dire riappropriarsi della facoltà di decidere riguardo la propria dieta, la propria salute ed il proprio portafoglio. In più vuol dire sottrarre lentamente le scelte decisionali dagli attori che attualmente controllano questi settori. Coltivare porta all'indipendenza e quindi alla libertà, in più genera conoscenza: aumenta l'interesse per la cucina e le tecniche di conservazione, oltre che lo spirito sociale.

Le sfide che si prospettano nel prossimo futuro richiedono sia la riduzione dell'impatto delle azioni umane sulla terra, sia la necessità di aumentare la produzione di alimenti.¹⁹

Questo implica che la coltivazione dovrà produrre con meno: meno petrolio, meno acqua, minor numero di terre coltivabili, minor stabilità climatica e meno diversità. A tutto questo si aggiunge il minor tempo. L'americano medio spende circa 31 minuti al giorno in attività che concernono la propria alimentazione dal cucinare al ripulire, un tempo infinitamente piccolo se si pensa di comprendere anche l'autoproduzione. La forza sta nel voler cambiare le priorità e ridare valore al cibo ed al modo in cui viene prodotto. Diventare un fattore attivo e consapevole, abbandonando l'attuale modello di consumo e l'assunzione che si possa acquistare qualsiasi cosa, comprese le risposte ai problemi.

La filiera alimentare è sempre più vasta e propone di continuo gamme di prodotti nuovi, a discapito però della trasparenza e della fiducia, rendendo il sistema sempre meno stabile e sicuro.

Lo spirito che accompagna i movimenti come l'urban gardening e gli orti collettivi, rendono evidente come coltivare un'orto, non vuol dire solo cibo sano e contatto con la natura, ma è un gesto forte di distacco, una presa di distanza dall'industrializzazione del cibo ed allo stesso tempo ne rappresenta una via di uscita verso una sovranità alimentare condivisa.²⁰

4.1.3 FOOD GROWING COMMUNITY

La CSA, Community Supported Agriculture²¹, si basa su un modello di relazione diretta di partenariato commerciale tra uno o più agricoltori ed una comunità di sostenitori/consumatori uniti tra loro in rete. Questi ultimi aiutano a garantire una parte del bilancio operativo di una determinata attività agricola, dove, a fronte di una fornitura settimanale di prodotti freschi, vengono suddivisi tra i partecipanti i costi di gestione aziendali. Gli abbonati firmano un accordo per supportare finanziariamente l'attività agricola, assumendo così, assieme al coltivatore, i costi e i rischi insiti nell'attività agricola stessa. Il supporto può essere anche solo in parte di tipo finanziario e costituirsi come aiuto operativo generalmente svolto nella fase di raccolta.

Un gruppo di gestione redige annualmente un piano per definire la varietà, la quantità ed i costi di produzione che l'agricoltore dovrà sostenere per garantire una certa produzione. Quantificato il budget questo viene ripartito in quote spesa che i consumatori, famiglie o singoli, acquistano in anticipo o pagano ratealmente per avere diritto a ricevere settimanalmente una cassetta contenente frutta ed ortaggi di stagione, generalmente biologici, appena raccolti. Con questo sistema i consumatori ricevono prodotti locali, freschi ad un buon prezzo, mentre i produttori hanno la certezza di avere coperti i costi di produzione e lo smercio di parte del raccolto, per cui possono dedicarsi alla loro attività con una maggiore serenità e sicurezza.

Nelle CSA assumono una grande rilevanza sia il senso di appartenenza alla comunità che l'aspetto mutualistico dell'aiuto reciproco. Così, ad esempio, si incoraggiano le visite alle aziende produttrici, si organizzano attività collaterali alla vendita come dibattiti e conferenze informative, pubblicazione di notiziari, scambi di ricette. In alcuni casi si accetta anche l'offerta di attività lavorativa da parte dei consumatori, sia per aiutare in certi periodi i coltivatori, sia come forma di scambio per avere uno sconto sulla quota associativa e favorire così l'accesso a prodotti di qualità anche alle persone meno abbienti.

In breve, le ricadute positive sia sui produttori che sui consumatori sono notevoli, il contadino ha la certezza di riuscire a vendere la propria produzione, con prezzi che restituiscono valore ai propri prodotti ed al proprio lavoro, senza occupare il tempo nella gestione della vendita; ha una gestione condivisa dei rischi, e riceve i pagamenti prima dell'inizio della stagione, in modo da ottimizzare i flussi di cassa; infine, ha l'opportunità di conoscere le persone che mangiano il cibo che produce. Dall'altra parte gli associati hanno la garanzia di un cibo fresco e coltivato in modo naturale; entra in contatto con tipologie di prodotti differenti dettate dalla stagionalità e dal luogo; ha la possibilità di visitare le fattorie e conoscere chi produce il proprio cibo oltre a conoscere come viene fatto. Si basa in fondo su principi semplici, come il mutuo soccorso e la condivisione del rischio, ma ha un impatto sociale e culturale notevole. Negli Stati Uniti questo fenomeno coinvolge decina di migliaia di famiglie, con oltre 4000 aziende associate²².

Il caso che andremo ad analizzare nello specifico, è localizzato in Inghilterra, è rappresenta uno dei primi progetti di CSA attuati con successo in questo contesto, dove l'applicazione di questo modello è relativamente recente. Infatti, la diffusione a livello nazionale non è ancora così capillare ed estesa, rispetto ad altre tipologie come i farmers' market: sono presenti circa un'ottantina di iniziative attive lungo tutto il territorio inglese, che contano migliaia di membri. Ogni realtà ha però delle proprie peculiarità e dimensioni, si va da quella costituita da soli 10 membri, fino ad arrivare a situazioni di 6000 soci. In questo caso, molti di essi sono sostenitori e non partecipano alla divisione dei prodotti.²³ Qui come anche nelle altre Nazioni, si può vedere come questo modello non sia affatto statico: ogni realtà adatta i principi che ne stanno alla base, al proprio contesto ed alle circostanze e al volere dei partecipanti. Le politiche e le iniziative messe in atto mostrano dunque una vasta varietà, ma in tutte si può riscontrare il forte interesse e la grande motivazione per attuare un modello di produzione, distribuzione e consumo del cibo sostenibile socialmente, ambientalmente ed economicamente.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	salute fisica accessibile	cibo lavoro	coltivare nutrirsi lavorare	rapporti sociali
Protection (protezione)	autonomia onestà; responsabilità condivisa	sicurezza alimentare; qualità; sicurezza lavoro;	supportare contrattualizzare	spazio sociale patti sociali
Affection (affezione)	fiducia integrazione	comunità amicizia contatti nuovi	supportare; condividere;	punti di ritrovo mercati eventi
Understanding (comprensione)	ricettività curiosità	guide; condivisione esperienza; lavoro volontario	condividere coltivare lavorare	spazi didattici workshop incontri
Partecipazione (partecipazione)	adattabilità rispetto dedizione	responsabilità lavoro diritti e doveri scambio	interazione scambiare	incontri visite spazi urbani
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità tranquillità comodità	incontri contatti nuovi	riflettere	propri spazi
Creation (creare)	passione determinazione	manualità inventiva tecniche culinarie	coltivare lavorare comporre	workshop gruppi
Identity (identità)	senso di appartenenza; solidarietà differenziazione	valori stile di vita soddisfazione	partecipare; prendere parte; aggregare	luogo di appartenenza; quartiere
Freedom (libertà)	autonomia democrazia passione apertura mentale	fiducia responsabilità	scegliere essere differenti da	distacco da tempi e luoghi del sistema centralizzato;

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Food Growing Community

• **GROWING COMMUNITY: la forza della collettività**

Località: Stoke Newington, Hackney, East London, UK

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 1993, lancio ufficiale 1996

Tipologia di organizzazione: società a responsabilità limitata

Approccio: CSA , Community-led project

Fase della filiera: produzione, distribuzione, vendita

Produzione propria: circa 2 ettari di terreno divisi in tre orti urbani e piccole aree coltivate

Rete di aziende produttrici: 33 piccole aziende produttrici e trasformatrici

Distribuzione: 12 punti-ritiro all'interno del quartiere di Hackney

Vendita: box-scheme, fornitura settimanale di frutta e verdura per i soci, organizzazione di un farmers' market in Hackney.

Attori coinvolti: piccoli produttori, abitanti del quartiere

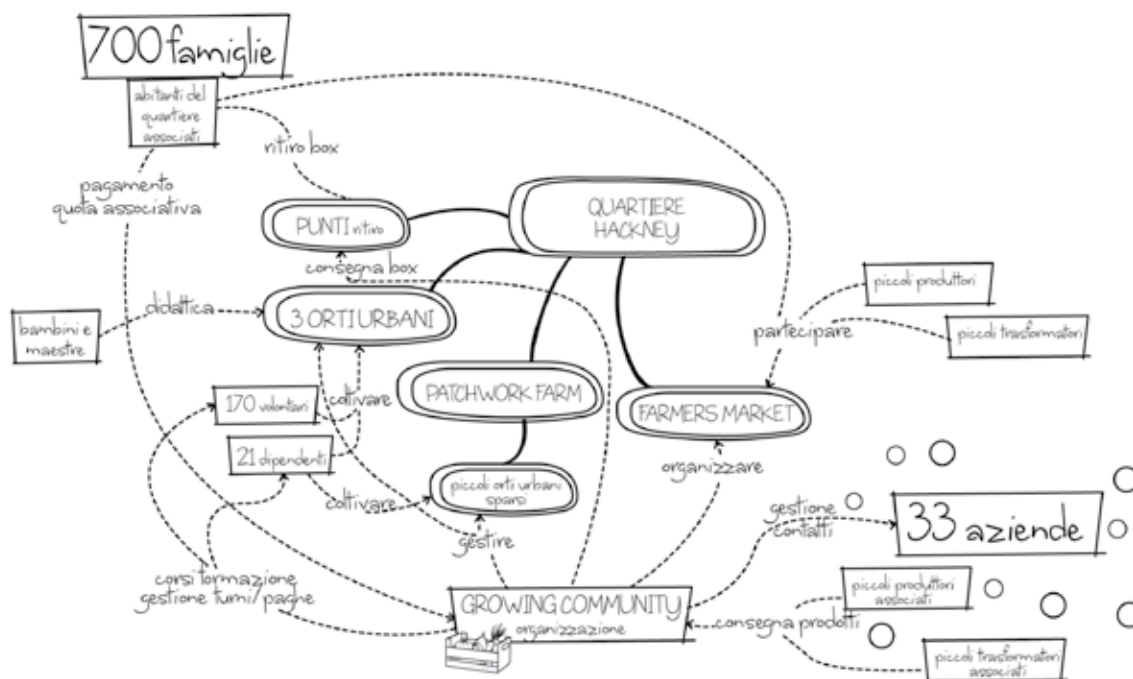
N° Soci: circa 700

N°Assunti: 21

N°Volontari: 172

Parole chiave: resilienza, riduzione impatto ambientale, trasparenza di filiera, sicurezza alimentare, promozione della comunità.

sito: www.growingcommunities.org



Mapa delle relazioni

Il progetto ha inizio nel 1993, quando un piccolo nucleo di circa trenta famiglie iniziò ad acquistare settimanalmente una cassetta di verdure da una fattoria del Buckinghamshire.

L'idea era di riconnettere le persone con i luoghi di produzione del proprio cibo, e conoscere chi e come lo produceva.

Negli corso degli anni questo sistema si è evoluto, aumentando le connessioni con le realtà locali ed acquisendo un numero sempre crescente di associati, diventando una vera propria rete in grado di fornire un'efficiente sistema di approvvigionamento fondato su valori etici, ambientali e sociali. Lo schema di base di funzionamento è quello delle CSA precedentemente descritto, ovvero tramite la costituzione di patti sociali tra produttori e consumatori: i primi si impegnano a fornire frutta e verdura organica e di stagione, in modo da garantire prodotti sicuri, con metodi di produzione naturali. I membri, a loro volta, supportano i produttori attraverso un contributo finanziario.

Questa organizzazione è composta attualmente da 700 famiglie residenti ad Hackney che si connette ad un network di 33 piccole aziende biologiche di produttori e trasformatori .

La GC (Growing Community) gestisce le quote di prodotti derivanti dagli agricoltori, dividendole in quote di frutta e verdura da dividere tra i membri associati, questo schema viene definito box-

scheme. Inoltre si occupa di organizzare settimanalmente un mercato rionale, il Stoke Newington Farmers' market, composto da piccole aziende agricole biologiche e biodinamiche, che provengono da aree intorno a Londra. La maggior parte delle fattorie è situata a meno di 60 miglia (circa 96 km) da Hackney.

Combinando insieme il box-scheme con il mercato, si arriva a fornire frutta e verdura, ed altri prodotti, a quasi 3500 persone del quartiere ogni settimana.

Dal 1997, ha lanciato un progetto integrante per gestire internamente parte della produzione, tra cui insalate ed alberi da frutto, tramite la costruzione di tre orti urbani. Ogni area è gestita attraverso il principio dell'agricoltura biologica, certificata dalla Soil Association, all'interno delle quali si trovano inoltre piccoli stagni e zone incolte per favorire l'aumento di biodiversità nel quartiere. Dal 2007, a questo progetto se ne è aggiunto un secondo, la "Patchwork Farm", che comprende minuscoli spazi verdi non adiacenti, coltivati principalmente con varietà di insalata. L'insieme delle due iniziative arriva a mettere insieme un totale di circa 2 ettari con i quali si risponde quasi al 5% delle verdure vendute tramite il box-scheme.

I ricavi derivanti dalla vendita dei propri prodotti vengono reinvestiti nei progetti stessi, in parte per mantenere i costi derivanti dalle coltivazioni ed in parte tramite l'assunzione di personale. Nel corso degli anni è arrivata a dare un impiego a circa 21 dipendenti. La mole di lavoro è gestita inoltre da circa 170 volontari.

- Organic Box-Scheme

Il box organic box-scheme si basa principalmente su due linee guida: locale e stagionale, basandosi sul motto "as much local as practicable", ovvero locale nel limite del possibile.

Si tratta di una selezione di frutta e verdura da destinare ad ognuno dei soci. Si può scegliere tra sei pacchetti differenti, che variano per dimensione e macro-categorie, ogni settimana il contenuto varia in base alla stagione ed alla disponibilità.

Il costo viene definito in base alle scelte effettuate, le vegetable bags variano da un prezzo standard di £44 al mese a £26 per le porzioni più piccole; la Fruit bags da £35 a £19, tutte comprendono una consegna ogni settimana. Vi è un ulteriore ribasso per pensionati, ed è possibile usufruire dei healthy start vouchers²⁴ forniti dal governo inglese.

La Growing Community si occupa di definire i contatti con le piccole aziende, comporre le box e distribuirle. All'interno del quartiere, sono stati istituiti 12 punti di ritiro, pick up-point, in cui, settimanalmente, ogni associato può andare a recuperare la propria quota.

All'interno dei vari punti si possono inoltre acquistare uova fresche.

I vantaggi per chi si associa sono dati dalla garanzia di qualità dei prodotti, coltivati con tecniche biologiche o biodinamiche. Inoltre insieme ai boxes, l'organizzazione si occupa di divulgare informazioni sulle qualità dei prodotti e consigli su come cucinarli. Ogni socio può aiutare con opere di volontariato le attività svolte, aumentando le occasioni per far parte attivamente della vita del quartiere.

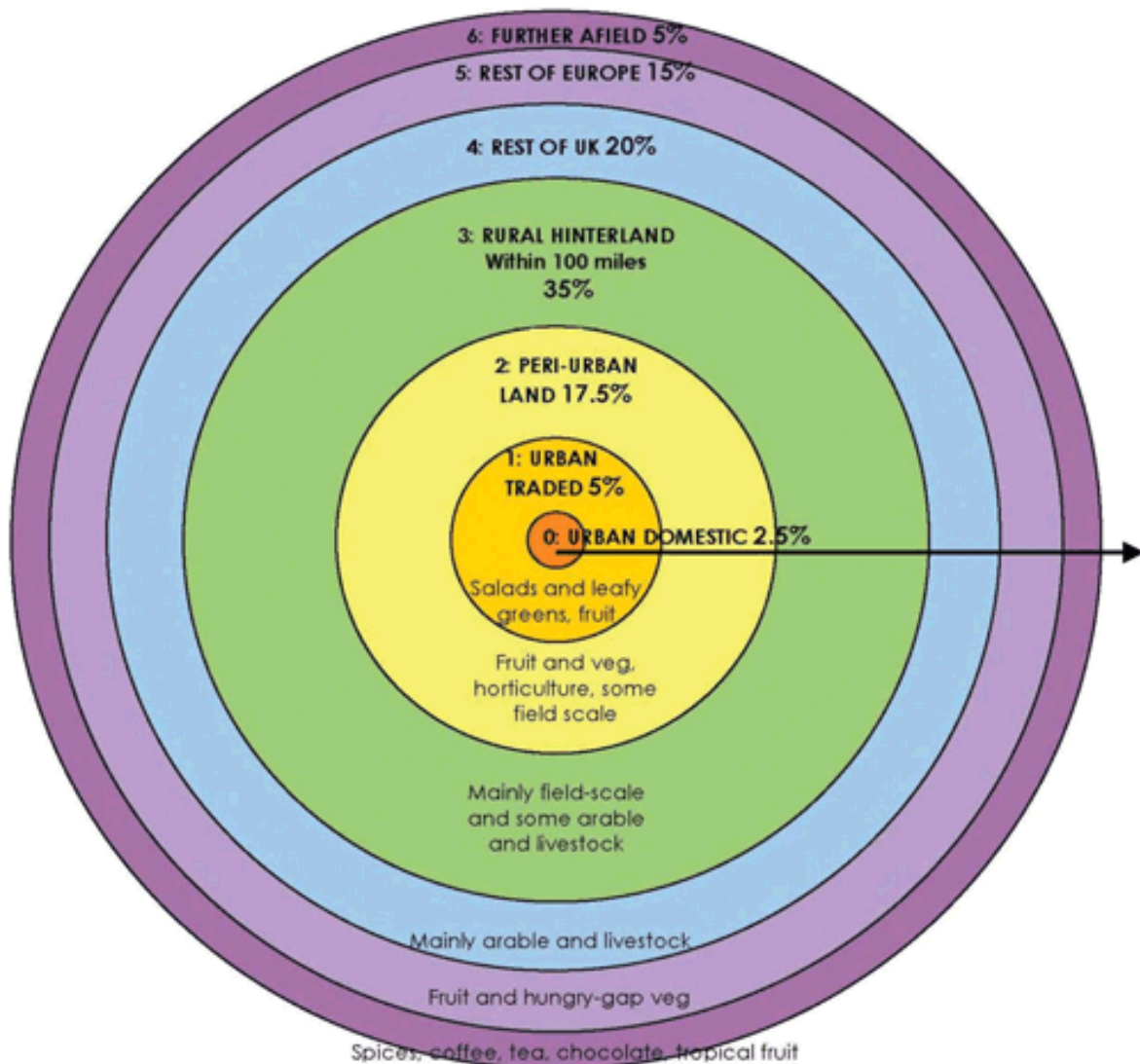
Vengono inoltre organizzate visite didattiche negli orti urbani e corsi su metodologie di agricoltura sostenibile.

Per quanto riguarda la provenienza dei prodotti contenuti nel box-scheme, variano in base alla disponibilità stagionale. Le insalate vengono coltivate negli ettari gestiti dall'associazione all'interno dello stesso quartiere di Hackney; mele e patate provengono da piccole aziende del Kent e dell'Essex, le arance vengono fatte arrivare da cooperative italiane e spagnole. Circa il 62% della verdura e il 23% della frutta arrivano direttamente dai piccoli produttori locali, l'88 della verdura dalle restanti aree dall'Inghilterra.

I criteri di scelta di prodotti non locali vengono definiti all'interno della Food Zones: ovvero in base alla tipologia di prodotti, si definisce la distanza massima auspicabile oltre la quale non è più sostenibile andare. Si tiene inoltre conto, della tipologia del suolo, del clima, cosa cresce meglio dove, i trasporti e link attuabili, oltre che la deperibilità del prodotto.

Lo schema si basa su 7 cerchi concentrici, il centro rappresenta Hackney, ovvero la prossimità, allontanandosi si definiscono aree di provenienza sempre più distanti e tipologia di alimenti differenti.

Attualmente solo il 5% proviene direttamente dal quartiere, il target prefissato per i prossimi anni è di portare questa percentuale ad almeno il 25%, l'attuale situazione di autosufficienza è di circa 70 a 30. Ovvero circa il 70% dei prodotti viene da piccole aziende di cui molte locali ed altre nazionali, il livello di importazione è di circa il 30%; l'obiettivo è di portare questa proporzione a 80:20.



Il Food Zones mostra da dove dovrebbe provenire una determinata tipologia alimentare.

- Motivazioni e Principi

Growing Community nasce dalla presa di coscienza di poter intervenire attivamente per far fronte ai problemi di inquinamento, insicurezza alimentare, e perdita di identità che il sistema industrializzato ha generato.

Attraverso la ricostituzione di un filiera alimentare, il progetto mira a ridurre la propria dipendenza dai combustibili fossili e dalle logiche del mercato centralizzato, mettendo in atto un sistema maggiormente resiliente ed autonomo.

Il concetto di sostenibilità e resilienza viene declinato secondo dodici principi, che servono a delineare il significato che viene dato a questi termini, e i valori entro cui l'organizzazione si muove, che si possono riassumere in dodici linee guida:

- Produzione ecologica (ecological food production): viene definita tramite le certificazioni biologiche o biodinamiche. Tutte i produttori coinvolti non devono far uso di fertilizzanti o pesticidi chimici, od utilizzare tecniche di raccolto invasive e ad alta emissione di CO₂. Lo stesso vale per le tecniche di allevamento, che devono in primis garantire il benessere dell'animale.
- As locale as practicable: privilegiare la produzione locale, per garantire maggior freschezza e gusto, oltre che per ridurre i chilometri percorsi dal cibo. Per i prodotti non reperibili localmente si applica la logica del "locale nel limite del possibile".
- Stagionalità (Seasonal): il consumo alimentare che rispetta l'alternarsi delle stagioni, può contribuire notevolmente alla diminuzione dell'impatto ambientale della filiera. Vengono accettati i prodotti coltivati in serre, solo se non riscaldate e rispettano i principi dell'agricoltura biologica. Anche per i prodotti importati vengono applicate le stesse regole, devono essere di stagione nel paese in cui vengono coltivate.
- Precedenza ai vegetali (Mainly plant-based): i prodotti di origine animale sono integranti del sistema,

ma in proporzione minore rispetto a frutta e verdura. Gli allevamenti scelti sono di piccole dimensioni e garantiscono il benessere dell'animale, la cui alimentazione deve essere principalmente tramite pascolo ed al massimo integrata con mangimi fatti dall'allevatore stesso.

- Freschezza (fresh/minimally processed): il cibo fresco e poco trattato è quello che garantisce un minor impatto ambientale, una minor necessità di packaging e anche il miglior impatto sulla salute.

- Piccola scala (From small and appropriately scaled operations): le produzioni di piccola scala dipendono maggiormente dalle capacità e dal lavoro umano, rispetto a quelle di più grande dimensione in cui l'industrializzazione diventa necessaria. In più, sono maggiormente integrate nel territorio e contribuiscono ad un sviluppo economico locale integrato con il contesto. Inoltre sono le aziende che incontrano maggior problemi nel trovare uno sbocco commerciale. Il concetto di operare su piccola scala deve far parte della stessa filosofia dell'organizzazione.

- Commercio equo (Fairly traded): i produttori devono essere pagati il giusto, in modo da dar valore al proprio lavoro e a garantire la possibilità di continuare a produrre in modo sostenibile. Questo avviene tramite la contrattazione diretta con i produttori, riassegnando potere contrattuale e decisionale. Per i produttori esterni all'Europa viene richiesta la certificazione Fairtrade.

- Basso impatto (Low carbon): minimizzare l'impatto ambientale in ogni parte del percorso, riducendo gli scarti, riutilizzando e riciclando

- Promuovere la conoscenza (Promote knowledge): rendere le persone consapevoli dell'impatto delle proprie scelte personali e riconnetterle con la cultura materiale e alimentare. Definire la differenza tra economico e accessibile, ridando valore al cibo.

- Economicamente fattibile (Financially viable): indipendenza da finanziamenti esterni. L'organizzazione deve mantenersi con le proprie forze, attraverso il lavoro volontario, il baratto e operazioni di mutuo supporto. Gli eventuali surplus vengono reinvestiti nell'organizzazione stessa, tramite per esempio l'assunzione di personale.

L'organizzazione deve inoltre bilanciare le necessità dei produttori per permettergli di continuare a produrre in modo sostenibile e quelle dei soci, garantendo ad entrambi prezzi giusti ed accessibili.

- Incoraggiare la comunità (Foster community): creare situazioni in cui le persone si sentano connesse e maggiormente vicine. La motivazione di partecipare ad un progetto comune può rendere migliore e stabile il senso di comunità e di appartenenza al quartiere. I punti di ritiro sono anche luoghi di incontro e scambio non solo commerciale, ma sociale e culturale.

- Promuovere la trasparenza: la riduzione dei passaggi intermedi rende trasparente la filiera e così anche i prezzi dei prodotti. L'organizzazione si impegna di rendere espliciti ogni eventuale scelta di aiuto tramite sussidi o come investe gli eventuali surplus monetari in nome dell'onestà e della chiarezza.

Dal 2009, la Growing Community ha lanciato un programma di start-up per poter aiutare la nascita di altre iniziative in tutta l'Inghilterra. Attualmente sono cinque le iniziative nate in quest'ambito.

- *FOOD GROWING COMMUNITY: ricadute*

Questo genere di organizzazione ha un grande impatto sia nel sostenere piccoli produttori che nel provvedere l'approvvigionamento di frutta e verdura fresca e coltivata biologicamente, riuscendo a raggiungere circa 3000 residenti del quartiere di Hackney.

Lo schema di rifornimento tramite i box di frutta e verdura provvede ad una buona parte delle necessità dei soci, il 67% ha dichiarato di non aver bisogno di altri tipi di spese integrative per la propria necessità, il 28% riesce a raggiungere più della metà dei propri bisogni. Inoltre attraverso il farmers' market è possibile integrare quei prodotti come carne, pesce, latte, pane, cioccolata e dolci che non sono contenuti nel box- scheme.

In un'indagine effettuata dalla Soil Association²⁵ il 72% ha dichiarato che la qualità della propria vita è migliorata con la partecipazione a questo programma, in quanto li rende parti di un progetto più grande e capace di cambiare in modo positivo il sistema attuale. Aumenta la consapevolezza sul proprio ruolo attivo all'interno della filiera alimentare e del suo attuale impatto sull'ambiente e sulle piccole aziende. Il 58% dichiara inoltre di aver avuto conseguenze positive sulla salute, aumentando notevolmente le porzioni di verdura e frutta nella propria dieta, e mangiando varietà prima sconosciute. Il 28% dichiara che partecipando attivamente al programma ha implementato le proprie capacità legate alla cura del suolo, e alla coltivazione degli alimenti. Il 41% ha avuto notevoli benefici, oltre che dal riuscire ad acquistare cibi di maggior qualità, anche dal riscoprire le connessioni sociali. Il 90% ha cambiato il proprio modo di cucinare e mangiare, scoprendo cibi nuovi e passando più tempo tra i fornelli. Il 77% ha cambiato definitivamente le abitudini di acquisto cercando di sostenere i negozi del quartiere rispetto alle grandi compagnie; il 65% infatti ha dichiarato che prima di associarsi alla GC faceva regolarmente la spesa nei supermercati, ora la percentuale è scesa a 34.

Associando più elementi insieme come lo scheme-box, i farmers' markets e gli orti urbani si può realmente creare un sistema alternativo alle modalità centralizzate del sistema economico attuale. Un modello che genera benessere locale, non solo a livello finanziario provvedendo al mantenimento delle attività agricole locali e alla creazione di posti di lavoro, ma aumentando la sicurezza e la qualità degli alimenti ed incentivando il senso di appartenenza al sistema, oltre che aumentare la consapevolezza e la conoscenza delle persone che ne fanno parte.

4.1.4 ALTERNATIVE RETAIL BUSINESS

In parallelo alle iniziative legate alla produzione e ai network di distribuzione alternativi, si possono osservare anche come le stesse modalità di vendita concepite dall'attuale economia vengano messe in discussione. Il supermercato ha sostituito per importanza in gran parte dei paesi occidentalizzati la vendita al dettaglio, cambiando completamente il concetto e le abitudini legate al fare la spesa. Sebbene negli ultimi anni, anche la grande distribuzione sta cercando di adattarsi, creando aree dedicate ai prodotti tipici, fornire alcuni prodotti sfusi, come i detersivi, mostrando una maggior attenzione al proprio impatto ambientale, soprattutto rispetto ai consumi energetici degli stessi punti vendita.

L'allungamento delle filiere e la perdita di località dei prodotti, ha reso sempre più complessa la rintracciabilità e sempre meno trasparenti i prezzi finali, oltre che annullare il rapporto di fiducia con il venditore. Allo stesso modo l'industrializzazione della filiera alimentare, con l'utilizzo di metodi intensivi di produzione, l'aumento delle fasi trasformazione e l'allungamento della catena di distribuzione, ha reso il cibo qualcosa di avulso e distante dal sistema naturale. Un altro fattore legato a questi cambiamenti, è l'aumento degli imballaggi necessari sia per il trasporto che nella vendita; in questo scenario, il packaging è essenziale, non solo per proteggere il contenuto e fornire informazioni, ma per differenziare sul mercato il prodotto ed attirare l'attenzione del cliente. Diventa un vero e proprio strumento di marketing, oltre che il principale responsabile della produzione di rifiuti urbani.

Nelle confezioni della maggior parte degli articoli che compriamo l'imballaggio è aumentato e si calcola che esso costituisca circa la metà del volume dei rifiuti urbani nell'Europa occidentale. In più, soltanto il 10-15 % dei rifiuti di imballaggio è recuperato. Il problema dello smaltimento dell'imballaggio unito alla quantità di rifiuti derivanti dal cibo sprecato sono l'emblema dell'insostenibilità dell'attuale stile di vita.

La ricerca di trasparenza, la necessità di sicurezza alimentare, la spinta alla riduzione dei rifiuti oltre che alla necessità di ridare un carattere sociale e non solo economico alla vendita, ha visto fiorire negli ultimi anni numerosi progetti in molte parti del mondo, che propongono una visione differente rispetto al modello attuale.

L'attenzione per il mangiar sano e per i cibi di qualità è in crescita, anche se spesso è legata ad un senso di elitarismo. Proprio su questa disputa si colloca uno dei primi grandi punti vendita che ha provato a cambiare le regole in gioco: Eataly.

Eataly apre la prima sede torinese nel 2007, l'obiettivo è quello di diventare non solo un punto di acquisto, ma un vero e proprio centro enogastronomico. Al suo interno si possono trovare prodotti di alta qualità provenienti dalla tradizione alimentare italiana, diventando un notevole punto di sbocco per i piccoli produttori. L'immaginario che si vuol ricreare è più quello del mercato, di un posto conviviale, dove non si può solo acquistare buon cibo, ma anche mangiare ed imparare a cucinarlo. Accanto ai prodotti in vendita ci sono isole di ristorazione di vario genere, dal gelato al ristorante, dalla pizzeria alla birreria. Al suo interno ci sono, anche, spazi dedicati a corsi culinari e percorsi didattici.

Dalla prima inaugurazione in poi sono stati aperti altri 10 punti vendita tra Italia, Giappone e Stati Uniti, indice dell'aumento di consapevolezza da parte dei consumatori dell'importanza della qualità e del valore del cibo. Gli esempi che descriveremo in questa sezione, non si discostano tanto dai valori e dalla filosofia portata avanti da Eataly, ma hanno un carattere maggiormente comunitario e partecipativo. Sono piccole realtà ma dall'enorme potenziale dato dal coinvolgimento attivo della comunità.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	accessibile, pulito.	cibo, lavoro, associazione.	nutrirsi, lavorare.	rapporti sociali, rapporti lavorativi.
Protection (protezione)	uguaglianza, onestà, responsabilità condivisa.	associazione, sicurezza alimentare, qualità, sicurezza lavoro.	supportare, contrattualizzare, risparmiare.	punto vendita, spazio sociale, patti sociali.
Affection (affezione)	fiducia, integrazione, socio.	associazione, comunità, amicizia.	supportare, condividere.	punto vendita, eventi, workshop.
Understanding (comprensione)	ricettività, curiosità, empatia.	condivisione, esperienza, pubblicità, volontariato.	condividere, confrontarsi, lavorare, risparmiare.	scambio di opinioni, workshop, incontri.
Partecipazione (partecipazione)	apertura, dedizione, accettazione, consapevolezza.	responsabilità, lavoro, diritti e doveri.	cooperazione, gestione, interazione.	associazioni, incontri.
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità.	eventi, collaborazioni.	aggregare, partecipare.	punto vendita, eventi di quartiere, workshop.
Creation (creare)	curiosità, passione, determinazione, divertimento.	cucina, vendita, manualità.	lavorare, partecipare.	eventi, negozi, effetti di retroazione.
Identity (identità)	appartenenza, solidarietà, rischio condiviso.	valori, orgoglio, soddisfazione, stile di vita.	prendere iniziativa, ispirare.	punto vendita, riunioni, incontri.
Freedom (libertà)	democrazia, passione, apertura mentale.	uguaglianza, fiducia, responsabilità.	scegliere, dissociarsi, differenziarsi.	libertà dalle pressioni, scelta.

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Alternative Retail Business

- **THE REAL FOOD**

Località: Exeter, Devon, UK

Tipo di località: area urbana

Nascita progetto: 2009, apertura negozio 2011

Tipologia di organizzazione: organizzazione ad investimento comunitario

Approccio: alternative retail business

Fase della filiera: vendita

Attori coinvolti: comunità, produttori locali

Parole chiave: sicurezza alimentare, sostenibilità, coinvolgimento della comunità

sito: <http://www.realfoodexeter.co.uk/>



Mapa delle relazioni

Real Food è un'organizzazione no-profit ad investimento comunitario, frutto del processo di transizione che la cittadina di Exeter ha lanciato nel 2009. Nei diversi incontri organizzati dalla comunità, ed in uno specifico workshop dedicato al cibo 'An Appetite for Local Food'²⁶ è sorta la necessità di riorganizzare l'approvvigionamento alimentare per renderlo più resiliente e connesso al territorio. Per lanciare il progetto e raccogliere i soldi necessari per l'avviamento, è stata coinvolta attivamente l'intera comunità, di cui ben 303 componenti sono diventati soci investitori, contribuendo economicamente alla realizzazione, oltre che, con il proprio lavoro volontario nella realizzazione del locale. Questo è un chiaro esempio di come le persone siano disposte ad investire sulla propria comunità, al fine di realizzare e non perdere, un progetto partecipato e condiviso.

Il negozio ha aperto il 30 marzo 2011. Offrendo alla comunità oltre che una vasta gamma di prodotti freschi e stagionali, provenienti da produttori locali per lo più nella stessa regione del Devon, prodotti da forno preparati in negozio a lievitazione naturale e con molteplici varietà di farine macinate da un antico mulino vicino.

Al piano superiore del negozio è stata realizzata un'area caffè con cucina integrata. Questa scelta ha reso possibile la riduzione degli scarti dei prodotti deperibili, destinando alla cucina parte degli alimenti invenduti. Gli eventuali scarti alimentari vengono compostati, il pane vecchio viene tenuto da parte e dato ad un allevatore di maiali. Il caffè è certificato "Farmer30"²⁷ un marchio basato sia su valori economici, che sociali che ambientali. Tutti i contenitori sono in vetro o in plastica e carta riciclabile.

- **The People' supermarket**

Località: Londra

Tipo di località: Negozio in area urbana

Nascita progetto: 2010

Tipologia di organizzazione: Associazione

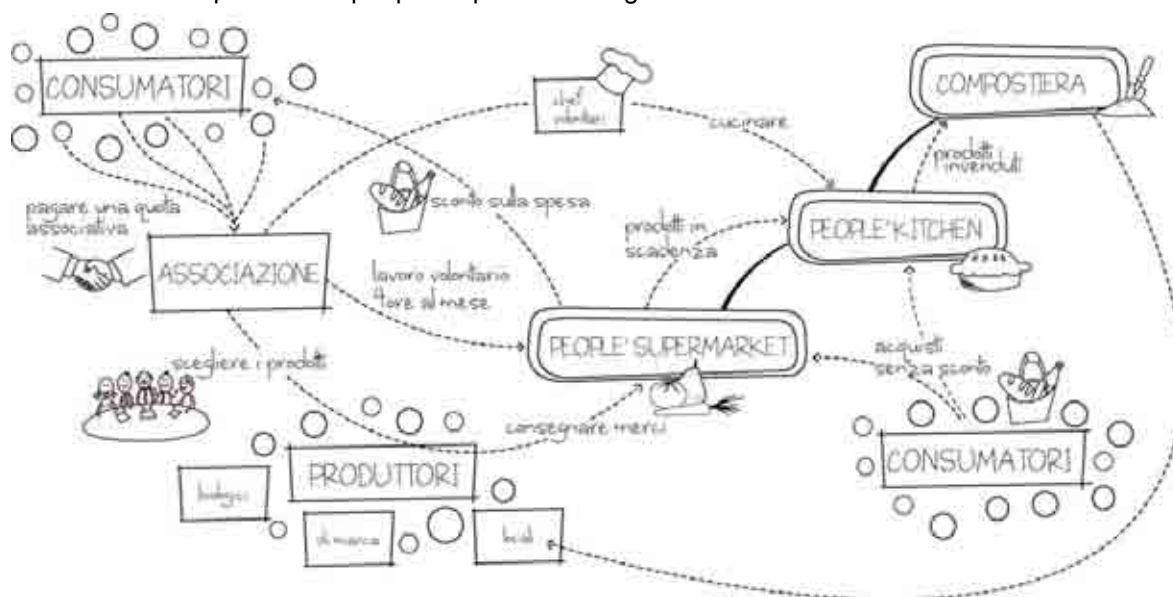
Approccio: Alternative retail business

Fase della filiera: Vendita

Attori coinvolti: Soci del Supermercato, Produttori locali e non.

Parole chiave: Soci, Distribuzione alternativa, Associazione, Rifiuti, Volontariato, Sconti, Prodotti di qualità, Cucina.

Sito internet: <http://www.thepeoplesupermarket.org/>



Mappa delle relazioni

The people's supermarket è, come suggerisce il nome stesso, il supermercato della gente per la gente che ha come scopo quello di ridurre gli sprechi alimentari e promuovere un modello di società etico e rispettoso.

La mission di questo supermercato è quella di creare un'impresa che sia economicamente sostenibile, raggiungendo quindi un profitto, e nello stesso tempo aiuti lo sviluppo e la coesione della comunità. Il progetto di Arthur Potts Dawson offre un'alternativa ai consumatori collegando la comunità cittadina con le aziende agricole. I fornitori che vengono scelti si trovano il più possibile vicino alla città e utilizzano energia da fonti rinnovabili. I prodotti che vengono offerti sono salutari, di alta qualità e prezzo vantaggioso.

Nato sull'esempio della Park Slope Food Coop di New York²⁸, cooperativa fondata nel 1973 con 18mila soci all'attivo, questo supermercato consente similmente di acquistare prodotti di ogni tipo, scelti attraverso il voto dei soci della cooperativa. A differenza del progetto americano, nel People's Supermarket chiunque può entrare e fare acquisti, cosa non consentita nel negozio di New York dove vigono severe regole per associarsi, ma diventare membro è vantaggioso, infatti, basta pagare £25 all'anno e impegnarsi a lavorare come volontari per quattro ore al mese e si ottiene il 10% di sconto sulla spesa e un'azione dal valore di 1£.

Una nuova formula anti-crisi: sconti tutto l'anno in cambio di poche ore di lavoro volontario al mese. Durante queste ore le attività possono essere diverse e dipendono dalle capacità personali; si può scegliere se aiutare in negozio, in cucina o fare le pulizie. Tramite il volontariato dei membri si ottengono due propositi: l'eliminazione dei costi legati al personale e si aiuta la socializzazione.

L'idea pare funzionare e solo nel primo anno di attività, il "People's Supermarket" ha fatturato oltre 1.7 milioni di euro salendo a 1.200 associati di qualunque tipo, dall'avvocato alla casalinga, passando per studenti o immigrati, tutti possono essere, e sono, soci e clienti di questo innovativo negozio. Nel prendere qualsiasi decisione, l'ultima parola spetta sempre ai membri: sono loro infatti che decidono quali prodotti vendere nel supermercato, dove infatti si trova un misto di prodotti biologici, marche riconosciute internazionalmente, e cibi provenienti da piccole fattorie inglesi. E non è tutto.

Ciò che non viene venduto, ma che può essere ancora utilizzato, diventa ingrediente per i prodotti che vengono cucinati, da personale qualificato, nella "people's kitchen" e rivenduti all'interno del

supermercato, oppure vengono usati per il compostaggio.

In questo modo vengono ridotti gli sprechi. I fondatori organizzano inoltre iniziative ed eventi, tra cui una mini serie televisiva di quattro puntate trasmessa su Channel 4, per aumentare la sensibilità sulla corretta alimentazione e propongono serate conviviali dove gustare prodotti tipici.

Per ora a Londra di "supermercati del popolo" ce n'è uno solo, ma il secondo è in arrivo entro la Pasqua del 2012 ad Hackney, nell'East London, dove farà concorrenza a 17 supermercati, 12 dei quali della catena Tesco.

The People's supermarket rappresenta una maniera interessante di rifocalizzare l'attenzione sul rapporto tra cibo e consumatori, con l'idea di sottrarsi alle strette regole della grande distribuzione e fornire ad un prezzo contenuto cibo di qualità ai clienti della cooperativa.

• VENDITA SFUSO

La proposta di prodotti venduti sfusi sta diventando sempre più alta, rifacendosi alle modalità di vendita proprie nelle drogherie di diversi decenni passati.

La consapevolezza di poter contribuire tramite le proprie scelte alla riduzione nella produzione di rifiuti, oltre che alla possibilità di poter gestire la quantità di prodotto scelto in base alle proprie esigenze e non a quelle del mercato, ha fatto sì che questa tipologia di negozio venisse nuovamente ristabilita. In ogni parte del mondo, anche se con modalità differenti, sono nate una serie di proposte che riprendono la modalità di vendita sfusa, applicandola non solo a prodotti alimentari, come il latte, le uova, la pasta i cereali, caramelle, ma anche a detersivi, saponi, prodotti per la cura del corpo.

Dove non è possibile eliminare il packaging, si può utilizzare un proprio contenitore, o comprarne uno e riutilizzarlo per le volte successive.

I vantaggi oltre che ambientali, sono anche economici. L'eliminazione dei costi dovuto agli imballi fa risparmiare notevolmente sui prezzi finali. Inoltre quasi tutti, si basano su prodotti biologici certificati, provenienti da zone limitrofe o regionali. I saponi e i prodotti per il corpo usano sostanze naturali, così come i detersivi sono privi di tensioattivi e profumi sintetici.

Inoltre i punti vendita rappresentano spesso un vero e proprio punto di aggregazione, in cui vengono organizzati corsi, contest, conferenze, e workshop.

Tra i primi ad aprire, utilizzando questa filosofia vi è un piccolo negozio di Londra "Unpackaged"²⁹, fondato nel 2006, il quale quest'anno (2012) è stato inserito tra i migliori punti vendita della città inglese.



L'interno del negozio Unpackaged di Londra

In Italia, il pioniere è stata la cooperativa torinese Rinova, che in collaborazione con l'associazione di ricerca ambientale Ecologos, ha lanciato nel 2009 il primo "Negozio Leggero"³⁰. E' stato calcolato che nel primo anno di apertura, con le sole vendite di vino, latte crudo e detersivo hanno portato un risparmio complessivo di risorse pari a 78600 kWh di energia, cioè 18 tonnellate di CO₂ non emessa in atmosfera e oltre 5,5 milioni di litri di acqua che non sono stati utilizzati per la produzione dei contenitori.

Il progetto è innanzi tutto una sfida culturale con il quale promuovere un modo di consumare diverso più consapevole e responsabile. Da qualche anno esperienze analoghe hanno cominciato a diffondersi in tutte le regioni italiane.

Negli Stati Uniti, il primo punto a fornire la vendita sfusa è In.gradient³¹. Ha aperto ad Austin, nel Luglio del 2011, offrendo prodotti coltivati o trasformati localmente con metodi biologici e naturali, dal formaggio al latte, dalla vino alla birra, dalla carne agli oli, oltre detersivi e prodotti per la pulizia, ovviamente tutti privi di imballo.

A parte la variazione della gamma di prodotti disponibile, la filosofia che unisce questi punti vendita è

sempre la stessa: creare una comunità intorno al cibo, che promuova uno stile di vita sostenibile e sano.

- *ALTERNATIVE RETAIL BUSINESS: ricadute*



Il Negozio Leggero situato a Torino

Dietro le modalità di vendita descritte non vi è solo un modo differente di concepire la logistica dei prodotti, ma vi è l'intento di contribuire a diffondere uno stile di vita consapevole e sano. Il punto di vendita diventa luogo didattico e di confronto partecipato,

un punto dove il cliente non è affatto passivo, ma diventa parte integrante della rete, attraverso le sue scelte e la condivisione. Le ricadute a livello ambientale sono notevoli, grazie alla sostanziale riduzione dei chilometri percorsi dai prodotti e alla promozione di tipologie di agricoltura ed allevamento a basso impatto. Prodotti freschi e stagionali, e in diversi casi sfusi.

Lo spreco è un altro punto importante, in tutti i punti si cerca di responsabilizzare l'acquisto, evitando ogni tipo di eccesso; le quantità, dove è possibile, vengono fatte scegliere al cliente che le regola in base alle sue necessità, senza essere costretto a quantità standard.

Il tipo di economia che si genera è a scala locale e comunitaria, generando un ciclo virtuoso all'interno del territorio stesso. In questo modo il cibo torna ad avere un valore e non solo un prezzo.

4.2 FOOD POLICY

Definire quale è stato il ruolo della Policy nel tentativo di cambiare o determinare un differente sviluppo dell'attuale modello di consumo, non è cosa semplice, ne rappresenta l'intenzione di questa sezione. Sicuramente, le policies, le scelte politiche, hanno una grande responsabilità nel decidere quali campi supportare e quali no, con un'evitabile ricaduta sullo sviluppo e la promozione di determinati settori a discapito di altri.

Secondo T.Lang¹, che a sua volta si rifà ai concetti espressi da H.Lasswell², si può definire lo studio della food policy, politica alimentare, come il processo decisionale attraverso cui è possibile definire un quadro di chi, cosa, quando e come si mangia e quali siano le conseguenze sulle persone e gli animali. Le competenze spaziano da come i cibi vengono prodotti, a come vengono trasformati, distribuiti e consumati; dalle stesse strutture che disegnano la catena ai loro impatti sulla salute e l'ambiente; dall'impatto incidenza delle dinamiche del cibo sulla società, e da come la politica tiene in considerazione i bisogni della stessa comunità.³ (T.Lang et al.2009)

E' indubbio quindi che il cibo ha un forte impatto sia sulla salute che sull'ambiente, le dinamiche che lo compongono sono molteplici, così come le competenze di cui necessita che vanno dall'agronomia alle scienze gastronomiche, dalla psicologia all'ecologia, dalla medicina all'economia, dalle scienze politiche a quelle storiche. Elementi che rendono quest'ambito necessariamente multidisciplinare.

Senza divulgarci oltre sulle competenze della politica in ambito alimentare, è interessante, fare una panoramica di come quest'ambito si è evoluto e quali cambiamenti ha subito nel corso degli anni.

Si può principalmente parlare di due fasi della politica ambientale, la prima viene fatta risalire intorno agli anni settanta, definita come "old" food policy, mentre la seconda parte la "new", prende piede dall'inizio del XXI secolo. Nel passaggio tra una fase e l'altra, quello che cambiano sono i focus, dall'agricoltura al cibo trasformato; dalle abitudini di consumo casalingo a quello extra-domestico; dallo spazio rurale a quello urbano; dalla carenza di micro-nutrienti ai grassi e gli zuccheri; dai contadini alla povertà diffusa nelle aree urbane; da un'economia di sussistenza ad una di mercato. (S.Maxwell,R.Slater, 2004)⁴.

All'interno di questi cambiamenti le politiche alimentari hanno iniziato ad essere importanti non solo per i ministeri dall'agricoltura, ma, a causa delle forti connessioni, anche per quelli della salute e del commercio, diventando una questione macro-economica. (T.Lang et al.2009)

Negli anni settanta l'opinione pubblica fu colpita da due grandi avvenimenti: lo scoppio di epidemie di fame, soprattutto nel Sudan e nel Bangladesh e l'aumento dei prezzi del petrolio.

Il primo fattore, mise in evidenza la grande iniquità e sbilanciamento a livello mondiale dell'accessibilità al cibo, è porto la FAO ad organizzare nel 1974 la World Food Conference, un meeting internazionale per spingere i governi a discutere in modo congiunto le politiche da attuare. Nello stesso periodo, per aumentare la consapevolezza del problema della fame nel mondo e delle conseguenze del modello economico industrializzato, George Harrison⁵ organizzò il primo grande concerto di beneficenza, quello per il Bangladesh del 1971. L'evento ebbe risonanza mondiale, e vide salire sul palco ospiti illustri quali Bob Dylan, Eric Clapton, Leon Russell e Ringo Starr.

Sempre nello stesso anno, Frances Moore Lappé⁶ pubblicò negli Stati Uniti "Diet for a Small Planet", evidenziando il forte nesso tra la produzione di cibo, le abitudini alimentari e l'impatto ambientale, oltre che come la fame nel mondo non fosse causata dalla scarsità di cibo, ma dall'inefficienza delle scelte politiche prese a riguardo.

Tutti questi aspetti dimostrarono come quello del cibo fosse un tema particolarmente sentito ma poco dibattuto.

Il secondo fattore, lo scoppio della crisi petrolifera, portò non solo all'aumento del costo del petrolio, ma anche a mettere in evidenza la dipendenza e la fragilità delle nazioni importatrici. L'aumento del prezzo del petrolio, incise a sua volta sull'aumento dei costi dei prodotti alimentari, mettendo in mostra, come mai era successo prima, la forte dipendenza dell'agricoltura industriale, come degli stessi stili di vita occidentali, dai combustibili fossili.

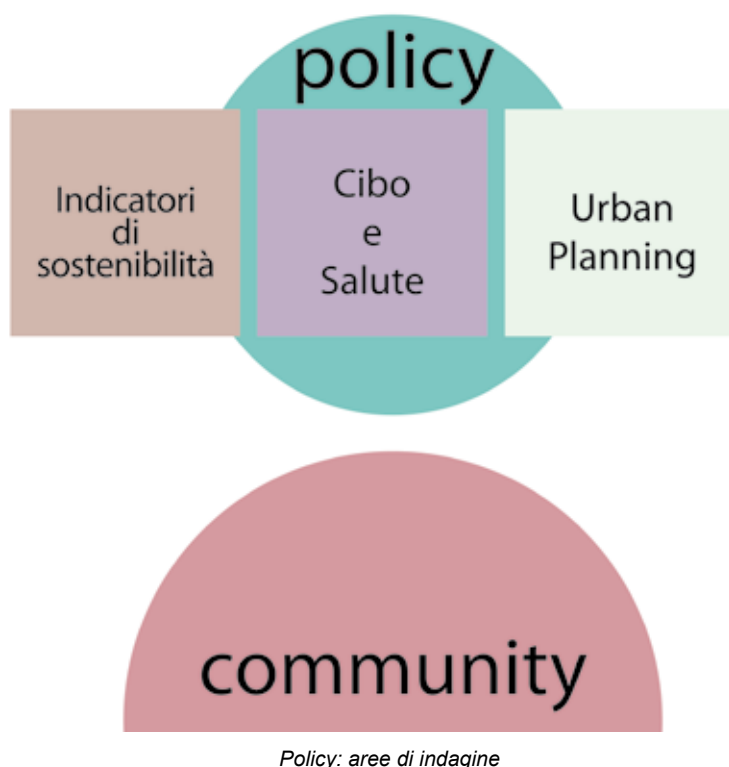
Le politiche alimentari individuarono come soluzione alle problematiche internazionali, la necessità di investire sull'aumento della produttività, ed incentivarono notevolmente le produzioni intensive, favorendo sempre più i grandi produttori. Così avvenne anche in Europa, dove le PAC, Politica Agricola Comune, dell'unione Europea si indirizzarono soprattutto sul promuovere un tipo di agricoltura su larga scala, distribuendo gli incentivi, anche in base alla quantità di terreno posseduto. Negli Stati Uniti gli incentivi si indirizzarono a promuovere soprattutto le produzioni di mais, che da solo arrivò ad occupare più di 32 milioni di ettari di terreno agricolo statunitense, in modo da garantire prezzi bassi per le industrie di trasformazione e prodotti a basso costo al pubblico. Portando all'aumento esponenziale dell'agricoltura intensiva, ne seguì anche una drastica riduzione dei contadini, ed i

restanti a dipendere fortemente dai sussidi governativi. (Pollan 2011)⁷.

Fu così che negli anni a seguire soprattutto nell'ultimi decenni del XX secolo, oltre ai problemi esistenti iniziarono ad evidenziarsi altri legati alle modalità di produzione-distribuzione e consumo del cibo: l'impatto ambientale, la sicurezza alimentare e la salute pubblica.

La "new" food policy si trova quindi ad ereditare un fardello non proprio leggero, che non può che portare alla ri-definizione di tutte le fasi della filiera alimentare, in modo da creare un sistema equo, sostenibile e sano.

All'interno di questa sezione di casi studio, abbiamo inserito tra diversi macro-temi che caratterizzano parte degli interventi relativi alle politiche ambientali. La prima parte è dedicata agli indicatori, la seconda all'educazione e alla salute pubblica, il terzo all'urban planning.



4.2.1 Indicatori di sostenibilità

Gli indicatori vengono spesso utilizzati come mezzo di comunicazione per spiegare un determinato concetto, sfruttando la loro capacità di fornire informazioni, in modo sintetico e diretto. Si tratta infatti di uno strumento in grado di rendere visibile un determinato andamento o un fenomeno complesso, non percepibili nell'immediato, oltre che renderli confrontabili. Tra i meccanismi maggiormente utilizzati, soprattutto nei processi divulgativi e di sensibilizzazione, vi sono l'impronta idrica (Water Footprint)⁸, di cui abbiamo già parlato in precedenza, e il Carbon Footprint.

Il Carbon Footprint è utilizzato come abbreviazione per la quantità di carbonio emesso da una particolare attività, servizio o prodotto identificandone l'impatto associato in termini delle emissioni di biossido di carbonio equivalenti, calcolate lungo l'intero ciclo di vita del sistema in analisi.

Nel 2007, in Inghilterra, l'organizzazione no-profit Carbon Trust, ha iniziato a proporre l'utilizzo di un'etichetta da apporre sui prodotti per rendere esplicito il loro impatto ambientale, ed aiutare i consumatori verso scelte maggiormente consapevoli, la Carbon The Carbon Reduction Label. L'etichettatura è volontaria, ma le aziende che decidono di utilizzarla sui propri prodotti si devono impegnare anche a ridurre l'impatto mostrato nell'arco di due anni. Una volta che l'impronta di carbonio del prodotto è stato misurato e certificato, il produttore deve quindi impegnarsi a ridurlo. Ogni due anni, il prodotto deve essere rivalutato e certificato da società indipendenti o l'etichetta viene rimossa.

L'utilizzo degli indicatori come strumento a supporto delle politiche è ormai oggetto di elaborazioni e decisioni importanti assunte da organismi internazionali ed europei, soprattutto quando si parla di cibo ed impatto ambientale.

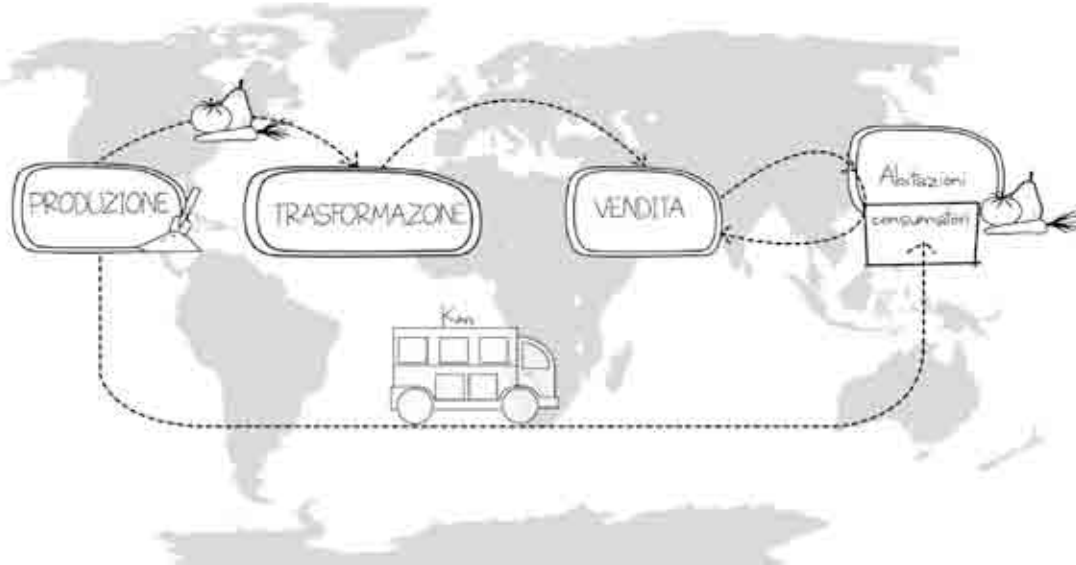
- **FOOD MILES**

Località: Inghilterra

Nascita progetto: 1995

Approccio: indicatore ambientale

Parole chiave: distanza, chilometri percorsi, impatto ambientale



Mappe delle relazioni

Food Miles, le miglia del cibo, è un termine che serve ad indicare quanta strada a percorso un alimento, da quando è stato prodotto al suo consumo. Il concetto fu introdotto già nei primi anni novanta dallo studioso Tim Lang, inserendolo come un indicatore importante da tener in considerazione nelle scelte da effettuare in abito di politica alimentare, food policy. Attualmente il termine è entrato nell'Oxford English Dictionary e da alcuni anni è diventato piuttosto comune non solo in Inghilterra. Spesso questo indicatore è stato travisato e considerato solo in relazione alle distanze che indica. Le critiche più frequenti sui limiti di questo metodo sono principalmente basate sul fatto che il trasporto non è affatto la parte più incisiva in termini ambientali, in quanto occupa solo il 10% del totale dell'emissioni di CO₂ prodotte dall'intera filiera.

I food Miles, come abbiamo detto, cercano di quantificare i chilometri che cibo percorre dalla produzione fino a raggiungere il consumatore finale, includendo anche la strada percorsa dal prodotto dal produttore al trasformatore, dal trasformatore al distributore, fino arrivare alla vendita ed al trasporto a casa. Ad esempio, un chilo di pesce esportate dal Cile in Gran Bretagna percorrono più di 13 mila chilometri, emettendo 17,2 kg di CO₂; I Fagiolini importati dal Senegal ne percorrono 5 mila di chilometri producendo 7,5 chilogrammi di CO₂; l'uva dal Sud Africa arriva a totalizzare 8 mila chilometri e le Ciliegie dall'Argentina ben 12 mila. L'attenzione non è focalizzata solamente sui chilometri, come spesso viene semplificato, ma ha molte variabili.

Infatti, i food miles non si limitano soltanto ad evidenziare le ricadute ambientali, ma implicano anche numerose ricadute a carattere sociale ed economico: la congestione del traffico, il deperimento della qualità dei prodotti, il benessere animale, l'aumento dei costi di mantenimento delle infrastrutture, l'inquinamento acustico, sono solo alcuni delle ricadute che si celano dietro il numero che indica la distanza.

In Inghilterra il 28% del traffico stradale è dovuto al trasporto di beni alimentari che, nel 2005, ha causato in termini di congestione stradale, incidenti ed inquinamento un costo al paese di circa £9 bn (più o meno 11 miliardi di euro). Gli spostamenti incidono notevolmente anche sulla qualità dell'aria e sui costi finali degli stessi prodotti.

Il trasporto aereo potrebbe apparire più vantaggioso ma, sempre in Gran Bretagna, è responsabile dell'11% delle emissioni di CO₂ dovute al trasporto totale di alimenti. Gli aerei infatti generano 177 volte più gas serra rispetto ad altri mezzi di trasporto.

Da una ricerca svolta nel 2005⁹, un team di ricercatori tra cui T.Lang è stato calcolato che, mettendo insieme l'inquinamento generato dai metodi agricoli intensivi e i vari spostamenti a cui è il prodotto prima di essere consumato, vanno ad incidere per l'11,8% sul costo dei prodotti acquistati in una

settimana. Il calcolo è stato fatto su una spesa media pro capite inglese che ammonta a £24,79 a settimana, da qui, è stata calcolata qual è l'incidenza sul costo finale dei costi nascosti dovuti ai metodi di allevamento e al trasporto. Il risultato è stato di £2,91 in più a persona, suddiviso in 81 pence dovuto alla produzione, 76 p per il trasporto su strada, 93 p per i sussidi governativi, e 41 p per il viaggio fino al supermercato. Il costo non cambia anche nel caso in cui gli inglesi consumassero solo cibi da agricoltura convenzionale, ma prodotti localmente ed andassero a fare la spesa in bici o a piedi. I costi scenderebbero a 7% se si considerasse solo prodotti di agricoltura quelli biologica, anche se provenienti da tutta Europa.

Le conclusioni della ricerca e lo scopo stesso dei Food Miles, è quello, non di diventare il solo indicatore di riferimento, ma di mettere in evidenza quanto effettivamente incida in termini di sostenibilità, ricadute sociali ed economiche, la provenienza e i metodi di produzione degli alimenti.



*Il professor inglese Tim Lang a cui è attribuita la paternità dei food miles
Photo: Murdo Macleod/Observer*

4.2.2 CIBO E SALUTE

Uno dei problemi principali delle ricadute legate alla filiera alimentare e agli stili di vita sviluppati, vi è l'aumento della predisposizione verso malattie derivate dalla tipologia di alimentazione. Allergie, intolleranze, diabete, disfunzioni cardiovascolari e obesità sono solo alcuni degli esempi dei disturbi e delle patologie crescenti nei paesi occidentalizzati.

Questo è ancora più evidente quando si va ad analizzare la diffusione nelle fasce legata all'età scolare. In Italia, secondo il ministero della salute, la percentuale di bambini compresi tra i sei e i tredici anni che soffre di problemi legati all'alimentazione sono circa il 20%, mentre scende a 4% la quota di obesi. In Inghilterra l'obesità infantile rimane un problema diffuso, è raggiunge i picchi più alti di Europa, circa il 25% dei bambini è in sovrappeso o obesa.

In quella fascia di età uno dei due pasti fondamentale viene fornito direttamente dal sistema scolastico, questo implica che la mensa gioca un ruolo fondamentale nell'educazione alimentare. La mensa scolastica rappresenta un luogo dove i bambini, mangiando possono capire il valore del cibo, non solo dal punto di vista nutrizionale, ma anche dal punto di vista culturale, sociale ed ambientale. Nei comuni italiani, circa il 66% dei servizi di refezione vengono appaltati, mentre solo nel 17% dei casi coesistono la gestione diretta di alcune mense e l'appalto per altre.¹⁰

Il Ministero della Salute si occupa di dirigere insieme a un gruppo di esperti delle linee guida per l'alimentazione dei bambini nelle mense scolastiche, definendo quantità e tipologia di alimenti da adottare. Ad esempio, frutta e verdura dovranno essere sempre presenti così come il pane, il secondo piatto può essere a scelta tra carne, pesce, uova, formaggi e legumi; viene inoltre consigliato di porre attenzione alla elaborazione dei piatti, alla varietà, alla stagionalità dei cibi e ai prodotti tipici della regione di residenza.

Le indicazioni dovrebbero guidare i comuni nel dirigere i bandi di appalto per la scelta dell'azienda di ristorazione in modo da migliorare in particolare l'aspetto nutrizionale dei menù.

Da tener conto che spesso e volentieri i comuni si devono destreggiare all'interno di budget ridotti e nei bandi di gara il fattore economico rimane senza dubbio predominante. Infatti circa l'81% delle amministrazioni emana bandi di gara secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. In questo caso il servizio viene scelto secondo alcuni criteri qualitativi definiti, dei quali il prezzo non è il solo.¹¹

Una recente indagine condotta da Altromercato su dieci refettori delle scuole primarie in cinque città italiane per verificare la sicurezza del cibo servito, ha rilevato come un terzo degli alimenti contiene antiparassitari, soprattutto su frutta e pane. Mentre su Napoli, Milano e Torino, i livelli sono nei limiti di legge, a Genova sono stati riscontrati pesticidi banditi in Europa. Solo a Roma non risulta traccia. Come vedremo poi nel caso specifico, proprio la capitale è stata oggetto di una vera e propria "rivoluzione della mensa scolastica"¹².

Molti sono infatti i casi in cui il modo di pensare il sistema alimentare all'interno delle scuole è stato completamente re-inventati. Tra i casi più significativi vi è quello della città di New York City.

Nel 2003 il sindaco Bloomberg insieme al cancelliere J.Klein lanciarono il Children First iniziative per migliorare il sistema scolastico della città. L'obiettivo era duplice migliorare la qualità nutrizionale ed incentivare il valore sociale. Il sistema scolastico della città si interfaccia con una logistica complessa, cinque distretti, 860.000 pasti serviti ogni giorno con una spesa a disposizione di circa 450 milioni di dollari. Questi numeri lo rendono il più grande cliente istituzionale, secondo solo all'esercito, del sistema alimentare.¹³

Se da un lato i numeri resero complesse le operazioni legate alla distribuzione, dall'altra però, proprio grazie al loro potenziale valore economico diede al New York City Board of Education¹⁴ un grande potere contrattuale, grazie al quale riuscì a cambiare la tipologia dei prodotti disponibili. Con il supporto di un team di chefs, i menu vennero completamente rivisti dal punto di vista nutrizionale, arrivando a definire un menu standard ma flessibile abbastanza da incontrare le diverse esigenze di circa un milione di scolari. (K.Morgan et al.2010)

Per aumentare la partecipazione al programma scolastico, vennero coinvolti sia i genitori che associazioni locali per promuovere l'importanza di cibo sano e fresco. Inoltre per coinvolgere maggiormente gli studenti venne scelto di trasformare il servizio mensa, dandogli un'identità ed un marchio, Feed your Mind, con tanto di logo dedicato. I cibi vennero proposti simulando le modalità di presentazione dei fast food, ma servendo cibo fresco e sano: parte del rifornimento di frutta venne supportato da produttori locali tramite il programma Farm-to-School¹⁵, così come parte dei prodotti trasformati vennero scelti da aziende vicine. Inoltre si garantì a tutti gli scolari la prima colazione gratuita e vennero organizzati corsi di cucina. Il programma ebbe grande successo, riuscendo ad aumentare il numero di partecipanti al sistema di ristorazione scolastica.

Attualmente negli Stati Uniti, a promuovere la necessità di cibo più sano e fresco è sceso in campo

il famoso cuoco inglese James Oliver, che dopo l'esperienza nelle scuole inglesi, si propone di rivoluzionare la refezione scolastica. Tutto partì nel 2005 con una serie di documentari per mostrare come funzionasse realmente il sistema di catering scolastico inglese. Ne uscì fuori un quadro allarmante: nelle scuole britanniche, come ormai in quasi tutte le scuole, non si cucina, ma si toglie dalla scatola e si scalda. Si preparano in abbondanza hamburger, bastoncini di qualcosa, crocchette di altro, si reidratano fiocchi di purè e si friggono patatine precotte, "cibo ricostruito", come lo ha definito lo stesso J. Oliver. Le mense purtroppo funzionano in modo opposto rispetto ad un ristorante: uno chef crea un piatto, calcola quanto è costato e poi stabilisce il prezzo nella carta.



Una delle immagini promozionali per la campagna Feed me Better lanciata dal cuoco inglese J. Oliver

Le mense invece prendono un prezzo e all'interno di quel budget creano i menù. Nel caso delle scuole pubbliche inglesi, gli ingredienti di un pasto non devono costare più di 37 pence, cioè appena mezzo euro per ogni studente.

Attraverso il motto "diamo ai nostri figli cibo di qualità" e la campagna Feed me Better, J. Oliver riuscì prima a raccogliere oltre 200 mila firme di petizione attraverso il suo sito on line, e poi a convincere lo stesso governo inglese a prendere provvedimenti. Fu presto approvata una nuova legislazione, che bandì patatine, cioccolato, bibite gassate, grassi animali, fritti, sale e zucchero dalle tavole prima delle scuole primarie e successivamente da quelle secondarie.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	salute fisica accessibile	cibo	nutrirsi	rapporti sociali
Protection (protezione)	responsabilità sicurezza	sicurezza alimentare; certificazioni; clausole contrattuali	controllare coinvolgere agire scegliere	integrazione culturale; scuola
Affection (affezione)	fiducia integrazione	cultura alimentare: conoscenza tradizioni;	favorire condividere;	scuole luoghi pubblici
Understanding (comprensione)	ricettività curiosità stupore	insegnanti; esperienza; cultura alimentare; politiche di comunicazione	educare sperimentare	workshop; incontri didattici
Partecipazione (partecipazione)	adattabilità rispetto dedizione	confronto diritti e doveri	interazione scambiare confrontarsi sperimentare	incontri gruppi di lavoro
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità tranquillità	nuove esperienze confronti	riflettere ricordare apprendere	spazi collettivi
Creation (creare)	curiosità ricettività	insegnanti; manualità inventiva	coinvolgere partecipare	workshop incontri didattici
Identity (identità)	cultura alimentare	valori; differenze culturali	sperimentare conoscere	luogo di provenienza
Freedom (libertà)	uguaglianza e diversità	uguali diritti	rendere consapevoli	tempi e spazi adeguati

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Cibo e salute

• CULTURA CHE NUTRE

Località: Roma, Italia

Tipo di località: urbana

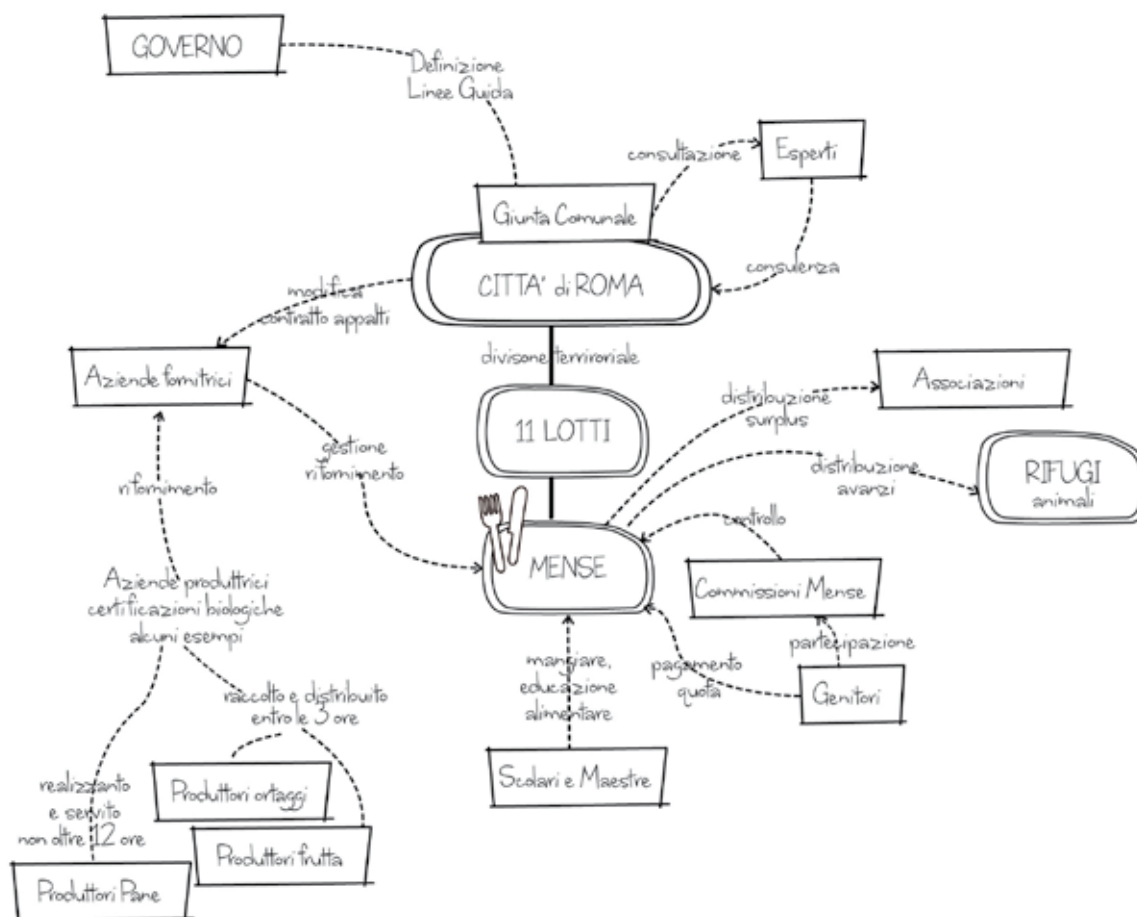
Nascita progetto: 1992

Approccio: mense scolastiche

Attori coinvolti: autorità, cittadini

n°persone coinvolte: 150.000 studenti

Parole chiave: biologico, km 0, salute, sicurezza alimentare, cultura alimentare, integrazione, tradizione, stagionalità.



Mappe delle relazioni

A differenza di paesi come l'Inghilterra e gli Stati Uniti, in cui la refezione scolastica viene considerata un servizio commerciale, in Italia è da sempre considerata come parte integrante del diritto all'educazione e alla salute. (K.Morgan *et al.* 2010).

Nel 1992, il Consiglio di Stato rese possibile la restrizione dei bandi di gara ad aziende fornitrici provinciali, in modo da facilitare la gestione della logistica, e di garantire un maggior controllo sui prodotti forniti. Come conseguenza diretta, si facilitò notevolmente l'introduzione tra le voci decisionali l'eventuale preferenza di cibi locali.

Le linee guida nutrizionali nell'ambito pubblico vengono definite in primis da Governo, ma è responsabilità delle Regioni implementarle. Inoltre, grazie alla forte autonomia che viene data a livello territoriale, molti comuni hanno potuto sviluppare dei propri sistemi di refezione. Già negli anni ottanta, diverse cittadine italiane scelsero di rendere sostenibile le proprie mense fornendo principalmente prodotti biologici, tra i pionieri la città di Cesana in Reggio Emilia. Successivamente, in seguito ai casi di BSE, mucca pazza, e altri scandali legati al sistema alimentare, vennero caldamente supportati l'inserimento nelle mense pubbliche di prodotti con certificazione biologica, per garantire una maggior sicurezza ai cittadini.

Proprio a partire da questo episodio, l'allora sindaco di Roma Francesco Rutelli, decise di intraprendere un percorso ambizioso, rendere biologici i cibi serviti nelle scuole.

Il sistema di refezione scolastica della capitale coinvolge circa 150.000 studenti, il che significa che devono essere distribuite circa 150 tonnellate di cibo al giorno, motivo per cui il progetto venne attuato in maniera progressiva, in tre fasi, dando priorità a frutta e verdura.

Per facilitare la gestione, il territorio romano venne suddiviso in undici lotti e nel definire i bandi di concorso vennero tenuti in considerazione anche variabili di natura ambientale. Alle aziende appaltanti venne chiesto di provvedere per il primo anno l'uso del biologico solo alla fornitura di frutta e verdura, il secondo di estenderlo a: legumi, pane e prodotti da forno, pasta, riso, uova e passata di pomodoro. Venne fatta eccezione per verdure come i piselli e gli spinaci che potevano essere surgelate.

Nel definire i criteri di scelta delle aziende su un totale di cento, il costo rappresentò circa il 50% dei punti, altri 30 punti vennero assegnati alla tipologia di servizio fornito e dagli eventuali valori aggiunti dell'azienda, come certificazioni ambientali e di qualità, 15 per i servizi aggiuntivi come i progetti associati di educazione e 4 per l'eventuale capacità di fornire prodotti biologici aggiuntivi.

Un ruolo importante lo ebbero anche le Commissioni Mensa, organo attraverso cui i genitori degli alunni possono partecipare direttamente al controllo del servizio mensa, e garantire che le clausole contrattuali vengano rispettate.

Nel 2004, inizia il secondo step della riforma, sempre in nome della sicurezza alimentare e della salute, il programma prevede entro il 2007 di: abbassare la quantità di proteine animali; definire le modalità di conservazione, cottura e distribuzione degli alimenti; introduzioni di spuntini di mezza mattinata a base di frutta, diversificazione degli alimenti per fasce di età, e la revisione dei menu.

Quest'ultimi vengono rivisti in base a quattro principi di qualità:

la stagionalità: inserire due versioni uno invernale ed una estiva

la varietà: ogni tipologia di piatto non può essere ripetuto se non dopo cinque settimane

la territorialità: per enfatizzare il legame tra il prodotto e l'area di provenienza, non solo per i piatti italiani. Il pane servito deve essere fresco, servito non oltre le dodici ore dalla produzione.

i valori nutrizionali: lo spuntino a mezza mattinata deve provvedere al 10% del valore nutrizionale giornaliero, il pranzo il 35%. In più sono stati definiti menù particolari per i bambini con particolari necessità alimentari per motivi medici o religiosi.

Nel 2007, la città passa al terzo step per ottimizzare la qualità del servizio, migliorando l'integrazione culturale, la riduzione dello spreco, e la garanzia della freschezza.

Tra le innovazioni proposte vi sono: l'introduzione di un piatto etnico tradizionale al mese, la devoluzione gli avanzi ai rifugi per animali, ed il cibo non servito ad associazioni di carità; il privilegiare le aziende impegnate nel sociale e l'introduzione di stoviglie biodegradabili.

Un passo avanti è stato fatto nella garanzia di freschezza dei prodotti introducendo come parametro le ore passate dalla raccolta, non superiori alle tre, implicando indirettamente la provenienza degli stessi.

Il sistema attuato a Roma oltre ad associare il concetto di sicurezza alimentare al biologico, è servito a riportare la stagionalità e la tipicità sulle tavole degli scolari. Sono inoltre stati considerati il valore cultura e sociale del cibo, non solo più visto da un punto di vista nutrizionale, ma come strumento per conoscere la propria e le altre tradizioni, favorendo l'integrazione sociale ed il rispetto, oltre che la ricchezza delle diversità.

4.2.3 URBAN PLANNING

Il cibo influisce sul benessere economico, ambientale e sociale, di ogni luogo, ma le scelte alimentari e le questioni che vi gravitano attorno, sono raramente prese in considerazione dalle politiche di pianificazione urbana. L'urban planning è un processo tecnico e politico, gestito dalle istituzioni, che riguarda il controllo dell'uso dei terreni e la progettazione dell'ambiente urbano, comprese le reti di trasporto, per dirigere ed assicurare il corretto sviluppo degli insediamenti e delle comunità.

Con temi quali l'inquinamento, la crisi energetica, la sicurezza alimentare, la fame, l'obesità, la capienza delle discariche, che incidono sulla crescita e lo sviluppo, chi si occupa di urbanistica non può più ignorare l'importanza ed il potenziale del proprio intervento nell'ottica di organizzare ed ottimizzare il sistema urbano.

Nella maggior parte delle menti delle persone, e degli urbanisti stessi, le città consistono principalmente in luoghi di residenze per i cittadini e metodi per il loro trasporto, ma la stretta correlazione tra la vita in questi insediamenti e le fonti necessarie ad alimentarli, stanno diventando sempre di più temi fondamentali per lo sviluppo. Al crescere di un insediamento, infatti, aumenta anche il bisogno di cibo e di energia, ma allo stesso tempo aumentano il traffico e l'inquinamento, mentre i terreni agricoli diminuiscono per essere riconvertiti in terreni edificabili per far spazio a palazzi, zone industriali, parcheggi e supermercati.

C'è spesso la convinzione, condivisa sia dai cittadini che dalle istituzioni, che siano le politiche agrarie a doversi occupare del sistema alimentare. Questa considerazione deriva dalla scarsissima interazione che questi attori pensano di avere con le fasi della produzione, trasformazione e distribuzione del cibo, convinzione che porta a pensare a queste tematiche come esternalità.

La vita in una città è invece influenzata da differenti aspetti ed attività tra le quali spiccano quelle relative all'alimentazione: l'agricoltura, i negozi, i mercati, le discariche. Tutti questi temi costituiscono un'aspetto imprescindibile all'interno di un insediamento, soprattutto per la rilevanza economica che detengono. Lo stesso sistema dei trasporti, causa di inquinamento ed eccessivo uso di risorse energetiche, ruota attorno al cibo, non solo perché distribuisce prodotti alimentari e movimentata i rifiuti, ma determina anche l'accessibilità ai punti di distribuzione come per esempio i ristoranti, i negozi di alimentari, ecc., la cui dislocazione segue piani prestabiliti.

Il vero problema è che, abituati da questo modello di consumo, ci siamo dimenticati il motivo fondamentale che consente alle amministrazioni comunali di esistere e che determinerà la loro esistenza in futuro: l'approvvigionamento del cibo e dell'energia.

Una città semplicemente non può esistere senza le proprie riserve. Oggi il trasporto su gomma distribuisce gli alimenti in tutto il mondo, dalle grandi monoculture fino alle città abitate da milioni di persone, e le reti elettriche garantiscono energia costante per le nostre necessità. La relazione tra città, abitanti e risorse è andato via via trasformandosi in qualcosa di assodato, tanto da non farci pensare che siano, in effetti, ambiti da progettare.

Una dieta responsabile per un essere umano medio può consistere di 50 grammi di proteine, 300 grammi di carboidrati e 60 grammi di grassi, vale a dire poco più di 400 grammi di cibo al giorno. Nella società industriale in cui viviamo, questo dato è già in difetto, ma per un attimo consideriamolo plausibile. Ciò significherebbe, per una città di 1 milione di persone, la necessità giornaliera di oltre 400 tonnellate di cibo. Tuttavia, questo conteggio non include le fibre, il contenuto di acqua del cibo o la grande quantità di rifiuti prodotti durante la preparazione e gli avanzi dei pasti. Non comprende nemmeno l'imballaggio. Così, un insediamento di 1 milione di abitanti consuma molte migliaia di tonnellate di prodotti alimentari al giorno. Questo cibo è coltivato in vaste aree agricole al di fuori di ciò che siamo soliti considerare come la città. L'agricoltura è però ciò che ci ha permesso di essere stanziali, ma un insediamento agricolo non è sufficiente a trasformarsi in una città. Solo quando gli agricoltori producono eccedenze alimentari rispetto alle proprie esigenze, alcune persone possono cessare di lavorare nei campi per dedicarsi ad altre attività. E le città sono il risultato di quello che la gente fa quando non è impegnata a produrre o procurarsi il cibo¹⁶.

In altre parole, il vincolo fondamentale per le città, è il loro approvvigionamento. Senza questo e l'energia per il trasporto ed il consumo, una città non può esistere.

La pianificazione può avvenire a diversi livelli. Rispetto alla produzione, si può intervenire incoraggiando e favorendo produzioni locali più sostenibili, preservando le risorse agricole e incoraggiando sistemi come gli orti comunitari e condominiali o l'utilizzo di energie rinnovabili. Rispetto alla distribuzione si può contribuire a ridurre l'inquinamento e promuovere la creazione di una robusta economia locale, accorciando e rafforzando le connessioni tra produttori e consumatori. A livello di consumo, le istituzioni possono favorire, attraverso iniziative educative, l'abitudine a modelli di consumo più sostenibili.

Sebbene i problemi del sistema alimentare abbiano recentemente ricevuto maggiore attenzione

tra i progettisti, la ricerca mostra che c'è ancora una generale mancanza di conoscenze sulle problematiche del sistema alimentare, e le opportunità per migliorarlo e difenderlo.

Tra i diversi progetti che provano a porre rimedio a questa mancanza di pianificazione e che nel futuro si ripromettono di risolvere i problemi legati alla riduzione degli spazi agricoli, l'approvvigionamento di cibo e la riduzione dei trasporti legati ad esso, ci sono gli orti verticali. E notizia recente che a Linköping, in Svezia, siano iniziati i lavori per la costruzione della prima grande serra metropolitana al mondo¹⁷. L'edificio, dall'aspetto di un moderno grattacielo, accoglierà al suo interno colture di ortaggi e frutta per il consumo cittadino mentre l'impianto di riscaldamento dell'intera struttura verrà alimentato esclusivamente da biogas prodotto dai rifiuti.

In questa sezione vedremo invece due casi studio meno avveniristici ma altrettanto interessanti soprattutto nell'ottica dell'efficacia dei risultati ottenuti e dell'alta ripetibilità dell'idea.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	cibo, lavoro.	orti urbani, spazi comuni, tradizioni.	coltivare, auto-produrre, nutrire, lavorare, risparmiare.	rapporti sociali, comunità.
Protection (protezione)	uguaglianza, responsabilità, condivisione.	sicurezza alimentare, sicurezza energetica.	produrre, supportare, risparmiare.	spazio sociale, patti sociali.
Affection (affezione)	appartenenza, condivisione.	comunità, amicizia, vicinato.	auto-produrre, abitare un luogo, condividere.	condivisione del progetto, riunioni, eventi, quartiere.
Understanding (comprensione)	ricettività, curiosità, empatia, senso critico.	lavoro comunitario, necessità, rispetto per l'ambiente.	condividere, risparmiare.	abitazione, quartiere, servizi per la comunità.
Partecipation (partecipazione)	dedizione, accettazione, consapevolezza.	responsabilità, motivazioni.	cooperare, condividere, partecipare, interagire, ridurre.	associazioni, incontri, spazi comuni.
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità, tranquillità, diversità.	nuovi contatti, esperienze, eventi locali.	riflettere, aggregare, partecipare.	eventi, spazi comuni.
Creation (creare)	determinazione, passione.	gestione e manualità.	investire, coltivare, produrre, lavorare.	eventi, negozi, effetti di retroazione.
Identity (identità)	appartenenza, solidarietà.	valori, orgoglio, autonomia, stile di vita.	confrontarsi, prendere iniziativa	gruppi, luogo di appartenenza.
Freedom (libertà)	autonomia, indipendenza, apertura mentale.	uguali diritti, fiducia, responsabilità.	scegliere, differenziarsi.	libertà dalle pressioni e dalle dipendenze.

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Urban Planning

- **MILTON KEYNES**

Località: Inghilterra

Tipo di località: Città

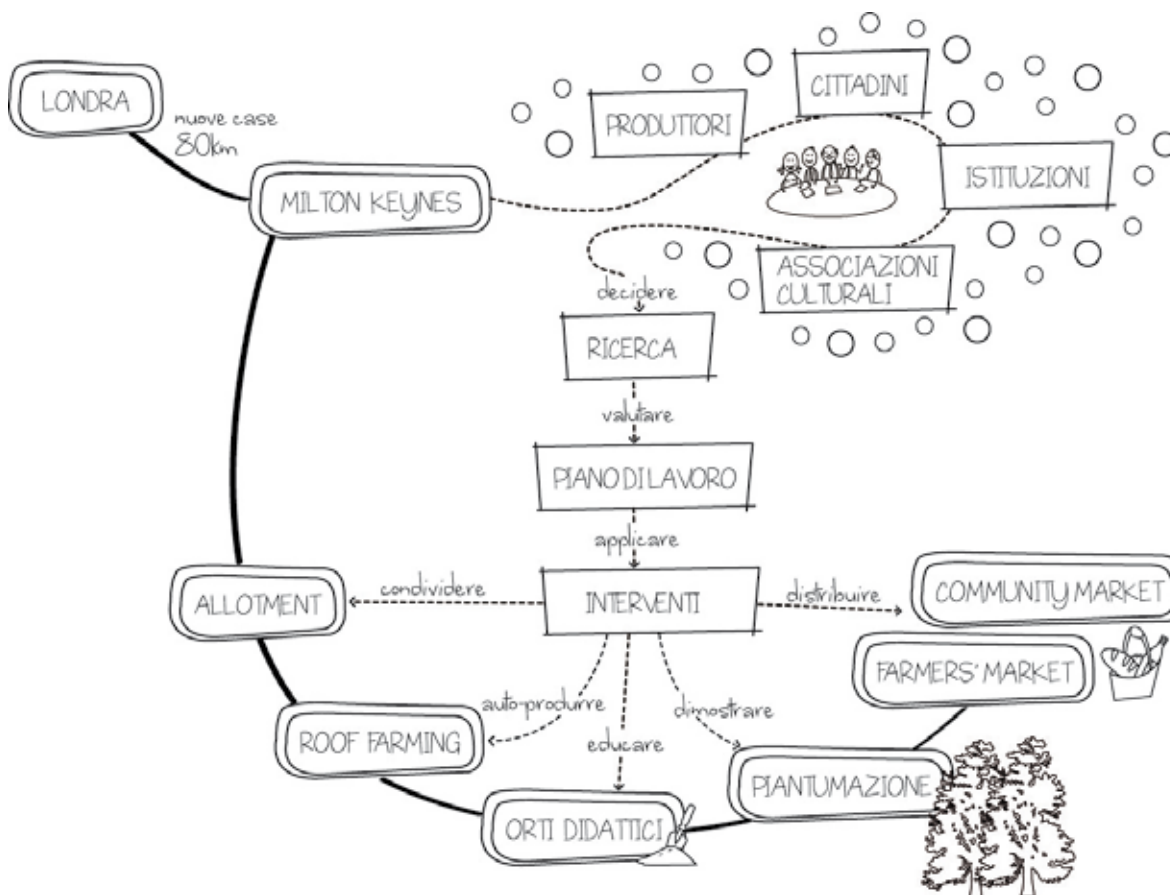
Nascita progetto: 2006

Tipologia di organizzazione: Municipalità ed i cittadini

Approccio: Produzione partecipata di cibo

Attori coinvolti: Istituzioni e cittadini

Parole chiave: Allotment, Community Garden, Farmers' market, Food MK, Condivisione, Banca dati del cibo,



Mappe delle relazioni

Milton Keynes, città di 195.000 abitanti situata a 80Km a Nord-Ovest di Londra, è un caso studio che perfettamente dimostra come, attraverso un processo di pianificazione ponderato, sia possibile trasformare un centro abitato in una grande fattoria urbana, in cui il cibo consumato è coltivato dagli stessi abitanti nel giardino di casa.

Il progetto Food MK, tuttora in atto ed in continua evoluzione, prevede il coinvolgimento attivo di tutta la cittadinanza ad una serie di progetti, supervisionati dalle istituzioni a diversi livelli, per la produzione locale di cibo: dalle ricerche sui modelli di agricoltura urbana praticabili, allo sviluppo di nuovi mercati per la produzione locale, fino a veri e propri progetti dimostrativi, come per esempio la piantumazione di diverse varietà di alberi da frutto nelle strade, la creazione di orti didattici nelle scuole e la coltivazione di ortaggi negli spazi verdi vicino ai negozi che vendono questi stessi prodotti, ma anche su tetti e terrazze.

La riconversione di questa cittadina iniziò quando Food Train¹⁸, un'impresa sociale che promuove il miglioramento ambientale, sociale ed economico attraverso lo sviluppo di attività commerciali, iniziò a lavorare sul farmer's market della vicina cittadina di Wolverton per incrementare la presenza di prodotti locali. Dalla ricerca che la Food Train compì, risultava una quasi totale assenza di agricoltori all'interno del distretto, aspetto particolarmente curioso visti i trascorsi rurali dei villaggi della zona. La motivazione di questo cambiamento è da ricercare nell'origine di questa cittadina, fondata nel 1967, unendo i vecchi centri di quindici villaggi. Milton Keynes è nata per alleviare la congestione degli alloggi a Londra e soprattutto per la sua posizione centrale rispetto alle città di Birmingham, Oxford, Leicester, Cambridge ed ovviamente la già citata Capitale del Regno Unito. La sua natura di città dormitorio può essere quindi imputata come principale causa della sparizione del tessuto rurale

che caratterizzava il distretto.

Per capire la struttura del settore alimentare locale e la fattibilità di una possibile valorizzazione dei caratteri rurali tradizionali Natural England¹⁹, un ente pubblico che lavora su temi di conservazione della natura, finanziò il progetto Food MK, realizzato nel 2006 dalla stessa Food Train. Lo spirito del progetto consisteva nella promozione di dibattiti pubblici per comprendere le ragioni della scomparsa dell'agricoltura dal distretto e gli effetti che questa perdita ha generato nelle relazioni sociali e nel rapporto tra gli abitanti e il territorio.

La strategicità del progetto consiste nel considerare il sistema alimentare locale come elemento cardine per lo sviluppo sostenibile di una comunità, capace sia di influenzare la politica a livello nazionale, regionale e locale, sia di creare un senso di identità e radicamento nel territorio.

Il progetto, composto da tre fasi, prevede un primo momento di ricerca coadiuvata da momenti di scambio e condivisione, un secondo di stesura del piano di lavoro ed un ultimo di attuazione.

La fase di ricerca è iniziata con l'analisi dello stato attuale della comunità di Milton Keynes e le sue ricchezze culturali, sociali ed esperienziali attraverso una serie di incontri durante i quali sono state messe a confronto le diverse visioni del problema di tutti i soggetti: cittadini, associazioni culturali, produttori ed istituzioni. Durante queste attività veniva chiesto ai cittadini cosa avrebbero pensato e potuto fare direttamente per ovviare alla situazione di Milton Keynes, in modo da partire intrecciando i fili delle potenzialità e delle attività già esistenti.

L'unione delle intenzioni, di tutti dati relativi ai tipi di produzione, alle quantità, ai consumi e alle modalità di smaltimento dei rifiuti e degli scarti del cibo, raccolti in un database di circa 400 voci, incrociati con la mappatura delle potenzialità, sono stati inseriti all'interno di una relazione finale, intitolata significativamente "Food MK. Usare il cibo per costruire una comunità a Milton Keynes".

Partendo dalle considerazioni raccolte, la seconda fase del Foodcheck ha previsto la stesura di un piano di lavoro, una serie di workshop, in cui si è cercato di tradurre in azioni tutti gli elementi di conoscenza che erano stati precedentemente raccolti e pubblicati. L'elaborato che ne è risultato ha preso il nome di Food MK Action Plan. Questo piano d'azione è stato pensato per rendere possibili e autonome una serie di attività economiche legate alla produzione e alla distribuzione locale del cibo, ma anche le iniziative di sensibilizzazione e di formazione, così come le politiche pubbliche. Il tutto, articolato su cinque punti:

1) Educazione, promozione e commercializzazione. Questa sezione racchiude 14 progetti pensati per sviluppare nella popolazione la consapevolezza sia delle disponibilità di cibo locale sia dell'importanza di sostenere la produzione e il consumo, per strutturare servizi di marketing e per predisporre una guida al cibo locale.

2) Sviluppo dell'economia locale alimentare. Questo punto si concentra su 9 progetti inseriti nell'ambito del mantenimento delle esperienze già in atto, come gli allotment, sullo sviluppo di mercati per i produttori locali (mercato regionale, farmers' e community market) e sulla possibilità di predisporre incentivi economici per le persone che acquistano i prodotti alimentari della zona.

3) Progetti dimostrativi. 9 progetti orientati alla visibilità delle azioni intraprese nel Food MK. Tra le iniziative più interessanti vale la pena ricordare la piantumazione di alberi da frutto per le strade, gli orti didattici nelle scuole, le coltivazioni di ortaggi su tetti e terrazze e la creazione di una rete di supporto tecnico per la realizzazione di nuovi progetti di agricoltura.

4) Ruolo degli enti locali. 6 progetti che vertono sulla gestione e l'utilizzo dei fondi stanziati a supporto delle aziende di produzione e ai commercianti per il consolidamento di una rete stabile di comunicazione ed informazione tra produttori locali.

5) Ricerca e strategie. 19 progetti per aggiornare le informazioni raccolte durante la fase di ricerca e valutare la fattibilità di progetti di agricoltura e consumo ispirati ai principi e alle tecniche della Community Supported Agriculture.

Per ogni azione il piano indica responsabilità e tempi di attuazione che generalmente vanno dai sei mesi, per i progetti a breve termine, fino a cinque anni, per quelli più complessi.

Il successo del progetto va ricercato, oltre che nella creazione di relazioni tra i diversi soggetti che già operavano per lo sviluppo di un circuito alimentare locale, nella storia e nella cultura di Milton Keynes. La propensione alla sperimentazione, l'intraprendenza delle istituzioni e la partecipazione della cittadinanza.

A livello culturale e sociale i risultati dei lavori fatti su Milton Keynes hanno restituito diversi risultati. A livello sociale, nella cittadina sono nate diverse organizzazioni di volontariato che si occupano di aiutare i ragazzi ad entrare nel mondo del lavoro, enti di beneficenza che si occupano della cura degli spazi verdi, associazioni impegnate nella lotta contro l'obesità; istituzioni che si occupano della salute fisica e mentale delle persone, organizzazioni culturali che tengono viva la memoria del luogo, diversi istituti di ricerca ed educazione.

Questa comunità, nonostante abbia perso il proprio contesto rurale, ha però intrapreso una serie di esperienze pionieristiche, spesso gestite a livello collettivo, che rendono Milton Keynes un luogo particolarmente stimolante per progetti legati al cibo locale. E' il caso per esempio degli allotment²⁰, terreni pubblici sistematicamente affidati in gestione a gruppi di cittadini; i community garden²¹, terreni privati solitamente abbandonati che vengono coltivati collettivamente dalla comunità; e lo sviluppo, attorno al concetto comunitario, di un'altra serie di iniziative che sono interessanti per il loro risvolto sociale: ad esempio i diversi locali gestiti da volontari che funzionano da punto di ritrovo e nei quali è possibile mangiare a prezzi accessibili il cibo coltivato localmente.

Tutti questi risultati, raggiunti attraverso lo sforzo congiunto dei cittadini in primis e coadiuvati dalle istituzioni, mettono in evidenza le opportunità che questi paesaggi creano per ridurre le emissioni di carbonio, creare posti di lavoro e migliorare la qualità della vita per tutti. Da questo tipo di iniziative un aspetto da non sottovalutare è il suggerimento che ne deriva nelle modalità con cui le autorità locali possono contribuire a sostenere le comunità agricole migliorando il modello di consumo locale. Tra i motivi principali per la municipalità di Milton Keynes ha ritenuto fondamentale intervenire all'interno del progetto Food MK, è la previsione di crescita futura della città. Entro il 2030 è infatti previsto un aumento della popolazione fino a 350.000 persone, quasi raddoppiando le attuali, e la costruzione di 70.000 nuove abitazioni. Nell'idea del governo inglese, questa città dovrebbe rappresentare una località sostenibile, ben progettata, di elevata qualità e attrattiva dove le persone sceglieranno di vivere ed abitare.

Proprio per far sì che questo auspicio si possa realizzare, è necessario sin da adesso pianificare lo sviluppo della città in modo consapevole e ponderato, razionalizzando gli spazi, ottimizzando i servizi e mantenendo sempre un occhio di riguardo alle tematiche sociali ed ambientali che ad oggi hanno modificato il modo di vivere a Milton Keynes.

- **BEDDINGTON ZERO ENERGY DEVELOPMENT (BEDZED)**

Località: Inghilterra, Londra

Tipo di località: Quartiere di Sutton

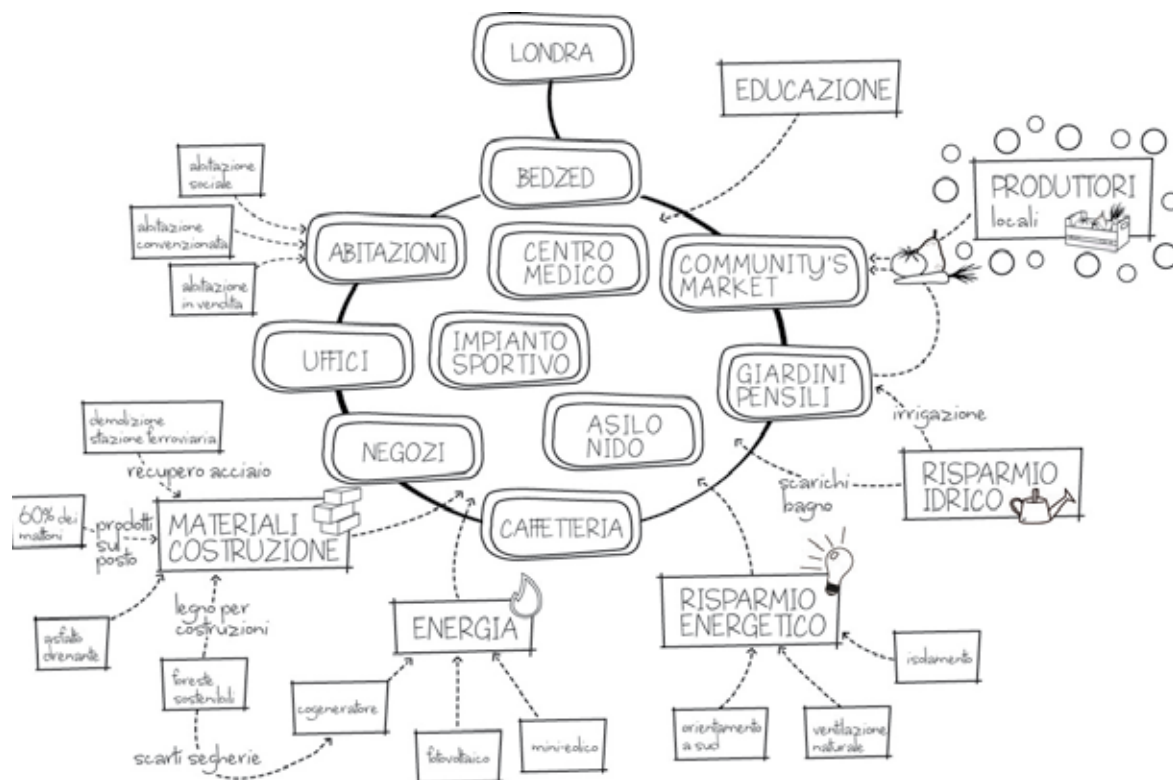
Nascita progetto: 1999-2002

Tipologia di organizzazione: istituzioni locali

Approccio: Urban planning, edilizia ad impatto ridotto

Attori coinvolti: BioRegional Development Group, Amministrazione di Sutton, Peabody Trust (Associazione di Housing Sociale), Zedfactory

Parole chiave: Progettazione integrata, Sostenibilità, Autosufficienza, Risparmio energetico, Urban planning.



Mappe delle relazioni

Tra gli interventi di urbanizzazione più interessanti, c'è da sottolineare il progetto realizzato dall'amministrazione locale di Sutton, un quartiere a Sud di Londra, che prende il nome di Beddington Zero Energy Development.

Alla base del progetto ci sono tre aspetti fondamentali: la dimensione sociale, l'efficacia economica e la compatibilità ambientale.

Il BedZed, è un intervento di particolare interesse, utile a dimostrare come sia possibile implementare un alto livello di sostenibilità negli interventi di grande scala, come l'edilizia commerciale e popolare, e attuarli in termini economicamente convenienti per le istituzioni e per i cittadini.

Il quartiere, uno dei più innovativi del suo genere in Europa, è stato realizzato attraverso la compartecipazione tra l'amministrazione comunale di Sutton e un promotore di edilizia sociale, il Peabody Trust²², su progetto elaborato dalla Zedfactory²³ dell'architetto Bill Dunster. Il principale obiettivo di BedZed era di costruire un insediamento che non consumasse in alcun modo energia fossile. Edificato su di una vecchia area industriale dismessa, il progetto è composto da 87 alloggi a conduzione mista (abitazione sociale, convenzionata e in vendita), 17 appartamenti e 1400 metri quadrati commerciali suddivisi tra uffici, negozi, impianti sportivi, una caffetteria, un centro medico-sociale e un asilo nido.

La progettazione di BedZed si basa su sei criteri fondamentali:

La scelta dei materiali. Tutti recuperati ad una distanza inferiore ai 35 km dal sito, così da ridurre l'impatto ambientale dovuto alle emissioni nocive dei camion. In particolare, il 60% dei mattoni è fabbricato sul posto, il legno proviene da foreste sostenibili e l'acciaio da una stazione ferroviaria demolita. Sotto l'asfalto, uno strato di vecchie bottiglie frantumate garantisce il drenaggio dell'acqua piovana.

Il risparmio energetico. L'orientamento e l'involucro edilizio degli appartamenti, sono stati studiati in modo da garantire tale risparmio. I tetti verdi, uno strato di isolante cinque volte superiore agli standard e grandi finestre a sud, caratterizzate da tripli vetri, consentono di accumulare il calore in inverno, tanto da non richiedere la presenza di un vero sistema di riscaldamento, e rinfrescare gli ambienti d'estate. Il ricambio dell'aria e la sua circolazione negli ambienti sono ottenuti con un sistema di ventilazione naturale, garantito dai comignoli mobili sul tetto, che seguendo il vento permettono il continuo ricircolo.

Energia pulita. Il fabbisogno termico per il riscaldamento e quello elettrico sono assicurati da un impianto di cogenerazione alimentato da cippato, proveniente da aziende locali e reso conveniente dai costi di smaltimento in discarica, che viene trasformato in gas da un gassificatore. L'orientamento degli edifici a sud, ispirato ai criteri della bioclimatica, permette di sfruttare al massimo il calore solare; l'installazione di pannelli fotovoltaici e di micro-turbine eoliche completano il lavoro contribuendo a mantenere bassa la domanda energetica.

Il risparmio idrico. Sul tetto, un apposito sistema convoglia le acque piovane che vengono poi raccolte in apposite vasche e riutilizzate per lo scarico dei bagni e per innaffiare le piante.

L'educazione ambientale. All'interno dell'edificio il risparmio continua con luci ed elettrodomestici ad alta efficienza energetica e mobili ottenuti con plastica e legno riciclato.

Un pannello con i contatori ben visibili, ricorda costantemente quanta energia si sta consumando, facendo leva sulla sensibilità degli inquilini. Nel quartiere di BedZED sono inoltre numerosi i servizi per la comunità. All'esterno i giardini pensili sono stati trasformati in piccoli orti e i residenti organizzano un mercatino dove chi coltiva pomodori e insalate vende le verdure che eccedono il consumo familiare. Lì si possono acquistare anche i prodotti biologici, il latte fresco e le uova di galline ruspanti di una fattoria poco lontana. Anche i trasporti in questo quartiere sono frutto di un'attenta progettazione. Attraverso i servizi di car sharing e car pooling, decine di persone condividono i mezzi, sia per ridurre traffico e inquinamento che per risparmiare. Nel parcheggio, lontano dalla zona abitativa dove camminare è d'obbligo, ci sono le prese giganti per caricare gratuitamente le auto o le moto elettriche.

La fattibilità ed i costi contenuti. BedZED, i cui costi di realizzazione sono davvero poco superiori rispetto a quelli di un insediamento standard, circa il 2-3%, è stato progettato evitando tecnologie costose e con l'ottica di poter essere costruito ovunque. Il riscaldamento è stato ridotto dal 90% al 70% ed il consumo elettrico dal 30% al 25%.

L'utilizzo dell'acqua piovana ha permesso un risparmio del 58%. I servizi di trasporto hanno ridotto del 64% gli spostamenti in auto.

L'ultimo dato, a livello comunitario, ci dice che ogni residente conosce almeno 20 suoi vicini, e per una città come Londra è una bella media!

Visti i risultati ottenuti BedZed ha dimostrato che: perché la sostenibilità divenga veramente un agente della trasformazione delle abitudini sociali e dei processi economici e produca un qualche effetto sull'ambiente, è importante che venga concretamente sperimentata nei grandi investimenti, per soddisfare gli obiettivi economici e sociali e dare vantaggi a tutti gli attori coinvolti.

Le buone intenzioni politiche per dargli seguito non sembrano mancare, perlomeno in Gran Bretagna dove, l'ormai ex premier, Gordon Brown si era posto l'obiettivo di replicare il progetto in cinque milioni di nuove abitazioni entro il 2012. Se così non dovesse accadere, si consideri comunque che in Inghilterra, entro il 2016, ogni nuova costruzione dovrà essere alimentata con energia rinnovabile prodotta sul posto.

Per tutte queste ragioni BedZed rappresenta, oltre un'esperienza pionieristica vincente, un ottimo esempio di urbanistica ecosostenibile pensata per risolvere problemi a livello comunitario, economico ed ambientale.

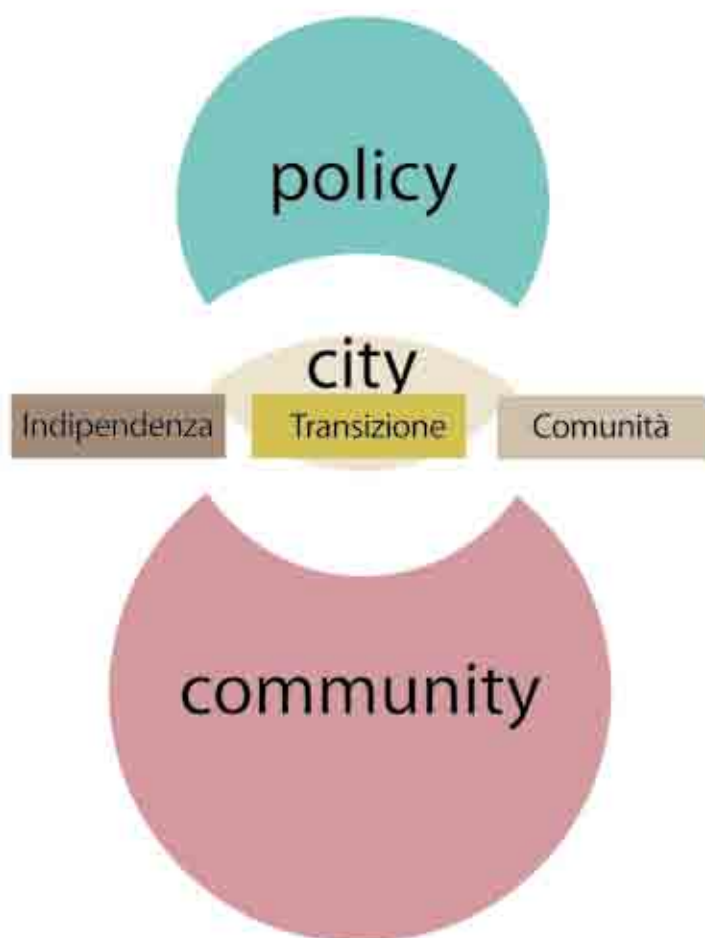
4.3 CITY

Con la denominazione CITY abbiamo inteso tutte quelle iniziative che vedono una stretta relazione tra la POLICY e la COMMUNITY. Le due componenti, sebbene siano presenti entrambe, non sempre hanno lo stesso peso, ed, in base ai contesti, predomina l'una o l'altra parte fino alla definizione di equilibrio. La sinergia che si viene a creare dà origine a progetti con maggior coordinazione e complessità rispetto a quanto succede quando questi ambiti vengono affrontati singolarmente. Questa interazione dà vita a veri e propri movimenti culturali e ambientali, che hanno la capacità di coinvolgerci oltre i confini dei legami e delle comunità locali. La forza generata dal basso se sostenuta e assecondata delle istituzioni, può aumentare enormemente la propria risonanza, diventando il motore di un cambiamento stabile e partecipato.

I vettori capaci di stimolare queste rivoluzioni, sono gli stessi da cui dipende la nostra vita: il cibo e l'energia. Entrambi sono infatti soggetto di un forte momento di instabilità ed incertezza che ne ha determinato una crisi. I prezzi delle derrate alimentari continuano a salire, così come il fabbisogno energetico. La FAO¹ prospetta per il futuro, la necessità di ridurre drasticamente l'impatto delle attività antropiche sugli ecosistemi, attraverso una modifica degli stili di vita, l'affrancamento dalla dipendenza dal petrolio, oltre che dal continuo aumento del fabbisogno alimentare. L'aumento della produzione di cibo dovrà avvenire con sempre meno risorse a disposizione, meno terreno, meno fertilità e con una situazione climatica sempre più instabile.

Il settore alimentare è, come abbiamo già visto, tra i più energivori. L'impiego di numerose risorse di origine fossile, dal quale non dipende solo la produzione, influisce sui costi di gestione. Le politiche finanziarie legate alle commodities hanno forte ricadute sui prezzi e le varietà di colture, rendendo sempre meno facile il ruolo del contadino.

La sfida che i progetti trattati in questa sezione affrontano, è proprio quella di ridisegnare su piccola scala un modello di consumo sia alimentare che energetico sostenibile, capace di generare un equilibrio tra attività umane e territorio.



City: aree di indagine

4.3.1 INDIPENDENZA ENERGETICA E ALIMENTARE

Non stupisce quindi che proprio il cibo e l'energia siano i motori trainanti, accompagnati spesso da motivazioni di carattere ambientale, delle iniziative che andremo ad analizzare.

La necessità di riportare trasparenza nella filiera alimentare e di ristabilire nuovamente il senso di fiducia verso il produttore, hanno rimesso completamente in discussione il nostro rapporto con il cibo, come dimostrano le numerose iniziative descritte nella sezione dedicata alla Community. Come in quelle realtà anche nei casi di questa sezione, la comunità gioca un ruolo chiave, essendo essa stessa generatrice di cambiamento. Il ruolo della Policy assume visibilità ed importanza solo in un secondo momento, con azioni mirate principalmente a supportare e consolidare le iniziative già avviate dal basso. Per quel che riguarda l'energia, l'approvvigionamento energetico è ormai fonte di tensioni internazionali, dovute alla marcata disparità tra gli Stati produttori e quelli esportatori. Questa situazione crea una duplice dipendenza, l'una inesorabilmente dipendente dalla continua richiesta legata all'attuale modello di consumo; l'altra causata dalle situazioni di potere politico instabile. Molte nazioni, quali ad esempio l'Italia, dipendono quasi interamente dall'importazione di gas da altre nazioni, le quali assumono un forte ruolo di potere contrattuale nelle dinamiche internazionali. La problematica è nota da anni, così sono molti gli utenti, meno spesso le comunità, che scelgono di reclamare la propria indipendenza tramite progetti "off grid", ovvero slegati dalle reti nazionali. Dalle piccole abitazioni, agli oltre 4000 eco-villaggi sparsi in tutto il mondo la questione non tocca più soltanto la riduzione energetica, ma direttamente la sua produzione, e spesso coinvolge anche altri temi come l'acqua. In Italia, ci sono circa una ventina di comunità, che comprendono dalle quindicina fino al centinaio di persone l'una, che hanno intrapreso queste rivoluzioni alimentari ed energetiche. Queste realtà fanno parte della Rete Italiana Villaggi Ecologici (RIVE), associazione nata nel 1996 allo scopo di divulgare un modello di vita sostenibile. A loro volta queste comunità rientrano nel circuito internazionale del General Ecovillage Network (GEN). Un caso particolare a livello internazionale è sicuramente l'Islanda, la quale è in grado di produrre quasi l'80% della sua energia grazie alle fonti rinnovabili, principalmente attraverso il geotermico. Soltanto il 20% viene dallo sfruttamento di combustibili fossili. L'obiettivo delle istituzioni di questo Paese, è quello di liberarsi dalla dipendenza del petrolio entro il 2040. Nell'ambito dell'energia, è evidente, come il ruolo assunto dalla componente di Policy è sicuramente determinante, soprattutto per quel che concerne il sostegno economico, attraverso politiche di incentivazione, ma non è il solo a contare è infatti sempre necessaria la compresenza di un'utenza sensibile al problema e desiderosa di un cambiamento. Infatti, solo attraverso l'unione partecipata delle due componenti si può concretizzare un cambiamento stabile e duraturo.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	salute, accessibilità, pulizia.	cibo, energia, lavoro, associazione.	coltivare, auto-produrre, nutrire, lavorare.	rapporti sociali, rapporti lavorativi.
Protection (protezione)	etica, uguaglianza, onestà, responsabilità condivisa.	sicurezza alimentare, sicurezza energetica qualità, lavoro.	produrre, supportare, contrattualizzare, risparmiare.	spazio sociale, patti sociali.
Affection (affezione)	fiducia, integrazione, appartenenza.	comunità, amicizia, vicinato.	supportare, auto-produrre, condividere.	condivisione del progetto, riunioni, eventi locali.
Understanding (comprensione)	ricettività, curiosità, empatia, senso critico.	lavoro, indipendenza, esperienza.	condividere, lavorare, risparmiare.	scambio di opinioni, workshop, incontri.
Partecipazione (partecipazione)	apertura, dedizione, accettazione, consapevolezza.	responsabilità, lavoro, diritti e doveri.	cooperazione, condivisione, partecipazione, interazione.	associazioni, incontri.
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità, tranquillità.	nuovi contatti, esperienze.	riflettere, aggregare.	eventi.
Creation (creare)	curiosità, determinazione, passione.	cucina, impianti, vendita, manualità.	investire, coltivare, produrre, lavorare.	eventi, negozi, effetti di retroazione.
Identity (identità)	appartenenza, solidarietà.	valori, orgoglio, autonomia, stile di vita.	confrontarsi ispirare prendere iniziativa	gruppi, luogo di appartenenza.
Freedom (libertà)	autonomia, democrazia, passione, apertura mentale.	uguali diritti, fiducia, responsabilità.	scegliere, differenziarsi.	libertà dalle pressioni e dalle dipendenze.

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Indipendenza energetica e alimentare.

- BRUCKER LAND - UNSER LAND

Località: Germania, distretto di Fürstfeldbruck.

Tipo di località: Villaggio

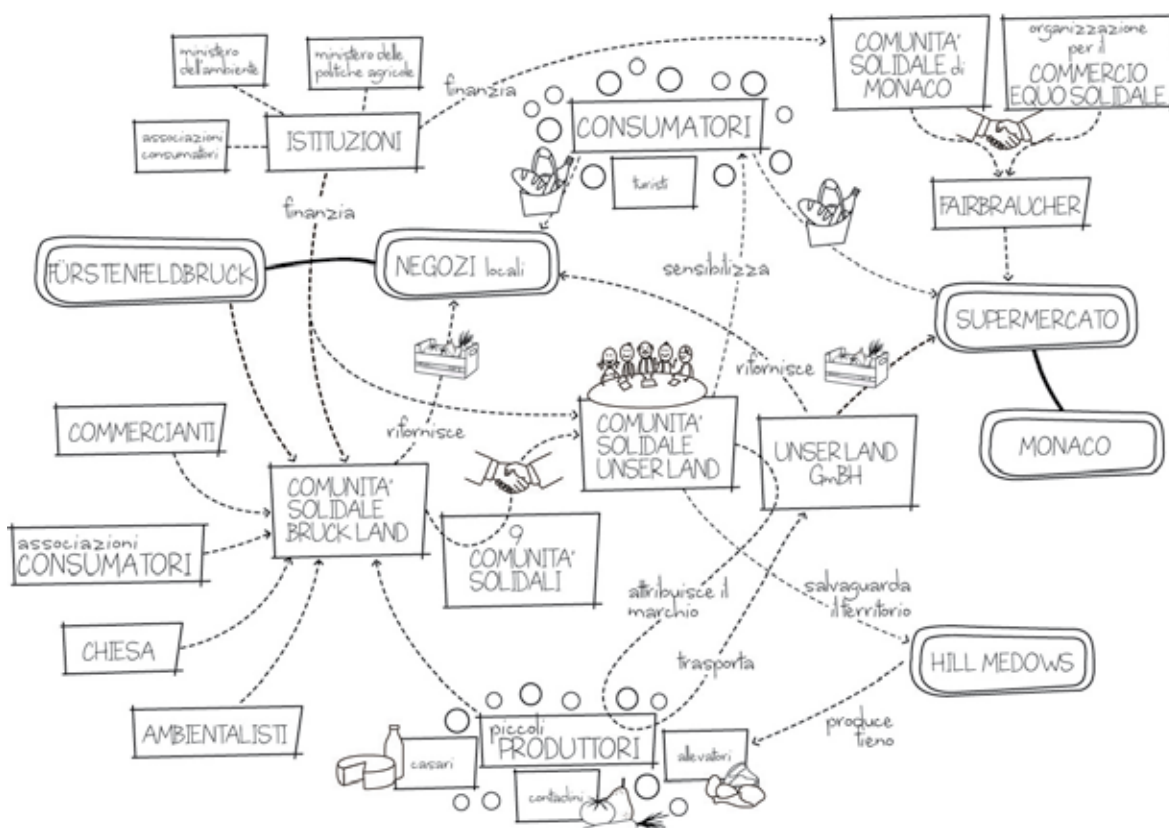
Nascita progetto: 1992

Tipologia di organizzazione: Comunità Solidale Brucker Land, Brucker Land GmbH

Approccio: Produzione e commercializzazione di prodotti locali

Attori coinvolti: Agricoltori, Artigiani, Comunità ecclesiastica, Istituzioni locali e nazionali, Grande Distribuzione Organizzata,

Parole chiave: Marchio, Prodotti tipico, Prodotto locale, Distribuzione, Volontariato, Partenariato, Comunità solidali.



Mappe delle relazioni

Il caso studio di Brucker Land, rappresenta un'eccezionale dimostrazione di intuizione e capacità commerciale, partita dall'idea dei membri di una parrocchia di un piccolo villaggio della Baviera a 8 km da Monaco. Nello specifico questo caso ruota attorno alla capacità di un prodotto tipico di trasformare il territorio, e nonostante si stia parlando della Germania quel prodotto non è la tanto amata birra, bensì il pane. Tutto cominciò nel 1992 quando la signora Elsbeth Seiltz², al tempo casalinga, si presentò all'ufficio del Ministero della Agricoltura chiedendo informazioni per partecipare ai programmi finanziati dal Ministero. La signora Seiltz aveva fondato una "Comunità Solidale"³, radunando l'opera volontaria di consumatori, ambientalisti, commercianti, produttori e delle Chiese (cattolica e protestante), per commercializzare nei mercatini del suo distretto un pane tradizionale, prodotto con materie prime tipiche della zona.

L'esperimento aveva avuto qualche difficoltà, e per questo motivo la signora, che evidentemente credeva molto in quella semplice idea, chiedeva di partecipare ai programmi del Ministero.

Grazie all'intervento delle istituzioni, nel 1994, venne avviato il programma Brucker Land con gli obiettivi di realizzare, a livello locale, una rete di produzione, trasformazione e distribuzione di prodotti alimentari. Così facendo il progetto si prefiggeva inoltre di promuovere, conservare, valorizzare e potenziare le strutture, le professionalità e l'occupazione locale in panifici, mulini, caseifici, macellerie, birrifici ed esercizi di ristorazione. Il pane rappresentava insomma un piccolo sassolino in un mare di futuri cambiamenti. Alla fine di quell'anno tutte le 29 panetterie nel distretto vendevano il pane tradizionale; nel 2004, dieci anni dopo l'avvio del progetto, 180 agricoltori producevano su 4.000 ettari di terreno, 40 prodotti locali sostenibili venduti in 200 panetterie, 8 macellerie, 530 supermercati e negozi, 21 ristoranti, con l'aiuto di 1.500 volontari. Tutto prodotto e venduto in un raggio di 100km.

(A. Calori, 2009)⁴. Oltre al pane, quindi, numerosi altri prodotti si legarono a questa iniziativa, tra cui: farina, patate, carne (bovina, suina, agnello, cervo e cerbiatto), uova, salumi, succhi, miele, formaggio, latte, pasta e naturalmente la birra.

A determinare questo successo, oltre alla caparbiazza della Comunità Sociale della signora Seiltz, c'è da considerare la grande disponibilità e lungimiranza delle istituzioni tedesche che tra il 1995 ed il 1998 finanziarono il progetto, coprendo il 70% dei costi di commercializzazione, permettendogli di oltrepassare il confine del sagrato della Chiesa.

Contestualmente per riconoscere i prodotti legati a queste filiere, fu introdotto il marchio Brucker Land, per facilitare l'identificazione dei prodotti e fornire informazioni utili ai consumatori riguardanti i metodi di produzione impiegati. Le regole per la attribuzione del marchio ai prodotti, prevedono la provenienza locale e la conoscenza e certificazione dell'intera filiera produttiva.

A partire dal 2001 l'idea si è estesa, grazie ad un'ulteriore finanziamento dei ministeri delle Politiche Agricole, dell'Ambiente e le associazioni per i Consumatori, coinvolgendo all'interno del programma nove distretti dell'Alta Baviera intorno a Monaco. Il logo del marchio è rimasto lo stesso, ma ogni distretto ha fondato una propria comunità solidale iniziando ad utilizzare un nome distintivo (Brucker Land, Dachauer Land, Landsberger Land, ...). Tutte queste iniziative si sono poi riunite sotto un programma complessivo che prende il nome di "Unser Land", la nostra terra.

Questa iniziativa si realizza attraverso due tipi di organizzazioni, le Comunità Solidali e la Unser Land GmbH. Le prime, attraverso il dialogo tra i suoi partecipanti, definiscono le regole per la attribuzione del marchio; inoltre si occupano di sensibilizzare i consumatori e di promuovere la diffusione dei prodotti sul territorio. La società Unser Land GmbH si occupa invece della parte commerciale e della gestione del marchio per quanto riguarda la sua attribuzione ed i controlli. Il marchio Unser Land, oltre ai prodotti citati in precedenza, ha iniziato a commercializzare anche: olio di colza, legna, bio diesel (combustibile ricavato dall'olio di colza), pannelli solari termici e fotovoltaici. Al momento l'associazione sta studiando il modo di applicare il marchio alla produzione energetica e a quella della lana. Raggiunto un discreto successo, la comunità del territorio rurale intorno a Monaco, cominciò a pensare ad un progetto di distribuzione che coinvolgesse città e campagna, basato su iniziative di informazione e comunicazione per aumentare la consapevolezza, rispetto ai bisogni delle aree rurali ed i vantaggi per i consumatori, degli abitanti della Capitale Bavarese. Nel 2004 questa idea si concretizza con la fondazione della Comunità Solidale di Monaco ed un partenariato con le organizzazioni del commercio equo solidale. Il progetto così realizzato prende il nome di FairBraucher (Fair da fair trade e Braucher dalla parola tedesca per consumatore, Verbraucher) e consiste nella creazione agli interni dei supermercati di appositi scaffali sui quali disporre i prodotti regionali e quelli legati al commercio equo solidale. Nel 2005, grazie alla disponibilità del colosso della distribuzione organizzata tedesca Tengelmann, i prodotti erano presenti all'interno di 100 punti vendita. A fronte di 20.000 ore di lavoro volontario, il progetto sulla città di Monaco non ha tardato a dare i suoi frutti. I ricavi per i partner economici, coinvolti nel progetto, sono aumentati del 50% in sei mesi e nello stesso periodo i consumatori del capoluogo, hanno speso più di 500.000€ per i prodotti Unser Land.

Oltre ad un evidente aumento dei fatturati, questo progetto rappresenta concretamente anche un investimento ed un miglioramento per il proprio territorio, aiutando per esempio la salvaguardia di alcune zone, per esempio le hill meadows destinate a scomparire e da cui l'associazione ricava il fieno per gli animali; e favorendo il ripristino della cultura e delle tradizioni locali.



Il logo che identifica i prodotti che fanno parte del circuito User Land. Foto:www.userland.info

- WILDPOLDSRIED

Località: Germania, Bavaria

Tipo di località: Villaggio

n°abitanti: 2.500 abitanti

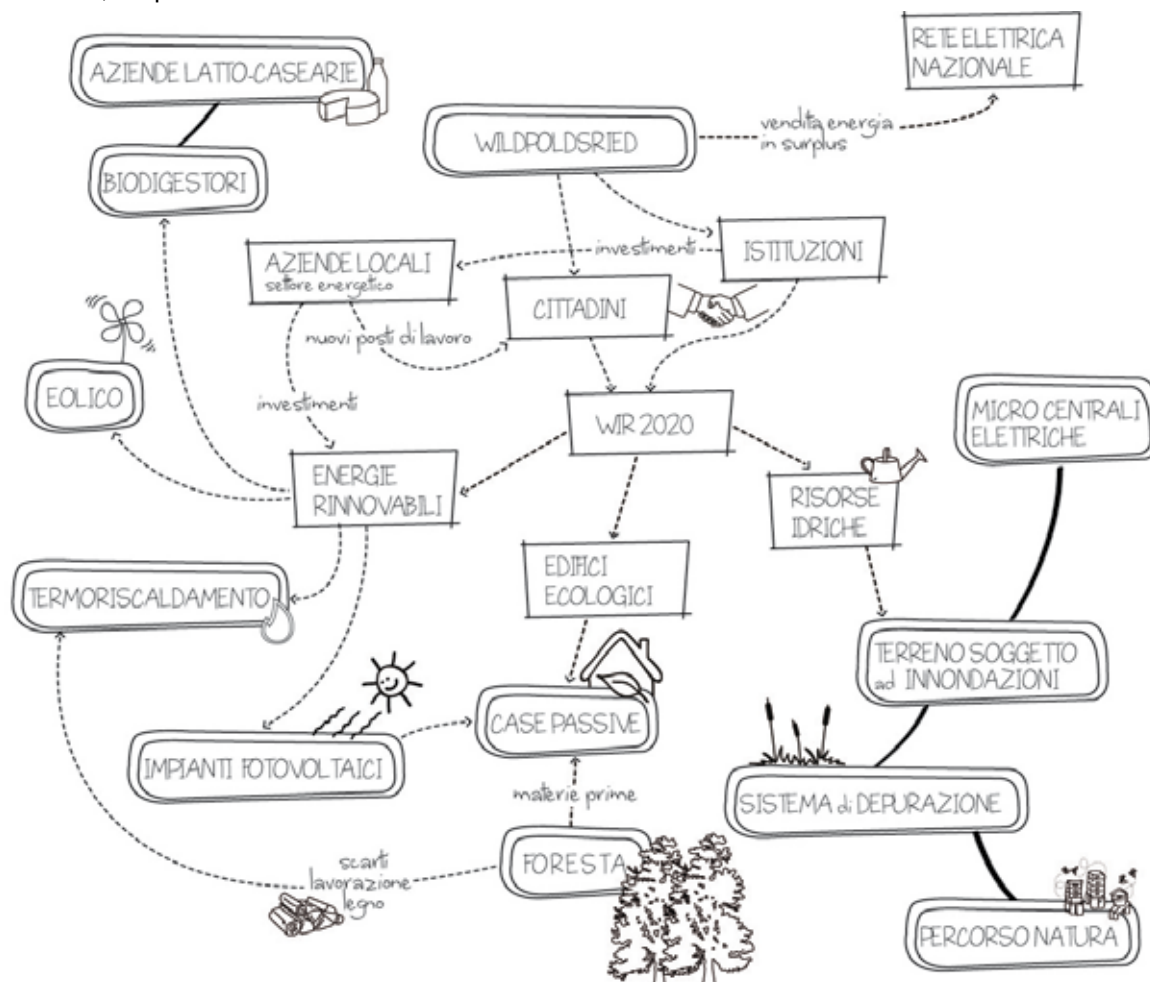
Nascita progetto: 1997

Tipologia di organizzazione: Municipalità ed i cittadini rappresentati dal consiglio del villaggio

Approccio: Città di transizione orientata alla produzione partecipata di energia

Attori coinvolti: Cittadini

Parole chiave: Energia rinnovabile, Ecosistema, Natura, Solare, Biogas, Eolico, Casa Passiva, Comunità, Acque reflue.



Mappe delle relazioni

Il caso del villaggio di Wildpoldsried rappresenta un perfetto esempio di gestione politica e iniziative comunitarie che hanno fatto sì che questo paesino agricolo della Baviera, composto da 2.500 abitanti, balzasse agli onori della cronaca per il suo incredibile modello industriale fondato sulla promozione ed il mantenimento delle iniziative locali.

Oggi Wildpoldsried, è considerato da molti un modello per raggiungere la sostenibilità della comunità del 21° secolo e contemporaneamente liberarsi dal giogo economico dei debiti e della dipendenza dalle energie fossili. Nel maggio 2011, il sindaco in carica, Arno Zengerle, nel corso di una riunione in municipio con la comunità cittadina, poteva finalmente esprimere la sua soddisfazione.

La sua comunità stava finalmente iniziando a raccogliere i frutti dei sacrifici e degli investimenti sostenuti sin da metà degli anni 90. Nove nuovi edifici pubblici, compresa la scuola, la palestra e la sala comunale, completi di pannelli solari e di impianti eco-compatibili come: quattro digestori di biogas, con un quinto in fase di costruzione, sette mulini a vento, centonovanta impianti privati dotati di apparecchiature per lo sfruttamento dell'energia solare, una rete di teleriscaldamento con quarantadue collegamenti, tre piccole centrali idroelettriche, il controllo ecologico delle acque reflue e di un intero sistema naturale. Tutto questo fa sì che oggi Wildpoldsried produca energia 321 volte maggiore di quella di cui ha bisogno, generando 4,0 milioni di Euro di fatturato annuo: un risultato notevole per una comunità agricola modesta che ha trasformato un paese "senza industria" in un

modello nel settore delle energie rinnovabili, soprattutto con l'aiuto degli imprenditori locali i quali, associandosi in piccole imprese, sono riusciti a vendere ed installare le nuove tecnologie e a fornire così a tutti i servizi necessari ai nuovi impianti. Il vero cuore di questa iniziativa risiede proprio nella comunità di intenti tra le istituzioni ed i cittadini. Nel 1999, il Consiglio di Villaggio redasse una dichiarazione d'intenti, il WIR-2020⁵, che poneva il focus sull'ascolto e l'attenta valutazione delle richieste di tutti i cittadini, singoli o associati, nell'ambito della crescita sostenibile. Un modo per coinvolgere la totalità della cittadinanza e non permettere che le decisioni fossero solo appannaggio di una elite chiamata a decidere per gli altri. Così gli orientamenti, spiegati con un linguaggio facilmente comprensibile, iniziarono ad ispirare i singoli, convincendoli a mettersi in gioco e a "pensare verde", investendo e crearono posti di lavoro in nuove imprese locali permettendo a tutti di poter rimanere a vivere dignitosamente nella propria città senza essere costretti ad emigrare altrove e a lasciare che la piccola comunità agricola deperisse e potesse nel tempo estinguersi.

La vera svolta di questo progetto si ebbe nel 2006 quando il governo tedesco approvò un nuovo piano tariffario per incentivare la produzione e lo sfruttamento dell'energia solare. Lo slancio fu enorme, cittadini, piccole imprese locali e persino alcuni imprenditori venuti da altre parti della nazione, decisero di entrare nel business delle energie rinnovabili. A fine del 2011, a Wildpoldsried, si contavano oltre 190 famiglie che dotando le proprie case di pannelli solari, hanno abbracciato la scelta del fotovoltaico trasformandosi in veri e propri produttori in grado di generare 3.300 kWp. L'energia generata non soddisfa solo il fabbisogno energetico dei singoli edifici ma viene immessa in rete e venduta. Con i soldi guadagnati in questo modo, la comunità è in grado di coprire i costi di manutenzione annuali del comune e qualsiasi ulteriore fondo per l'acquisto di prodotti di cui la comunità ha bisogno (ad es. strumenti musicali ed altro materiale didattico per le scuole, nuove attrezzature per i vigili del fuoco volontari, ecc.). Nel WIR-2020, tuttora preso a modello, sono affrontati tre temi principali: le energie rinnovabili ed il risparmio energetico; la costruzione ecologica degli edifici utilizzando materiali da costruzione naturali; la protezione delle risorse idriche e del suolo e smaltimento ecologico delle acque reflue. Tra i progetti messi in atto da questa comunità, diversi si affidano alle risorse e le peculiarità del territorio. Come per esempio la progettazione dei quattro digestori anaerobici, che sfruttando le aziende lattiero-casearie della zona, riescono a produrre fino a 320.000 kWh all'anno. Un altro prospetto, promosso da un cittadino privato i cui terreni erano vessati dal problema delle inondazioni, si basa sulla costruzione di un impianto privato di utilizzo delle acque reflue. Tale progetto è oggi in uso e, come un impianto di depurazione convenzionale, utilizza tre processi semplici: serbatoio di sedimentazione, di filtrazione e di chiarificazione per la rimozione dei fanghi; permettendo il controllo delle inondazioni e, al contempo, la deviazione intelligente delle acque piovane. A questo progetto si associa oggi un sentiero naturale che comprende un giardino delle api, due laghetti naturali, alberi da frutto e un parco, tutto in zone umide prima inutilizzate, che ora invece vedono il prosperare di libellule, farfalle, uccelli e piante nella più perfetta applicazione del principio di salvaguardia dell'ecosistema. Uno dei punti del WIR-2020, fa riferimento alla costruzione ecologica degli edifici. Un altro dei progetti realizzati a Wildpoldsried, prevede il recupero, il restauro o la costruzione ex-novo di strutture eco-sostenibili a partire dalla principale risorsa del territorio: i quasi 1.500 ettari di foresta che circondano il villaggio. Nel 2011 il Consiglio di Villaggio ha emesso un'ordinanza che impone a tutti i cittadini che vogliono costruire ex-novo la propria abitazione di integrare misure di efficienza energetica, simili a quelle incluse nel programma di "casa passiva"⁶ del Governo tedesco. Il Consiglio ha inoltre stabilito uno sconto per la costruzione delle nuove case a "zero energia" per compensare i costi iniziali. Finanziamenti sono previsti anche per la sostituzione delle vecchie caldaie ed infissi e finestre, ossia una serie di migliorie volte a risparmiare in modo consapevole e, contemporaneamente, utili a favorire la più confortevole abitabilità possibile dal punto di vista "umano" ancor prima che economico. Sul ciclo di produzione-lavorazione del legno è anche basato il sistema di riscaldamento centrale di Wildpoldsried che utilizza pellets prodotti a partire dai rifiuti provenienti dall'industria del legno realizzati per lo più con gli scarti legnosi dei rami. Al momento il villaggio sta sperimentando, in collaborazione con Siemens, la AÜW, il Politecnico di Aachen e l'Università di Kempten, un progetto per l'impiego di quaranta vetture elettriche da affiancare al già funzionale sistema di car pooling gratuito e l'efficiente sistema dei trasporti pubblici. La cittadina bavarese, al di là dei numerosi riconoscimenti raccolti negli ultimi anni, è balzata agli onori della cronaca, ed è da tutti riconosciuta come un vanto nazionale in termini di sostenibilità e un esempio da seguire da parte della comunità internazionale quanto ad applicazione fortunata degli imperativi della "green energy". Tutto ciò reso possibile dall'utilizzo congiunto del mix energetico di solare-eolico-idrico-geotermico-biogas e dall'entusiastica collaborazione di tutti i singoli che compongono la comunità, dove la possibilità di dire la propria opinione e di usare la propria intelligenza o le proprie braccia, ha permesso di essere parte attiva di un progetto che interessa la collettività.

4.3.2 VERSO LA TRANSIZIONE

Quello della Transizione è un movimento culturale nato in Inghilterra dalle intuizioni e dal lavoro di Rob Hopkins. Le radici di questo concetto, iniziano ad attecchire nel 2003, quando, insieme a un gruppo di studenti del Kinsale College, in Irlanda, creò il Kinsale Energy Descent Plan, un progetto in cui si ipotizzava come si sarebbe dovuta riorganizzare una piccola città dal momento in cui il petrolio non fosse stato più disponibile. Dai risultati ottenuti, e pubblicati nel 2005, scaturì subito il potenziale effettivo di quell'iniziativa. Uno dei primi a metterla in pratica fu Louise Rooney, uno degli studenti di Hopkins, che la propose al consiglio cittadino di Kinsale Town.

Il piano venne adottato e ad oggi la città lavora ancora in prospettiva del raggiungimento della propria indipendenza energetica.

Alla base del progetto vi è l'applicazione dei principi della permacoltura, materia di cui lo stesso Hopkins fu insegnante al college per diversi anni, a quelli dell'economia locale, ai quali si applicano i concetti di resilienza. Questo termine viene usato solitamente per descrivere i sistemi naturali ed indica la capacità di un certo sistema di adattarsi ai cambiamenti che provengono dall'esterno senza degenerare. Ad esempio, come spiega F.Capra "ogni specie in un ecosistema aiuta a sostenere l'intera rete alimentare. Se una specie viene decimata da qualche catastrofe naturale, l'ecosistema sarà ancora resiliente se ci sono altre specie che possono svolgere una funzione simile. In altre parole, la stabilità di un ecosistema dipende dalla sua biodiversità, dalla complessità della sua rete di relazioni. In questo modo possiamo comprendere la stabilità e la resilienza attraverso la comprensione delle relazioni all'interno di un ecosistema".⁷

In sintesi, la resilienza, è la capacità di un sistema di reagire dopo un danno utilizzando strumenti già esistenti.

L'attuale società industrializzata ha altamente compromesso la propria resilienza, riducendo la diversità, compromettendo il proprio habitat e creando un sistema basato sulla dipendenza energetica dai combustibili fossili.

A Londra il NEF, la New Economics Foundation, ha definito il modo per calcolare l'overshoot day, ovvero il giorno dell'anno in cui il totale delle risorse consumate superano le capacità rigenerative della Terra, dopo di che, l'umanità vive a credito. Nel 2010 questo giorno è stato il 21 Agosto, quello precedente il 25 Settembre, nel 2007 il 26 Ottobre se si torna indietro a circa una ventina di anni prima riuscivamo ad arrivare alla fine dell'anno senza indebitarci. Questi dati dimostrano come i consumi e l'impatto dell'uomo siano in continua crescita, e quanto il nostro ecosistema sia sotto pressione.

Questo significa ripensare al nostro modello di consumo, a come produciamo l'energia e quanta ne usiamo, a come gestiamo i trasporti, a come produciamo il cibo da cui dipendiamo. E' un compito arduo che necessita di progetti di cooperazione condivisa e partecipata per trovare una risposta concreta.

I progetti di Transizione, in tal senso, prevedono processi governati principalmente dal basso e la costruzione di una rete sociale e solidale molto forte tra gli abitanti delle comunità. La dimensione locale non preclude però l'esistenza di altri livelli di relazione, scambio e mercato regionale, nazionale, internazionale e globale. Uno dei punti di partenza è arrivare all'indipendenza dal petrolio, oltre che aumentare la resilienza, ripianificando non solo l'approvvigionamento energetico, ma anche quello alimentare.

Il movimento per la Transizione propone un atteggiamento non normativo, ma attraverso una rete di supporto e favorendo la spontaneità locale.

La combinazione avviene a più livelli includendo numerose alternative che vanno da iniziative locali di Transizione, a reti di Transizione regionali; da centri regionali, a reti/organizzazioni nazionali di supporto alla Transizione; al raggruppamento temporaneo di iniziative locali per completare determinati progetti, a tante altre manifestazioni dello stesso fenomeno.

In aggiunta, si basa su sette principi generali e sei linee-guida pratiche che le iniziative dovrebbero rispettare e condividere, a qualunque livello appartengano.

I sette principi sono:⁸

1. Avere una visione positiva: le iniziative non hanno lo scopo di andare contro qualcosa, ma sono basate sull'impegno a creare una visione tangibile, chiaramente espressa e pratica di come vivranno le nostre comunità una volta superata l'odierna dipendenza dai combustibili fossili.
2. Aiutare le persone ad accedere a buone fonti di informazione, e supportale affinché possano prendere buone decisioni: le iniziative di Transizione si impegnano, in tutti gli aspetti del loro lavoro, ad accrescere la consapevolezza nei confronti del picco del petrolio, dei cambiamenti climatici e di argomenti ad essi collegati, come la critica della crescita economica.
3. Coinvolgimento e apertura: questo principio si riferisce anche al concetto che ogni iniziativa debba

raggiungere la comunità intera e sforzarsi, fin dall'inizio, per coinvolgere il sistema economico locale, i diversi gruppi presenti all'interno della propria comunità e le autorità. Esplicita il principio che non esiste spazio, nella sfida della decrescita energetica, per discorsi del genere "noi e loro".

4. Permettere la condivisione e il networking: Le iniziative si impegnano a condividere successi, fallimenti, opinioni e connessioni a vari livelli all'interno della rete di Transizione in modo da costruire una più ampia base di esperienze collettive.
5. Creare Resilienza: le iniziative si impegnano a creare resilienza in diverse aree dall'alimentazione, all'economia, all'energia e su diverse scale dal locale al nazionale, a seconda del caso. Si impegnano inoltre a inserire i loro sforzi all'interno di un processo generale teso ad aumentare la resilienza ambientale a livello globale.
6. La Transizione è dentro e fuori di noi: Esistono paradigmi psicologici che possono aiutarci a capire cosa stia realmente accadendo, e ad evitare il processo inconscio che sabotava i cambiamenti - per esempio, le teorie della dipendenza ed i modelli per il cambiamento comportamentale. Questo principio inoltre si basa sul fatto che la Transizione prospera perché permette alle persone di lavorare su ciò che le appassiona, di seguire la propria vocazione.
7. Decentralizzazione: auto-organizzarsi e decidere su diversi livelli: esprime l'intenzioni del modello di Transizione non ci sono né centralizzazione né controllo sul processo decisionale.

Le linee guida sono invece un aiuto a livello pratico su come attivare le iniziative. Si basano, innanzi tutto, sull'accettazione dei principi sopra elencati, precisando che ogni gruppo può contribuire al loro sviluppo e cambiamento. Spronano in generale a guardare e confrontarsi con iniziative già in corso, a formare un gruppo guida per iniziare i primi passi, all'apertura verso nuovi apprendimenti e alla capacità di comprendere i feedback, a dare il buon esempio ed iniziare con progetti di piccola scala. Ogni movimento di transizione va poi letto a livello nazionale, infatti iniziative di questo tipo stanno nascendo, oltre che in Inghilterra, negli USA, in Nuova Zelanda, in Irlanda, in Scozia, in Galles, in Giappone, Italia e altri posti. Ogni gruppo nazionale coordina e supporta le iniziative del proprio Paese, senza staccarsi dalla rete internazionale.

Inoltre, un'associazione nazionale dovrebbe agire come ambasciatrice del movimento di Transizione presso il proprio Governo e le associazioni internazionali.

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	salute mentale salute fisica accessibile	cibo lavoro energia	coltivare nutrirsi lavorare autoprodurre	rapporti sociali
Protection (protezione)	etica; autonomia; responsabilità condivisa	sicurezza alimentare; indipendenza energetica; sicurezza lavoro	creare resilienza; supportare agire coinvolgere	gruppi di lavoro gruppi di ascolto
Affection (affezione)	fiducia integrazione appartenenza visione positiva	comunità amicizia vicinato contatti nuovi	supportare; condividere;	quartiere spazi sociali abitazioni reti nazionali/ internazionali
Understanding (comprensione)	ricettività curiosità intuizioni	libri; guide; condivisione; esperienza;	condividere; confrontarsi; coltivare lavorare	conferenze workshop concorsi
Partecipation (partecipazione)	adattabilità rispetto dedizione	responsabilità lavoro diritti e doveri scambio	interazione scambiare confrontarsi sperimentare	incontri associazioni gruppi di lavoro
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità tranquillità comodità	eventi contatti nuovi nuove esperienze confronti	riflettere ricordare divertire aggregare	propri spazi spazi collettivi spazi urbani
Creation (creare)	passione determinazione convizione	manualità inventiva abilità metodi	coltivare investire coinvolgere partecipare	workshop gruppi di lavoro
Identity (identità)	senso di appartenenza; empatia; solidarietà; differenziazione	valori memoria storica soddisfazione autonomia	partecipare sperimentare credere	luogo di appartenenza
Freedom (libertà)	decentralizzazione democrazia passione apertura mentale	fiducia responsabilità	scegliere; essere differenti da; correre rischi	libertà dalle pressioni e dalle dipendenze;

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione verso la transizione

• **Transition Town, Totnes**

Località: Totnes, Devon, UK

Tipo di località: area urbana/campagna

Nascita progetto: 2006

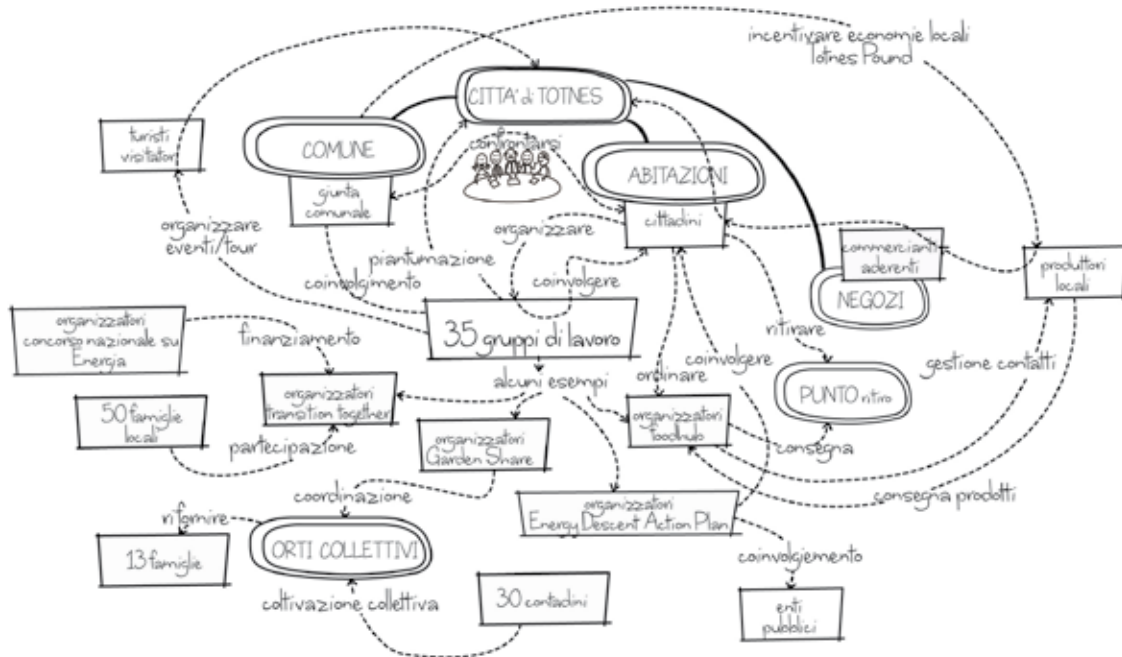
Tipologia di organizzazione: movimento culturale e ambientale

Approccio: Transition

Attori coinvolti: cittadini e autorità locali

Parole chiave: autonomia, connettere, condividere, consapevolezza, senso di appartenenza ad una comunità, economia locale.

sito: <http://www.transitiontowntotnes.org>



Mappe delle relazioni

Nel tentativo di rendere reali i risultati raggiunti dal progetto sviluppati all'università di Kinsale, R. Hopkins ritorna nel Devon, dove inizia a lavorare per rendere pratico il proprio progetto. Nel 2006, lancia il piano di transizione nella città di Totnes, una antica cittadina sede di mercato alla foce del fiume Dart.

Totnes, non è affatto una scelta casuale, non solo per le sue dimensioni ideali, circa 23.000 abitanti, ma soprattutto per il background culturale che anima questa cittadina. Soprannominata dal Times "la capitale del new age", rimane, nell'immaginario inglese, intrappolata agli hippy degli anni sessanta ed avvolta da un'atmosfera alternativa. Tanto che, come segnala la guida Lonely Planet, "alcuni buontemponi locali hanno scritto sotto il cartello di ingresso della città, gemellata con Narnia". (Lonely Planet, 2009, p.428).

Proprio grazie alla presenza di una forte sensibilità ambientale, il progetto di costruire un modello urbano in grado di affrontare il passaggio da una vita dipendente dal petrolio a un'esistenza che ne fa a meno, trovò un enorme riscontro.

Quando il progetto partì, delineandosi da subito come un vero e proprio movimento per l'alto numero di adesioni, i suoi partecipanti lo immaginarono soprattutto come un movimento ambientale, con progetti focalizzati sul dare una risposta dal basso al peak oil e ai cambiamenti climatici. Ben presto si resero conto che rappresentava molto di più.

Dopo sei mesi, vennero stabiliti dei gruppi di lavoro per definire gli aspetti principali di intervento: le aree spaziavano dall'energia, alla salute, dall'economia all'arte. Si utilizzarono anche le conoscenze e i ricordi custoditi dagli anziani del paese, per ricostruire una visione di come la città funzionasse quando la dipendenza dal petrolio non era così radicata. Infatti, si intuì subito come questi concetti non fossero affatto nuovi, ma fossero radicati del passato storico. Durante la seconda guerra mondiale infatti la cittadina era autosufficiente per pura necessità. L'atteggiamento utilizzato non fu affatto

nostalgico, ma si utilizzarono questi scenari per modernizzarli e renderli nuovamente praticabili. L'iniziativa suscitò subito l'interesse di molte altre comunità, così per poter sostenere e dare una risposta alle domande relative all'attuazione del processo di transition. Vennero stilate delle linee guida di transizione, in modo da orientare chi volesse intraprendere questo percorso. Le iniziative più grandi lanciate all'interno della città riguardarono principalmente il risparmio energetico e l'approvvigionamento alimentare, supportate dall'attuazione di una moneta locale. Nel marzo del primo anno, fu, infatti, introdotto il Totnes Pound, per enfatizzare l'importanza di rilocalizzare l'economia, incoraggiando gli abitanti nell'investire sulla propria comunità. Dopo un periodo di prova, dove vennero messe in circolo circa 300 monete, si stamparono altre 10.000 monete da un pound, più di settanta esercizi commerciali aderirono all'iniziativa accettandoli come pagamento. Fu, infatti, un primo esperimento per cominciare a sostenere l'economia locale, rendendo visibili i flussi di denaro generati all'interno del territorio, oltre che rafforzare il rapporto tra i produttori locali, i negozianti e i cittadini.



Logo che distingue il circuito di pagamento del Totnes Pound

Tra le altre iniziative prese, negli anni, vi è il "transition street", un progetto per capire, strada per strada, come si possano realizzare dei cambiamenti partendo proprio dalla persona. Un aspetto fondamentale del programma è partire dalle relazioni che si generano tra le persone, creando occasioni di incontro e progetti partecipati.

La logica è quella del passa parola e del confronto, coinvolgendo le persone attraverso ciò che fa il vicinato, in modo da condividere l'idea dal basso e far avanzare il progetto passo dopo passo.

Nel 2009, questo programma è stato uno dei venti progetti che hanno ottenuto il finanziamento del settore Energia e Cambiamento Climatico. Si invitano gli abitanti di una via a unirsi e modificare comportamenti, migliorare l'efficienza energetica, per poi installare apparecchiature per fonti rinnovabili. All'iniziativa hanno aderito circa 500 famiglie, tagliando le proprie emissioni in media di 1,5 tonnellate di CO₂, e arrivando a risparmiare circa 700 euro l'anno. I maggior benefici però sono stati quelli di aumentare le relazioni sociali all'interno del quartiere, creando rapporto solidi di vicinato, aumentando il senso di appartenenza alla comunità. Ogni strada ha inoltre dei piccoli progetti spin-off, che servono a far lavorare insieme le persone, si studia come costruire case più sostenibili, o le linee guida per risparmiare l'uso dell'acqua. All'interno di uno di queste iniziative si è visto come le antiche case costruite con coibentazioni spesse e naturali, come pelle di pecora e muri di paglia, arrivino a ridurre notevolmente l'uso del riscaldamento.

L'intera cittadina, Comune compreso contribuisce in modo attivo ai vari progetti proposti, così andando in giro per Totnes, si possono notare i 74 pannelli fotovoltaici sul tetto del municipio, gli orti nei giardini, il simbolo del circuito Totnes Pound fuori dai negozi.

In ambito energetico, una nuova recente iniziativa è costituita dalla Totnes Renewable Energy Society (TRESOC), che ha fatto richiesta di installare due turbine eoliche sulla vicina collina di Kingsbridge, mettendo a disposizione titoli per i cittadini.

Per quel che riguarda l'approvvigionamento alimentare, è stato creato Giardino condiviso, il Garden Share. Attualmente ci sono 30 persone che lavorano in 13 orti collettivi, fornendo frutta fresca e verdure per più di 50 famiglie.

Inoltre, sono stati piantati 186 alberi di noce in tutta la città. I frutti sono a disposizione dei cittadini ed ognuno è libero di andare a raccogliarli.

Si sta anche portando avanti il progetto Food Hub, che, un po' sullo stampo delle politiche attuate dalle CSA⁹ (Community Supported Agriculture), crea un patto sociale tra consumatori e produttori.

Permettendo ai primi di concentrarsi solo sulla produzione, proponendogli uno sbocco commerciale, ed ai secondi prodotti freschi e stagionali. Gli ordini sono gestiti su una piattaforma online e si ritirano al sabato alla scuola di quartiere. Una iniziativa che lega i contadini del territorio al movimento Transition, ed alla città. I progetti attualmente attivi sono più di 35, e coinvolgono un numero crescente di cittadini.

Dopo sei anni dal lancio del progetto, si può notare come il concetto di Transition si stia delineato sempre più come un movimento soprattutto culturale, che indaga su come la cultura di un luogo dovrebbe plasmarsi per essere preparata ad affrontare tempi sempre più incerti, dovuti alle probabili riduzioni di forniture di energia, l'instabilità economica, la volatilità dei prezzi e così via.

Questo movimento si fonda su tre concetti chiave:

- Localizzazione (Localisation)

Una volta raggiunto il peak oil, e per molti esperti questo è già avvenuto, la globalizzazione non potrà che comprimersi. In questo contesto l'economia locale giocherà un ruolo di rilievo, lo sviluppo economico non potrà che essere compreso se non in termini di localizzazione. Ridisegnare l'economia in piccolo, soddisfacendo in primis le necessità locali e creando strategie mirate a rafforzare il territorio e le comunità che lo ospitano, saranno passi fondamentali per i prossimi due decenni.

Questo, "Non vuol certo dire costruire una specie di recinto attorno a Totnes che non faccia entrare o uscire nulla (...) Vuole dire molto per quanto riguarda la dimensione locale nell'approvvigionamento dei cibi, dei materiali da costruzione, dell'energia"¹⁰.

- Resilienza

Come abbiamo già velocemente introdotto prima, la resilienza è la capacità di un insediamento, di un individuo o di un paese di reagire ai cambiamenti provenienti dall'esterno. Nel 2003 Ian Dowie, allora allenatore della squadra di calcio del Crystal Palace, utilizzo il termine "Bouncebackability", per descrivere questo concetto, ovvero la forza di rimettersi in piedi, di riprendersi da una situazione difficile, uscendone rinforzati.

Per far questo, bisogna preparare le realtà locali ad affrontare i futuri cambiamenti, in modo che sviluppino una sufficiente flessibilità e adattabilità al loro interno, per consentirgli di continuare a funzionare e, idealmente, a prosperare. Questi concetti vanno intesi come una grande opportunità e non come un disastro imminente.

- Transizione "interna"

La transizione è un processo esterno come interno. I pannelli solari, coltivare il proprio cibo, le valute locali sono la parte più facile. L'aspetto più complesso è riuscire a costruire una comunità in grado di sostenersi a vicenda nei momenti di grande cambiamento, garantendo così maggior resilienza non solo a livello personale ma a quello comunitario.

La transizione a Totnes è in continua evoluzione, poiché non è affatto un cambiamento immediato e veloce. Bisogna prima dare il tempo alle persone di prendere consapevolezza, di attivare una vera e propria transizione interna.

Attualmente a Totnes sono attivi più di 30 progetti, su una decina di temi differenti, il sistema messo in atto dal 2006 a permesso di creare un forte ritorno a livello di coesione sociale ed identità territoriale, oltre a contribuire per più di £1 milione di pound nell'economia locale tramite borse di studio, occupazione e turismo.

Come è stato raggiunto?

- *VERSO LA TRANSIZIONE: ricadute*

Persone che hanno visitato Totnes per scoprire qualcosa in più sulla Transizione, hanno portato una cifra stimata intorno ai **£122,000** all'economia locale • più di **300** persone hanno visitato Totnes per frequentare corsi di formazione per la Transition • TTT (Totnes Transition Town) ha sostenuto il finanziamento per l'installazione dei **74** pannelli solare installati sul municipio, che generano **13,000kWh** (un terzo del suo fabbisogno, portando a risparmiare più di £5,500) • **186** alberi di nocciola sono stati piantati lungo la città • sono state distribuite più di **4000** guide al cibo locale, Local Food Guides • tramite il Garden Share, l'orto condiviso, **30** contadini in **13** giardini riescono a rifornire più di **50** famiglie • più di **70** attività accettano i Totnes Pound • sono stati organizzati più di **140** eventi pubblici • più di **1,000** studenti del King Edward VI Community College hanno partecipato al programma 'Transition Tales' • più del **75%** delle persone di Totnese e darlington sono consapevoli del lavoro svolto da TTT • più di **600** persone hanno frequentato i quattro workshop sull'energia rinnovabile • attualmente ci sono **59** gruppi 'Transition Together' gruppi sia in città che tutto intorno, che hanno ridotto la propria emissione di CO2 di **1.2** tonnellate, risparmiando più di **£601** all'anno • più del **50%** di queste famiglie è considerata a basso reddito • 'Transition Tours', una visita strutturata per chi

vuol visitare la città e saperne di più riguardo la Transition, ha avuto un impatto sull'economia locale di **£52,166** • Il lavoro svolto da TTT ha ispirato un network internazionale di migliaia di iniziative legate alla transizione • TTT ha formato legami stabili con **25** altre organizzazioni • la creazione del programma di Energy Descent Action Plan ha impegnato più di **800** residenti, coinvolto **35** organizzazioni locali e organizzato **27** convegni pubblici • **50** persone hanno imparato a coltivare tramite il programma base di giardinaggio • più di **400** persone hanno partecipato al 'Winterfest', il giorno di celebrazione dedicata al TTT • **500** persone hanno partecipato alle **3** feste annuali dell' 'Edible Garden Crawls' • Nel **2010** l' 'Energy Fair' ha visto la partecipazione di oltre **400** persone • la newsletter della TTT conta più di **2,000** • sono stati girati **10** corti sui vari eventi organizzati dalla TTT • 'Estates in Transition', ha portato **65** proprietari terrieri locali e manager a ragionare insieme sul problema del peak-oil • **57.2%** dei residenti ritengono i lavori svolti dalla TTT rilevanti, o molto rilevanti per le loro vite • il gruppo Heart and Soul ha creato **15** gruppi di ascolto • il sito della TTT ha più di **4,500** utenti registrati • l'evento annuale Seedy Sunday attrae più di **200** persone • è stato stanziato un fondo di **£75,000** da parte della Community Builders per restituire alla comunità il sito degradato di Dairy Crest • TTT ha generato un forte interessamento mediatico, sia nazionale che internazionale...e molto ancora!¹¹

4.3.3 LE COMUNITA' DEL CIBO: il caso Slow Food

Nel panorama degli interventi partiti come iniziativa popolare per poi acquisire una rilevanza quasi politica, non è possibile non citare il movimento che da ormai vent'anni lotta contro le contraddizioni e la frenesia della società moderna: Slow Food.

Spesso si scambia Slow Food per l'ambasciatore del cibo italiano nel mondo ma non è propriamente così, gli interessi di questo gruppo vanno oltre il semplice aspetto di esportazione globale del gusto. Si tratta infatti di un'associazione internazionale no-profit, fondata da Carlo Petrini nel 1986, che opera per promuovere l'interesse legato al cibo come portatore di piacere, cultura, tradizioni, identità, e uno stile di vita, oltre che alimentare, rispettoso dei territori e delle tradizioni locali. L'associazione conta 100.000 iscritti, volontari e sostenitori in 150 Paesi, 1300 sedi locali e una rete di 2000 comunità che praticano una produzione di cibo su piccola scala, sostenibile e di qualità¹².

Il motivo per cui abbiamo inserito Slow Food in questa sezione è perché riteniamo che, già nella sua fondazione e nelle diverse attività che svolge, rispecchi un movimento nato dal basso, che critica un modello di consumo che altera il rapporto tra l'uomo e la sua fonte primaria di vita: il cibo. Allo stesso tempo però vanno considerate le politiche di coordinamento e controllo che gestiscono i diversi progetti su cui questa associazione è impegnata, del tutto assimilabili agli interventi delle policy.

Il motivo per cui Slow Food costituisce un caso così interessante, è l'aver saputo creare un movimento internazionale basato su un insieme chiaro di principi e di valori. Proprio l'unità e la coesione verso il comune intento che ha saputo generare, ed i numeri al suo attivo lo dimostrano, sono da considerarsi straordinari. Osservando i movimenti e le associazioni italiane, queste sono molte, con buone idee ed intenzioni, ma con pochi contatti tra loro e scarsa coordinazione, proprio quello che è invece risultato essere il fattore determinante nel successo di Slow Food.

All'interno di questa rete, gli associati hanno la possibilità di incontrarsi, scambiarsi conoscenze ed esperienze. Slow Food ha costruito nel tempo la sua filosofia, impegnandosi per la difesa della biodiversità e dei diritti dei popoli alla sovranità alimentare, battendosi contro l'omologazione dei sapori, l'agricoltura massiva e le manipolazioni genetiche, prima sul territorio italiano per poi esportare, nel tempo, questi concetti nel resto del mondo. Per Slow Food il cibo deve essere: buono, pulito e giusto.

Buono non solo per quanto riguarda le proprietà organolettiche, ma anche per tutti quei fattori che implicano la sfera sentimentale, così come i ricordi ed il valore legato al cibo. Pulito ovvero prodotto nel rispetto degli ecosistemi e dell'ambiente. Ed in fine giusto, che vuol dire conforme ai concetti di giustizia sociale negli ambienti di produzione e di commercializzazione.

La filosofia di Slow Food attraversa i campi dell'ecologia, della gastronomia, dell'etica e del piacere. L'associazione si oppone al processo di standardizzazione dei gusti e delle culture e dello strapotere dell'industria agroalimentare.

Slow Food difende il diritto al piacere di ognuno di noi e per far questo bisogna quindi difendere le culture, le tradizioni e i saperi che rendono possibile questo piacere.

Le finalità dell'associazione possono essere riassunte in tre punti fondamentali¹³:

- Educare al gusto, all'alimentazione, alle scienze gastronomiche.
- Salvaguardare la biodiversità e le produzioni alimentari tradizionali ad essa collegate: le culture del cibo che rispettano gli ecosistemi, il piacere del cibo e la qualità della vita per gli uomini

- Promuovere un nuovo modello alimentare, rispettoso dell'ambiente, delle tradizioni e delle identità culturali, capace di avvicinare i consumatori al mondo della produzione, creando una rete virtuosa di relazioni internazionali e una maggior condivisione di saperi.

Tra le varie iniziative promosse è bene ricordare i progetti, le pubblicazioni, gli eventi, le manifestazioni ed in fine i progetti educativi.

I progetti sono principalmente rappresentati dai Presidii di Slow Food nati nel 1999 per il recupero e la salvaguardia di piccole produzioni di eccellenza gastronomica minacciate dall'agricoltura industriale, dal degrado ambientale e dall'omologazione.

Una delle iniziative di grande rilievo portate avanti è l'evento di Terra Madre - incontro mondiale delle Comunità del cibo, contenitore di progetti e convegni, che raccoglie contadini, pescatori, allevatori di tutto il mondo per discutere di sovranità alimentare, difesa della biodiversità, diritto a un cibo più buono, pulito, giusto.

Slow Food è anche una casa editrice ("Slow Food Editore"), che pubblica guide, saggi, manuali, itinerari, che scandagliano lo scibile della cultura enogastronomica.

L'ultimo aspetto è quello legato all'educazione, dove l'associazione promuove, organizza, gestisce e partecipa ad attività educative anche nel campo della scuola e dell'università attraverso progetti di ricerca, coordinamento, formazione e aggiornamento.

Nel mese di Settembre, a Roma, Slow Food è stata insignita di uno dei tanti riconoscimenti ricevuti da quando è stata fondata. La particolarità deriva dal fatto che il premio aggiudicato è stato il Compasso d'Oro ADI, il più antico e autorevole premio mondiale di design. Il riconoscimento, che mette in evidenza il valore e la qualità dei prodotti del design italiano, ha istituito per la prima volta un premio speciale al design dei servizi, eleggendo Slow Food suo primo vincitore, riconoscendogli "... la capacità di aver creato un processo che integra etica e strategia, premiando il pensiero che guida il movimento, la ricerca della sostenibilità e della qualità della vita" ¹⁴.

Slow Food ha messo a punto un modello di servizio che coniuga le qualità relazionali alle ragioni dei sistemi agricoli sostenibili, realizzando un contesto collaborativo in cui consumatori critici e produttori virtuosi si incontrano in nome della convivialità. Ha dimostrarlo vi sono le numerose iniziative messe in atto, dai Mercati della Terra passando per i Presidi fino ad arrivare a TERRA MADRE.



Le comunità del cibo e Terra madre

Fundamental Human Needs	Being (essere)	Having (avere)	Doing (fare)	Interacting (interagire)
Subsistence (sussistenza)	adattabilità salute fisica accessibile	cibo lavoro	coltivare nutrirsi lavorare	rapporti sociali
Protection (protezione)	etica; autonomia; tutela; rispetto;	sicurezza alimentare; sicurezza lavoro; rispetto diversità;	supportare tutelare; proteggere mettere in contatto	spazi urbani e rurali; gruppi di lavoro
Affection (affezione)	solidarietà integrazione appartenenza	comunità amicizia nuovi contatti	supportare; condividere; apprezzare; aiutare	quartieri spazi urbani; spazi rurali;
Understanding (comprensione)	ricettività curiosità differenza	scambi;esperienze; conferenze; libri;mostre; iniziative;	confrontarsi; coltivare; ospitare; lavorare;	conferenze workshop gruppi di lavoro;
Partecipation (partecipazione)	adattabilità rispetto dedizione passione	responsabilità lavoro diritti e doveri scambio	interazione aggregare confrontarsi sperimentare	conferenze; associazioni; gruppi di lavoro; reti;
Idleness (riposo/ divertimento)	curiosità tranquillità immaginazione	contatti nuovi; nuove esperienze; confronti;	riflettere ricordare divertire aggregare	propri spazi spazi urbani; spazi rurali;
Creation (creare)	diversità passione determinazione convinzione	manualità inventiva abilità usi tradizionali	coltivare tutelare coinvolgere ricordare	gruppi di lavoro
Identity (identità)	senso di appartenenza; empatia; solidarietà; differenziazione	tradizione abitudini valori locali autonomia	credere sostenere partecipare sperimentare	luogo di appartenenza
Freedom (libertà)	democrazia passione apertura mentale diversità	uguali diritti; fiducia; responsabilità; rispetto;	scegliere; essere differenti da; correre rischi;	libertà dalle pressioni; ritmi naturali; ritmi propri;

Matrice dei bisogni di Max Neef applicata ai casi contenuti nella sezione Comunità del cibo

- **TERRA MADRE**

Località: Rete a livello mondiale

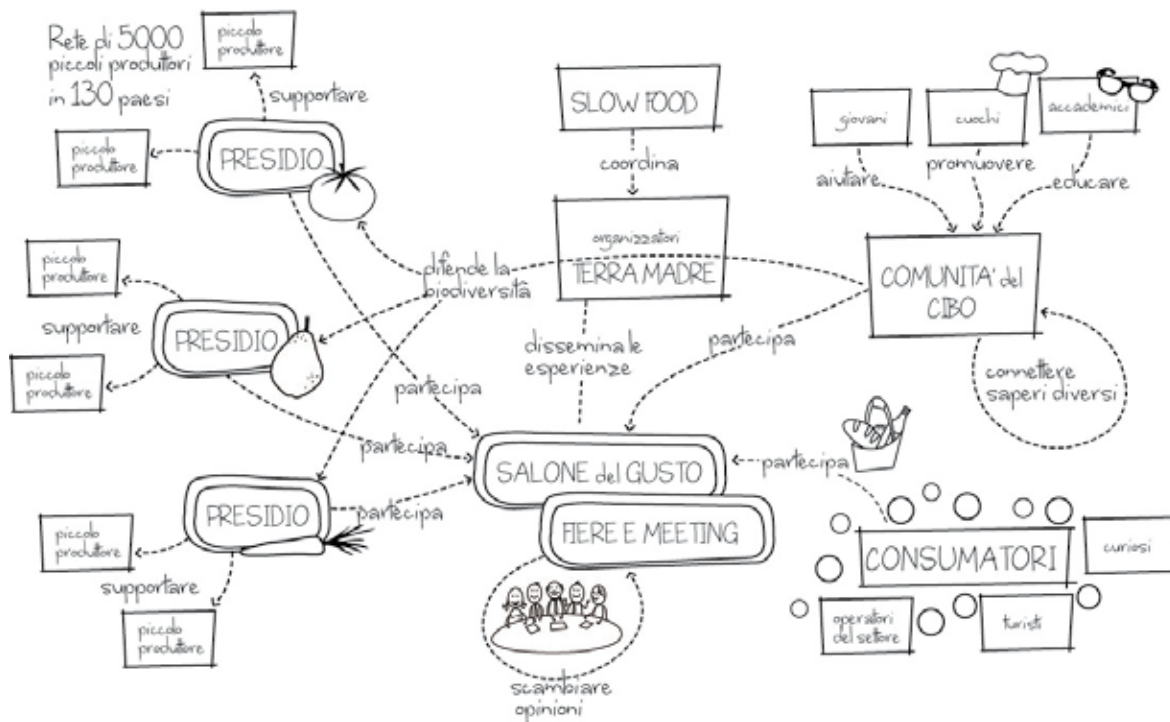
Nascita progetto: 2004

Tipologia di organizzazione: Fondazione Terra Madre

Approccio: Comunità del cibo

Attori coinvolti: Piccoli produttori

Parole chiave: Comunità del cibo, Network, Piccoli produttori, Know-how, Salvaguardia, Biodiversità



La Mappa delle relazioni

Terra Madre rappresenta probabilmente il progetto più importante, completo ed ambizioso, tra quelli realizzati da Slow Food. La sua complessità si palesa già nel tentativo di definire cosa sia esattamente. Definirla un progetto di Presidii risulterebbe riduttivo, così come credere sia un semplice evento. Persino considerarla un network di 5000 piccoli produttori da 130 Paesi di tutto il mondo, rischia di non essere sufficiente. Terra Madre è tutte queste cose messe insieme e rappresenta la rete delle reti.

Tra le diverse attività di Slow Food, questo caso studio, rappresenta la naturale evoluzione di progetti in difesa della biodiversità come l'Arca del Gusto, nata nel 1996 con l'obiettivo di censire i prodotti alimentari minacciati dall'estinzione; dei Presidi, ovvero progetti sul territorio che hanno lo scopo di sostenere concretamente quei prodotti a rischio; e il Premio Slow Food per la biodiversità.

Terra Madre è un progetto di Slow Food per costruire una rete internazionale di produttori alimentari e rappresentanti delle comunità locali, cuochi, accademici e giovani per stabilire un sistema di produzione di cibo buono, pulito e giusto, nel rispetto del pianeta terra, le persone che vivono su di essa e la diversità dei loro gusti, cibi e culture. In un mondo dominato da agricoltura industriale, Terra Madre sostiene attivamente un piccolo complesso, sostenibile, modello locale¹⁵.

Questa rete non è costituita solo da piccoli produttori, ma da tutti coloro che vogliono agire per preservare, incoraggiare e promuovere metodi di produzione alimentare sostenibili, in armonia con la natura, il paesaggio, la tradizione. Al centro del loro impegno c'è un'attenzione particolare per i territori, per le varietà vegetali e le specie animali che hanno permesso nei secoli di preservare la fertilità delle terre.

Similmente a quanto visto in altri casi studio, contenuti in questa sezione, Terra Madre rappresenta l'istituzione che aiuta l'organizzarsi di tanti piccoli movimenti che nascono dal basso, i presidi per l'appunto. Alla base di questi movimenti c'è sempre un'opposizione allo sviluppo sregolato dell'industria alimentare e alla sua continua ricerca di un margine economico, che, come abbiamo già avuto modo di argomentare, ha forti ripercussioni lungo tutta la catena: dai produttori ai consumatori. Se però nei Paesi occidentali questa critica al modello di consumo deriva da una presa di coscienza del consumatore, in questi casi si tratta dei produttori che necessitano di una valida alternativa all'idea di abbandonare la loro fonte di sostentamento e la sfera culturale che vi ruota attorno.

Il progetto Terra Madre, anche se non si limita solo a questo, aiuta i piccoli produttori a difendere la biodiversità dall'agricoltura delocalizzata ed intensiva, sviluppando le attività agricole in condizioni giuste e permettendo loro di vivere del loro lavoro, salvaguardando prodotti e culture culinarie locali. La fase successiva di questo progetto rappresenta l'ulteriore estensione di questa rete di piccoli produttori verso la comunità del cibo. Con questo termine si definisce "un'entità fisicamente individuabile, che ha valori, interessi e destini comuni e che si occupa, con la salvaguardia dei semi, la raccolta, l'agricoltura, l'allevamento, la pesca, la trasformazione, la distribuzione, la promozione, l'educazione e con altre attività gastronomiche, di far sì che un cibo, prodotto su piccola scala, arrivi fino a chi lo mangerà" (Petrini, 2009)

Le comunità del cibo sono quindi gruppi di persone che, a diversi livelli della filiera alimentare, producono, trasformano e distribuiscono cibo di qualità in maniera sostenibile e sono fortemente legati ad un territorio. Fanno parte di questa rete oltre ai produttori: i cuochi, gli accademici ed i giovani.

I cuochi, più di 1.000 e provenienti da ogni parte del mondo, hanno un ruolo fondamentale.

All'interno di questa rete rappresentano un tramite. Sono i divulgatori delle qualità di un territorio che valorizzano attraverso la loro creatività. Grazie alla collaborazione con i produttori, conservano la tradizione culturale e combattono contro la standardizzazione del cibo, comunicando la loro filosofia ai consumatori attraverso i loro ristoranti, luogo ideale per trasmetterla ai consumatori.

Gli accademici, 450 provenienti da 250 università e centri di ricerca, all'interno di questa rete si impegnano a favorire la conservazione e il rafforzamento di una produzione di cibo sostenibile, attraverso l'educazione della società e la formazione degli operatori del settore agroalimentare. Il mondo accademico che condivide i valori di Terra Madre cerca di coltivare un rapporto di reciprocità con la produzione, mettendo a disposizione le proprie conoscenze scientifiche, ma al tempo stesso mettendosi all'ascolto delle comunità, là dove queste hanno elaborato soluzioni ed esperienze ancora insondate dal mondo scientifico.

La rete dei giovani, lanciata in occasione del quinto Congresso Internazionale Slow Food, tenutosi a Puebla, in Messico, nel novembre 2007, si impegna per la difesa del cibo e della cultura alimentare. L'iniziativa sottolinea l'importanza delle nuove generazioni per promuovere la piccola produzione alimentare utile per le economie locali, l'ambiente e la giustizia sociale. La rete giovanile farà in modo che la conoscenza della produzione agricola e alimentare venga trasmessa per creare una nuova generazione di co-produttori attivi.

Tutti questi attori, come visto per i produttori, condividono, da un punto di vista differente ma con uguali conseguenze, i problemi generati da un'agricoltura intensiva lesiva delle risorse naturali e da un'industria alimentare di massa che mira all'omologazione dei gusti.

L'ultimo aspetto del progetto ruota attorno alla disseminazione delle esperienze che si concretizza nei momenti di incontro dei membri della comunità, tra cui l'evento Terra Madre internazionale di Torino rappresenta quello più importante, dove le comunità convergono e si incontrano faccia a faccia in incontri informali e seminari formali per uno scambio di opinioni per discutere e risolvere problemi comuni.

I diversi attori, provenienti da tutto il mondo, incarnano un approccio alternativo al cibo di qualità. Un approccio che tiene conto non solo delle caratteristiche sensoriali di ciò che mangiamo, ma anche le risorse ambientali, equilibri globali, la dignità dei lavoratori e la salute dei consumatori.

4.4 VERSO UN NUOVO CONCETTO DI QUALITÀ

Le realtà raccontate nei diversi casi studio, seppur con le proprie specificità e diversi livelli di interazione, mostrano una volontà comune di sviluppare un modello economico differente. La sfida principale consiste nell'allontanarsi dalla logica lineare legata ai sistemi produttivi del modello di consumo attuale, proponendo ed attuando metodologie di produzione e canali di distribuzione e vendita alternativi.

Questo processo di distacco è stato sottolineato racchiudendo tutte le iniziative sotto il termine più generico di transizione, proprio per sottolineare la fase di cambiamento messo in atto e sostenuto, seppur con differenze e peculiarità specifiche da ognuna di queste realtà. Il richiamo al singolo caso delle Transition Town non è casuale, infatti oltre ad essere stato uno dei primi esempi ad avere avuto una forte diffusione sia nazionale che internazionale, rispecchia bene lo spirito che anima tutti questi casi studio.

Questo processo di distacco è stato sottolineato racchiudendo tutte le iniziative sotto il termine più generico di transizione, proprio per sottolineare la fase di cambiamento messo in atto e sostenuto, seppur con differenze e peculiarità specifiche da ognuna di queste realtà. Il richiamo al singolo caso del movimento di transizione non è casuale, esso oltre a essere uno dei primi esempi ad avere avuto una forte diffusione capillare nazionale ed internazionale, rispecchia bene lo spirito che anima tutta questa sezione.

L'atteggiamento che viene però proposto non è quello di sfida o dell'andare contro la realtà esistente, ma piuttosto un contrapporsi ad essa in maniera attiva e propositiva, attraverso l'applicazione pratica e l'esempio concreto; spirito che può essere descritto pienamente con la celebre frase di R. Buckminster Fuller, "You can never change things by fighting the existing reality. To change something, build a new model that makes the existing model obsolete.", ovvero non si può cambiare la realtà combattendola, ma creando nuove realtà che rendano l'attuale obsoleta.

La crisi dell'attuale modello economico ha significato per queste realtà, un'accelerazione verso cambiamento e maturazione. Per alcune è stata l'unica soluzione individuata per continuare a sopravvivere, per altre un momento di nascita, una sfida per creare prima di tutto consapevolezza e poi prosperità nel proprio territorio.

Analizzando le matrici dei bisogni, si nota come uno dei valori ricorrenti sia l'autonomia, espressa in primo luogo come la libertà di scelta personale, e riprodotta in pratica attraverso strumenti differenti, ma che descrivono lo stesso bisogno: la necessità di riavvicinare la produzione al consumatore dal punto di vista spazio-temporale e riappropriarsi delle sue modalità di gestione.

Questo non implica solo un accorciamento della filiera, ma porta spesso alla nascita di veri e propri patti sociali ed azioni di supporto alla vita contadina, oltre che la difesa ed il mantenimento di pratiche produttive sostenibili e tradizionali. Viene quindi riconosciuto nuovamente l'importanza dell'agricoltura come mezzo per la valorizzazione degli spazi e la tutela dei beni comuni. L'autonomia è vista anche come un efficace strumento per poter aumentare la resilienza delle proprie comunità, attraverso la riduzione della dipendenza da fattori esterni. Ciò è evidente sia per le iniziative prese in ambito alimentare che quelle energetiche.



Nuvola dei valori della fase transitoria

Analizzando, ad esempio, la questione dell'indipendenza energetica, affrontata in più di un caso raccolto, si nota come la questione non sia solo ridurre l'utilizzo di energia derivante dai combustibili fossili, ma diventi soprattutto una questione di rivedere la scala dell'intera filiera, dalla produzione alla distribuzione, fino all'utilizzo; oltre che imparare a consumare e produrre diversamente.

La riuscita di queste transizioni passa attraverso la consapevolezza, altra parola molto presente nella matrice, di poter partecipare in prima persona al cambiamento, spesso espressa con la possibilità di realizzarsi nell'auto-sostentamento: le nostre azioni e le nostre scelte ne sono la chiave. Questo non implica affatto un modo di agire individualista, ma, anzi si parte dall'individuo per poter creare uno spirito collettivo dalle basi solide. La comunità in tal senso funge da vettore del cambiamento, la volontà collettiva supera quella del singolo ed aiuta a prendere coraggio delle proprie azioni e del proprio pensiero, sostenuti dalla consapevolezza di non esser soli e che come noi ci sono altri che condividono un'idea. Non stupisce quindi che un altro concetto riscontrabile dalla matrice, sia proprio la necessità di ritrovare un'identità collettiva e di poter far parte di qualcosa.

Tali necessità si manifestano nella riscoperta dei rapporti sociali, processo che inoltre restituisce linfa vitale ai luoghi della comunità: la città, il quartiere, gli spazi collettivi, diventano dinamici: aree in cui le attività vengono supportate da una progettazione condivisa e partecipata. La mappatura delle relazioni rende infatti evidente, come gli scenari assumano un linguaggio tutt'altro che lineare. Attori e luoghi interagiscono e si intrecciano tra di loro attraverso scambi materiali e immateriali, creando un sistema circoscritto, ma aperto.

Tutte queste scelte hanno comportato importanti investimenti culturali per la scoperta di nuovi processi aziendali, nuove interazioni, nuovi modi di agire che prima non venivano considerati. Tutto ciò ha avuto ricadute positive all'interno del sistema, modificando in modo sostanziale il concetto di qualità.

Così, mentre nel modello attuale questo concetto è legato ad aspetti quali la standardizzazione, l'omologazione dei gusti e la ripetibilità seriale del processo, nei movimenti legati alla transizione si riscopre un nuovo approccio, dove il senso di libertà non è legato al numero di merci da scegliere da uno scaffale e la fiducia nei prodotti non dipende più da un marchio o da una data di scadenza. Il vero valore aggiunto è quindi quello di legare il prodotto al proprio contesto di produzione, ridandogli la "faccia del contadino".

reliability direct relationship between producer and consumer
direct link between products and place of production **context**



La fiducia che si viene a creare tra produttore e consumatore è strettamente connessa con la connessione tra i prodotti ed il contesto di produzione

Note Capitolo 4

COMMUNITY

- 1 Jan Douwe van der Ploeg. I nuovi contadini, Le campagne e le risposte alla globalizzazione. Donzelli, 2009.
- 2 Andrea Calori. Coltivare la città. Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo-Altreconomia, Milano 2009. pag. 29
- 3 Andrea Calori. Coltivare la città. Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo-Altreconomia, Milano 2009
- 4 Elizabeth Henderson, Robyn Van En. Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture. Chelsea Green Publishing, 2007 pag. 269
- 5 Il Right Livelihood Award (detto anche premio Nobel alternativo o Premio al corretto sostentamento) è un premio annuale creato nel 1980 da Jakob Von Uexkull, scrittore, filatelico ed ex membro del Parlamento Europeo. Lo scopo del premio è di affiancare al tradizionale Premio Nobel un riconoscimento per i progetti a favore della salvaguardia dell'ambiente e la crescita spirituale, un premio per le persone, le organizzazioni e i movimenti che lavorano per un'esistenza degna dell'uomo ed elaborano soluzioni e modelli pratici per una società migliore e un'economia più giusta. Il premio viene assegnato, ogni anno alla vigilia dell'assegnazione del Nobel per la pace a persone e gruppi che lavorano in campi come la protezione ambientale, la pace, i diritti umani, lo sviluppo sostenibile, la salute e l'educazione.
- 6 L'Agricoltura Biodinamica nacque formalmente nel 1924 a seguito di un meeting organizzato da agricoltori tedeschi i quali invitarono R. Steiner filosofo, ricercatore e fondatore dell'Antroposofia, a divulgare le prime sperimentazioni con le quali veniva cercata una risposta ai problemi emergenti dall'agricoltura chimica allora incipiente. Emersero in quell'occasione nuovi punti di vista attraverso cui guardare ai fenomeni della Natura e, in particolare, a quelli relativi all'attività produttiva umana. Il limite e la parzialità di una tecnologia agraria fondata soltanto sull'applicazione di schemi di natura fisico-chimica emersero con forza tra gli agricoltori. Furono dunque gettate le basi per una concezione, diremmo oggi "olistica" dell'azienda agricola. Una azienda in relazione con l'ambiente circostante, con la Terra intera e infine con il cosmo dei pianeti e costellazioni. Nulla doveva essere lasciato solo a se stesso, ma tutto interconnesso in una complessità di relazioni che travalicano gli aspetti puramente causali. In biodinamica si parla dunque di agricoltura organica intendendo con questo l'attenzione verso tutti quei sistemi compiuti di relazioni viventi che individuiamo nella nostra osservazione, non solo materiale. Fonte: <http://www.agricolturabiodinamica.it>
- 7 Cavazzani Ada, Innovazione sociale e strategie di connessione delle reti alimentari alternative, in Sociologia urbana e rurale, Franco Angeli, Milano, 2008, vol. 87 p. 119.
- 8 Calori Andrea. Coltivare la città. Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo editore, Milano, 2009, p. 26
- 9 Payne Tim. (2002), U.S. Farmers Markets-2000, A Study of Emerging Trends, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service, Transportation and Marketing Programs, Marketing Services Branch.
- 10 Boschetti M. (2007), Mercati contadini, un modo per vendere meglio, L'Informatore Agrario, n. 5, pp. 26-29.
- 11 FARMA - National Farmers' Retail & Markets Association: www.farmersmarkets.net
- 12 La Kitchen Gardeners International (KGI), è un'organizzazione no profit fondata e diretta da Roger Doiron. Raggruppa più di 20.000 persone da circa 100 nazioni che hanno come obiettivo la necessità di ri-localizzare la filiera alimentare.
Per maggiori informazioni: <http://kitchengardeners.org>
- 13 Fonte National Trust
- 14 Il progetto Urbees, api urbane, promuove e sviluppa la cultura e la pratica dell'apicoltura. Propone la realizzazione di strutture, provvedimenti e politiche che facilitino ed incentivino la diffusione dell'apicoltura urbana. Mentre in città come New York, Parigi, Londra e Tokio l'apicoltura urbana viene da diverso tempo sperimentata su tetti, balconi e cortili, in Italia è vietata. Per installare degli alveari è necessario avere l'autorizzazione degli organi competenti.
- 15 Fonte SunWork
- 16 Vedere i casi studio sui CSA
- 17 Brooklyn Honey è un progetto di apicoltura urbana. Si basa su poco più di 10 arnie situate a Brooklyn, New York, posizionate su tetti. La produzione è su piccola scala, circa 150 vasetti di miele l'anno. Per approfondimenti: <http://www.brooklynhoney.com>
- 18 Growing Chefs è un progetto educativo lanciato nel 2005 con l'obiettivo di riconnettere le persone al cibo, dalla coltivazione alla cucina. Per approfondimenti: <http://growingchefs.org/>
- 19 Fonte FAO
- 20 Molti dei contenuti sono tratti dal video pubblicato dal Kitchen Gardeners, dal titolo l'orto sovversivo
- 21 in italiano viene spesso tradotta come Agricoltura sostenuta dalla Comunità
- 22 Il governo americano non tiene traccia delle iniziative di CSA, i dati sono quelli forniti da Local Harvest una piattaforma digitale che si occupa di connettere i piccoli produttori ai consumatori, segnalando iniziative come le CSA e i farmers' markets, oltre che mettendo a disposizione la vendita on line dei prodotti locali.
Per approfondimenti è possibile visitare il sito: <http://www.localharvest.org/>
- 23 Soil Association. Final report: The impact of community supported agriculture. Novembre, 2011
- 24 Il governo fornisce dei voucher da spendere in frutta, verdura e prodotti per la prima infanzia alle famiglie in difficoltà economica, in particolare modo alle donne incinte o con bambini al di sotto dei quattro anni.
- 25 Il sondaggio si basa su 165 soci intervistati durante il 2010.
- 26 I risultati del workshop sono disponibili nel report finale "An appetite for Local Food?" al link: <http://www.realfoodexeter.co.uk/assets/files/TE%20Local%20Food%20Workshop%20Report%2020Jan10.pdf>
- 27 Per approfondimenti: <http://www.origincoffee.co.uk/our-coffee/farmer30.php>
- 28 È una cooperativa alimentare situata nel quartiere di Park Slope a Brooklyn, New York. Si tratta di una delle più antiche e più grandi attività di Food Co-op negli Stati Uniti. Come una cooperativa alimentare, uno dei suoi obiettivi è quello di essere un "agente di acquisto per i suoi membri, non un agente di vendita di qualsiasi settore". Formata nel 1973, è cresciuta fino ad includere oltre 15.000 soci. <http://foodcoop.com/>
- 29 Per approfondimenti si rimanda al link: <http://beunpackaged.com/>
- 30 Per approfondimenti si rimanda al link: <http://www.negoziolleggero.it/>
- 31 Per approfondimenti si rimanda al link: <http://in.gredients.com/invest/>

POLICY

- 1 Tim Lang, insegna Food Policy alla City University, London. È ritenuto uno dei più importanti esperti inglesi sulle politiche alimentari. http://www.city.ac.uk/health/staff_directory/professor-tim-lang

- 2 Harold Dwight Lasswell (1902-1978) fu un importante studioso di scienze politiche e di teorie sulla comunicazione.
- 3 T.Lang,David Barling, Martin Caraher. Food policy.Oxford University Press, 2009.
- 4 Simon Maxwell,Rachel Slater. Food Policy Old and New. Blackwell publishing, 2004
- 5 George Harrison (1943-2001) musicista,chitarrista e compositore, principalmente conosciuto per essere stato uno dei chitarristi del gruppo musicale inglese Beattles.
- 6 Frances Moore Lappé autrice e co-autrice di più di 18 libri riguardo il problema della fame nel mondo e delle sue responsabilità politiche. Ha co-fondato diverse organizzazioni, inclusi la Food First, The Institute for Food and Development Policy e la Small Planet Institute. In 1987, ricevette il premio Nobel Alternativo (Right Livelihood award). Il suo primo libro "Diet for a Small Planet" ha venduto tre milioni di copie.
- 7 Michael Pollan.Il dilemma dell'onnivoro. Giunti Editore, 2011
- 8 L'Impronta idrica o Water Footprint è un indicatore del volume totale di risorse idriche utilizzate da un paese per produrre i beni e i servizi consumati dagli abitanti della nazione stessa.
- 9 J.N Pretty, A.S Ball, T. Lang, J.I.L. Morison. Farm costs and food miles: an assessment of full cost of UK weekly food basket. Elsevier, 2005
- 10 Dati forniti da SlowFood Italia, in seguito ad una indagine su 50 comuni italiani tra il 2007/2008, presentati nel report, Pensa che mensa... scolastica.Disponibile al link:http://www.rainerum.it/media/docs/mensa_scolastica.pdf
- 11 Dati forniti da SlowFood Italia.
- 12 K.Morgan e R.Sonnino.The School Food Revolution.Earthscan, Londra, 2010
- 13 K.Morgan e R.Sonnino.The School Food Revolution.Earthscan, Londra, 2010
- 14 Il sistema di ristorazione scolastica negli Stati Uniti è costituito da molti livelli di intervento. A livello federale vi è il USDA's Food and Nutrition Service (FNS) che provvede ad implementare la legislazione e provvedere alla gestione dei fondi. Ogni stato riceve in base al numero di iscritti al sistema di ristorazione scolastica parte di questi fondi. Per ricevere questi soldi ogni Stato tramite lo State's Department of Education deve fornire annualmente un piano dettagliato delle modalità in cui vengono spesi, oltre che gestire le FSA Food School Food Authorities, le quali a loro volta gestiscono i programmi nutrizionali dei vari distretti.
- 15 Per approfondimenti:<http://www.farmtoschool.org/>
- 16 Michael Lardelli. Urban Planning and food. Energy Bulletin. Published Oct 2011.
<http://energybulletin.net/stories/2011-10-31/urban-planning-and-food>
- 17 <http://plantagon.com/plantagon/>
- 18 Food Train è un'impresa di Milton Keynes che lavora per creare alternative, sostenibili a livello locale, all'attuale sistema alimentare, in modo da generare qualità a livello ambientale, un migliore livello sanitario per i cittadini, l'attivazione di nuove società e la creazione di una comunità.
<http://www.foodtrain.org.uk>
- 19 Natural England è una società di consulenza, del governo inglese, per l'ambiente.
<http://www.naturalengland.org.uk>
- 20 L'allotment è un appezzamento di terreno messo a disposizione per il giardinaggio non professionale dei singoli. Tali terreni sono formati suddividendo un pezzo di terra in porzioni più piccole che vengono assegnate agli individui o a famiglie. Negli allotment ogni appezzamento viene coltivato singolarmente, al contrario di altre iniziative in cui non vi è divisione del terreno e si coltiva in comunione.
- 21 I community garden sono singoli pezzi di terreno coltivati collettivamente da un gruppo di persone. Può essere urbano, suburbano o rurale. Può servire per coltivare fiori, così come frutta e verdura. I prodotti possono essere consumati privatamente e, in alcuni casi, venduti al mercato.
- 22 Peabody Trust: associazione londinese operante nel settore dell'edilizia abitativa, conosciuta per i suoi progetti di riqualificazione economica e sociale delle aree più povere della capitale britannica.
- 23 Zedfactory: studio di architettura fondato nel 1999 da Bill Dunster, specializzato nel campo della progettazione e sviluppo architettonico a zero emissioni di CO2.

CITY

- 1 Repot FAO:The State of The Food Insecurity in the World 2011
- 2 Elsbeth Seiltz: Presidente dell'associazione Unser Land
- 3 La Comunità Solidale è un'associazione senza fini di lucro che si prefigge lo scopo di finalizzare il proprio impegno sociale, culturale, civile, per favorire lo scambio di conoscenze, competenze ed esperienze che operano nel mondo del sociale, del sanitario, dell'educativo e della mediazione, anche culturale, tra cittadini.
- 4 A. Calori. Coltivare la città, Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di Mezzo Editore. 2009 Cit. pag. 74
- 5 Wildpoldsried Innovativ Richtungsweisend. Un documento del consiglio che punta, grazie alle azioni concrete realizzate, ad ispirare cittadini e creare posti di lavoro nelle aziende green locali.
- 6 Passivhaus, secondo il termine originale di lingua tedesca, è un'abitazione che assicura il benessere termico senza alcun impianto di riscaldamento convenzionale, ossia caldaia e termosifoni o sistemi analoghi. L'impianto di riscaldamento si può eliminare se il fabbisogno energetico della casa è molto basso, convenzionalmente inferiore a 15 kWh al mq anno.
- 7 F. Capra. The New Facts of Life. A discussion of the interrelations between food, health, and the environment is extremely topical today. Ecoliteracy, diponibile al link: <http://www.ecoliteracy.org/essays/new-facts-life>
- 8 Rob Hopkins, Peter Lipman.Chi siamo e cosa facciamo. Gennaio 2009, trad.italiana Marzo 2009
- 9 Vedere i casi studio relativi alla Community
- 10 R.Hopkins
- 11 Fonte:<http://www.transitiontownstotes.org>
- 12 Dati www.slowfood.it
- 13 <http://www.slowfood.it/3/filosofia>
- 14 Luisa Bocchietto, Presidente dell'ADI.
- 15 "Terra Madre, Mother Earth, is Slow Food's project to build an international network of food producers and representatives of local communities, cooks, academics and young people to establish a system of good, clean and fair food production, respectful of planet earth, the people who live on it and the diversity of their tastes, foods and cultures. In a world dominated by industrial agriculture, Terra Madre actively supports a smallscale, sustainable, local model". Welcome to our World Companion, Slow Food Editore. Cit. pag 14



FASE PROGETTUALE

5. METODOLOGIA
6. IL CONTESTO PROGETTUALE
7. CONCLUSIONI

SEZ 3

5.METODOLOGIA

5.1 La metodologia e gli strumenti utilizzati

Conclusa l'indagine sui casi studio e la relativa fase di critica ai modelli transitori, questo lavoro procederà con un'analisi più nel dettaglio del territorio di Giaveno e della Val Sangone, teatro di riferimento per l'attività progettuale.

Prima di passare a questa fase, vale la pena soffermarsi brevemente sull'approccio che caratterizza il nostro modus operandi e che rappresenta la base della nostra ricerca.

In questa sezione dedicata alla metodologia, non è nostra intenzione raccontare l'evoluzione del pensiero sistemico, demandando alla bibliografia sull'argomento questo compito, ma piuttosto riflettere sul ruolo del designer e la stretta relazione che esiste tra il suo lavoro ed il territorio e come vicendevolmente questi due aspetti si influenzino.

L'approccio che ha contraddistinto il nostro percorso universitario e di ricerca è quella del Design Sistemico, assimilato durante la specialistica in "Design del Prodotto Eco-compatibile" ed approfondito durante i tre anni di dottorato. In questo periodo, la ricerca si è focalizzata principalmente sui modelli di consumo e gli effetti, le relazioni, con il territorio. "Il design sistemico delinea il flusso di materia che, scorrendo da un sistema a un altro crea collegamenti reciproci in una metabolizzazione continua, produce nel suo cammino un flusso economico¹. Si tratta quindi di una visione progettuale che si pone alla base del cosiddetto approccio a zero emissioni.

Un'economia basata sul concetto di crescita infinita, crolla di fronte all'impossibilità di essere perseguita in un contesto reale, fatto di risorse e di spazi limitati, portando ad evidenziare le ricadute sui sistemi naturali, sociali e culturali in cui essa è inserita.

La ricchezza economica, come abbiamo già avuto modo di vedere, è diventata sinonimo di benessere, portando ad una visione riduzionista del termine sviluppo descritto solo più in termini di flussi monetari e giustificando il fatto di spostare merci, consumare oltre il dovuto, sfruttare un territorio.

Il pensiero alla base del Design Sistemico, propone di cambiare prospettiva, sostituendo i valori in cui abbiamo sempre creduto, definendo così un nuovo focus su cui concentrare le azioni future, cioè ponendo l'uomo al centro del progetto, inteso come espressione di sintesi di un'identità sociale, culturale, etica e biologica. (Bistagnino, 2009)². Pertanto sarà necessario che lo stesso ruolo del designer cambi spostando la sua attenzione da un design edonistico, fatto di forme e desideri indotti, ad uno umanistico atto a progettare la società.

Le ricadute messe in atto dalle logiche di mercato, alterate dal circolo vizioso tra domanda ed offerta, hanno portato a considerare lo scarto e lo spreco, non come un'inefficienza del sistema, ma come fattori necessari per continuare ad alimentare il processo. In questo design fatto per il prodotto e per l'economia delle sue aziende, non solo il processo produttivo dissipa materie prime ed energia, ma lo stesso risultato, tra obsolescenza programmata e psicologica, è destinato ad avere vita più lunga nelle discariche che in utilizzo.

Eppure se consideriamo il sistema di produzione per eccellenza, la Natura, il concetto di scarto non esiste. Questo non vuol dire che non esistano i rifiuti. Ogni organismo vivente ne produce, solo che grazie all'equilibrio dell'ambiente in cui esso vive, ogni rifiuto prodotto da una specie diventa nutrimento per un'altra, facendo sì che la materia circoli costantemente all'interno dell'ecosistema.³ (F.Capra, 2004)

L'introduzione di materiali chimici, creati o trasformati in laboratorio, non presenti altrimenti in natura se non per effetto dell'uomo, ha appesantito la capacità degli ecosistemi di metabolizzare i rifiuti provenienti dall'attività antropica. Le alghe, i funghi, i batteri, le piante e gli animali hanno tutti un loro proprio modo di prosperare sfruttando ciò che è direttamente disponibile in loco, quando noi esseri umani sembriamo invece dipendere esclusivamente dal commercio e dall'estrazione globale.

Vi è quindi la necessità di rivedere i processi produttivi ispirandosi ai sistemi naturali.

Il progettista ha quindi il compito di riconfigurare i flussi di energia e di materia, attraverso realtà meno energivore e ottimizzare i processi migliorando le qualità dei rifiuti prodotti.

In questo modo ogni output potrà diventare input per altre produzioni, permettendo al rifiuto di essere riassorbito all'interno del sistema. (G.Pauli,2007⁴); (Bistagnino,2009).

Attraverso questi processi si attivano connessioni e relazioni tra attori differenti, sostenuti non solo più da un mero rapporto economico ma da una mutua dipendenza e da una responsabilità condivisa, in grado di restituire stabilità e garantire sicurezza all'interno dei processi produttivi. Proprio come in natura dove se vengono a mancare i principi di equilibrio tra gli elementi di un ecosistema, esso stesso cessa di esistere.

La delocalizzazione delle produzioni, la settorializzazione delle filiere, l'evoluzione dei sistemi di

trasporto, l'aumento degli intermediari, la competitività del mercato, ha portato alla rottura delle relazioni esistenti sia all'interno delle stesse realtà economiche, sia con il luogo di produzione determinando un disequilibrio. In base alle condizioni più favorevoli per fare profitti, i capitali vengono spostati da un posto all'altro, rompendo ogni tipo di rapporto con il territorio. (Zygmunt Bauman, 20105). Il territorio, con le sue risorse materiali e culturali è diventato un luogo da sfruttare, avulso ed anonimo che rischia di soccombere perché privato di quell'equilibrio naturale che lo regola.

Eppure appare ovvio che le potenzialità di un territorio non dovrebbero essere quantificate solo attraverso la misurazione dei fattori economici. Un territorio rappresenta l'unione di diversi aspetti: culturali, sociali e materiali che vanno considerati nel loro insieme. Il ruolo del designer passa soprattutto attraverso la ricerca e la valorizzazione di aspetti che spesso non sono quantificabili economicamente. Il cambiamento di un modello di mercato lineare ed energivoro, come quello che caratterizza la nostra società, è determinato dalla capacità di comprensione di questi aspetti nascosti.

Occorre quindi agire localmente per ricostruire un valore economico basato non più sulla crescita infinita, ma calibrato sulle capacità e sulle potenzialità che lo stesso territorio può offrire. (Bistagnino, 2009) Vuol dire quindi cambiare scala di pensiero e passare dal gigantismo del modello economico attuale alla piccola scala. (Schumacher, 2010)6.

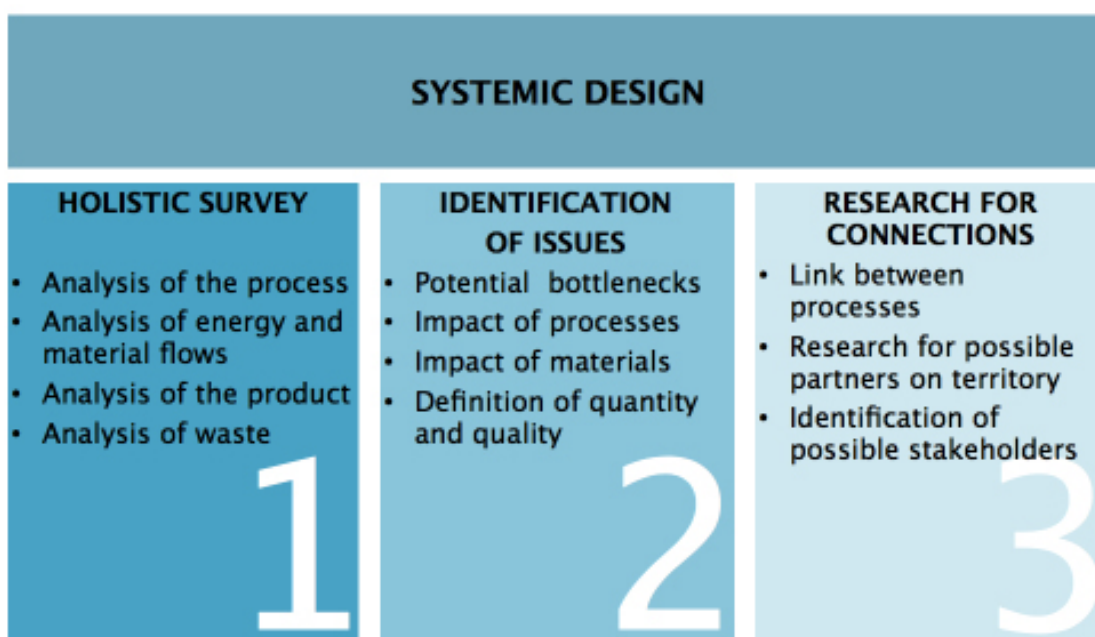
La riduzione della scala rende possibile il delinearci di attività economiche plasmate sulle necessità e le caratteristiche delle comunità che le attivano. Processi che investono sul territorio e generano benessere localizzato, aumentando la capacità di autopoiesi del sistema stesso, ovvero la capacità di auto-rigenerarsi attraverso la rete di interazione delle proprie componenti. La scelta è solo nostra, possiamo decidere di cambiare il nostro approccio al consumo e limitare i danni al nostro sistema, o aspettarci che questo si auto-regoli, è in tal senso i disastrosi effetti climatici degli ultimi anni ne sono una prova, e ritrovi un proprio equilibrio, con o senza di noi.

I cinque principi sopra evidenziati sono il punto di partenza del Design Sistemico, figlio del background culturale del pensiero sistemico avanzato in molteplici campi, dalla fisica alla sociologia, dalla biologia all'ecologia, durante tutto il XX secolo.

Questa metodologia, è stata sperimentata all'interno del Politecnico di Torino (Bistagnino, Lanzavecchia, 1998), attraverso una collaborazione con il centro di ricerca ZERI, Zero Emissions Research and Initiatives Foundation. Il risultato ha dato origine ad un metodo con principi semplici e specifici, ma flessibili abbastanza da poter essere impiegati concretamente in campi differenti, come le numerose ricerche, effettuate dal gruppo di Disegno Industriale, possono dimostrare.

Nell'applicare questa metodologia all'analisi dell'attuale modello di consumo, con particolare attenzioni all'ambito delle filiera alimentare ed energetica, abbiamo utilizzato le tre fasi di ricerca che caratterizzano e connotano il Design Sistemico: il rilievo olistico, l'analisi delle problematiche, la ricerca delle connessioni.

RESEARCH METHODOLOGY



- Il rilievo olistico: è la fase di analisi dello stato attuale che punta a considerare il soggetto analizzato nella sua totalità. L'olismo di fatto si contrappone alla tradizione puramente analitica del riduzionismo scientifico, che si propone di interpretare i sistemi complessi dividendoli nelle loro componenti e studiandone separatamente le proprietà. Il motivo per cui si preferisce analizzare un sistema "intero", e non la somma delle sue componenti, è legato al fatto che così facendo non si rischia di tralasciare relazioni o fattori che potrebbero risultare fondamentali sia nella fase di ricerca delle problematiche, che di quella di progettazione. In questo passaggio si analizzano e comprendono quindi flussi, processi e azioni collegati all'ambito trattato. È pertanto necessario rappresentare, attraverso lo strumento della mappatura, il sistema attraverso la descrizione dei suoi flussi in ingresso (input) determinandone anche i quantitativi e la provenienza, definire e comprendere i processi a cui questi vanno incontro, ed infine analizzare il risultato finale, la sua destinazione o il suo impiego eventuale (output). Questa analisi quantitativa deve però essere consolidata attraverso una di tipo qualitativo al fine di fornire dati su materie ed energie in entrata e in uscita e sulla loro natura, su come queste ultime sono state generate e su quale sorte avranno a valle di un processo che le ha viste oggetto di trasformazioni. Alla stregua dei flussi materici ed energetici è indispensabile individuare gli attori coinvolti, la loro natura, le conoscenze e le tecnologie che hanno a disposizione e che impiegano quotidianamente, il loro radicamento ad un contesto e il rapporto di vicinanza tra di essi e con i luoghi della produzione, della trasformazione e della commercializzazione del prodotto o del servizio di riferimento. In questa analisi si passa quindi dal semplice interesse verso un prodotto alla visione generale del sistema e della relativa movimentazione di materia ed energia, con la possibilità concreta di attuare un momento critico che si svilupperà nella seconda fase dell'approccio sistemico.
- Analisi delle problematiche: il principale motivo per cui la fase precedente è definita olistica è perché, quando siamo chiamati ad individuare e risolvere problemi, si corre il concreto rischio di non riconoscere le relazioni che si vengono ad instaurare all'interno del sistema con il rischio di non intervenire al giusto livello o nel modo corretto. Avere una visione di insieme nel momento di individuazione delle criticità, a livello di processo, input, output, serve a poter superare questo limite. Ogni problematica viene analizzata e considerata secondo differenti parametri, convenienza e valore economico, sostenibilità ambientale, relazione con il territorio, flessibilità produttiva: per ciascuno di questi parametri viene espressa una valutazione qualitativa e quantitativa. L'analisi di tipo quantitativo consente inoltre di poter delineare uno schema economico dell'insieme dal quale generalmente si deduce come l'incremento di questo sistema avvenga solo all'aumentare del quantitativo di prodotti realizzati e riducendo i costi di manodopera e materie prime. Individuare prima i problemi e poi cercare di capirli significa comprenderne i fenomeni che li determinano. Numerose discipline, spesso estranee al background culturale di un progettista, contribuiscono a questa fase di analisi e consentono di comprendere i rapporti di causalità esistenti tra i fenomeni, permettendo di capire le priorità verso cui orientare il processo progettuale. Al progettista non resterà quindi che ritornare, con i dati acquisiti, alla prima fase per poter iniziare a costruire relazioni basate sul contesto in cui il processo è calato.
- Ricerca delle connessioni: Il progettista sulla base delle coerenze tra output disponibili e input richiesti può suggerire connessioni e interazioni vantaggiose, nuovi usi della materia che rendono possibili nuove produzioni e nuove forme di generazione dell'energia, sviluppando così modelli economici flessibili e multi polari che coinvolgono molteplici attori su uno specifico territorio. Sfruttando la territorialità delle risorse si incrementa uno sviluppo che privilegia la dimensione locale e permette la creazione di realtà autosufficienti da un punto di vista energetico, produttivo e di approvvigionamento, diminuendo drasticamente tutti i trasporti a grande distanza ed i costi sociali pagati dalla collettività. L'ultimo passaggio di questo approccio prevede inoltre da parte del designer, l'individuazione degli attori che, attraverso il loro finanziamento, potranno innescare questo processo di cambiamento.

Ogni fase della ricerca che ha portato alla definizione di questo lavoro di tesi, è stata accompagnata da questo approccio, la situazione attuale, attraverso la definizione del modello di consumo e delle sue ricadute, l'analisi delle criticità, attraverso i casi studio e la visione sistemica, concretizzandosi nel progetto per la Val Sangone. Il territorio assume nel contesto progettuale un aspetto imprescindibile per il designer che ne dovrà saper valutare le caratteristiche e le potenzialità.

L'attuale economia di mercato invece non vede differenze in un territorio, ma piuttosto sul prodotto in esso realizzato che, a prescindere da dove si produca, dovrà avere le seguenti caratteristiche:

costare poco, essere facilmente trasportabile ed incontrare gusti globali.

I motivi per cui un'azienda sceglie un collocamento piuttosto che un altro, sono al giorno d'oggi esclusivamente utilitaristici. Spesso sono motivi politici, con le istituzioni che pur di assicurare lavoro ai propri cittadini, e guadagnare qualche voto dall'elettorato, offrono concessioni vantaggiose alle aziende. Oppure come i casi delle grosse compagnie nazionali, un esempio su tutti è la Fiat, salvate sistematicamente dal tracollo pur di garantire il lavoro alle migliaia di persone impiegate.

Spesso le aziende sono anche attratte da motivi logistici. Vista l'importanza che la distribuzione ha assunto negli ultimi decenni, anche in termini di approvvigionamento delle materie prime, una posizione vantaggiosa rispetto alle arterie commerciali rappresenta il miglior investimento possibile. Per ultime ci sono le motivazioni economiche. La dislocazione generalmente avviene per ottimizzare la produzione, riducendo l'unica altra voce possibile dopo la qualità del prodotto: il costo della manodopera.

Tutte queste motivazioni generalmente vengono considerate primarie rispetto alle peculiarità e alla recettività di un territorio, causando il più delle volte criticità e sfruttamento.

E' il caso, a noi vicino, degli allevamenti scesi dalle zone di montagna fino alla pianura padana, per motivi di dimensione degli allevamenti, logistici e di approvvigionamento del mais; che con l'alta concentrazione dei reflui zootecnici hanno causato il problema nitrati nelle falde acquifere. O ancora le monoculture, in continua espansione, sparse per il mondo che causano ogni anno la distruzione di centinaia di migliaia di ettari di foresta.

Il problema maggiore è che l'economicità di un processo spesso collide con le effettive necessità e potenzialità di un territorio. E' il celeberrimo caso dei peperoni di Costigliole d'Asti che Petri cita per spiegare gli effetti della globalizzazione. I peperoni, a causa dei prezzi concorrenziali del mercato e della logistica olandese, sono spariti da questo territorio per fare posto, ironia della sorte, proprio ai bulbi di tulipano da rivendere in Olanda.⁷

Finché l'economia vedrà solo questi aspetti, i territori continueranno a subire un'opera di snaturamento. Quello che è necessario capire è quindi che un luogo, più che fatto di aspetti quantitativi, è composto da aspetti qualitativi come: il valore della vita, l'ambiente, il grado di istruzione, i servizi; cioè degli indici che manifestino il grado di benessere non materiale ma morale delle persone. Ed è in questo frangente che il ruolo del designer si fa carico di questo fardello, diventando artefice di un cambiamento responsabile, orientato al benessere collettivo piuttosto che all'egoismo edonista.

Questo tipo di design ruota proprio attorno alle peculiarità dimenticate, prediligendo il know-how locale al basso costo della manodopera, puntando alla qualità del prodotto piuttosto che alla sua serialità.

Per mantenere un parallelo culinario, il designer rappresenta un cuoco che prepara un piatto tipico, il progetto, andando a prendere gli ingredienti dal contadino di fiducia, il territorio. Attraverso il lavoro di progettazione è quindi possibile ristabilire le relazioni utili tra le tradizioni, la cultura e gli attori di un territorio, cercando di riportare in vita il tessuto atrofizzato di un luogo al fine di consentire la corretta evoluzione della vita all'interno del suo ecosistema.

Note Capitolo 5

1 Definizione del Design Sistemico tratta da Wikipedia.

2 L. Bistagnino. Design Sistemico, progettare la sostenibilità produttiva e ambientale. SlowFood Editore, Bra, 2009.

3 Fritjof Capra. La scienza della vita. BUR Scienza. Milano, 2004

4 Gunter Pauli. Svolte epocali. Baldini&Castoldi. Milano, 1997

5 Intervento nel programma televisivo Rai, Report del 12/12/2010, nel servizio Consumatori Difettosi.

6 E.F. Schumacher. Piccolo è bello. Uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Slow Food Editore, Bra, 2010.

7 C. Petri. Buono, pulito e giusto. Einaudi Editore (collana Gli struzzi). 2005

6. IL CONTESTO PROGETTUALE

Introduzione

La terza fase della ricerca è stata concepita per dare un riscontro progettuale alla fase di transizione, con lo scopo di guardare il cambiamento attraverso l'ottica della metodologia del design sistemico.

Cosa succede se si interpreta come svolta alla fase di transizione la concezione sistemica? Quali possono essere le ricadute positive nel far interagire variabili come energia, cibo e territorio?

Quali sono i valori che ne derivano?

Che benefici possono trarne la comunità ed il territorio stesso?

Con l'obiettivo di trovare risposte più concrete a questi quesiti, abbiamo deciso di confrontarci con un contesto territoriale specifico, in particolare con l'area montana della Val Sangone e più nel dettaglio con il comune di Giaveno.

Quest'area, non è stata definita in modo casuale, ma come vedremo in seguito, presenta delle buone premesse dal punto di vista della Policy e della Community, per usare gli stessi termini individuati nell'analisi dei casi studio, caratteristiche necessarie per il cambiamento.

6.1 LA VAL SANGONE

La comunità montana del Val Sangone è definita da sei comuni, Coazze, Giaveno, Reano, Sangano, Trana, Valgioie. Sono tutti situati ad una quota inferiore a 1.000 m s.l.m., dai 340 m. di Sangano agli 870 m. di Valgioie, ed insieme ricoprono una superficie complessiva di 16.728 ettari.

Seppur racchiusi nello stesso territorio, rappresentano caratteristiche specifiche differenti. In questa sezione daremo uno sguardo generale alle strutture socio-economiche dell'area, oltre che alle peculiarità pedoclimatiche e geografiche del territorio.

6.1.1 GEOGRAFIA e CARATTERISTICHE MORFOLOGICHE ¹



La Val Sangone si trova alle falde delle Alpi Cozie, alla sinistra del Sangone dal quale prende il nome. Giaveno è il Comune più esteso ed economicamente importante. Il Monte Pietra Borga, separa l'Alta Val Sangone dalla parte più bassa che con i Comuni di Sangano, Reano, tende già a confondersi con la piana di Torino. La valle del Sangone è adiacente e parallela, rispettivamente alla sua destra alla Val Chisone ed alla sinistra a quella di Susa, dalla quale è separata da una catena montuosa le cui cime più rilevanti sono il Rocciavré ed il Monte Salancia.

Proprio queste caratteristiche morfologiche, rendono questa valle chiusa e non di transito, infatti risulta essere circondata su ben tre lati, rappresentando una sorta di rifugio.

La valle ha una lunghezza di circa 25 chilometri, il suo bacino è impostato su antiche formazioni geologiche dell'era paleozoica in particolare gneiss, calcescisti, micascisti.

Da Giaveno verso nord si incontrano antiche borgate rurali, spesso ristrutturate ed utilizzate come seconde case. Il paesaggio è principalmente composto da prati e pascoli sino al confine con la bassa valle di Susa.

Verso ovest la diffusa espansione residenziale, quasi continua fino a Coazze, evidenzia il punto di massima pressione antropica, dove la praticoltura riesce a sopravvivere inframmezzata alle case. Per il resto la valle è dominata dal bosco di castagno che costituisce una risorsa tipicamente locale, nel cui sottobosco crescono i rinomati funghi porcini di Giaveno, oggetto di fiere e sagre paesane.

Oltre Coazze il territorio si articola in brevi valli ricche di borgate, inframmezzate da pascoli e aree boschive con prevalenza di faggi. Oltre il limite della faggeta, vegetano i lariceti, in parte artificiali, che entro i 1800-2000 m lasciano spazio al pascolo alpino e alle rocce. Le specie forestali presenti nell'alta valle sono principalmente conifere, che meglio sopportano il clima alpino adattandosi a livelli estremi. Rovere, betulla, pioppo tremolo, costituiscono boschi misti sui versanti più esposti. Prati stabili falciati sono la coltura dominante della piana di Giaveno.

La Val Sangone nel suo complesso è caratterizzata da un'alta percentuale suolo boscato (9.331 ettari, di cui 1.526 di proprietà pubblica su una superficie totale di 20.727 ettari). Questi boschi, compresi prevalentemente in una fascia altimetrica che va da 500 a 1500 m, presentano in genere una scarsa fertilità e necessiterebbero di notevoli interventi. Infatti la qualità delle formazioni boscate è bassa, in gran parte derivano da vecchi castagneti da frutto in stato di abbandono che, per riacquistare un valore economico, avrebbero bisogno di mirati interventi di gestione.

Il competere fra foresta, arbusto e prateria è spesso influenzato dall'intervento umano, specialmente con la pratica dell'utilizzazione zootecnica. Tra i principali arbusti i più diffusi sono il rododendro, il ginepro, l'ontano, il mirtillo ed il brugo. Le praterie presenti non sono tutte uguali, a seconda dell'esposizione, delle caratteristiche climatiche, della natura del suolo prevalgono determinate specie vegetali differenziando quindi le caratteristiche del manto erbaceo e della qualità dei pascoli. Gli alpeggi della Val Sangone sono ancora utilizzati, prevalentemente per la stagione estiva. Oltre ai bovini, vi è una certa consistenza del patrimonio caprino in relazione alla produzione del rinomato Cevrin di Coazze. Risulta evidente però un forte abbandono delle situazioni di mezza quota o delle realtà non adatte ad accogliere un carico di bestiame più elevato.

Alle quote inferiori le attività agricole principali sono costituite da prati finalizzati alla produzione di foraggio per gli allevamenti zootecnici. Diffusa è ancora la presenza di siepi ed alberi da frutto, in particolare meli e susini, all'interno dei prati, anche se si rileva un progressivo abbandono.

Il fiume principale è il Sangone, il quale nasce dalle Rocce dei Mortai, sullo spartiacque con la Valle del Chisone, e confluisce nel Po a sud della città di Torino.

La parte montana del torrente Sangone, posta a monte di Trana, presenta un vasto fondovalle che risale lentamente fino al centro di Coazze ed è densamente insediata e modellata dagli affluenti principali del Sangone. A monte di Coazze, i versanti sono circondati da aree forestali e circoscritti per gran parte all'interno del Parco Naturale dell'Orsiera, Rocciavè.

Il fiume presenta una caratteristica conformazione a "clessidra", dovuta alla stretta di Trana: qui il paesaggio pianeggiante si restringe e cambia pendenza, entrando in ambiente montano. La valle si riapre nuovamente tra Trana e Giaveno, dove raggiunge la larghezza massima all'altezza di Coazze. Il tratto a monte di Giaveno è caratterizzato da pendenze mediamente uguali o superiori al 16%; tra Giaveno e Trana si riducono, rispettivamente all'1% e 0,2%.

Il clima del bacino è caratterizzato, nell'area montana, da precipitazioni medie annue comprese tra i 900 ed i 1200 mm, con i valori più elevati nel periodo estivo. Dal punto di vista dell'ittiofauna, sono presenti dalla sorgente fino a Trana specie quali la trota fario e la trota marmorata, oltre che i temoli.

6.1.2 Struttura socio-economica²

Il Rapporto sulla marginalità delle Comunità montane piemontesi³ fornisce un quadro di sintesi sulle principali componenti socio-economiche che influiscono sullo stato di marginalità o dinamicità di un'area, attraverso indicatori sintetici.

Prima, però, vale la pena soffermarsi sul significato che in questo contesto assume il termine marginalità. Una delle definizioni più significative è stata data dall'IRES, Istituto di Ricerche Economiche e Sociali, in un rapporto del 2001, in cui il concetto di marginalità viene inteso come un depotenziamento strutturale della capacità di reazione del sistema locale, prodotta dal processo di spopolamento attraverso un incrocio di feedback negativi. In altre parole, in base al tipo di economia locale, all'utilizzo del territorio, alla posizione geografica e all'accessibilità, molte zone periferiche

e soprattutto montane, si trovano ad essere in una posizione fragile e di svantaggio economico, in quanto colpite da fenomeno di riduzione ed invecchiamento della popolazione e di rarefazione abitativa.

Dando un'occhiata ai dati, si può notare come la Val Sangone, pur essendo un territorio chiuso, sia riuscita a limitare il degrado e l'isolamento.

Rispetto alle altre comunità montane piemontesi, infatti, risulta tra le meno marginali: nella graduatoria tra i 48 territori analizzati, si colloca infatti al 42° posto registrando una condizione intermedia, fatta eccezione per Sangano dove la situazione è più favorevole.

Alla fine del 2006 nel territorio risiedevano 28.600 abitanti, con una densità elevata, pari in media a 170,96 abitanti per Km². Valore che eguaglia quasi la media regionale e supera quella calcolata tra le altre aree montane della provincia di Torino. Fanno eccezione però i comuni di Coazze e Valgioie, che, essendo situate ad una quota più elevata, registrano una densità inferiore ai 100 abitanti/Km². Anche per quel che riguarda il tasso demografico, l'andamento non è così negativo. Nel periodo tra il 1981 e il 2006 la popolazione residente ha subito un forte incremento, di circa 8.000 unità. Aumento favorito soprattutto dalla posizione di prossimità all'area metropolitana torinese. La crescita è stata del 39%, nettamente superiore sia rispetto alle aree montane del torinese, che alla provincia di Torino nel complesso.

In particolare è aumentata la popolazione dei centri maggiormente abitati e più facilmente raggiungibili. Si è verificato un incremento in tutte le fasce di età prese in considerazione, fatta eccezione per quella compresa tra i 15 e i 24 anni. La crescita più rilevante ha riguardato gli anziani sopra i 65 anni, seguita dai bambini tra gli 0 e 14 anni, nel complesso però l'indice di vecchiaia risulta inferiore rispetto alle aree montane della provincia di Torino.

Lavoro e settori di sviluppo

Quest'area risulta una zona mediamente benestante, in cui il reddito della popolazione registra su tutto il territorio una condizione sostanzialmente medio-alta, in particolare a Sangano.

Gli occupati censiti nel 20014 erano 10.642; le persone in cerca di lavoro 543, di cui 182 in cerca di prima occupazione; il tasso di disoccupazione è più basso rispetto alla media provinciale e quasi il 30% degli occupati svolge attività autonoma, mostrando una significativa vivacità della popolazione.

In valle sono presenti numerosi siti minerari attivi fino alla metà del secolo scorso, dalle miniere di ferro e di talco a Forno di Coazze, alla cava di pietra della Pradera di Giaveno fino alla leggendaria miniera d'oro di borgata Merlera⁵ di Giaveno, nella valle del Romarolo.

La struttura economica attuale è invece, sostanzialmente in linea con le altre aree montane della provincia di Torino, con un ruolo rilevante ricoperto dalle imprese di costruzioni.

La presenza industriale nella Valle, rilevante per gran parte del secolo scorso, si è ridotta negli ultimi decenni, anche a causa dei limiti nell'accessibilità: nel 2001 risultavano circa 2.000 unità locali.

Il settore dei servizi è quello più rappresentato pari al 68,7% del totale, tra queste attività prevalgono il commercio e i servizi alle imprese. Al settore industriale fanno riferimento 631 unità locali pari al 31% del totale, con prevalenza di imprese manifatturiere e le già citate imprese edili.

Per quanto riguarda il comparto industriale, nel 20046 in Val Sangone risultano 241 unità locali manifatturiere con 1.104 addetti, pari a un valore di circa 4,5 addetti per unità locale; il numero più elevato di imprese opera nel settore metallurgico, seguiti dai macchinari elettrici. Solo a Giaveno ed a Trana, però, sono presenti unità locali superiori ai 10 addetti.

La principali aziende con stabilimenti nell'area sono 3:

- La Italiana Contenitori Srl di Giaveno, dedita alla produzione di contenitori industriali in metallo, con circa 60 addetti
- La CM3 Srl, che produce carpenteria a Trana, con 53 addetti ed attualmente in crisi aziendale.
- La Space Srl, con 40 addetti sempre presso Trana, che produce attrezzature per officine di riparazione auto e per gommisti.

Il fatto che di tre aziende due si trovino a Trana, non è da considerarsi solamente una casualità, ma va invece ricercata nella posizione favorevole per la logistica delle forniture e della distribuzione.

Le cartiere e le imprese tessili, fiorite sul finire dell'800 ed inizio '900 su questo territorio proprio grazie alle caratteristiche delle acque del Sangone, hanno nella maggior parte dei casi cessato l'attività.

Le produzioni agroalimentari

Questa parte verrà approfondita maggiormente nella sezione relativa al rapporto tra agricoltura e territorio nella sezione dedicata al progetto.

Dovendo delineare in sintesi un quadro generale, si può notare come il settore agricolo presenti

una marcata tendenza regressiva, comune a tutte le realtà agricole montane limitrofe alle zone di espansione urbana. Tuttavia la conformità e fertilità del terreno favoriscono ancora oggi il permanere di attività, con prevalente produzione di cereali e foraggi e l'allevamento di bovini. L'elevata superficie boschiva caratterizza il territorio montano per la disponibilità abbondante di funghi, rendendolo un'attrazione per gli abitanti delle vicine aree urbanizzate.

6.1.3 Turismo



Il turismo, specialmente nei comuni di Coazze, Giaveno e Valgioie è legato al paesaggio, dalle escursioni alle semplici passeggiate è quasi sempre legato a motivazioni paesaggistiche o sportive. Presso la Punta dell'Aquila, vetta panoramica di rilievo a forte frequentazione turistica invernale, un tempo erano attivi impianti sciistici, attualmente dismessi. Permane il piccolo impianto di Pian Neiretto a monte di Forno di Coazze.

Molte sono il numero di seconde case presenti sul territorio, che per molti anni hanno definito un tipo di turismo prettamente residenziale e stazionario. Negli ultimi anni si sta delineando maggiormente come luogo ideale per la gita fuori porta, come metà giornaliera o di fine settimana.

Lungo tutta la valle è possibile trovare piccoli alberghi, rifugi, e qualche agriturismo, con un andamento in crescita. Infatti, tra il 2002 ed il 2006 i posti letto in strutture ricettive professionali sono aumentati di 71 unità, pari a +10,9% raggiungendo i 720 posti totali. L'indice di funzione turistica, che misura il rapporto tra la dotazione ricettiva di un territorio e la popolazione residente, è pari al 2,5%, nettamente inferiore a quello calcolato per le aree montane della provincia di Torino, favorite però dalla presenza di impianti sciistici; gli esercizi attivi nel 2007 sono 28, di cui la quota principale è rappresentata da alberghi e bed & breakfast; i centri con la più ampia offerta di attrezzature ricettive professionali si trovano a Giaveno, con 16 esercizi e Coazze con 6.

Nel 2006 le presenze ufficiali registrate sono state quasi 39 mila, con oltre l'80% di provenienza italiana. 11 mila gli arrivi registrati nel periodi festivi con una permanenza media dai 3-5 giorni. In cinque anni le presenze sono cresciute di quasi il 150%. Gli arrivi e le presenze sono concentrati a Sangano e Giaveno, seguiti con un valore nettamente inferiore da Coazze, mentre negli altri comuni il flusso turistico è minimo o assente.

6.1.4 Sintesi dei pro e dei contro del territorio

PRO

La prossimità all'area metropolitana torinese

L'aumento demografico

la ricchezza d'acqua e la fertilità del suolo

CONTRO

Forte pendolarità lavorativa dei residenti verso l'area metropolitana

Abbandono progressivo delle attività rurali

L'ampiezza dell'area boschiva trascurata

Bassa specializzazione turistica, limitata principalmente alle gite di giornata

6.2 La Val Sangone e i suoi Comuni

In questo paragrafo scorreremo brevemente i cinque comuni che compongono la Comunità Montana della Val Sangone.

Partendo dall'alto per poi scendere a valle, incontriamo come primo comune Coazze, località che si estende ad una altitudine che parte da 750 m s.l.m., nel centro urbano, fino ad arrivare ai 2676 m s.l.m. della sua cima più alta, il monte Rubinet; conta un totale di 3340 abitanti distribuiti su una superficie di circa 56 chilometri quadrati. Questa cittadina adagiata all'estremità della valle, rappresenta una porta naturale del Parco Regionale Orsiera Rocciavrè, ed è orlata a valle dal fiume Sangone.

Nell'ultimo quarto del secolo scorso, Il declino delle industrie locali ha provocato da un lato un fenomeno di spopolamento, dall'altra ha favorito il maturare di una sensibilità maggiore verso il contesto naturale e rurale del paese. Le numerose borgate si stanno lentamente reinventando come rifugi, grazie anche all'intervento di recupero da parte dell'Ecomuseo dell'Alta val Sangone, per rendere nuovamente funzionali le caratteristiche rurali delle borgate come i forni, i lavatoi, i sentieri e le mulattiere.

Ad un'altezza più o meno simile ma sul versante opposto, vi è il comune di Valgioie, una piccola realtà circondata da numerose borgate, che per la posizione soleggiata e panoramica viene definita la "Terrazza della Val Sangone"; qualità che sfrutta soprattutto come attrattiva turistica.

Scendendo, proprio al centro della valle sorge Giaveno. Questa cittadina dista poco più di 30 chilometri dal capoluogo piemontese, Torino. Tutto intorno può contare più di cento borgate, distribuite su un territorio prevalentemente boscoso. Il Sangone attraversandola, separa l'area in due zone: da una parte si presenta prevalentemente pianeggiante o poco ondulata, mentre dall'altra è occupata da rilievi montuosi. A queste varietà morfologiche e di esposizione corrispondono tipi di vegetazione differenti. Il più diffuso tipo forestale è senza dubbio la faggeta, che si trova in tutta la fascia compresa tra i 500 e i 1200 metri d'altitudine. La sua presenza è legata al clima piovoso, con precipitazioni medie l'annue di almeno 1000 mm ed estati umide. Grazie alla salubrità del paesaggio e soprattutto alla facilità di comunicazione con Torino e le valli adiacenti, Giaveno sta diventando sempre più ricercata come località di residenza.

Scendendo ulteriormente si incontra Trana, cittadina conosciuta per la Torre degli Orsini, un'alta torre che si staglia poco fuori il centro abitato. Proprio all'altezza di questo comune, il fiume Sangone si restringe bruscamente; il territorio infatti da montano si addolcisce e diventa prevalentemente collinare. L'ultimo comune è Sangano, situato già nella parte pianeggiante ed assimilabile per caratteristiche più all'area urbana che non al tratto montano.

Riassumendo le caratteristiche di questa valle, si può notare come la sua conformazione "chiusa" ha giocato un duplice ruolo, da una parte ha rappresentato una sorta di rifugio, rallentando il processo di industrializzazione e tutelando le caratteristiche naturali del territorio; dall'altra ha reso complesso l'integrazione delle piccole aziende all'interno delle logiche di mercato, rendendone complessa la sopravvivenza. Inoltre la vicinanza con la città di Torino ha facilitato il ritorno di nuovi residenti in queste aree, aumentando però i fenomeni di pendolarismo.

Note Capitolo 6

1 Fonte dati: Provincia di Torino, sezione Ambiente. Approfondimenti disponibili al link: http://www.provincia.torino.gov.it/ambiente/file-storage/download/attivita_estrattiva/pdf/paep/sangone.pdf; Le linee guida per la riqualifica del paesaggio agrario e forestale, redatte dal Gal Escartons e Valli Valdesi, di cui i comuni di Coazze, Valgioie e Giaveno fanno parte. Il report finale completo è disponibile sul sito <http://www.evv.it>

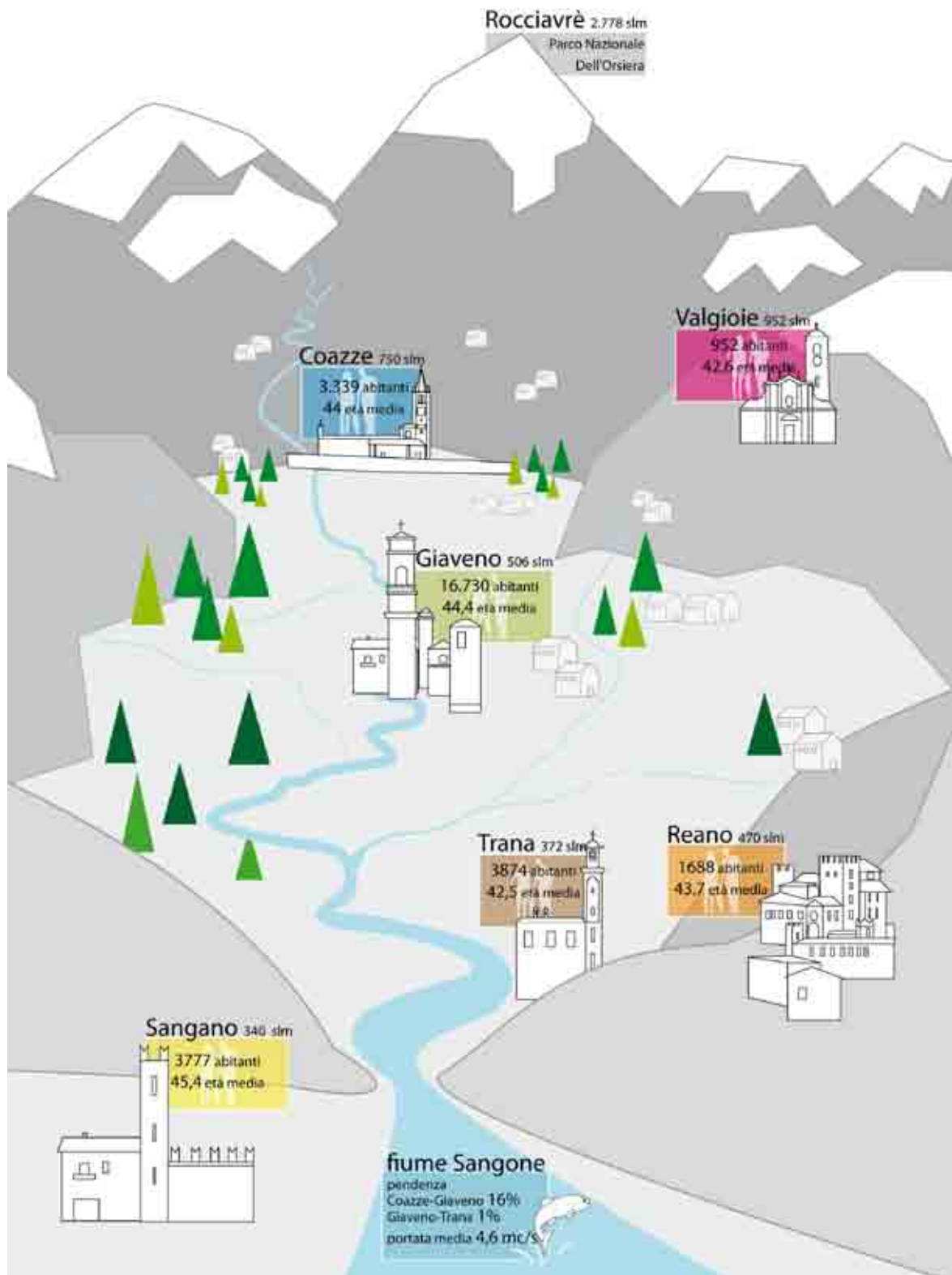
2 Fonte Dati: portale sistema Piemonte; Agenzia Regionale per gli insediamenti montani. Insediarsi in Val Sangone, Febbraio 2008. Tutti i dati riportati in questa sezione, salvo quelli segnalati diversamente, fanno riferimento a questa fonte.

3 Fonte Dati: Regione Piemonte. Rapporto sulla marginalità socio-economica delle Comunità montane piemontesi. Torino 2005.

4 Fonte dati 5° censimento dell'Agricoltura, banca dati sistema Piemonte

5 Sul finire degli anni venti venne avviata un'attività di ricerca in quest'area. Vennero scavate ben 14 gallerie, ma il risultato fu deludente. Le cave chiusero definitivamente nel 1931.

6 Fonte: database ASIA, Archivio Statistico Imprese Attive



Visualizzazione grafica della Val Sangone e dei suoi comuni principali.
Fonte dati: motore di ricerca comuni-italiani aggiornati al 2010

CONCLUSIONI

Territorio, comunità, energia e cibo

A conclusione di questo lavoro, provando a rimettere insieme tutti i tasselli che compongono questo duplice percorso progettuale, lo scenario che si viene a delineare evidenzia come l'interazione tra cibo ed energia sia mosso da un legame a volte scontato, ma che proprio nella sua semplicità nasconde un grande potenziale. Ripercorrendo l'analisi effettuata sull'allevamento bovino, con lo scopo di evidenziare i punti di incontro tra le necessità della produzione energetica e di quella zootecnica, si è visto come alla base di tutto si trovasse l'alimentazione. Modificando questo fattore, si determinano infatti, a cascata, ricadute positive lungo tutta la filiera. Qual è l'aspetto così sorprendente legato all'alimentazione dei bovini? E' presto detto. Come si è evinto dal progetto sul recupero dei reflui zootecnici, la produzione di energia, a partire da queste risorse, per poter avvenire in modo ottimale necessita di alcune condizioni di base. Il letame infatti deve possedere determinate caratteristiche prima di poter essere introdotto nel digestore. Valori di pH acidi o la presenza di antibiotici, possono rallentare o inibire del tutto il lavoro dei batteri anaerobi, riducendo le rese del processo di metanogenesi e di conseguenza l'energia prodotta dall'impianto. Per questo motivo, come abbiamo visto nel caso studio riguardante l'azienda Marcopolo, il conferimento del letame è regolato da un rigido disciplinare a cui seguono numerosi controlli, sia in allevamento che all'impianto di digestione.

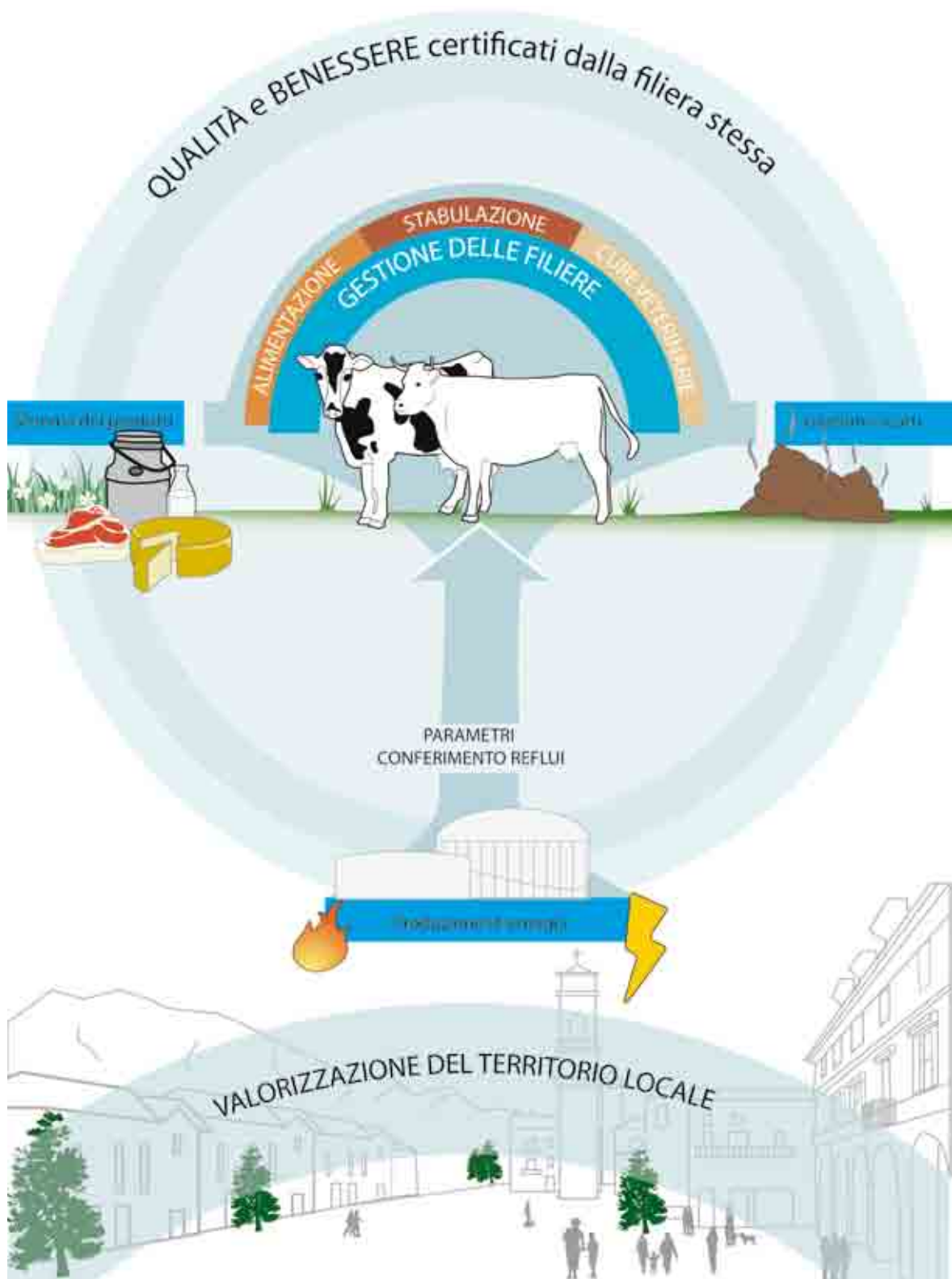
Ma se questo può apparire come un'imposizione, un rigoroso controllo atto soprattutto ad ottimizzare il processo di produzione energetica, e nessuno pensi che in effetti non sia così, questo vincolo tende, in modo involontario, a migliorare la qualità del prodotto alimentare. L'eccessivo uso di alimenti, quali il mais e gli insilati, causa negli animali fenomeni di acidosi, ovvero un disordine legato al metabolismo e strettamente dipendente dalle diete imposte per supportare i regimi di elevata produzione.

In presenza di acidosi, la carne risulta essere più scura e meno saporita, diventando quindi un prodotto meno appetibile. L'elevato consumo di mais decreta inoltre la presenza di un quantitativo eccessivo di grassi insaturi (omega6 al posto dei benefici omega3) nelle carni e nel latte con effetti negativi sul consumatore finale.

Quelle che quindi sono necessità legate alla produzione di energia, hanno di fatto un ritorno positivo sui prodotti generati dall'intera filiera: dai pascoli fino al rivenditore. Latte, carne, energia e anche gli ammendanti, ottenuti dall'output del processo di digestione, diventano il biglietto da visita di una filiera allargata, controllata e soprattutto di qualità.



Nuvola dei valori generata con l'approccio sistemico



Certificazione della filiera attraverso i nodi stessi. Rapporto energia-prodotto e qualità

Ampliando lo sguardo sull'intero sistema che racchiude sia il panorama dell'aziende che le proposte energetiche analizzate si vede come proprio l'insieme dei patti, più o meno formali, stipulati tra i differenti attori, favoriscono la diffusione di un senso di responsabilità condivisa. Spesso queste dinamiche generano ricadute che van ben oltre l'aspetto produttivo, riportando l'agricoltura ad essere nuovamente un'attività multifunzionale.

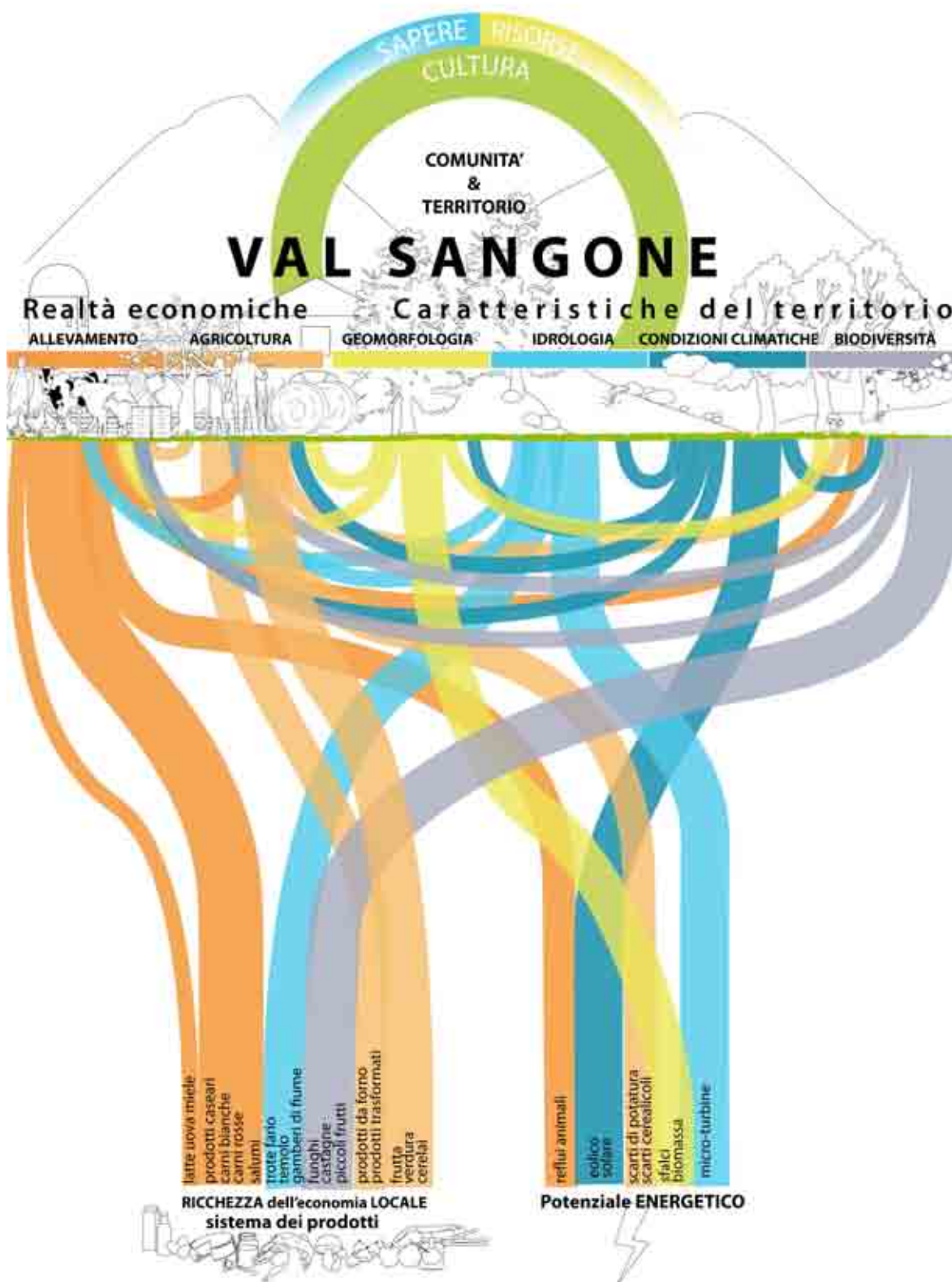
E' evidente quindi come la crescita economica, rappresentata da una continua corsa al consumo e da un sistema di produzione lineare, non sia più in grado di produrre benessere né migliorare la qualità del nostro vivere. Quando poi questa corsa all'arricchimento corrompe i sistemi che ci garantiscono la vita come l'agricoltura e l'allevamento, significa dover cominciare seriamente a pensare ad un cambiamento del nostro modello comportamentale. L'industria utilizza senza pianificazione e criteri, a parte quelli dettati dalla legge dell'utile economico, le risorse naturali per trasformarle in prodotti usa e getta. Tanto che gli inquietanti risvolti ambientali, così come il drammatico problema delle risorse energetiche, sono ormai sotto gli occhi di tutti. La transizione verso un nuovo modello di consumo è possibile ed auspicabile ed è, come abbiamo visto nei diversi casi presentati, già iniziata. Da diversi anni il numero di realtà che cercano di offrire un modo differente di pensare ed agire sono in crescita, nuove economie che operano su scale ridotte e mettono al centro del progetto la sostenibilità ed il benessere della comunità. Come abbiamo potuto constatare, sia il concetto di benessere che quello di qualità non sono costanti nel tempo, ma si definiscono e si delineano proprio in base al contesto. Infatti, queste concezioni legate ai prodotti alimentari, hanno assistito ad un continuo mutamento nel tempo fino ad assumere, al giorno d'oggi, un'accezione molto ampia che passa dagli aspetti etici e psicologici, fino ad includere tutto ciò che circonda l'alimento, dal sistema produttivo al contesto culturale di riferimento.

Allo stesso tempo vi è stata una vera e propria presa di coscienza da parte dei consumatori intorno al mondo del cibo, portando a dedicare una particolare attenzione alla provenienza dei prodotti e al concetto di stagionalità. Il concetto di qualità che si viene a delineare all'interno del sistema cibo-energia non si basa sulla garanzia certificata o sulla normativa, ma sull'autoregolazione che gli attori dello stesso sistema mettono in atto. Questo processo non coinvolge solo il produttore, ma si estende sino a coinvolgere la propria comunità, riscoprendo le basi della coesione sociale e dell'identità territoriale.

In più, ritrovare l'unione tra le attività agricole e la comunità, vuol dire anche aiutare la conservazione a lungo termine degli aspetti culturali a cui essa è connessa come le memorie, le abitudini e le usanze. Il Design, può rappresentare uno degli interpreti di questo cambiamento che però necessita quanto prima di una consapevolezza condivisa e di buoni esempi da seguire. La figura del designer assume un ruolo chiave nel comprendere questi modelli ed aiutare ad implementarli, proprio grazie alla capacità di creare legami e connessioni tra realtà differenti, generando un sistema complesso e interconnesso. Un Design orientato al territorio e allo sviluppo locale, che tenga conto delle conoscenze e delle risorse, che ne favoriscano lo sviluppo e non lo sfruttamento e con il fine di generare benessere e non solo utili.

Ogni territorio ha un proprio profilo, fatto di elementi pedoclimatici, colture, conoscenze tradizionali. I suoi abitanti, e i paesaggi cui essi hanno dato vita, sono una miscela di caratteristiche fisiche e istanze culturali. Al designer occorre capire come nasce ed evolve l'identità di un territorio, per coniugare le peculiarità produttive con la valorizzazione dei saperi tradizionali, senza rinunciare né al mercato né al vero benessere. Attraverso lo studio delle relazioni esistenti e possibili tra le realtà economiche, la comunità ed il territorio stesso, si riesce a definire qual è la potenzialità dell'economia locale, non solo in termini quantitativi di guadagno, ma anche sociali, culturali ed ambientali. La forza dell'agricoltura consiste nella stretta connessione che essa ha con la produzione di energia, ma soprattutto con il territorio stesso. Nessun'altra attività vi è così strettamente relazionata. Ciò è evidente, soprattutto, quando si prendono come punto di riferimento le realtà di piccola scala. Esse sono frutto del territorio in cui si sviluppano, nei loro prodotti si ritrovano le peculiarità territoriali che li hanno generati. Il valore aggiunto di un processo sistemico sta proprio nel considerare queste realtà non come unità singole, ma come parte di una rete, basata su scambi di materia, energia e conoscenza tra i suoi componenti ed il territorio stesso. Le connessioni che si vengono a formare tra i vari nodi si basano su un legame di interdipendenza e creano un senso di responsabilità condivisa lungo tutta la filiera.

In quest'ottica lo studio del territorio con le sue caratteristiche, associato alla cultura che lo accompagna risultano fattori indispensabile per poter agire a livello locale, in cui il contesto diventa l'unità dimensionale di riferimento. Incrociando le peculiarità locali con le economie agricole, e più in generale con gli interventi antropici, è possibile valutare la complessità che un territorio è in grado di generare, oltre che la natura delle possibili economie locali.



VAL SANGONE potenziale energetico ed economico locale

A black and white photograph of a hand holding a book. The book's cover features a barcode and the text 'EINAUDI' and 'Mezzo Da da 3 anni'. The background shows a stack of books on a shelf. An orange rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text. A dotted orange line curves across the top and right sides of the image.

BIBLIOGRAFIA

LIBRI

PUBBLICAZIONI

REPORT

ARTICOLI GIORNALE

SITOGRAFIA

CONTRIBUTI VIDEO

Biblioteca

BIBLIOGRAFIA

LIBRI

- Albert-Làszlò Barabási. Link. La scienza delle reti. Einaudi Editore. Torino, 2004.
- Alberto Magnaghi. Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo, Bollati Boringhieri, Torino, 2010
- Andrea Sagrè, L. Falasconi. Il libro nero dello spreco in Italia: il cibo. Edizioni Ambiente, 2011
- Andrea Calori. Coltivare la città. Giro del mondo in dieci progetti di filiera corta. Terre di mezzo-Altroeconomia, Milano 2009
- Carlo Petrini. Terra madre. Come non farci mangiare dal cibo. Bra, 2009, Slow Food Editore
- Carlo Petrini. Buono, pulito e giusto. Einaudi Editore (collana Gli struzzi). 2005
- Elizabeth Henderson, Robyn Van En. Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture. Chelsea Green Publishing, 2007
- Eric Fromm. To Have or To Be?. Edizione Mondadori, Milano, 1977.
- Ernst Friedrich Schumacher. Piccolo e bello : uno studio di economia come se la gente contasse qualcosa. Bra, 2010, Slow Food Editore
- Ezio Manzini, Francois Jegou. Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana. Edizioni Ambiente, 2003
- F.A. Fava, R. Garosci. C'era una volta il Supermarket e c'è ancora... . Edizioni Sperling & Kupfer, 2008
- Francesca Romana Puggelli. Spot Generation, i bambini e la pubblicità. Franco Angeli Editore, 2002.
- Francesco Capasso, R. De Pasquale, G. Grandolini, N. Mascolo. Farmacognosia: Farmaci Naturali, Loro Preparazioni Ed Impiego Terapeutico. Springel 2000
- Fritjof Capra. La scienza della vita. Bur scienza. Milano. 2004
- George Ritzer. La globalizzazione del nulla. Bra, 2005, Slow Food Editore
- George Ritzer. L'era dell'iperconsumo. McDonaldizzazione, carte di credito, luoghi del consumo e altri temi. Franco Angeli Editore, Milano, 2003
- George Ritzer. Il mondo alla McDonald's. Società Editrice Il Mulino, Bologna, 1997.
- Gianfranco Bologna (Ed. italiana a cura di). State of the World 2010. Trasformare la cultura del consumo. Milano, 2010, Edizioni Ambiente
- Gianfranco Bologna, (Ed. italiana a cura di). State of the World 2011. Nutrire il pianeta. Milano, 2011, Edizioni Ambiente
- Gianni Vattimo. La società trasparente. Garzanti, Milano, 1989
- Giuseppe Pellizzi, Marco Fiala (a cura di). I Georgofili, A3E= AGRICOLTURA, ALIMENTAZIONE, AMBIENTE, ENERGIA. Prospettive energetiche, sostenibilità e miglioramento ambientale. Edizioni Polistampa, Firenze 2011.
- G. Scarpa. Giaveno e i suoi protagonisti. Aghepos Editore, 2006.
- Gunter Pauli. Svolte epocali. Baldini & Castoldi. Milano, 1997
- Gunter Pauli. The Blue Economy. Nuovo rapporto al Club di Roma. Edizioni Ambiente, 2010.
- Italo Calvino. Le città invisibili. Edizione Mondadori. 1996
- Jan Douwe van der Ploeg . Oltre la modernizzazione. Processi di sviluppo rurale in Europa. Rubbettino Editore. Soveria Mannelli, 2006
- Jan Douwe van der Ploeg. I nuovi contadini, Le campagne e le risposte alla globalizzazione. Donzelli, 2009.

Luigi Bistagnino. 2009. Design Sistemico. Progettare la sostenibilità produttiva e ambientale. Bra, Slow Food, 2009

L.L. Cavalli Sforza. L'evoluzione della cultura, Codice Edizioni, Torino, 2004

Marc Levinson, The Box. La scatola che ha cambiato il mondo, Egea, Milano, 2007

Massimo Montanari. Il riposo della polpetta e altre storie intorno al cibo". Edizioni Laterza, 2010

Massimo Montanari. La fame e L'abbondanza. Editori Laterza, 2010

Massimo Montanari. Il cibo come cultura. Roma, 2007, Editori Laterza

Mathis Wackernagel, Nicky Chambers, Craig Simmons. Manuale delle Impronte Ecologiche. Principi, applicazioni, esempi. Edizione Ambiente, 2002

Max-Neef. Human Scale Development. The Apex Press New York and London, 1991

Max Weber. L'etica protestante e lo spirito del capitalismo. Rizzoli, Milano, 1991.

Michael Pollan. 2004. Il dilemma dell'onnivoro: cosa si nasconde dietro quello che mangiamo. Milano, Giunti, 2011

Michael Pollan. 2009. In difesa del cibo. Milano, Adelphi, 2011

Nassim Nicholas Taleb. Il cigno nero. come l'improbabile governa la nostra vita. Il Saggiatore, Milano, 2007.

Nicola Dante Basile. New Menu Italia. Baldini Castoldi Dalai Editore, Milano, 2009

Patel Raj. I padroni del cibo. Milano, 2008, Universale Economica Feltrinelli

Renee Vellvè. Saving the seed: genetic diversity and european agriculture, Londra, Earthscan Publications, 1992.

Roberta Sassatelli. Consumo, cultura e società. Bologna, 2004, Il Mulino

Serge Latouche. Come si esce dalla società dei consumi. Corsi e percorsi della decrescita. Bollati Boringhieri editore. Torino, 2011

Serge Latouche. Come sopravvivere al consumo. Bollati Boringhieri, 2005

Serge Latouche. Il pianeta uniforme. Ed. Paravia, 2007, Torino

Simon Maxwell, Rachel Slater. Food Policy Old and New. Blackwell publishing, 2004

Tim Lang, David Barlin, Martin Caraher. Food Policy, integrating health, environment & societ. 2009, Oxford University Press

Vandana Shiva. Ritorno alla terra. La fine dell'ecoimperialismo, Roma, 2009, Fazi Editore

Vandana Shiva. Il bene comune della Terra. Seria Bianca Feltrinelli, Milano, 2006.

Vandana Shiva. Ritorno alla terra, la fine dell'ecoimperialismo. Fazi Editore. Roma, 2009.

Veronika Bennholdt-Thomsen In Economia dello spazio vitale in tempi di globalizzazione economica. Jochimsen, Maren e Knobloch, Ulrike (a cura di). Bielefeld. Casa editrice Kleine, 2006.

Victoria De Grazia. L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo. Giulio Einaudi editore, Torino, 2006.

Wendell Berry. La risurrezione della rosa. Agricoltura, Luoghi, comunità. Slow Food editore, Bra, 2006.

Wendell Berry, Il piacere di mangiare, in L'Ecologist italiano, Libreria editrice Fiorentina, Firenze, 2005.

Worldwatch Institute. State of the World 2010. Trasformare la cultura del Consumo. Edizione Ambiente. 2010

Baudrillard. La società dei consumi. Società editrice Il Mulino. Bologna, 1976

Zygmunt Bauman. Vita Liquida. Editori Laterza, Roma 2006

K. Morgan e R. Sonnino. The School Food Revolution. Earthscan, Londra, 2010

PUBBLICAZIONI

David Barling, Rosalind Sharpe e Tim Lang. Traceability and ethical concerns in the UK wheat-bread chain: from food safety to provenance to transparency. *international journal of agricultural sustainability* 7(4) 2009, pages 261–278

Donald R. Davis. “Declining Fruit and Vegetable Nutrient Composition: What Is the Evidence?” *HortScience* (2009).

Elena Angela Peta, Consumi Agro-Alimentari in Italia e Nuove Tecnologie Ministero dello Sviluppo Economico Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e di Coesione Unità di valutazione degli investimenti pubblici (UVAL).

Fritjof Capra and Hazel Henderson. *Qualitative Growth. A conceptual framework for finding solutions to our current crisis that are economically sound, ecologically sustainable, and socially just.* September 2009.

Il Cevrin. *L'Arca. Quaderni dei presidi.* Anno I n.4, Slow Food Editore, Bra, 2000,

Jan Douwe van der Ploeg. *Diversità delle forme di impresa e sviluppo rurale.* 2010

J.N Pretty, A.S Ball, T. Lang, J.I.L. Morison. *Farm costs and food miles: an assessment of full cost of UK weekly food basket.* Elsevier, 2005

Mara Miele. *Creating Sustainability: The Social Construction of the Market for Organic Products.* WUR, Wageningen

Michael Lardelli. *Urban Planning and food.* *Energy Bulletin.* Published Oct 2011.

Tim Lang, *Environment & Planning A special issue on Ethical Food-scapes*, eds Goodman, Holloway and Maye, 2010.

Tim Lang. *From 'value-for-money' to 'values-for-money'? Ethical food and policy in Europe* . *Environment and Planning A*

T. Lang e G. Rayner. *Overcoming policy cacophony on obesity: an ecological public health framework for policymakers.* *obesity reviews* (2007) 8 (Suppl. 1), 165–181

Tim Lang, Geof Rayner, Mike Rayner, David Barling and Erik Millstone. *Policy Councils on Food, Nutrition and Physical Activity: the UK as a case study.* *Public Health Nutrition:* 8(1), 2004

T.Lang ,G. Rayner. *Why Health is the Key to Farming and Food.* London: UK Public Health Association. National Heart Forum and Health Development Agency, 2002.

P.Migliorini, C.Peano,R. Ponzio, C. Scaffidi, *Slow Food presidia: a sustainable agro-food system?*, Rob Hopkins, Peter Lipman.*Chi siamo e cosa facciamo.* Gennaio 2009, trad.italiana Marzo 2009

Yiannis Gabriel, Tim Lang. *New Faces and New Masks of Today's Consumer.* *Journal of Consumer Culture* 2008

REPORT

PROSPERA - IRES Piemonte, *Tra instabilità e cambiamento l'agricoltura affronta la crisi in attesa della riforma PAC*, tratto da QUADERNI DELLA REGIONE PIEMONTE, COLLANA "AGRICOLTURA",anno XV, N.74, SETTEMBRE 2011.

Cabinet Office, *Food matters, towards a strategy for 21st Century*, the strategy Unit, luglio 2008

Commissione Internazionale per il Futuro dell'Alimentazione e dell'Agricoltura, *Manifesto sul cambiamento climatico e il futuro della sicurezza alimentare*

Defra, *The validity of Food Miles as Indicator of Sustainability Development*, Luglio 2005.

FAO.*World watch List for domestic animal diversity.* 3rd edition edited by Beate D. Scherf.

Istat,*I consumi delle famiglie*, report 2010

Joanne Zygmunt. *Hidden Waters.* Waterwise, 2007

*Living Planet Report 2008.*WWF

Repot FAO:*The State of The Food Insecurity in the World 2011 Regione Piemonte.*

Rapporto sulla marginalità socio-economica delle Comunità montane piemontesi.

Torino 2005. Soil Association. Final report: The impact of community supported agriculture. Novembre, 2011

Sustainable Development Commission, Setting the table, advice to Government in priority elements of sustainable diets, 2009.

Sustainable Development Commission. \$100 a Barrel of Oil. Impacts on the sustainability of food supply in the UK A report by ADAS, commissioned by the SDC. Novembre 2007

Wrap. Final Report: Household Food and Drink Waste in the UK.

ARTICOLI GIORNALE

B.A.Powell, Giardino urbano, WIRED, aprile 2011

C.Petrini, Un tassametro per i food miles, La Repubblica, 25 settembre 2007

C.Petrini, Perché non sa di nulla il latte che beviamo, La Repubblica, 3 agosto 2007

E.Franceschini, E gli inglesi buttano via ogni anno 13 miliardi, La Repubblica, 9 maggio 2008

E.Livini, Le sette sorelle del cibo, La Repubblica, 5 agosto 201

Federico Rampini. (7 Ottobre 2008). La spirale delle tre crisi. La Repubblica.it, sez. affari e finanza.

F. Capra. The New Facts of Life. A discussion of the interrelations between food, health, and the environment is extremely topical today. Ecoliteracy,

J.Melletti, Meno viaggi più sapore ecco il cibo che non inquina, La Repubblica, 25 settembre 2007

M.Fossi, Inversione di rotta, le principali novità del quarto rapporto Ipc, Slow Food, ottobre 2007

Matteo Bordone, Grom: la formula del gelato più buono del mondo, WIRED, agosto 2010

Stefano Bonilli, Come battere McDonald's «L'hamburger si può sconfiggere se si mettono in campo la storia e la qualità dei nostri prodotti, WIRED, settembre 2009

Rosaria Amato. Lezioni dal Butan: la Felicità Interna lorda. Come misurare il benessere globale. La Repubblica.it, 05 giugno 2010.

SITOGRAFIA

<http://www.edibleschoolyard.org>

<http://www.chezpanissefoundation.org>

<http://obamafoodorama.blogspot.com>

<http://camel-csa.org.uk/about/>

<http://exetercommunityagriculture.wordpress.com/>

<http://selvatici.wordpress.com/quaderni-dellortigiano/orto-sinergico/>

<http://www.ecolcity.it>

<http://www.realfoodexeter.co.uk/>

<http://www.thepeoplesupermarket.org/>

<http://www.foodplymouth.org/>

<http://www.bigbarn.co.uk/>

<http://www.bosaverncommunityfarm.org.uk/csa.html>

<http://www.eattheseasons.co.uk/index.htm>

<http://www.growingcommunities.org> <http://www.sustainweb.org>

<http://www.bioregional.com>

<http://www.vegvan.org.uk/> <http://www.transitionitalia.it>
<http://www.transitionnetwork.org> <http://www.lagranda.it>
<http://www.unicorn-grocery.co.uk/>
<http://www.piccolifruttidellavalsangone.it/>
<http://www.lafattoriabiologica.it/>
<http://www.farm-direct.com>
<http://www.tescopoly.org/>
<http://www.bbc.co.uk>
<http://www.larepubblica.it>
<http://www.greenthumbnyc.org/>
<http://www.organicvalley.coom>
<http://www.freshandeasy.com>
<http://www.sistemapiemonte.it>
<http://www.defra.gov.uk/>
<http://www.fao.org> <http://beunpackaged.com/>
<http://in.gredients.com/>
<http://www.good.is> <http://www.genitronsviluppo.com>
<http://www.sustainablefood.org/>
<http://www.foodfutures.info>
<http://www.food.gov.uk/>
<http://www.piemonteagri.it>
<http://www.reteambiente.it>
<http://www.campagnamica.it/>
<http://www.museodelgusto.it>
<http://www.agraria.org>

CONTRIBUTI VIDEO

Branded for Life? Pitching Fast Food to Kids, NBC Universal Archives. 18 Agosto 2006

Manfred Max-Neef, intervento alla conferenza "Sviluppo a scala umana: economia transdisciplinare per la sostenibilità" tenuta durante il Festival dell'Economia 2011, Trento, 5 Giugno 2011. Video disponibile al link: <http://www.pandoratv.it/?p=articolo&ref=categoria&a=360>

"Super Size me" di Morgan Spurlock. 2004

Intervento nel programma televisivo Rai, Report del 12/12/2010, nel servizio Consumatori Difettosi.