

## LA SOSTENIBILITA' NELL'ENOGASTRONOMIA

È impossibile affrontare il tema della sostenibilità dell'enogastronomia, senza avere ben presenti i paradigmi generali della sostenibilità stessa, quali: l'attenzione a tutti i fattori (e relative interazioni) che possono influire sullo stato di una determinata risorsa; il riconoscimento e la chiarezza dei ruoli e delle responsabilità di ogni attore; la necessità di comportamenti etici; l'enfatizzazione degli aspetti di valore (sia nella componente culturale che nel contesto sociale).

Infatti, un approccio che focalizzi l'attenzione esclusivamente su un aspetto dell'enogastronomia (ad esempio il "prodotto vino" o il "prodotto formaggio") adotta un'ottica che, se pur legittima, è inevitabilmente parziale, perdendo di vista gli aspetti - a monte e a valle dello stesso - che ne influenzano le caratteristiche, l'utilizzabilità ed in definitiva la stessa sostenibilità. Di qui la necessità di inglobare nelle valutazioni tutto il ciclo, o filiera che dir si voglia, dell'enogastronomia. Vediamone alcuni passaggi. Nell'agricoltura che costituisce il riferimento alla materia prima, le problematiche relative alla sostenibilità diventano estremamente complesse coinvolgendo aspetti ambientali, territoriali, genetici. L'industria della trasformazione porta in primo piano l'attenzione ai processi di preparazione, al diverso ruolo che in essi assumono le professionalità e la tecnologia.

La commercializzazione sia nelle sue componenti strettamente economiche che con riferimento al ruolo di diffusione della conoscenza delle produzioni enogastronomiche, da un lato vede le tematiche della sostenibilità intrecciarsi con quelle della globalizzazione, e dall'altro vede spesso le esigenze del mercato affrontare i vincoli imposti nella capacità produttiva di determinati prodotti. Il tutto senza dimenticare il momento del consumo, sia collettivo (la ristorazione) che individuale

(consumo domestico), entrambi con le correlate componenti sociali, fisiologiche, culturali e politiche. Brillat-Savarin ben scriveva, già nel 1825!!, che "La gastronomia appartiene alla storia naturale per la classificazione che fa delle sostanze alimentari; alla fisica per le diverse analisi e scomposizioni che fa loro subire; alla cucina per l'arte di preparare i cibi e di renderli piacevoli al gusto; al commercio per la ricerca del mezzo di comprare al miglior prezzo possibile ciò che essa consuma e di smerciare più convenientemente ciò che pone in vendita; finalmente all'economia politica, per le risorse che essa offre al fisco e per i mezzi di scambio che stabilisce fra le nazioni".

Ne deriva pertanto che un approccio alla sostenibilità dell'enogastronomia deve necessariamente incorporare i principi tradizionali dello sviluppo sostenibile con riferimento alle diverse fasi della sua filiera: produzione, preparazione, commercializzazione, consumo.

Peraltro, tutta la letteratura sulla sostenibilità pone in evidenza, come condizione assolutamente necessaria per l'avvio di un qualsiasi processo in questa direzione, il diretto coinvolgimento di tutti gli stakeholders.

Ciò a sua volta, mostra come divenga essenziale il ruolo dei diversi attori di ogni fase della filiera gastronomica, il che rimanda da un lato alla necessità dell'esplicito riconoscimento delle rispettive responsabilità, dall'altro alla capacità di attivare un efficiente sistema di sinergie.

Parlare di enogastronomia senza alcun esplicito riferimento al diversificato sistema di operatori che ne sono i protagonisti, potrebbe rappresentare una fuga verso

l'idealizzazione dimenticando l'irraggiungibilità di un qualsiasi obiettivo che non possa contare sulle necessarie ed adeguate professionalità

Oggi in particolare, torna in primo piano la necessità di una forte attenzione ai processi e ai percorsi formativi e non solo informativi, coinvolgendo ciascun gruppo di attori dei diversi stadi della filiera oltre che evidentemente i singoli operatori, siano essi pubblici o privati, senza dimenticare il destinatario finale dell'enogastronomia (l'educazione del consumatore).

Il rischio concreto dell'attuale situazione della comunicazione enogastronomica è quello di accelerarne l'insostenibilità, in una spirale che oscilla fra la banalizzazione (ricettario) e il folklore, fra la mitizzazione e la spinta alla commercializzazione, fra la nostalgia e l'elitarismo.

È evidente che il ruolo primario in questo settore spetta ai riferimenti istituzionali (le pubbliche amministrazioni, le Università ed i centri di ricerca), oltre che ai media, ma l'esperienza insegna che l'efficacia di processi strutturali (e non di interventi saltuari) educativi alla enogastronomia è strettamente correlata a due fattori base: il coinvolgimento diretto dei destinatari e il superamento del semplice livello salutistico/nutrizionale.

Trasparenza, coinvolgimento, responsabilità sono i prerequisiti di ogni processo di sostenibilità dell'enogastronomia. Ne deriva l'importanza determinante della instaurazione di comportamenti etici da parte di tutti gli stakeholders dell'enogastronomia e quindi il progetto "Carta volontaria del ristorante sostenibile" promosso dalla Fiepet Confesercenti Emilia Romagna si inserisce proprio in questa logica.

*Magda Antonioli Corigliano  
Master in Economia del Turismo  
dell'Università Bocconi di Milano*