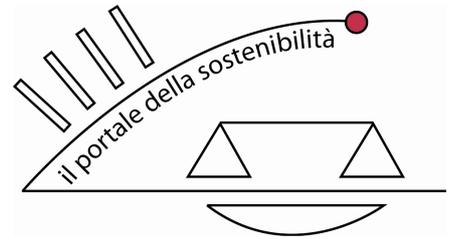




FONDAZIONE SIMONE CESARETTI



Sommario

Editoriale

di Gian Paolo Cesaretti

IL MODELLO IDEALE DI SOSTENIBILITA'

La valorizzazione turistica tra rispetto dell'ambiente e aree protette: l'isola di Zannone

di Aquilina Olleia

Il ruolo del consumatore nel perseguimento dell'equilibrio armonico tra le dimensioni dello sviluppo

di Riccardo Vecchio

Le ICT tra inclusione e digital divide

di Irene Paola Borrelli

TRAIETTORIE PER LA SOSTENIBILITA' DELLO SVILUPPO UMANO

Investimento in conoscenza

Conoscenza e sostenibilità: perché investire in conoscenza conviene

di Rita D'Aniello

Conoscenza e responsabilità sociale d'impresa

di Graziella Carbone

L'etichettatura nutrizionale quale strumento per incrementare la coscienza salutistica dei consumatori

di Azzurra Annunziata

Tutela delle identità

Tutela delle identità territoriali e sviluppo sostenibile

di Immacolata Viola

Identità e invecchiamento

di Sara Ianuario

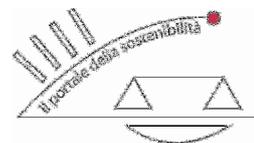
Realizzazione e Distribuzione
Fondazione Simone Cesaretti

Direttore Responsabile

Prof. Gian Paolo Cesaretti

Comitato redazionale: dott.ssa Rosa Misso, dott. Giacomo Rotondo, dott.ssa Maria Grasso

Editing: Rosa Misso



Editoriale

di Gian Paolo Cesaretti

I sentieri della sostenibilità dello sviluppo umano spingono la società moderna a ripensare agli attuali modelli socio-economici e culturali di riferimento. Al tempo stesso, il benessere diventa sempre più un obiettivo da perseguire avendo ben chiare, però, le condizioni che ne consentano una sistematica replicazione nel tempo e nello spazio.

I temi connessi a tali questioni, così, non solo vanno sollevando, dall'ambito globale a quello locale, numerosi interrogativi, sulle azioni e le strategie da mettere in campo per il perseguimento della sostenibilità economica, sociale, ambientale, territoriale e generazionale, ma soprattutto, vanno richiedendo sempre più un'assunzione di responsabilità collettiva ed individuale rispetto alle soluzioni più idonee per il benessere delle generazioni future oltre che di quelle presenti.

Proiettando il mondo di oggi nel futuro ed interrogandoci su quali siano le traiettorie per far sì che esso possa assicurare un domani migliore alla generazione di oggi e soprattutto a quelle di domani, si riesce ad intravedere in modo chiaro una grande possibilità: adoperarsi il più possibile affinché il modello di sviluppo risulti etico, equilibrato tra le sue dimensioni, equo in termini intra ed inter-generazionali e soprattutto dinamico, perché sostenuto dalla capacità della società di saper affrontare e superare le sfide.

Questo secondo numero del periodico promosso dalla Fondazione Simone Cesaretti, pertanto, è dedicato alla promozione della cultura della sostenibilità al fine di poter accrescere la consape-

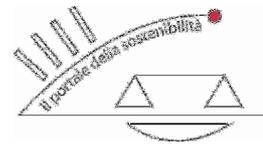
volezza, nei propri lettori, dell'importante ruolo che i valori, il rispetto dell'ambiente, la conoscenza e la partecipazione rivestono per il nostro futuro. Relativamente a questo meccanismo perfetto degli "ingranaggi" della sostenibilità, un approfondimento particolare sarà dedicato, alla protezione ambientale con la testimonianza di un caso di valorizzazione turistica.

Inoltre, seguendo la linea culturale della Fondazione, questo numero si focalizzerà su aspetti particolari connessi al perseguimento di un equilibrio armonico tra le dimensioni dello sviluppo e dell'equità intra ed intergenerazionale, guardando, nel primo caso al ruolo dei consumatori e nel secondo caso all'ormai indiscussa importanza delle moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione ed alla necessità di superare i divari digitali che costituiscono un vero e proprio ostacolo al raggiungimento appunto di un modello di sviluppo equo.

Tra le diverse strategie percorribili, da un lato, per garantire eticità, equilibrio ed equità nel perseguimento del benessere individuale e collettivo e, dall'altro, per assicurare che il modello di sviluppo sia dotato di una sostanziale capacità di adattamento dinamico alle sfide che si frappongono alla sostenibilità, la Fondazione Simone Cesaretti riconosce come fondamentali le seguenti:

- investire in conoscenza;
- tutelare le identità;
- assicurare che non siano messe in campo azioni di dumping che ostacolano le libertà fondamentali dell'uomo in mercati sempre più aperti e concorrenziali. Pertanto, i contributi proposti punteranno a sensibilizzare i lettori sull'importanza di tali strategie attraverso argomenti specialistici ed approfondimenti di settore realizzati da giovani studiosi

Continua nella pagina seguente

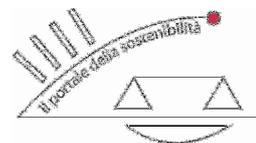


che costellano la Fondazione Simone Cesaretti ed il cui prezioso contributo oltre a rappresentare un importantissimo sostegno al Portale della Sostenibilità da essa promosso, costituisce anche un'importante testimonianza dell'interesse che i giovani di oggi hanno per la sostenibilità.

L'interesse per i giovani e gli stimoli che da essi ci provengono vivificano la nostra volontà a fare sempre meglio ed a pensare ad un futuro migliore non solo per noi stessi ma per l'intera società.

Anche per questo numero mi auguro che il Portale della Sostenibilità riesca a lasciare un altro seme nei suoi lettori e ad essere di sostegno nella costruzione della loro idea di futuro.

Il Direttore



Hanno collaborato alla realizzazione del presente numero:

Azzurra Annunziata, ricercatrice dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope".

Irene Paola Borrelli, Dottore di Ricerca in Economia Vitivinicola e Sviluppo Rurale.

Graziella Carbone, Dottore di Ricerca in Economia Vitivinicola e Sviluppo Rurale.

Sara Ianuario ha un contratto di collaborazione presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope".

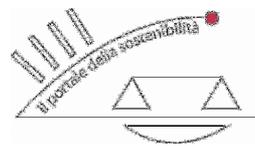
Aquilina Olleia, Dottore di Ricerca in Economia delle Risorse Alimentari e dell'Ambiente.

Riccardo Vecchio, collaboratore a progetto dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope".

Immacolata Viola, Dottore di Ricerca in Economia delle Risorse Alimentari e dell'Ambiente.

Rita D'Aniello, Dottoranda di Ricerca in Economia delle Risorse Alimentari e dell'Ambiente.

Tutti gli autori sono collaboratori scientifici della Fondazione Simone Cesaretti.



La valorizzazione turistica tra rispetto dell'ambiente e aree protette: l'isola di Zannone

di Aquilina Olleia



A partire dagli anni settanta del Novecento, all'interno della comunità scientifica, emerge un forte interesse per la tutela dell'ambiente ed in particolare sui "limiti" della Terra (Meadows et al., 1972).

In stretta correlazione con il tema del rispetto dell'ambiente prende vita il concetto complesso e controverso dello sviluppo sostenibile, la cui prima definizione è certamente quella fornita dalla Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (WCEB), meglio conosciuta come Rapporto Brundtland, che nel 1987 definì sostenibile uno "sviluppo che soddisfa le esigenze del presente senza compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni". La definizione, se da un lato, richiama la questione legata a come conciliare sviluppo e crescita economica con la necessità di preservare l'ambiente, dall'altro pone l'accento agli aspetti generazionali. Un'idea di sviluppo sincronica e diacronica. Il concetto integra le dimensioni ambientale, economica e sociale in una logica sistemica: ogni variazione di una di queste produce ricadute sulle altre. La caratterizzazione della definizione si evince dall'elaborazione di documenti, protocolli e iniziative volte ad attuare i principi di sviluppo sostenibile enunciati nel Rapporto Brundtland e ripresi a Rio de Janeiro.

Nell'ottica di uno sviluppo sostenibile ambientale, le aree protette assumono un

ruolo centrale nella conservazione della biodiversità del territorio e nella pianificazione di strategie volte a favorire attività di crescita e competitività economica sostenibili. Il valore intrinseco delle risorse naturali e la ricchezza socio-culturale delle aree protette costituisce un patrimonio integrato fortemente attrattivo per quella tipologia di turismo, sempre più sensibile alle tematiche dello sviluppo sostenibile ed orientato verso un'offerta turistica ambientale e culturale.

In linea con le emergenti esigenze si sta affermando il cosiddetto turismo sostenibile o eco-turismo.

Il turismo sostenibile o eco-turismo rende compatibile obiettivi ambientali ed economici: rispettare e preservare nel lungo periodo lo stock di risorse naturali, culturali, artistiche e sociali senza rinunciare allo sviluppo economico.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (1988) "lo sviluppo del turismo sostenibile risponde ai bisogni dei turisti e delle regioni che li accolgono, tutelando e migliorando le opportunità per il futuro. Deve tradursi in una gestione integrata di tutte le risorse che permetta di soddisfare i bisogni economici, estetici e sociali, e contemporaneamente preservi l'integrità culturale, gli ecosistemi, la biodiversità e le condizioni di base per la vita".

Al turismo quindi è sempre più riconosciuto il ruolo di principale canale di valorizzazione di un'area protetta. Le interrelazioni tra turismo e aree protette evidenziano la coesistenza di due aspetti:

- area protetta come risorsa: si identifica con l'elemento dell'attività turistica, un bene oggetto di 'consumo' da utilizzare per rilanciare i sistemi locali;
- area protetta come valore: costituisce il bene in sé (valore di esistenza) che attraverso comportamenti responsabili va preservato come patrimonio da tramandare alle generazioni future. Questa specificità ha il suo fondamento nel concetto chiave di irreversibilità ed unicità di tali beni.

Nell'elaborazione di strategie di turismo sostenibili delle aree protette è importante dunque riuscire a coniugare la conservazione dell'ambiente e il suo utilizzo nel tempo (Mottironi M., Murgia C., Torsi G., 2000).

La Carta Europea per il Turismo Sostenibile (Europarc, 2000), testimonia le priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21.

Scopi fondamentali della Carta sono:

- aumentare la conoscenza e il sostegno per le aree protette europee come parte fondamentale del nostro patrimonio da preservare per la fruizione inter e intra generazionale;
- migliorare lo sviluppo sostenibile e la gestione del turismo nelle aree protette, rispettando i bisogni dell'ambiente, dei residenti, delle imprese locali e dei visitatori.

Le aree protette per la loro valenza sono considerate un laboratorio privilegiato di sviluppo turistico sostenibile. Da qui la necessità di valorizzazione dell'insieme degli elementi di identità culturale territoriale quali:

- i valori naturalistici e paesaggistici propri;
- la cultura e l'arte sviluppatesi in quel territorio;
- la storia della comunità locale;
- le tradizioni della popolazione residente;
- le attività economiche tipiche e tradizionali.

L'esistenza di un patrimonio e di una tradizione culturale danno luogo ad un valore aggiunto territoriale, che si identifica con *l'unicum distintivo* (Annunziata, Iannuario, Pascale, 2006).

Questa considerazione mette in risalto come, in tale scenario, diventa sempre più strategico puntare sul vantaggio competitivo *dell'identità culturale*.

L'identità culturale identifica e rende unico uno specifico territorio, le componenti del proprio prodotto turistico visto sia come brand territoriale sia come investimento funzionale allo sviluppo locale.

Un'esperienza significativa in questa direzione è quella del protocollo d'intesa tra il Parco Nazionale del Circeo ed il Comune di Ponza, sottoscritto lo scorso luglio, al fine di garantire la migliore salvaguardia degli ecosistemi dell'isola e la fruizione controllata dei beni naturalistici.

L'isola di Zannone è stata inserita nel Parco Nazionale del Circeo nel 1979 per l'alto valore naturalistico. La posizione dell'isola posta sulle rotte migratorie che dal centro dell'Africa conducono milioni di migliaia di uccelli in Nord Europa e la presenza di acqua dolce costituiscono un ritrovo per l'avifauna. Tra i giacimenti ambientali di Zannone si annovera la foresta mediterranea e alcuni reperti archeologici

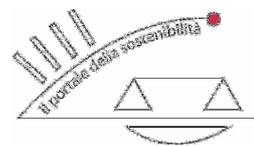


come la peschiera romana e i ruderi del monastero cistercense del XIII secolo.

Il protocollo norma l'accesso all'isola tramite strutture leggere e visite a piedi, utilizzando la sentieristica già esistente e la realizzazione di alcune piccole strutture – pontile galleggiante stagionale per l'approdo, campo boe, strutture per la vista – utilizzando esclusivamente gli immobili esistenti senza in alcun modo alterare lo stato dei luoghi.

Particolare attenzione è posta alla "Casa del Guardiano" – Ex Casa di Caccia, che con un intervento di restauro conservativo sarà adibita alla duplice funzione di "Rifugio marino" e "Museo – Centro Visitatori", divenendo dunque l'unica struttura recettiva dell'isola.

L'accordo firmato prevede inoltre attività di formazione, strumento fondamentale per l'attuazione della strategia di sviluppo



turistico sostenibile sul territorio. Al fine di favorire uno sviluppo socio-economico nel rispetto dell'ambiente è fissato per i giovani residenti nel Comune di Ponza, ed anche più in generale per gli operatori turistici, pescaturistici o per i *diving* ponzesi, che intendano sviluppare visite presso l'isola di Zannone, un corso di aggiornamento e formazione specifico nel campo del turismo sostenibile legato ai valori naturalistici e alla presenza del Parco Nazionale del Circeo.

Le strategie di marketing contemplano la sistemazione e l'integrazione della cartellonistica esistente oltre alla produzione di un apposito depliant promozionale, dell'isola di Zannone, per meglio garantire la valorizzazione e la fruizione dell'Isola.

L'Ente Parco si è impegnato tra l'altro a garantire anche per l'anno 2011 la realizzazione di un campo scientifico di inanelamento degli uccelli migratori sull'Isola di Zannone, gestito con personale riconosciuto dall'ex-Istituto Nazionale della Fauna Selvatica (ora ISPRA), aperto alla frequentazione delle scuole di Ponza e dei cittadini che intendono visitare il sito delle operazioni

L'isolamento e l'inaccessibilità che per secoli hanno preservato Zannone dall'azione antropica sono superate attraverso una serie di politiche atte a rendere l'isola, a seconda delle stagioni, un punto di riferimento di studio e relax per turisti consapevoli, capaci di utilizzare responsabilmente un bene prezioso. Come dichiara Gaetano Benedetto, presidente del Parco Nazionale del Circeo - "Fermo restando l'obbligo di garantire la conservazione dell'isola, e' fondamentale trovare forme di fruizione che permettano di conoscere Zannone e di farne un punto di riferimento non solo di studi di avifauna internazionale ma anche meta di un turismo estivo leggero, soprattutto legato all'educazione ambientale e ai campi scuola estivi".

La possibilità di accesso a Zannone rappresenta la volontà a creare un "sistema parco", in cui tutela dei giacimenti, reti

relazionali interne e connessione con l'area circostante creano le condizioni necessarie ad un turismo sostenibile.

Il Parco intende infatti offrire non semplicemente un soggiorno, ma la scoperta e valorizzazione di un territorio, da fare insieme con la comunità locale.

Bibliografia

- Annunziata A., Ianuario S., Pascale P. (2006), *La ricerca dei caratteri distintivi nella elaborazione delle strategie di valorizzazione e comunicazione del territorio. La ricerca dei caratteri distintivi per l'impostazione dei piani di comunicazione*, Franco Angeli, Milano.
- Caroli M.G. (2006), *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio*, Franco Angeli, Milano.
- Commissione europea, *IP 06/344 del 21 marzo*.
- Europarc, (2000), *Carta Europea del Turismo Sostenibile*.
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens, W.W. (1972), *The Limits to Growth*. Earth Island, London.
- Mottironi M., Murgia C., Torsi G., (2000), *Il parco naturale come prodotto turistico: programmazione e pianificazione territoriale*, Project Work del Master in Economia del Turismo, Università Bocconi, Milano.
- Sen A. (2002), *Globalizzazione e libertà*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano.
- WCED, 1987, *Our Common Future, Report of the Brundtland Commission*, Oxford University Press, Oxford.

Il ruolo del consumatore nel perseguimento dell'equilibrio armonico tra le dimensioni dello sviluppo

di Riccardo Vecchio

Introduzione

Mentre gran parte degli studiosi ha cercato di mettere ordine nel dibattito sullo sviluppo sostenibile vi è tuttora un forte disaccordo su come la sostenibilità dovrebbe essere raggiunta e una grande variabilità su come il concetto dovrebbe essere tradotto in pratica. Soprattutto perché lo sviluppo sostenibile si plasma su visioni del mondo molto differenti di persone e organizzazioni (Giddings et

al., 2002). Inoltre, la crescente complessità della società globale implica che lo sviluppo sostenibile non può essere affrontato da una singola prospettiva, paese o disciplina scientifica (Martens e Raza, 2010). Ciò nonostante, esiste ormai un consenso generale in seno alla comunità scientifica e politica internazionale, sul ruolo dell'individuo nei processi di sviluppo globale sostenibile. Nella maggior parte delle politiche nazionali dei paesi sviluppati questo ruolo attivo che è chiamato a svolgere l'individuo assume prevalentemente la forma di consumo sostenibile, in quanto gli individui sono incoraggiati a fare la loro parte per un mondo più sostenibile, tenendo in considerazione le problematiche etiche, sociali ed ambientali durante le loro scelte quotidiane d'acquisto (si vedano, tra gli altri: Soron, 2010; Hinton e Goodman, 2009; Seyfang, 2009; McDonald *et al.*, 2006). Si ritiene, dunque, che la promozione dello sviluppo sostenibile attraverso le scelte di consumo individuale funzionerà da forza trainante per una ristrutturazione profonda delle pratiche di produzione ed una riduzione delle disparità globali (sociali ed economiche). Volendo sintetizzare, si può affermare che il consenso istituzionale attuale tende a depositarsi su una posizione che implica un modello di consumo diverso, piuttosto che consumare meno, e questa soluzione deve essere raggiunta principalmente dalla produzione e vendita di prodotti più sostenibili (Jackson e Michaelis, 2003). Tuttavia, molti ancora vedono implicitamente nell'idea di consumo sostenibile una sorta di doppio vantaggio: la possibilità di vivere meglio consumando meno (Jackson, 2008, 2005; Spargaaren, 1997).

Il ruolo del consumatore moderno nei processi di sviluppo

Studiosi delle più svariate discipline delle scienze sociali hanno contribuito alla comprensione degli aspetti sociali dei consumi da un gran numero di ango-

lazioni, con una molteplicità di metodi di ricerca e prospettive (Zukin e Maguire, 2004). Nella concezione attuale, il consumo è uno dei cardini del benessere sociale ed è parte importante della vita delle persone (Mont e Plepys, 2008: 536). Inoltre, altri accademici come Miller (1995) ritengono che il potere nel mondo contemporaneo è ormai diffuso tra i consumatori. Accanto a queste considerazioni generali, "il consumo è continuamente criticato come l'incarnazione dei vizi della nostra epoca" (Sassatelli, 2009: 117). E tutti gli impatti ambientali causati dall'uomo possono essere correlati al consumo umano (Carlsson-Kanyama *et al.*, 2003) ed alla produzione di rifiuti (Diamond, 2005). Di conseguenza, la riduzione dei consumi nei paesi ricchi è spesso considerata una condizione fondamentale per lo sviluppo sostenibile (Sanne, 2002). Oppure, come enfaticamente affermato da McGregor (2002) gran parte del comportamento dei consumatori del Nord non è etico e immorale, perché ha un forte impatto negativo sulla prossima generazione, su coloro che vivono altrove, coloro i quali non sono ancora nati e l'ambiente naturale. Allo stesso modo, Gould (2003) ritiene che i consumatori occidentali hanno un ruolo attivo in un mondo afflitto dalla povertà, dallo sfruttamento e dal degrado. Al giorno d'oggi, sintetizzano McDonald e colleghi (2006), ogni volta che qualcuno prende una decisione sull'opportunità o meno di acquistare un prodotto o servizio c'è la possibilità che tale decisione contribuisca ad un modello più o meno sostenibile di consumo. Pertanto gli individui, attraverso acquisti più consapevoli, sono responsabili come attori per un futuro più sostenibile (Hinton e Goodman, 2009). Pertanto gli attivisti suggeriscono ai consumatori di votare con i propri portafogli (si vedano ad esempio: Arnould, 2007; Schudson, 2007; Shaw *et al.*, 2006; Stolle *et al.*, 2005; Barnett *et al.*, 2005; Stolle e Hooghe, 2004; Hilton, 2003; Dickinson e Hollander, 1991). Di conseguenza, i modelli di con-

sumo stanno diventando un argomento di crescente preoccupazione per i governi, gli attivisti sociali e gli scienziati interessati ai temi della sostenibilità.

I nuovi comportamenti del consumatore

Come efficacemente enfatizzato da Schrader (2007) "quando si cerca un concetto che incornicia il consumatore moralmente responsabile nel contesto dello sviluppo sostenibile, la cittadinanza è il più promettente". Ovvero ritenere il cittadino-consumatore come un individuo che contribuisce consapevolmente a livello locale e globale allo sviluppo sostenibile realizzando acquisti coerenti con i propri valori etici e sociali, ed i propri obblighi/doveri ecologici.

I consumatori non sono solo responsabili per i risultati delle loro scelte private, ma sono anche cittadini con responsabilità sociali (Uusitalo, 2006). Il consumatore si mostra, dunque, partecipe a ciò che accade al più generale contesto ambientale, sociale e culturale, e preoccupato dei riflessi che il suo comportamento (e quello degli altri) può avere sia nel presente che nel futuro (Belletti e Marescotti, 1996).

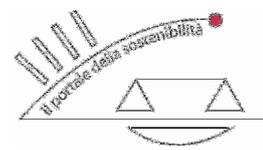
Il consumatore, infatti, richiede anche una "eticizzazione" della produzione che si sostanzia in eco-compatibilità, attenzione alle problematiche economiche e sociali, rispetto e attenzione per le produzioni autoctone, possibilità di riuso, recupero riciclo e risparmio energetico. Con il dilagare del concetto di cittadinanza sostenibile, ovvero adottare modelli di consumo sostenibile per assumersi la responsabilità dello sviluppo sostenibile come cittadino (Connelly, 2009; Matti, 2008; Dobson, 2007), si è rafforzato l'interesse degli studiosi e dei policy maker nelle modalità e nei processi di acquisto "sostenibili". Tuttavia, nel valutare i driver e le barriere verso il consumo sostenibile, la letteratura accademica si è concentrata quasi esclusivamente sull'analisi delle caratteri-

stiche del consumatore tipo. Come naturale conseguenza, una serie di fattori sono stati indagati, quali gli aspetti psicologici (Hoogland *et al.*, 2007; Vermeir e Verbeke, 2006, 2008; Arkesteijn e Oerlemans, 2005; Magnusson *et al.*, 2003), quelli culturali (Chan, 2001), quelli sociali (Schwepker e Cornwall, 1991) e le caratteristiche demografiche (Robinson e Smith, 2002).

Inoltre, il consumo sostenibile è stato più volte indagato sottolineando temi specifici, quali i valori ambientali (Moisander e Pesonen, 2002), principi etici (Shaw e Newholm, 2002) o la volontà di ridurre i consumi individuali complessivi (Cherrier, 2007). Dunque l'unica conclusione che si può trarre dalla vasta letteratura accademica esistente è che i consumatori maggiormente sostenibili hanno caratteristiche estremamente eterogenee (Devinney *et al.*, 2010; Vermeir e Verbeke, 2008; Gilg *et al.*, 2005; Roberts, 1996).

Considerazioni conclusive

Oggi è lecito considerare il consumo sostenibile come un obiettivo politico centrale del nuovo millennio a livello nazionale e internazionale (Seyfang, 2005). Tuttavia a più di 20 anni dal Rapporto Brundtland, non ci sono molte prove a sostegno dell'ipotesi che le persone agiscono in modo responsabile e che la pianificazione internazionale sia in grado di affrontare i principali problemi di sostenibilità in modo efficace (Nordhaus e Shellenberger, 2007; Prins e Rayner, 2007; Speth, 2004). Infatti, anche se l'opinione pubblica è diventata sempre più interessata ai concetti di sviluppo sostenibile, questo coinvolgimento non è riuscito a generare una risposta politica efficace o ad ottenere cambiamenti significativi nei comportamenti quotidiani dei consumatori (Sorson, 2010). Però è giusto ritenere che, sebbene siano sempre più necessari nuovi tipi di approcci istituzionali per rendere più sostenibili il consumo



(OCSE, 2008), attualmente vi siano i presupposti concreti per sviluppare nuove politiche di consumo sostenibile, che superino lo scetticismo esistente e le tante incertezze.

Bibliografia

- Cherrier, H. (2007). *Ethical consumption practices: co-production of self-expression and social recognition*. Journal of Consumer Behaviour, 6: 321–335.
- Deviney, T.M., Auger, P., Eckhardt, G. (2010). *The myth of the ethical consumer*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Giddings B, Hopwood B, O'Brien G. (2002). Environment, economy and society: fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4): 187–196.
- Hinton, E., Goodman, M. (2010). *Sustainable Consumption: Developments, considerations and new directions* in Woodgate G. & Redclift M. eds International Handbook Of Environmental Sociology Second Edition. Edward Elgar: London.
- Jackson, T. (2005). *Motivating Sustainable Consumption: a Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change*. Policy Studies Institute: London.
- Jackson, T., Michaelis, L. (2003). *Policies for sustainable consumption*. London: Sustainable Development Commission.
- Martens P., Raza, M. (2010). Is Globalisation Sustainable? *Sustainability*, 2: 280-293.
- McDonald S., Oates C., Young C.W., Hwang K. (2006). Towards sustainable consumption: researching voluntary simplifiers. *Psychology and Marketing*, 23: 515–534.
- Moisander J., Pesonen S. (2002). Narratives of sustainable ways of living: constructing the self and the other as a green consumer. *Management Decision*, 40(4): 329–342.
- Roberts, J.A. (1996). Green consumers in the 1990s: profile and implications for Advertising. *Journal of Business Research*, 36, 217–231.
- Robinson, R., Smith, C. (2002). Psychosocial and Demographic Variables Associated with Consumer Intention to Purchase Sustainably Produced Foods as Defined by the Midwest Food Alliance. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(6): 316-325.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship? *Environmental Politics*, 14 (2): 290-306.
- Seyfang, G. (2009). *The new economics of sustainable consumption*. New York: Palgrave

Macmillan.

- Shaw, D., Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology and Marketing*, 19(2): 167–185.
- Soron, D. (2010). Sustainability, self-identity and the sociology of consumption. *Sustainable Development*, 18: 172–181.
- Vermeir, I., Verbeke, W. (2006). *Sustainable food consumption: exploring the consumer 'attitude-behavioral intention' gap*. Journal of Agricultural & Environmental Ethics, 19(2): 169-194.
- Vermeir, I., Verbeke, W. (2008). *Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values*. Ecological Economics, 64(3): 542-553.

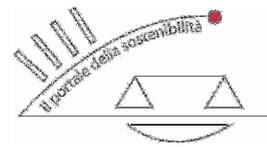
Le ICT tra inclusione e digital divide

di Irene Paola Borrelli

È ormai riconosciuto a tutti i livelli istituzionale, economico, sociale, che nella realtà socio-culturale ed economica moderna, fondata sullo scambio di conoscenze, la comunicazione, le idee, l'innovazione, la ricerca, le ICT (Information and Communication Technologies) hanno assunto un ruolo centrale nelle strategie di sviluppo. La diffusione di tecnologie sempre più avanzate, multifunzionali e di facile uso, disponibili ad un costo sempre più accessibile, infatti, contribuiscono in maniera decisiva a modificare molte condizioni sociali, economiche e culturali di almeno parte della popolazione mondiale (Greco e Floridi, 2004). Di conseguenza, è possibile affermare che la possibilità di accedere, acquisire, elaborare informazioni e conoscenze, utilizzando le ICT è divenuta fondamentale per non sentirsi esclusi dal progetto di sviluppo in cui si è coinvolti. Le ICT sostengono non solo la piena inclusione economica ma anche e, forse, soprattutto, quella sociale⁽¹⁾, permeando tutti gli altri aspetti della vita quotidiana, compresa l'educazione, la partecipazione politica, gli affari, la formazione culturale, l'intrattenimento e le relazioni personali. Secondo Rifkin (2000) è possibile definire la realtà in cui ci troviamo a vivere come "l'era dell'accesso": un'era in cui l'



FONDAZIONE SIMONE CESARETTI



“accesso” al sapere e la partecipazione sociale diventano sempre più condizionate dal possesso di competenze tecnologiche che, integrate a quelle di base, ci consentono di “dialogare” con le tecnologie, garantendo nuove forme di democrazia e di equità sociale. Un esempio è rappresentato dall'utilizzo delle ICT nel processo di inclusione sociale di quanti emarginati per motivi strutturali, come i disabili che possono superare i problemi causati dalla mancanza di mobilità, limitazioni fisiche o discriminazioni sociali. Un altro esempio è possibile riconoscerlo nelle maggiori opportunità offerte all'espressione del proprio pensiero: le ICT, infatti, vengono considerate, almeno teoricamente, come potere dei “poveri” e delle giovani generazioni. Questo è validato anche dalle numerose e recenti manifestazioni popolari nelle zone calde del medio-oriente organizzate molto spesso attraverso i social network e arginate proprio con la limitazione dei servizi di connettività. Allo stesso tempo, questa grande opportunità è stata colta anche per fini meno nobili, come lo sviluppo e il supporto di reti criminali, ad esempio, i gruppi terroristici che attraverso tecnologie sofisticate e strumenti finanziari riescono a collegare i diversi nodi e coordinare le varie cellule (Warschauer, 2004). Quanto detto sottolinea come le ICT siano uno strumento di supporto, un mezzo essenziale a sostegno di altre forme di produzione, partecipazione, e dello sviluppo sociale. Pertanto, l'accesso alle ICT è una condizione necessaria e fondamentale per superare l'emarginazione sociale nella società dell'informazione. Non è certo l'unica condizione: istruzione, governo affidabile e adeguata assistenza sanitaria sono altri fattori critici per l'inclusione sociale. Ma le ICT possono contribuire a una migliore educazione, governo e assistenza sanitaria, ed essere, quindi, fattore moltiplicatore per l'inclusione sociale. Purtroppo, se le ICT da un lato hanno offerto e offrono ancora enormi possibilità di sviluppo, dall'altro contribui-

scono a creare nuove disparità sociali. Innumerevoli studi hanno evidenziato l'esistenza di un 'divario digitale' (digital divide) che, tra l'altro, rende ancor più problematica e consistente il gap economico-sociale tra i Paesi industrializzati e quelli in via di sviluppo (Greco e Floridi, 2004).

La tecnologia permette una migliore distribuzione della conoscenza, ma la sua complessità e i suoi costi possono contribuire ad una intensificazione delle disuguaglianze sociali esistenti, o persino alla creazione di gruppi numerosi di disadattati: persone che non sono al passo con la società dell'informazione (Fusco, 2005). In gioco è “l'equità sociale”, in quanto categorie di persone partecipano di più di altre alle attività sociali in senso lato, alcuni ne sfruttano i vantaggi, mentre altri non ne usufruiscono (Van Dijk, 1999).

Bisogna considerare che l'accesso ai flussi di informazione, ai saperi, alle reti sociali che li mediano non rappresentano una condizione aggiuntiva della partecipazione sociale, piuttosto una componente costitutiva, acquistando una crescente centralità, che equivale alla marginalità per coloro che non ne hanno accesso (Freschi, 2002). Lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione segue una diffusione diseguale che va ad innestarsi sulla preesistente struttura delle disuguaglianze, peggiorando la situazione relativa degli svantaggiati e aumentando le chances dei privilegiati (Fusco, 2005).

In tal senso, diviene importante riflettere anche sugli effetti che l'accesso o il non accesso può generare nelle diverse realtà. Paradossalmente, le disparità si amplificano nelle realtà più avanzate, infatti, alcuni studi hanno evidenziato come l'avvento delle ICT nei paesi sviluppati abbiano contribuito ad una crescita della disuguaglianza interna.

Continua nella pagina seguente

In particolare, le nuove tecnologie hanno concorso ad un cambiamento strutturale nella ricerca di nuove professionalità determinando una progressiva sostituzione della forza lavoro non specializzata con figure che utilizzando le nuove tecnologie per l'analisi, l'interpretazione dei dati, creano nuove conoscenze, comunicazione e lo sviluppo di servizi multimediali complessi. In questo contesto, l'equità sociale appare difficile se non impossibile e amplifica il divario tra lavori ad alta e bassa qualifica (Van Dijk, 1999). Le differenze relative all'occupazione si sovrappongono a quelle relative al reddito e all'istruzione, queste variabili socio-economiche sono strettamente collegate, si intersecano e si rafforzano a vicenda. Nei paesi molto poveri, invece, la disuguaglianza è rimasta stabile. Questi paesi non partecipando attivamente alla rivoluzione globale delle ICT non hanno beneficiato/subito effetti immediati. Casi particolari sono invece l'esperienza della Cina e dell'India, in cui l'introduzione e lo sviluppo delle ICT ha determinato una polarizzazione della ricchezza in un ridotto numero di miliardari e una piccola classe media, lasciando gran parte della popolazione nella povertà più assoluta. In pratica, la diffusione delle tecnologie informatiche e di Internet, a dispetto della sua velocità, non è stata uniforme, né all'interno dei singoli Stati né a livello mondiale, anzi, la caratteristica delle ICT sembra essere proprio quella di espandersi in maniera selettiva. Questo fenomeno è oggi universalmente indicato e conosciuto come "Digital Divide", termine che si riferisce proprio alla disparità generata dalla possibilità di accedere o meno, nell'immediato ed in modo opportuno, alle tecnologie ed alle risorse dell'informazione e della comunicazione. Nel tempo sono maturati approcci diversi al fenomeno. Inizialmente, veniva ritenuto solo come una questione tecnica, limitandosi a considerarlo come un problema dicotomico tra gli have e gli have-not, ovvero, chi può accedere alla tec-

nologia e chi non può farlo. Una delle principali assunzioni fatte da questa scuola di pensiero è che "una volta online, tutti i divari spariscono". L'accesso viene quindi concepito come l'unica determinante dell'utilizzo della rete (Cantamessa et al., 2007). Successivamente, da fenomeno mono dimensionale il digital divide viene riconosciuto come problema multidimensionale: oltre agli aspetti tecnologici assumono rilevanza nelle valutazioni del problema anche le diverse forme di utilizzo delle ICT. In questo approccio, pertanto, giocano un ruolo fondamentale le competenze ed in particolare l'alfabetizzazione informatica. Recentemente alla multidimensionalità si è affiancata anche la necessità di affrontare il problema valutando più prospettive, in quanto si ritiene indispensabile per interventi efficaci considerare le caratteristiche socio-economiche dei diversi gruppi e del contesto di riferimento. Il divario digitale è caratterizzato, quindi, non solo dall'accesso fisico al computer e ai servizi di connettività, ma anche dall'accesso alle risorse aggiuntive che permettono alle persone di utilizzare in modo opportuno la tecnologia.

La complessità del problema ha determinato la necessità di dover individuare più livelli di analisi, in particolare, Norris (2001) ne ha definiti tre: globale, relativo alle differenze di accesso esistenti tra paesi sviluppati e paesi sottosviluppati; sociale, concernente le differenze tra le persone di un singolo paese, e democratico riguardante la differenza tra coloro che possono, e coloro che non possono usare, le nuove tecnologie per partecipare alla vita politica. Il superamento del digital divide richiede interventi su più variabili tra loro coordinati ed integrati la cui efficienza può essere raggiunta solo con un'analisi approfondita delle barriere all'accesso che possono essere di tipo tecnologiche (infrastrutture, disponibilità di energia, ecc.), culturali (analfabetismo, linguistici) e politiche economiche (costi, licenze d'uso) (Schiesaro).

Dalla fine degli anni novanta la rilevanza del problema è stata riconosciuta come priorità a livello internazionale: sono stati infatti numerosissimi gli interventi ed anche gli investimenti. A livello europeo la priorità superamento del digital divide, considerato come una limitazione alla coesione sociale e allo sviluppo economico, compare già nel 2000 nella Strategia di Lisbona ed poi ancor più valorizzata nel 2005 con il piano i2010.

La commissione europea e le diverse istituzioni europee hanno assunto l'approccio multi prospettico preoccupandosi delle disparità sociali nell'accesso e nell'uso. Proprio per rafforzare questo orientamento la Commissione europea ha coniato l'espressione Digital Exclusion che ha deciso di affrontare con la Strategia e-Inclusion i cui obiettivi sono: prevenire i rischi derivanti dall'esclusione digitale per chi è già svantaggiato e informare sulle nuove opportunità di inclusione.

In merito a quest'ultimo obiettivo è stata realizzata la campagna di sensibilizzazione dal titolo "*e-Inclusion, be part of it*", finalizzata a migliorare la consapevolezza delle opportunità in campo, aumentare la visibilità di buone e innovative pratiche e promuovere il networking tra società civile, imprese e autorità pubbliche.

In conclusione, le ICT sono assimilate a driver di benessere e democrazia, di condivisione, di conoscenza e libertà di pensiero, pertanto, se gestite bene, possono essere un catalizzatore per lo sviluppo e inclusione sociale, mentre una errata gestione può determinare un circolo vizioso di sottosviluppo e di esclusione.

Note

- (1) L'inclusione sociale è intesa come la capacità degli individui sociali (singoli, famiglie, comunità) sono in grado di partecipare al progetto di sviluppo della società e hanno l'opportunità attraverso le risorse economiche, il lavoro, la cultura, l'istruzione, di scegliere il proprio futuro.

Bibliografia

- Cantamessa M., De Leonardis D., Ferro E., Paolucci E., (2007), "*Atleti, Pigri e Bisognosi: Una Nuova Metafora per il Divario Digitale*", Wireless Magazine, Maggio.
- Fusco F. (2005), *Il problema del Digital Divide: l'alternativa dell'Open Source*, Universita' per Stranieri di Perugia.
- Greco G. M., Floridi L. (2004), "*The Tragedy of the Digital Commons*", Ethics and Information Technology, 6(2): 73-81.
- Norris P. (2001), *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and Internet worldwide*, Cambridge University Press.
- Rifkin J. (2000), *L'era dell'accesso*. Mondadori, Milano.
- Schiesaro G.M. (2003), *La sindrome del computer arrugginito*, Seifrontiere, Torino.
- Van Dijk J. (1999), *Sociologia dei nuovi media*, Il Mulino, Bologna.
- Warschauer M. (2004), *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*, The MIT Press Cambridge, England.

Conoscenza e sostenibilità: perché investire in istruzione conviene

di Rita D'Aniello

“L’unico capitale insostituibile che un’organizzazione possiede è il sapere e la capacità dei suoi membri. La produttività di questo capitale dipende dall’efficienza con cui i membri condividono le loro competenze con coloro che possono usarle.”

Andrew Carnegie

La conoscenza è un tema di ricerca che affonda le sue radici nella notte dei tempi; da sempre l’uomo è stato affascinato dal concetto di sapere e dalle modalità con cui giungere ad un’elevata conoscenza del mondo e di sé.

Platone ed Aristotele hanno segnato l’inizio, da parte dei filosofi, della ricerca della razionalità e dell’individuazione di assiomi capaci di legittimare la conoscenza; ciò porta ad affermare che quest’ultima si può definire scienza, assumendone la dignità, quando può essere considerata universale perché frutto di assiomi la cui veridicità è stata dimostrata.

Tra le tesi dei due filosofi, però, già si profila l’esistenza del dualismo tra razionalismo ed empirismo; Aristotele, infatti, nella sua “Analytica Posteriora”, sostiene che “(.....) questi stadi della conoscenza non siano né innati in una forma predefinita, e nemmeno sviluppati a partire da altri più elevati stati di conoscenza, ma derivano dalla percezione sensibile”; con tale approccio il filosofo greco evidenzia il vincolo fondamentale che esiste tra il contesto a carattere specifico in cui si sviluppa la conoscenza e la conoscenza stessa che, quindi, non può esistere a priori.

Immanuel Kant rappresenta, con la sua filosofia, la direzione spesso assunta dall’evoluzione del pensiero speculativo dopo Aristotele e Platone, ovvero il superamento del dualismo tra razionalismo ed empirismo; egli sostiene che “affermare

che ogni conoscenza muove dall’esperienza, non significa sostenere che si esaurisca in essa”.

Tuttavia, la filosofia di Kant non basta a trovare una spiegazione definitiva capace di superare le due posizioni antitetiche; analizzando autori successivi, infatti si osserva come tali posizioni si impongano in maniera prepotente nel dibattito scientifico ridisegnando la dialettica tra conoscenza come frutto della mente o come prodotto dell’esperienza. Questa impostazione è stata mutuata da molte discipline umanistiche e sociali, fino a dare vita a materie di studio specifiche quali la sociologia della conoscenza e l’economia della conoscenza; nell’ambito della sociologia della conoscenza si incontra lo stesso dualismo di cui sopra, esemplificato questa volta dal razionalismo di Menton e dall’empirismo e il riconoscimento dell’importanza dell’esperienza che costituisce il pilastro fondamentale di quel ramo dettagliato della materia costituito dalla sociologia della conoscenza scientifica (cifra Kuhn e Latour).

I mercati fortemente incerti e l’elevato tasso di innovazione, che ha caratterizzato la società occidentale negli ultimi decenni, hanno portato economisti e studiosi del management ad individuare (e forse riconoscere) la conoscenza quale importantissimo oggetto di studio e di riflessione, fino a diventare, per alcuni studiosi il fattore di produzione più importante.

Solo per dare una dimensione di tale affermazione, si possono citare autori come Ducker (“il ruolo della conoscenza nella new economy non è quello di nuova risorsa accanto a quelle tradizionali di capitale, lavoro e terra, ma quello di unica risorsa davvero significativa della contemporaneità”), Toffler (“la conoscenza quale fonte del potere di eccellenza e driver dei cambiamenti nell’equilibrio dei poteri stessi”), Quinn (“il potere economico e produttivo dell’impresa moderna risiede nelle sue capacità intellettuali ancor più che nel suo hardware”);

Continua nella pagina seguente

essi, con le loro tesi, ci sono d'aiuto per cogliere appieno l'importanza che oggi, in un'economia basata sull'innovazione e sul terziario, la conoscenza assume nel pensiero economico ed organizzativo; essa è divenuta, nelle teorie e nei modelli economici un fattore competitivo essenziale sullo scenario dei mercati globali.

Numerosi studiosi occidentali, quindi, sia europei che americani, si sono impegnati, dalla seconda metà del '900 ad oggi, nell'indagine sulla conoscenza in un'ottica economica, speculando sulle sue caratteristiche fondanti e giungendo ad affermare l'importanza e la necessità di un passaggio concettuale da un modello lineare di generazione della conoscenza ad un modello a rete della stessa, grazie al quale si riconosce, sottolineandola, l'importanza del contesto, dell'esperienza pratica e della conoscenza tacita che da essa deriva, della cooperazione tra i soggetti interni ed esterni all'organizzazione e che la conoscenza medesima genera attraverso le sue esternalità.

In tale ottica va interpretato il contributo di Polanyi e la sua definizione di conoscenza tacita al fianco di quella codificata; egli evidenzia come il percorso generatore di idee possa seguire anche una direzione inversa a quella fino ad allora consolidata e considerata, per così dire, ortodossa; infatti, la pratica di un'operazione i cui segreti sono raccolti nella cosiddetta conoscenza tacita può costituire uno spunto alla speculazione scientifica.

Si tratta, quindi, di valutare l'esistenza, accanto ad un procedimento di generazione della conoscenza di tipo top-down di carattere deduttivo, di un procedimento di generazione della conoscenza di natura bottom-up e quindi induttivo.

La conoscenza, esplicita o tacita che sia, è oggi considerata un bene pubblico al servizio della collettività oltre che del singolo individuo e ciò grazie, soprattutto, alle esternalità che essa genera e alla messa in rete della sua diffusione; la conoscenza costituisce, fortunatamente, un bene di difficile appropriabilità e la sua

condivisione, la comunicazione dei risultati a cui essa perviene costituiscono una delle ragioni che inducono a considerarla una leva fondamentale per il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile; essa consente un uso non rivale perché sebbene utilizzata non si distrugge, è inesauribile; i suoi contenuti sono colpiti in maniera differente, rispetto agli altri fattori della produzione, dal fenomeno dell'obsolescenza; la sua trasmissione tra le diverse generazioni consente un iniziale equilibrio intergenerazionale da considerare quale base di partenza da parte dei giovani per il miglioramento continuo del livello di benessere, infatti la conoscenza è, per definizione cumulativa.

Per questa sua natura, la conoscenza è considerata dagli autori moderni un bene collettivo. Da questo punto di vista, infatti, il successo nella creazione di nuova conoscenza, non è mai un successo individuale ma il risultato dell'intervento e della partecipazione dell'intera comunità che ha generato conoscenza fino a quel momento. Tali autori sottolineano, in maniera profonda, il beneficio provocato dalla condivisione e dallo scambio efficiente della conoscenza attraverso l'interazione dei soggetti; da ciò ne deriva che la conoscenza come bene collettivo è allo stesso momento input ed output del processo di apprendimento, qualsiasi conoscenza personale prende forma e vita da una conoscenza accumulata dalla comunità a cui il singolo appartiene e da cui si apprende; al tempo stesso, quest'ultima aumenta il suo stock di conoscenza proprio grazie alla messa in rete, in un modello network, dei contributi degli individui singolarmente considerati; è questa la chiave attraverso la quale si realizza, in tale ambito, quell'equilibrio intergenerazionale capace di garantire un futuro migliore in termini di benessere.

Di ciò si sono resi conto anche le istituzioni e le organizzazioni a ciò deputate; l'UE, attraverso la rivisitazione della Strategia di Lisbona, ha dato nuova linfa all'impegno degli Stati membri nei riguardi

dell'istruzione e della formazione, considerati passaggi fondamentali sul sentiero della conoscenza.

Molti studiosi si sono interrogati sul perché l'investimento in conoscenza costituisca un elemento fondamentale dei modelli economici di sviluppo sostenibile e in tale speculazione scientifica gli stessi non hanno potuto fare a meno di imbattersi in concetti quale rendimento dell'investimento in istruzione, determinanti di scelta degli individui rispetto alla domanda di istruzione.

Federico Cingano e Piero Cipollone, in un recente studio condotto per la Banca d'Italia ed Eurosystema nel 2009, si sono confrontati proprio con la possibilità di determinare quantitativamente il tasso di rendimento di tale investimento, affrontando la ricerca esclusivamente dal punto di vista economico e tralasciando, quindi, ogni commistione di natura politica.

Il primo quesito da sciogliere è sulla natura dell'istruzione: investimento o bene di consumo?

Sebbene le statistiche ufficiali rilevino quella che è la spesa per libri, tasse d'iscrizione etc (considerandola quindi un bene di consumo), gli economisti pensano ad essa come ad un investimento in un bene molto peculiare: il sapere, la conoscenza e quindi il capitale umano.

La teoria dell'investimento in capitale umano è uno degli elementi focali dell'economia dell'istruzione e del lavoro. Secondo tale teoria, l'investimento in istruzione non è diverso, concettualmente, dall'investimento in capitale produttivo; ciò significa che sul piano privato, nella scelta della quantità domandata di istruzione, l'individuo confronta il flusso scontato di costi diretti ed indiretti per l'istruzione con quello dei benefici, rappresentati da una maggiore possibilità di occupazione, da carriere lavorative meno frammentate e da salari più elevati. Ciò sul piano individuale, ma l'investimento in istruzione comporta anche effetti dei quali l'uomo non riesce ad appropriarsi in maniera e-

sclusiva e che esplicano i loro benefici a livello aggregato. Stiamo parlando della cosiddette esternalità (termine coniato da Marshall nel 1920) ovvero di effetti originati dalle decisioni individuali ma esterni ad esse.

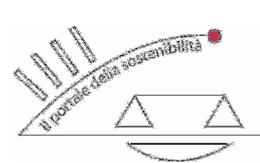
Le esternalità possono riguardare il mondo produttivo, ad esempio, attraverso una maggiore produttività totale dei fattori della produzione (il lavoratore più istruito utilizza meglio le strutture ed i macchinari, ne comprende prima le modalità di utilizzo) o mediante l'adozione di innovazioni tecnologiche; esse possono essere "misurate" attraverso indicatori opportunamente scelti.

Esiste, tuttavia, una serie di esternalità di più difficile interpretazione e quantificazione; ci riferiamo a quegli effetti del capitale umano sul benessere individuale e collettivo rappresentati dalla riduzione della propensione al crimine, dal ruolo attribuito alla prevenzione nell'ambito sanitario (si è riscontrato che esso varia al variare del livello di istruzione, in una relazione diretta), alla riduzione di una serie di comportamenti a rischio per l'individuo e la collettività.

Ne consegue che il calcolo del rendimento in istruzione va operato su piani differenti; a livello individuale e quindi privato, esso si ottiene dal confronto del valore attuale dei benefici personali (individuati in un maggiore salario ed in una maggiore probabilità di occupazione) con quello dei costi, sia di natura diretta (libri, iscrizione etc) che in termini di costo - opportunità (mancato guadagno conseguente alla scelta di studiare anziché immettersi nel mondo del lavoro).

A livello sociale, ovvero sotto la lente di osservazione della collettività, il rendimento in istruzione si ottiene confrontando i costi di natura pubblica e privata con i benefici derivanti dall'aumento di un anno dell'istruzione media in una collettività, intesi in termini di maggiore produttività sul piano aggregato.

L'ultimo punto di vista da cui è possibile effettuare una valutazione del sopra indi-



cato rendimento è quello dell'operatore pubblico; parliamo in tal caso del cosiddetto rendimento fiscale ottenuto confrontando la spesa pubblica e le mancate entrate correnti (dovute alla partecipazione scolastica degli individui) con le maggiori entrate fiscali conseguenza di una base imponibile più elevata dato il maggior livello salariale di cui godranno coloro i quali avranno deciso di investire in istruzione.

L'approccio più immediato della valutazione del rendimento privato dell'istruzione è quello basato sul calcolo del differenziale salariale che testimonia una delle relazioni più consolidate dell'economia del lavoro: quella tra scolarizzazione e redditi percepiti. Ma tale indicatore appare inappropriato per una valutazione esaustiva in quanto esso non tiene minimamente conto dei costi sostenuti per l'investimento, né della maggiore probabilità di occupazione per i soggetti più istruiti.

Nella media dei paesi OCSE, il tasso di occupazione delle persone comprese tra i 25 ed i 64 anni, con un grado di istruzione universitario, è di 10 punti percentuali più elevato rispetto a quello delle persone che non hanno un titolo di studio di livello superiore; tale media è rispettata anche dal nostro paese, sebbene con aspetti a volte molto particolari; in Italia, i vantaggi di una maggiore istruzione si evidenziano particolarmente nelle zone più svantaggiate e deboli del territorio nazionale.

Per un calcolo più completo e veritiero del rendimento privato dell'istruzione bisogna quindi tener conto del suo tasso di rendimento implicito ovvero di quel tasso di sconto che uguaglia il valore atteso netto di tutti i costi e di tutti i benefici derivanti dalla scelta di investire in un bene così particolare. Vien da sé che eventuali sussidi all'istruzione o l'aiuto diretto dello Stato nel sostenimento dei costi diretti derivanti dalla scelta di investimento ne aumentano il rendimento perché riducono il costo privato associato ad esso, pa-

rimenti, in verso opposto, i sussidi di disoccupazione riducono il rendimento perché abbassano il costo opportunità legato alla mancata occupazione.

Come detto in precedenza, i rendimenti dell'investimento in istruzione non sono solo di natura privata ma anche sociale grazie alla presenza di esternalità produttive; esse sono il motivo dell'interesse degli Stati per l'elevamento del livello di istruzione delle popolazioni.

Le fonti delle esternalità sono molteplici, prima fra tutte l'esistenza di un effetto del capitale umano sulla crescita della produttività totale dei fattori; come spiegato in precedenza ciò darebbe vita a benefici di cui difficilmente potrebbe appropriarsi un singolo individuo; inoltre, bisogna considerare il fenomeno del Knowledge spillover, ovvero della diffusione della conoscenza tra gli individui, infatti l'interazione con colleghi più istruiti rende i lavoratori meno istruiti in partenza più produttivi.

Corre l'obbligo di precisare che la dottrina considera rendimento sociale quello ottenuto dalla sommatoria di quelli privati e di quelli pubblici (in quanto generati da esternalità); tuttavia la letteratura empirica è ancora fortemente impegnata in un intenso dibattito in merito.

Fin qui abbiamo discusso sulle esternalità produttive dell'investimento in istruzione ma esiste una serie di altre esternalità che si manifestano attraverso canali differenti rispetto a quelli classici del mondo produttivo; secondo il recente rapporto della Banca d'Italia sui rendimenti dell'istruzione, la letteratura empirica ne ha individuato quattro tipologie: i peer effects (gli studenti sono influenzati dai rendimenti scolastici dei propri compagni di classe), il rapporto tra istruzione e salute, tra istruzione e propensione a delinquere, tra istruzione e partecipazione libera alla vita politica.



FONDAZIONE SIMONE CESARETTI



Un'altra dimensione del rendimento in istruzione, come sopra accennato, è quella fiscale; nel caso dei rendimenti fiscali il soggetto valutatore è l'operatore pubblico che nell'operazione di valutazione confronta il costo della spesa pubblica necessaria ad incrementare il livello d'istruzione con i benefici derivanti sia dal maggiore gettito fiscale futuro sia dai minori costi per il sistema di assistenza sociale.

Dalle ricerche effettuate nell'ambito del sopra indicato rapporto della Banca d'Italia, si evince che in Italia il tasso di rendimento privato dell'istruzione è pari circa al 9 per cento, un valore, questo, superiore a quello derivante da investimenti finanziari alternativi, il rendimento sociale è intorno al 7 per cento e superiore a quello derivante dall'investimento in infrastrutture; l'analisi del rendimento fiscale induce a concludere che, nel lungo periodo, una maggiore spesa necessaria a finanziare un aumento del livello d'istruzione verrebbe più che compensata (specie nelle regioni dell'Obiettivo 1) dall'aumento delle entrate fiscali, ferma restando la struttura del prelievo, oltre che dai minori costi derivanti da una maggiore occupazione.

Da quanto esposto si evince in maniera quasi nitida che l'istruzione non è una spesa ma un investimento, che il poter fare deriva dal saper fare e, in tal senso, la conoscenza è l'unica via percorribile per permettere alle generazioni future il godimento di beni pubblici in misura almeno pari a quella delle generazioni presenti, il capitale intellettuale di cui un'organizzazione può arrivare a godere è presupposto fondamentale per la sua stessa esistenza e per il suo sviluppo sostenibile.

Bibliografia

- Aristotele – *Analytica Posteriora*.
- Kant I. (1950) - *La critica della ragion pura - Lettera*.
- Ducker P.F. (1993) – “*Post-capitalistic society*”, New York: Harper Collins.
- Polanyi M. (1966) – *The tacit dimension*.
- Banca d'Italia (2009) – *Questioni di Economia e Finanza – I rendimenti dell'istruzione di Federico Cingano e Piero Cipollone*.

Conoscenza e responsabilità sociale d'impresa

di Graziella Carbone

L'attuale scenario di riferimento, caratterizzato da profondi cambiamenti di mercato, da preoccupanti problematiche sociali ed ambientali, e da una crescente attenzione della società verso le diverse determinanti della qualità della vita, impone la necessità di impostare con urgenza traiettorie di sviluppo orientate alla sostenibilità. In tale contesto, anche le imprese sono chiamate a ridefinire i propri modelli di business al fine di renderli capaci di coniugare competitività e sostenibilità. A tale proposito è da sottolineare che competitività e sostenibilità sono spesso erroneamente considerati come due obiettivi difficilmente raggiungibili simultaneamente. Al contrario, le complesse interrelazioni esistenti tra l'impresa e la società suggeriscono la rilevanza dell'adozione di comportamenti sostenibili per l'acquisizione di vantaggi competitivi (Porter e Kramer, 2006). Infatti, la crescita d'impresa e il benessere sociale non rappresentano un gioco a somma zero, ma l'attivazione di un percorso di crescita d'impresa più sostenibile può determinare un miglioramento simultaneo sia delle condizioni d'impresa che del contesto competitivo all'interno del quale quest'ultima opera (Porter, Kramer, 2006).

In tale ottica l'adozione di pratiche di gestione e di organizzazione orientate ai principi della Responsabilità sociale si configura come una leva fondamentale per la definizione di strategie in grado di migliorare sinergicamente le condizioni di competitività e di sostenibilità.

Sebbene il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) sia oggetto del dibattito internazionale da molto tempo (già agli inizi del 1953 Brown ne fornisce una prima corposa definizione), esso, ad oggi, non ha ancora una definizione univocamente accettata.

La Commissione Europea, nel libro Verde del 2001, definisce la RSI come "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate, al di là delle prescrizioni legali e degli obblighi contrattuali" (Commissione Europea, 2001).

Inoltre, lo standard Iso 26000 per la Responsabilità Sociale, varato nel 2010, definisce quest'ultima come "l'Assunzione di responsabilità da parte di un'organizzazione per le conseguenze delle sue decisioni e delle sue attività sulla società e sull'ambiente, attraverso un comportamento etico e trasparente".

In generale, possiamo affermare che la Responsabilità Sociale rappresenta una nuova cultura d'impresa che nasce da una visione di sviluppo che pone al centro il rapporto impresa – società. Essa non è da intendersi come un qualcosa dettato solo da logiche etiche e slegate dagli obiettivi economici dell'impresa. Solamente l'adozione di un approccio strategico nell'applicazione di pratiche e comportamenti responsabili permette all'impresa di contribuire al benessere delle società e offre importanti opportunità in termini di miglioramento della capacità di far fronte alle sfide poste dalla società e dai mercati.

L'orientamento ai principi della responsabilità sociale, quindi, non discende esclusivamente da considerazioni di ordine etico e valoriale e non è da confondersi con la filantropia. A tale proposito Porter e Kramer nel loro articolo intitolato "Creating Shared Value" (2011), oltrepassando il concetto di responsabilità, individuano un percorso di sviluppo d'impresa capace di creare un valore condiviso, ovvero che coniuga il progresso sociale con quello economico. La responsabilità sociale, infatti, non può tradursi in un altro standard da certificare, o nell'attivazione scoordinata di una serie di iniziative non integrate nella strategia d'impresa. Essa, invece, è da intendersi come

un nuovo modo di gestire quotidianamente l'attività aziendale capace di guidare i cambiamenti sociali e di rispondere alle aspettative della società integrandole nei sistemi di gestione dei rischi e delle opportunità, nei valori e nelle competenze interne.

Una leva fondamentale per l'adozione strategica di comportamenti d'impresa responsabili è rappresentata dalla conoscenza. Quest'ultima, infatti, attraverso i suoi strumenti intesi come **ricerca e innovazione, formazione, comunicazione** rappresenta una condizione fondamentale per far sì che il mondo produttivo sia capace operativamente e tecnicamente di ripensare alle sue strategie in chiave di responsabilità. Inoltre, la conoscenza è fondamentale per la sensibilizzazione della società civile verso i temi della responsabilità sociale.

Nello specifico, il legame esistente tra responsabilità sociale d'impresa e innovazione è estremamente complesso: l'adozione dei principi della responsabilità sociale richiede la disponibilità di innovazioni sostenibili. Allo stesso tempo, la RSI si configura come un driver importantissimo per l'innovazione in quanto porta alla definizione di nuovi prodotti, servizi, processi e nuove forme organizzative.

Il miglioramento delle relazioni con tutti gli stakeholder dell'impresa, il maggiore dialogo con le comunità locali, la spinta a interpretare e rispondere ai cambiamenti sociali in atto sono solo alcuni dei canali che spiegano in che modo la RSI stimola l'innovazione. Quest'ultima, infatti, è sempre più spesso frutto di un processo collaborativo e sempre di più si è concordi nel sostenere concetti quali: *stakeholder – driven innovation, society – driven innovation e customer – driven innovation*.

Alcuni accademici (come ad esempio Midtun, 2007) hanno fortemente criticato la relazione esistente tra innovazione e responsabilità sociale d'impresa affermando che quest'ultima è molto spesso in-

compatibile con alcuni tipi d'innovazione. Ciò ci porta ad affermare che è l'investimento responsabile in innovazione, formazione e comunicazione ad essere una condizione fondamentale per porre in essere operativamente e tecnicamente le strategie di RSI.

Anche la relazione esistente tra formazione e responsabilità sociale d'impresa è complessa e di varia natura. Infatti, da un lato la formazione continua dei lavoratori rappresenta una delle azioni attraverso cui le imprese possono rendere la propria organizzazione più responsabile, dall'altro la creazione di un sistema di imprese responsabile richiede la disponibilità di capitale umano capace di gestire e implementare le innovazioni sostenibili oltre che sensibile alle problematiche della sostenibilità e in grado di interpretare i cambiamenti sociali in atto.

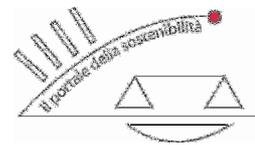
Infine, riguardo al tema della comunicazione, è da sottolineare che l'adozione di piani finalizzati a ridurre le asimmetrie informative e migliorare la trasparenza nelle relazioni con i consumatori è fondamentale all'interno di strategie d'impresa orientate ai principi della responsabilità. Allo stesso tempo, la sensibilizzazione verso alcune tematiche che rivestono un ruolo fondamentale per la sostenibilità del benessere (esempio salute, riciclo, ecc) rappresenta una nuova mission delle strategie responsabili di comunicazione capaci di migliorare non solo l'orientamento alla società dell'impresa, ma anche in grado di migliorare la competitività attraverso una maggiore fidelizzazione e fiducia dei consumatori nei confronti dell'impresa.

Bibliografia

- Bowen (1953), *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York
- Commissione europea (2001a) Libro Verde Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese, (COM) 366 del 18 luglio 2001, Bruxelles.
- Midtun, A. (2007), *Corporate Responsibility from a Resource and Knowledge Perspective. Towards a Dynamic Reinterpretation of C(S)R: Are Corporate*



FONDAZIONE SIMONE CESARETTI



Responsibility and Innovation Compatible or Contradictory?, *CorporatGovernance* 7, 401-413.

- Porter, Kramer (2011) *Creating Shared Value*, Harvard Business Review, January-February 2011
- Porter, M.E. e Kramer M.R. (2006), "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", Harvard Business Review.

L'etichettatura nutrizionale quale strumento per incrementare la coscienza salutistica dei consumatori

di Azzurra Annunziata

Introduzione

Negli ultimi anni l'Europa ha registrato un aumento in diverse malattie croniche legate a fattori alimentari e stile di vita.

Il veloce incremento di obesità, malattie cardiovascolari, diabete e tumori rappresenta oggi il principale fattore di rischio per la salute dell'uomo. Secondo i dati pubblicati dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'86% dei decessi e il 77% della perdita di anni di vita in buona salute, nonché il 75% delle spese sanitarie in Europa e in Italia sono causati da alcune patologie correlate allo stile alimentare e che hanno in comune fattori di rischio modificabili, quali l'obesità e sovrappeso, l'abuso di alcol, lo scarso consumo di frutta e verdura, la sedentarietà, l'eccesso di grassi nel sangue e l'ipertensione arteriosa. Al tempo stesso, dal punto di vista economico, la diffusione dell'obesità porta a significativi effetti in termini di aumento dei costi che gravano sui sistemi sanitari nazionali e in termini di perdite di produttività per il sistema economico. Ciò determina un'esternalità negativa, e quindi un fallimento di mercato, associato ad un sovra-consumo di alimenti (Banterle et al., 2009; Mazzocchi et al., 2009).

Studi effettuati dall'Organizzazione Mondiale della Sanità mostrano come i costi economici legati all'obesità raggiungono, in alcuni Paesi europei, l'1% del prodotto interno lordo e rappresentano il 6% della spesa sanitaria diretta. Inoltre, i costi in-

diretti (dovuti alle morti premature, alla riduzione della produttività lavorativa e ai relativi guadagni) sono doppi rispetto a quelli diretti.

Con specifico riferimento alla realtà italiana, il diffondersi delle malattie croniche e l'aumento dell'obesità hanno mostrato trend sempre crescenti negli ultimi anni, raggiungendo livelli allarmanti soprattutto per quanto riguarda le giovani generazioni. Sulla base dei dati pubblicati dall'Istat e dall'Inran (2007) è possibile affermare che il tasso di obesità nella popolazione adulta è di circa il 10% (contro il 12,9% della Germania, il 13,1% della Spagna, il 23% del regno Unito) tuttavia nella fascia di età tra i 6 e i 17 anni, 1 bambino su 3 è sovrappeso e 1 su 4 è obeso dato particolarmente allarmante in quanto evidenze scientifiche riconoscono all'obesità in età preadolescenziale e adolescenziale una forte capacità predittiva dello stato di obesità in età adulta e, quindi, dello sviluppo di specifiche malattie croniche.

In questo contesto le informazioni nutrizionali sulle etichette degli alimenti rappresentano uno strumento indispensabile per aiutare i consumatori a fare scelte più consapevoli e salubri, fornendo loro delle informazioni indispensabili che diversamente non potrebbero reperire. L'etichettatura nutrizionale possiede, infatti, un elevato potenziale nella presa in considerazione del fattore salute nelle scelte alimentari.

Nonostante l'importanza dei problemi legati alla nutrizione e le abitudini alimentari che coinvolgono la popolazione europea, nell'Unione europea, l'etichettatura nutrizionale è ancora su base volontaria.

In tempi recenti è stata riconosciuta maggiore importanza a questo strumento, con l'approvazione del Reg. 1924 / 2006 ha introdotto un regime obbligatorio per l'uso di indicazioni nutrizionali e sulla salute dei prodotti alimentari, che richiedono specifiche richieste standardizzate in linea con le proprietà nutrizionali. Attualmente è al vaglio della Commissione un nuovo regolamento che mira ad introdurre



re un sistema standardizzato obbligatorio, riguardo l'etichettatura nutrizionale. Il presente contributo intende, appunto, offrire una breve rassegna in materia di etichettatura ed informazione al consumatore ed analizzare gli aspetti salienti dell'attuale dibattito politico in materia di etichettatura nutrizionale con l'obiettivo di fornire alcune considerazioni in merito alle potenzialità legate all'implementazione di un nuovo regime di etichettatura.

Il ruolo dell'etichettatura nella riduzione dell'asimmetria informativa

L'impatto del flusso di informazioni che oggi investe il consumatore, diventa cruciale nell'orientamento delle scelte di acquisto e nella valutazione delle caratteristiche qualitative dei prodotti (Boccaletti, 1995). Il consumatore, infatti, si trova ad affrontare numerosi problemi legati alla ricerca di informazioni, alla loro elaborazione e assimilazione e al loro impatto sulle proprie scelte di acquisto. L'analisi dei problemi informativi, e in particolare delle imperfezioni dei meccanismi di trasmissione dell'informazione, in presenza di comportamenti opportunistici e di razionalità limitata degli agenti, hanno determinato sviluppi importanti all'interno della teoria economica sul tema della qualità soprattutto con riferimento ai prodotti agricoli. Come noto, l'informazione circa la qualità e la sicurezza degli alimenti non è perfetta⁽¹⁾. Nel mercato alimentare infatti l'ambiente informativo si caratterizza a seconda se gli attributi che determinano la qualità dei prodotti sono di natura *search*, se i consumatori possono determinare la qualità prima dell'acquisto esaminando direttamente il prodotto, *experience*, se il consumatore non è in grado di valutare la qualità prima della diretta esperienza di consumo, o *credence*, quando è impossibile per il singolo consumatore giudicare la qualità sia prima dell'acquisto che dopo il consumo (Nelson, Darby and Karn).

Problemi legati all'incompletezza delle informazioni e all'asimmetria informativa si verificano, in particolare, quando il prodotto è caratterizzato prevalentemente da attributi di tipo *experience* o *credence*. In questi casi, infatti, se la qualità non riesce ad essere efficacemente segnalata al consumatore, questo non riconoscerà a prodotti migliori un prezzo premium, per cui si orienterà verso prodotti qualitativamente inferiori. Di conseguenza, la presenza di informazione imperfetta, l'esistenza dei costi di transazione e di esternalità nell'acquisizione e nell'utilizzo di informazioni da parte del consumatore, possono spingere il mercato della qualità al fallimento. E' stato inoltre sottolineato come questo sia vero in particolare sui mercati caratterizzati da attributi credence di tipo negativo, che connotano ad esempio la sicurezza e la salubrità dei prodotti. In questi casi, infatti, si genera un incremento della domanda di informazioni-garanzie che se non soddisfatta genera confusione e disordine nei consumatori, diminuendo il loro benessere. In questo contesto l'etichettatura appare come uno strumento centrale per segnalare la qualità ai consumatori, in quanto agisce mitigando le inefficienze derivanti dall'asimmetria informativa, favorendo l'incremento ed il miglioramento del flusso informativo tra produttore e consumatore, ma anche tra i produttori stessi (Annunziata e Aprile, 2006). Al tempo stesso, per le aziende l'etichettatura si presenta come una delle diverse occasioni pubblicitarie per comunicare con il cliente, come un elemento fondamentale della qualità funzionale del prodotto, parte dello stesso che contribuisce a crearne il valore. In tal caso quindi, l'etichettatura favorirà la differenziazione tra prodotti e permetterà alle aziende di richiamare l'attenzione dei consumatori sugli attributi maggiormente coerenti con le proprie esigenze. Sulla base delle diverse definizioni proposte è possibile individuare tre principali

obiettivi che l'etichettatura mira a raggiungere:

- Assicurare un adeguato livello di informazione ai consumatori relativamente ad aspetti basilari del prodotto, nonché ad aspetti legati alla sua sicurezza e salubrità dello stesso;
- Proteggere i consumatori e le industrie da eventuali comportamenti fraudolenti, quindi dare trasparenza e chiarezza al commercio;
- Fungere da veicolo per il marketing e la promozione dei prodotti, promuovendo una competizione equa.

Dagli obiettivi sopra elencati, emerge chiaramente che l'etichettatura si configura contemporaneamente come veicolo informativo, promozionale e di tutela del consumatore. In particolare, in letteratura la principale funzione attribuita all'etichettatura è quella di fungere da strumento di aiuto diretto nelle decisioni di acquisto del consumatore (Caswell, and Mojduzka, 1996; Caswell and Padberg, 1992). L'etichettatura infatti, operando un miglioramento dell'ambiente informativo relativo agli attributi di qualità del prodotto, fornendo al consumatore informazioni di base che lo guidano nelle sue decisioni di acquisto. In particolare essa favorisce la trasformazione degli attributi *experienze* e *credence* in attributi *search*, osservabili dal consumatore prima dell'acquisto.

E' proprio in questo senso che si configura l'etichettatura nutrizionale che costituisce un validissimo strumento informativo e di tutela per la salute del consumatore, consentendogli di scegliere i prodotti alimentari anche in base ad attributi *credence*, quali la loro composizione, le proprietà nutrizionali, il contenuto di grassi e zuccheri, favorendo la possibilità di seguire una dieta equilibrata, fondamentale in un contesto in cui è sempre più riconosciuto lo stretto legame tra alimentazione e salute.

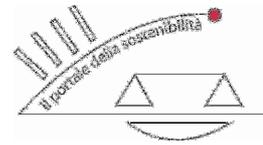
Tuttavia, va evidenziato come nella realtà il vantaggio, in termini di miglioramento del benessere, che il consumatore può

ottenere dall'incremento delle informazioni a sua disposizione, dipende dai relativi costi di transazione che egli deve sostenere per acquisire le stesse, nonché da come il messaggio viene recepito. L'etichettatura infatti, impone al consumatore dei costi che ovviamente variano a seconda dell'importanza che quest'ultimo attribuisce all'informazione stessa. Consumatori che attribuiscono un basso valore a determinati attributi che connotano la qualità di un determinato prodotto, non trarranno alcuna utilità dall'informazione ma saranno costretti a subirne i relativi costi, ottenendo in tal modo una perdita di benessere.

L'attuale dibattito in merito alla normativa europea in materia di etichettatura nutrizionale

Le politiche per l'etichettatura differiscono da altre forme di intervento pubblico in quanto influenzano in maniera diretta l'ambiente informativo nel quale il consumatore si trova a dover effettuare le sue scelte di acquisto. La loro efficacia nell'influenzare il funzionamento del mercato è strettamente legata alla tipologia e alla quantità di informazioni che vengono proposte ai consumatori e all'importanza che questi ultimi attribuiscono alle stesse. In qualità di strumento di politica economica l'etichettatura gioca diversi ruoli, non solo rispetto al consumatore, ma anche rispetto all'intero sistema di mercato, influenzando le scelte strategiche dei produttori ed il funzionamento di altre politiche (Caswell and Padberg, 1992; Crespi and Marette, 2003).

In ambito comunitario l'etichettatura nutrizionale è disciplinata dalla Direttiva 90/496/CEE del 01.10.1990, nata in seno ad un programma di azione contro il cancro, con l'obiettivo di permettere al consumatore di fare liberamente e consapevolmente le proprie scelte alimentari. La Direttiva definisce l'etichettatura nutrizionale come "ogni informazione figurante sull'etichetta relativa al valore energetico



e ai nutrienti seguenti: *proteine, glucidi, lipidi, fibre alimentari, sodio, vitamine e sali minerali*". Tuttavia, punto sostanziale della normativa è la *non obbligatorietà* per le industrie alimentari di adottare l'etichetta nutrizionale, in base alla stessa infatti "L'*etichettatura nutrizionale è facoltativa, tuttavia diviene obbligatoria allorché un'indicazione nutrizionale figura sull'etichetta, in una presentazione ovvero in una pubblicità*⁽²⁾".

In tal senso, la disciplina Europea appare meno rigorosa, rispetto a quella vigente in altri paesi come ad esempio gli Stati Uniti⁽³⁾ e l'Australia, in cui l'etichettatura nutrizionale è obbligatoria per quasi la totalità dei prodotti commercializzati, ed è disciplinata da leggi che ne definiscono in maniera dettagliata contenuto e dimensioni.

La non obbligatorietà dell'etichettatura nutrizionale nel contesto Europeo rappresenta chiaramente un argomento molto dibattuto, in considerazione dell'importantissimo ruolo sociale che la stessa potrebbe svolgere, nella prevenzione e nel controllo di patologie correlate all'alimentazione.

Nel 2004 l'EUFIC ha condotto una ricerca per esplorare le aspettative dei consumatori nei confronti delle etichette nutrizionali. Questa ricerca ha rivelato come la maggior parte dei consumatori pensa che le etichette nutrizionali non siano facili da consultare e non siano sempre confrontabili, di conseguenza tendono ad ignorarle⁽⁴⁾.

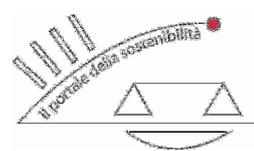
Inevitabilmente il primo passo per abituare i consumatori ad avvalersi di questo importante strumento di controllo della propria dieta è rappresentato dall'obbligatorietà della stessa. Questa necessità è stata sottolineata anche nel Libro bianco del 2007, intitolato "*Una strategia europea per i problemi di salute legati all'alimentazione, al sovrappeso e all'obesità*" che ha evidenziato come, la presenza dell'etichetta nutrizionale soltanto su alcune confezioni limita di fatto la sua utilizzazione quale parametro di confronto

tra prodotti simili di marche diverse, e non contribuisce certo a formare nel consumatore l'opinione di trovarsi di fronte ad una fonte di informazioni determinate per le proprie scelte.

Di conseguenza, negli ultimi anni, la Commissione sta rivedendo la legislazione relativa all'etichettatura nutrizionale per rafforzare la normativa al fine di attribuirle un ruolo di informazione dei consumatori.

A seguito di una consultazione in materia di etichettatura realizzata nella primavera 2006, rispetto alla quale sono state ricevute 175 risposte, la Commissione sta procedendo al riesame delle scelte in materia di etichettatura dei prodotti alimentari. Fra gli aspetti presi in considerazione nell'ambito della consultazione, vi rientra anche la possibilità di introdurre l'etichettatura obbligatoria e il numero di sostanze nutritive che devono figurare sull'etichetta, nonché la regolamentazione relativa all'etichettatura o identificazione semplificata (vale a dire posta nella parte anteriore della confezione). Tuttavia si è ancora lontani dal raggiungimento di una soluzione armonizzata poiché gli interessi in causa sono molteplici e diversi. L'industria è preoccupata per la natura vincolante della legislazione e la relativa l'incidenza sulla configurazione degli imballaggi, di conseguenza è propensa ad adottare un approccio volontario più flessibile. I singoli Stati membri, dal loro canto, sono consapevoli della necessità di ridurre gli ostacoli al mercato interno e auspicando un approccio armonizzato, pur proponendo un incremento della flessibilità a livello nazionale, in particolare in quei paesi dove sono già utilizzati sistemi di etichettatura nutrizionale innovativi.

Altra possibile ipotesi al vaglio della Commissione è il ricorso ad un approccio alternativo non legislativo (coregolamentazione) nel tentativo di trovare un compromesso tra flessibilità e obbligatorietà e tra un'azione a livello nazionale e un'azione a livello comunitario,



mediante il ricorso ad una governance a più livelli.

In estrema sintesi gli interventi proposti dalle diverse parti in causa vanno dalla deregolamentazione all'aggiornamento della legislazione comunitaria, passando per l'adozione di misure legislative nazionali ed infine per un approccio non legislativo. Chiaramente l'abrogazione delle norme armonizzate genererebbe l'adozione di normative nazionali provocando differenze tra le legislazioni nazionali che impedirebbero il buon funzionamento del mercato interno, creerebbe confusione tra i consumatori generando livelli di protezione diversi per i cittadini europei.

La necessità di garantire un elevato livello di tutela dei consumatori vigilando sulle indicazioni nutrizionali infondate, esagerate o non veritiere relative ai prodotti alimentari, emersa nell'ambito di questo dibattito, ha portato nel gennaio 2007 all'adozione del Regolamento 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, quale esempio di primo testo legislativo specifico che affronta il tema delle indicazioni nutrizionali e sulla salute⁽⁵⁾.

Attualmente è ancora in fase di valutazione la proposta di un nuovo regolamento relativo alla fornitura di informazioni alimentari, avanzata dalla Commissione nel 2008 (COM(2008) 40, non pubblicato sulla Gazzetta ufficiale), con l'obiettivo di consolidare e aggiornare due settori della legislazione in materia di etichettatura, ossia l'etichettatura generale dei prodotti alimentari e l'etichettatura nutrizionale, rispettivamente disciplinati dalle direttive 2000/13/CE e 90/496/CEE.

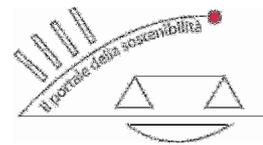
Nello specifico, per quanto riguarda l'etichettatura nutrizionale la nuova proposta di regolamento, cerca di trovare un compromesso tra le diverse posizioni, e mira a rendere obbligatorie in etichetta alcune "dichiarazioni nutrizionali obbligatorie"⁽⁶⁾ prevedendo anche degli specifici standard per uniformare e semplificare l'espressione delle stesse.

Riflessioni conclusive

La breve rassegna presentata in questo contributo evidenzia l'esistenza di un vasto consenso nell'ammettere che occorre rafforzare l'efficacia dell'etichettatura nutrizionale in quanto strumento capace di fornire un'adeguata spiegazione sui profili nutrizionali degli alimenti e di aiutare il consumatore nello scegliere un'alimentazione equilibrata, fornendo un importante incentivo al consumo di prodotti più salutari.

Al tempo stesso, va considerato che l'etichettatura nutrizionale obbligatoria potrebbe influenzare la formulazione dei prodotti stessi, fornendo all'industria alimentare un incentivo alla produzione di prodotti più salutari. Tuttavia, nella valutazione dei potenziali effetti di un sistema di etichettatura nutrizionale obbligatoria è necessario considerare che l'etichettatura potrebbe essere un valido strumento per comunicare ai consumatori gli attributi di qualità dei prodotti offerti se vengono soddisfatte alcune indispensabili condizioni.

In primo luogo bisogna fornire al consumatore un'informazione chiara, concisa ed informativa. Riportando informazioni poco chiare in etichetta non si fa altro che aumentare i costi di ricerca che i consumatori devono sostenere per la valutazione della qualità di un prodotto. Inoltre, è fondamentale la corretta individuazione delle informazioni da includere in etichetta tenendo conto delle necessità dei consumatori, ma anche della loro disponibilità a sostenerne i relativi costi. E' inoltre necessario migliorare le modalità con cui il messaggio viene proposto ai consumatori, favorendo una comprensione più semplice ed immediata delle stesse, mediante l'identificazione di parametri standard che favorirebbero anche il confronto tra prodotti. Infine, bisognerebbe implementare delle campagne di educazione pubblica per incrementare l'interesse dei consumatori verso le etichette alimentari, spronandoli a leggerle non solo al momento degli acquisti ma anche in altre occasioni meno



stressanti, fornendogli inoltre gli strumenti necessari per una migliore comprensione. In assenza di efficaci politiche di educazione del consumatore, gran parte delle informazioni presenti in etichetta risulterebbe inutilizzata, generando in tal modo solo dei costi a carico dell'industria e dei consumatori stessi.

Note

- (1) Il problema dell'incompletezza delle informazioni sul mercato è stato affrontato nel 1970 da Akerloff, il quale ha mostrato come in presenza di una distribuzione non equa dell'informazione il mercato tende a fallire, in quanto si innescano meccanismi di selezione avversa che determinano la fuoriuscita dal mercato dei prodotti di buona qualità a vantaggio di quelli di qualità inferiore.
- (2) Per "informazione nutrizionale" si intende una descrizione e un messaggio pubblicitario che affermi, suggerisca o richiami che un alimento possiede particolari caratteristiche nutrizionali inerenti al valore energetico che esso fornisce o fornisce a tasso ridotto o maggiorato ovvero non fornisce e ai nutrienti che esso contiene o contiene in proporzione ridotta o maggiorata ovvero non contiene."
- (3) In particolare, negli USA numerosi studi sul comportamento dei consumatori, condotti sia dalla Food and Drug Administration, che da gruppi di esperti del settore hanno portato alla proposta nel gennaio 1993 di una nuova etichettatura nutrizionale. Tale regolamento si è conformato alle disposizioni del "Nutrition Labelling and Education Act" (NLEA) che richiede esplicitamente l'obbligatorietà dell'etichetta nutrizionale.
- (4) Il progetto si chiama FLABEL (Food Labelling to Advance Better Education for Life, Etichettatura alimentare per una migliore educazione per la vita), è finanziato dalla Commissione Europea e studia come l'etichettatura nutrizionale sulle confezioni alimentari influisca sulle scelte alimentari e sulle abitudini dei consumatori in Europa.
- (5) Il Regolamento sulle Indicazioni Nutrizionali e sulla Salute è inteso a tutelare i consumatori da informazioni che possono essere fuorvianti tramite il controllo sulle indicazioni nutrizionali e sulla salute. Per quanto riguarda le indicazioni sulla salute, il controllo sarà realizzato conseguito con l'istituzione di un elenco di indicazioni consentite, che sarà elaborato in tre fasi.
- (6) Le "dichiarazioni nutrizionali obbligatorie" proposte comprendono: a) valore energetico; b) eccettuate le bevande con contenuto alcolico superiore all'1,2 % in volume, la quantità di grassi, acidi grassi saturi, zuccheri e sale. Le dichiarazioni nutrizionali possono inoltre precisare le quantità di uno o più dei seguenti elementi: a) acidi grassi trans; b) acidi grassi monoinsaturi; c) acidi grassi polinsaturi; d) poliooli.
- e) amido; f) fibre alimentari; g) proteine; h) tutti i sali minerali o vitamine. Oltre alle dichiarazioni nutrizionali per 100g o 100ml, le informazioni fornite possono essere espresse per porzione, secondo la

quantificazione precisata sull'etichetta, a condizione che il numero di porzioni contenute nell'imballaggio sia indicato.

Bibliografia

- Aprile M. C., Annunziata A. (2006) "Informazione, etichettatura e comportamento del consumatore: un'analisi sull'uso delle etichette alimentari da parte del consumatore" in Rivista di Economia Agro-Alimentare, anno X, N. 2 - 2006, pag. 111-129.
- Banterle A., Baldi L., Stranieri S. (2008), *Do nutritional claims matter to consumers? An empirical analysis considering European requirements*. VIII International Conference on Management in Agri-Food Chains and Networks. Ede-Wageningen (NL) May, 2008.
- Caswell J., Mojduszka E.M. (1996) "Using Informational Labelling to Influence the Market for Quality in Food Products", *American Journal of Agricultural Economics*, 78, pp.1248-1253.
- Caswell J., Padberg D.I. (1992) "Toward a More Comprehensive Theory of Food Labels", *American Journal of Agricultural Economics*, 74, pp. 460-468.
- Crespi J., Marette S. (2003) "Some Economic Implications of Public Labelling". *Journal of Food Distribution Research*, 34, 3 (2003): 83-94.
- Darby M. R. and Karni, E. (1973) "Free Competition and the Optimal Amount of Fraud", *Journal of Law and Economics*, Vol. 16, 1973.
- Golan E., Kuchler, F., Mitchell L., Greene C., and Jessup A. (2001). *Economics of Food Labeling*. *Journal of Consumer Policy*. Springer Netherlands. 24(2)2001:117 - 184.

Tutela delle identità territoriali e sviluppo sostenibile

di Immacolata Viola

La definizione di sviluppo sostenibile è quella contenuta nel [rapporto Brundtland](#), elaborato nel [1987](#) dalla Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo e che prende il nome dall'allora premier norvegese [Gro Harlem Brundtland](#), che presiedeva tale commissione: « Lo sviluppo sostenibile, lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto processo di cambiamento tale per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali »⁽¹⁾.

Nel documento si enfatizza la tutela dei bisogni di tutti gli individui, in un'ottica di legittimità universale ad aspirare a migliori condizioni di vita e si sottolinea la necessità e l'importanza di una maggiore partecipazione dei cittadini, per attuare un processo effettivamente democratico che contribuisca alle scelte a livello internazionale. Lo sviluppo sostenibile impone, quindi, di soddisfare i bisogni fondamentali di tutti e di estendere a tutti la possibilità di attuare le proprie aspirazioni ad una vita migliore. Il soddisfacimento di bisogni essenziali esige non solo una nuova crescita economica per nazioni in cui la maggioranza degli abitanti sono considerati poveri, ma anche la garanzia che tali poveri abbiano la loro giusta parte delle risorse necessarie a sostenere tale crescita. Tale equità dovrebbe essere coadiuvata sia da sistemi politici che assicurino l'effettiva partecipazione dei cittadini nel processo decisionale, sia da una maggior democrazia a livello delle scelte internazionali.

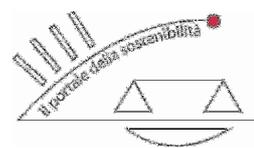
Nel 1994, l'ICLEI (International Council for Local Environmental Initiatives)⁽²⁾ ha fornito un'ulteriore definizione di sviluppo sostenibile: "Sviluppo che offre servizi ambientali, sociali ed economici di base

a tutti i membri di una comunità, senza minacciare l'operabilità dei sistemi naturali, edificato e sociale da cui dipende la fornitura di tali servizi". Ciò significa che le tre dimensioni economiche, sociali ed ambientali sono strettamente correlate, ed ogni intervento di programmazione deve tenere conto delle reciproche interrelazioni.

L'ICLEI, infatti, definisce lo sviluppo sostenibile come lo sviluppo che fornisce elementi ecologici, sociali ed opportunità economiche a tutti gli abitanti di una comunità, senza creare una minaccia alla vitalità del sistema naturale, urbano e sociale che da queste opportunità dipendono.

Cosa implica il concetto di sostenibilità? Esso implica la capacità di un processo di sviluppo di sostenere nel corso del tempo la riproduzione del capitale fisico, umano, sociale e ambientale (Fondazione Simone Cesaretti)⁽³⁾. Lo sviluppo sostenibile è un obiettivo strategico politicamente irrinunciabile che richiede soluzioni complesse volte ad integrare aspetti sociali, ambientali, culturali, economici, istituzionali. Ha un orizzonte temporale esteso e non è determinabile univocamente; richiede una approfondita e organica conoscenza dell'ambiente (sociale, naturale, culturale, economico, istituzionale locale) ed impone, infine, la partecipazione attiva di tutti, la condivisione di responsabilità e la costruzione del consenso.

Attualmente il modello di sviluppo non presenta i suddetti caratteri della sostenibilità a causa delle enormi disuguaglianze nelle condizioni di vita attuali e le minacce al futuro della vita umana. Il problema, di conseguenza, diviene la messa in campo di un nuovo modello di sviluppo che trovi fondamento in una nuova e vera politica della sostenibilità. Quest'ultima, infatti, rappresenta il presupposto imprescindibile per qualsiasi strategia futura che intenda perseguire uno sviluppo umano che assicuri a tutti il raggiungimento delle libertà (Fondazione Simone



Cesaretti⁽⁴⁾. La Fondazione Simone Cesaretti ritiene, pertanto, fondamentale: porre in essere strategie che tutelino le identità; avere la capacità di affrontare le sfide alla sostenibilità ed infine definire azioni (policy) compatibili alla tutela delle identità.

Cosa si intende per identità? Il termine identità indica l'uguaglianza di un oggetto rispetto a se stesso, ma la nozione di identità è utilizzata in vari ambiti con valenze differenti. L'identità, sia essa individuale, etnica, culturale o di genere, viene sempre più spesso intesa come il prodotto di un processo di identificazione e differenziazione nei confronti dell'alterità, caratterizzato non tanto da elementi di continuità e conservazione quanto da un insieme di attribuzioni continuamente rinegoziate alle interno di relazioni specifiche.

La tutela delle identità consente lo sviluppo umano e quindi il benessere dell'essere umano.

Lo sviluppo umano è, secondo la definizione dell'UNDP⁽⁵⁾, «un processo di ampliamento delle possibilità umane che consenta agli individui di godere di una vita lunga e sana, essere istruiti e avere accesso alle risorse necessarie a un livello di vita dignitoso», nonché di godere di opportunità politiche economiche e sociali che li facciano sentire a pieno titolo membri della loro comunità di appartenenza. Obiettivi generali dello sviluppo umano sono: promuovere la crescita economica sostenibile, migliorando in particolare la situazione economica delle persone in difficoltà; migliorare la salute della popolazione, con attenzione prioritaria ai problemi più diffusi e ai gruppi più vulnerabili; migliorare l'istruzione, con priorità all'alfabetizzazione, all'educazione di base e all'educazione allo sviluppo; promuovere i diritti umani, con priorità alle persone in maggiore difficoltà e al diritto alla partecipazione democratica; migliorare la vivibilità dell'ambiente, salvaguardare le risorse ambientali e ridurre l'inquinamento. Insieme agli indicatori

che si riferiscono alla sola crescita economica (PIL), non considerando gli squilibri e le contraddizioni che stanno dietro alla crescita, l'U.N.D.P. utilizza dal 1990 un nuovo indicatore di sviluppo umano (ISU o HDI nell'acronimo inglese). L'indice di sviluppo umano tiene conto dei seguenti fattori: il reddito, rappresentato dal prodotto interno lordo (Pil) individuale; il livello di sanità, rappresentato dalla speranza di vita alla nascita ed infine il livello d'istruzione, rappresentato dall'indice di alfabetizzazione degli adulti e dal numero effettivo di anni di studio.

In questo lavoro si intende affrontare, in particolare, il tema delle identità territoriali, in quanto risulta fondamentale il ruolo che i territori (e le loro identità) rivestono nella definizione di strategie di sviluppo sostenibile.

Un territorio può essere definito come: un insieme di fattori sia materiali che immateriali che, grazie all'elemento della prossimità e alla riduzione dei costi di transazione che essa comporta, possono divenire anche esternalità patrimoniali; un sistema di relazioni, economiche e sociali, che vanno a costituire il capitale sociale di un certo spazio geografico; un sistema di governance locale, che unisce e regola una collettività, un insieme di attori privati e pubblici in una visione di comunità. Secondo Max Weber un territorio è una "comunità di destino", sottolineando come chi viva in un determinato territorio sia accomunato ad altri dal poter accedere a certe possibilità di vita, in termini di opportunità di lavoro, di reddito, di consumo, di interazioni sociali. Ai fattori, che potremmo definire artificiali e storici, (quali i valori culturali, la conoscenza, il capitale e i servizi collettivi), si aggiungono quelli relativi alla dotazione naturale di beni del territorio e alla sua collocazione geografica. Il complesso di queste risorse definisce l'identità di un territorio.

L'identità di un territorio consente allo stesso di affrontare le sfide esterne, siano esse economiche, politiche e ambientali⁽⁶⁾. Lo sviluppo o il declino di un territo-

rio sono condizionati dalla sua identità originaria, plasmata nel tempo dalla storia, ma soprattutto dipendono dalla capacità di tutelare e ridefinire le identità per adattarle alle sfide emergenti.

Il capitale umano, il capitale sociale e il capitale culturale costituiscono le principali determinanti dell'identità di un territorio. Il capitale umano si basa sul miglioramento costante delle abilità e delle capacità di: analizzare, diagnosticare, concepire proposte, progettare, sperimentare, migliorare, realizzare, valutare, diffondere soluzioni. Non si tratta solo di qualità tecniche o amministrative, ma fondamentalmente di capacità di sviluppo individuale autonomo e complessivo; capacità di tipo imprenditoriale che implicano assunzione del rischio, soluzione dei problemi, negoziazione, collaborazione, decisione, innovazione gestionale, etc. Tali capacità rappresentano le identità culturali e le potenzialità delle comunità sociali di un contesto locale.

“La cultura, [...], è quell'insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l'arte, la moralità, il diritto, il costume e qualsiasi altra capacità acquisita dall'uomo come membro di una società”⁽⁷⁾ (Tylor, 1871).

La cultura, secondo Parsons⁽⁸⁾ (1951), svolge la “funzione della latenza”: essa fornisce all'attore sociale la motivazione e il senso dell'azione attraverso i valori, le norme, le idee che gli individui apprendono ed interiorizzano durante il processo di socializzazione. L'uso del termine latenza è giustificato dal fatto che la cultura non agisce direttamente. Il sistema culturale partecipa dall'esterno all'azione, in quanto le fornisce l'orientamento.

Il capitale sociale è l'insieme delle istituzioni, delle regole, dei valori condivisi e delle reti di relazioni interpersonali che costituiscono risorse per la produzione di benessere a disposizione degli individui e della collettività. Secondo Torsvik (2000), il capitale sociale è il risultato del contesto culturale storico di una comunità; la sua implementazione ottimale è in

grado di migliorare la fiducia riducendo l'incertezza legata alla probabilità di comportamenti opportunistici, stimolando le transazioni. Il capitale sociale è quindi un bene pubblico, poiché gli individui non possono appropriarsi in modo esclusivo dei benefici determinati dalla fiducia, dalle norme sociali e dalle reti di relazioni, e perché, nella maggior parte dei casi, non pagano alcun prezzo per avvalersene. Come ogni bene pubblico, tende a essere prodotto, da parte del settore privato, al di sotto del livello ottimo dal punto di vista sociale.

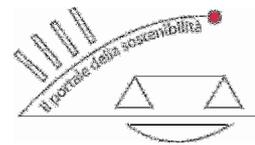
Per un territorio possedere e valorizzare la propria identità costituisce una leva fondamentale per attrarre al suo interno risorse, investimenti e capitali e metabolizzarli a vantaggio degli attori che ne fanno parte. Risulta evidente che l'identità territoriale racchiude in sé una valenza forte e determinante.

Note

- (1) Rapporto Brundtland, (1987).
- (2) ICLEI, International Council for Local Environmental Initiatives, 1994.
- (3) Portale della Sostenibilità—Fondazione Simone Cesaretti.
- (4) Portale della Sostenibilità - Fondazione Simone Cesaretti
- (5) UNDP, United Nations Development Programme.
- (6) Triglia Carlo (2009), *Fondazioni e identità territoriali* - atti del congresso nazionale dell'ACRI.
- (7) Tylor Edward (1871), *Primitive Culture - Research into Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*.
- (8) Parsons Talcott (1951), *Toward a general theory of action*, Harvard University Press.

Bibliografia

- Parsons Talcott (1951), *Toward a general theory of action*, Harvard University Press.
- Weber Max (2006), *Considerazioni intermedie. Il destino dell'Occidente*, Armando Editore.
- Triglia Carlo (2009), *Fondazioni e identità territoriali* - atti del congresso nazionale dell'ACRI.
- Tylor Edward (1871), *Primitive Culture - Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom*.



Identità ed invecchiamento

di Sara Ianuario

Identità e partecipazione sociale: elementi chiave della sostenibilità dello sviluppo.

Lo sviluppo deve essere inteso come un processo dinamico capace di realizzare obiettivi volti al miglioramento delle condizioni di vita e, quindi, del benessere a livello personale, locale e globale.

L'effettivo miglioramento delle condizioni di sviluppo passa, infatti, anche e soprattutto attraverso il maggiore coinvolgimento delle persone nella vita politica, economica e culturale di un Paese, e ne determina un contributo essenziale alle dinamiche di crescita socio-economica dello stesso. Se, infatti, un determinato gruppo sociale, come ad esempio gli anziani, non si identifica nel modello di sviluppo esistente non potranno essere perseguite quelle istanze di efficienza e di equità necessarie al fine di migliorare le condizioni dello sviluppo. In particolare, non potranno essere sviluppati appieno quei percorsi ritenuti maggiormente significativi per il perseguimento e la promozione della sostenibilità dello sviluppo umano.

L'azione della partecipazione concretizza i valori che orientano il perseguimento dello sviluppo sostenibile attraverso un agire progettuale comune e la costruzione di percorsi condivisi, riconoscendo nella partecipazione il principio attraverso il quale assicurare agli individui la libertà di scegliere, di partecipare e di divenire protagonisti attivi del processo di sviluppo. (Fondazione Simone Cesaretti).

La partecipazione sociale, intesa nella sua più vasta accezione, si inserisce a pieno titolo, quindi, accanto alla distribuzione del benessere ed alla fruizione culturale, nel quadro dell'inclusione e della coesione sociale, caratterizzandosi in particolare come elemento chiave dei processi integrativi, di sviluppo e consoli-

damento del senso civico, di cittadinanza e di appartenenza.

In particolare, essa assicura il diffondersi ed il consolidarsi dei meccanismi integrativi e del senso di identità ed appartenenza degli individui (Istat, 2002).

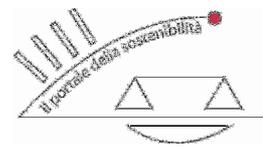
Tuttavia, l'identità personale è un concetto dinamico, in continua evoluzione, e destinato a trasformarsi nel corso del tempo, in relazione allo sviluppo di un individuo. In alcune fasi della vita, come ad esempio quella dell'invecchiamento, l'identità personale subisce un processo di trasformazione; a seguito dei continui cambiamenti che accadono nella vita dell'anziano⁽¹⁾, essa necessita di una vera e propria riorganizzazione.

La trasformazione dell'identità nel processo di invecchiamento.

Diverse discipline⁽²⁾ si interessano ai cambiamenti legati alla personalità di un individuo che con il tempo continua ad avanzare negli anni e che, di conseguenza, assume comportamenti differenti proprio in virtù del cambiamento che sta vivendo. Spesso, con l'avanzare dell'età si presentano situazioni difficili da gestire quali cambiamenti familiari, la scomparsa di persone care, un pensionamento non desiderato, la perdita di ruoli sociali e, di conseguenza, a tali situazioni si associa una mancanza di prospettive progettuali future.

Queste trasformazioni possono presentare elementi psicologici, sociali, economici che rischiano di destrutturare l'identità e la personalità dell'individuo⁽³⁾ (Sandrin L., 2007).

In particolare, sono soprattutto i fattori socio-culturali ad influire in modo più profondo sull'assetto psicologico dell'invecchiamento, in quanto, di solito, la collettività non considera la vecchiaia come un valore, ma piuttosto come uno stato di inutilità del soggetto. In tal caso, la ripercussione psicologica su un individuo che invecchia è piuttosto marcata.



Di conseguenza, la prevalenza di aspetti negativi collegati all'invecchiamento implica la comparsa nell'individuo di sentimenti d'esclusione che portano all'inattività se non alla vera e propria depressione (Di Salvo S.).

Tuttavia, tra le modificazioni esistenziali più rilevanti che caratterizzano la vecchiaia occorre sottolineare la maggiore quantità di tempo libero a disposizione, che sicuramente può condizionare negativamente o positivamente la qualità di vita dell'anziano. Una recente ricerca afferma che occorre riuscire a dare il giusto spazio agli aspetti positivi dell'invecchiamento, per poter individuare fattori non solo biologici, ma anche socio-culturali che possano permettere agli individui che invecchiano di continuare a fronteggiare i problemi e agire con successo nel contesto di vita rafforzando così competenza, aspirazioni, autonomia e indipendenza (Tiberio L.).

Queste ultime, infatti, possono rappresentare funzioni motivanti positive per il benessere dell'anziano.

Riflessioni conclusive

Fare in modo che la popolazione anziana possa mantenersi attiva e partecipare alla vita politica, economica e sociale non è solo una strategia per migliorare la qualità della vita degli individui, ma è ormai un'effettiva esigenza per assicurare maggiori opportunità di sviluppo al proprio paese.

Da tali considerazioni discende non solo lo stretto legame tra invecchiamento demografico e sostenibilità dello sviluppo, ma la nascita di un nuovo approccio che identifica una diversa concezione dell'invecchiamento, in cui l'anziano viene considerato una risorsa per le sue competenze ed abilità e non necessariamente una persona da assistere. Molti studi ritengono, infatti, che l'anziano non sia da considerare un individuo reattivo e passivo rispetto alle trasformazioni della vita, ma una persona ancora dinamica, creati-

va e proattiva, in modo da saper cogliere le nuove opportunità offerte dai mutamenti insiti nel processo di invecchiamento.

Le politiche implementate ai diversi livelli, ad esempio, dovrebbero considerare questo aspetto in quanto gli anziani costituiscono una fetta rilevante della società italiana non solo dal punto di vista numerico, ma anche dal punto di vista del grande contributo che essi possono ancora apportare alla crescita economica e sociale del Paese.

Note

- (1) L'invecchiamento viene, infatti, inteso come la fase finale della vita di un individuo, dalla maturità alla morte, spesso caratterizzato da un indebolimento dell'organismo e da una riduzione delle funzioni fisiche e psichiche dell'individuo. Ciò nonostante, questa fase della vita può essere molto diversa da persona a persona e, quindi, non è possibile generalizzare.
- (2) In particolare, la psicologia dell'invecchiamento.
- (3) Nello specifico, sembra non esistere una sola strategia per affrontare questo particolare periodo della vita, ma diversi metodi che ogni individuo sperimenta nel tempo. A tale proposito, gli studi e le ricerche affermano, dunque, che affinché si abbia un buon adattamento del soggetto ai cambiamenti che implica il processo di invecchiamento, occorre che ogni persona reagisca con tattiche simili a quelle che hanno funzionato in altri momenti della propria vita.

Bibliografia

- Istat (2002), "Comportamenti di consumo, cultura e partecipazione sociale" in: "Rapporto annuale Istat 2001", Istat, Roma.
- Sandrin L., 2007), "Un'età da vivere. Invecchiare meglio si può", Volume 46 di Psicologia e personalità, Edizioni Paoline, Roma.
- Di Salvo Salvatore, "Depressione ed invecchiamento" in: www.depressione-ansia.it
- Tiberio Lorenza, "Questione di terza età: immagini e aspettative negli anziani di oggi" in: www.assomensana.it
- www.fondazione-simonecesaretti.it
- www.portaledellasostenibilita.it

**FESTIVAL DELLA DIPLOMAZIA – “LA DIPLOMAZIA OLTRE WIKILEAKS” -
FIRENZE 7-9 OTTOBRE 2011- ROMA 10-14 OTTOBRE 2011.
“Sviluppo territoriale, risorse energetiche e Diplomazia Economica della Giovane A-
frica”
11 Ottobre 2011, ore 15 – 19, Roma**

La **Fondazione Simone Cesaretti** ha promosso, in collaborazione con Leonardo Business, la realizzazione della sezione “Sviluppo territoriale, risorse energetiche e Diplomazia Economica della Giovane Africa”, all’interno del programma previsto per il Festival della Diplomazia 2011. Il sostegno a tale evento si inserisce nell’ampio panorama delle attività della Fondazione Simone Cesaretti, finalizzate alla costituzione di un patrimonio conoscitivo sui principali temi connessi allo sviluppo sostenibile. La Fondazione ritiene, infatti, che il presupposto imprescindibile per qualsiasi strategia futura che intenda perseguire uno sviluppo umano sostenibile, sia considerare non solo le dimensioni ambientale ed economica dello sviluppo, ma anche quella sociale, territoriale e generazionale. In particolare, le dimensioni territoriale e generazionale dello sviluppo sono tra le idee di maggiore interesse per la Fondazione che ha inteso così promuovere uno spazio di approfondimento e di riflessione su queste tematiche. Pertanto, la collaborazione alla realizzazione di questo evento si inserisce tra le più ampie finalità della Fondazione che ritiene, inoltre, necessario promuovere una **cultura globale della sostenibilità** quale fattore essenziale per la creazione di un modello ideale di sviluppo

Per info:
<http://www.festivaldelladiplomazia.it>

Da gennaio 2011, il **Portale della Sostenibilità** è iscritto al Tribunale di Napoli (n.2 del 7 gennaio 2011) come trimestrale della **Fondazione Simone Cesaretti**.

Esso raccoglie interviste, contributi scientifici e commenti non solo di scienziati, ma anche di opinion leader, di policy maker e di giovani studiosi e ricercatori ... nel tentativo di fare opinione e dimostrare che la sostenibilità non è un’opinione.

La redazione del **Portale della Sostenibilità**, al riguardo, sarebbe molto lieta di ospitare un tuo contributo su uno dei temi affrontati dal Portale.

Per inviare il tuo contributo scrivi a redazione@portaledellasostenibilita.it

Inoltre, visita www.portaledellasostenibilita.it ed iscriviti alla newsletter del portale per poter accedere alla finestra sul mondo della sostenibilità.