



LV CONVEGNO DI STUDI

METAMORFOSI VERDE **AGRICOLTURA, CIBO, ECOLOGIA**

Complesso monumentale di San Pietro

Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali

PERUGIA 13-15 settembre 2018

A web platform to incentive sustainable food production and responsible consumption

Sabrina Giuca, Simonetta De Leo, CREA-PB, Italy

Abstract

Obiettivi - Negli ultimi anni, la globalizzazione delle culture alimentari e le nuove tecnologie di produzione, manipolazione e distribuzione degli alimenti hanno contribuito a modificare il rapporto che i consumatori hanno con il cibo, affiancando a nuovi sapori la riscoperta delle materie prime tradizionali e rafforzando le esigenze di sicurezza e genuinità, le tendenze salutiste, l'attenzione all'ambiente e agli aspetti etici e sociali. Recenti esperienze di organizzazione tra consumatori e produttori nate in rete - forme innovative di GAS e box schemes - interpretano diversi gradi di sostenibilità economica, ecologica e sociale e puntano a migliorare il coordinamento dell'offerta e a coinvolgere i consumatori come attori attivi del sistema del cibo locale, tipico e biologico. Grazie alle piattaforme web si crea un mercato produttori/consumatori che riconosce un valore equo e sostenibile allo scambio, che va oltre il rapporto prezzo/qualità: i consumatori, infatti, aumentano la propria consapevolezza nelle scelte di consumo nel rispetto della stagionalità, delle tradizioni e dei cicli biologici naturali, riducendo gli sprechi; mentre la costanza di acquisto e la riduzione degli intermediari garantiscono le esigenze economiche anche per i piccoli produttori.

Metodologia - Il lavoro si concentra su un caso studio, la rete "Kalulu", che funziona come un social network tra produttori laziali e consumatori romani, consentendo a questi ultimi di ritirare i prodotti ordinati presso un punto di consegna vicino alla propria abitazione: in sostanza, il gruppo di acquisto si crea attorno al luogo prescelto. L'analisi si concentra sugli obiettivi della piattaforma: creare una diffusione reticolare anche grazie a convenzioni con aziende importanti; consentire ai produttori di raggiungere direttamente il mercato ottenendo il margine migliore; contribuire a difendere e sostenere la piccola produzione locale, mettendo a disposizione di tutti i produttori una piattaforma di marketing e distribuzione efficace basata sui gruppi di acquisto dinamici; creare un modello di consegna economico, efficiente e sostenibile, abbattendo i costi della logistica e del trasporto dei prodotti.

Risultati - Sono 400 le aziende iscritte alla rete Kalulu e oltre 40.000 gli utenti; nel 2016 sono stati evasi 41.000 ordini per complessive 170 tonnellate di prodotti. Kalulu è un sistema basato sulla fiducia di tutti gli attori coinvolti e sulle garanzie e i servizi offerti. In tal modo, la piattaforma è in grado di garantire uno sbocco commerciale per prodotti stagionali e locali

anche di imprese situate in aree marginali, piccolissimi produttori, produttori artigianali a conduzione familiare, coltivatori che producono per l'auto-consumo e periodicamente hanno eccedenze da vendere. Ciò si traduce in minori costi di produzione, in quanto il rispetto del ciclo naturale delle stagioni permette di limitare l'uso dell'energia necessaria, mentre la vendita prevalentemente su scala locale evita il trasporto su lunghe distanze e riduce i costi di conservazione, imballo e carburante, abbattendo il prezzo finale a vantaggio dei consumatori.

La piattaforma, inoltre, contribuisce a una radicale ristrutturazione dei modelli di consumo alimentare, incentivando l'approccio a un consumo responsabile verso prodotti locali, di stagione e a basso impatto ambientale.

Keywords: Produzione sostenibile, Consumo responsabile, Prodotti biologici, Prodotti tipici