

Giacomo Pettenati\*

*La rinaturalizzazione del cibo in Valposchiavo:  
ecologia politica di una 'valle bio'*

*Parole chiave:* cibo, biologico, Valposchiavo, ecologia politica, montagna.

Il rapporto tra cibo e natura è caratterizzato, da alcuni decenni, dall'intreccio di due processi materiali e simbolici: la *de-naturalizzazione* delle filiere agro-industriali, che ha apparentemente 'liberato' la produzione di cibo dai processi naturali, e la *ri-naturalizzazione*, associata al *quality turn*, che ha recentemente trasformato le filiere agroalimentari e i consumi. Questo contributo approfondisce le relazioni tra cibo e natura a partire dall'analisi dei processi in corso da alcuni anni in Valposchiavo (Svizzera), dove la sostenibilità ambientale delle filiere agroalimentari è al centro delle strategie di sviluppo locale e marketing territoriale. L'analisi utilizza le chiavi di lettura dell'ecologia politica del cibo (*food political ecology*), che consente di approfondire e analizzare criticamente la complessità e la dimensione politica di tali processi.

*The re-naturalization of food in Valposchiavo: political ecology of an 'organic valley'*

*Keywords:* food, organic, Valposchiavo, political ecology, mountains.

In the last decades, the relationship between food and nature has experienced two intertwined processes: the *de-naturalization* of agri-food industry, that apparently has 'freed' food from natural processes and the *ri-naturalization*, linked to the quality turn, that recently transformed agrifood systems and food consumption. This article focuses on the relationships between food and nature, basing on the analysis of the processes that are recently taking place in Valposchiavo (Switzerland), where local agri-food chains sustainability is the core of local development and territorial marketing strategies. The analysis uses the theoretical and methodological framework of food political ecology, which helps to unveil and critically analyse the complexity and the political dimension of such processes.

\* Università degli studi di Torino, Dipartimento Culture, Politica e Società, Lungodora Siena 100/A, 10153 Torino, giacomo.pettenati@unito.it.

Saggio proposto alla redazione il 16 ottobre 2020, accettato il 26 marzo 2021.

*Rivista geografica italiana*, CXXVIII, Fasc. 2, giugno 2021, Issn 0035-6697, pp. 137-153, Doi 10.3280/rgioa2-2021oa12037

1. INTRODUZIONE. – Il cibo è uno dei più evidenti ambiti di mediazione, materiale e simbolica, del rapporto tra l'individuo, la società e le risorse ambientali – spesso rappresentate e definite come 'natura' – attraverso un articolato processo di elaborazione culturale, sociale e politica (Murdoch e Miele, 1999; Murdoch *et al.*, 2000; Winter, 2005; Claval, 2012). Gli alimenti possono essere infatti interpretati come sostanze 'liminali', che mettono in relazione natura e cultura, l'interno del corpo e l'ambiente esterno (Bell e Valentine, 1997); come oggetti e soggetti che ibridano organico e inorganico, materiale e simbolico, sociale e naturale (Whatmore, 2002; Murdoch, 2006).

Ampliando la prospettiva ai processi di produzione e consumo di cibo, il dibattito scientifico evidenzia come la relazione tra questi e la natura sia caratterizzata da due dinamiche contrapposte, con evoluzioni differenti dal punto di vista temporale, attualmente coesistenti nelle complesse e multiscalarie geografie del cibo contemporanee, che in questo articolo definiremo *de-naturalizzazione* e *ri-naturalizzazione*.

Dopo aver ricostruito sinteticamente nel paragrafo successivo il dibattito, non solo geografico, che identifica il cibo come ambito privilegiato di dialettica fra natura e cultura, questo contributo si propone di analizzare il 'progetto socio-ecologico' che da anni vede le filiere agroalimentari (e il biologico) alla base delle strategie di sviluppo socio-economico e di marketing territoriale della Valposchiavo (Svizzera), utilizzando le chiavi di lettura della *political ecology of food* (Atkins e Bowler, 2001; Galt, 2013; Moragues-Faus e Marsden, 2017), che consentono di far emergere la dimensione sociale e politica di come la natura è trasformata, rappresentata e valorizzata attraverso le pratiche, i discorsi e le politiche relativi alle produzioni agroalimentari.

L'ipotesi di partenza è che la 'naturalità' del rapporto tra produzione agricola, saperi e pratiche alimentari e ambiente, al centro della rappresentazione interna ed esterna della valle, sia in realtà parte di una complessa configurazione socio-naturale e di un processo di costruzione sociale e politica della natura, così come definiti dall'ecologia politica (Castree, 2001; Alkon, 2013), che possono essere analizzati intorno a tre temi chiave: sistemi di regolazione, mercato e paesaggio, come si discuterà nei paragrafi successivi.

2. IL RAPPORTO TRA CIBO E NATURA: DE-NATURALIZZAZIONE E RI-NATURALIZZAZIONE. – Come anticipato nell'introduzione, le interpretazioni del rapporto tra cibo e natura presenti nel dibattito scientifico – che qui sarà analizzato basandosi in prevalenza su contributi provenienti dalla geografia, dalla sociologia rurale e dall'economia politica anglosassoni – si muovono lungo una linea che collega due processi all'apparenza in antitesi: la *de-naturalizzazione* e la *ri-naturalizzazione*.

La prima è relativa al processo di 'liberazione' della produzione di cibo dai processi naturali (Morgan *et al.*, 2006), attraverso l'industrializzazione dei sistemi

produttivi, che hanno ‘addomesticato’ la natura, ponendola al servizio dei principi di efficienza e redditività del sistema agroindustriale capitalista (Murdoch e Miele, 1999; Murdoch *et al.*, 2000). Si tratta di una prospettiva, che vede coinvolti i geografi, ma che si è sviluppata soprattutto nell’ambito dell’economia politica agraria, alla ricerca di narrazioni universalmente valide dell’espansione del capitalismo nei sistemi agroalimentari, come quella nota dei *food regimes* (McMichael, 1994). Attraverso queste lenti, i sistemi di produzione di cibo e le reti agroalimentari sono analizzati e descritti come forze che trasformano la natura materialmente e ideologicamente (Smith, 1984; Goodman e Redclift, 1991). Dalla prospettiva costruttivista, che caratterizza questo numero monografico (si veda il contributo di Bonati *et al.*, 2021), la natura, in quest’ambito, è vista da un lato come componente autonoma di un complesso sistema di relazioni metaboliche, legate alla produzione e al consumo di cibo, di cui gli esseri umani sono parte (Fitzsimmons e Goodman, 1998); dall’altro come componente discorsiva e ideologica, a sostegno di specifici ‘progetti socio-ecologici’ (Smith, 1984; Harvey, 1996; Castree, 2001).

La dimensione discorsiva e semiotica è fondamentale anche nella seconda dinamica, che definiamo ri-naturalizzazione, e che si articola a partire dal ruolo che la natura svolge nei processi sociali, culturali ed economici di costruzione della qualità del cibo. Il cosiddetto *quality turn* (Murdoch *et al.*, 2000; Goodman, 2003), che ha caratterizzato il settore agroalimentare a partire dagli anni Novanta, si è sviluppato inizialmente come effetto “boomerang” (Beck, 1986) derivante dalla sfiducia dei consumatori nei confronti dei sistemi produttivi agroindustriali. In un contesto di crescente sospetto nei confronti del cibo standardizzato proveniente dalle filiere industriali, la ‘naturalità’ dei prodotti ha cominciato a costituire uno degli elementi chiave del complesso processo di costruzione negoziata della qualità da parte degli attori del sistema del cibo (Barbera e Dagnes, 2017), insieme ad altri attributi come la provenienza o il legame con la tradizione. Queste riflessioni si sono sviluppate soprattutto intorno alle nuove culture e pratiche di consumo (Goodman e De Puis, 2002; Sassatelli, 2015), legate al generale desiderio di ‘riconnesione’ dei consumatori con i processi di produzione che portano il cibo sulla tavola (Winter, 2005), al peso delle scelte alimentari nell’auto-posizionarsi e rappresentarsi all’interno delle relazioni sociali (Bell e Valentine, 1997) e alla produzione di un *ethical foodscape* (Morgan, 2010). Tuttavia, è presto emerso un ruolo attivo anche degli altri attori del sistema del cibo, a partire dai produttori, che hanno reagito alle sollecitazioni del mercato, mettendo in atto nuove pratiche di produzione e di marketing più vicine alle preoccupazioni dei consumatori (Murdoch *et al.*, 2000). Il mercato è diventato così uno spazio di riconnesione tra cibo e natura, con quest’ultima che è oggetto di un processo di mercificazione, utilizzata come attributo della qualità dei prodotti alimentari, percepita dai consumatori e promossa da produttori e commercianti (Marsden *et al.*, 1999; Parrott *et al.*, 2002).

Da una prospettiva geografica, è particolarmente rilevante l'associazione che viene comunemente fatta tra la qualità del cibo e le caratteristiche dei luoghi e dei contesti socio-economici di produzione, incluse le loro presunte naturalità e sostenibilità ambientale (Feagan, 2007; Kneafsey, 2010).

Ciò è particolarmente evidente nel caso delle produzioni biologiche. Un elemento centrale della *organic conceptual narrative* (Lockie *et al.*, 2002) è il legame tra gli attributi di naturalità e sostenibilità associati ai prodotti e le qualità ambientali ed ecologiche specifiche dei territori di produzione (Bell e Valentine, 1997; Ilbery e Kneafsey, 2000; Guthman, 2014). Nonostante la progressiva integrazione delle produzioni biologiche nei sistemi distributivi convenzionali e nelle filiere lunghe (Corrado, 2018), tanto nelle rappresentazioni dei produttori, quanto nelle percezioni di parte dei consumatori, il cibo biologico è infatti spesso pensato anche come cibo 'locale', associato in maniera esplicita al territorio di produzione (Hempel e Hamm, 2016). Coerentemente con questa visione, l'agricoltura biologica diventa in alcuni casi una leva per progettualità di scala territoriale, che la vedono come una possibilità per dinamiche di sviluppo locale (Tovey, 1997), che uniscono l'organizzazione distrettuale del settore agricolo, il branding territoriale, la costruzione di reti di filiera corta, fino ad arrivare all'istituzione di biodistretti e a visioni bioregionaliste.

3. L'ECOLOGIA POLITICA DEL CIBO COME CHIAVE DI LETTURA DEL RAPPORTO TRA CIBO E NATURA. – Il dibattito fin qui ricostruito evidenzia solo parzialmente l'essenza 'socio-naturale' (Alkon, 2013) del cibo e del percorso accidentato, che lo porta da un campo coltivato, da una foresta, dal mare o da un pascolo, fino alla bocca e allo stomaco di un essere umano, in un complesso intreccio di processi naturali, dinamiche economiche, regole sociali, valori culturali e relazioni politiche.

Come hanno sottolineato diversi autori e autrici (Marsden, 2000; Whatmore, 2002; Winter, 2005; Moragues-Faus e Marsden, 2017), un'analisi critica e attenta della ri-naturalizzazione, materiale e simbolica, che caratterizza i sistemi del cibo contemporanei, necessita di nuove categorie concettuali e nuove metodologie, in grado di restituirne la complessità relazionale. Di recente alcuni autori (in particolare Galt, 2013; Moragues-Faus e Marsden, 2017) hanno individuato nell'ecologia politica, e in particolare in una possibile *political ecology of food*, un quadro di riferimento teorico-metodologico in grado di andare oltre il materialismo strutturalista dell'economia politica agraria e l'agnosticismo, talvolta a-politico, degli approcci post-strutturalisti, muovendo da un 'realismo critico' (Peet e Watts, 2004), che consente di fare emergere le *food politics* e le *politics of nature* (Latour, 2004) presenti in tutti gli attori, in tutte le fasi e in tutte le dimensioni dei sistemi del cibo, e di affrontare le relazioni dialettiche, materiali e discorsive, tra società e natura, che vedono il cibo come un campo di mediazione e di co-produzione di configurazioni socio-naturali.

Senza approfondire in questa sede la sua complessa evoluzione e i molti ambiti di ricerca che vi si riferiscono, possiamo definire l'ecologia politica come un quadro teorico e una comunità di pratiche (Robbins, 2011), che si pone l'obiettivo di "politicizzare l'ecologia" (Zinzani, 2020, p. 38), evidenziando i rapporti di potere che plasmano i processi di gestione e trasformazione delle risorse ambientali.

Dal punto di vista operativo, l'approccio dell'ecologia politica si può definire come caratterizzato da un impegno articolato intorno a tre assi: quello teorico, che affronta le relazioni tra società e natura in una prospettiva critica; quello metodologico, che si caratterizza per il ruolo fondamentale della ricerca-azione sul campo; quello normativo, che vede tra gli obiettivi della ricerca quello di comprendere la realtà, al fine di cambiarla (Perrault *et al.*, 2015).

Sono molti i contributi che hanno utilizzato le chiavi di lettura dell'ecologia politica per offrire una visione ri-politicizzata della dimensione ambientale dei sistemi del cibo. Nella sua rassegna, limitata al dibattito di lingua inglese e ai contributi relativi al Nord Globale, il geografo statunitense Ryan Galt (2013) individua alcuni ambiti in cui *food studies* ed ecologia politica si sono incrociati: l'impatto dei sistemi del cibo globali, di matrice capitalista e liberista, sulle società rurali e urbane, in una prospettiva di sovranità alimentare e *food justice*; la relazione tra sistemi produttivi agroalimentari e conservazione o degradazione delle risorse ambientali; le reti agroalimentari alternative, includendo le filiere del biologico; e infine la dimensione corporea e individuale del consumo.

Secondo Moragues-Faus e Marsden (2017), lo sguardo dell'ecologia politica sulle relazioni società-cibo-natura consentirebbe di aprire una nuova strada ai *critical food studies*, coerente con un'idea del cibo e dei suoi processi come ambiti di ibridazione, integrando pienamente e politicamente la natura nel percorso di analisi e comprensione delle dinamiche di sicurezza e insicurezza alimentare, giustizia e ingiustizia socio-spaziale, sostenibilità e insostenibilità, che caratterizzano le complesse geografie del cibo a ogni scala. Secondo i due autori, una possibile agenda di ricerca dell'ecologia politica del cibo, come base di una rinnovata *critical food scholarship*, dovrebbe includere quindi temi come: la decostruzione delle categorie concettuali alla base degli studi sul cibo; la riflessione sul ruolo della ricerca nel co-produrre conoscenza e agende di azione politica; l'analisi delle disuguaglianze nell'accesso al cibo e alle risorse ambientali e nella sovranità alimentare, dovute a relazioni socio-ambientali squilibrate; la comprensione di configurazioni socio-naturali (*socio-nature*) localizzate, in cui natura e società si co-costituiscono, materialmente e discorsivamente, intorno alla produzione e al consumo di cibo e ai molti altri passaggi intermedi che compongono le filiere, spesso poco considerati.

Quest'ultimo ambito di ricerca è particolarmente importante per riflettere sulla riconnessione del cibo con le proprie basi ecologiche e naturali; per fare emergere la dimensione politica delle articolazioni dei sistemi del cibo; per connettere le tra-

sformazioni antropiche degli ecosistemi alle strutture economiche e politiche che le generano, evidenziando il ruolo delle costruzioni discorsive su cui poggiano; per interrogarsi riguardo alla distribuzione diseguale dei benefici e dei danni dei diversi sistemi di produzione; e soprattutto per proporre una lettura *place-based* delle relazioni società-natura costruite intorno al cibo, a cui corrispondono configurazioni socio-naturali diverse, connesse al modo di pensare e praticare tali relazioni in ciascun luogo.

Esplorando le potenzialità dell'ecologia politica del cibo, il prossimo paragrafo si concentra sulle configurazioni socio-naturali che caratterizzano il territorio della Valposchiavo, nel cantone svizzero dei Grigioni, dove da alcuni anni il cibo locale e biologico è la chiave di volta di un articolato intreccio di progettualità di sviluppo socio-economico e marketing territoriale, che incrociano questioni più ampie, relative all'equilibrio tra attività antropica ed ecosistemi montani, alla patrimonializzazione del paesaggio, all'evoluzione dell'agricoltura di montagna, alla mobilità turistica internazionale e alle politiche agricole e ambientali.

Dal punto di vista metodologico, l'attività di ricerca alla base di queste considerazioni si è articolata in tre fasi. La prima si è fondata sull'osservazione partecipante delle attività svolte dai rappresentanti della Valposchiavo nell'ambito del progetto Interreg Spazio Alpino *Alpfoodway*, tra il 2017 e il 2019. Parallelamente alle attività strettamente legate all'attuazione del progetto, che aveva l'obiettivo di studiare sotto diverse prospettive la percezione e la valorizzazione del patrimonio culturale legato al cibo da parte degli attori locali di diverse valli alpine (Zingari, 2019), esso ha rappresentato una cornice per la "messa in scena" dei sistemi del cibo dei territori coinvolti e del loro rapporto materiale e simbolico con la natura (Pettenati, 2020). La seconda consiste nell'analisi documentaria di due tipologie principali di documenti: i materiali prodotti dai ricercatori dell'Università di Torino e della Kedge Business School di Marsiglia<sup>1</sup>, nell'ambito del progetto<sup>2</sup> e i documenti realizzati dagli attori locali della Valposchiavo per promuovere il progetto '100% Valposchiavo' e le attività ad esso connesse (siti web, dépliant promozionali, ecc.). La terza è infine rappresentata da una campagna, condotta tra giugno e luglio 2020, di 12 interviste semi-strutturate in profondità ad attori locali, coinvolti a vario titolo nel progetto '100% Valposchiavo', selezionati in base alla loro rappresentatività di diversi elementi e dimensioni del sistema agroalimentare e turistico locale (produttori, trasformatori, ristoratori, rappresentanti delle istituzioni locali).

<sup>1</sup> Questo articolo è stato redatto grazie al fondamentale aiuto di Cassiano Luminati, direttore del Polo Poschiavo, e del prof. Diego Rinallo, della Kedge Business School di Marsiglia, che hanno messo a disposizione i propri contatti, i propri materiali e, soprattutto, il proprio tempo.

<sup>2</sup> In parte disponibili sul sito del progetto: [www.alpine-space.eu/projects/alpfoodway/en/home](http://www.alpine-space.eu/projects/alpfoodway/en/home) (ultimo accesso: 01/02/2020).

Le informazioni raccolte attraverso queste tre fasi di ricerca costituiscono la base della discussione del caso studio riportata nel paragrafo successivo, nonostante solo in alcuni casi si faccia riferimento esplicito alla fonte delle singole informazioni riportate, per esigenze di spazio.

4. PER UN'ECOLOGIA POLITICA DI UNA 'VALLE BIO': IL CASO DELLA VALPOSCHIAVO (SVIZZERA). – La Valposchiavo si snoda per circa 30 km, nel settore meridionale del Canton Grigioni, tra il Passo del Bernina (2.330 m), che la separa dal resto della Svizzera, e il confine con l'Italia, in prossimità della cittadina di Tirano (Valtellina). Il territorio tipicamente alpino e rurale della valle è percorso dal fiume Poschiavino e dalla Ferrovia Retica, la cui importanza paesaggistica e infrastrutturale ha portato l'Unesco a dichiararla Patrimonio dell'Umanità. I circa 5000 residenti si concentrano prevalentemente nel centro principale di Poschiavo e nel piccolo comune di Brusio, poco più a valle.

Dalla metà degli anni 2000, la rappresentazione prevalente delle qualità del territorio valposchiavino ruota intorno alle produzioni agroalimentari locali e all'agricoltura sostenibile e biologica, tanto nel dibattito pubblico interno, quanto nella narrazione del territorio rivolta verso l'esterno, in particolar modo ai turisti. Fondata sul dato reale di un settore agricolo fortemente caratterizzato dal biologico, con oltre il 90% delle aziende e l'80% della SAU certificate (a fronte di una SAU biologica inferiore al 15% sull'intero territorio svizzero), questa rappresentazione gravita intorno al progetto "100% Valposchiavo", un'iniziativa di branding territoriale, finalizzata a valorizzare l'origine locale delle materie prime prodotte in valle, vendute dalle attività commerciali locali e utilizzate da ristoranti e alberghi del territorio. Le imprese aderenti al marchio hanno sottoscritto un regolamento (la Charta 100% Valposchiavo), attraverso cui "conscie della propria responsabilità verso il territorio, la popolazione e il patrimonio culturale della Valposchiavo, basano le loro scelte imprenditoriali sulla considerazione degli impatti economici, sociali e ambientali delle loro azioni"<sup>3</sup>. Nella comunicazione di questa "responsabilità sociale d'impresa territoriale" (Matacena e Del Baldo, 2009), la qualità ambientale del territorio valposchiavino e la sua manifestazione produttiva nell'agricoltura biologica rappresentano al tempo stesso il dichiarato punto di partenza contestuale e l'obiettivo a cui i soggetti coinvolti nel progetto dichiarano di voler tendere. Per aumentare l'inclusività del progetto, infatti, l'adesione al marchio "100% Valposchiavo" non prevede necessariamente la certificazione biologica delle produzioni. Tuttavia, parallelamente a questa iniziativa, nel territorio è attivo dal 2012 il progetto *100% (bio) Valposchiavo*, avviato nell'ambito del Piano di Sviluppo Regionale

<sup>3</sup> [www.valposchiavo.ch/it/vivi/100-valposchiavo/charta](http://www.valposchiavo.ch/it/vivi/100-valposchiavo/charta) (ultimo accesso: 01/02/2020).

e finalizzato a favorire la conversione al biologico delle poche aziende non ancora certificate e a sostenere la promozione integrata e il consumo locale dei prodotti.

Analizzando in profondità i discorsi sul cibo dominanti in Valposchiavo, con l'obiettivo di decostruirli, così come teorizzato dalla *food political ecology* (Moragues-Faus e Marsden, 2017), emerge con chiarezza come essi propongano una visione 'naturale' del rapporto tra cibo e risorse ambientali, che si poggia in realtà su un complesso intreccio di discorsi in competizione, relativi al senso e alle caratteristiche della montagna rurale; di strategie di messa in valore delle risorse locali; di specializzazione e di posizionamento delle aziende agricole sul mercato; di processi di trasformazione materiale del territorio e del paesaggio connessi all'evolvere del tessuto socio-economico locale; di politiche, sistemi di regolazione e iniziative di sostegno economico del settore agricolo sviluppate e applicate a diverse scale; di strategie di marketing territoriale, finalizzate a posizionare la valle nello scenario turistico internazionale a partire dalla qualità reale e rappresentata delle produzioni agroalimentari locali.

Trasversalmente a questi elementi si collocano le filiere agroalimentari locali e la rappresentazione del loro rapporto con gli ecosistemi e le risorse ambientali, in un processo di costruzione sociale, politica ed economica della natura, che diventa elemento portante di un 'progetto socio-ecologico' (Harvey, 1996) e di una configurazione socio-naturale (Alkon, 2013), che vedono nel sistema agroalimentare l'ambito in cui le pratiche discorsive sulla natura (Smith, 1984; Castree, 2001), le cornici regolatorie delle politiche e le logiche del mercato (Marsden *et al.*, 1999; Winter, 2005) sostengono azioni materiali di trasformazione dello spazio fisico e degli equilibri ecologici.

Prima di addentrarsi nell'analisi dei tre assi intorno ai quali si articolano le diverse forze, rappresentazioni e strategie che costituiscono il progetto socio-ecologico che porta oggi la Valposchiavo a definirsi ed essere definita come 'valle bio', si ritiene utile mettere in evidenza la presenza materiale di questo progetto nel territorio e nel paesaggio (Castree, 1995; Goodman, 2001), che si manifesta fin dalla scala micro.

Ne è un esempio il piccolo quadrilatero di terreni coltivati di fronte a Pagnoncini, una frazione di Poschiavo, a circa 1000 m. di altitudine, il cui sfalcio, come indicato da un cartello installato da Bird Life, l'associazione svizzera per la protezione degli uccelli (Fig. 1), da qualche anno viene effettuato in ritardo di alcune settimane rispetto alla norma, per consentire la nidificazione del Re di quaglie (*Crex crex*), un raro uccello migratore, il cui habitat estivo – prati a sfalcio estensivi, pascoli d'alta quota, praterie umide – è minacciato dalle trasformazioni dell'agricoltura di montagna (Pedrini *et al.*, 2012). Come testimoniato da diversi intervistati, l'azienda che coltiva quel prato, per ottenere il fieno biologico con cui nutre i propri bovini una volta rientrati dall'alpeggio, ha deciso di ritardare lo sfalcio, per





Fonte: foto dell'Autore, luglio 2020.

*Fig. 1 – Il prato non ancora sfalcato per consentire la nidificazione del Re di quaglie (Crex crex) a Pagnoncini, Valposchiavo. In secondo piano, campi di erbe officinali biologiche*

contribuire alla protezione della specie, ma anche in cambio di un consistente contributo economico da parte del Canton Grigioni, nel quadro dei pagamenti diretti alle pratiche agricole che favoriscono la biodiversità, previsti dalle politiche agricole svizzere (Mann e Lanz, 2013). La presenza del re di quaglie in quel prato è stata identificata da uno degli intervistati, un ex agricoltore, oggi certificatore di agricoltura biologica, che vive nella frazione e che da alcuni anni è tra i referenti della raccolta di progetti finanziati dal Programma di Sviluppo dello Spazio Rurale (PSSR) Val Poschiavo. Il PSSR è uno strumento di pianificazione volontaria di scala regionale previsto dalla normativa svizzera “quando la complessità degli interessi e la conflittualità in materia di gestione del territorio diventano acuti, normalmente per l’insorgere di elementi scatenanti” (2012, p. 3).

In questo caso, l’elemento scatenante è un progetto di rinaturalizzazione di parte dell’alveo del fiume Poschiavino. Si tratta di una misura di compensazione degli impatti ambientali del progetto di costruzione di una centrale di pompaggio e di una condotta di quasi 20 km (in gran parte in galleria) a servizio di una centrale idroelettrica (Progetto Lagobianco), così come previsto dalla legge svizzera

(Meuli e Edmaier, 2017). La centrale sarà costruita da Repower, una grande azienda del settore energetico che ha sede proprio a Poschiavo. Il previsto allargamento dell'alveo fluviale, importante dal punto di vista ecologico e di gestione delle piene, inonderà però oltre 10 ettari di terreno agricolo pianeggiante, particolarmente prezioso in una vallata alpina, che vede da molto tempo nella valorizzazione delle filiere agroalimentari locali sostenibili uno dei propri assi strategici di sviluppo socio-economico e di marketing territoriale (Howald, 2015). Il rischio di una riduzione dei terreni coltivabili ha portato la popolazione, gli agricoltori e le istituzioni locali ad avviare una riflessione sul rapporto tra sviluppo economico, agricoltura e natura in valle e a chiedere che le compensazioni ambientali non impattassero negativamente sull'agricoltura e sul paesaggio rurale, ma, al contrario, contribuissero a valorizzarli, attraverso le azioni finanziate dal PSSR (tra cui l'incentivo alla conversione delle superfici non ancora biologiche).

Uno dei campi che rischiano di essere allagati si trova proprio tra il fiume e il prato dove nidifica il *Crex crex*. Qui l'ampia presenza di erbe infestanti testimonia che menta e camomilla sono coltivate senza l'uso di fertilizzanti, diserbanti e pesticidi chimici, da parte di una delle prime e più importanti aziende agricole biologiche di tutta la Svizzera, che oggi rappresenta uno degli attori principali della strategia di progressiva trasformazione della Valposchiavo in valle 100% biologica (Carucci, 2015). Tale strategia è costituita dal sostegno materiale alla conversione delle poche aziende agricole che in valle praticano ancora agricoltura convenzionale (meno del 20%), attualmente anche attraverso il PSSR, e da una forte campagna di comunicazione e marketing territoriale, che rimarca la provenienza locale dei prodotti (100% Valposchiavo) e il ruolo dell'agricoltura biologica nell'indirizzare il futuro sviluppo sostenibile della valle.

Questa lunga digressione, dal taglio quasi 'narrativo' (Lorimer, 2003), evidenzia l'intrecciarsi, nella complessità territoriale, dei tre assi nei quali si articola il "progetto socio-ecologico" in corso in Valposchiavo, descritti nei paragrafi che seguono.

*4.1 Sistemi di regolazione.* – Alla base di molti dei processi che oggi portano la Valposchiavo a essere identificata come una valle biologica, con una rappresentazione territoriale condivisa, il cui forte valore performativo si riflette nelle azioni di molti attori economici e sociali della valle, ci sono almeno tre diversi sistemi di normative in vigore in Svizzera. Il primo è quello relativo alle misure di compensazione degli interventi che impattano sui corsi d'acqua, previste dalla legge federale sulla protezione delle acque del 1991, che ha regolamentato quel progetto di rivitalizzazione di un tratto del fiume Poschiavino che ha svolto il ruolo di innesco per la redazione e l'approvazione del Programma di Sviluppo dello Spazio Rurale, in reazione al prospettato allargamento di alcuni ettari di terreni coltivati.

Il secondo include le politiche agrarie svizzere che, a partire dalle riforme degli anni Novanta (Giuliani, 2009), prevedono consistenti incentivi agli agricoltori che

mettono in atto pratiche di supporto alla conservazione della biodiversità e alla qualità del paesaggio. Sono questi incentivi, non solo l'interesse per la conservazione della natura e per il paesaggio, a muovere scelte come quelle degli agricoltori che ritardano lo sfalcio dei prati estivi per consentire la riproduzione del *Crex Crex*, contribuendo a costruire l'immagine di un sistema economico locale in sintonia con la natura. Secondo le visioni più realiste, "l'agricoltura in Valposchiavo non esisterebbe senza i contributi" (Intervista con N.P., produttore).

Il terzo, infine, è il complesso sistema di regolamentazione dell'agricoltura biologica, che in Svizzera è rappresentato soprattutto dagli standard sviluppati e certificati dall'associazione Bio Suisse, che attribuisce il marchio della Gemma a circa 7.000 aziende biologiche. La volontà di ottenere la certificazione è centrale nelle pratiche di molti produttori, che scelgono questi metodi sia per "lavorare come fa la natura" (Intervista con A.R., produttrice), sia per andare incontro alla crescente attenzione da parte dei consumatori di prodotti locali biologici.

4.2 *Mercato*. – Il mercato è infatti il secondo asse in cui è possibile articolare la configurazione socio-naturale attualmente dominante in Valposchiavo.

In primo luogo, per il già citato ruolo delle preferenze dei consumatori (soprattutto turisti e abitanti delle città) nei confronti di prodotti biologici, locali, dalla chiara provenienza regionale, che indirizza le scelte dei produttori e costituisce una leva fondamentale per l'intera strategia *100% Valposchiavo*.

Secondo, perché l'essere territorio di produzione di prodotti agroalimentari di qualità, provenienti da filiere in gran parte certificate come biologiche, costituisce attualmente la *unique selling proposition* (Intervista con K.H., direttore di Valposchiavo Turismo) dell'intera Valposchiavo, ovvero la definizione del valore aggiunto che il territorio propone nella competizione del mercato delle destinazioni turistiche. Infine perché, come già osservato, uno dei fattori che hanno innescato i processi descritti in questo contributo può essere identificato nel tentativo dell'azienda energetica Re-power di rafforzarsi sul mercato internazionale delle energie rinnovabili, attraverso il rinnovamento delle proprie strutture di produzione di energia idroelettrica (Progetto Lago Bianco), in realtà attualmente in stallo proprio a causa della stagnazione del mercato energetico.

La diversificazione dei consumi e delle produzioni è infine un fattore caratterizzante delle economie post-fordiste e la ricerca delle economie montane di ritagliarsi uno spazio di specializzazione nella competizione internazionale delle produzioni tipiche ne costituisce un esempio paradigmatico (Perlik, 2019).

4.3 *Paesaggio*. – Il terzo elemento che si vuole mettere in evidenza è quello del paesaggio. Mentre i sistemi di regolazione e il mercato possono essere visti come variabili indipendenti, che condizionano il comportamento degli attori ter-

ritoriali, il paesaggio costituisce un orizzonte, che le iniziative e le attività legate alla produzione di cibo in Valposchiavo ambiscono a raggiungere, a partire da tre sguardi, che condizionano il modo in cui il paesaggio stesso viene trasformato e rappresentato.

Il primo sguardo è quello degli stessi abitanti coinvolti nelle filiere locali. Il PSSR della Valposchiavo parte dal tentativo di sostenere e valorizzare l'attività agricola in valle, anche come generatrice di "servizi di interesse pubblico a favore della natura e del paesaggio" (Regione Valposchiavo, 2012, p. 7). Uno dei progetti finanziati in quest'ambito riguarda proprio l'analisi e la pianificazione strategica della qualità del paesaggio agricolo (Cortesi e Andres, 2013). Da parte loro, agricoltori e allevatori esplicitano il proprio ruolo di co-produttori di paesaggio montano e di "manager della natura" (Intervista con D.R., produttore e certificatore bio), riconosciuto anche dalla normativa svizzera attraverso il già citato sistema di incentivi economici.

Il secondo sguardo è quello dei turisti (Urry, 2002), che ricercano in Valposchiavo un'idea predefinita di paesaggio alpino, corrispondente a una rappresentazione idealizzata del rapporto tra la comunità locale e il contesto territoriale e ambientale (Minca, 2007), di cui l'agricoltura e l'allevamento sono componenti essenziali. La narrazione di un paesaggio produttivo in armonia con i processi naturali degli ecosistemi montani è anche al centro della strategia di marketing territoriale della valle e del progetto *100 % Valposchiavo*, che 'racconta' i prodotti locali come espressione di un sistema produttivo sostenibile, innovativo e in armonia con la natura.

Infine, la costruzione pubblica della rappresentazione del paesaggio valposchiavino è fortemente influenzata dalla volontà di soddisfare lo sguardo esterno ed esperto dell'UNESCO, che riconosce la Ferrovia Retica, insieme al paesaggio che questa attraversa, come Patrimonio dell'Umanità, attribuendo all'agricoltura un ruolo determinante nel mantenere e gestire il paesaggio culturale, il cui valore è riconosciuto come universale (Confederazione Elvetica, 2006). Anche se oggi è inserita nella narrazione collettiva sul paesaggio produttivo sostenibile, la Ferrovia Retica continua a costituire l'attrattore turistico principale del territorio e, tanto nelle dichiarazioni di produttori e attori locali, quanto nelle politiche di pianificazione, è evidente la volontà di assecondare la "storyline Unesco" (Lindstrom, 2019), attraverso la produzione e il mantenimento di un *heritagescape* (Di Giovine, 2009) locale in linea con quanto riconosciuto come Patrimonio dell'Umanità.

Riagganciando quest'asse ai primi due, i processi in corso in Valposchiavo sembrano confermare le tesi di Perlik (2019), per il quale il paesaggio rappresenta una risorsa chiave per la montagna contemporanea, che ne è fornitrice, nello scenario delle economie di scala globale.

5. CONCLUSIONI. – Il caso di studio analizzato nel paragrafo precedente presenta un esempio di quella che in questo contributo è stata definita come ‘ri-naturalizzazione’, materiale e simbolica, delle filiere agroalimentari e dei loro prodotti. L’analisi evidenzia come diversi fattori, tra cui le specificità dell’agricoltura di montagna, l’interesse dei consumatori per i prodotti biologici dall’esplicita provenienza regionale, le politiche agrarie svizzere e la necessità di un territorio di rendersi riconoscibile e competitivo sul mercato turistico internazionale, abbiano portato la Valposchiavo ad avviare un processo collettivo, che l’ha progressivamente trasformata in un’autodefinita ‘valle bio’, le cui produzioni agroalimentari locali costituiscono un fattore di attrazione turistica e un elemento identitario e di motivazione sociale ed economica per gli attori locali. Come evidenziano Barbera, Dagnes e Membretti (2018), “la forza delle rappresentazioni, specialmente quando condivise, si misura nel loro potere performativo, vale a dire nella loro capacità di mettere in forma i progetti di vita in cui queste possono abitare, crescere, radicarsi” (p. 351).

Il discorso relativo alle produzioni ‘100% Valposchiavo’ e all’agricoltura biologica è diventato quasi esclusivo sul territorio ed è stato veicolato dall’istituzione di marchi collettivi e dal marketing territoriale, rivolgendolo verso l’esterno, per attirare nuovi turisti, e verso l’interno, motivando gli attori locali (produttori, ristoratori, ecc.) ad agire conformemente a questa caratterizzazione del territorio.

Gli strumenti della *food political ecology* si sono rivelati particolarmente efficaci nell’analizzare criticamente i rapporti tra cibo e territorio, decostruendo le rappresentazioni dominanti e soffermandosi su come la natura sia mobilitata tanto come serbatoio di risorse materiali per la produzione agroalimentare, quanto come risorsa discorsiva a supporto dell’azione degli attori locali. Questo approccio ha contribuito ad approfondire come l’apparente convergenza di intenti e visioni da parte degli attori locali, relativamente alla produzione sostenibile di cibo come risorsa chiave e come tematismo principale del territorio, sia nei fatti l’esito di un intricato intreccio di regole, interessi e strategie, che nel paragrafo precedente sono state approfondite a partire dagli assi dei sistemi di regolazione, del mercato e del paesaggio.

Per concludere sembra utile richiamare il concetto di ‘orogenesi politica’ di Debarbieux e Rudaz (2010). Secondo questa visione costruttivista – analoga a quella relativa alla natura, che guida questo numero monografico – la montagna è al tempo stesso un elemento geomorfologico, una categoria della conoscenza e dell’azione collettiva e un costrutto socio-politico. Nei territori di montagna si sviluppano e affermano discorsi e politiche che propongono trasformazioni del territorio coerenti con un’idea condivisa di come ‘debba essere la montagna’, escludendone altre. Lo sviluppo del progetto *100% Valposchiavo* e delle altre iniziative ad esso collegate, espressioni istituzionali ed economiche del discorso attualmente prevalente in Valposchiavo sul presente e sul futuro del territorio, possono essere quindi

interpretati come esito di un processo di orogenesi politica, che ha visto convergere gli interessi e le strategie di diversi attori del territorio (non senza voci contrarie, relativamente per esempio alla convivenza con i grandi predatori), che hanno trovato terreno favorevole nelle dinamiche di mercato e nelle politiche rurali-montane elvetiche e che le lenti dell'ecologia politica del cibo hanno aiutato a mettere a fuoco, evidenziando il ruolo della natura come risorsa materiale e discorsiva.

## **Bibliografia**

- Alkon A.H. (2013). The socionature of local organic food. *Antipode*, 45, 3: 663-680. DOI: 10.1111/j.1467-8330.2012.01056.x
- Atkins P. e Bowler I. (2001). *Food in Society*. Londra: Arnold.
- Barbera F. e Dagnes J. (2017). Le filiere agroalimentari alternative a Torino e in Piemonte: una questione di qualità. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 10(1-2). DOI: 10.13128/bsgi.v10i1-2.506
- Id., Ead. e Membretti A. (2018). I nuovi montanari sognano anche nuove montagne?. In: De Rossi A., *Riabitare l'Italia*, Roma: Donzelli.
- Beck U. (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Francoforte: Suhrkamp (trad. it.: *La società del rischio*. Roma: Carocci, 2013).
- Bell D. e Valentine G. (1997). *Consuming geographies. We are where we eat*. London: Routledge.
- Carucci A. (2015). "Smart Valley 100% BIO Valposchiavo: un progetto di territorialità sostenibile", Tesi di laurea magistrale in Turismo, territorio e sviluppo locale. Università degli Studi di Milano Bicocca, a.a. 2014-2015.
- Castree N. (1995). The nature of produced nature: materiality and knowledge construction in Marxism. *Antipode*, 27: 12-12. DOI: 10.1111/j.1467-8330.1995.tb00260.x
- Id. (2001). Socializing Nature. In: Castree N. e Braun B., a cura di, *Social Nature*. Oxford: Blackwell.
- Claval P. (2012). *Géographie Culturelle*. Paris: Armand Colin.
- Confederazione Elvetica (2006). Dossier di Candidatura UNESCO World Heritage Rhaetian Railway in the Albula/Bernina Cultural Landscape. Berna.
- Corrado A. (2018). Agricoltura biologica, convenzionalizzazione e catene del valore. *Meridiana*, 93: 155-178.
- Cortesi M. e Andres F. (2013). *Qualità del Paesaggio – Regione Valposchiavo*. Poschiavo: Regione Valposchiavo.
- Debarbieux B. e Rudaz G. (2010). *Les faiseurs de montagne*. Paris: CNRS.
- Di Giovine M. (2009). *The Heritage-scape: UNESCO, World Heritage, and Tourism*. Lanham: Lexington Books.
- Feagan R. (2007). The place of food: mapping out the 'local' in local food systems. *Progress in Human Geography*, 31, 1: 23-42. DOI: 10.1177/0309132507073527
- Fitzsimmons M. e Goodman D. (1998). Incorporating nature: environmental narratives and the reproduction of food. In: Braun B. e Castree N., *Remaking reality*. London: Routledge.

- Galt R.E. (2013). Placing food systems in first world political ecology: A review and research agenda. *Geography Compass*, 7(9): 637-658. DOI: 10.1111/gec3.12070
- Giuliani G. (2009). La politica agraria svizzera: il dilemma fra tradizione e competitività. *AgriRegioniEuropa*, 5, 16.
- Goodman D. (2001). Ontology matters: The relational materiality of nature and agro-food studies. *Sociologia Ruralis*, 41, 2: 182-200. DOI: 10.1111/1467-9523.00177
- Id. (2003). The 'quality turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 1, 19: 1-7. DOI: 10.1016/s0743-0167(02)00043-8
- Id. e DuPuis E.M. (2002). Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture. *Sociologia Ruralis*, 42, 1: 5-22. DOI: 10.1111/1467-9523.00199
- Id. e Redclift M. (1991). *Refashioning Nature*. Londra: Routledge.
- Guthman J. (2014). *Agrarian Dreams: The Paradox of Organic Farming in California*. Berkeley: University of California Press.
- Harvey D. (1996). *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Oxford: Blackwell.
- Hempel C. e Hamm U. (2016). How important is local food to organic-minded consumers?. *Appetite*, 96: 309-318. DOI: 10.1016/j.appet.2015.09.036
- Howald K. (2015). 100% Valposchiavo: un modello economico per regioni periferiche?. *Quaderni grigionitaliani*, 84, 4: 94-100.
- Ilbery B. e Kneafsey M. (2000). Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England. *Journal of Rural Studies*, 16, 2: 217-230. DOI: 10.1016/s0743-0167(99)00041-8
- Kneafsey M. (2010). The region in food – important or irrelevant?. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3, 2: 177-190. DOI: 10.1093/cjres/rsq012
- Latour B. (2004). *Politics of Nature*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lindström K. (2019). Universal heritage value, community identities and world heritage: forms, functions, processes and context at a changing Mt Fuji. *Landscape Research*, 44, 3: 278-291. DOI: 10.1080/01426397.2019.1579899
- Lockie S., Lyons K., Lawrence G. e Mummery K. (2002). Eating 'green': motivations behind organic food consumption in Australia. *Sociologia Ruralis*, 42, 1: 23-40. DOI: 10.1111/1467-9523.00200
- Lorimer H. (2003). Telling small stories: spaces of knowledge and the practice of geography. *Transactions of the institute of British geographers*, 28, 2: 197-217. DOI: 10.1111/1475-5661.00087
- McMichael P., a cura di (1994). *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*. Ithaca: Cornell University Press.
- Mann S. e Lanz S. (2013). Happy Tinbergen: Switzerland's new direct payment system. *EuroChoices*, 12, 3: 24-28. DOI: 10.1111/1746-692x.12036
- Marsden T. (2000). Food matters and the matter of food: towards a new food governance?. *Sociologia Ruralis*, 40, 1: 20-29. DOI: 10.1111/1467-9523.00129
- Id., Murdoch J. e Morgan K. (1999). Sustainable agriculture, food supply chains and regional development: editorial introduction. *International Planning Studies*, 4, 3: 295-301. DOI: 10.1080/13563479908721743

- Matacena A. e Del Baldo M., a cura di (2009). *Responsabilità sociale d'impresa e territorio*. Milano: FrancoAngeli.
- Meuli K. e Edmaier K. (2017). *Rivalutare i corsi d'acqua – per l'uomo e la natura*. Berna: UFAM.
- Minca C. (2007). The tourist landscape paradox. *Social & Cultural Geography*, 8, 3: 433-453. DOI: 10.1080/14649360701488906
- Moragues-Faus A. e Marsden T. (2017). The political ecology of food: Carving 'spaces of possibility' in a new research agenda. *Journal of Rural Studies*, 55: 275-288. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2017.08.016
- Morgan K. (2010). Local and green, global and fair: the ethical foodscape and the politics of care. *Environment and Planning A*, 42, 8: 1852-1867. DOI: 10.1068/a42364
- Id., Marsden T. e Murdoch J. (2006). *Worlds of Food*. Oxford: Oxford University Press.
- Murdoch J. (2006). *Post-structuralist Geography*. Londra: Sage.
- Id., Marsden T. e Banks J. (2000). Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, 76, 2: 107-125. DOI: 10.2307/144549
- Id. e Miele M. (1999). 'Back to nature': changing 'worlds of production' in the food sector. *Sociologia Ruralis*, 39, 4: 465-483. DOI: 10.1111/1467-9523.00119
- Parrott N., Wilson N. e Murdoch J. (2002). Spatializing quality: regional protection and the alternative geography of food. *European Urban and Regional Studies*, 9, 3: 241-261. DOI: 10.1177/096977640200900304
- Pedrini P., Rizzolli F., Rossi F. e Brambilla M. (2012). Population trend and breeding density of corncrake *Crex crex* (Aves: Rallidae) in the Alps: monitoring and conservation implications of a 15-year survey in Trentino, Italy. *Italian Journal of Zoology*, 79, 3: 377-384. DOI: 10.1080/11250003.2011.651492
- Peet R. e Watts M. (2004). *Liberation Ecologies*. Abingdon: Routledge.
- Perlik M. (2019). *The Spatial and Economic Transformation of Mountain Regions*. Abingdon: Routledge.
- Perrault T., Bridge G. e McCarthy J. (2015). *The Routledge Handbook of Political Ecology*. Abingdon: Routledge.
- Pettenati G. (2020). Produrre cibo è produrre montagna. Pratiche e rappresentazioni del futuro della montagna rurale tra i produttori. In: Ferrario V. e Marzo M., a cura di, *La montagna che produce*. Milano: Mimesis.
- Regione Valposchiavo (2012). *Programma di sviluppo dello spazio rurale (PSSR)*. Poschiavo: Regione Valposchiavo.
- Robbins P. (2011). *Political Ecology: A Critical Introduction*. Hoboken: Wiley.
- Sassatelli R. (2015). Consumer culture, sustainability and a new vision of consumer sovereignty. *Sociologia Ruralis*, 55, 4: 483-496. DOI: 10.1111/soru.12081
- Smith N. (1984). *Uneven Development: Nature, Capital, and the Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- Tovey H. (1997). Food, environmentalism and rural sociology: on the organic farming movement in Ireland. *Sociologia Ruralis*, 37, 1: 21-37. DOI: 10.1111/1467-9523.00034
- Urry J. (1992). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Society*. Londra: Sage.
- Whatmore S. (2002). *Hybrid Geographies: Natures Cultures Spaces*. Londra: Sage.



- Winter M. (2005). Geographies of food: agro-food geographies-food, nature, farmers and agency. *Progress in Human Geography*, 29, 5: 609-617. DOI: 10.1191/0309132505ph571pr.
- Zingari V.M. (2019). Alpine Communities and Their Food Heritage as Intangible Cultural Heritage. In: Falk E. e Park S., a cura di, *Traditional food. Sharing experience from the field*. Jeonju: ICHCAP.
- Zinzani A. (2020). L'ecologia politica come campo di riconcettualizzazione socio-ambientale: governance, conflitto e produzione di spazi politici. *Geography Notebooks*, 3: 33-52. DOI: 10.7358/gn-2020-002-zinz