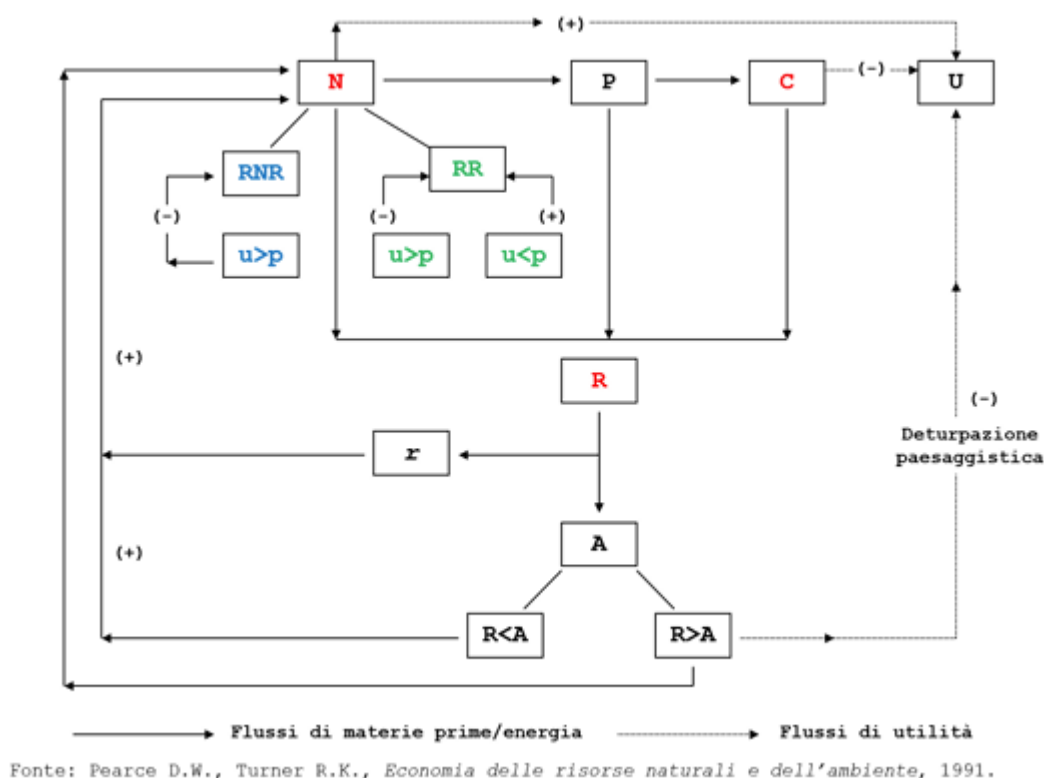


Sentieri sostenibili di benessere territoriale ed economia circolare

Un approccio non segmentato al benessere capace cioè di tener conto pienamente e contestualmente sia della dimensione economica che di quelle ambientale, sociale ed istituzionale; della salvaguardia nel tempo e nello spazio degli stock di capitale; del principio di responsabilità condivisa tra tutti gli stakeholder, costituiscono certamente alcuni tra gli elementi su cui fondare una strategia di sostenibilità. In altri termini, il paradigma della sostenibilità poggia le sue fondamenta sulla piena consapevolezza del legame inscindibile tra stock di capitale, produzione, consumo e benessere. Lo schema di sistema economico circolare proposto da Pearce e Turner (1991) nel loro testo costituisce certamente uno dei primi esempi, sia pure soltanto riferito al capitale naturale, di questa relazione tra fattori produttivi, impresa, consumatore e benessere.



Sia pure implicitamente si riconosceva la “insostenibilità” di un modello di sistema economico lineare. 9 Se tuttavia immaginiamo una applicazione di detto schema dove con la lettera N proviamo a rappresentare tutti i quattro stock di capitale (economico, sociale, naturale, umano) questo paradigma di sistema circolare può costituire una accettabile rappresentazione di un sentiero di benessere sostenibile. Una rilettura “allargata” di alcuni principi fondamentali dell’economia circolare (la produzione non disgiunta dalla “replicabilità” del capitale naturale, la diversità come principio guida di un consumo responsabile e l’efficienza nel ciclo di produzione così come nelle scelte del consumatore (non spreco, durezza dei prodotti, “efficienza nutrizionale”, ecc.) consente di evidenziare numerosi punti di sovrapposizione tra gli obiettivi propri della strategia di benessere sostenibile e i principi fondamentali dell’economia circolare.

Il “paradigma circolare” in agricoltura

Expo 2015 e Agenda 2030 rappresentano due passaggi decisivi che riconoscono al sistema food una crescente centralità nelle strategie territoriali per un benessere sostenibile. Da una logica di food for food (visione antropocentrica) si passa ad una più “universale” di food for sustainability. Si riconosce, infatti, alla produzione di beni e servizi del sistema Food, attraverso le scelte operate rispetto ai prodotti, processi, organizzazione distributiva, alle strategie di marketing, la capacità di impattare significativamente su tutte le dimensioni del benessere di un territorio e sulla sua sostenibilità. Gli elementi identitari del territorio vengono sempre più riconosciuti come una opportunità che i nuovi orizzonti di sostenibilità sopra richiamati offrono alle imprese, orientandole a ricercare delle produzioni locali, nell’abbandono di strategie di delocalizzative e di dumping il loro vantaggio esclusivo su cui puntare nella competizione globale. Ma all’interno di questa nuova teoria” del food for sustainability anche i consumatori, i settori a supporto e i policy maker territoriali 10 sono chiamati ad assumere paradigmi comportamentali del tutto diversi. Il consumatore, attraverso una nuova cultura identitaria territoriale riconoscerà in misura crescente il valore dei mercati di prossimità rispetto al mercato globale offrendo così alle produzioni locali nuove opportunità di sviluppo. Ai settori della ricerca, della formazione e della comunicazione e ai policy maker locali il compito di sostenere ed orientare i nuovi paradigmi comportamentali della produzione e del consumo. Rispetto a questa nuova concezione della produzione e del consumo i principi fondamentali dell’economia circolare costituiscono il filo rosso capace di condurre i sistemi food territoriali verso sentieri sostenibili. Nel prosieguo di questo lavoro saranno presentati alcuni esempi concreti di come il food, applicando i principi quali l’efficienza alimentare, la diversità nei consumi e la produzione sostenibile, può significativamente contribuire all’obiettivo della sostenibilità del benessere territoriale. La strategia di corporate identity territoriale, la scelta di produzioni identitarie, il turismo legato all’agricoltura e la filiera corta sono qui studiati come “casi studio” pienamente consistenti con i principi fondamentali del paradigma circolare.