

Meno ma buono

Il biologico è ancora una nicchia. Ma potrà estendersi anche se sapremo trovare un nuovo equilibrio fra qualità e quantità. L'ipotesi della "società sufficiente"

di **ANDREA SEGRÉ**

I prodotti biologici rappresentano ancora una nicchia nel complesso degli acquisti alimentari: incidono infatti solo per l'1,5% sul totale della spesa. L'anno scorso, come segnalava Coldiretti, la quota di consumatori abituali di prodotti senza pesticidi era aumentata del 23%. Ma il rischio, soprattutto in un periodo di crisi economica come quello che stiamo attraversando, è che questo consolidamento interessi soltanto una fascia della popolazione: quella più "convinta" o con una maggiore capacità di spesa. D'altra parte il biologico porta in dote un metodo di produzione che concretizza l'agricoltura sostenibile, una pratica più "impegnativa" di quella convenzionale dato che alcune operazioni prevedono un maggiore impiego di manodopera. Il che fa lievitare sensibilmente i costi rendendo il prodotto meno accessibile. Soprattutto adesso, quando per i consumatori il prezzo conta, eccome se conta. Come uscire, dunque, da questa empassa? Come fare in modo che, anche prima che la crisi allenti la sua morsa, gli alimenti biologici possano estendere la propria area d'influenza?

La risposta sta nel trovare un nuovo equilibrio fra quantità e qualità. Il punto d'arrivo si trova nella «società sufficiente» dove «più non è uguale a meglio» e «abbastanza non è mai troppo». È una logica che riprende quella di Thomas Princen (*The logic of sufficiency*, Mit press, 2005) e riduce la propensione allo spreco che contraddistingue l'attuale modello di consumo. Un percorso che integra l'idea della decrescita e degli altri approcci che puntano, sulla scorta del pensiero di Nicolas Georgescu Roegen, a riscoprire i valori della sobrietà. Ma la sufficienza, da concetto intuitivo, si pone come principio di gestione delle risorse. E la sfida diventa quella di sviluppare un paradigma alternativo che riduca i consumi senza necessariamente modificare il nostro livello di benessere. Operazione non facile, se non si coinvolgono tutti gli attori che partecipano al "gioco": consumatori, imprese, mercati. Per iniziare cerchiamo allora

di trasformare ciò che sprechiamo in una risorsa. È il caso del progetto *Last minute market*, uno spin off della Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna, partito da un'idea molto semplice: recuperare i beni invenduti lungo la catena agroalimentare, altrimenti destinati a essere smaltiti con un costo economico e ambientale notevole, donandoli a chi non li può acquistare, come gli enti caritativi che assistono gli indigenti. Attivando sul territorio una rete locale e solidale che lega imprese, enti caritativi, istituzioni

"Più non è uguale a meglio. E abbastanza non è mai troppo. Possiamo ridurre i consumi senza abbassare il benessere"

ormai attiva in 12 Regioni con potenzialità di recupero impressionanti: da un solo ipermercato di medie dimensioni è possibile recuperare fino a 170 tonnellate di prodotti ancora perfettamente consumabili, capaci di soddisfare le esigenze nutrizionali di circa 400 persone al giorno.

La moderazione, la sobrietà, il neoascetismo rimangono, insomma, possibili scelte individuali, straordinariamente valide dal punto di vista culturale. Sono però insufficienti nel contesto attuale. Così come la dimensione dei gruppi d'acquisto o della vendita diretta può incidere solo parzialmente sulle dinamiche in corso. Abbiamo bisogno di intervenire sui grandi numeri, a partire dai luoghi in cui avviene lo spreco di massa. Bisogna cercare la sostenibilità dei processi, oltre che dei prodotti, per affermare una logica nuova, quella della sufficienza. Riducendo a



L'AUTORE

Andrea Segré è professore di politica agraria internazionale e comparata e preside della Facoltà di agraria dell'Università di Bologna. Coordina il dottorato di ricerca in cooperazione internazionale e presiede lo spin off universitario Last Minute Market. Suo "Elogio dello spr+eco. Formule per una società sufficiente" Emi, 2008.

