

PERCHÉ CE LA POSSIAMO FARE

Ermete Realacci

GREEN ITALY

PREFAZIONE DI *Franco Lo Bello*

POSTFAZIONE DI *Alberto Meomartini*

Ermete Realacci GREEN ITALY

“CHI GOVERNA DEVE AVERE A CUORE MASSIMAMENTE LA BELLEZZA DELLA CITTÀ, PER CAGIONE DI DILETTO E ALLEGREZZA AI FORESTIERI, PER ONORE, PROSPERITÀ E ACCRESCIMENTO DELLA CITTÀ E DEI CITTADINI.”
Costituto di Siena, 1309

Possiamo battere la crisi? Non sarà facile, ma la risposta è sì. Se sapremo guardare l'Italia con occhi diversi da quelli delle agenzie di rating, con l'affetto e la curiosità necessari a cogliere i nostri tanti talenti. Ermete Realacci prova a farlo. Racconta, dal Nord al Sud, storie di un'alleanza tra imprese e comunità, tra ambiente e nuovi modi di vivere che possono traghettarci verso un paese più desiderabile e più competitivo. È Green Italy. Dove la green economy sposa le vocazioni nazionali, tiene insieme le tradizioni con l'elettronica e la meccanica di precisione. Punta su qualità, ricerca e conoscenza per produrre un'economia più sostenibile e innovativa. Si apre ai mercati globali e rinsalda i legami con il territorio, facendosi forte della coesione sociale e del capitale umano. È la via di un patriottismo dolce che può cambiare l'Italia. Un'idea di futuro per l'economia, la società, la politica.

Ermete Realacci, ambientalista e parlamentare, è presidente onorario di Legambiente. Ha promosso e presiede Symbola, la Fondazione per le Qualità italiane. Ha scritto con Antonio Cianciullo il libro *SOFT ECONOMY* (Burr, 2005).

Progetto grafico: David Pearson
www.davidpearsondesign.com

La banca del cibo Fondazione Banco alimentare

Perché l'eccedenza non si trasformi in spreco

Solo un atteggiamento pigro e miope può vedere il rapporto tra società ed economia con la logica di Napoleone: *l'intendance suivra*. La società organizzata, il terzo settore, le forze della sussidiarietà non sono solo determinanti per la qualità della nostra convivenza, sono in Italia i presupposti per un'economia competitiva che punta sulla qualità e che vive in simbiosi con la comunità e il territorio: una delle condizioni per Green Italy. Ben rappresentata dalla storia e dall'attività della Fondazione Banco Alimentare.

«La Fondazione era appena partita. Siamo nei giorni a ridosso di Capodanno, e arriva la prima telefonata. Ci chiama una ditta che confeziona pacchi natalizi. "Ve li possiamo portare?", ci chiedono. Noi siamo eccitati: è il nostro primo contatto che si concretizza. Aspettiamo emozionati la consegna. Quando arrivano e pacchi restiamo a bocca aperta: erano tutte bottiglie di Fernet. Prima ancora che da mangiare eravamo pronti a dare il digestivo.» Marco Lucchini, uno dei padri e attuale direttore della Fondazione Banco Alimentare, racconta questo battesimo dal sapore provocatorio dall'alto degli oltre vent'anni di attività dell'organizzazione, che con quasi un milione di tonnellate di cibo salvate dalla discarica e girate ad associazioni caritatevoli è ormai un'istituzione, un pilastro nella lotta alla povertà e alla connivenza con lo spreco. Ad aprire uno squarcio su questo universo bastano le poche ma emblematiche parole di Marco, rivolte qualche anno fa all'inviato del «Corriere della Sera», e appassionato narratore delle vicende della Fondazione, Gianluigi Da Rold. «Tu a Pasqua lo mangi il panettone?» domandava il giornalista, da buon milanese. E Marco: «I poveri lo mangiano anche quando sono passate le feste». Tornano allora in mente le pile di panettoni in offerta nei supermercati passata l'Epifania, che un giorno ci sono, nell'indifferenza dei consumatori, e il giorno dopo non ci sono più. Che fine hanno fatto? Hanno smesso di essere merce, e sono entrati a far parte della strana categoria delle «eccedenze». Strana perché per essere buoni quei panettoni sono buoni, eccome: ma hanno perso valore commerciale, nessuno li vuole comprare. Questa dei prodotti «stagionali» è solo una delle facce dell'eccedenza. Ci sono gli errori nel confezionamento — prodotti che pesano più, o meno, di quanto indicato in etichetta — etichette sbagliate (quella di un prodotto applicata su un altro) o semplicemente stampate in modo non perfettamente leggibile. Ci sono quei prodotti confezionati ad hoc per una campagna promozionale, che vanno fuori mercato quando la campagna chiude i battenti. Anche quando si decide di cambiare l'immagine di un prodotto, il suo packaging, tutto il pregresso, diventa eccedenza. Ci sono le enormi quantità di latte, yogurt, carne prossime alla data di scadenza, che i compratori scansano. A volte ci si mette pure il tempo: un'estate meno calda delle attese fa calare le vendite di gelati. «A giugno del 2011, con l'allarme *Escherichia coli* in Europa, tutto il mercato ortofrutticolo comunitario si è bloccato» racconta. «E noi che mediamente raccogliamo 250 tonnellate al mese di ortofrutta, a giugno siamo arrivati a 950.» Per i figli del consumismo più spinto, poi, basta anche un'ammaccatura sulla confezione per lasciare irrimediabilmente un prodotto sugli scaffali.

Ma attenzione: «Mai confondere l'eccedenza, che è figlia dell'abbondanza, con lo spreco». Marco scandisce le parole, ci tiene a fare chiarezza: «Il cibo è un dono. Dobbiamo guardare in termini positivi l'eccedenza: c'è una ricchezza, non sprechiamola». Lo spreco, invece, «è figlio di una concezione della vita. La nostra è una battaglia di mentalità».

Di stime sugli sprechi ne sono girate tante, tutte allarmanti. Un recente studio commissionato dalla Fao sostiene che sul pianeta, ogni anno, vanno perse o sprecate 1,3 miliardi di tonnellate di cibo. Un terzo, grosso modo,

di tutto quanto viene prodotto per il consumo umano. Ogni cittadino occidentale butta circa cento chili l'anno! Se stiamo a questi dati gli italiani manderebbero al macero 6 milioni di tonnellate di alimenti. Secondo la Confederazione italiana agricoltori, però, nel complesso — consumatori più ristorazione e distribuzione — gli sprechi in Italia viaggerebbero attorno ai 18 milioni di tonnellate l'anno. Che, monetizzati, fa 30 miliardi di euro: quasi due punti di Pil.

*Il cibo come nutrimento, non come profitto.
L'esempio delle Food Bank americane*

«Il nostro scopo è contribuire a una correzione nella legge della domanda e dell'offerta. Le eccedenze sono invendute perché non trovano un punto d'incontro tra la curva della domanda e dell'offerta, e quindi un prezzo. Questo però non esaurisce il valore intrinseco del cibo, che sta nell'essere capace di nutrire l'uomo, e non nel produrre profitto. Il profitto è un valore aggiuntivo.» Da qui nasce la Fondazione Banco Alimentare. Creata a Milano nel 1989 grazie a monsignor Luigi Giussani, il carismatico fondatore del movimento di Comunione e Liberazione, e Danilo Fossati, il creatore della Star, è, per definirla con le parole usate anni fa da quest'ultimo, un posto in cui «non si compra niente, non si vende niente. Si capitalizzano tutte le eccedenze alimentari per distribuirle gratuitamente ai bisognosi». A firmare l'atto costitutivo c'era anche Marco Lucchini, poco meno che trentenne. Ciellino doc, è lui — spedito in Spagna per studiare l'esempio di Barcellona — che porta in Italia il Banco Alimentare e ne fa una ragione di vita. Marco, per capire il personaggio, ancora oggi che è il direttore super impegnato della Fondazione e che gira come una trottola l'Italia senza mai staccarsi dal suo BlackBerry e dal suo notebook, quando c'è da stare tra la gente o dietro un banchetto a spiegare cosa fanno i suoi volontari, è sempre in prima fila.

Il modello di tutti i Banchi Alimentari è stata la St. Mary's Food Bank, fondata nel 1967 a Phoenix, in Arizona, da John Van Hengel. «L'inventore della prima Food Bank è uno che con la carità non aveva niente a che fare» racconta il direttore, evocando le vie infinite della provvidenza. «In quel lontano 1967, John è un playboy di Los Angeles che fa bancarotta e scappa. Quando la benzina finisce, si ritrova a Phoenix, senza un dollaro. Li viene accolto in un convento di francescani che gestiscono una mensa per poveri, soprattutto pellerossa usciti dalle riserve. Decide di ricambiare l'accoglienza dando una mano, trovando aiuti.» Lucchini si sofferma su un dettaglio che ha raccolto direttamente dalla voce di Van Hengel: «Quando i frati gli fanno vedere un video sulla fame in Africa lui pensa: ma io non voglio andare in Africa. Mi interessa sapere cosa posso fare qui, contro la fame». Questa è la cifra del Banco Alimentare: aiutare *hic et nunc*, qui e ora. Un modello molto diverso da quello delle grandi organizzazioni internazionali, e forse più efficace: Marco stesso confessa di aver raccolto l'ammirazione di un importante esponente della Fao per i risultati raggiunti in tutto il mondo dai Banchi Alimentari, a differenza dei loro programmi spesso disattesi.

A Van Hengel l'idea della prima Food Bank (letteralmente «banca del cibo») viene dall'incontro con una donna, madre di dieci figli, con il marito in carcere. «Questa donna si rivolgeva ai frati chiedendo per la famiglia ogni sorta di aiuto, ma non cibo. John si incuriosisce, la segue, e vede che quotidianamente entrava nel retro di un supermercato e ne usciva con la sporta piena: aveva un accordo con i gestori che le consegnavano quello che non riuscivano a vendere pur essendo ancora perfettamente commestibile.»

In Italia, i numeri di una grande impresa

La Fondazione Banco Alimentare mette a frutto ancora oggi gli insegnamenti di quella esperienza. Durante il primo anno d'attività, con una sola sede, a Monza, grazie a 32 volontari e a un'area magazzino di 420 metri quadri, vengono raccolte, oltre al Fernet, 200 tonnellate di derrate alimentari. Che attraverso accordi con una trentina di strutture caritative, soprattutto mense per poveri, sfamano oltre 2000 persone. «Avevamo appena cominciato e non furono certo anni facili. Non avevamo alcuna facilitazione e le industrie alimentari avevano timori a intervenire nell'aiuto. Le stesse strutture caritative ci guardavano come antagonisti e non come un'organizzazione al loro servizio.» Milano incoraggia la nascita di nuovi Banchi: nel 1995 le sedi sono 10, 4500 le tonnellate raccolte, 180.000 gli indigenti raggiunti. Dal 2009 la Fondazione Banco Alimentare Onlus guida e coordina la Rete Banco alimentare, della quale fanno parte 21 organizzazioni presenti su tutto il territorio italiano. Nel 2010 le strutture caritative convenzionate superano quota 8000 e attraverso il loro impegno vengono sfamate circa un milione e mezzo di persone: 1400 i volontari stabili che gestiscono 37.000 metri quadri di magazzini e 12.000 metri cubi di celle frigo. La Fondazione Banco Alimentare ha saputo trasformare la carità da fatto occasionale, fortuito, saltuario, in una struttura solida, poggiata su pilastri di efficienza, su criteri aziendali e imprenditoriali. Monsignor Mauro Inzoli, presidente della Fondazione, l'ha descritta come «un atto di carità pensato per durare [...] che non è affatto anacronistico con i giorni nostri. E anche un atto di carità che diventa, nell'economia moderna, un'attività manageriale». È, con tutta evidenza, un'impresa senza fini di lucro. Restando fedele alla sua missione: cercare lo spreco ovunque si nasconda, riscattare gli avanzi da uno status figlio dello svilimento del cibo a pura merce, indirizzandoli, grazie alle associazioni caritatevoli, a chi ne ha bisogno. E non sono pochi.

Secondo l'Istat, un italiano su cinque: il 19 per cento della popolazione. Gli ultimi rilevamenti dell'Istituto, riferiti al 2010, spiegano che le famiglie in condizione di povertà assoluta sono un milione e 156.000 (il 4,6 per cento di quelle residenti), per un totale di tre milioni e 129.000 individui (il 5,2 per cento dell'intera popolazione). Quelle in condizione di povertà relativa, invece (la soglia di povertà relativa, per una famiglia di due componenti, è pari a 992,46 euro) sono due milioni 734.000 (l'11 per cento): si tratta di otto milioni 272.000 poveri, il 13,8 per cento dell'intera popolazione. Poi ci sono i «quasi poveri», quelli il cui stile di vita è talmente poco lontano dalla soglia dell'indigenza da rischiare continuamente di scivolarne al di sotto: il 3,8 per cento delle famiglie, quota che sale al 6,7 per cento nel Mezzogiorno. Una ricerca della Fondazione per la Sussidiarietà di qualche anno fa ha provato a raccontare la povertà a tavola. Ne risultava che per tre milioni di italiani il budget mensile destinato all'alimentazione si ferma a 50 euro. A parità di reddito ci sono fattori che possono fare la differenza tra galleggiare e andare a fondo. Sono fattori individuali, ma anche comunitari: «La solitudine e la fragilità dei legami familiari e sociali rendono le persone più povere, in uno scenario economico allarmante» avverte Marco Lucchini. E nella lista, assieme al clochard e all'immigrato, con il disoccupato e il carcerato che non è riuscito a reintegrarsi nel tessuto produttivo, c'è la moglie abbandonata dal marito, il padre separato che deve pagare gli alimenti alla famiglia, il pensionato cui l'assegno non basta più.

«Delle quasi 8500 strutture caritative che sono convenzionate con noi — aggiunge — la grande maggioranza, il 65 per cento, non sono mense per poveri, come si potrebbe immaginare. Ma sono fatte da volontari che portano la spesa a casa di famiglie che non ce la fanno. Grazie a quell'aiuto queste persone riescono a pagare l'affitto e non finiscono in mezzo alla strada.»

La globalizzazione della solidarietà

Questo è un altro punto qualificante dell'azione della Fondazione: il tempo. «Un fattore che non viene mai considerato» sottolinea il direttore: «Chi oggi ha delle difficoltà economiche riceve risposte dallo

Stato in tempi molto lunghi. Il no profit invece agisce subito, quando c'è il bisogno: dà un contributo, aiuta la persona in difficoltà, la sostiene nel cercare soluzioni ai suoi problemi. Evita che la situazione precipiti, che dopo aver perso il lavoro si perdano anche la casa, gli affetti. Perché poi, una volta caduti così in basso, riuscire a rialzarsi è molto più improbabile. Il nostro aiuto è il modo più semplice e concreto perché chi si trova in difficoltà non senta anche di essere stato abbandonato. È una spinta a ricominciare». Il principio è quello della sussidiarietà, caro a don Giussani: «Il cittadino, nelle sue libere intraprese, può e deve sviluppare risposte economiche e sociali alle sue necessità. Lo Stato lo deve valorizzare e intervenire solo dove non riesce a realizzarle».

L'aiuto che dalla Fondazione arriva quotidianamente a chi ne ha bisogno è enorme, difficile da comunicare con i soli numeri delle raccolte, con le tonnellate salvate dalla discarica. Ma sarebbe un errore ridurre la storia della Fondazione e i suoi successi a un'opera, pur colossale e meritoria, di sola beneficenza. La Fondazione Banco Alimentare Onlus è un'opera di carità, indubbiamente. Ma è anche l'incarnazione della capacità di sottrarsi al dogma che descrive gli sprechi come non più che sgradevoli effetti collaterali del sistema. Di sottrarsi alla prassi che svilisce il cibo allo status di merce, una merce come un'altra. «Il cibo non è sottoposto alla legge della domanda e dell'offerta» sostiene Marco Lucchini: «C'è una legge più grande: quella della condivisione e del dono».

C'è inoltre stata la capacità di ribaltare, con una grande prova di creatività e innovazione sociale, un punto di debolezza in un punto di forza. Grazie ai volontari, le eccedenze contribuiscono ad arginare un'altra vistosa falla del nostro sistema economico: l'emarginazione, la diseguale distribuzione delle ricchezze, la povertà. Oggi negli Stati Uniti le Food Bank sono oltre duecento, altrettante in Europa, sparse in diciassette paesi e riunite nella Fédération Européenne des Banques Alimentaires (Feba). Una rete che incarna lo slogan secondo cui «una globalizzazione diversa è possibile»: la globalizzazione della solidarietà.

Valore sociale, valore civile, valore ambientale

La vera portata del lavoro del Banco Alimentare è la creazione di valore là dove non solo valore non c'è (o non c'è più), ma dove nessuno ha saputo vederne. Un valore non di mercato ma economico, innanzitutto: la grande distribuzione risparmia i costi di smaltimento (secondo la Fda statunitense, il 4 per cento dei ricavi), le strutture caritative non devono pagare per il cibo che ricevono. E possono destinare così quei denari ad altre attività: e questo è valore sociale. E poi c'è il valore ambientale: le tonnellate di rifiuti risparmiati alle discariche, e l'acqua servita a produrre il cibo sciupato, e la CO2 emessa per le lavorazioni e il trasporto. E il valore civile: dimostrando con la prassi che non è obbligatorio rassegnarsi alle storture, si dimostra la forza del volontariato, diffondendo nelle scuole una corretta cultura del cibo e, in ultima analisi, un'educazione all'uso appropriato delle risorse. Insomma: beneficenza, certo, ma quello del Banco è un vero *upgrade* sociale.

La prova della sua portata rivoluzionaria viene dall'iniziativa più conosciuta, quella che nell'opinione pubblica lo identifica: la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare. Ogni anno, da quindici anni, l'ultimo sabato di novembre la Fondazione compie un'operazione di superamento di se stessa, si spinge oltre i propri confini e dilaga nei supermercati di tutto il paese, raduna volontari — 120.000 in 8100 negozi — ben al di là degli steccati cattolici, in numero quasi cento volte superiore a quelli che lavorano durante il resto dell'anno. E raccoglie, in sole dodici ore, il 10 per cento di quanto riesce a portare a casa in 365 giorni: 9400 tonnellate di cibo nell'ultima edizione. Una quantità che sul mercato vale qualcosa come 30 milioni di euro.

Le nuove frontiere: Siticibo e la trasformazione delle eccedenze

La nuova frontiera della lotta allo spreco è quella dei cibi freschi, dei prodotti che deperiscono in fretta. Su questa frontiera lavorano — a Milano, Como, Roma, Firenze, Torino, Bologna, Bolzano, Pavia e in provincia di Varese — i volontari di Siticibo, una delle più recenti e innovative creature della Fondazione: un sistema quotidiano di raccolta dei piatti pronti avanzati nelle mense aziendali, di pane, frutta e dessert nelle mense scolastiche, negli hotel, nei ristoranti e nelle panetterie.

Ma la punta più avanzata dell'attività della Fondazione è la trasformazione. «L'anno scorso — racconta Marco — abbiamo stretto un accordo con la Regione Sicilia. Le arance che il mercato non ha accolto, quindi eccedenti, le abbiamo trasformate in succhi. Non è stata una cosa facile. Abbiamo seguito passo passo il percorso folle tracciato dalle regole comunitarie, ma alla fine ci siamo riusciti. Se non le avessimo trasformate, la maggior parte sarebbe stata distrutta.» Il rapporto con le istituzioni europee che vigilano sul mercato non è stato semplice, non sono mancati gli attriti. «Quest'anno, però — aggiunge Marco, che il modello Sicilia già progetta di tradurlo altrove e su altri prodotti — ci hanno chiamato a Bruxelles. Vogliono avviare un nuovo programma, che permetta alle organizzazioni caritative il ritiro di tutte le eccedenze ortofrutticole. Per avviarle alla trasformazione.»