

APPUNTI PER COLTIVARE IL DOMANI

Diverse e complementari le declinazioni del secondo tema del Festival della Crescita organizzato da Future Concept Lab, perché - mentre continua il boom di iscrizioni alla facoltà di agraria - si può ancora lasciarsi guidare dalla bellezza.

di ANTONINO PINTACUDA

Festival della Crescita

#FestivalCrescita15

festival
CRESCITA

NEWS RELATORI PROGRAMMA PARTNERS AMICI MAPPA

QUANDO

15-18 Ottobre 2015

Inizio alle 9:00



DOVE

Milano

Palazzo delle Stelline

➔ Cultura e coltivare condividono la stessa radice, la stessa sfera semantica dove l'ingrediente fondamentale è la costanza unita a una paziente attesa. La cultura per attecchire e far breccia nel cuore e nel cervello necessita di studio approfondito, proprio come la coltivazione di un terreno la richiede per dare frutto. Il secondo tema che sarà oggetto di approfondimento al Festival della Crescita è proprio il coltivare che integra e completa la dimensione educativa. Il Festival ideato da Future Concept Lab si svolgerà dal 15 al 18 ottobre a Palazzo delle Stelline. Quattro serate costruite nell'alternanza di un convivio amplificato dai dialoghi, tutto in

un movimento caratterizzato dal perfetto stile socratico-platonico per sviscerare sei dimensioni tematiche: educare, coltivare, inventare, intraprendere, investire e comunicare. Annotano gli organizzatori "le regole del coltivare, che la pratica millenaria dell'agricoltura ha tramandato nei nostri territori, costituiscono un laboratorio di preziose indicazioni a questo riguardo. Così come insegna la nuova cultura dell'agricoltura di precisione, dell'allevamento avanzato o della crescita di orti e giardini. È possibile ad esempio riprendere, ragionando sulla realtà sociale, la metafora del giardino all'italiana come modello di cura felice, che diventa uno strumento iniziati-

co di creatività spontanea: un'esperienza attraverso cui ogni protagonista dell'impresa possa dimostrarsi felice di aver offerto, attraverso la propria esperienza in azienda, il giardino come un modello di sopravvivenza nel difficile mercato di questi anni". In mezzo alla tempesta un piccolo giardino segreto ha permesso alle aziende più tenaci di assecondare la tempesta, resistendo con tenacia.

LA RISCOPERTA DELL'AGRICOLTURA

Il tema dell'Expo abbraccia e amplia il significato dell'alimentazione e di giardini fioriti trabocca il percorso espositivo che costituisce un labirinto ideale che

raggruppa i padiglioni che rappresentano l'abbraccio di meridiani e paralleli, uniti nell'arcobaleno di odori e sapori che arricchiscono il nostro vivere sulla Terra. Nei tempi di crisi che abbiamo attraversato proprio il settore primario ha resistito meglio degli altri alle speronate delle banche centrali, dimostrano un'innata capacità rigenerativa. L'idea stessa che l'agricoltura - e il giardino che ne è l'interpretazione a misura d'uomo - abbia valore terapeutico ed educativo, sia per l'individuo sia per la società, è un dato sempre più evidente. La cura di un giardino, ad esempio, è un esercizio di rispetto e un apprendistato d'amore. Ma anche più in generale la travolgente riscoperta dell'agricoltura e della cresciuta frequenza delle Università di Agraria (+15% nel 2014 in Italia), dimostrano grande vitalità che si trasforma in una nuova concezione alimentare. "La voglia di campagna - commentava così il boom di iscrizioni ad Agraria il presidente della Coldiretti Sergio Marini - è una conferma della validità e della modernità del modello di sviluppo agricolo Made in Italy che è fondato sul valorizzazione dell'identità, della qualità, delle specificità e che può rappresentare un riferimento anche per gli altri settori per affrontare e vincere la competizione internazionale. Dentro l'agricoltura non c'è ancora un reddito

adeguato ma c'è legittimamente quella visione di futuro e di prospettive e di fiducia che non c'è negli altri settori ed ecco perché aumenta chi frequenta le scuole di agricoltura". Quella in atto ha tutte le caratteristiche di una rivoluzione confermata anche dai risultati di un sondaggio Coldiretti/Swg secondo il quale il 38 per cento dei giovani oggi preferirebbe gestire un agriturismo piuttosto che lavorare in una multinazionale (28 per cento) o fare l'impiegato in banca (26 per cento).

LA SFIDA DEL PENSIERO LUNGO

Qual è allora il compito delle generazioni più agée? Diventa soprattutto quello di orientare il potere attrattivo sul mercato, renderlo attivo, affrontando la sfida del pensiero lungo. Come insegna proprio la campagna, dove senza

senza pensiero lungo non si sopravvive. Interpretare le nuove logiche dell'economia dinamica significa quindi comprendere la centralità dell'ambiente e di una sua visione sostenibile, come dimostra Loccioni nel suo progetto 2KM di futuro. La prova che un'impresa può creare lavoro e bellezza occupandosi di persone, di ambiente, di territorio e produrre profitti e ricchezza. Il tutto dotandosi di una dimensione internazionale e restare radicata alla terra e alle tradizioni di origine. Così anche in questo caso il nostro Paese potrebbe diventare un

luogo di elaborazione innovativa partendo dalla relazione assai stretta - economica ed emotiva - tra diverse generazioni che potrebbero sciogliersi in dinamica familiare rigenerata, orientata al futuro. Come peraltro sta già avvenendo in modo spontaneo nel trasferimento di conoscenza tecnologica dai figli ai padri, dai nipoti ai nonni, senza alcun costo né economico né sociale. Coldiretti e il progetto Campagna Amica hanno seminato molto in questa direzione. Come scrivono gli organizzatori "il limite maggiore della globalizzazione come ideologia economica e di mercato è stato la sua naturale tensione verso una logica monoculturale e unidirezionale. La sua perversione è stata cioè segnata da un'unica versione del business e della vita, molto lontana dalla varietà polimorfa del territorio italiano che propone una delle più importanti biodiversità del mondo. È questo che il coltivare deve insegnarci, tenendoci lontani dal pensiero unico e alla lunga sordo, debole nella sua incapacità di cogliere gli aspetti di varietà, che premiano invece il paradigma Unique & Universal".

NEL NOME DELLA BIODIVERSITÀ

Coltivando la bio-diversità emergeranno invece imprese locali in grado di produrre, come avviene in Italia, un carattere talmente intenso da potersi trasformare in riferimento universale, un locale in grado di unicità a livello globale. I nuovi protagonisti del Made in Italy sono la prova di questo cambio di paradigma. Come dimostrano storie di collaudato successo come Slow Food e Gambero Rosso da un lato, Eataly, illycaffè e Grom dall'altro. Il coltivare all'italiana è assai lontano dalla visione di una produzione piatta, di capacità interscambiabili, di uomini che diventano numeri, e di numeri che diventano incassi. La sfida del coltivare riguarda la vita delle persone e dei territori, come racconta Ermete Realacci in Green Italy. Rendere istruttivo il nostro amore per il territorio, che diventa spontaneamente una piattaforma di alfabetizzazione di base, senza rimanere in esso confinati, per affrontare il mercato globale. Come ricordavano gli organizzatori, quelli del Festival della Crescita saranno quattro giorni caotici, che lasceranno un sedimento: la voglia di tornare in quel posto che ti ha cambiato qualcosa dentro generando una comunità di persone.

