



DAL MERCATO COPERTO AL FOODHUB

Verso un'architettura
ibrida al servizio delle filiere
agroalimentari locali

POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea Magistrale in
Architettura per il Progetto Sostenibile

relatore
GUSTAVO AMBROSINI

candidato
TAZIO LUDOVICO CHIOMIO



**Politecnico
di Torino**

A.A: 2020 | 2021
settembre 2021

Come architetti ed
esseri umani, abbiamo
il potere di ragionare
in maniera olistica
usando il **cibo** come
mezzo per dare forma
al futuro delle nostre
città e delle nostre
campagne, attraverso
cambiamenti
nel modo in cui
guardiamo ad esse
e al modo in cui le
immaginiamo.

Tazio L. Chiomio

1

Contemporaneità.

Programmi, politiche e sistemi alimentari globali

- 1.1** Il cibo come chiave di lettura della contemporaneità _5
- 1.2** Il sistema alimentare globale. Uomo, ambiente e cambiamento climatico _15
 - Il moderno sistema agroalimentare
- 1.3** Le politiche alimentari _27
 - Verso una politica alimentare comune per l'Unione Europea
 - New Urban Agenda
 - Il contesto italiano: programmi e politiche
 - Urban Food Policy e obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs)
 - Esperienze e buone pratiche.
 - I casi di Toronto, Parigi, Milano, Rotterdam e Barcellona
 - Covid-19 e sistema alimentare

2

Relazioni.

Cibo, territorio, città, società civile

- 2.1** Nutrire le città _58
 - Le nostre città affamate
 - Cibo e città
 - Come ci nutriremo nel prossimo futuro?
 - La nuova economia di scala del cibo
 - La città è ancora costruita attorno al cibo
 - Approvvigionare le città
- 2.2** Città e filiera agro-alimentare _64
 - Città e produzione
 - Città e distribuzione
 - Città e consumo
 - Città rifiuti
- 2.3** I sistemi locali del cibo _72
 - Lo sviluppo "regionale" nel contesto europeo

3

Architettura e cibo. Evoluzione di un binomio indissolubile

3.1 Storia dei mercati _90

I principali mercati italiani ed esteri tra 1800 e 1900
L'evoluzione dei mercati nelle moderne città europee

3.2 Le tipologie di mercato _104

Caratteristiche e tipologie di mercati coperti

3.3 Casi studio _110

Mercati coperti contemporanei:

- Foodmet Abbatoir, Bruxelles
- Mercado Barcelò, Madrid
- Markthal Rotterdam, Rotterdam
- Torrent market and civic center, Valencia
- Wakefield market hall, Wakefield
- Baltic station market, Tallin
- Malmö Saluhall, Malmö
- Santa Caterina market, Barcellona
- Mercato annonario, Sanremo

4

Definizione di un business model ibrido. Verso un Food Hub per le filiere agroalimentari locali

4.1 Architettura del modello d'impresa e catena del valore _162

Vision - Mission - Valori

4.2 "Dimensioni" del business _168

Dimensione fisica: tipologie di Food Hubs

Dimensione virtuale: un Food Hub Digitale Locale

4.3 Metodologia per la formulazione di un business model _186

4.4 Analisi, interviste e modelli di business di aziende del settore "food" _195

4.5 Funzioni, operazioni e spazi del Food Hub _201

5

Definizione di un progetto ibrido.

Gli attori, il contesto, lo scenario di progetto

5.1	Attori	_206
	Qualità&Servizi e BuonoxTutti	
5.2	Contesto	_210
	Il Parco Agricolo della Piana Fiorentina	
	L'area di progetto	
5.3	Mixed-use for Food	_226
	Introduzione al concetto di architettura mixed-use	
	Funzioni, operazioni e spazi di un Food Hub	
	Le funzioni Mixed-use for Food	
5.4	Scenario di progetto	_238

Abstract

Cibo, Società, e Architettura. Un trionfo indissolubile che tenta di integrare le molteplici dimensioni del cibo nella società contemporanea. Qual è il rapporto tra sistemi alimentari, architettura e territorio? Perché sono di fondamentale importanza le politiche alimentari per il futuro? Quali sono le principali criticità delle filiere locali? Come il cibo può diventare vettore di importanti trasformazioni nel modo in cui guardiamo alla relazione tra aree urbane e aree rurali? Quale può essere il ruolo dell'architetto nel definire nuove traiettorie di sviluppo locale? Dalla crisi alimentare del 2008 al problema del "land grabbing", dalla sostenibilità delle pratiche agronomiche al dibattito sulla sovranità alimentare, dai dannosi processi di de-territorializzazione alla rivalsa delle economie regionali e dei sistemi locali; questioni, in sintesi, di natura globale che hanno inoltre importanti ricadute su scala regionale e locale. Questo lavoro vuole delineare un processo - attraverso lo studio, l'indagine e l'elaborazione - per giungere alla formulazione di una proposta di business e di un'architettura ibrida al servizio delle economie regionali e delle filiere agroalimentari che ambiscano alla ricostruzione delle relazioni tra campagna e città, tra sistemi alimentari e popolazioni locali. L'architettura non viene trattata come oggetto finale della sostenibilità, ma come mezzo per raggiungere specifici obiettivi di natura economica, ambientale, territoriale e culturale. La tesi si compone di due sezioni principali. La prima vuole indagare il ruolo del cibo e dei sistemi alimentari nella società contemporanea attraverso lo studio dei "food system", delle politiche alimentari e dei rapporti che si instaurano tra cibo, architettura e territorio. È stato poi analizzata l'evoluzione delle attività commerciali e dei luoghi del mercato nella storia, per comprendere come esse abbiano influito nella formazione e trasformazione delle realtà urbane e delle dinamiche sociali, nella consapevolezza che alle spalle della rivoluzione urbana ci sia quella dei sistemi alimentari. Infine, è stata condotta un'analisi architettonica e

funzionale di nove dei principali mercati coperti contemporanei europei. La seconda sezione intende applicare le conoscenze acquisite al fine di elaborare un innovativo modello di business sociale e di formulare una proposta architettonica "mixed-use for food" all'interno del contesto del Parco Agricolo della Piana fiorentina, attraverso la collaborazione con imprese, start-up e ambiti accademici. Un processo che è partito da un'idea, è passato attraverso lo studio delle tematiche ad essa correlate, si è confrontata con la missione e con le attività previste, per giungere poi all'identificazione delle funzioni e la traduzione di queste in spazi architettonici. Funzioni, operazioni e spazi che assieme collaborano alla formulazione di un Food Hub per la Regione Toscana. In conclusione si possono identificare tre obiettivi: cambiare il modello architettonico di riferimento per la distribuzione alimentare, usare il cibo e i sistemi alimentari per riconnettere la città alla campagna e sviluppare una proposta architettonica in linea con un innovativo modello di business; in sostanza, tentare di sviluppare ragionamenti olistici che utilizzino il cibo come mezzo per dare forma al futuro delle nostre città e delle nostre campagne, attraverso cambiamenti nel modo in cui guardiamo ad esse e al modo in cui le progettiamo.

Manifesto

FOOD is

Slow perchè opporsi e contrastare la frenesia consumistica che aleggia tra gli scaffali di un supermercato e la velocità che caratterizza la grande distribuzione organizzata.

Slow perchè velocità significa perdita; perdita di legami - con territorio e tra uomini - perdita di valori, perdita di naturalezza.

Slow perchè proprio la velocità - caratteristica indomita del nostro secolo - tanto osannata dai futuristi, ricercata dalle industrie e voluta dagli uomini che ha portato al declino dei valori della società contemporanea.

Slow perchè significa qualità della vita, qualità dei rapporti sociali ed economici, qualità del cibo di cui ci nutriamo e delle relazioni che coltiviamo.

Slow perchè la natura è intrinsecamente lenta; lenta è stata l'evoluzione della terra, la nascita delle prime civiltà, la formazione dei primi centri urbani e l'addomesticazione delle prime piante e dei primi animali.

SOCIETY is

Social perchè l'anello mancante della nostra attuale società capitalistica è il business sociale, punto di unione strategico tra crescita economica e benessere civile.

Social perchè storicamente il mercato è sinonimo di inclusione, di socialità e di unione; un luogo di scambio di merci, di saperi e di tradizioni.

Social perchè deve essere reso accessibile il cibo sano, giusto e locale e si deve garantire la sovranità delle terre agli agricoltori del territorio.

Social perchè si deve credere nel potere della collaborazione piuttosto che in quello della competizione.

Social perchè un luogo urbano innovativo deve garantire inclusività sociale e una buona differenziazione funzionale.

Social perchè il benessere di una società dipende dal benessere della popolazione che la costituisce.

ARCH. is

Market perchè è sempre stato il punto di connessione tra le realtà rurali e la vita urbana.

Market perchè la sostenibilità non deve essere un fine, ma un mezzo per raggiungere obiettivi di progresso sociale e ambientale nei settori che contribuiscono al declino ecosistemico.

Market perchè danno vita alle nostre città, sono strumenti chiave di rigenerazione urbana, di stili di vita sostenibili, dell'occupazione e dell'imprenditorialità innovativa.

Market perchè il settore del commercio agroalimentare deve essere in sincronia con le esigenze della società contemporanea.

Market perchè la progettazione di mercati coperti odierni richiede importanti riflessioni sul tema urbano e sulle ricadute economico-sociali nei territori rurali di prossimità.

Contemporaneità. Programmi, politiche e sistemi alimentari globali

1.1 Il cibo come chiave di lettura della contemporaneità

1.2 Il sistema alimentare globale. Uomo, ambiente e cambiamento climatico

Il moderno sistema agroalimentare

1.3 Le politiche alimentari

Verso una politica alimentare comune per l'Unione Europea

Il contesto italiano: programmi e politiche

Esperienze e buone pratiche.

COVID-19 e sistema alimentare

Se da sempre i prodotti alimentari hanno rappresentato uno dei principali vettori di **scambio** e **incontro** tra popoli e luoghi, solo negli ultimi anni si può parlare della nascita di un vero e proprio **sistema globale del cibo**, nel quale il cibo è contemporaneamente oggetto della **globalizzazione** e agente globalizzante.

In questo capitolo si intende indagare il ruolo del cibo nella società contemporanea, analizzando il **moderno sistema agroalimentare** e cercando di comprendere le relazioni che si instaurano tra uomo, ambiente e cambiamenti climatici.

Il sistema alimentare si fonda su reti di flussi, nodi e attori a scala globale; è costituito da **connessioni** e interconnessioni di sistemi sovranazionali, nazionali, regionali e talvolta locali. In questi articolati sistemi di connessioni economiche, sociali e culturali, operano una serie di figure che vanno dalle società multinazionali alle imprese nazionali, dai soggetti pubblici a quelli privati.

Viene poi indagato il ruolo delle **Food Policy** nel definire nuove traiettorie di sviluppo dei sistemi alimentari oltre a mettere in luce le problematiche globali legate al settore; dal surriscaldamento del pianeta alle deforestazioni, dal land grabbing alle pratiche di concorrenza sleale, dal sovrautilizzo delle risorse alle criticità ecosistemiche.

“Il cibo è il vero carburante della storia”¹

Così Marino Niola sintetizza il ruolo che cibo e alimentazione hanno avuto nella storia dell'uomo. Rilevanza, data dalle molteplici dimensioni del cibo che spaziano dall'impatto sociale alle dinamiche culturali, dai meccanismi economici che esso genera alla imprescindibile componente salutare.

L'importanza del cibo non è destinata a diminuire nel futuro prossimo ma anzi, ciò che è certo, è che il rapporto degli uomini con l'alimentazione già oggi assume forme diverse che sono destinate a mutare e saranno sempre più difficili da prevedere, dato il periodo storico di incertezza sociale, economica e culturale.

Molti sono i paradigmi contemporanei legati all'uomo in relazione a ciò di cui si nutre. Il *Barilla Centre for Food and Innovations*, ad esempio, ne individua cinque sulla base dei quali si articola la nostra società post-moderna e che possono servire a interpretare la realtà contemporanea: l'evoluzione demografica, i nuovi equilibri geopolitici, la connettività totale, la focalizzazione sugli aspetti ambientali e le nuove tecnologie GRIN.

Questi aspetti entrano necessariamente in relazione con le tematiche che determinano la rilevanza del cibo all'interno della nostra società:

“[...] il recupero di un'autentica dimensione di commensalità, nella consapevolezza che la convivialità gioca un ruolo fondamentale nel favorire un approccio equilibrato all'alimentazione; l'accessibilità, vale a dire la possibilità da parte dei consumatori di accedere a un'offerta alimentare ampia e di qualità; la progressiva evoluzione di naturalità, da intendersi come una serie di interventi minimi e strettamente necessari nelle varie fasi della filiera agroalimentare, fondati sulle migliori conoscenze disponibili; il giusto grado di contaminazione tra culture alimentari”²

È un'esigenza comune a tanti settori e ambiti produttivi, ma che nel caso del cibo assume un'importanza crescente sul piano politico investendo e mettendoli profondamente in discussione, i rapporti tra mercato, Stato e consumatori, da un lato rivelando le geografie

¹ Marino Niola, *Il valore simbolico del cibo*, Ciclo di conferenze sul tema: coltura e cultura per nutrire il pianeta, Istituto lombardo, 2015, p.1

² Guido Barilla, *L'alimentazione nel 2030: tendenze e prospettive*, Barilla center for food and nutrition, Codice Edizioni, 2012, p.1

nascoste del cibo, dall'altro costituendo il presupposto conoscitivo per ripensare lo stesso sistema.

Non si può dire che il settore alimentare sia privo di disposizioni, regolamentazioni e trattati. Troviamo infatti in primo piano i trattati internazionali, con vincoli normativi, provenienti dalle più importanti organizzazioni internazionali come ONU, FAO, WTO, UNICEF, proseguendo poi con l'insieme delle agenzie e degli organismi istituiti dalle stesse organizzazioni internazionali (ad esempio, IFAD fondo internazionale per lo sviluppo agricolo e il PAM programma alimentare globale). Vi sono inoltre organismi trans-statali che mettono a sistema varie componenti delle pubbliche amministrazioni statali, organismi a metà tra il pubblico e il privato con funzione di cooperazione e sviluppo, le ONG che operano nei più disparati settori del sistema alimentare con incarichi o finanziamenti degli organismi internazionali e infine tutti gli attori privati che svolgono funzioni pubbliche.



Troviamo poi accordi di diversa natura, bilaterali e multilaterali, che riguardano specifici settori, progetti finanziati da organizzazioni internazionali (che però spesso impongono ai paesi destinatari di adeguarsi sul piano normativo e istituzionale) e poi, indicazioni, raccomandazioni e meccanismi di finanziamento che provengono non solo da grandi organizzazioni istituzionali ma anche da un numero cospicuo di istituzioni e organizzazioni non governative; infine, molteplici cartelli e accordi multilaterali con clausole e impegni che spesso non sono noti neanche all'opinione pubblica dei paesi interessati.

Il sistema alimentare mondiale, apparentemente regolato dalle leggi del mercato, risulta tuttavia sostenuto da poche regole provenienti dai grandi e più conosciuti trattati internazionali e articolato secondo una fitta rete di disposizioni, indicazioni, norme, vincoli e clausole che si collocano a metà tra la dimensione pubblica e quella privata.

“È una situazione che ha indubbiamente aspetti negativi: a un sistema di regole basato su fonti normative (vincolanti o di soft law), trasparente e conoscibile da chiunque, si è andato

progressivamente sostituendo un sistema informale e opaco, tra la trasparenza e la segretezza, tra gestione democratica e autoritaria degli interessi generali e specifici dei vari settori che rientrano nel sistema alimentare: l'aumento del numero di protagonisti e di nuove tipologie di accordi e di norme ha comportato l'ampliarsi, il diversificarsi e l'estendersi delle relazioni, delle trattative, degli accordi sopranazionali che assumono forme e riguardano contenuti nuovi e diversi da quelli tradizionali della comunità internazionale³

Nonostante la complessità della rete che costituisce il sistema alimentare contemporaneo, quest'ultimo si è mantenuto efficiente e stabile superando le crisi economiche, sociali e politiche che hanno investito la nostra società negli ultimi 20 anni.



³ S. Nespore, *Sistema alimentare mondiale ambiente e cambiamento climatico*, <https://www.scienzainrete.it/articolo/sistema-alimentare-mondiale-ambiente-e-cambiamento-climatico/stefano-nespore/2015-12-1>, [data ultimo accesso: 09.02.21]

1.1

Il cibo come chiave di lettura della contemporaneità

Con il termine **globalizzazione**, si intende:

*"[...]il fenomeno causato dall'intensificazione degli scambi economico-commerciali e degli investimenti internazionali su scala mondiale che, nei decenni tra il XX e XXI secolo, sono cresciuti più rapidamente dell'economia mondiale nel suo complesso, con la conseguenza di una tendenzialmente sempre maggiore interdipendenza delle economie nazionali, che ha portato anche a interdipendenze sociali, culturali, politiche, tecnologiche e sanitarie i cui effetti positivi e negativi hanno una rilevanza planetaria, unendo il commercio, le culture, i costumi, il pensiero e i beni culturali"*⁴

Da una prima analisi, si può dire che il sistema alimentare globale sia uno dei più evidenti risultati dell'attuale processo di globalizzazione.

*"Se da sempre i prodotti alimentari hanno rappresentato uno dei principali vettori di incontro e scambio tra popoli e luoghi, solo negli ultimi decenni si può parlare della nascita di un vero e proprio sistema del cibo globale, nel quale il cibo è al tempo stesso oggetto della globalizzazione e agente globalizzante"*⁵.

Infatti, come accade analogamente per altri settori, anche il sistema alimentare si fonda su reti di flussi, nodi e attori a scala globale; è costituito da connessioni e interconnessioni di sistemi sovranazionali, nazionali, regionali e talvolta locali.

In questi articolati sistemi di connessioni economiche, sociali e culturali, operano una serie di figure che vanno dalle società multinazionali alle imprese nazionali, dai soggetti pubblici a quelli privati; di quest'ultima categoria fanno parte gli agricoltori (che sono circa la metà della popolazione globale) e la massa dei consumatori, capace di modificare o assecondare i sistemi economici globali. Questo quadro generale fornisce un'idea piuttosto precisa della rilevanza che ha il settore agroalimentare nel definire non solo i rapporti sociali ed economici, ma anche politici e culturali su scala globale e locale. Inoltre, tutti questi sistemi sono in perenne cambiamento per adattarsi ad eventi naturali e ambientali, politici

⁴ Wikipedia - l'enciclopedia libera, *Globalizzazione*, <https://it.wikipedia.org/wiki/Globalizzazione>, [data ultimo accesso: 09.02.2021]

⁵ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p.16

e culturali, a cui corrisponde un adeguamento delle politiche economiche, dei meccanismi normativi e istituzionali.

È ormai noto che le basi dell'attuale globalizzazione alimentare coincidano con l'origine stessa dell'agricoltura. Studi di diversa natura hanno dimostrato come la domesticazione di piante ed animali e la nascita di società stanziali basate su agricoltura e allevamento abbiano visto uno sviluppo indipendente, a partire da circa 10.000 anni fa. Fin dall'inizio, lo spostamento di uomini, piante ed animali da un luogo all'altro del pianeta è stato un elemento distintivo delle dinamiche culturali, economiche e sociali delle popolazioni; storici ed archeologici concordano sul fatto che sia molto difficile risalire alle aree geografiche della prima domesticazione delle specie e distinguerle da quelle nelle quali sono state introdotte successivamente. Emerge quindi il ruolo fondamentale e necessario dello scambio nello sviluppo dell'agricoltura e dell'allevamento.

Con il breve excursus che segue si evidenzia il distacco che è venuto a crearsi nel corso della storia dell'uomo, tra la geografia della produzione alimentare attuale e l'originaria domesticazione e prima diffusione di piante commestibili e specie animali.

"Oggi la Cina è per esempio il principale produttore di grano, originario del Medio Oriente; la Cina e l'India dominano la produzione di riso, probabilmente sviluppatosi in origine nel Sudest asiatico; l'India è il primo produttore di tè (pianta cinese) e di arachidi (di origine sudamericana). Attraversando l'oceano in direzione opposta, il Brasile è il primo produttore del caffè, nato in Etiopia, di pepe indiano e il secondo produttore di soia, cinese".⁶



6 G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 23

La stabilizzazione che ha portato la domesticazione di piante e specie animali, quindi dell'agricoltura e dell'allevamento, ha generato strutture politiche complesse legate alle conquiste di territori lontani da parte delle popolazioni più sviluppate; lo sviluppo del commercio ha quindi cessato di essere legato esclusivamente allo spostamento di popolazioni migranti, per diventare così uno dei pilastri portanti delle strategie politiche e commerciali delle società stanziali.

Basti guardare alla storia delle potenze coloniali per rendersi conto del ruolo che hanno avuto i prodotti agricoli nella storia delle relazioni tra popoli, su scala globale. Per esempio, il commercio di pepe e altre spezie dall'elevata resa economica, è stato elemento chiave di molteplici avvenimenti cruciali per la storia della globalizzazione; dall'ascesa della Repubblica di Venezia all'inizio delle esplorazioni oltre oceano, di Spagna e Portogallo.

“È l'inizio dell'era coloniale che, per almeno i cinque secoli successivi, portò allo sviluppo di un sistema di relazioni per – e in parte determinate dallo sviluppo di un sistema del cibo globale”.⁷

Gli eventi storici e le dinamiche socio-economiche, legate alla produzione, al commercio e al consumo di beni alimentari, hanno rivestito un ruolo cruciale nei processi economici e politici che hanno portato ad uno sviluppo sociale su scala globale. Partendo dalla nascita del sistema coloniale e dell'imperialismo, che hanno gettato le basi per la formazione di un sistema mondiale di dipendenza tra territori spesso molto lontani, passando per l'approccio produttivista e le relazioni centro-periferia che hanno caratterizzato le politiche internazionali, fino all'attuale affermazione su scala mondiale dell'economia capitalista e di un modello neoliberista degli scambi di prodotti commerciali.

Dopo la crisi economica del 2008, diverse figure di spicco in ambito economico, politico e sociologico hanno identificato il modello economico neoliberista come uno tra i principali fattori di influenza. Risulta quindi necessario sottolineare la stretta relazione che sussiste tra regimi di mercato e sovranità alimentare.

*“La **sovranità alimentare** è il diritto dei popoli ad alimenti nutritivi e culturalmente adeguati, accessibili, prodotti in forma sostenibile ed ecologica, ed anche il diritto di poter decidere il proprio sistema alimentare e produttivo. Questo pone coloro che producono, distribuiscono e consumano alimenti nel cuore dei*

7 G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 21

sistemi e delle politiche alimentari e al di sopra delle esigenze dei mercati e delle imprese. Essa difende gli interessi e l'integrazione delle generazioni future. Ci offre una strategia per resistere e smantellare il commercio neoliberale e il regime alimentare attuale. Essa offre degli orientamenti affinché i sistemi alimentari, agricoli, pastorali e della pesca siano gestiti dai produttori locali. La sovranità alimentare dà priorità all'economia e ai mercati locali e nazionali, privilegia l'agricoltura familiare, la pesca e l'allevamento tradizionali, così come la produzione, la distribuzione e il consumo di alimenti basati sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica. La sovranità alimentare promuove un commercio trasparente che possa garantire un reddito dignitoso per tutti i popoli e il diritto per i consumatori di controllare la propria alimentazione e nutrizione. Essa garantisce che i diritti di accesso e gestione delle nostre terre, dei nostri territori, della nostra acqua, delle nostre sementi, del nostro bestiame e della biodiversità, siano in mano a chi produce gli alimenti. La sovranità alimentare implica nuove relazioni sociali libere da oppressioni e disuguaglianze fra uomini e donne, popoli, razze, classi sociali e generazioni".⁸

Sulla base di questa definizione condivisa di sovranità alimentare, sono stati formulati sei principi guida a favore di uno **sviluppo sostenibile del settore agroalimentare**.⁹

1. Alimentazione umana

Porre al centro delle politiche agricole, alimentari, di pesca e allevamento il diritto ad una alimentazione sufficiente, salutare e culturalmente adeguata per tutti gli individui, popolazioni, comunità, inclusi gli affamati, i sotto-occupati, e tutti coloro i quali vivono in zone marginali e di conflitto. La SA rifiuta l'idea che il cibo possa essere una commodity qualsiasi o una mera componente dell'economia agroindustriale.

2. Valorizzazione dei produttori di cibo

Valorizzare e sostenere i contributi, di donne e uomini, contadini e di coloro che praticano un'agricoltura di tipo familiare e di piccola e media scala e di coloro che lavorano come salariati nel settore agroalimentare. Vengono rifiutate le politiche, le azioni e i programmi

⁸ Dichiarazione di Nyéléni, Forum sulla sovranità alimentare (v. Cap.2), 2007, Mali

⁹ A. Dessì, M. F. Nonne, P. Nonne, Sovranità Alimentare, SIVtro-VSF I Onlus, 2009

che non li valorizzano e che minacciano il loro sostentamento e la loro scomparsa.

3. Sistemi alimentari locali e localizzati

Promuovere l'interazione tra produttori e consumatori ponendoli al centro dei processi decisionali sui temi alimentari; proteggere i produttori di cibo dal "dumping" e promuovere i mercati locali; proteggere i consumatori dalla scarsa qualità e salubrità del cibo e da aiuti alimentari non appropriati. Resistere alle politiche governative strutturali, accordi e pratiche che dipendono da mercati internazionali insostenibili e iniqui.

4. Meccanismi di controllo locale

Porre il controllo delle risorse - territori, terre, pascoli, acqua, semi, animali da allevamento e risorse ittiche - nelle mani dei produttori e rispettare i loro diritti. Incentivare la corretta gestione e condivisione di queste risorse in maniera socialmente ed ecologicamente sostenibile, contribuendo al mantenimento della diversità. Riconoscere, inoltre, che i territori locali siano in grado di oltrepassare le frontiere politiche assicurando il diritto delle comunità locali a vivere sui loro territori e a usarli. Respingere la privatizzazione delle risorse delle risorse naturali e i contratti commerciali.

5. Creazione di conoscenze, abilità e mezzi

Promuovere sistemi di ricerca appropriati a sostegno delle conoscenze, delle abilità e dei mezzi locali, basandosi sulle abilità dei produttori di cibo e sulle loro organizzazioni che localmente conservano, sviluppano e gestiscono sistemi di raccolta e produzione nell'ottica di tramandare alle generazioni future. Rifiutare tutte quelle tecnologie, come l'ingegneria genetica, che minacciano e contaminano le conoscenze tradizionali.

6. Lavorare con la natura

Usare le risorse naturali, in sistemi agricoli diversificati, con metodi di coltivazione e produzione agro-ecologici a bassi input esterni, in maniera da massimizzare il contributo dell'ecosistema e migliorare l'elasticità e l'adattamento, specialmente nei confronti dei cambiamenti climatici. Rifiutare i metodi che danneggiano la funzione benefica dell'ecosistema e quelli derivati da monoculture, allevamento intensivo, pesca distruttiva e gli altri metodi di produzione industriale che danneggiano l'ambiente e contribuiscono

al riscaldamento globale.

Com'è noto, il **neoliberismo** si identifica come una dottrina economica liberale che considera la riduzione della sfera di influenza dello Stato sull'economia e la libera concorrenza tra attori privati nel mercato, come pilastri fondanti dell'intero sistema economico.

“Questi nobili intenti sono stati però vanificati dai comportamenti reali di singoli imprenditori, investitori, economisti e politici che hanno usato la libertà senza regole a loro concessa per agire irresponsabilmente”¹⁰

Cercando una connessione tra neoliberalismo e sistema alimentare viene spontaneo citare il sempre più frequente e aggressivo fenomeno di **land grabbing**.

Il 2008 è stato un anno cruciale a livello globale, caratterizzato da una sconvolgente crisi alimentare nel corso della quale si è assistito ad un aumento considerevole (circa il 40%) dei prezzi dei prodotti di base come grano, caffè, latte, zucchero e riso. La variabilità dei prezzi ha spinto attori privati e investitori a guardare con interesse economico alla terra; come già accaduto in precedenti epoche storiche, la terra è tornata ad essere un fattore di rilevanza strategica in grado di condizionare gli equilibri economici e geopolitici su scala globale.

Negli ultimi anni questo fenomeno sta favorendo l'intreccio sregolato di diversi fattori che ruotano attorno a questioni che vanno dalla ricerca di nuove fonti di approvvigionamento alimentare alle questioni energetiche, dai cambiamenti climatici alle dinamiche di speculazione finanziaria, concretizzandosi in un processo di “acquisizione delle terre” da parte di soggetti pubblici e privati. L'organizzazione contadina *Eco Ruralis* descrive il fenomeno del land grabbing come:

“il controllo (attraverso la proprietà, l'affitto, la concessione, contratti, quote o diritti di altro tipo) di quantità di terra superiori a quelle ritenute ordinarie localmente, da parte di qualsiasi persona o entità (pubblico o privato, straniero o domestico), con qualsiasi mezzo (“legale” o “illegale”) ai fini di speculazione, estrazione, controllo delle risorse o mercificazione a discapito dell'agricoltura contadina, dell'agroecologia, della custodia (stewardship) della terra, della sovranità alimentare e dei diritti umani e dei diritti

¹⁰ Il Neoliberalismo è l'ideologia del nostro tempo, <https://www.pensierocritico.eu/neoliberalismo-culturale.html>, [data ultimo accesso: 09.02.21]

umani”¹¹

All'interno di questo intricato meccanismo entrano in campo due forze contrapposte; da un lato i grandi paesi in via di sviluppo, come Cina e India, che da trent'anni investono in Africa, America Latina e alcune regioni sottosviluppate dell'Asia. Dall'altro le grandi imprese private multinazionali che hanno come obiettivo il controllo di estese porzioni di terra per la produzione e l'attuazione di strategie, spesso poco ortodosse, di speculazione finanziaria.

Con la complicità e l'intermediazione dei governi dei paesi sottoposti al processo di *land grabbing*, le grandi imprese private e i governi degli stati “squali” attuano processi di neo colonialismo che, nella maggior parte dei casi, vanno a discapito delle popolazioni rurali locali che spesso si vedono costrette ad abbandonare le proprie terre.

Questo crescente fenomeno, considerato da alcuni come una condizione favorevole di sviluppo, se analizzato in profondità presenta numerose questioni legate allo scarso coinvolgimento delle comunità locali nei processi decisionali; si denota infatti un'insufficiente trasparenza riguardante gli accordi di acquisizione dei terreni. Lo stesso Jaques Diouf, ex direttore generale della Fao, definisce il processo di *land grabbing* come una forma di neo-colonialismo che, in assenza di adeguate e tempestive *governance* globali, potrebbe degenerare nel corso degli anni.



Il sociologo rurale Jan Wiskerke, nel suo lavoro di ricerca riguardo ai temi della globalizzazione del sistema alimentare, individua tre forze prevalenti e cinque aspetti negativi del sistema agroindustriale contemporaneo.

¹¹ Baker-Smith, Szocs-Boruss, definizione di Land Grabbing, Associazione EcoRuralis, 2016, tradotta in G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l, Milano, 2018, p. 23

- **Disconnecting**, ovvero la disconnessione spazio-temporale tra produttori e consumatori. Il processo di delocalizzazione ha aumentato la distanza tra luoghi della produzione/lavorazione, e i luoghi del commercio, nonché un distacco sociale caratterizzato da rapporti sempre più anonimi e formalizzati.
- **Disembedding**, inteso come sradicamento del cibo dai propri contesti di produzione. Nelle filiere agroindustriali convenzionali, il luogo di provenienza degli alimenti non viene più considerato come un elemento di rilievo nel definire le caratteristiche dei prodotti finiti.
- **Disentwining**, da intendersi come rigida separazione tra le fasi della filiera.

I prodotti alimentari, al giorno d'oggi, arrivano sulle tavole dei consumatori dopo aver seguito, rigidi e rigorosi, percorsi standardizzati e altamente specializzati che hanno privato l'alimentazione della sua unitarietà e multidimensionalità.

Si può dunque affermare, usando le parole di Le Heron, che “la globalizzazione del sistema agroalimentare è strettamente connessa alla graduale incorporazione dell'agricoltura nelle dinamiche globali dell'accumulazione capitalista”¹² le cui “caratteristiche principali sono la crescente liberalizzazione del commercio internazionale di prodotti agricoli e alimentari e l'emergere di una divisione internazionale del lavoro nel settore agroalimentare”.¹³

Individuate le tre forze prevalenti, risulta necessario evidenziare quali sono, secondo il sociologo Jan Wiskerke, i **principali aspetti negativi** del sistema. Questi possono essere raggruppati in cinque categorie:

1. Pressione al ribasso dei guadagni delle famiglie agricole

Se in passato il mercato era regolato dai produttori, al giorno d'oggi gran parte del potere viene esercitato da chi vende; questa inversione di tendenza ha fatto sì che i produttori agricoli e gli allevatori si siano trasformati, quasi in tutte le aree geografiche, nell'anello più debole dell'intera filiera agroalimentare. Questo progressivo indebolimento <ha ridotto sensibilmente i redditi e allontanato sempre più i produttori dalla possibilità di influire sul prezzo di vendita dei propri

¹² Le Heron, 1993, Atkins and Bowler, 2001, tradotta in G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 26

¹³ Goodman and Watts, 1997, Morgan et al., 2006, tradotta in G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 26

prodotti immessi sul mercato.

2. Inquinamento ambientale e degrado biologico

Sono due le problematiche, di carattere ambientale, che danneggiano il settore agroindustriale. La prima, data dall'impatto sull'ambiente della produzione nel settore agricolo, si declina in sovrasfruttamento e inquinamento. Per esempio, guardando al consumo eccessivo di risorse, si possono evidenziare la questione idrica e di consumo di suolo fertile. La seconda, invece, riguarda la progressiva riduzione della biodiversità animale e vegetale.

3. Perdita delle qualità organolettiche degli alimenti

I tempi di raccolta legati alla logistica del trasporto, la selezione di specie animali e vegetali caratterizzati da elevata rapidità e resa e la standardizzazione dei processi di trasformazione sono fattori che hanno portato a una sensibile diminuzione della qualità organolettica delle materie prime e dei trasformati presenti nel mercato convenzionale.

4. Incertezza dei consumatori e sfiducia nei confronti degli alimenti

Si ritiene che le cause principali siano da ricondursi ad un progressivo allontanamento dei consumatori dai produttori e a una scarsa, per non dire insufficiente, informazione tra le fasi della filiera. Scandali alimentari e la relativa sfiducia della società nei confronti del cibo, hanno generato un cambio di traiettoria nelle abitudini alimentari dei consumatori e una ricerca crescente di standard qualitativi più elevati, oltre che allo sviluppo di politiche per la sicurezza alimentare e la nascita di numerose “reti del cibo alternative”.

5. Problemi di salute legati all'alimentazione

Se, come diceva Ludwig Feuerbach, *siamo quello che mangiamo*, abbiamo di che preoccuparci. Un quinto dei decessi a livello globale è da ricondursi a scelte alimentari poco equilibrate. C'è, per esempio, chi ha accesso a meno cibo di quello di cui avrebbe bisogno, e chi, invece, dispone di quantità sufficienti o addirittura superiori a quelle necessarie, seppur di scarsa qualità. Il risultato, in entrambi i casi, è il medesimo: la compromissione della qualità della vita, che nelle situazioni più gravi può concludersi anche con anni di anticipo in rapporto all'aspettativa di vita media.

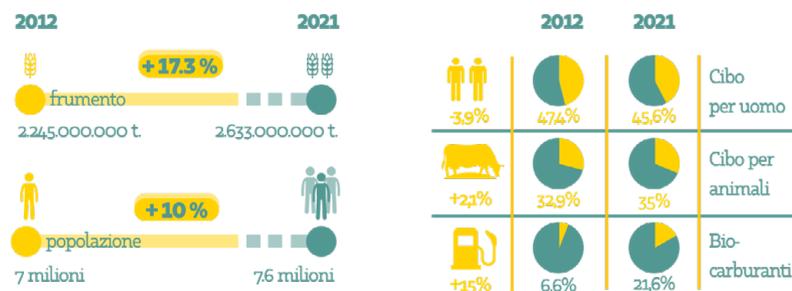
Vi sono, però, altri effetti negativi che il sistema agroindustriale ha sulla società civile contemporanea; tra gli altri, si cita la questione relativa alla sovranità alimentare e le problematiche di ingiustizia sociale.

Le questioni sopracitate si possono ricondurre ad una delle due grandi tipologie di **sistemi del cibo**, ovvero i cosiddetti **sistemi del cibo convenzionali**. Questi sono caratterizzati da uno squilibrio dei poteri che tende a concentrare le forze decisionali e attuative nelle mani di pochi attori privati che operano nella fase della distribuzione e quella del commercio, all'insegna del profitto e degli interessi personali. Esistono, e vanno pian piano affermandosi, **sistemi del cibo alternativi** che restituiscono agli agricoltori maggiore autonomia decisionale e gestionale.

Morire di fame o di obesità?



Nutrire animali, persone o auto?



Nutrire i rifiuti o ridurre la fame?



1.2

Il sistema alimentare globale. Uomo, ambiente e cambiamento

Il rapporto tra cambiamento climatico e sistema alimentare deve necessariamente essere considerato bilaterale, in quanto il cambiamento climatico è sia un prodotto del sistema sia una delle cause scatenanti.

La comunità scientifica e gli esperti del settore confermano che, per assicurare a tutta la popolazione mondiale un' alimentazione sana, sufficientemente nutriente e che non danneggi irreparabilmente l'ecosistema, si debba cambiare repentinamente il sistema alimentare che, allo stato attuale, è destinato a collassare in poche decine di anni.



*“Negli ultimi cento anni la **temperatura globale media della superficie terrestre** è aumentata di 0,85°C e il periodo compreso tra il 1995 e il 2006 è stato il più caldo mai registrato da quando sono cominciati i rilevamenti (1850). Sta aumentando la temperatura degli oceani e il livello dei mari, si sta velocemente riscaldando l'Artico, si acidificano gli oceani, aumentano gli eventi climatici estremi e le trasformazioni dei cicli vitali delle specie vegetali e animali”¹⁴*

L'IPCC, o Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico, ha rilevato che, se non si adotteranno adeguate misure per ridurre le emissioni globali, entro il 2100 si potrebbe verificare un aumento della temperatura terrestre di circa 4°C, alterando profondamente la produzione alimentare. Si assisterà a una riduzione drastica delle precipitazioni e a un aumento di fenomeni meteorologici estremi. Inoltre, si stima che circa un miliardo di persone rimarrà sprovvista di acqua, due miliardi patiranno la fame e la produzione di alimenti di base, quali mais, grano e riso, crollerà ogni 10 anni del 2%. Inoltre, il problema dell'innalzamento delle acque marine porterà circa 180 milioni di persone a dover cercare sistemazioni alternative.

“Il Quinto Rapporto dell'IPCC indica che l'impatto del cambiamento sulla sicurezza alimentare, sulla nutrizione, sui mezzi di sussistenza sarà peggiore di quanto precedentemente stimato e le conseguenze

14 Slow food, *Il cambiamento climatico e il cibo*, Menù for change, p.1

saranno avvertite molto prima, già nei prossimi 20-30 anni".¹⁵

Il rapporto tra cibo e condizioni ambientali è più stretto di quanto si possa pensare: produzione, stoccaggio e distribuzione sono notevolmente influenzati da eventi meteorologici estremi e dalle variazioni climatiche. Ricercatori e studiosi, hanno identificato nell'aumento della temperatura terrestre di 2°C il limite massimo ritenuto accettabile per la nostra generazione e per quelle future.

Il sistema della produzione agroalimentare è fortemente condizionato, positivamente e negativamente, dalla qualità dei suoli e delle acque, nonché dalla presenza di agenti patogeni quali parassiti e malattie virali. Inoltre, la comunità scientifica, ha stimato che ad ogni aumento di 1°C corrisponderà "uno spostamento delle colture di 150 chilometri più a Nord, come latitudine, e di 150 metri di altitudine".¹⁶

In futuro, le rese delle coltivazioni diminuiranno di circa il 2%, mentre la domanda di cibo crescerà del 15% circa ogni decennio.



Quali sono quindi gli effetti della riduzione della produzione agricolo-alimentare?

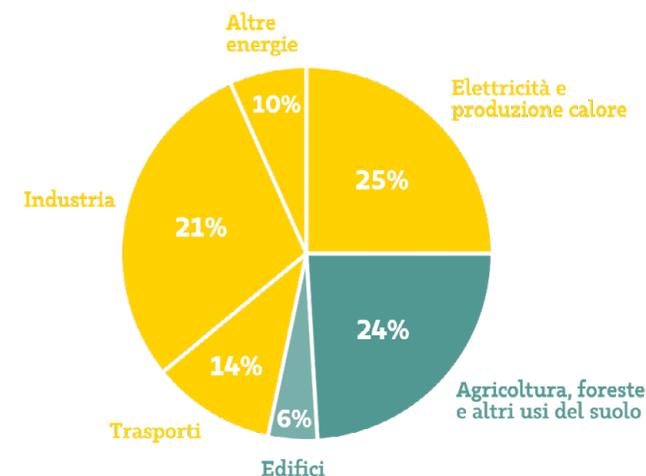
In primo luogo, un aumento considerevole dei prezzi dei beni alimentari primari, porterà a sempre più frequenti inquietudini sociali, soprattutto nelle aree più povere del pianeta. Si può citare, ad esempio, il fenomeno storico-sociale delle Primavere arabe del 2010-2011, causato dall'aumento dei prezzi dei cereali con conseguente innalzamento del costo del pane.

Un rapporto Oxfam del 2014 rileva che, in assenza di mutamenti radicali, entro il 2030 i prezzi dei prodotti alimentari potrebbero assistere ad un'impennata del 70-90% e, l'effetto dei cambiamenti climatici, far lievitare il costo di mais, frumento e riso anche del 150%. Infatti, negli ultimi anni, ci sono stati tre picchi importanti dei prezzi degli alimenti; nel 2008, 2010 e 2012, come conseguenza dei crolli produttivi e aumento di condizioni climatiche avverse.

Altre gravi implicazioni legate all'instabilità, sempre crescente, dell'approvvigionamento alimentare sarà l'aumento della migrazione di individui e comunità; sono i cosiddetti profughi o rifugiati climatici, ovvero persone che saranno costrette ad emigrare dalle proprie terre

¹⁵ Slow food, *Il cambiamento climatico e il cibo*, Menù for change, p.2

¹⁶ *ibidem*



fonte: IPCC

alla ricerca di zone più ospitali, meno siccitose e meno soggette ad eventi climatici estremi. Per l'International Organization of Migrants si potrebbe assistere, nei prossimi 40 anni, alla migrazione di circa 1 miliardo di persone da aree sempre più aride ad aree più fertili.

Agricoltura e allevamento sono le due attività umane che usano e consumano più terreno sul pianeta; oggi giorno, il 38% delle terre emerse è attualmente coltivato. Considerando che, l'area (escluse l' Antartide e la Groenlandia) occupata su scala globale da attività agricole è pari a 60 volte quella occupata da strade e edifici.

Si ritiene che il settore della produzione alimentare sia responsabile di circa **un quinto delle emissioni globali di gas ad effetto serra**.

Oltre alle attività agricole e di allevamento, l'agricoltura impatta anche con le sue attività di pre-produzione e di post-produzione. Questo settore usa ingenti quantità di energia fossile, di prodotti chimici di sintesi e di acqua.

Analizzando più a fondo l'occupazione e utilizzo del suolo terrestre, ci si può fare un'idea chiara dell'impatto dell'allevamento di specie animali; quest'ultima, richiede la maggior quantità di terreni in quanto gli allevamenti (pascoli, coltivazioni di foraggio) incidono sul 70% delle terre coltivate e sul 30% dell'intera superficie terrestre.

E cosa dire dell'agricoltura? Come questo impatta negativamente sul clima?

Visto e considerato che **SlowFood** è una delle realtà italiane più attive nella tutela del "buon" cibo e dell'ambiente, viene da domandarsi quale sia la sua proposta per un nuovo approccio all'agricoltura. La risposta di SlowFood risiede nell'**agro-ecologia**, che viene identificata come risorsa fondamentale per fronteggiare il grande problema del cambiamento climatico.

(si trascrive fedelmente il manifesto)



“L’agricoltura convenzionale si concentra sulla diffusione di pratiche e tecnologie uniformi, indipendentemente dai contesti agricoli in cui sono applicate. È finalizzata alla massimizzazione delle rese grazie all’impiego della chimica, della meccanizzazione pesante, delle sementi selezionate, delle monocolture. Al contrario, l’agroecologia si fonda sul rispetto della biodiversità, sul riciclo dei nutrienti, sulla sinergia e sull’interazione tra colture, allevamento e suolo. Ricicla biomassa tramite la produzione di compost (in sostituzione di fertilizzanti di sintesi); applica tecniche colturali quali il sovescio, aumentando così la fertilità dei suoli e quindi la capacità naturale di sviluppare il massimo delle rese senza l’impiego di chimica; si preoccupa di mantenere in equilibrio gli insetti utili riducendo al minimo possibile l’impiego di agrofarmaci per la difesa delle colture; usa in modo efficiente l’acqua, le energie rinnovabili, per ridurre i consumi idrici e l’impiego di energie fossili; valorizza e tutela la biodiversità vegetale, animale e microbica, conservando un patrimonio genetico indispensabile per garantire l’adattamento ai diversi climi e territori; in più è un serbatoio di diversità indispensabile per combattere nuove malattie e favorire l’adattamento a nuove situazioni ambientali create dal cambiamento climatico.

*L’agro-ecologia valorizza inoltre i saperi agricoli tradizionali, promuove sistemi partecipativi e solidali attraverso la creazione di reti di contadini; stimola la coesione sociale tra i produttori e il senso di appartenenza, riducendo i fenomeni di abbandono delle terre e di migrazione. I suoli coltivati secondo principi di agro-ecologia sono fertili, ricchi di materia organica, sono meno soggetti all’erosione e alla desertificazione e mantengono servizi eco-sistemici vitali”.*¹⁷



Quali sono, quindi, le linee guida per il cambiamento individuate da SlowFood?

SlowFood sottolinea l’importanza di adottare un approccio di tipo olistico, in grado di riconoscere le connessioni e interconnessioni tra gli aspetti della produzione e quelli del consumo, che solitamente vengono considerati distintamente: *“gli aspetti sociali (come il rapporto tra produttori e consumatori), gli aspetti ambientali (legati alla tutela della biodiversità, alla salvaguardia delle risorse naturali come l’acqua e il*

¹⁷ Slow food, *Il cambiamento climatico e il cibo*, Menù for change, p.5

*suolo, alla distribuzione alimentare, agli imballaggi e ai rifiuti alimentari) e gli aspetti culturali, come la conservazione dei saperi tradizionali”.*¹⁸

I principi fondamentali sono i seguenti:

Miglioramento della sostenibilità dei metodi produttivi

Si possono individuare due sistemi di produzione alimentare: la produzione a piccola scala e la produzione industriale. Si tende sempre più a considerare la prima come una forma di imprenditoria legata al profitto e allo sviluppo, mentre la seconda semplicemente come una forma di sussistenza. L’agricoltura di piccola o media scala è in grado, in proporzione, di produrre maggiori quantità di cibo con un’ottimizzazione delle risorse. Il sistema alimentare industriale, invece, sul lungo termine avrà risvolti sempre più impattanti in termini di risorse naturali, consumo ed erosione del suolo, inquinamento idrico e in termini di distruzione dell’habitat di svariate specie animali. Dunque, tutela e sviluppo delle economie di piccola e media scala risulta essere di importanza strategica per l’ambiente e la nostra società; infatti, i sistemi locali di produzione del cibo hanno

“il vantaggio di integrare un’agricoltura sana e in grado di produrre cibi nutrienti con la responsabilità sociale, di dare la priorità ai sistemi ecologici, di favorire l’eliminazione o la drastica riduzione dei prodotti chimici, e contribuisce alla conservazione delle tecniche e delle conoscenze tradizionali”.

Conservazione delle risorse

Le risorse terrestri quali suolo, fiumi, foreste e mari, sono indispensabili per la produzione e per la sicurezza alimentare. Ciò nonostante, il modello industriale ha portato ad uno sconvolgimento degli equilibri del nostro ecosistema, con uno sfruttamento irresponsabile e indiscriminato delle risorse naturali nella convinzione che queste fossero infinite.

Efficienza energetica

Le fonti fossili rivestono, ad oggi, un ruolo determinante nell’incremento dell’inquinamento atmosferico, dei cambiamenti climatici e della volatilità dei prezzi nel settore agricolo. La situazione

¹⁸ Slow food, *Cambiamento climatico e sistema alimentare - Documento di posizione*, Slow food editore, p. 4

del sistema attuale è aggravata ulteriormente dalla scelta di molti governi di incentivare gli agricoltori a convertire la loro attività di produzione agricola in attività produttive destinate ad aumentare la produzione di agro-carburanti entrando direttamente in competizione con le attività di produzione agricola destinata all'alimentazione. Quindi, quella che viene definita come un'alternativa sostenibile e rinnovabile, finisce per minacciare, indirettamente, l'ambiente terrestre.

Tutela della biodiversità

Una delle principali cause della perdita di biodiversità risiede nell'agricoltura di tipo intensivo e da altre pratiche di produzione alimentare di stampo industriale. Ad oggi, circa il 90% dell'alimentazione umana è costituita da 120 varietà; 12 varietà vegetali e 5 animali, forniscono più del 70% della varietà alimentare umana. Nell'ultimo secolo abbiamo assistito alla scomparsa della maggior parte della biodiversità genetica delle colture agricole.

Filiera corta

Se, da sempre, i mercati contadini sono stati la principale fonte di approvvigionamento di materie prime fresche, oggi si sta assistendo ad una drastica riduzione in termini di frequentazione e di rilevanza economico-sociale. Sono numerose le cause; se da un lato abbiamo l'evoluzione dell'industria alimentare e l'avvento della grande distribuzione organizzata, dall'altro abbiamo un sostanziale cambiamento e differenziazione degli stili di vita e di consumo, senza considerare il ruolo che ha avuto il cambiamento del ruolo della donna all'interno dei nuclei familiari.

Il consumo di prodotti di filiera corta, inoltre, presenta un valore aggiunto dal punto di vista culturale e sociale favorendo la comunicazione e lo scambio di conoscenze.

La dieta sostenibile

Come in tutti i settori in cui il commercio riveste un ruolo chiave, anche per i prodotti alimentari e per il sistema agricolo il consumatore finale è l'attore che più di tutti è in grado di influenzare il sistema socio-economico esercitando una grande forza in grado di orientare il mercato e la produzione attraverso le scelte d'acquisto. Si può dunque definire l'acquisto come la prima e forse più importante scelta socio-politica di ogni individuo. La scelta di consumare carne frequentemente nella propria alimentazione ha delle ricadute

importanti sulla salute umana e sull'ecosistema. Si stima che, in Unione Europea, il consumo di proteine animali si aggiri attorno a 90kg procapite; per consentire un acquisto frequente e a prezzi ridotti di alimenti di origine animale, i produttori sono orientati verso una massimizzazione e ottimizzazione dei processi che favorisce le grandi produzioni a discapito della qualità.

“L'agricoltura ha plasmato il paesaggio rurale e dato origine a tecniche di coltivazione e prodotti che hanno sviluppato un importante repertorio di saperi immateriali (tradizioni, abitudini, leggende...) e materiali (architetture, strumenti d'uso). Questo è il background dell'agricoltura di qualità che può diventare un fattore di successo imprenditoriale e un volano culturale importante, oltretutto strumento di sviluppo sostenibile, di difesa del territorio, di tutela della biodiversità e di valorizzazione delle attività turistiche, per le aree rurali e anche per quelle urbane.”¹⁹

Per favorire la transizione dal modello attuale a uno più sostenibile per le generazioni future, il **Barilla Centre for Food and Nutrition** (BCNF), individua le principali categorie di attori da coinvolgere nel processo di transizione: istituzioni, imprese del settore alimentare e della distribuzione. Si riporta, di seguito, una sintesi delle indicazioni che il BCNF fornisce in materia.

Istituzioni

Le istituzioni dovrebbero sfruttare la componente economica, usando la leva del prezzo, per scoraggiare il consumo di prodotti alimentari poco salutari e quindi incentivare l'acquisto di alimenti sani, caratterizzati da elevati standard qualitativi; inoltre, risulta fondamentale la promozione di stili di vita e di consumo di cibo a limitato impatto ambientale. Ruolo chiave risulta essere la promozione di una corretta informazione ed educazione alimentare ed un controllo in materia di marketing e pubblicità.

¹⁹ L'agricoltura come patrimonio culturale, <http://www.congressi.unisi.it/convegnoprogettofarfalla/>, Siena, 2017 [data ultimo accesso: 09.02.21]

Imprese del settore alimentare

Ricerca e sviluppo dovrebbero incentivare nuove forme di “cibi pronti” che siano caratterizzati da elevati standard nutritivi; lavorare anche sui formati, sia per incontrare le esigenze dei consumatori sia per le esigenze di ridurre l'impatto ambientale del packaging. Incentivare la riduzione degli sprechi e rivedere i prodotti alimentari già esistenti sul mercato, in ottica di ottimizzazione. Inoltre, le aziende dovrebbero promuovere stili di vita e alimentari sani, fin dai primi anni di vita delle persone.

Imprese del settore della distribuzione

Lo sviluppo tecnologico e informatico dovrebbe favorire lo sviluppo di modalità di acquisto veloce e di strategie per indirizzare i consumatori verso acquisti salutari e con un basso impatto ambientale.

Nonostante vi siano dati più che preoccupanti in materia, organizzazioni globali, governi e istituzioni stentano a riconoscere la rilevanza del sistema alimentare nelle dinamiche che contribuiscono al riscaldamento globale e i conseguenti cambiamenti climatici. Il dibattito internazionale, sui temi ambientali, non considera l'agricoltura ma continua a porre l'accento solo sul settore energetico, sull'industria pesante e sul settore dei trasporti.

Solitamente, infatti, il dibattito internazionale in materia tende a soffermarsi sui temi “classici”; il miglioramento dell'efficienza energetica, la riduzione di dipendenza dai combustibili fossili e la conversione alle energie rinnovabili.

Dal punto di vista europeo, risulta essere una questione caratterizzata da un elevato livello di complessità visto e considerato che, il rapporto tra clima e cibo, si caratterizza per il legame di natura trasversale tra i molti settori coinvolti; dall'agricoltura alla pesca, dalle foreste ai trasporti, dalle risorse naturali alla politica estera.

Ed è proprio con le politiche comunitarie che l'Unione Europea, volendo adempire agli obblighi in materia di obblighi ambientali, deve adottare misure per cambiare il sistema alimentare, riconoscendo la sua rilevanza a livello globale e la sua natura trasversale. Per affrontare il problema nella sua interezza, bisogna avere uno sguardo globale che superi i confini dell'Europa per poter valutare l'impatto dei prodotti extra comunitari, analizzandone quindi le emissioni e componenti sociali indirette.

La produzione agroalimentare su scala mondiale ha un impatto economico e sociale rilevante; rappresenta circa il 10% della spesa mondiale per consumo con un valore pari a 5 trilioni di Euro, occupando il 40% dei lavoratori e producendo circa il 30% dei gas ad effetto serra.

Il continuo aumento della domanda mondiale di cibo e l'evoluzione delle tecnologie hanno favorito una crescita costante della produzione alimentare. Il trend di crescita si è confermato anche negli anni della crisi. Nel settore della trasformazione alimentare, i paesi avanzati sono indubbiamente dominanti, sebbene la dinamica di produzione in alcune economie emergenti stia accelerando vistosamente.

Il [report di Unicredit s.p.a](#) sul futuro dell'alimentare in Italia e nel Mondo identifica 5 trend che saranno in grado di influenzare i mercati mondiali dell'agroalimentare nel prossimo decennio:

“Le tendenze in atto condurranno ad una forte crescita della domanda alimentare nel prossimo decennio, pur se a ritmi più lenti rispetto al decennio precedente. Si assisterà inoltre a cambiamenti importanti nella struttura dei consumi, con riferimento sia alla localizzazione geografica che alla loro composizione”.

I 5 trend che influenzeranno i mercati agroalimentari globali



1.2.1

Il moderno sistema agroalimentare

Se in passato il mercato agro-alimentare è stato riconosciuto prevalentemente per la sua componente agricola, in epoca recente la fisionomia del settore è mutata in maniera profonda e radicale in rapporto ad alcuni cambiamenti di natura sociale, tecnologica ed economica che hanno riguardato la sfera della produzione, della distribuzione e del consumo di prodotti agroalimentari.



Quando si parla di **sistema agroalimentare** ci si riferisce a quella parte del sistema economico che assolve alle esigenze e funzioni alimentari di una nazione ed è composta da quattro ambiti economici prevalenti: l'agricoltura, le industrie fornitrici di mezzi tecnici per la coltivazione e l'allevamento, l'industria della trasformazione alimentare e il settore del commercio o distribuzione.

La struttura del settore e il comportamento delle imprese che operano al suo interno dipendono fortemente dall'ambito socio-culturale e istituzionale di riferimento.

“Le attuali caratteristiche del settore agroalimentare derivano dai diversi cambiamenti intervenuti in relazione ad alcune importanti fasi dello sviluppo delle economie occidentali”.²⁰

Per meglio comprendere la situazione attuale, si può guardare al passato e ricostruire le tappe fondamentali dell'evoluzione del comparto alimentare a livello globale.

²⁰ Sodano V., *Introduzione allo studio dei mercati agroalimentari*, p. 2

Fase originaria

Produzione e consumo alimentare esclusivamente su base locale, dieta strettamente dipendente dalle competenze agricole di un territorio.

I

Apertura Commerciale (XV-XVI Secolo)

Apertura commerciale contraddistinta dal progressivo aumento degli scambi tra territori limitrofi e successiva apertura agli scambi internazionali di prodotti speciali quali spezie e affini, conseguente allo sviluppo dei traffici marittimi del XVI secolo.

II

Fase di pre-industrializzazione (XVI-XVII secolo)

Avvento della pre-industrializzazione nel comparto agroalimentare, con specializzazione dei territori nella produzione di determinati prodotti, in stretta connessione con l'evoluzione dei primi centri urbani; nascita della forma premoderna del settore della distribuzione alimentare.

III

Industrializzazione e scambi commerciali e (XVII-XIX secolo)

Incremento degli scambi su base prevalentemente regionale in risposta all'affermazione dell'assetto moderno del rapporto città-campagna e alle esigenze di specializzazione e divisione del lavoro e dell'organizzazione socio-economica coincidente con la fase di sviluppo industriale delle economie occidentali.

IV

Modernizzazione (prima metà XX secolo)

I processi di modernizzazione caratterizzati dalla diffusione su larga scala delle tecniche industriali di conservazione e trasformazione degli alimenti portano alla nascita della moderna alimentare. La crescente industrializzazione dell'agricoltura e l'introduzione su larga scala della chimica e della meccanizzazione, favorisce il progressivo aumento degli scambi internazionali con la tendenza ad una specializzazione territoriale della produzione e all'affermazione dei consumi di massa.

V

Terziarizzazione e internazionalizzazione (anni '80-'90)

Avvento della terziarizzazione e dell'internazionalizzazione del settore agro-alimentare.

VI

Transizione (fine anni '90–giorno d'oggi)

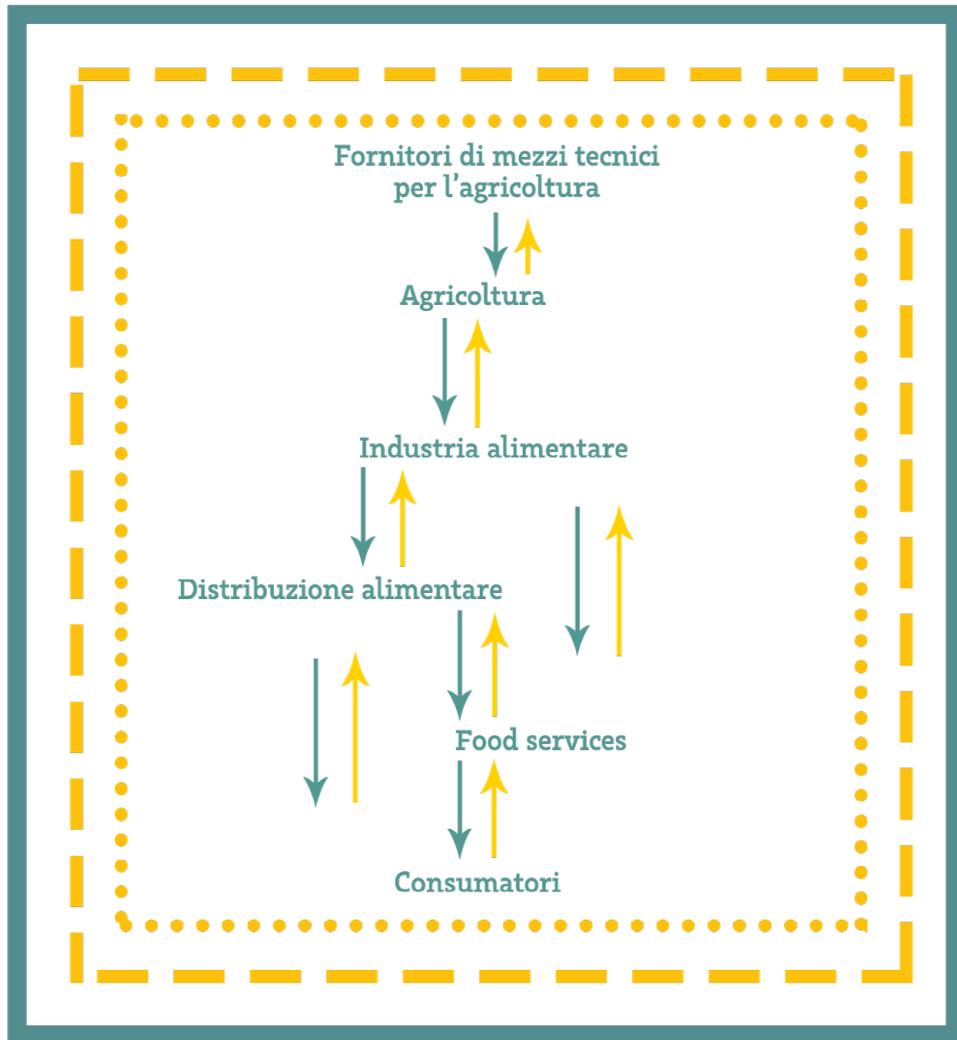
L'attuale fase di transizione caratterizzata dalla coesistenza di fenomeni contraddittori: la globalizzazione dei consumi e la difesa dei prodotti tipici; la ricerca della basso costo e della differenziazione; la concentrazione della Gdo e l'e-commerce; l'estrema industrializzazione del settore agricolo e lo sviluppo dell'agricoltura biologica.

VII

Ambiente naturale
 Uso e conservazione delle risorse naturali, inquinamento, danni ambientali

Ambiente istituzionale
 Politiche nazionali ed europee, (food safety law, Pac ecc..)

Ambiente socioculturale
 Stili di vita e abitudini alimentari, conoscenza, scienza, tecnologia ed etica



(Le frecce continue indicano i flussi di merci, le frecce tratteggiate i flussi informativi)

▣ materiale didattico per il corso di ▣ Politiche ambientali e sanitarie ▣ (prof V Sodano), anno accademico 2004/20005

1.3

Le politiche alimentari

All'inizio del nuovo millennio i sistemi del cibo erano esclusi dal campo della pianificazione, a livello sociale, territoriale e urbanistico. Tuttavia, negli ultimi anni sono stati fatti progressi in materia di pianificazione, sia in ambito accademico che professionale. Impegnarsi per rendere più sostenibile il sistema alimentare è di fondamentale importanza in quanto porta benefici sul piano della salute pubblica, dell'integrità ecologica e della giustizia sociale.

Il movimento della pianificazione alimentare coinvolge un numero considerevole di figure che vanno dai professionisti alle associazioni fino ai dipartimenti dei governi locali e municipali, i quali stanno concorrendo al miglioramento di un sistema che sembra essere, al giorno d'oggi, il movimento sociale caratterizzato dalla maggior velocità di crescita ed espansione.

“Le politiche del cibo sono approcci al sistema agroalimentare che hanno l'obiettivo di guidare e regolare le attività legate ad esso al fine di raggiungere specifici obiettivi, andando a coordinare la filiera agroalimentare in ogni suo passaggio, dalla coltivazione al post consumo”²¹

Se in passato l'espressione **“food policy”** veniva principalmente associata a programmi nazionali e internazionali i cui obiettivi erano focalizzati sui temi della malnutrizione, dei prezzi dei prodotti, dei mercati globali e degli aiuti alimentari, oggi giorno il tema è sempre più connesso alle questioni urbane, nell'ottica di regolare i flussi di materie, energia e conoscenze associate al cibo.

I sistemi del cibo o “food system” iniziarono ad essere considerati come sistemi tramite i quali poter affrontare, in maniera sistemica e integrata, le distorsioni che le economie alimentari e gli stili di consumo stavano iniziando a generare e non solo più come mero risultato di politiche settoriali.

21 D. Marino, G. Mazzocchi, *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper*, 2019, p.47

1.3.1

Verso una politica alimentare comune per l'Unione Europea

Per comprendere quale sia la direzione intrapresa dalla comunità europea in ambito di politiche alimentari, risulta indispensabile uno studio dei documenti redatti in materia. Il rapporto di IPES food (International Panel of Experts on Sustainable Food System) è stato redatto da autorevoli figure del settore con l'intenzione di promuovere la creazione di una Politica Alimentare comune per l'Unione Europea, in grado di migliorare e superare la PAC (Politica Agricola Comunitaria), perseguendo una nuova politica per l'intero sistema alimentare e riunendo le politiche settoriali nell'ambito della produzione, trasformazione, distribuzione e consumo alimentare nell'ottica di una transizione sostenibile.

*“Le riforme più ambiziose sarebbero rese attuabili grazie al recupero del processo decisionale che adesso è nelle mani delle grandi lobbies, facendo intervenire nuovi attori, elaborando le politiche in modo più democratico e dando spazio a nuove coalizioni d'interessi”.*²²

Un'efficiente e corretta politica per i sistemi agro-alimentari dell'Unione Europea deve innanzitutto promuovere il corretto funzionamento dei mercati senza però sostituirsi ad essi: regolarizzare i mercati tramite un sistema internazionale guidato da autorevoli istituzioni, norme condivise e un meccanismo efficiente di controlli e sanzioni per contrastare ogni forma di *free riding* e la speculazione sulle **commodities agricole**, in un'ottica di tutela dei soggetti più deboli delle filiere quali consumatori e produttori agricoli. È in particolare per queste “merci” standardizzate che si rileva il più elevato impatto ambientale ed economico con le maggiori ricadute di natura sociale, tanto positive quanto negative.

“Per commodity si intende una materia prima o un altro bene standardizzato, facilmente stoccabile e conservabile nel tempo, adatta ad un'ampia e facile commercializzazione. Le principali commodities agricole (dette anche soft commodities) a livello mondiale sono le colture cerealicole, da olio e da proteine, alcune colture da radice, da tubero e da fibra, le principali colture coloniali quali il the, il caffè e il cacao. Tra le prime 20 commodities (in termini di quantitativi prodotti) ve ne sono quattro di origine animale

22 Olivier De Schutter et al., *Verso una politica alimentare comune per l'UE*, IPES-food, 2019, p.6

*(latte e carni) e tra quelle vegetali primeggiano i cereali (mais, riso e frumento). I principali paesi produttori di commodities agricole sono Cina, India, Brasile e USA. Negli ultimi decenni si è assistito ad un notevole incremento delle quantità prodotte di talune commodities, soprattutto grazie all'aumento delle rese unitarie legate ai maggior input energetici forniti alle colture e al bestiame. Negli ultimi anni l'interesse degli investitori per le commodities ha registrato un'impennata e oggi in tutte le borse mondiali è possibile negoziare un'ampia gamma di prodotti agricoli. Ultimamente i prezzi delle commodities sono state soggette ad una notevole volatilità determinando importanti conseguenze in campo agricolo e sociale”.*²³

La produzione di *commodities*, nel futuro prossimo, sarà condizionata da nuove forze in grado di trainare il mercato su scala mondiale²⁴:

- Aumento dei consumi di prodotti alimentari
- Domanda di bioenergie
- Instabilità delle produzioni dovuta anche ai cambiamenti climatici
- Instabilità economico-finanziaria
- Globalizzazione dei mercati

È necessaria la conoscenza approfondita e il monitoraggio continuo dell'andamento e della variabilità dei prezzi delle materie agro-alimentari in quanto le oscillazioni dei prezzi sono uno dei principali effetti del processo di globalizzazione economica e sociale, che ha subito una forte accelerazione nel nuovo millennio.

Con l'affermarsi della globalizzazione, la complessità e le relazioni tra i mercati delle diverse *commodities* agricole si intrecciano con conseguenti cambiamenti della geografia economica mondiale e della domanda mondiale di prodotti agricolo-alimentari. L'andamento dei mercati internazionali delle *commodities* agricole influisce inevitabilmente su tutte le tematiche riguardanti lo sviluppo globale del pianeta: dalla povertà alla fame, dalla malnutrizione ai problemi di grande impatto sociale come, ad esempio, la sicurezza alimentare e le migrazioni.

23 *Le grandi commodities agricole*, <https://www.waterandfoodsecurity.org/scheda.php?id=116>, [data ultimo accesso: 10.02.2021]

24 *ibidem*

La crescente domanda ha stimolato la nascita di sistemi agricoli specializzati e orientati alla produzione destinata ai grandi mercati internazionali; in questo quadro prevalgono infatti processi produttivi basati su un basso impiego di manodopera e su una meccanizzazione sempre più spinta, che favoriscono i modelli di agricoltura intensiva di grandi aziende o unità colturali.

Questo è uno dei motivi per cui si rende indispensabile il ruolo dell'UE nel rilancio delle istituzioni internazionali, a cominciare dal WTO (World Trade Organization). Ciò non è però perseguibile attraverso isolate operazioni sulle politiche di sostegno; si tratta di riconoscere e regolamentare il ruolo degli scambi commerciali globali, operando contro il ritorno di posizioni neo-protezionistiche e superando l'attuale condizione di stallo del WTO.

Non è con la chiusura dei mercati che si migliora la condizione attuale, ma anzi, con l'apertura caratterizzata da strategie di controllo e valorizzazione delle produzioni di qualità.

Inoltre, una buona politica deve essere focalizzata su precisi impegni contrattuali e finalizzata a sostenere comportamenti che si raggiungono abbandonando ideologie relegate a termini come "sussidio", "aiuto", "premio", "contributo" che appartengono ad un passato in cui l'agricoltura e i sistemi alimentari venivano considerati marginali.

"Quei termini debbono essere sostituiti da "pagamento" e "incentivo" che implicano un approccio contrattualizzato nella relazione tra l'agricoltore e l'Autorità pubblica".²⁵



Perché è necessaria una politica alimentare comune?

Le diverse politiche del sistema alimentare vanno radicalmente riformate per rispondere alle numerose sfide della contemporaneità tra cui il **cambiamento climatico**, la **perdita di biodiversità**, l'aumento del **tasso di obesità** e la necessità di un'**agricoltura sostenibile** e duratura per le generazioni future. Sono inoltre necessari cambiamenti nel modo in cui vengono stabilite le priorità e attuate le politiche.

²⁵ Per una politica dei sistemi agricoli e alimentari dell'UE, <https://agriregionieuropa.univpm.it/it/content/article/3%1/una-politica-dei-sistemi-agricoli-e-alimentari-dellue>, [data ultimo accesso: 10.02.2021]

Integrazione tra diverse politiche

La situazione attuale, a scala europea, evidenzia come le politiche in materia vengano trattate da anni in maniera slegata l'una dall'altra: dalle politiche agricole a quelle relative alla sicurezza alimentare, dalle politiche sociali alla regolamentazione dei mercati e della concorrenza. Divari, contraddizioni e incoerenze tra le varie politiche sono diventate oggi caratteristiche sempre più evidenti di un settore indiscutibilmente fondamentale per la società civile e per l'intero ecosistema. L'emergere di priorità economiche, in termini di competitività e efficienza, hanno portato inesorabilmente in secondo piano le questioni inerenti alla sostenibilità ambientale e alla salute pubblica.

Le istituzioni e le organizzazioni internazionali hanno attuato, negli ultimi anni, ambiziose strategie per la lotta all'obesità ma al contempo, le politiche agro-commerciali, hanno reso il "cibo spazzatura" sempre più presente ed economico; gli aiuti ai giovani agricoltori fornito dalla PAC è andato in contrasto con un modello di sussidi che ha fatto innalzare il prezzo dei terreni agricoli, rendendone arduo l'accesso. Nonostante l'UE abbia imposto, a livello comunitario, rigorose norme di salvaguardia ambientale, non vi sono mezzi sufficienti per i sistemi di consulenza aziendale in agricoltura in grado di supportare gli agricoltori.

"Una politica alimentare comune permetterebbe di porre fine a queste costose inefficienze cambiando il modo in cui sono elaborate le politiche, armonizzando queste ultime in modo coerente, stabilendo obiettivi comuni ed evitando compromessi e costi nascosti (le cosiddette "esternalità"). In altre parole, tale politica sarebbe vantaggiosa per i cittadini, per il pianeta, e si autofinanzerebbe".²⁶

Integrazione tra livelli di governance

Sperimentazione e innovazione sociale stanno avendo sempre più spazio a livello locale. La sostenibilità delle iniziative, che nella maggior parte dei casi partono "dal basso", si stanno scontrando però con politiche europee e nazionali che non sono in grado di incoraggiare, tutelare e implementare questo tipo di sperimentazioni: progetti agricoli comunitari, mercati degli agricoltori, consigli alimentari locali e politiche urbane. Tutte queste attività, che mirano alla democrazia,

²⁶ Olivier De Schutter et al., *Verso una politica alimentare comune per l'UE*, IPES-food, 2019, p.4

alla fiducia e alla responsabilità dei sistemi alimentari, spesso si trovano in contrasto e competizione con altre priorità che tendono a favorire la competitività sui mercati convenzionali; infatti, il sostegno alle iniziative locali e alla costruzione di modelli agro-economici a matrice territoriale, sembra rimanere un'opzione piuttosto che un obbligo. L'UE dovrebbe supportare e incoraggiare le iniziative alimentari locali piuttosto che concentrarsi sulla regolamentazione dei mercati e il sostegno agli agricoltori con strumenti economico-politici standardizzati. "Una Politica alimentare comune avrebbe come priorità il sostegno di tali sperimentazioni in tutte le loro forme, attraverso azioni a livello europeo, nazionale e locale che si completerebbero tra di loro".²⁷

Una governance al servizio della transizione

Stando all'ultimo rapporto dell' IPCC (Gruppo Intergovernativo sul Cambiamento Climatico) sarà indispensabile, entro il 2050, limitare le emissioni di gas ad effetto serra per contenere l'aumento della temperatura globale di 1.5°C; giocherà un ruolo chiave l'agricoltura che, con il suo devastante contributo ai cambiamenti climatici, dovrà diventare pressochè neutra entro il 2030. Non è una questione meramente agronomica, anzi; entrano in gioco numerose componenti come le politiche della ricerca, infrastrutture e reti di approvvigionamento, le pratiche in materia di vendita al dettaglio e gli accordi commerciali. Le politiche attuate fino ad oggi non sono riuscite ad adattarsi alla sfida contemporanea e, anzi, sono rimaste incatenate nei paradigmi del passato. Il progresso tecnologico continua a considerare prioritario il contributo al modello di produzione attuale basato sulle monoculture intensive, piuttosto che metterlo in discussione. Questo approccio, frutto di una visione economico-politica mirata al raggiungimento di obiettivi nel breve termine, farà gravare il peso delle dinamiche attuali sulle generazioni future.

"Una politica alimentare comune progettata per raggiungere questi obiettivi, permetterebbe di distinguere chiaramente gli obiettivi di breve e lungo termine, di limitare le perdite e le esternalità negative, di gestire i costi e benefici a lungo termine, di far assumere a tutti le proprie responsabilità, e di valutare regolarmente l'efficacia delle riforme nell'ambito degli obiettivi

²⁷ Olivier De Schutter et al., *Verso una politica alimentare comune per l'UE*, IPES-food, 2019, p.7

posti".²⁸

Un processo decisionale democratico

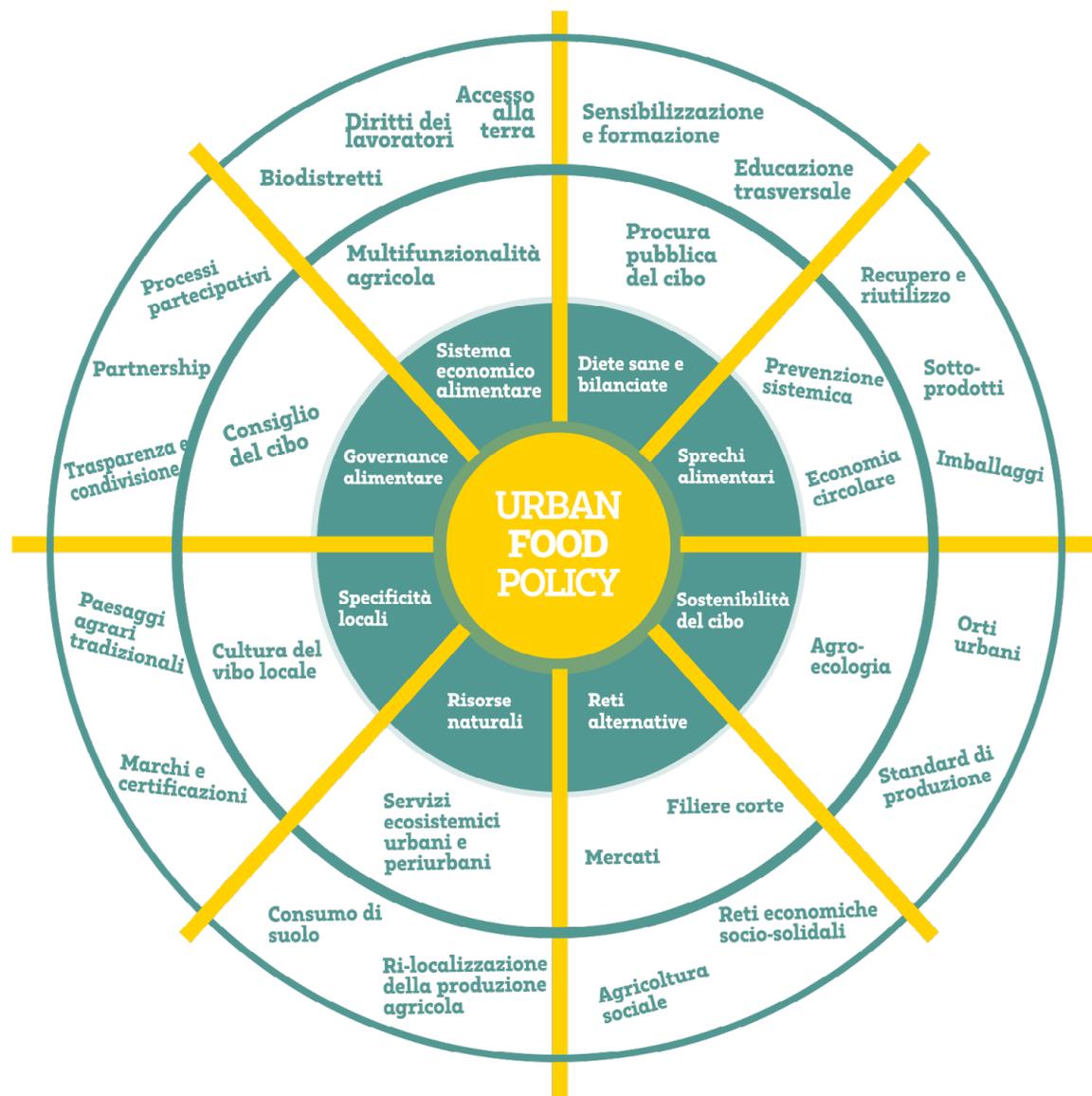
Il problema principale, nell'ambito dei sistemi alimentari, sta nelle operazioni di penetrazione di mercato da parte delle lobbies più potenti del settore; ciò è stato reso possibile e facilitato dalla frammentazione delle governance che ha permesso agli operatori più forti di influire nei processi decisionali delle singole politiche in materia. In questo contesto, è cresciuto il divario tra la funzione di tutela che la classe politica dovrebbe avere nei confronti della popolazione e l'opinione pubblica. Ne sono un esempio il rinnovo delle autorizzazioni sui pesticidi a base di glifosfato e gli accordi economici stipulati dalla Commissione Europea (TTIP con gli Usa e CETA con il Canada) che fanno emergere una predominanza degli aspetti economici a breve termine sugli aspetti legati a precauzione e protezione della salute pubblica.

"Per rimediare al deficit democratico dei sistemi alimentari e ritrovare un equilibrio dei poteri bisogna tendere verso politiche alimentari più integrate. Passando da un sistema focalizzato sull'agricoltura (e altre aree di politiche settoriali) a uno sull'alimentazione, sarà possibile coinvolgere in modo rilevante una gamma più ampia di parti interessate nell'elaborazione e la valutazione delle politiche".²⁹

Appare evidente la necessità di un riallineamento e di una radicale riforma politica in una vasta gamma di settori per raggiungere gli obiettivi di una politica alimentare comune. In primo luogo la riforma della governance Europea, atta a garantire il superamento dell'isolamento istituzionale e l'ottimizzazione delle sinergie degli attori coinvolti. Per supportare e incoraggiare la transizione verso obiettivi di maggiore sostenibilità economica, sociale e ambientale, occorre rivedere e migliorare le nostre abitudini di consumo, sostenere le aziende agricole su piccola scala e regolamentare l'accesso alla terra, gli appalti pubblici e le strutture di trasformazione su piccola scala. Solo così si potrà far emergere una nuova generazione di agricoltori e garantire un accesso sicuro e regolamentato ai mercati.

²⁸ Olivier De Schutter et al., *Verso una politica alimentare comune per l'UE*, IPES-food, 2019, p.7

²⁹ *ibidem*



1.3.3

Il contesto italiano

Il comparto agricolo italiano ha da sempre rivestito un ruolo importante per il Paese, per la sua stabilità e per il suo sviluppo economico, tanto che, negli anni '50, l'agricoltura costituiva la principale voce del reddito nazionale. Il settore fu però caratterizzato, per molti decenni, dall'inadeguatezza e arretratezza delle tecniche e degli strumenti impiegati. Nel Nord Italia vi fu un ammodernamento che caratterizzò soprattutto regioni come la Lombardia e l'Emilia Romagna, mentre il Mezzogiorno faticava per ragioni sociali, economiche e geo-morfologiche. Le condizioni di arretratezza e povertà del Sud Italia, favorirono una massiccia migrazione di lavoratori che, dagli anni '50 in poi, decise di spostarsi verso il Nord. Lo sviluppo del settore agricolo e l'evolversi del fenomeno migratorio hanno contribuito a modificare il rapporto tra aree urbane e aree rurali, insieme ad altri fattori quali:

- I.** Il crescente utilizzo di macchine e lo sviluppo tecnologico che hanno aumentato la produttività riducendo la domanda di manodopera contadina;
- II.** L'influenza sulle nuove generazioni dei nuovi mass media che sono stati capaci di indirizzare verso nuovi stili di vita, aumentando i consumi e riducendo l'autoproduzione agricola;
- III.** L'aumento della domanda di lavoro nel comparto industriale, successivo alla fase di ricostruzione post bellica, ha generato nuovi flussi migratori interni, dalle campagne alle grandi città;
- IV.** L'affermazione dell'Italia tra i maggiori paesi industrializzati, conseguente alla diffusione della meccanizzazione e del progresso tecnico, ha avvicinato sempre più l'agricoltura all'industria, alla città e alla modernizzazione.

A metà degli anni '60, due elementi danno un grande contributo alla meccanizzazione e modernizzazione dei sistemi agro-alimentari: la forte domanda interna e le misure delle politiche agricole con i finanziamenti dei piani quinquennali (piani Verdi) di sviluppo, che incentivavano gli investimenti aziendali in macchine agricole e bestiame.

A partire dall'inizio degli anni '70, si assiste ad una riduzione drastica dell'autoconsumismo dovuto all'aumento del reddito disponibile delle famiglie e aumento considerevole dei consumi alimentari

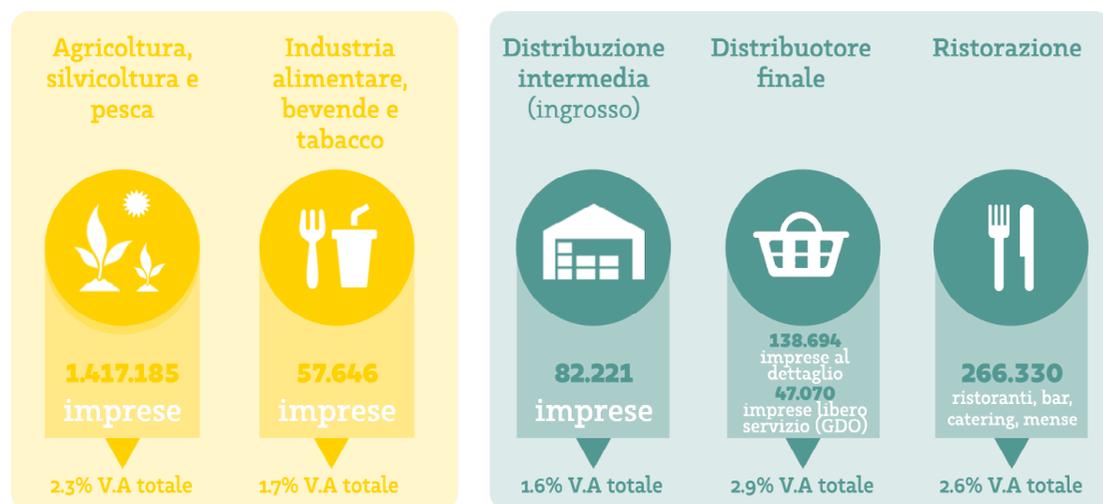
rendendo così insufficiente la produzione agricola interna. Si assiste, inoltre, ad una crescita delle aziende agricole part-time e pluriattive, la produttività del settore agricolo aumenta e si assiste ad un rialzo delle remunerazioni salariali. Nonostante ciò, in alcune aree del Nord si fatica a reperire manodopera qualificata e molte delle operazioni vengono meccanizzate ricorrendo sempre più spesso a servizi esterni, favorendo una crescita esponenziale del contoterzismo.

Tra gli anni '80 e i '90 la domanda di prodotti alimentari raggiunge la saturazione e l'attenzione dei consumatori si sposta su questioni di natura salutistica e dietetica, oltre all'aumento della domanda di prodotti tipici e di elevata qualità.

Tutti questi fenomeni hanno radicalmente modificato il sistema agroalimentare italiano caratterizzato dalle interconnessioni tra agricoltura, industria e distribuzione alimentare e dalla necessità di rispondere alle nuove esigenze della società italiana in termini di qualità della vita, salvaguardia dell'ambiente e delle risorse naturali.

L'evoluzione del sistema agroalimentare ha visto crescere l'industria alimentare e quest'ultima, nonostante fosse caratterizzata ancora da numerose piccole e medie aziende, ha superato la fase artigianale, diventando uno dei principali settori dell'industria manifatturiera.

Agricoltura, industria della trasformazione alimentare, distribuzione e logistica sono le attività che, direttamente o indirettamente, fanno parte del sistema agroalimentare; l'elevata complessità del settore impone quindi una visione complessiva che si in grado di mettere a sistema tutte le realtà e gli attori del sistema.



Il termine **agro-alimentare** implica quindi che vi sia una stretta e solidale correlazione tra il settore primario, dell'**agricoltura**, e quello secondario, della **produzione alimentare**.

Originariamente, il settore agricolo prevaleva ed era in grado di condizionare l'industria alimentare mentre oggi, una moltitudine di fattori hanno ribaltato i ruoli rendendo l'agricoltura schiava dell'industria della trasformazione e della distribuzione alimentare.

Le cause principali del ribaltamento dei ruoli sono da ricondursi alla riduzione dei costi di trasporto, ai nuovi modelli di consumo e all'avvento del *marketing* alimentare.

Per comprendere l'industria alimentare italiana bisogna considerare la modesta dimensione delle imprese che difficilmente supera i sei addetti al Nord e i quattro addetti al Sud, eccezion fatta per alcune regioni del nord (Lombardia e Emilia Romagna) che arrivano fino a dieci e costituiscono solo il 10% del totale.

L'industria agroalimentare italiana presenta una struttura articolata e complessa caratterizzata da una moltitudine di piccole e piccolissime imprese, che spesso vivono di mercati locali e di produzioni tipiche del territorio.

Gli ultimi due decenni sono stati caratterizzati da un periodo turbolento per il settore, dovuto alla riduzione delle barriere commerciali, all'aumento del traffico internazionale e alla crescita delle aziende che vendono e distribuiscono prodotti forniti o realizzati da società terze. Nonostante la nascita di grandi gruppi commerciali e la penetrazione nel mercato delle multinazionali, la maggior parte della forza lavoro è impiegata nelle piccole e medie imprese; inoltre, l'industria alimentare italiana, rappresenta il secondo settore produttivo del manifatturiero nazionale.

Altra caratteristica del settore è il marchio intrinseco del prodotto italiano, il **made in Italy**, riconosciuto e acclamato in tutto il mondo. Risulta dunque necessario un confronto con il mercato globale che sempre più richiede prodotti tipici, strettamente legati al territorio di produzione, e che vede la produzione del paese in una posizione favorevole anche grazie all'elevato numero di prodotti DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta).

Una tradizione fatta di saggezza nell'ambito della lavorazione e trasformazione dei prodotti alimentari, di capacità di selezione delle materie prime e di produzione di prodotti adeguati ai gusti

e alle specifiche culture dei consumatori italiani e esteri. Investire nel made in Italy, in ambito privato e in ambito pubblico, vuol dire quindi valorizzare le produzioni di qualità e garantire sicurezza sia ai produttori sia ai consumatori.

Tra gli altri cambiamenti rilevati nel sistema agroalimentare, l'affermazione della grande distribuzione organizzata basata su i grandi supermercati e ipermercati ha conquistato il mercato per diventare la parte prevalente del sistema distributivo agroalimentare. Fino alla fine degli anni '80, la struttura della distribuzione alimentare è stata regolata dalla legge n. 426 del '71, che imponeva forti limitazioni ai piani commerciali fissando tabelle dei prodotti commercializzabili, numero di esercizi commerciali e dimensione massima delle superfici di vendita; queste regolamentazioni hanno costituito una barriera per l'ingresso sul mercato delle grandi catene distributive. Con il testo unico sul commercio del 1988 la situazione è cambiata e sono stati eliminati vincoli di ampliamento dimensionale; ma è con il decreto Bersani del 2000 che si è ottenuta una vera e propria liberalizzazione che ha permesso la diffusione dei grandi supermercati e ipermercati. Ma solo negli anni '90 ha inizio il vero e proprio decadimento della cultura alimentare con l'avvento dei cosiddetti *hard discounts*, punti vendita che puntano al ribasso dei costi, basandosi sul commercio di prodotti non di marca, poco pubblicizzati e quindi molto più economici. Si assiste dunque ad una variazione nelle abitudini di acquisti dei consumatori che iniziano a preferire comodità, convenienza e quantità alla qualità.

Ciò che offre, al giorno d'oggi, la grande distribuzione organizzata non è solo un prodotto, ma un vero e proprio servizio; infatti la scelta del punto vendita si lega inevitabilmente ad altri fattori quali, la prossimità alla propria residenza, la disponibilità di parcheggio e varietà di offerta alimentare.

*“Con un giro di affari di circa **190 miliardi di euro**, l'agroalimentare rappresenta il secondo comparto produttivo del paese, dopo le costruzioni. La sua natura anticiclica ha contribuito a contenere l'impatto della crisi, sebbene la caduta della spesa e il cambiamento delle abitudini alimentari delle famiglie hanno determinato flessioni importanti di attività in molte filiere produttive. Mediamente, il settore ha mostrato una dinamica migliore dell'intera economia.”³⁰*

30 UniCredit S.p.A, *Coltivare il futuro - Il settore agroalimentare*, Milano, p.12

Nonostante la buona tenuta del settore agroalimentare, il periodo successivo alla crisi è stato molto complesso per il comparto agricolo che ha visto un aumento dei costi di produzione legato al rincaro dei mezzi correnti di produzione. La crisi ha inoltre determinato una sensibile riduzione dei consumi alimentari che, tra il 2007 e il 2014, ha visto un ribasso del 13% superiore alla riduzione dei consumi generali che è stata stimata attorno al 7.5%.

La crisi globale ha causato da un lato la riduzione dei consumi alimentari e dall'altro nuovi modelli di consumo e strategie per colmare il potere d'acquisto; ne sono emersi atteggiamenti innovativi per adeguare gli stili di consumo alle nuove capacità di reddito:

- **I.** Ricerca di prezzi competitivi tramite acquisti promozionali, solidali e tramite le piattaforme dell'e-commerce;
- **II.** Riscoperta del “fai da te” con il conseguente aumento di acquisti di materie prime per l'autoproduzione casalinga;
- **III.** Riduzione degli sprechi alimentari tramite riduzione degli acquisti o tramite una maggiore consapevolezza della quantità necessarie.

Per contro, non si è registrata una riduzione della domanda di prodotti made in Italy; rimane comunque un elemento chiave nella valutazione degli acquisti per otto italiani su dieci. Inoltre, i prodotti certificati bio hanno registrato vendite record sia nella grande distribuzione che nei negozi specializzati.

Ma il fattore economico non è l'unico ad influire su questo segmento di mercato; i cambiamenti socio-demografici (famiglie più ristrette, elevata presenza di anziani e di stranieri), per es., stanno contribuendo a modificare radicalmente il consumo alimentare.

Visto il calo dei consumi alimentari nazionali, gli operatori del settore guardano sempre più ai mercati esteri; nel periodo compreso tra il 2005 e il 2015, si è registrato un aumento annuo dell'*export* del 6%; tra i prodotti maggiormente esportati vi sono i beni alimentari trasformati come il vino, i latticini, gli olii, le paste e i salumi.

Il crescente interesse verso i prodotti *made in Italy* e la qualità dei prodotti nostrani, il mercato dell'*export* risulta comunque più debole rispetto ad altri paesi come Germania, Francia e Spagna. Mediamente le esportazioni del settore assorbono il 18% dell'intera produzione nazionale con un valore che si aggira tra i 30 e i 40 miliardi di Euro.

Vi sono alcune criticità di settore e di sistema che caratterizzano la nostra debolezza competitiva, come, ad esempio, la forte

frammentazione del sistema produttivo, la scarsa integrazione fra gli attori del sistema agroalimentare e le carenze infrastrutturali del paese (sistemi di distribuzione e logistica).

In Italia, vista l'assenza di una strategia comune per tutto il territorio nazionale nell'ambito dei sistemi alimentari, si sono sviluppate iniziative puntuali in varie città che hanno spesso affrontato vari temi in maniera poco integrata o non del tutto sistemica come ad esempio i programmi nelle mense scolastiche, l'educazione alimentare e gli incentivi alle filiere alimentari corte, impedendo però il raggiungimento di obiettivi strategici sul medio-lungo periodo.



Ma davvero l'Italia, simbolo di eccellenza gastronomica e cultura alimentare, ha bisogno di prestare attenzione al tema alimentare?

Come accennato precedentemente, l'Italia è tra i maggiori produttori agricoli dell'Unione Europea. Questo primato ha però due implicazioni: da un lato, il sistema economico che questo comparto contribuisce ad alimentare grazie alle produzioni di elevata qualità e al fermento del biologico, dall'altro il degrado dei suoli agricoli che risulta essere tra i più preoccupanti in Europa.

I prelievi di acqua dolce per fini agricoli ammontano al 7% delle risorse idriche rinnovabili, il 75% delle risorse ittiche è sovrasfruttato o esaurito; le emissioni di gas ad effetto serra sono dovute per il 36% alla produzione vegetale e per il 64% alla produzione animale.

Inoltre, la mancanza di una vera e propria strategia politica nazionale limita fortemente le opportunità di investimento per la transizione verso un'agricoltura maggiormente sostenibile e per la mitigazione degli effetti del cambiamento climatico.

I giovani rappresentano solo il 5% del totale degli agricoltori, anche se si è rilevato un loro riavvicinamento al settore forse grazie anche alle misure della Politica Agricola Comunitaria.

L'elevato tasso di urbanizzazione (circa 68% del territorio nazionale) e i crescenti livelli di sovrappeso e obesità, causati da una profonda trasformazione delle abitudini alimentari, pongono l'Italia in una posizione critica che merita di essere considerata dall'opinione pubblica e trasformata dal lavoro congiunto di pubbliche amministrazioni e attori privati. Si rileva un'elevata percentuale di sovrappeso (21.3%) e di obesità (9.3%) infantile che segnala un forte degenerazione della cultura nutrizionale nazionale.

Oltretutto, "[...]c'è evidenza di un progressivo distanziamento dalla dieta mediterranea. Per quanto riguarda lo stato della nutrizione

della sua popolazione, secondo il Food Sustainability Index (FSI), l'Italia si trova al 20° posto rispetto ai 28 Paesi dell'Unione europea".³¹

Anche per quanto riguarda il tema della povertà alimentare, il nostro paese risulta essere in seria difficoltà. Nell'anno 2018, l'ISTAT ha calcolato che la presenza di circa 2 milioni di famiglie e più di 5 milioni di abitanti si trovano in condizione di povertà assoluta, con relativa impossibilità di avere accesso a cibo sano e in quantità adeguate. Si tratta di cifre che sono raddoppiate in una decina di anni e che sfiorano la quota del 7% dell'intera popolazione italiana.

PILASTRI	PUNTI DI FORZA	MARGINI DI MIGLIORAMENTO
 Sfide nutrizionali	<ul style="list-style-type: none"> - Alta aspettativa di vita - Buone condizioni di salute - Numerose iniziative per promuovere stili di vita salutari 	<ul style="list-style-type: none"> - Sovrappeso in bambini, adolescenti e adulti - Bassi livelli di attività fisica - Elevato consumo di sodio
 Settore agricolo	<ul style="list-style-type: none"> - Presenza di meccanismi assicurativi per l'agricoltura - Emissioni di gas serra relativamente basse 	<ul style="list-style-type: none"> - Significante commercio di acqua virtuale - Elevata età media degli agricoltori e bassa percentuale di donne - Scarse opportunità di investimento in agricoltura sostenibile
 Perdite e sprechi alimentari	<ul style="list-style-type: none"> - Legislazione innovativa - Iniziative positive da parte del terzo settore - Partenariato pubblico-privato - Numerosi progetti di ricerca attivi sul tema 	<ul style="list-style-type: none"> - Alti livelli di spreco pro capite - Assenza di un sistema di monitoraggio - Assenza target specifico di riduzione di sprechi e perdite alimentari

³¹ citato in: Marino D., Antonelli M. et al., *Cibo, Città, Sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, 2020, Roma

1.3.3.2

Urban Food Policy e Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs)

Se lavorare per raggiungere i target relativi al Goal2 (Sconfiggere la fame) contribuisce in maniera sinergica ad una serie di parametri (SDGs) non strettamente legati al cibo, è altresì vero che oggi giorno i sistemi agro-alimentari sono sotto stretta osservazione per i numerosi impatti che producono.

Uno degli aspetti più negativi dell'attuale sistema risulta essere legato alle emissioni di gas serra, pari al 37% delle emissioni totali di CO2.



Quali sono i fattori principali che stanno alimentando il dibattito sui sistemi alimentari e sulla loro sostenibilità?

Il massiccio utilizzo di risorse naturali, il forte impatto ambientale legato agli attuali modelli di agricoltura e di allevamento, gli sprechi alimentari all'interno delle filiere produttive e la scarsità di diritti dei lavoratori nell'ambito dell'agricoltura. Molti dei nodi relativi a queste problematiche si manifestano all'interno delle nostre città che, per natura, sono responsabili dell'orientamento dei modelli socio-economici che stanno alla base delle attuali filiere agro-alimentari a causa della loro densità e delle loro capacità trasformative. Questa peculiare relazione si evidenzia, da un lato, attraverso le trasformazioni dei modelli di consumo alimentare e dall'altro sull'attenzione che viene posta dalle amministrazioni cittadine al tema del cibo, che viene sempre più visto come filtro attraverso il quale interpretare le trasformazioni in atto a livello ambientale, economico e sociale.

*"In questo contesto, le **Urban Food Policy** nelle loro molteplici forme e contenuti, e secondo vari modelli di governance, ricevono un interesse crescente da parte delle città. Programmare i sistemi alimentari urbani, avere contezza delle dinamiche che riguardano la produzione, la movimentazione, i modelli di consumo e le fasi di smaltimento o redistribuzione delle eccedenze e molto altro, permette di intervenire al contempo su problematiche ambientali, sociali ed economiche, fornendo al tempo stesso opportunità di riorganizzazione, sistematizzazione e riordinamento normativo*

*relative alle filiere del cibo.*³²

Ed è questo il motivo per cui si riconosce la stretta relazione di dipendenza, diretta o indiretta, tra gli SDGs e l'obiettivo di garantire alle popolazioni cibo sufficiente, sostenibile e salutare. Analogamente, è stato sottolineato che gli obiettivi delle Urban Food Policy, con il loro carattere multidimensionale e pluridisciplinare, contribuiscono in maniera decisiva al raggiungimento di molti, o forse tutti, gli SDGs.

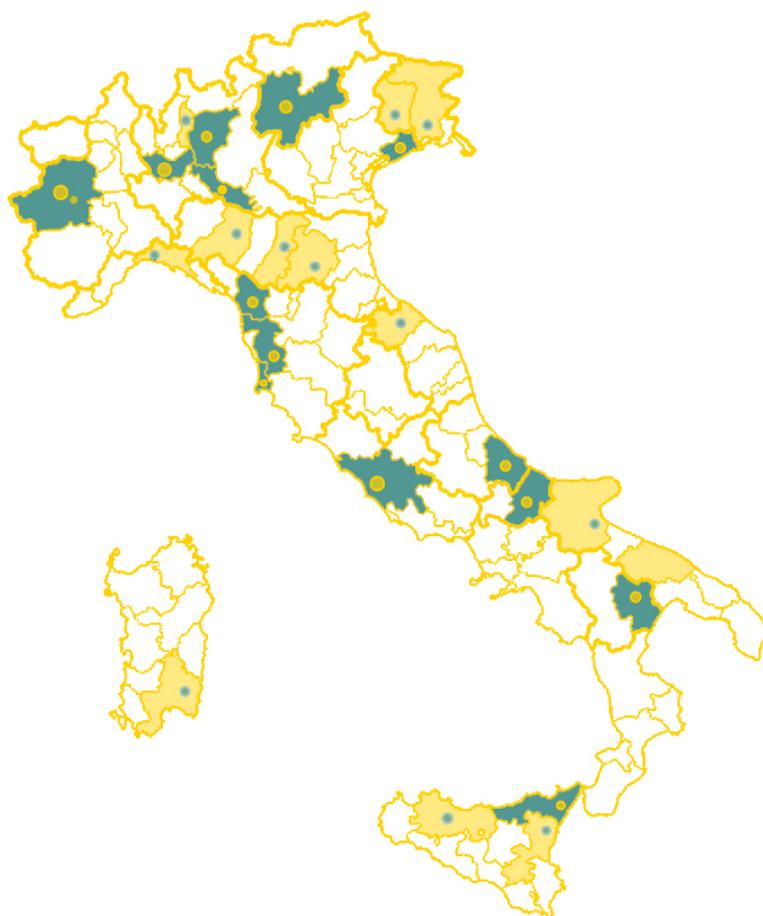
Un recente studio è stato in grado di dimostrare come gli obiettivi perseguiti dalle Urban Food Policy siano in sintonia con i 169 Target relativi agli SDGs, rilevando una particolare relazione con il Goal8 (Lavoro dignitoso e crescita economica), con il Goal12 (Consumo e produzione responsabili) e ovviamente con il Goal2.

Viene inoltre evidenziato come le politiche urbane del cibo, per mezzo di un'articolata e complessa rete di azioni, siano in grado di facilitare il raggiungimento di numerosi SDGs con funzione di coordinamento di politiche e di progetti tradizionalmente appartenenti a tematiche eterogenee, spesso pianificati e attuati in maniera indipendente gli uni dagli altri. Le politiche urbane del cibo sono oggi in una fase cruciale per la loro diffusione e integrazione nelle agende delle amministrazioni cittadine. Numerose esperienze a livello nazionale sono nate a partire dal basso, dalla società civile oppure da gruppi promotori misti (ricerca, associazioni, agricoltori, cittadini) mentre sono ancora poche le realtà che si poggiano su solide basi istituzionali e che possono vantare riconoscimenti dagli enti amministrativi; ancora meno sono quelle che dispongono di linee di bilancio, finanziamenti e risorse direttamente dedicate.

*"Tuttavia, l'accrescimento della **cultura amministrativa** intorno all'importanza del cibo come leva per il raggiungimento di molteplici obiettivi, sta aumentando la consapevolezza rispetto alla capacità delle politiche urbane del cibo di riorganizzazione dei sistemi alimentari e di creazione di un ambiente socio-economico più vibrante, nonché di aumento della qualità delle diete e della conseguente riduzione dei costi sanitari connessi."*³³

32 Marino D., Antonelli M. et al., *Cibo, Città, Sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, 2020, Roma

33 *ibidem*



- Torino // Nutrire To + Food Atlas
- Chieri
- MILANO // FOOD POLICY ●
- Bergamo // BergamoGreen
- Lecco
- Udine
- Sacile
- Cremona // Pubblica procura del cibo
- Trento // Nutrire Trento
- Venezia // Ex ante-evaluation
- Modena // Iniziative varie
- Bologna // ogetti finanziati dall'UE
- Parma // Giocampus
- Ancona
- Firenze
- Livorno // Food strategy + Food council
- Tollo // Politica del Cibo
- Castel del giudice // Piano del Cibo
- Roma // Bottom up food council
- Matera // Atlante del cibo
- Messina // Cibo sostenibile

³⁴Alla luce di tutte le considerazioni fatte fino ad ora, mi sembra doveroso riportare le 10 indicazioni, individuate dall'Alleanza Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile (ASVIS), rivolte ai *policy makers*:

³⁴ Adattamento e aggiornamento da Marino D. e Mazzocchi G. (2019).La pianificazione alimentare: concetti emodelli. Rete Rurale Nazionale 2014-2020.

- I. Pianificare una strategia e politica sul cibo a livello urbano;
- II. Tutelare le fasce più deboli e ridurre le disuguaglianze;
- III. Progettare e dare vita ad un sistema di mense scolastiche e pubbliche sostenibili;
- IV. Costruire una cultura del cibo fondata sul concetto di una dieta varia e sana e favorirne l'adozione;
- V. Promuovere l'innovazione di prodotto e di processo;
- VI. Rafforzare le connessioni positive tra cibo e ambiente anche attraverso la multifunzionalità dell'agricoltura urbana e periurbana;
- VII. Rendere i sistemi alimentari urbani più resilienti;
- VIII. Disegnare le filiere della solidarietà;
- XI. Rafforzare, democratizzare e localizzare la pianificazione dei sistemi alimentari;
- X. Mappare i sistemi locali del cibo;

"Il quadro delle esperienze internazionali e nazionali legate alle politiche e alle strategie per il cibo si articola intorno a percorsi istituzionali e non, riferibili a matrici e tradizioni civico-politiche differenti, ad oggi non univocamente classificabili né standardizzate".³⁵

È anche per questo motivo che le politiche alimentari si sono sviluppate attraverso differenti strumenti di governance. Tra i più conosciuti troviamo i Consigli del Cibo (o *Food Council*); sono organi formati da una molteplicità di soggetti che operano con ruoli differenti all'interno della catena alimentare e della società civile e che condividono interessi ed esperienze a vari livelli, che esprimono pareri e propongono azioni da mettere in atto nell'ottica di una transizione sociale e ambientale nei sistemi del cibo.

³⁵ Wiskerke s.C., Viljoen a., Sustainable food planning: evolving theory and practice, Wageningen Academic Publisher, 2012, Wageninge

1.3.4

Esperienze e buone pratiche

Le prime esperienze in materia di *Food Policy* hanno avuto luogo in Nord America e in Canada agli inizi degli anni '90; nello specifico, a **Toronto**, prese vita il primo Consiglio del cibo (1991). La città ha avviato una stagione di dibattiti su vari temi legati all'alimentazione, ai diversi livelli di governo, con la finalità di migliorare l'integrazione delle azioni e delle politiche esistenti. L'obiettivo fondamentale della Politica Alimentare di Toronto consisteva nel migliorare la condizione di salute degli abitanti, garantendo in tutta la città l'accesso a cibo sano e ad un prezzo ragionevole. Tra le principali azioni adottate dall'amministrazione cittadina troviamo la costituzione del Toronto Youth Food Council, ovvero un'istituzione che lavora sul coinvolgimento delle fasce più giovani della popolazione per la formazione di professionisti nell'ambito del cibo e dei sistemi alimentari.

In Italia, alcune esperienze si pongono come punti di riferimento per il futuro del tema alimentare all'interno del nostro paese, tra cui Milano, Matera e Pisa.

Milano Food Policy

Nel 2014 è stato siglato un protocollo d'intesa tra un'importante fondazione e il Comune di Milano per l'adozione di una strategia di *Food Policy*, al fine di rendere più sostenibile la città a partire dalle questioni relative al cibo e di incentivare un dialogo internazionale rispetto a questo importante tema. Allo stesso tempo, è stato elaborato un altro documento: il Milano Food Policy Pact.

Il protocollo relativo alla *food policy* si è articolato in quattro tappe: si è partiti con una fase di analisi relativa ai punti di forza e di debolezza del sistema alimentare, passando poi per una fase che ha visto la partecipazione della cittadinanza per l'elaborazione degli obiettivi, in seguito l'adozione della strategia da parte delle amministrazioni e, infine, l'elaborazione di alcuni progetti pilota a carattere sperimentale.

La prima fase si è focalizzata sull'indagine relativa al potenziale dei distretti agricoli e sull'analisi dei loro aspetti formali nell'ottica di creare strategie economiche in grado di interagire concretamente con le aziende agricole di piccole e medie dimensioni, al fine di diffondere buone pratiche di partenariato tra i diversi attori della filiera. Gli strumenti utilizzati in questa fase si sono orientati alla formazione di nuove strutture di governance, all'utilizzo di nuovi

strumenti finanziari e alla promozione della finanza etica e della mutualità.

Al termine di questa prima fase di analisi sono stati evidenziati alcuni aspetti tra cui il ciclo urbano del cibo (produzione, trasformazione, logistica, distribuzione, consumo, scarti e rifiuti), il contesto entro il quale si articola il sistema del cibo metropolitano (demografia, territorio, biodiversità, energia, sistema idrico, salute e cultura), le politiche e le iniziative del Comune connesse al tema del cibo e le progettualità di tutti gli attori che operano all'interno dei vari settori del sistema agroalimentare.

La seconda fase ha visto il coinvolgimento diretto della cittadinanza che ha portato a galla la necessità di adottare soluzioni che implicino la formazione e l'educazione in campo alimentare, il miglioramento dell'offerta nelle mense scolastiche e la sensibilizzazione verso consumi sostenibili e di filiera corta. I sistemi di governance dovranno invece occuparsi di istituire reti e tavoli di lavoro al fine di mettere in relazione le associazioni del territorio, attivare strumenti di partecipazione e prevedere dei piani di cibo di zona.

Il tema del commercio ha invece fatto emergere la necessità di implementare la rete di vendita al dettaglio di prodotti locali, di favorire i negozi di prossimità e facilitare gli appalti pubblici per le mense collettive in modo da renderli accessibili anche a piccoli produttori locali. Inoltre, è stata rilevata la necessità di agire sui prezzi dei prodotti locali con lo scopo di renderli accessibili ad una fetta più cospicua della popolazione urbana.

Bisogna però sottolineare che l'attuazione della politica urbana del cibo non comporta esborsi per il comune di Milano; è infatti una fondazione che si prende carico degli oneri finanziari.

Strategia alimentare di Barcellona

La città catalana è celebre soprattutto per le sue politiche attive nell'ambito commerciale e per i suoi numerosi mercati coperti contemporanei. La continua ricerca in ambito alimentare e commerciale ha reso l'amministrazione molto attenta a questo tema e ha permesso di svolgere attività inizialmente sperimentali, con basso tasso di rischio, per poi diventare un settore trainante dell'economia cittadina e della regione. Questi risultati sono stati raggiunti grazie ad un *format* che ha unito il commercio ad altri servizi, puntando molto sulla riqualificazione architettonica di vecchie costruzioni

abbandonate e sulla rigenerazione degli spazi pubblici; questo *format* ha permesso di ampliare le fasce di consumatori e aumentare i flussi turistici fino a creare il cosiddetto "modello Barcellona". Non esiste una vera e propria politica alimentare, ma il tema viene trattato da differenti enti istituzionali con declinazioni spesso molto diverse tra loro che stanno portando a risultati soddisfacenti in termini di sicurezza alimentare e accessibilità a cibo fresco e di elevata qualità. Queste strategie sono state responsabili dirette di un considerevole aumento di consapevolezza riguardo il consumo responsabile e una maggior attenzione nei confronti della provenienze e dei metodi di produzione degli alimenti.

*"Sono inoltre attive politiche di marketing territoriale, tra cui il decreto 24/2013 riguardante il commercio di prossimità. Il decreto citato è stato redatto dal Ministero dell'Agricoltura, dell'Allevamento, della Pesca e dell'Ambiente, ed ha per obiettivo quello di portare il produttore in stretto contatto con il consumatore: in questo modo il produttore può aumentare il reddito e contribuire a diminuire l'impatto ambientale legato alla logistica, mentre il consumatore è in grado di comprare alimenti freschi a basso prezzo e raggiungibili in poco tempo."*³⁶

Altra iniziativa molto interessante è il Parco Agricolo di Llobregat, situato a 5km dal centro cittadino di Barcellona; ha un'estensione di circa 3000 ettari in cui operano più di 600 aziende agricole ed è stato costituito grazie alla collaborazione tra l'amministrazione comunale e il consorzio dei produttori agricoli. L'idea alla base di un parco agricolo peri-urbano è quella di gestire le aree agricole che, negli anni, sono state sottoposte a forti pressioni a causa dell'espansione urbanistica della città.

*"La produzione di cibo nelle zone periurbane è un assetto strategico che può essere applicato anche a livello regionale, non solo perché queste zone si interfacciano con le rotte commerciali di scala sovra - comunale, ma anche per mantenere una politica dei prezzi più accessibile, andando incontro agli obiettivi della Comunità Europea in termini di qualità e accessibilità del cibo."*³⁷

³⁶ Barbuio A., prod. Tamini L., *Future Food Market. strategie di rilancio urbanistico e innovazione sociale per i mercati comunali coperti: un progetto per via Lorenteggio a milano*, PoliMI

³⁷ *ibidem*

L'output principale delle strategie alimentari della città di Barcellona sono i mercati coperti, i quali rivestono il ruolo fondamentale di punto di incontro fisico e culturale tra i produttori e i consumatori; inoltre, i mercati dovranno essere in grado di trasmettere, attraverso iniziative e comunicazioni, i valori legati all'acquisto e al consumo di prodotti locali di elevata qualità.

Sostenibilità alimentare per Lione

Nella Carta degli obiettivi per l'agricoltura periurbana, firmata nel 2012, è stato portata alla luce la necessità di garantire a tutta la popolazione l'accesso ad un'alimentazione di qualità e di prossimità. Sono stati individuati tre principali assetti di lavoro:

- **I.** Messa in opera di azioni a carattere sperimentale finalizzate alla valorizzazione della produzione locale, durante eventi culturali e manifestazioni sportive;
- **II.** Diffusione e rafforzamento delle iniziative di approvvigionamento locale per la ristorazione collettiva;
- **III.** Contributo diretto della Carta allo sviluppo di strategie alimentari per l'area metropolitana.

L'avvio, nel 2016, ha visto l'organizzazione di un evento che ha permesso di connettere gli organizzatori di eventi con gli specialisti dell'alimentazione, in più di 230 incontri che hanno generato nuove sinergie e spunti di riflessione strategica. È stato poi istituito un "Polo di cooperazione per l'alimentazione" con finalità differenti ma che vanno in un'unica direzione: dal collegare le organizzazioni di economia Sociale e Solidale per favorire apertura verso un ricollocamento alimentare produttivo e di consumo, al favorire lo sviluppo di cooperazioni e scambi tra le varie strutture e la costruzione di un sistema agroalimentare locale.

La regione di Lione vanta uno dei sistemi agroalimentari locali più dinamici e attivi della Francia, con un molteplicità di iniziative delle filiere corte o di prossimità. Nello specifico, sono sorte una moltitudine di piccole realtà imprenditoriali di Economia sociale e solidale (ESS) che hanno iniziato ad innovare i loro servizi offerti, per accompagnare produttori e consumatori verso pratiche alimentari più sostenibili e virtuose.

In definitiva, il piano di azione elaborato dalla città di Lione mira ad accrescere l'accesso ad un'alimentazione sostenibile per tutti, tramite un approvvigionamento alimentare qualitativo e quantitativo capace di promuovere la salute e la sostenibilità, l'occupazione lavorativa locale in modo da contribuire al miglioramento della salute anche delle fasce della popolazione meno abbienti.

1.3.4

COVID-19 e sistema alimentare

La recente diffusione del virus COVID-19 pone sfide importanti per i sistemi alimentari di tutto il Pianeta; esse riguardano non solo i piani strategici volti ad affrontare la grande emergenza sanitaria, ma anche le prospettive di transizione del modo in cui si produce, trasporta, distribuisce, consuma e smaltisce, il cibo all'interno delle comunità. La pandemia in corso e il sistema alimentare sono intrinsecamente e inevitabilmente legati da un stretto rapporto di reciprocità.

*"Un recente studio del WWF mostra come la distruzione degli ecosistemi e il commercio illegale di animali selvatici vivi nei mercati di molte metropoli asiatiche e africane rischiano di favorire l'emergere di vecchie e nuove zoonosi, ovvero di **malattie infettive** che possono essere trasmesse dagli animali all'uomo, di cui il COVID-19 fa parte."³⁸*

Risulta quindi necessario prendere consapevolezza delle implicazioni e delle ricadute che queste dinamiche hanno all'interno delle comunità, ma anche vedere l'immenso potenziale di trasformazione dei sistemi agro-alimentari che ponga al centro il benessere complessivo di persone ed ecosistemi.

Molteplici sono gli impatti che la pandemia sta producendo sull'intera filiera agro-alimentare, dalla crescente esposizione delle fasce meno abbienti della popolazione all'insicurezza alimentare, alla chiusura delle frontiere tra le Nazioni, dalle limitazioni degli scambi commerciali, alla limitazione di distribuzione degli aiuti alimentari. In particolare, le città sono state direttamente esposte a questi shock e devono quindi adottare strategie efficaci per reagire e tornare a giocare un ruolo centrale nella governance alimentare, in un'ottica di maggior sicurezza di accesso a cibo sano e sostenibile.

³⁸ Marino D., Antonelli M. et al., *Cibo, Città, Sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, 2020, Roma

IL CASO WUHAN

Una città con più di 10 milioni di abitanti, come Wuhan, che per prima ha affrontato il problema di un totale *lockdown*, ha compreso gli effetti che queste misure possono avere sulla salute pubblica e sull'alimentazione. La Cina, primo Paese costretto a fare i conti con la crisi sanitaria, ha preso misure senza precedenti per contenere la diffusione del virus. Il Governo centrale ha adottato una serie di misure e lanciato una serie di azioni con l'obiettivo di mantenere un'offerta di cibo adeguata alla popolazione urbana, in particolare, sostenendo i produttori locali delle aree peri-urbane e rurali. Ciò ha richiesto una concreta ed efficiente collaborazione nonché un coordinamento tra i diversi livelli di governo (municipale, regionale, nazionale) e i diversi attori delle amministrazioni e della filiera agro-alimentare. In questo contesto, hanno rivestito un ruolo fondamentale le nuove tecnologie digitali e i servizi di *food delivery* che, in breve tempo, sono diventati importanti canali per la promozione e la vendita di prodotti agro-alimentari, oltre che per tutelare e assicurare l'intera filiera produttiva e distributiva.



IL CASO ITALIANO

In Italia, le restrizioni sanitarie hanno avuto un impatto fortemente negativo soprattutto su piccoli produttori, trasformatori e distributori che hanno come principale fetta di mercato il settore dell'ospitalità, paradossalmente in un momento in cui la domanda di prodotti agro-alimentari è molto alta. Il COVID-19 può portare a conseguenze drammatiche per le aziende agricole, a causa della mancanza di manodopera o della difficoltà nel garantire misure di distanziamento efficaci, per i macelli e per tutte le realtà della filiera di trasformazione. Gli effetti produrranno, con buone probabilità, maggiore volatilità dei prezzi, la carenza di offerta di beni deperibili come frutta e verdura e maggiori perdite di prodotti nei campi. Senza contare che i mercati rionali e quelli dei contadini sono stati chiusi per periodi prolungati non essendo stati considerati come attività economiche essenziali, con conseguenti danni per numerosi produttori e operatori economici. L'attuale pandemia rischia di avere delle ripercussioni importanti per l'intera filiera agro-industriale italiana, in particolare per le realtà che contano principalmente sugli introiti derivanti dalle esportazioni in paesi come Francia, Regno Unito, Germania e Usa. Nel 2019 è stata sfiorata la somma di 43 miliardi di euro, ovvero circa il 10% dell'export complessivo.

Inoltre, la pandemia espone a, spesso gravi, forme di insicurezza alimentare per le fasce più deboli della popolazione come anziani, famiglie numerose e individua senza dimora.

Il COVID-19 può però offrire possibilità storiche per il ripensamento della filiera alimentare, attraverso una maggiore connessione del tessuto urbano con quello peri-urbano e rurale garantendo maggiori tutele per gli attori più deboli della filiera. Sono emersi inoltre nuovi scenari per quanto riguarda le modalità di produzione, trasporto, distribuzione e consumo che probabilmente avranno ricadute importanti nel sistema alimentare dei prossimi anni.

*"Pertanto è fondamentale cogliere queste traiettorie per disegnare delle politiche veramente efficaci per contrastare le sfide attuali e future. Il COVID-19 ha infatti consentito di rilevare le storture dei nostri sistemi alimentari e offre pertanto una grande chance per accelerare la **transizione verso sistemi più giusti, equi e sostenibili.**"³⁹*

39 Marino D., Antonelli M. et al., *Cibo, Città, Sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, 2020, Roma

Relazioni.

Cibo, territorio, città, società civile

2.1 Nutrire le città

Le nostre città affamate

Cibo e città

Come ci nutriremo nel prossimo futuro?

La nuova economia di scala del cibo

La città è ancora costruita attorno al cibo

Approvvigionare le città

2.2 Città e filiera agro-alimentare

Città e produzione

Città e distribuzione

Città e consumo

Città rifiuti

2.3 I sistemi locali del cibo

Lo sviluppo “regionale” nel contesto europeo

Chiudiamo gli occhi e pensiamo ad una **città**. Cosa vediamo? Un' intricata trama di tetti che si estende fino all'orizzonte? Qualunque cosa si immagini, probabilmente riguarda gli **edifici**. Dopotutto, sono ciò di cui sono fatte le città, edifici, strade e piazze. Ma le città non sono solo fatte di mattoni e malta, cemento e acciaio; esse sono abitate da **esseri umani** in carne e ossa, e quindi devono fare affidamento sul mondo naturale per nutrirle. Le città, come le persone, sono quello che **mangiano**.

Si ritiene che alla spalle della rivoluzione urbana ci sia stata quella degli **approvvigionamenti**, ovvero la capacità di controllare la disponibilità del cibo in insediamenti permanenti in maniera indipendente dalle attività di caccia e raccolto.

In questo capitolo si indaga il ruolo del cibo e quindi della **pianificazione alimentare**, nel definire, e ridefinire, i rapporti tra la città e le aree rurali da un punto di vista urbanistico, ma anche fisico, culturale, sociale, ambientale ed economico analizzando, da un lato, la città e la filiera agroalimentare e, dall'altro, i sistemi locali del cibo e lo sviluppo regionale.

Nel 1993 Emrys Jones, noto docente di geografia e di pianificazione urbana alla London School of Economics, sosteneva che alla spalle della rivoluzione urbana ci stesse quella degli approvvigionamenti, ovvero la capacità di controllare la disponibilità del cibo in insediamenti permanenti in maniera indipendente dalle attività di caccia e raccolto. Secondo Emrys Jones infatti, è quest'ultima la rivoluzione che ha permesso lo sviluppo degli insediamenti umani su larga scala, le città.

Il rapporto tra aree urbane e cibo ha rivestito un ruolo fondamentale nei processi storici, economici e sociali di formazione e trasformazione delle città ma, nonostante ciò, l'interesse da parte di amministratori, pianificatori e società civile ha tentato a manifestarsi. Piani, politiche e strategie urbane del cibo costituiscono quindi un ambito di ricerca decisamente nuovo.

*"Un campo che si trova infatti sul crocevia di possibili convergenze tra studiosi della città, della produzione agroalimentare, del mondo e del paesaggio rurale, del consumo di suolo e delle dinamiche di periurbanizzazione, nonché di diverse discipline: agronomi ed economisti agrari con approccio territoriale, geografi, urbanisti e architetti, sociologi rurali e dei consumi, esperti di logistica del cibo ed altri scienziati sia nel campo delle scienze umane e sociali sia in quello delle scienze fisico-naturali e della salute, con varie specializzazioni"*¹

I temi che si intrecciano con le politiche urbane del cibo vedono un convergenza da varie prospettive che vanno dalla sicurezza alimentare alla resilienza urbana, dalla sovranità alimentare all'innovazione sociale, dagli attenzioni per le aree periurbane alla lotta al consumo del suolo.



Perché, nonostante la rilevanza, vi è una scarsa considerazione delle tematiche relative al cibo nell'ambito delle politiche urbane?

Pothukuchi e Kaufman, due esperti del settore, individuano 4 fattori:

I. Nella maggior parte dei casi, gli abitanti delle città considerano scontato il funzionamento del sistema agroalimentare e non

¹ Dansero E., Nicolarea Y., *Dalle pratiche alle politiche: costruire gli spazi del cibo*, Università degli Studi di Torino - Sapienza Università di Roma

considerano i problemi di accessibilità delle fasce più povere della popolazione;

II. Lo sviluppo storico delle città ha posto al centro la questione urbana con scarsa considerazione verso le realtà sub-urbane circostanti;

III. L'espansione urbana conseguente alla formazione delle periferie e dei sobborghi, è andata a discapito dei terreni precedentemente agricoli, che storicamente avevano nutrito la città; il cibo è sempre stato disponibile senza apparenti criticità, anche se non più di origine locale;

IV. L'approccio delle amministrazioni al rapporto tra aree urbane e agricole è risultato troppo frammentario.

Negli ultimi anni però, abbiamo assistito ad un crescente riconoscimento della natura urbana del cibo che, per lungo tempo, veniva associata esclusivamente alla fase produttiva e quindi alla sola dimensione rurale.

Le ragioni di questa inversione di tendenza sono, da un lato, legate agli effetti che ha generato sulla natura e sulla società civile, il moderno sistema agroindustriale e dall'altro la crescente consapevolezza del potenziale ruolo delle realtà urbane nei processi di cambiamento e di resistenza alla globalizzazione, industrializzazione e deterritorializzazione del cibo.

*"Innescata dai cosiddetti movimenti del cibo, questa consapevolezza ha progressivamente permeato molti governi urbani che, in questa logica, sulla base delle proprie competenze e responsabilità, hanno ricominciato a manovrare alcune importanti leve per orientare i sistemi alimentari verso orizzonti di maggiore sostenibilità ed equità. Le città, infatti, vengono riconosciute, ma soprattutto si riconoscono, come nuovi attori delle politiche urbane del cibo, in particolare attraverso il cosiddetto urban food planning (Morgan, 2009 e 2013) che legittima e consolida l'intervento pubblico sui temi del cibo e dell'alimentazione"*²

La caratteristica distintiva della nuova disciplina di pianificazione alimentare consiste in un approccio che mira all'integrazione delle molteplici dimensioni del cibo con i molteplici settori che coinvolge. Quindi, emerge la necessità di affrontare la questione in maniera

² G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 87



sistemica superando le visioni verticali e riconoscendo le infinite relazioni che il cibo instaura con le dinamiche urbane e con gli ambiti relativi di policy; si tratta di riconoscere la natura territoriale e la necessità di adottare approcci integrati e “place-based”.

Perchè dunque, il cibo, è anche una questione urbana?

*“La prima e più evidente ragione è legata alla consapevolezza di quanto la questione alimentare sia già fisicamente concentrata nelle città. Il superamento, dal 2014, della popolazione rurale da parte di quella urbana e le stime che prevedono, per i decenni futuri, il raggiungimento di valori superiori al 65%, rivelano come nelle **aree urbane** si condensino – e si condenserà sempre più – la maggior parte di quei consumatori le cui **scelte individuali** potranno giocare un ruolo sostanziale nel definire le **traiettorie evolutive dei sistemi alimentari**, a tutte le scale”³*

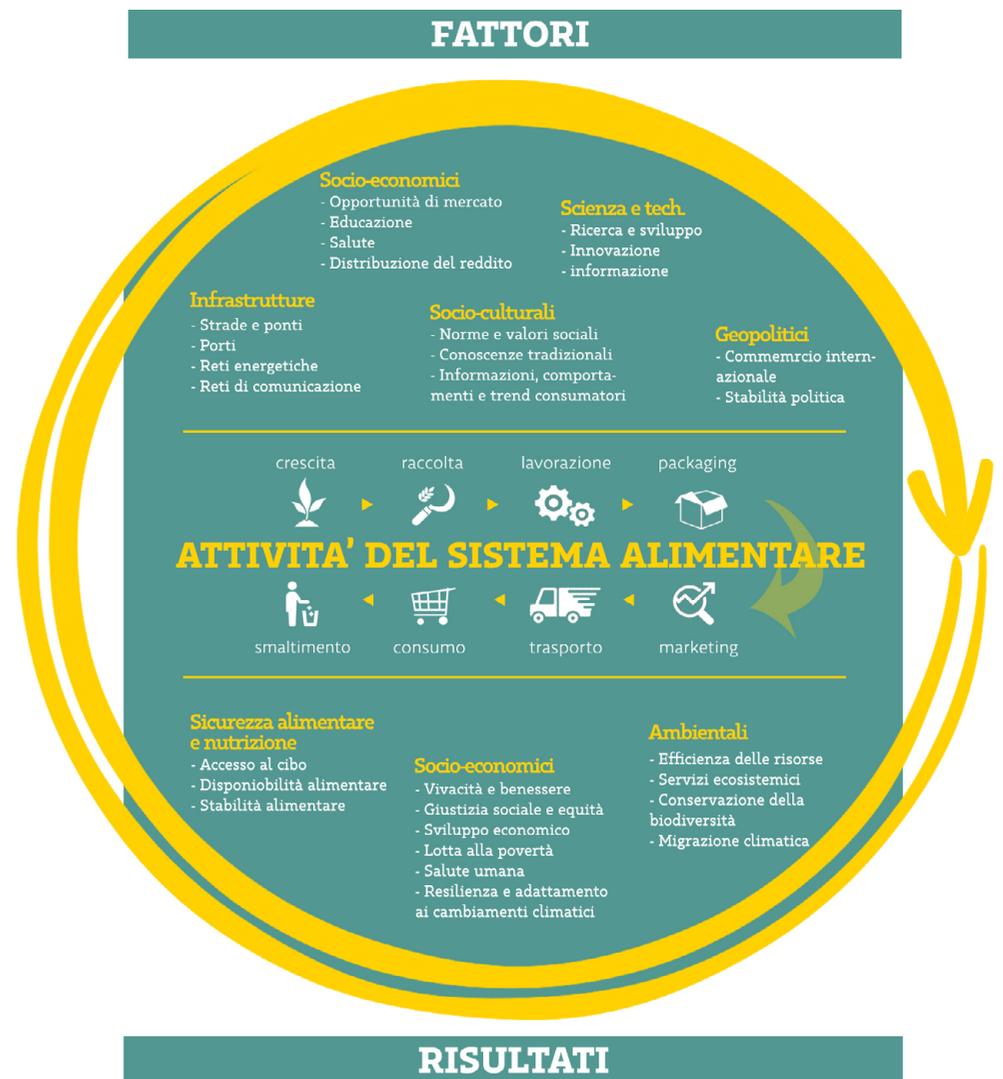
L'impatto del vivere urbano ha una rilevanza e delle ricadute che hanno un impatto maggiore rispetto a quanto ci suggeriscono i dati soprastanti. Infatti, nei paesi Europei in cui il processo di urbanizzazione è più antico, si può notare quanto sia stato rilevante per le aree rurali; invasione fisica e simbolica, trasformazione degli spazi e influenza sugli stili di vita e di consumo.

Questo progressivo processo ha comportato l'aumento dei fabbisogni alimentari e la diminuzione della disponibilità di suoli agricoli, da un lato; dall'altro, il consumo delle risorse legate ai cicli alimentari, la crescente produzione di rifiuti, scarti e di emissioni inquinanti. Ma la concentrazione urbana può essere anche vista come l'opportunità per la risoluzione di determinati problemi; infatti, molte delle economie di scala prodotte dalle aree urbane hanno la possibilità, se gestite correttamente, di consentire una drastica riduzione degli utilizzi energetici, dei prelievi di materie prime e di consumo di suolo.

Il cibo può essere inoltre considerato come veicolo di trasformazione materiale e simbolica, il suo utilizzo strategico può diventare la chiave per la ristrutturazione dell'immagine e delle economie urbane. Occorre sottolineare come il problema dell'ineguale distribuzione delle risorse e dell'accesso al cibo caratterizzi intrinsecamente la dimensione del vivere urbano, andando a discapito dei soggetti in

³ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 88

condizione di marginalità sociale ed economica. Ed è non solo per questa ragione ma per molte altre che, la città, essendo il luogo fisico di massima concentrazione di poteri e di competenze istituzionali, ha la forza necessaria per mettere in moto cambiamenti sostanziali nei nostri stili di vita, di consumo e di relazione sociale ricercando una nuova identità nelle realtà alternative a quelle dominanti.



2.1

Nutrire le città

Le nostre città affamate

Parafasando le parole di Carolyn Steel, le città per come le conosciamo oggi giorno consumano il 75% delle risorse del pianeta con un'aspettativa di incremento della popolazione per il 2050, che porterà il 70% della popolazione mondiale nei centri urbani⁵. Il rapporto tradizionale tra abitanti urbani e rurali è stato sorpassato nel 2006, quando la città è diventato il contesto fisico, sociale, economico e culturale predominante. Descrivere una città attraverso il cibo dovrebbe essere la nostra principale preoccupazione per riuscire ad invertire un processo che sta lentamente divorando il nostro pianeta. Per molto tempo le nostre abitudini alimentari hanno avuto conseguenze in luoghi da noi lontani, ma, fortunatamente, una nuova consapevolezza sta nascendo in relazione alle problematiche che il sistema sta creando al nostro pianeta. Il cibo ha da sempre dato forma alle nostre città in maniera molto rilevante, a differenza di quanto potremmo pensare. Uno dei principali problemi prima dell'invenzione delle ferrovie, era fornire alle città cibo fresco proveniente dalle campagne circostanti. Questo rapporto, e limiti relativi, è da sempre stato fondamentale perché senza agricoltori e allevatori le città probabilmente non sarebbero mai esistite. Grazie alle nuove tecnologie e ai nuovi mezzi di trasporto, oggi le città non hanno più bisogno del supporto delle campagne circostanti, che sono però state fondamentali nella storia dell'uomo per più di 10.000 anni. Le città sono quindi libere da ogni vincolo di dipendenza territoriale locale, come dimostra la costruzione di una città in mezzo al deserto come Dubai. Questa crescita incontrollata delle città ha portato tanti aspetti positivi quanto negativi.

Come tutti gli altri organismi viventi, anche le città hanno bisogno di nutrirsi; energia, cibo e risorse naturali per crescere ed espandersi. Come evidenziato da numerosi studi, il futuro è urbano e c'è quindi l'urgente necessità di ripensare il sistema della produzione e distribuzione agroalimentare.

Come architetti ed esseri umani, abbiamo il dovere di ragionare in maniera olistica usando il cibo come mezzo per ridare forma al futuro delle nostre città, attraverso cambiamenti nel modo in cui guardiamo ad esse e al modo in cui le costruiamo.

⁵ Steel C., *Hungry City - How Food Shapes Our Lives*, Vintage Books, Londra, 2008, p.1

Cibo e città

Come riportato da Carolyn Steel all'inizio del suo libro *Hungry City*, la città e il cibo hanno sempre avuto una stretta relazione. Il modo in cui sono state costruite le città ha da sempre riflettuto il paesaggio che le nutriva. Per esempio, la città di Londra, mostra perfettamente come il tessuto urbano rifletta le rotte che animali e prodotti della terra facevano per arrivare ai mercati e ai centri di smistamento.

Andando indietro nel tempo, troviamo che il primo vero insediamento urbano è stato fondato vicino alle terre fertili dei fiumi Tigri ed Eufrate. Coltivazione e civilizzazione erano strettamente correlati, in un rapporto di reciproca necessità, a tal punto che i campi e i vigneti venivano considerati tanto importanti quanto le strade e gli edifici delle antiche città-stato.

Il concetto stesso di proprietà privata, principio regolatore delle città, deriva da una necessità rurale perché le terre avevano bisogno di protezione, data la grande quantità di lavoro che comportavano. Questa relazione tra campagna e città è molto differente da una cultura all'altra. Prendendo come esempio i Romani e i Nord Europei, i primi erano dediti all'agricoltura favorendo la nascita di grandi città, mentre i secondi preferivano la caccia e favorivano il sistema feudale, molto più rispettoso dell'ambiente rurale.

Nonostante queste differenze, le città e le campagne hanno vissuto in un rapporto di armonia ancora nel XIV secolo, come mostrato nel quadro *Effetti del buon governo in città* di Ambrogio Lorenzetti. L'opera, che viene considerata la prima grande opera pittorica di soggetto civile dopo l'antichità, viene rappresentato il dualismo campagna-città. Ambrogio chiarisce come lo Stato senese, nella sua complessità, sappia gestire in modo magistrale il dualismo tra città e campagna, dualismo sul quale si fonda la fervida società medievale: tra i due ambienti, entrambi fortemente antropizzati, vige uno stretto rapporto di dipendenza e di integrazione. L'immagine del *contado*, è una sorta di *summa simbolica*, che sintetizza la ricchezza della Repubblica e ne manifesta le garanzie di sicurezza e di prosperità. Nella città invece, opera un popolo intento alle più diverse occupazioni, di lavoro e di svago: operai, mercanti, insegnanti, massaie, pastori, contadini, mendicanti. Lungo le strade passeggiano nobili ed uomini e donne borghesi. La città e il suo contado sono separate solamente dal segno sottile delle mura.

Nel XV secolo la considerazione per la campagna aumentò poiché veniva vista come una manipolazione dell'uomo atta a soddisfare le nascenti necessità urbane. Durante il XVII secolo la relazione

continuava ad essere forte, anche in paesi urbanizzati come l'Olanda, dove la campagna era collegata alle città attraverso una fitta rete di canali.

Ma la scala della città pre-industriali rimaneva ancora abbastanza piccola da poter essere nutrite senza grandi sforzi; i dintorni rurali delle città venivano fortemente influenzati dai mezzi di trasporto usati per portare i prodotti nelle città.

Il grande cambiamento avvenne però nel XVIII secolo con l'avvento dell'industrializzazione; si accese un duro dibattito riguardo l'impatto che la crescita delle città stava avendo sui territori rurali. Se il grano aveva fatto le grandi città del passato, la carne ha fatto quelle dell'era industriale. Il processo di industrializzazione creò un irreparabile divario tra i nutritori e i nutriti.

Nel XIX secolo il problema principale non era più come nutrire le città ma a quale costo.

Dopo la guerra, gli allevamenti intensivi vennero introdotti, così la produzione aumentò considerevolmente.

Oggi giorno, nonostante la produzione sia aumentata del 145%, ancora 850 milioni di persone nel mondo soffrono la fame. Nei paesi sviluppati come USA e Europa, la produzione è cambiata, e si innescò un meccanismo di dipendenza dall'importazione di beni stranieri. Un dato impressionante dimostra che il 70% dei territori Britannici è costituito da terreni agricoli, ma nonostante ciò il cibo non viene più coltivato. I terreni rurali hanno raggiunto un elevato valore economico tanto da costringere le amministrazioni a trasformarli in ambienti naturali da conservare per fini turistici, dipendendo così sempre più da importazioni di prodotti che però potrebbero essere coltivati nei territori nazionali.

Come ci nutriremo nel prossimo futuro?

Da quando il modello urbano occidentale ha preso piede in tutto il mondo, la questione principale è diventata come l'Europa si nutrirà nel prossimo futuro. Specialmente nel mondo occidentale, il business dell'agroalimentare è cambiato andando sempre più nella direzione di coltivazione estensiva e mono-colturali. Steel sottolinea come i recenti esperimenti di modifiche genetiche stiano causando più danni all'ambiente, rispetto a quanto non abbia mai fatto l'agricoltura. Deforestazione, erosione dei suoli, esaurimento delle risorse acquifere e inquinamento dell'aria sono solo alcuni degli effetti negativi

sull'ecosistema. Un altro grosso problema strettamente connesso al presente e al futuro della produzione alimentare è l'energia. Come per altri settori industriali, il petrolio è la primaria fonte di energia ma dovrebbe essere presto sostituito da fonti rinnovabili come il sole e il vento. Questo però implicherà una completa ristrutturazione del modo in cui produciamo e consumiamo i prodotti agro-alimentari. Il problema più urgente in tema di produzione alimentare non è come mangeremo in futuro ma come possiamo cambiare il modo in cui mangiamo oggi.

La nuova economia di scala del cibo

In maniera piuttosto provocativa, Steel cita Enry Ford per porre l'accento sul nuovo carattere industriale del settore alimentare. Come ogni altra industria manifatturiera, l'agro-business sta applicando un'economia di scala per incrementare la produttività e venire in contro alle crescenti necessità dei consumatori.

Nutrire una città è sempre stata una questione critica che ha determinato il modo in cui esse si sono sviluppate. Il moderno sistema agroalimentare si è concentrato prevalentemente sulla riduzione dei costi e la standardizzazione dei prodotti, piuttosto che sulla qualità della produzione.

L'intera catena di approvvigionamento alimentare dei beni che acquistiamo è guidata da principi di economia di scala. Il business del cibo sta accrescendo la scala di produzione e abbassando costi delle transazioni riducendo il numero dei fornitori. Questo processo sta avvenendo secondo principi di internazionalizzazione degli standard qualitativi, così da poter aumentare l'efficienza.

Il fenomeno contemporaneo ha visto muoversi l'industria del cibo in direzione di una concentrazione delle strutture tale da creare un divario inammissibile tra i grandi ed i piccoli marchi. Questo aumento di efficienza sta portando alla riduzione della diversità delle qualità prodotte in tutto il mondo, che di conseguenza sta avendo ripercussioni sulle nostre abitudini e diete.

Nella visione di Carolyn Steel il mondo viene paragonato ad un "global village", in cui mangiamo tutti lo stesso cibo, fornito dalle medesime compagnie, comprato negli stessi negozi, mettendo fortemente in crisi le leggi di mercato teorizzate da Smith. Stiamo assistendo ad una critica inversione del potere, passato dall'essere nelle mani di chi produce alle mani di chi lo distribuisce; ciò rappresenta un'inversione del tradizionale processo attraverso cui le città si sono sempre

alimentate nella storia.

Il più grande problema condiviso da tutti i piccoli fornitori, produttori e rivenditori è di appartenere ad una vecchia concezione del sistema alimentare. Ma sono queste le realtà che hanno accompagnato l'uomo nella sua evoluzione ad "animale urbano", e non possono essere sostituite in nessun modo da un monopolio assoluto. Al giorno d'oggi il mercato è controllato da grandi conglomerati, *corporations* che possiedono un ampio numero di prodotti e marchi della grande distribuzione. Queste grandi e potenti compagnie agiscono a monte e a valle della catena alimentare, con una prospettiva fortemente verticalizzata infrangendo le possibilità di evitarlo.

La città è ancora costruita attorno al cibo

Parallelamente ai cambiamenti dell'industria alimentare si è creato un interessante sviluppo di luoghi per l'approvvigionamento alimentare. È emblematico sapere che il numero dei negozi indipendenti nel Regno Unito abbia un rateo di chiusura di 2000 negozi annui. Stando ai dati se proseguisse così scomparirebbero entro la fine del 2050. La ragione che sta dietro ha tutto ciò ha un nome: supermercato. Introdotto all'inizio del 1970, in pochi anni è riuscito ad apportare profondi cambiamenti anche al paesaggio rurale. Ma questo riflette perfettamente la nostra società e il nostro nuovo stile di vita. L'avvento di questi nuovi spazi per l'approvvigionamento alimentare ha anche cambiato la percezione della città, ignorando il fattore della scala umana e causando una perdita di vitalità nelle strade dei centri urbani. Le città Europee hanno iniziato a svuotarsi diventando delle sorte di gusci vuoti, dove le persone non animano più le strade come in passato. Nonostante questi effetti, appare evidente il ruolo del cibo nell'influenzare i modelli urbani. I supermercati hanno rimpiazzato i mercati nel loro ruolo di centri nevralgici, attorno ai quali sviluppare le città.

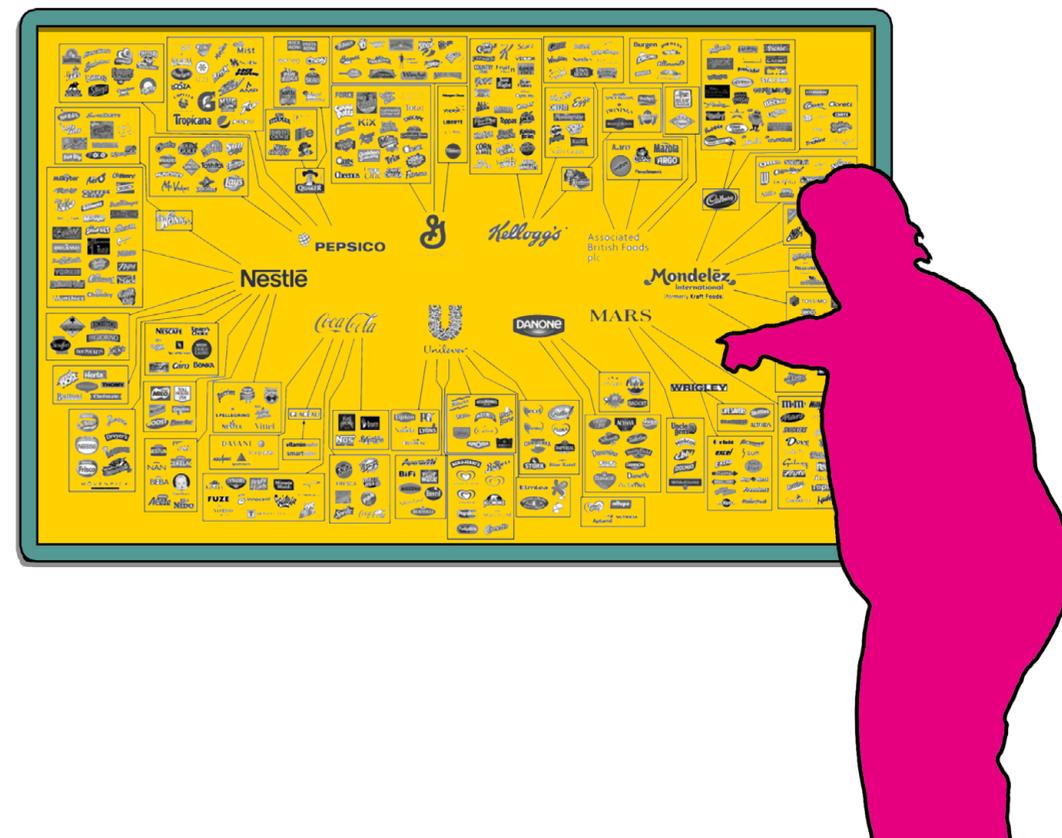
Approvvigionare le città

Ciò che facilita l'apprezzamento dei vantaggi legati a questa nuova industria del cibo, è la sua invisibilità. Ma è altrettanto difficile comprendere gli sforzi che sono necessari per nutrire le città contemporanee e tutti gli effetti negativi che questi sforzi hanno sulle nostre vite mentre il processo è apparentemente invisibile. Non è comune però visitare i luoghi dove la produzione è concentrata,

i cosiddetti food hubs, i quali vengono comparati attraverso una metafora da Steel, alle stazioni militari, dove nessuno è realmente il benvenuto.

Tuttavia, non è sempre stato così. Come già spiegato nei capitoli precedenti, prima che le ferrovie fossero inventate era più arduo il processo di distribuzione rispetto a quello di produzione. Dalle dimensioni compatte delle città pre-industriali era più chiaro quanto il cibo influenzasse la crescita delle città stesse. Un esempio emblematico risale all'epoca dei romani, quando il prezzo di trasporto del grano costituiva la metà del costo complessivo, in relazione al suo peso e alla sua massa. Questo rendeva indispensabile mantenere i campi coltivati più vicini possibile alle città. Frutta e verdura venivano, allo stesso modo, mantenute nei paraggi per poter trarre beneficio dagli scarti di produzione e di consumo e per minimizzare la distanza dai mercati.

In passato, l'approvvigionamento di cibo era un problema amministrativo, controllato nei palazzi del potere di Roma; il problema politico di come nutrire le città è sempre stato riconosciuto, tanti ai tempi dei romani quanto nel periodo medioevale e lo deve essere ancora nelle nostre città contemporanee.



2.2

Città e filiera agroalimentare

2.2.1

Città e produzione

L'agricoltura urbana rappresenta egregiamente quel fenomeno per cui alcuni attori della società civile iniziano a ricercare una produzione locale, autonoma e indipendente alla filiera convenzionale all'interno dei confini cittadini. Questa attività ovviamente non può, da sola, soddisfare la domanda di consumo alimentare presente in una città ma si fa portatrice di ideali che mirano a ristabilire un rapporto più stretto tra produzione agricola e consumo umano. Quello dell'agricoltura urbana è un ambito esteso e variegato, costellato di iniziative che faticano ad avere un seguito ideologico e funzionale duraturo nel tempo. L'agricoltura urbana ha sempre fatto parte della struttura territoriale urbana costituendo un'importante fonte di approvvigionamento; con la crescente diffusione dei sistemi agroalimentari industrializzati, la produzione del cibo si è sempre più allontanata fisicamente dalle città. Si possono identificare due tipologie principali di agricoltura urbana. Da un lato un'agricoltura produttiva di tipo commerciale che è rappresentata dalle aziende agroalimentari che praticano agricoltura o allevamento all'interno della città o nelle sue vicinanze e dall'altro, le forme di orticoltura urbana legata al consumo diretto e familiare o ai progetti di educazione alimentare, ambientale e di inclusione sociale. La prima tipologia si muove entro i confini delle porzioni di città non ancora urbanizzate o delle aree di frangia comprese tra i confini urbani e i territori peri-urbani; ma, visti tutti i problemi di inquinamento e di urbanizzazione, l'agricoltura urbana viene vista come un residuo di dinamiche territoriali del passato. Ma, dati derivanti da indagini recenti dimostrano come, a differenza di quanto sia comune pensare, la Superficie Agricola Utilizzata (SAU) occupi una porzione del tutto rilevante nei territori comunali, spesso maggiore rispetto alla superficie metropolitana. La seconda tipologia, ovvero la cosiddetta orticoltura urbana, si colloca spesso all'interno di aree dismesse o residuali, nei vuoti urbani, nelle zone di frangia dove si ha la compenetrazione tra elementi urbani e elementi rurali. La pratica di agricoltura urbana, pur essendo un fenomeno informale e scarsamente quantificabile, sta avendo particolare successo nelle città del centro-nord che sempre più considerano questa pratica un ottimo mezzo per favorire l'inclusione sociale, la coesione territoriale e l'apprendimento collettivo e individuale.



2.2.2

Città e distribuzione

L'attività di distribuzione può essere identificata in quell'insieme di realtà, economiche e logistiche, finalizzata al trasferimento di prodotti agro-alimentari dal produttore/trasformatore al consumatore. Strutturata di una serie di complesse e articolate funzioni che vanno dalla produzione alla trasformazione, dallo stoccaggio al trasporto, dal commercio al dettaglio al commercio all'ingrosso. Vi sono inoltre relazioni, di vario genere e natura, che coinvolgono molteplici soggetti economici; produttori e trasformatori, importatori e trasportatori, grossisti e commercianti. Essendo la fase forse più complessa e articolata, ha una grande influenza all'interno sia del tessuto urbano che rurale.

*"In generale, essa intercetta le **dinamiche urbane** in termini **spaziali** (poiché ha ricadute sul modo in cui lo spazio viene vissuto, progettato, consumato, banalizzato o valorizzato), **sociali** (perché attiene alle relazioni fra attori) e **ambientali** (perché ciascuna delle tipologie connesse genera impatti diversi in termini di inquinamento dell'aria, traffico e congestione, consumo di suolo, di energia, ecc.)"*⁶

Oggi giorno, i principali canali di distribuzione sono: la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), i negozi al dettaglio, gli storici mercati rionali e le Reti Alternative del Cibo che comprendono i mercati dei produttori, i gruppi di acquisto solidale e, più in generale, le forme di acquisto diretto senza intermediari economici (middle man).

Dagli anni '90 in poi, ci sono state importanti trasformazioni nel settore che hanno generato un decisivo allungamento della filiera, con il conseguente aumento degli intermediari, la diffusione della Grande Distribuzione Organizzata e il decadimento della vendita diretta al dettaglio.

Questo nuovo "sistema del cibo" ha generato da un lato, la drastica riduzione dei prezzi con conseguente aumento del potere d'acquisto da parte dei consumatori, diversificazione dell'offerta e dilatazione delle tempistiche di acquisto e dall'altro, un sempre maggior distanziamento fisico, culturale e sociale tra luoghi

di produzione e luoghi di consumo. Inoltre, l'allontanamento tra i consumatori e i produttori ha generato un progressivo annullamento delle interazioni sociali dirette, dei rapporti di fiducia e della diffusione di conoscenza comportando maggiore consumo di suolo e incrementando l'inquinamento ambientale.



⁶ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 95

2.2.3

Città e consumo

È la fase più complessa e difficile da analizzare dell'intera filiera; il consumo riveste un ruolo determinante in quanto fattore equilibrante dell'intero sistema agro-alimentare. Le scelte dei consumatori finali, seppur spesso condizionate da fattori esterni, hanno una ricaduta molto forte nel precario equilibrio tra domanda e offerta in ambito alimentare. Ed è proprio la scelta d'acquisto o di consumo che regola i giochi di forze all'interno del mercato. Scegliere in maniera critica che cosa consumare vuol dire fare una precisa scelta politica ogni volta che acquistiamo.

*"Il sistema si sforza di farci credere che il consumo è un fatto banale che riguarda solo noi, i nostri gusti, le nostre voglie, il nostro portafoglio, il nostro diritto a non essere imbrogliati. Un fatto privato da affrontare badando solo al prezzo e alla qualità. Ma non è così. Il **nostro consumo riguarda tutta l'umanità** perchè dietro ad questo nostro gesto quotidiano si nascondono **problemi di portata planetaria di natura sociale, politica e ambientale.**"⁷*

Apparentemente il consumo può sembrare un gesto che si esaurisce al momento dell'acquisto, ma non è così. È un processo ampio che inizia con la decisione di acquistare qualcosa, prosegue con la scelta del canale d'acquisto, con il tipo di prodotto scelto, con la modalità di consumo e con l'attenzione posta al trattamento dei rifiuti. A seconda di come la società affronta questi passaggi, il consumo può avere un impatto ambientale pesante o leggero e può svolgere un ruolo sociale tanto positivo quanto negativo. È per questo motivo che analizzare il consumo e cercare di indirizzarlo verso scelte più consapevoli e responsabili, vuol dire affrontare in maniera sistemica una serie di questioni dall'enorme impatto ambientale e umano.

La *Guida al consumo critico*, redatta dalla casa editrice Ponte delle Grazie, individua una serie di accorgimenti da seguire nei processi decisionali relativi all'acquisto:

⁷ Gesualdi F. - Centro Nuovo Modello di Sviluppo, *Guida al consumo critico*, Adriano Salani Editore, Bologna, 2011, p.1

- I. consumo sobrio
- II. consumo libero da scorie
- III. consumo corto e naturale
- IV. consumo equo
- V. consumo democratico

L'ambito privato però non è l'unico in cui le scelte di consumo hanno ricadute importanti a livello sociale, ambientale ed economico. Un'altra interessante e influente questione è legata al ruolo che i luoghi del consumo alimentare, e dell'intrattenimento, rivestono nei processi di trasformazione delle realtà urbane. Infatti, le attività economiche tendono a concentrarsi in alcune aree delle nostre città generando spazi, spesso sottratti allo spazio pubblico, nei quali si può accedere solo in funzione del consumo.

Spesso però questi processi di *gentrification*, risultano fortemente esclusivi nei confronti delle fasce di popolazione economicamente e socialmente più deboli. Ed è proprio questa fascia di popolazione, spesso caratterizzata da un minor livello di istruzione e da una matrice culturale meno strutturata, che contribuisce ad alimentare i processi più perversi e meno etici, dell'intero sistema agroalimentare.



2.2.4

Città e rifiuti

Come primo passaggio occorre definire le due tipologie di rifiuti che caratterizzano la filiera alimentare:

I. Food losses (perdita di cibo), ovvero gli sprechi che si verificano nelle fasi a monte della filiera, nei processi di raccolta, di produzione e di trasformazione;

II. Food waste (spreco di cibo), inteso come lo spreco che avviene a valle della filiera, prodotto dalla vendita e dal consumo/non consumo.

Per meglio comprendere la portata dello spreco alimentare basta dare uno sguardo ai dati. Ogni anno, secondo la FAO, un terzo del cibo prodotto su scala globale diventa rifiuto prima ancora di essere consumato (*food losses*), circa 1,3 miliardi di tonnellate. Invece, per quanto riguarda lo spreco alimentare (*food waste*) le cifre si aggirano attorno al 15% dei consumi alimentari annui, pari a circa 5 milioni di tonnellate di cibo.

Come ovvio il costo non è solo di carattere sociale ma anche ambientale ed economico; infatti, oltre allo spreco alimentare vengono sprecate le risorse usate per produrlo.

Si stima che i contesti urbani consumino tra il 70% e l'80% del cibo globalmente prodotto collocandosi, di conseguenza, al primo posto come fonte di rifiuti alimentari derivanti dal consumo (*food waste*).

Tra i vari attori, che in una città possono contribuire in maniera diretta o indiretta alla riduzione degli sprechi troviamo l'amministrazione cittadina, le scuole, i mercati di quartiere, le aziende della ristorazione collettiva, la società civile, i cittadini, la ristorazione e gli attori della distribuzione.

Le politiche e iniziative che possono essere intraprese sono molteplici e vanno dai progetti per l'educazione alimentare, alle attività che re-distribuiscono il cibo alle categorie più deboli della popolazione, dall'educazione verso stili di vita più sostenibili, ai programmi di potenziamento delle filiere corte.



2.3

I sistemi locali del cibo

2.3.1

Lo sviluppo "regionale" nel contesto europeo

Per introdurre il tema dei sistemi del cibo occorre dare uno sguardo alle politiche e le strategie di sviluppo adottate e formulate nel più ampio ambito dell'Unione Europea. Sono sorte negli ultimi, anni all'interno del dibattito Europeo, questioni di natura economico-strategica legate ai temi dello sviluppo locale, delle politiche territoriali e della rigenerazione urbana, in risposta alla plateale crisi del modello economico-produttivo fordista.

Queste riflessioni devono necessariamente vivere e confrontarsi in uno spazio di riferimento ampio e mutevole come quello Europeo, a livello culturale, istituzionale, sociale ed economico, ma le politiche europee non possono non influenzare quelle adottate a scala nazionale, regionale e locale.

"I diversi momenti, più che a dicotomizzarsi, tendono inevitabilmente ad influenzarsi reciprocamente. Ripartire dal territorio locale è stato in questi anni un indirizzo strategico assunto dalle politiche di sviluppo comunitarie e nazionali. Il territorio è stato visto non più come un supporto fisico e logistico per le forze produttive o come una semplice risorsa aggiuntiva per alimentare l'economia ma come un modo diverso di guardare agli stessi processi economici".⁸

Il declino della visione fordista ha portato le istituzioni sociali e pubbliche ad esplorare nuovi ambiti di sviluppo a muoversi in nuovi spazi di manovra, identificando nelle peculiarità territoriali gli elementi indispensabili per fronteggiare la crescente complessità sistemica indotta dalla globalizzazione.

Il territorio è in breve tempo diventato il centro delle teorie e politiche economiche e pubbliche di sostegno allo sviluppo. Rimane controversa l'opinione circa i risultati effettivi di queste logiche di sviluppo, promosse sul piano ideologico e fortemente sostenute nella narrazione contemporanea da parte della comunità europea.

⁸ Turpiano G., Di Salvo P., *Nuovi spunti di riflessione a margine del tema dello sviluppo locale*, <https://www.edlupt.eu/blog/nuovi-spunti-di-riflessione-a-margine-del-tema-dello-sviluppo-locale.html>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Frequentemente criticato, l'approccio "sviluppo locale", non è riuscito ad ottenere risultati soddisfacenti in termini di sviluppo economico, di valorizzazione territoriale e di incremento occupazionale e di benessere collettivo. Ai più critici si potrebbe far notare come questi risultati debbano essere valutati sulla base delle opportunità che i territori sono in grado di offrire, sulla base dei percorsi di apprendimento adottati e sull'acquisizione di capacità trasversali in grado di creare il cosiddetto "terreno fertile" per lo sviluppo pratico di ideologie puramente teoriche. Anche i più fedeli sostenitori dello sviluppo locale "dal basso", riconoscono che tale approccio presenta notevoli limiti in termini di impatti economici sulle economie di scala, e considerano positivamente gli avanzamenti conseguiti in termini di aumento delle competenze istituzionali e dell'acquisizione di consapevolezza da parte degli attori nell'operare per collettivamente e per la collettività, in un'ottica di potenziamento e valorizzazione del capitale sociale, culturale e ambientale.

Si è diffusa, grazie alla spinta esercitata dal contesto europeo, la capacità delle istituzioni e delle amministrazioni di lavorare in forme associate pubblico-private al fine di elaborare innovativi programmi, strumenti e risorse ai diversi livelli.

"Disconoscere gli avanzamenti realizzati sarebbe un errore. In qualche modo questi rappresentano il miglioramento delle condizioni di contesto senza le quali è impossibile fare germogliare il seme dello sviluppo, in particolar modo sul piano del locale, come ben dimostrano i fallimenti cui sono andati incontro modelli di sviluppo esogeni che non hanno trovato un radicamento per l'appunto sul piano del locale. Se lo sviluppo è un processo di apprendimento sociale, tale processo deve essere continuamente alimentato e sostenuto e costantemente rinvigorito".⁹

Solo con una visione lungimirante si potrà proporre un modello di sviluppo locale rafforzato dall'azione pubblica, in cui il localismo non rischi di cadere nel vuoto della complessità e difficoltà di applicazione delle politiche a scala globale. Le dinamiche intrinseche alla globalizzazione e all'internazionalizzazione delle conoscenze e competenze non possono rimanere fuori dai contesti locali e, anzi,

⁹ Turpiano G., Di Salvo P., *Nuovi spunti di riflessione a margine del tema dello sviluppo locale*, <https://www.edlupt.eu/blog/nuovi-spunti-di-riflessione-a-margine-del-tema-dello-sviluppo-locale.html>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

devono contribuire al rafforzamento dei processi partecipativi ed inclusivi, alla cooperazione territoriale e al coinvolgimento consapevole all'interno delle filiere lunghe. Questi obiettivi sono indispensabili per le filiere corte nell'ottica di recupero delle capacità competitive dei territori, dell'utilizzo di conoscenze prodotte da grandi aziende e delle innovazioni economiche e sociali. In quest'ottica, la Pubblica Amministrazione non può e non deve essere considerata come uno dei tanti attori all'interno del sistema; deve essere capace di guidare e indirizzare, istituirsi come organo strategico di coordinamento tra gli altri attori e quindi acquisire nuove competenze, riorganizzandosi e riformandosi.

Investire in un **modello di sviluppo locale**, significa investire in temi diversi che affrontano questioni di relazioni tra politiche pubbliche, politiche di investimento e politiche del territorio e che riguardano le aree interne, i distretti industriali, la competizione internazionale, le politiche per l'occupazione, le trasformazioni urbane e il contrasto al cambiamento climatico. La freschezza del tema della relazione tra politiche di sviluppo e territorio comporta molteplici criticità, soprattutto nella formulazione di modelli applicativi affidabili e capaci di garantire una corretta lettura del differente impatto che le politiche hanno all'interno dei territori in cui insistono. È quindi necessario guardare agli enti territoriali come a realtà in grado di partecipare attivamente nelle complesse e contraddittorie dinamiche dell'attuale contesto socio-economico e di scegliere percorsi di azione a carattere fortemente attuale e innovativo.

Si tratta di avere come obiettivo l'integrazione di tutti i fattori che influenzano lo sviluppo, partendo da quelli produttivi passando per quelli organizzativi, incrociando sistematicamente i fattori relativi alle risorse umane e ottimizzando l'utilizzo delle reti materiali e immateriali.

Tutto deve essere necessariamente applicato alla variabile territorio, tenendo conto che il nostro sistema economico è caratterizzato da una forte presenza di piccolo-medie imprese, in quasi tutti i settori.

2.3.2

Economie locali e sistemi del cibo

Nei discorsi emersi dagli ultimi anni di dibattito sul tema dell'agroalimentare è emerso che il ritorno ad un consumo maggiormente locale potrebbe rappresentare una valida soluzione per contrastare gli effetti negativi della globalizzazione dei moderni sistemi agroalimentari.

Accorciare le filiere e aumentare il consumo locale significa: benefici in termini di sostenibilità ambientale e sociale, riduzione degli impatti sull'ecosistema dei tradizionali mezzi di trasporto e dell'agro-industria, contributo ad una maggiore giustizia sociale ed economica legata ad un maggior coinvolgimento delle piccolo-medio aziende (nelle quali si evidenziano migliori condizioni economiche e sociali dei lavoratori); salvaguardia della diversità alimentare, biodiversità naturale e dell'identità culturale dei territori (attraverso la valorizzazione di prodotti storicamente radicati negli ambiti locali); riconnessione fisica e sociale tra produttori e consumatori, tra produzione alimentare e qualità sociale, ambientale ed economica.

Sono numerose le iniziative che, negli ultimi anni, hanno contribuito al sostegno delle filiere corte, nella consapevolezza che esse rappresentano un valido strumento per il miglioramento dei sistemi del cibo. L'incremento di valore della dimensione locale nel dibattito e nelle politiche dei sistemi alimentari, porta con sé una logica secondo la quale l'approccio allo sviluppo locale nelle politiche del territorio necessita di strategie fortemente radicate nelle specificità locali e sulle risorse intrinseche di un determinato territorio. All'interno di questo dibattito, sono emerse posizioni critiche circa la rigida dicotomia che sussiste tra dimensione locale e dimensione globale; è un errore di fondo, però, pensare che la scala locale sia necessariamente preferibile ad altre scale e dimensioni delle reti agroalimentari, spesso associando la dimensione territoriale al mezzo per il raggiungimento dei traguardi economici, etici, sociali e ambientali. Osservando più da vicino la questione si può notare che, anche all'interno dei sistemi produttivi di piccola scala, dinamiche di sfruttamento del lavoro, di inquinamento ambientale e di esclusione sociale possono verificarsi.

Analizzando gli elementi che caratterizzano i processi di globalizzazione economica, si può evidenziare la possibilità per un territorio, per un soggetto economico o sociale di intrecciare le proprie traiettorie di sviluppo a quelle di luoghi molto lontani, con un apparente distacco e disconnessione dai territori locali. Nei dibattiti circa la globalizzazione, i territori sono stati spesso presentati come

meri contenitori di fenomeni e come supporti passivi alle pratiche economiche sempre più frequentemente guidate da soggetti esterni ed estranei al contesto di riferimento. I meccanismi socio-economici di stampo fordista si sono posti alla base dell'internazionalizzazione economica fondata sull'operato della grandi imprese multinazionali, considerando i territori come contesti caratterizzati da risorse intrinseche e scarsamente specifiche (come per esempio la presenza di forza lavoro, di risorse e di materie prime) a disposizione di strategie sovralocali.

*“La **competizione mondiale** tra territori per entrare a far parte della mappa dell'economia globale sembrava basarsi quindi sulla capacità – derivante da caratteristiche in parte replicabili altrove con gli **opportuni investimenti** – ad adattarsi maggiormente alle esigenze di un'economia esogena, guidata da **forze esterne**”¹⁰*

Già agli inizi degli anni '70 ha cominciato a prendere piede un'attenzione diversa alla dimensione locale dello sviluppo; i territori iniziarono ad essere considerati come contesti attivi atti a favorire specifici processi di sviluppo. All'interno del dibattito italiano, l'idea di sviluppo locale emerge con una visione interpretativa e in una dimensione positiva; viene usata la grammatica locale per spiegare la realtà di alcune regioni italiane che, riconoscendo le specificità dei propri territori e dei propri attori, hanno saputo alimentare la propria economia in un sistema di reti orizzontali, di piccolo-medio imprese e di forti politiche a scala locale, con un approccio alle politiche di sviluppo molto diverso rispetto a quello del Nord Italia e del Mezzogiorno.

*“Alcuni anni più tardi il dinamismo e il successo economico dei distretti industriali italiani sono interpretati dall'economista Giacomo Becattini (1987) come fondati sulla capacità delle **reti locali di imprese** di creare vantaggi competitivi a partire dalla prossimità fisica e organizzativa, creando agglomerazioni locali di imprese in grado di **competere sui mercati globali** a partire da condizioni diverse da quelle dell'industria fordista”¹¹*

¹⁰ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 51-52

¹¹ *ibidem*

Negli anni successivi, a cavallo tra gli anni '90 e i 2000, alla nascita dell'idea di sviluppo locale e alle dinamiche di sviluppo di alcuni territori, si è affiancata una “rivoluzione” normativa che ha portato allo sviluppo di innovative politiche e strategie basate su questo approccio, delineando una sorta di nuovo paradigma.



Quali sono quindi le caratteristiche dello sviluppo Locale?

All'interno della varietà di interpretazioni dell'idea di sviluppo locale, si possono evidenziare alcuni tratti ricorrenti:

I. Il ruolo dei territori che devono essere visti come attori attivi all'interno dei processi di sviluppo che li riguarda. Inoltre, la visione che intende i territori come mere variabili dipendenti da processi che hanno la loro origine in altri luoghi viene rovesciata, nel tentativo di vedere i territori come componenti imprescindibili all'interno dei processi evolutivi e di cambiamento; l'intento di far emergere e valere l'autonomia dei sistemi locali nella loro relazione con i sistemi globali.

Quindi, l'autonomia locale può essere letta come la capacità di rapportarsi autonomamente con gli agenti esterni e di auto-organizzarsi, auto-regolarsi, controllando e rispondendo agli stimoli attraverso specifiche pratiche e politiche, sociali e culturali.

II. L'idea di territorio inteso come luogo, fisico, sociale e culturale in cui attori locali, individuali e collettivi, contribuiscono alla definizione stessa del territorio attraverso la proiezione di progetti e strategie fisicamente radicate. Le traiettorie dello sviluppo locale vengono infatti determinate dall'azione delle cosiddette reti locali di attori in cui i rapporti trascendono dalla sola prossimità fisica, declinandosi in una visione comune e traducendosi in relazioni cooperative in condivisione di progetti e di azioni.

III. Il ruolo degli attori locali che non sono solo istituzionali e che non possono vivere della sola tacita e sedimentata conoscenza locale, ma che devono necessariamente confrontarsi con saperi provenienti dall'esterno. Si può quindi affermare che saperi locali e saperi globali debbano collaborare e coesistere al fine di definire strategie di sviluppo che possano incidere su mercati importanti evitando il rischio di cadere nel folklore locale e di rimanere, per così dire,

confinati nelle fiere di paese. Alberto Magnaghi nel libro *Il principio territoriale*, definisce la “coscienza di luogo” come la consapevolezza del valore dei beni comuni di un territorio in quanto elementi indispensabili per la riproduzione della vita collettiva e individuale, biologica e culturale.

IV. Le politiche di sviluppo territoriale che devono effettuare una transizione da un approccio esogeno guidato dall'esterno (*top-down*) ad un approccio endogeno fondato su processi che partono dal basso (*bottom-up*), riconoscendo le specificità territoriali locali e concedendo la possibilità agli attori di auto-organizzarsi.



Quali sono gli strumenti e le politiche a disposizione?

Al di là delle disquisizioni teoriche e dei differenti concetti di sviluppo locale, l'approccio derivato da questa idea ha modificato radicalmente il modo di fare politica del territorio. Si è diffuso un nuovo paradigma che ha gettato le basi per le nuove politiche di sviluppo economico e sociale incentrate sull'attribuzione di un nuovo valore legato alle diversità spaziali e alla capacità delle realtà locali di organizzarsi autonomamente e di proporre visioni condivise del futuro.

A scala internazionale emerge, a partire dagli anni '80, l'idea di uno sviluppo che si articola in maniera differente a seconda delle specificità territoriali e culturali, attraverso strumenti attuati da soggetti come la Banca Mondiale, l'Ocse e la FAO.

In ambito Europeo, invece, l'approccio locale diventa prioritario nelle politiche di coesione territoriale con la finalità di ridurre il divario economico tra le regioni meno avanzate e quelle economicamente più stabili, attraverso l'attuazione di progetti basati sul decentramento territoriale e sull'attivazione delle reti di attori locali.

*“In Italia, gli approcci dello sviluppo locale si sono tradotti in politiche e strumenti di varia natura, che si inseriscono in un contesto più ampio di **evoluzione istituzionale** verso il decentramento amministrativo e l'attribuzione di un nuovo ruolo agli enti locali nella definizione delle politiche di sviluppo.”¹²*

Molti degli strumenti che sono emersi dalle politiche locali degli

¹² G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 57

ultimi decenni, appartengono all'ambito della programmazione negoziata e sono strettamente connessi alle politiche europee legate ai fondi strutturali. L'applicazione di questi strumenti sul territorio nazionale ha rivestito un ruolo chiave all'interno delle dinamiche che hanno animato i territori rurali e i sistemi agroalimentari comunitari.

2.3.3

Il tema del "locale" nel dibattito alimentare

A partire dalla metà degli anni '90, la rilocalizzazione dei sistemi produttivi alimentari e il superamento delle tendenze globali sono diventati veri e propri obiettivi a cui tendere. La scala locale è stata individuata come la più adatta per mettere in atto trasformazioni all'interno dei sistemi agroalimentari, nella consapevolezza di poter mitigare le esternalità negative dei sistemi convenzionali dominanti.

Al "cibo globalizzato" dei sistemi agroindustriali convenzionali si contrappone il "cibo locale", diventato vero e proprio simbolo di un differente modello di sviluppo e di qualità. Infatti, i *food movements*, hanno individuato nella rilocalizzazione delle filiere il punto chiave per la reazione alle forze economiche di grande scala, alienanti e distruttive per le economie locali.

Questa nuova tendenza e incalzante ideologia viene identificata nel famoso motto "*Think global, act local!*".

Le politiche agroalimentari comunitarie hanno individuato nel locale l'approccio più adatto per fronteggiare le problematiche relative allo sviluppo rurale e alle cosiddette aree marginali. Le principali argomentazioni a favore delle teorie di sviluppo locale e della rilocalizzazione delle filiere, riguardano la possibilità da parte delle economie e società locali di affermarsi in quanto attori attivi all'interno dei processi di produzione e distribuzione, senza subire passivamente le pressioni delle imprese e società globalizzate. Inoltre, si ritiene che queste pratiche possano contribuire alla diminuzione degli impatti sull'ecosistema, grazie all'accorciamento delle filiere e ad una maggior attenzione nei confronti delle risorse naturali locali; come vedremo in seguito però, non è detto che qualità dei prodotti e produzione locale coincidano sempre e comunque. Volendo fare un quadro delle caratteristiche intrinseche alle economie globali e alle economie locali in ambito agro-alimentare si può dire che ad "un'economia di mercato, fondata sui prezzi, sulle decisioni delle grandi imprese multinazionali, su produzioni estensive e flussi di materie di scala globale, si contrapporrebbe un'economia morale, fondata su piccole imprese, sulla condivisione della qualità, su relazioni di prossimità e sulla partecipazione attiva delle comunità".¹³

¹³ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l., Milano, 2018, p. 60



Quando il concetto di locale può diventare una trappola?

Secondo Born e Purcell, la trappola del locale sta nel credere che la dimensione locale abbia peculiarità intrinsecamente positive e che sia preferibile a priori ad altre scale grazie al conseguimento di obiettivi come la sostenibilità ambientale, la giustizia sociale, la democrazia, la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari.

*“Il fatto che un sistema alimentare sia giusto, sostenibile o sicuro non dipende dalle scale in cui esso si articola, ma da fattori come le **caratteristiche** e gli **obiettivi degli attori** che sono in grado di esercitare un potere nei sistemi di relazioni sociali connessi alla produzione e al consumo di cibo”¹⁴*

Il rischio è quello di confondere la scala di un sistema o di una politica con gli obiettivi che si vogliono raggiungere, attuando strategie che possono rivelarsi inefficaci e di oscurare a priori scale produttive che potrebbero essere preferibili.

Quindi, locale e sostenibile non possono essere considerati come sinonimi, ma la localizzazione della produzione e del consumo può essere considerata come una delle caratteristiche di cui tener conto nelle riflessioni circa la sostenibilità dei sistemi agro-alimentari.

Considerando la dimensione sociale ed economica, non si può preferire a priori un sistema di produzione locale rispetto ad uno sovralocale, in quanto il locale può generare le medesime forme di ingiustizia sociale che si manifestano frequentemente nelle reti dell'industria alimentare globalizzata.

Infine il tema della qualità, diventato oggetto centrale nel dibattito sul cibo degli ultimi anni, evidenzia la complessità delle relazioni che sussistono tra le scale dei sistemi agroalimentari e la qualità dei prodotti. Molto spesso si tende a percepire i prodotti locali come intrinsecamente e qualitativamente migliori di altri, grazie alla ricorrenza di temi come la freschezza e la stagionalità e l'incorporazione, nei prodotti stessi, di valori identitari, territoriali e paesaggistici. Questi valori identitari sono alla base delle certificazioni di origine geografica che, accompagnando i prodotti locali verso

¹⁴ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l, Milano, 2018, p. 62

territori anche molto lontani, sostengono le filiere produttive attraverso consumi sovralocali, come accade per i prodotti del commercio equo e solidale. Dunque, il ruolo del locale all'interno del dibattito, può costituire il punto di partenza per la formulazione di modelli economici, politici e sociali orientati verso una maggiore equità, qualità e sostenibilità.

In ambito istituzionale, la rilocalizzazione parziale delle filiere è presto diventato uno tra gli obiettivi principali delle politiche territoriali e delle politiche urbane del cibo.

Cosa vuol dire, in un'ottica di rilocalizzazione, regionalizzare il sistema del cibo?



Secondo Moya Kneafsey autrice del libro *"Re-regionalizing the food system?"*, ci sono due modi possibili di intendere la questione della regionalizzazione dei sistemi alimentari:

I. Attraverso la costituzione di reti regionali del cibo (regional food networks), ovvero situazioni in cui uno o più attività della filiera vengono attivate nella regione di riferimento, grazie a stimoli provenienti da politiche istituzionali o dall'auto-organizzazione di attori locali. In questo caso, non tutta la produzione agro-alimentare regionale viene consumata localmente;

II. Mediante l'attribuzione di provenienza geografica a prodotti specifici, che li identifica come prodotti regionali (regional food) e che può accompagnarli anche al di fuori delle reti locali, attraverso i marchi e le certificazioni di origine geografica.

*“Entrambe queste visioni della regionalizzazione dei sistemi del cibo lasciano spazio per riflessioni relative a una questione di fondamentale importanza relativamente alle scale alle quali può avere più senso immaginare, progettare e governare le **politiche** e le **pratiche** legate alla produzione, alla distribuzione e al consumo di cibo”¹⁵*

L'obiettivo è dunque immaginare sistemi del cibo articolati secondo rapporti, caratterizzati da un alto grado di complessità, tra produzione

¹⁵ G. Pettenati, A. Toldo, *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l, Milano, 2018, p. 65

agricola locale, filiere di trasformazione e pratiche di consumo, in netta contrapposizione al modello agro-industriale globalizzato contemporaneo.



Questa idea si traduce in politiche che devono mettere in relazione e far dialogare i produttori locali, i sistemi distributivi e logistici e le differenti modalità di consumo. Si fonda su di un pensiero che considera gli abitanti di un territorio come attori che agiscono a partire da una radicata conoscenza delle risorse e da una espressa volontà di preservarle.

2.3.4

Riequilibrare il rapporto tra campagna e città

Nonostante l'apparente benessere dell'Occidente, negli ultimi vent'anni è emersa una seria problematica relativa alle crescenti disuguaglianze territoriali. Le fasce di popolazione maggiormente colpite dall'inasprimento delle divergenze territoriali, sono concentrate, da un punto di vista strettamente territoriale, nelle periferie delle grandi città, nelle piccole città di provincia e nelle vaste aree rurali di ogni paese, contestualmente all'aggravamento del degrado sociale e ambientale.

"Come palesato dall'economista Joan Rosès, professore presso la London School of Economics, - immaginatevi un mondo con poche e piccolissime isole di prosperità, immerse in un mare di povertà e stagnazione. Ci stiamo dirigendo lì." ¹⁶

Sono proprio queste le faglie territoriali che stanno progressivamente emergendo nel dibattito pubblico; l'Italia è proprio tra da stati maggiormente afflitti da questo progressivo fenomeno di impoverimento diffuso. Non si può più, infatti, parlare di un Nord ricco e di un Sud povero in quanto molto spesso i piccoli comuni più disagiati si trovano proprio vicini alle città più ricche. Il futuro delle grandi città sarà strettamente legato e forse dipenderà anche da come si sapranno gestire le politiche delle cosiddette "aree interne" che da sole occupano più del 60% dell'intero territorio nazionale ospitando un quarto della popolazione.

Il presente dato rende chiaro quale sia la porzione di paese coinvolta nel processo di spopolazione, intesa come una migrazione dalle piccole realtà interne verso le città di medio-grande dimensione. La sfida che la questione urbano-rurale pone di fronte ad ogni paese, è caratterizzata da conseguenze di tipo ambientale e paesaggistico, da progressivo svuotamento demografico e dall'accentuarsi delle disuguaglianze tra aree urbane e aree periferiche o ultra-periferiche. Ciò che emerge in quasi tutti i paesi che soffrono del nostro medesimo problema, è la necessità di adottare un approccio politico *place-based*, che garantisca la libertà di partire o restare fornendo l'accesso a tutti dei servizi essenziali di qualità e la possibilità di innovare, provando a colmare i divari che si sono accentuati negli ultimi 20 anni.

Il paradosso italiano vede, da un lato, uno straordinario vantaggio di biodiversità e di caratterizzazione culturale che notoriamente riscuote l'interesse di tutto il mondo; dall'altro emergono tutti i segni

16 D. Marino, G. Mazzocchi, *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper, 2019, p.16*

della crisi che vedono il progressivo spopolamento e invecchiamento della popolazione, la diminuzione delle nuove generazioni avvezze alla lavorazione della terra, la scarsa manutenzione del suolo, dei corsi d'acqua, delle foreste e delle infrastrutture oltre che il peggioramento dei servizi, sia pubblici che privati.

Inoltre, abbiamo assistito ad una progressiva scomparsa del tema del cibo dalle questioni urbane, causata dall'impoverimento del dualismo campagna-città e dalla globalizzazione e deterritorializzazione del sistema agro-alimentare, nonostante le città siano state caratterizzate da sempre attraverso il loro rapporto spaziale e funzionale con l'agricoltura delle aree circostanti, gli ultimi decenni hanno visto dominare la prima realtà a svantaggio della seconda.

"In Europa, le questioni prioritarie riguardanti i collegamenti urbano-rurali prendono forma nel contesto della pianificazione territoriale, principalmente in relazione all'integrazione di diversi settori (come l'alloggio, i trasporti, l'energia e l'industria), la coesione territoriale, l'urbanistica, lo sviluppo rurale e la sostenibilità ambientale. In questo contesto, ci interessa osservare in che modo le strategie agricole contenute nelle politiche alimentari possono contribuire a riequilibrare un rapporto che ha una ricaduta su molteplici aspetti, quali ad esempio la redditività degli agricoltori, la loro capacità di mantenere la loro attività e svolgere quel ruolo di presidio del territorio che oggi è sempre più necessario di fronte ai rischi ambientali dovuti all'abbandono delle aree agricole, le infrastrutture materiali e immateriali che connettono l'ambito urbano e quello rurale, la modalità di accesso a mercati urbani, il turismo rurale, la valorizzazione dei prodotti locali".¹⁷

Ma l'evolversi della questione sta accrescendo il dibattito circa le scelte alimentari delle popolazioni, l'accesso al cibo e alla salute pubblica e, parallelamente, sta aumentando la domanda di processi e prodotti che connettano maggiormente i produttori ai consumatori alla ricerca di un equo bilanciamento tra filiere convenzionali e filiere corte.

Ed è proprio in questo clima che i prodotti e le logiche delle filiere convenzionali subiscono forti critiche e pressioni dalla comunità

¹⁷ D. Marino, G. Mazzocchi, *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper*, 2019, p.20

scientifica per gli impatti che hanno a livello ambientale, sociale ed economico, e dal mondo dei consumatori, sempre più attenti all'origine e all'eticità dei prodotti di consumo.

Queste critiche si inseriscono nel contesto attuale, in cui le relazioni sociali ed economiche tra campagna e città appaiono sempre più labili e incerte, in cui il riaccorciamento delle filiere e la predilezione per le produzioni locali sono due temi che stanno popolando i dibattiti circa le molte politiche della pianificazione urbana, con la consapevolezza che potrebbero contribuire alla creazione di posti di lavoro e rigenerare le economie locali attraverso nuovi approcci strategici.

Ma cosa si intende per filiere corte e come queste potrebbero aiutare a riaccendere le interrelazioni tra aree urbane e rurali?



definizione di *filiera corta*:

"Filiera produttiva caratterizzata da un numero limitato di passaggi produttivi e di intermediazioni commerciali, tale da facilitare o determinare il contatto diretto fra il produttore e il consumatore, con conseguente riduzione dei costi al consumo dei prodotti, dei quali inoltre sarebbe più direttamente verificabile la genuinità".¹⁸

Si intende quindi una filiera che sia alternativa a quelle tradizionali, in cui non vi sia la preponderante presenza della grande distribuzione organizzata (GDO). Ed è proprio nelle filiere tradizionali che l'attenzione si concentra su aspetti come la massima produttività, la standardizzazione e la logistica industriale in contrapposizione con le filiere corte che sono orientate verso un rapporto diretto tra produttore e consumatore, verso un'ottica di tracciabilità e naturalità delle produzioni agroalimentari grazie all'assenza di intermediari.

"Oggi le filiere corte sono considerate come uno degli strumenti principali di riequilibrio delle relazioni fra città e campagna e tasselli fondamentali di una governance integrata dei sistemi alimentari".¹⁹

È chiaro che per riallacciare i rapporti urbano-rurali non sia sufficiente affidarsi esclusivamente alle filiere corte, nel breve periodo; tre sono i fattori principali che influenzano la diffusione di pratiche di

¹⁸ "filiera corta" - Treccani, definizione, web [06/05/2021]

¹⁹ D. Marino, G. Mazzocchi, *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper*, 2019, p.21-22

produzione e commercializzazione a scala ridotta.

I. la produzione agricola locale non può soddisfare la diversificazione della domanda dei giorni nostri;

II. le filiere corte necessitano di adeguate infrastrutture, sia materiali che immateriali, e di investimenti. Se si pensa alla vendita diretta si evidenzia la necessità di riorganizzare i fattori della produzione e della distribuzione;

III. l'evoluzione della domanda da parte dei consumatori;

Ma la promozione delle filiere alternative a quelle tradizionali rappresenta solo una delle molte strategie attuabili all'interno delle politiche alimentari. Tutte le azioni innovative nell'ambito della politica alimentare si fondano sull'idea che non sia possibile immaginare una corretta pianificazione alimentare in assenza di una contemporanea pianificazione di tipo agricolo e territoriale.

*"La **vitalità agricola** di un territorio, la creazione di circuiti economici basati sulla produzione e il consumo di cibo locale e finalizzati a generare **mercati sostenibili**, sostenere la micro-imprenditorialità, salvaguardare e valorizzare i caratteri distintivi dei paesaggi agrari, sono fattori fondamentali affinché filiere corte, GreenPublicProcurement e le altre azioni abbiano un bacino di approvvigionamento agricolo sufficientemente capace di rispondere a queste sollecitazioni di **policy**, che altrimenti non avrebbero il tessuto agricolo ed economico sulla quale sostenersi".²⁰*



Come si può, quindi, riconnettere il tema del cibo al tema della pianificazione agricola e territoriale in modo da promuovere il processo di transizione verso sistemi alimentari più sostenibili?

Partiamo dai dati più rappresentativi che indicano come più del 40% di tutti i terreni irrigati e coltivati si trovino entro i primi 20km dai confini urbani; ciò significa che un'ampia fetta di tutta la produzione agricola è situata nelle aree periurbane e rurali limitrofe alle città. Città che, da poco tempo, stanno comprendendo quale sia l'importanza della preservazione e protezione delle suddette aree nell'ambito della pianificazione e della produzione alimentare localizzata.

²⁰ *ibidem*

La **New Urban Agenda** ha riconosciuto la stretta relazione tra processi di urbanizzazione e la pianificazione strategica delle aree periurbane e rurali, sia dal punto di vista spaziale che dal punto di vista funzionale; sostiene inoltre la necessità di un rafforzamento del coordinamento fra le politiche agricole e i sistemi alimentari con una visione olistica e inclusiva.



L'idea che sta alla base di un approccio di questo tipo è che se le politiche sono articolate sulla scala città-regione si ottiene un riconoscimento delle specificità agro-ecologiche che consente di affrontare trasversalmente questioni di carattere urbano, agricolo e ambientale, declinate in termini di sicurezza e salubrità alimentare, di maggiori opportunità per gli agricoltori locali e di migliore gestione dei rischi eco-sistemici.

Architettura e cibo. Evoluzione di un binomio indissolubile

3.1 Storia dei mercati

I principali mercati italiani ed esteri tra 1800 e 1900

I mercati nelle moderne città europee

3.2 Le tipologie di mercato coperto

Caratteristiche e tipologie di mercati coperti

3.3 Casi studio

Mercati coperti contemporanei

Le origini del **mercato possono** essere ricondotte ad un momento storico preciso, ovvero quando i coltivatori hanno iniziato ad avere **surplus produttivi** che dovevano stoccare e poi vendere. In questo contesto, i mercati sono diventati il **luogo di scambio** dove i produttori potevano vendere i propri beni alle persone che ne avevano bisogno. Storicamente, ha sempre avuto una doppia anima: quella funzionale di sede del commercio al dettaglio e quella sociale di luogo di **aggregazione** per gli abitanti del posto. Solo in età moderna si è aggiunta una terza anima, quella di **esercizio architettonico e urbanistico** che ha interessato i grandi architetti internazionali.

Nel capitolo, si intende delineare le tappe storiche che hanno portato al consolidamento della **tipologia architettonica** del mercato coperto, ma non solo. L'influenza che i luoghi del mercato hanno avuto sulla nascita e poi trasformazione dell **città**. I fattori che hanno guidato i processi di **modernizzazione** degli scambi commerciali. La differenziazione dei luoghi del commercio a seconda della cultura e del territorio di riferimento.

Il mercato, nella sua accezione più ampia, è il luogo in cui si verifica l'attività commerciale per lo scambio di prodotti, prevalentemente alimentari: esso ha da sempre caratterizzato porzioni di città, spesso senza una vera e propria identità edilizia, a differenza di altre funzioni che si rivelano in modo inequivocabile all'interno del tessuto urbano come per scuole, biblioteche, ospedali, teatri e stazioni.

L'attività commerciale ha, nella storia, sempre svolto un duplice ruolo: razionalizzare i rapporti economici regolando i rapporti tra venditori e acquirenti e agevolare l'incontro e le relazioni sociali. Il luogo urbano, sede del mercato, si è profondamente trasformato nel corso della storia e la struttura edilizia spesso non ha trovato una vera e propria identificazione funzionale. Sorge spontaneo, dunque, il confronto tra lo storico mercato e il moderno ipermercato che, nonostante alcune differenze organizzative ed edilizie, sono i luoghi in cui ancora oggi si svolge la tradizionale attività di vendita al dettaglio.

Esistono tra i due sostanziali differenze individuabili attraverso le comuni definizioni linguistiche:

Mercato [lat. Mercatus, «far commercio, trafficare»]. *“In senso concr., il luogo, per lo più all'aperto, dove avvengono le contrattazioni per la vendita e l'acquisto di determinati prodotti e dove normalmente s'incontrano, tutti i giorni o in giornate stabilite, compratori, venditori e intermediari per effettuare transazioni commerciali relative a merci varie o anche a una sola merce”*.¹

Ipermercato [comp. di iper- e mercato]. *“Grande complesso di vendita al minuto, a libero servizio (self-service), di prodotti alimentari e di articoli di largo consumo, situato di solito in zone suburbane con un'area di vendita non inferiore a mq 2500, e dotato di ampio parcheggio a disposizione della clientela”*.²

Inoltre, l'ipermercato può essere definito come il luogo in cui si svolgono le attività giornaliere di commercio in presenza di altri servizi eterogenei a disposizione del pubblico.

1 "mercato" - Treccani, definizione, web [06/08/2021]

2 "ipermercato" - Treccani, definizione, web [06/08/2021]

Il mercato, inteso nella sua accezione edilizia, è rimasto nel tempo quasi inalterato, sia per le modalità di vendita che per il suo impianto morfologico; l'ipermercato invece, di più recente costituzione, pur rispecchiando le nuove forme di vendita, si presenta con soluzioni edilizie e morfologiche molto eterogenee.

MERCATO



IPERMERCATO



3.1

Storia dei mercati

Le origini del mercato possono essere ricondotte ad un momento storico preciso, ovvero quando i coltivatori hanno iniziato ad avere *surplus* produttivi che dovevano stoccare e poi vendere. In questo contesto, i mercati sono diventati il luogo di scambio dove i produttori potevano vendere i propri beni alle persone che ne avevano bisogno. Con l'evoluzione dei consumi e con la formazione di organizzazioni sociali più complesse, emersero nuove figure professionali. I venditori, o mercanti, divennero gli intermediari e i gestori delle transazioni economiche tra i produttori e i consumatori. Con il tempo lo spazio del mercato ha acquisito anche un ruolo politico, diventando un potenziale strumento di controllo e influenza nelle decisioni riguardo i prezzi e la razionalizzazione del cibo.

Quando le prime società sorsero, i mercati esistevano già e fungevano da luogo di scambio di beni e di soddisfacimento dei bisogni quotidiani. Erano spazi caratterizzati da facilità di accesso, centralità e vicinanza alle abitazioni. Agli albori delle prime società erano situati in grotte, in edifici di legno grezzo o pietra o all'aperto coperti da tettoie.

I mercati, così come i negozi e le botteghe, appartengono alla tradizione di tutte le civiltà e di tutti i periodi storici esistiti da sempre per rispondere alla esigenze di pubblica alimentazione e di scambio commerciale. Indipendentemente dalla scala architettonica, sono da sempre stati organismi di grande influenza urbanistica per i rapporti che si instaurano con gli assi viari, con la pubblica sicurezza e con il tessuto urbano.

Partendo dalle civiltà orientali, si possono citare gli **assiro-babilonesi** i quali erano dotati di mercati, sempre collocati alle porte delle città, senza alcun elemento architettonico stabile, organizzato come una fiera in cui si vedeva già la suddivisione organizzativa secondo le categorie di prodotti.

In **Grecia**, il mercato di fondeva con la piazza che era il centro della vita pubblica e il punto di incontro dei pochi assi viari di collegamento dei villaggi. La più celebre delle piazze dell'antica Grecia, meglio definite come agorà, è quella di Atene che sorgeva su in piano lievemente inclinato ed era di forma irregolare. L'agorà era formata da un circondario di edifici che ospitavano attività fisse e da uno spazio libero che giornalmente veniva occupato da venditori ambulanti che, come per le più antiche civiltà orientali, vedeva la

divisione in categorie di prodotti o meglio di settori mercantili che prendevano il nome dai beni venduti.

“Nella folla variopinta e indaffarata, vociante, formicolante, irrequieta e trafficante, che, al mattino, pare raggiungesse le ventimila persone, vigilavano i magistrati addetti al controllo dei pesi e delle misure, e quelli incaricati di verificare la qualità delle merci.”³

Con il passare del tempo si consolida la tipologia della *piazza-mercato* che si estende a quasi tutte le città dell'antica Grecia, assumendo una precisa definizione architettonica declinata nell'agorà arcaica e ionica. Ambedue di forma rettangolare e delimitate da edifici caratterizzati da portici, nel primo caso si aveva l'interruzione della continuità data dall'innesto dei varchi stradali mentre nel secondo caso, non erano presenti. Comune a tutti i mercati greci era la differenziazione spaziale tra beni alimentari e beni generici che non venivano solo esposti e venduti nella piazza principale, ma anche lungo i lati delle vie con una serie di botteghe situate sotto i portici e ciascuna illuminata da una piccola finestra.

Così, anche nella successiva **società Romana**, il *Forum* diventa il centro della vita pubblica e inizialmente non si differenzia particolarmente dall'agorà greca. Con il crescere della fortuna e con la trasformazione del Foro da centro dell'*urbe* a centro dell'impero, si assiste ad una graduale eliminazione delle botteghe che vengono così raggruppate per genere in vari luoghi dell'*urbe*, trasformandosi in mercati specializzati nella vendita di determinate categorie di beni. Nascono così differenti *Forum*, che vanno dal *forum vinarium* al *piscarium*, dal *forum olitorium* al *suarium*.

Bisognerà però aspettare il II secolo per assistere alla nascita di un mercato architettonicamente e funzionalmente definito; proprio nel **179 a.C** si attesta la prima costruzione, sulle ceneri del *forum piscarium*, di un edificio destinato ad accogliere tutti i mercati cittadini, il **macellum**.

I più antichi mercati si possono ricondurre ad un'unica tipologia edilizia: un quadriportico di forma rettangolare con le *tabernae* e uno spazio scoperto centrale che ospita al centro un altare sacrificale.

³ Previtero M., http://win.costruzioni.net/articoli/mercati/mercato_storia.html, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

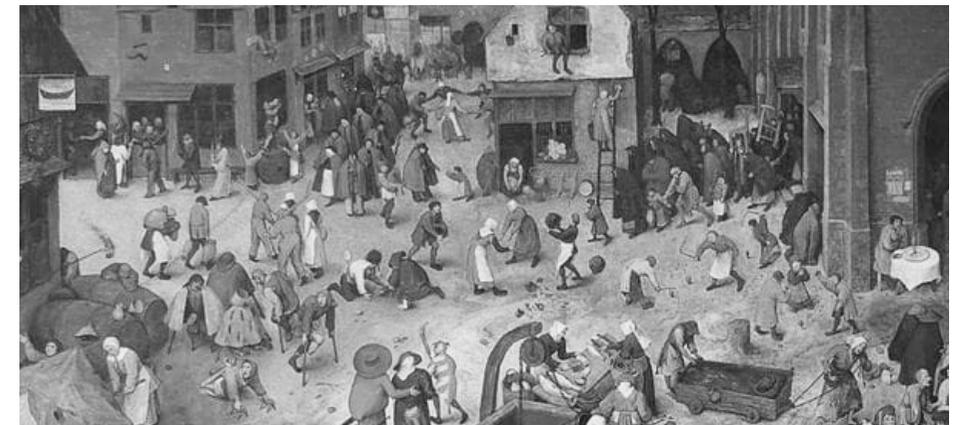
In **Cina**, come in molti altri luoghi, il mercato non presentava particolari caratteri edilizi ma piuttosto si componeva di grandi spazi popolati da provvisorie e modeste bancarelle o da banchi ambulanti. Ma storicamente, in Cina, si è conservata fino alla fine dell'800 un'organizzazione cooperativa che vedeva la specializzazione dei quartieri nella vendita di determinati generi alimentari, che da noi si sviluppa durante il periodo del Medioevo.



Per quanto riguarda il **mondo islamico** si può citare l'immortale *bazar*, tipologia commerciale sopravvissuta fino ai giorni nostri e, con buone probabilità, di origine persiana. Il *bazar* orientale si configura come un grande mercato che raggruppa per tipologia, negozi e laboratori artigianali. Rimane inoltre chiara la suddivisione in sottosectori che, coperti con tende, cannicci, strutture lignee o volte in muratura, riuniscono le botteghe dei vari artigiani ad esclusione delle botteghe alimentari che erano distribuite senza apparente logica, nei vari punti del *bazar*.



All'inizio del **Medioevo**, il mercato si trovava nei vecchi fori per poi evolversi e portare le botteghe sparse in tutta la città. In questo periodo storico, i mercati si tenevano sempre all'aperto, non vi era uno spazio chiuso, non c'era cura per la pulizia, per il decoro e neanche attenzione alla comodità.



Durante le **Repubbliche rinascimentali**, la piazza centrale con portici del palazzo municipale diventano il fulcro della vita commerciale, circondati dall'edificio religioso e dalla sede del Governo. Nei Comuni italiani i Principi erano soliti gareggiare tra loro nella costruzione di eleganti mercati coperti. Si può, tra i tanti, citare il Mercato Vecchio di Firenze, progettato da Vasari per conto di Cosimo, costituito da un portico destinato al commercio di prodotti ittici.



Molti dei mercati dell'epoca consistevano in portici che fiancheggiavano le vie e le piazze delle principali città dell'epoca. Con il passare del tempo, i mercati iniziarono ad essere costruiti in luoghi differenti a seconda delle necessità del momento; si iniziarono a coprire le piazze adibite a mercato pubblico, prima in Inghilterra, Germania, Olanda e Francia e poi anche in Italia. Inizialmente coperte le porzioni di mercato dedicate alla vendita di carne e pesce, si finì per apprezzare il provvedimento e coprire tutti i generi alimentari. All'inizio del XIX secolo ci fu la spinta economica e culturale che portò alla diffusione sempre maggiore della tipologia 'mercato coperto'.



Alcuni furono i fattori che influenzarono tale processo: in primo luogo lo sviluppo industriale, poi la proclamazione della libertà di commercio, proseguendo con la nascita dei mezzi di trasporto a vapore, del telegrafo, dell'illuminazione e dell'avvento di sistemi politici liberali. Bisogna poi ricordare alcune grandi strutture commerciali del tardo Medioevo, come i Palazzi della Ragione di città italiane come Padova e Bergamo. Questi hanno sotterranei a volta, popolati da negozi nel primo caso e bancarelle occasionali nel secondo, ed entrambi si affacciano su piazze con mercati regolari. Questi edifici, il cui nome significa "palazzo della ragione", erano luoghi polivalenti, con camere di consiglio e tribunali che occupavano i piani superiori. In quanto tali, sono una sorta di metafora costruita per l'argomento secondo cui la razionalità moderna nasce da basi commerciali. Altri mercati di provincia del tardo medioevo, di cui pochi il primo paese, in epoca moderna, a fare progressi in materia di mercati coperti fu la Francia; seguirono poi i paesi del Nord e in seguito anche l'Italia.

3.1.1

I principali mercati coperti italiani ed esteri tra 1800 e 1900

Tra i vari mercati coperti francesi dell'800 si annoverano: il mercato della Maddalena, il mercato di San Gervasio e quello di San Martino. Ma sarà solo per volere di Napoleone che nel 1810 venne progettato l'edificio monumentale delle *Halles Centrales*, originariamente concepito in pietra fu però costruito in ferro, ghisa e vetro. Organizzato in 12 padiglioni ciascuno dei quali dedicato alla vendita di una determinata categoria di prodotti, venne edificato nel 1854, e si configurò come il più importante mercato coperto d'Europa.

Caratteristica distintiva di ogni mercato coperto costruito in Francia in quegli anni, erano le coperture; a quattro spioventi, realizzate in ferro zincato e vetro con armatura formata da travi reticolate e mensole ad arco.

In Italia i primi mercati coperti sorsero a cavallo tra '800 e '900 e videro l'aggiornamento dei sistemi di approvvigionamento del cibo e dei sistemi costruttivi, frutto della sperimentazione tecnica e tecnologica degli ingegneri dell'epoca. La tipologia prevalente si componeva di un susseguirsi di portici, al di sotto dei quali si trovavano le botteghe provviste di ampi magazzini e progettate in modo da permettere ingresso della luce e circolazione dell'aria. I sotterranei delle botteghe venivano utilizzati per il deposito delle derrate alimentari più facilmente deperibili.

Oltre alle Halles di Parigi, troviamo esempi analoghi per tipologia costruttiva e concezione strutturale in Germania, con il mercato centrale di Berlino di Blankenstein e Lindemann, nel Regno Unito, con il mercato centrale di Londra e in Italia, con il mercato di Firenze di Mengoni e quello a Livorno, di Badaloni.

Verso la fine dell' 1800 e l'inizio del 1900 le strutture in cemento armato andarono via via sostituendo quelle in ferro.

I pionieri del calcestruzzo hanno adottato una varietà di nuovi approcci al nuovo materiale. Un primissimo esempio (1909) si trova a Wroclaw, un centro di innovazione architettonica all'inizio del secolo quando la città si chiamava Breslavia. Nascosti dietro una facciata storicista di incerta derivazione, gli archi parabolici del mercato formano un'imponente navata di cemento. Ci sarebbero state altre escursioni storiciste prima che arrivasse l'età d'oro del cemento, tra cui l'affascinante romanico in cemento di Stoccarda e la bizzarra nave da guerra neoclassica del mercato della Ribera a Bilbao. Poi, a partire dalla fine degli anni '20, ci fu un'esplosione di nuove forme: les Halles du Boulingrin a Reims di Émile Maigrot e dell'ingegnere Eugène Freyssinet ha una fantastica volta parabolica di soli 70 mm di spessore, mentre a Bologna, il vecchio Mercato Ortofrutticolo ha un

tetto tipicamente virtuosistico di Pier Luigi Nervi. Queste innovazioni si diffusero presto, depositando la prole nel grande capannone di un mercato di Trieste con il suo angolo a spirale quasi costruttivista, lo straordinario mercato del pollame a cupola di Smithfield e il tetto sporgente del mercato di Zhitny, Kiev. Il più sorprendente di tutti è il mercato coperto di Royan, completato nel 1955 su progetto di Louis Simon, André Morisseau e dell'ingegnere René Sarger. Segna il culmine di un percorso cerimoniale che si estende fino alla spiaggia, un tempio del cibo a forma di conchiglia.



3.1.2

L'evoluzione dei mercati nelle moderne città europee

Il mercato è da sempre stato uno degli elementi centrali delle città, dai tempi antichi fino al giorno d'oggi. Donatella Calaibi, nel suo libro *"Il mercato e la città: piazze, strade, architetture in Europa nell'età moderna"*, descrive attentamente il ruolo del mercato nelle città dell'epoca moderna.

Durante i regni del passato, i centri del commercio erano numerosi e variegati e la qualità di una città veniva definita dalla presenza e dalla dimensione di questi luoghi. Parlare di mercati vuol dire anche studiare la morfologia dei luoghi dediti alle attività commerciali e come essi possono determinare cambiamenti distributivi nell'ambiente urbano, ridisegnando gli edifici e gli spazi pubblici.

Il mercato può essere descritto come un luogo caratterizzato dall'alternanza di spazi pieni e spazi vuoti, dal traffico ininterrotto di persone e di merci. La natura dei mercati è ciò che li distingue da altri luoghi connessi alle attività di scambio e incontro, come per esempio i porti. Le attività commerciali e l'estensione dei mercati ha determinato importanti ristrutturazioni in molte città Europee per questioni funzionali e formali. Lo spazio necessario ad ospitare tutte le funzioni annesse, ha avuto un ruolo cruciale nella riforma dei sistemi stradali di queste città. Spesso sono stati definiti come limiti, barriere, facendo sorgere così la questione dei margini; non è difficile trovare mercati costruiti sopra i ponti, per esempio.

Disordine e organizzazione

La configurazione morfologica che ha permesso la creazione del mercato come le intendiamo noi oggi, è stata generata dalla relazione tra i raggruppamenti dei negozi e gli spazi liberi di fronte ad essi. Nacque come edificio singolo con molti negozi al suo interno o come gruppo di micro architetture, costruite nel corso del tempo e con materiali diversi, organizzati lungo un camminamento (di solito una strada o il lato di una piazza). La tipologia del mercato è strettamente relazionata alla trama urbana relativa; nelle città spagnole e islamiche, per esempio, il tessuto urbano non permetteva la costruzione di un edificio destinato a mercato e si è creato così il tipico bazar nelle strade.

Durante il XVI secolo, nuove leggi statali sono state emanate al fine di organizzare il naturale disordine derivante dall'attività di commercio. Queste misure definirono limiti geografici e spaziali, appropriate posizioni e spazi fisici per i mercati.

Se da un alto questo processo riorganizzò efficacemente i luoghi del mercato, dall'altro fece nascere conflitti e dibattiti circa l'abuso di proprietà del suolo occupato dalle strutture adibite a tale attività. L'architettura fu un utile strumento per separare gli spazi e dare maggior chiarezza nelle destinazioni d'uso.

Una volta che lo spazio del mercato è stato regolarizzato, nuove funzioni emersero per gli spazi urbani. La piazza del mercato diventò il luogo degli spettacoli, degli eventi e delle scene teatrali, diventando così un luogo di disseminazione, intrattenimento e indottrinamento. Il XVI secolo divenne così il periodo delle legislazioni e delle regolarizzazioni, ma anche il periodo dell'identificazione dei limiti. I pianificatori urbani e gli architetti avevano bisogno di limiti e regolamentazioni per poter pensare e progettare gli spazi pubblici. Le attività che un tempo coesistevano sono state separate ed i luoghi sono stati ripensati nelle loro peculiarità spaziali e geometriche. Lo stesso concetto di regolarità e ordine è stato applicato anche alla pianificazione urbana e non è un caso che questo sia stato anche il periodo delle città ideali, dove la geometria e la regolarità facevano da linee guida di progetto.

Il mercato e la piazza sono spesso stati sovrapposti nell'epoca moderna, ma non sempre. Come già citato precedentemente, il mercato ha sempre avuto un' intrinseca natura di precarietà, caratterizzato da poca pianificazione e progettazione, ma allo stesso tempo anche il centro della città. Inoltre, la piazza è sempre stata il centro dei fenomeni di socialità e collettività, espressione di una necessità data dall'intrinseca natura sociale dell'uomo. In molti casi, è stata la coincidenza di questi due fattori a dare origine a questa tipologia, attraverso una ponderata articolazione degli spazi urbani, che erano formalmente e funzionalmente connessi, aperti e chiusi.

L'evoluzione dei mercati agroalimentari

Come chiarito nei paragrafi precedenti, il mercato ha da sempre rivestito un ruolo chiave in materia di approvvigionamento dei beni di prima necessità da parte delle popolazioni urbane sprovviste di rendite agricole proprie.

Lo sforzo fatto dal medioevo in avanti, nella direzione di una regolamentazione dei mercati e del commercio ambulante ha rimarcato l'importanza di queste attività nei fenomeni collettivi e sociali della vita cittadina. Svolgevano, e tutt'ora svolgono, il ruolo di connessione tra le autorità cittadine e le categorie di commercianti

e artigiani dei territori limitrofi; rapporti che hanno confermato nel corso della storia l'importanza strategica del commercio nella vita e per il benessere delle città e “di conseguenza la necessità per gli amministratori pubblici di regolare, contrattare e concertare con le corporazioni le decisioni in merito ai tempi e luoghi degli scambi, alla trasparenza delle transazioni, alle norme igieniche da imporre ecc”⁴.

Inoltre, questo tipo di commercio è stato in grado di adattarsi ai tempi adeguando l'offerta alla domanda, configurandosi come sistema distributivo flessibile e come luogo fisico di contrattazione commerciale. Ancora al giorno d'oggi, il mercato conferisce maggiore qualità alla vita e allo svolgersi del commercio cittadino garantendo maggiore varietà e arricchendo la gamma di prodotti e di tipologie distributive, nella direzione della valorizzazione di una tradizione storica capace di offrire uno “spettacolo” culturalmente ed economicamente vivace e attraente.

Per tutelare questa storica e vitale forma di scambio e vendita, le amministrazioni comunali hanno spesso investito nella valorizzazione dei mercati e delle tradizionali fiere commerciali.

Fino a mille anni fa, l'Europa contava poco più di 30 milioni di abitanti i quali, vivendo dispersi in un territorio dominato da presenze naturali e da piccoli borghi raccolti nei pressi di monasteri o di fortezze, vivevano della ricchezza prodotta dai campi e dall'allevamento semibrado. Con l'inizio del XI secolo si assistette ad un fenomeno di crescita sostenuto e costante delle popolazioni rurali, grazie all'ampliamento delle superfici destinate alle coltivazioni e al progresso tecnico relativo all'ambito agronomico.

Iniziarono così a formarsi le prime “città nuove” accanto alla preesistenza di matrice romana; questi nuovi centri urbani, chiamarono a sé ecclesiastici e nobili, plebei e addirittura servi della gleba che, trasferendosi, riuscirono a liberarsi dalla morsa dei Signori ai quali appartenevano. Per due secoli, si registrò una crescita esponenziale tanto delle antiche città quanto di quelle di più recente fondazione, che portò ad una densità abitativa dell'ordine di circa 40 abitanti al chilometro quadrato, facendo così dimenticare le condizioni di semi-isolamento che avevano caratterizzato le popolazioni fino ad allora.

⁴ Previtero M., http://win.costruzioni.net/articoli/mercati/mercato_storia.html, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

“Le relazioni culturali, sociali ed economiche fra comunità confinanti ne furono rafforzate producendo una crescita dei commerci a breve, a media e a lunga distanza di una estesa gamma di mercanzie”.⁵

Intorno al 1350 si stima che l'Europa contasse circa 95 milioni di abitanti, con un incremento demografico di circa tre volte rispetto all'inizio del nuovo millennio; si raggiunse dunque il tetto massimo di popolazione in relazione alle abilità e alle disponibilità agronomiche. Bisognava quindi progredire tecnicamente per aumentare la produzione agroalimentare, soddisfare una domanda crescente di beni di prima necessità e efficientare i sistemi di distribuzione. L'incremento della rete di canali iniziò a semplificare il trasporto di beni alimentari e non nelle pianure interne, nonostante comportasse costi elevati il trasporto di derrate alimentari in aree distanti dai porti o dai corsi d'acqua principali. Inoltre, l'aumento demografico delle aree urbane incrementò la diffusione di malattie infettive che si fecero via via sempre più frequenti e distruttive. Tutte queste dinamiche portano ad un incremento della domanda concentrata, con il conseguente aumento del traffico commerciale; gli effetti di un trend demografico orientato alla crescita produssero la proliferazione di centri urbani e l'aumento conseguente della popolazione che, entro le mura cittadine, viveva, consumava e lavorava. Quindi, dal XI secolo in avanti, si avviò un periodo di intensa crescita demografica, sostenuta dall'ampliamento delle aree coltivabili e dall'incremento delle reti di distribuzione territoriale. Durante il XII secolo le città si affermarono come centri nevralgici del commercio destinati alla rendita delle popolazioni contadine che dalle eccedenze alimentari riuscivano a generare profitto, che veniva in parte speso per il progresso tecnico. Questa relazione di natura prevalentemente economica, portò i grandi proprietari terrieri a trascorrere una vita divisa tra le relazioni sociali, in città, e la gestione delle terre, in campagna. Le eccedenze prodotte nelle aree rurali, divennero così indispensabili per il soddisfacimento delle esigenze alimentari delle popolazioni urbane. Fu così che le autorità comunali iniziarono a regolamentare il funzionamento dei mercati di prima necessità, dapprima stabilendo luogo e tempo degli scambi, e successivamente assicurando trasparenza nelle transazioni, divulgando i prezzi medi per le merci di maggior consumo e poi esercitando un controllo

⁵ Previtero M., http://win.costruzioni.net/articoli/mercati/mercato_storia.html, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

sempre più restrittivo sulla regolarità dei sistemi di peso, di misura, di remunerazione e di igiene. La compravendita di beni agroalimentari veniva attentamente regolamentata dalle magistrature comunali che, forti delle loro capacità politiche e amministrative e ispirati da solidi principi morali, salvaguardavano i consumatori meno abbienti e regolamentavano l'operato dei commercianti. Nelle città medioevali, c'era un solo luogo destinato al commercio di questo genere di beni e solitamente era la piazza centrale; l'area del mercato era accuratamente delimitata e resa pedonale per l'arco temporale dello svolgimento del mercato.

La transizione dei mercati storici e rurali, attrattivi dal punto di vista economico e sociale, è un fenomeno in crescita anche nel nostro periodo storico.

"Solo attraverso l'ibridazione si possono salvare i mercati che da soli, per come sono stati concepiti, oggi non funzionano più: hanno bisogno di esperienza e intrattenimento. [...] I mercati sono tra i pochi posti rimasti per vivere la vita sociale off line, vanno protetti e progettato il loro futuro". ⁶

⁶ (<https://www.ilsole24ore.com/art/i-mercati-rionali-si-trasformano-e-danno-nuova-vita-cultura-cibo-ACcmDR9>)

3.2

Le tipologie di mercato

Il mercato non si può ricondurre ad un'unica tipologia ma possono essere raggruppati nelle seguenti categorie:

MERCATO COPERTO

Consiste in un unico edificio, il quale può ospitare una grande varietà di negozi, del medesimo proprietario o di diversi proprietari. Questa tipologia ha visto il periodo di massimo sviluppo a cavallo tra il XII e XIII secolo. Tradizionalmente si trattava di un edificio sviluppato in lunghezza con un'impronta di basilica, diviso in navate e coperto da volte; la copertura era spesso di grandi dimensioni e sostenuta da un numero limitato di pilastri, con l'obiettivo di garantire una libera circolazione delle persone, dell'aria e dei beni. Durante il medioevo, non era una struttura indipendente, ma spesso si posizionava al piano terra di edifici con diverse destinazioni funzionali. Una importante variazione di questa tipologia è rappresentata da *al caiceria*, tipico dei paesi orientali e mediterranei, che indica sia l'istituzione commerciale sia lo spazio fisico destinato ad essa. Spesso questo spazio era caratterizzato da una fitta rete di vicoli commerciali oppure da una piccola piazza circondata da piccoli negozi. Un ottimo esempio di questa tipologia è il mercato parigino di Les Halles; dopo la prima ricostruzione, è stata ripristinata l'impronta medievale originaria e ha ridefinito il circostante sistema viario e la relativa relazione con gli spazi aperti esterni. L'edificio è stato riprogettato partendo dai camminamenti, dalle leggi igieniche e dalla necessità di un pubblico decoro in grado di influenzare positivamente l'ambiente circostante.



MERCATO DI STRADA O DI PIAZZA

I mercati si sono sempre svolti in strade o piazze. Era comune, nelle città europee del passato, nominare alcune vie o piazze partendo dalla loro originaria funzione commerciale come ad esempio, piazza delle Erbe e piazza del mercato. I confini di questa tipologia erano meno chiari e definiti rispetto alla tipologia coperta, e più che dalle caratteristiche fisiche venivano definiti dalle normative di regolamentazione.



PORTICO, LOGGIA O BORSA

Questi spazi, solitamente connessi al mercato vero e proprio, fungevano da luogo per la raccolta dei mercanti e per le loro pubbliche relazioni di affari e di scambio. Questa tipologia è stata ottenuta dalla combinazione di due differenti tipologie: un magazzino per conservazione e lo stoccaggio dei beni alimentari e un hotel destinato alle pubbliche relazioni e all'ospitalità dei commercianti. Era solitamente un edificio di due o tre piani fuori terra, costituito da un ampio *open space* al piano terra, spesso descritto come un luogo di confusione e di disordine. Il resto dello spazio era diviso in camere private e spazi pubblici destinati al flusso di persone, beni e animali.



Il mercato coperto può essere definito come il principale luogo di scambio di prodotti ortofrutticoli, ittici e caseari, nato in conseguenza alla necessità di difendere, conservare e vendere queste merci. I mercati coperti, per assolvere alla loro storica funzione devono soddisfare determinate esigenze e condizioni, fra le quali:

- I.** la sicurezza, il comfort e la tutela della salute di venditori e compratori, garanzia qualità e salubrità delle derrate alimentari;
- II.** la comodità e la facilità di accesso al pubblico;
- III.** massima ottimizzazione e utilizzazione dello spazio;
- IV.** appeal architettonica dell'edificio;
- V.** corrispondenza del mercato alle abitudini della popolazione.

3.2.2

Caratteristiche e tipologie di mercati coperti

Oggi giorno si possono individuare tre macro tipologie di mercati coperti:

Mercati all'ingrosso

destinati a rivenditori e commercianti, vengono messi in contatto con i grandi e medi produttori. Generalmente posti ai margini delle città, ben collegati con le principali arterie viarie, solitamente definiti da grandi ambienti per l'esposizione dei prodotti alimentari, da estesi magazzini e da ambienti dedicati agli assaggi e agli uffici direzionali.

Mercati al mezzo ingrosso

destinati all'acquisto di prodotti alimentari di facile conservazione da parte di albergatori e ristoratori. Solitamente situati in zone centrali, sono spesso annessi ai mercati di vendita al minuto, presentano ambienti unici per la vendita e si trovano banchi di grandi dimensioni.

Mercati al minuto

destinati prevalentemente al pubblico dei consumatori finali, si trovano quasi sempre in aree centrali ma sono inferiori nelle dimensioni, non dispongono di uffici per le vendite ma sono muniti di magazzini e celle frigorifere per la conservazione delle derrate alimentari.

Mercati sotto tettoie

destinati esclusivamente ai privati, non dispongono di banchi fissi e di locali per la conservazione dei prodotti.

In termini di declinazione formale non c'è una regola assoluta, si trovano nel mondo mercati di qualsiasi forma: quadrata, rettangolare e perfino trapezoidale. E' di buona norma però ragionare sulla dimensione dello stabile, ottimizzando l'utilizzo dello spazio a disposizione. Per il materiale da costruzione si predilige di solito l'acciaio che permette di ridurre l'ingombro a terra della struttura e garantisce circolazione dell'aria e penetrazione della luce. Le parti che si trovano sotto il livello di calpestio vengono solitamente realizzate in muratura portante.

Accessi al mercato

Ogni mercato presenta sempre almeno un ingresso e un uscita. Nei mercati all'ingrosso e mezzo ingrosso gli accessi avvengono solitamente al livello sottostante il piano di calpestio, tramite rampe inclinate atte a garantire facile accesso ai mezzi. Il numero degli accessi varia seconda del tipo di mercato, normalmente si garantisce un doppio accesso in prossimità delle strade principali e delle sezioni principali del mercato.

Distribuzione e suddivisione

Solitamente i mercati coperti presentano una suddivisione in padiglioni, navate o corsie. Quando l'edificio presenta un cortile, spesso viene posto al centro del mercato e usato per disporre ai lati gli ambienti destinati all'esposizione e vendita; i locali di servizio si trovano ai vertici della piazza. Normalmente ci sono passaggi centrali che garantiscono il collegamento tra gli ambienti presenti all'interno.

Scompartimenti e banchi

Gli scompartimenti presentano una suddivisione che nasce dalla necessità di separare ogni venditore garantendo loro uno spazio riservato per la vendita dei prodotti. I banchi, hanno dimensioni che variano a seconda del mercato e a seconda della tipologia di bene venduto, ma sono quasi sempre costruiti in materiali come il ferro, l'acciaio, metalli zincati, pietra o cotto e quasi mai viene utilizzato il legno. Inoltre si ha sempre uno spazio destinato all'insegna e al nome del proprietario, oltre a vari sostegni e mensole. Solitamente, i banchi di maggiori dimensioni sono destinati alla vendita di prodotti animali come carne o pesce che quasi mai hanno una superficie inferiore ai 9 metri quadrati. Ogni banco deve poter essere chiuso a fine giornata e deve essere munito di acqua corrente e latrine.

Illuminazione e aerazione

Si tende a prediligere un tipo di illuminazione moderato, evitando l'ingresso zenitale della luce e prediligendo punti luce orizzontali di altezza non inferiore al metro.

Per quanto riguarda la ventilazione, essa dipende dall'esposizione del mercato; deve essere garantita una buona e costante circolazione dell'aria al fine di garantire la salubrità degli spazi espositivi.

Magazzini, sotterranei, ghiacciaie e impianti frigoriferi

Magazzini, sotterranei, ghiacciaie e impianti frigoriferi sono spazi indispensabili al funzionamento del mercato; solitamente posizionati ai piani inferiori e divisi in compartimenti chiusi, servono per conservare le derrate alimentari, animali e vegetali. I magazzini hanno una temperatura che viene mantenuta costante e mite, garantita dall'utilizzo di spesse murature e solai isolati per garantire la conservazione dei prodotti alimentari.

**Casi
Studio**

nuova costruzione

1. Foodmet Abattoir

Location	Bruxelles, Belgio
Settore	commerciale, produttivo
Progettista	ORG architecture
Superficie	26.000 mq
Committente	privato
Costruzione	2009 – 2015



GENERALI

E' un mercato multifunzione e si trova nel quartiere di Anderlecht, a Bruxelles, a meno di 2,5 km dalla stazione ferroviaria di Brussel Centraal. L'edificio del mercato, inaugurato nel giugno 2015, rientra nella prima fase di un piano distrettuale che con il tempo convertirà un mattatoio industriale in un ambiente urbano multi-uso. Durante le fasi iniziali di sviluppo del piano strategico, abitanti del quartiere e cittadini sono stati coinvolti nel processo decisionale, in forma di progettazione partecipata; è stata istituita inoltre un "ufficio di monitoraggio" per esaminare il lavoro in corso e sottoporlo alle critiche delle principali parti civiche interessate.

Il progetto vuole essere il più verde e sostenibile possibile. Riutilizzare il calore prodotto dai frigoriferi e sfruttare l'energia solare. A ciò si aggiunge il riciclo dell'acqua piovana e un'efficiente gestione dei rifiuti.

Il tetto piano sarà, nelle ultime fasi del piano strategico, sviluppato come una fattoria urbana e centro di acquacoltura di circa 4.000 m2. Pianificatori urbani professionisti, progettisti, tecnologi ed esperti finanziari di ORG guidano e consigliano la riqualificazione del distretto da più di 10 anni.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

Il progetto comprende strutture per la lavorazione delle carni, vari tipi di bancarelle per mercato, spazi destinati alla logistica, parcheggi e una grande fattoria sul tetto, con relativi programmi di vendita al dettaglio, tra cui un ristorante "dalla fattoria alla tavola"

Le condizioni per affittare un negozio in questo mercato sono semplici: vendere prodotti alimentari e assicurarsi di avere una licenza. Più di 45 commercianti in totale hanno ora uno stand in



questo spazio ispirato ai mercati coperti dell'Europa meridionale e 7.479.067 EUR del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) stanno consentendo al progetto di diversificare ulteriormente le sue attività. Al grande pubblico viene offerta un'ampia varietà di prodotti a prezzi relativamente bassi. Frutta, verdura, formaggio, pane, olive, erbe aromatiche e una grande varietà di altre specialità culinarie si possono ora trovare accanto alla carne e al pesce. Vengono preparati anche prodotti freschi che possono essere degustati nel bistrot e nel ristorante. Oltre ai vantaggi che possono avere i consumatori, i commercianti beneficiano di posizioni fisse in un ambiente pulito e protetto dalle condizioni meteorologiche avverse dell'area. Il progetto ha vantaggi sia sanitari che logistici: grandi magazzini e celle frigorifere consentono ai commercianti di stoccare i propri prodotti nel rispetto della catena del freddo.

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

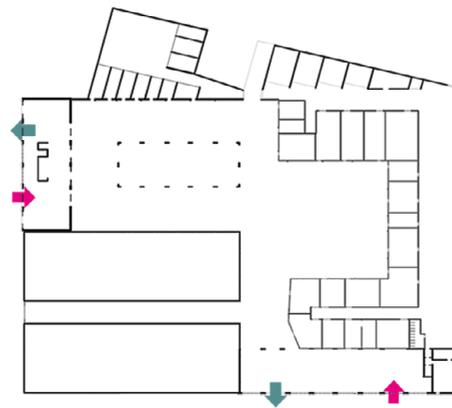
La nuova planimetria definisce i propri confini con una tipologia di capannoni urbani, "contenitori" aperti, edifici che hanno una chiara forma urbana ma con nessun contenuto predefinito. La forma e la tipologia del magazzino, non solo l'uso finale e il programma, sono essenziali per definire le condizioni spaziali della piazza e incoraggiare investimenti e occupazione. Il mercato, è stato costruito usando un linguaggio architettonico forte, ottenuto attraverso l'utilizzo di "pannelli platonici". I pannelli formano portici sovradimensionati che possono essere combinati in molti modi diversi e creare differenti configurazioni spaziali. Il sistema costruttivo adottato dà vita ad un edificio che è spazioso, flessibile e allo stesso monumentale. Le dozzine di grandi stanze identiche, ciascuna collegata a quella adiacente, possono ospitare una grande varietà di funzioni.

Il master plan distrettuale crea percorsi fisici e visivi attraverso le connessioni che l'edificio ha con il tessuto urbano preesistente, migliorando i collegamenti multipli tra il sito del mattatoio e i quartieri circostanti. In questo modo, l'area del Foodmet diventa un punto nevralgico dell'intero quartiere. Il masterplan propone si propone di pianificare e organizzare uno spazio urbano di circa 60.000 mq, che possa ospitare eventi socio-culturali, artistici e musicali, oltre alle attività di mercato.



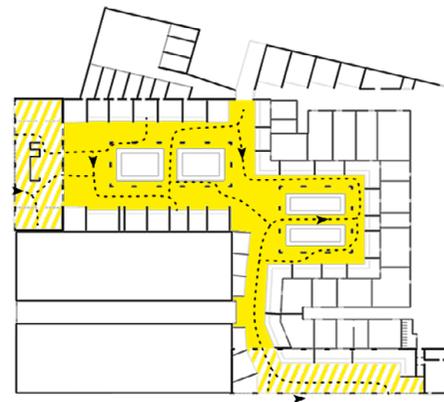
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



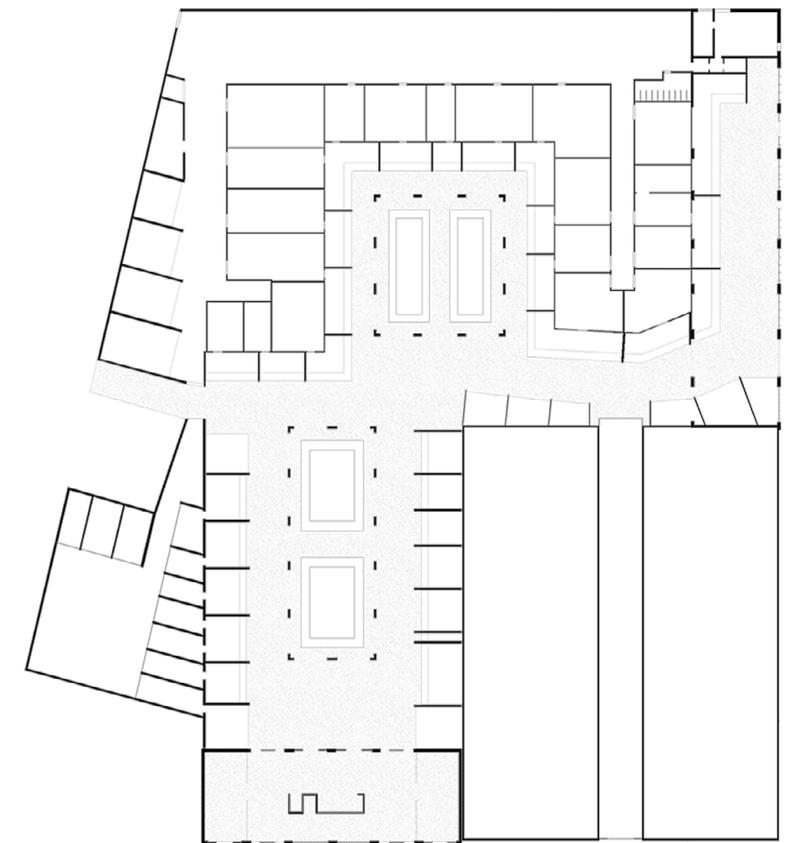
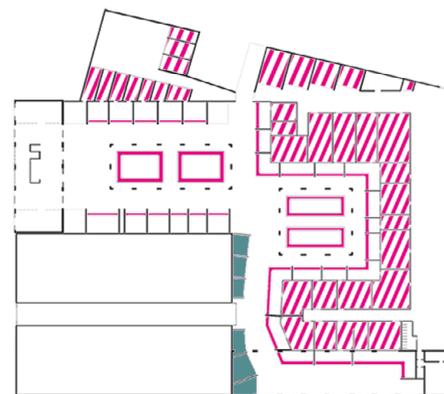
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- superficie calpestabile di circolazione (aperto /coperto)



destinazione funzionale

- commercio alimenti freschi
- magazzino
- negozi



pianta piano terra

0mt 10mt 20mt

nuova costruzione

2. Mercado Barcelo'

Location	Madrid, Spagna
Settore	commerciale
Progettista	Nieto Sobejano
Superficie	n/d
Committente	comune di Madrid
Costruzione	2009



GENERALI

Il progetto per il nuovo mercato Barcelò e per la piazza circostante è, in realtà, la somma di diversi interventi urbanistici che interpretano in maniera estremamente originale il concetto di mercato contemporaneo. Il complesso commerciale è costituito da edifici di diverse dimensioni e con funzioni distinte, che grazie alle loro forme organiche trasformano radicalmente la percezione volumetrica di uno dei quartieri più densamente popolati della città. La proposta generale consiste nel ridefinire gli spazi urbani non occupati in modo che colleghino tra loro i moduli edilizi destinati alle diverse funzioni: mercato, centro commerciale, impianto sportivo, biblioteca pubblica, parcheggi e zona all'aperto. Una versione intensificata della vita civica, dove i luoghi in cui vivere, studiare, insegnare, fare shopping, divertirsi, fare sport, leggere, fare una passeggiata o rilassarsi hanno un ambiente comune; i nuovi edifici e le aree esterne si fondono perfettamente come in un puzzle in cui ogni singolo pezzo ha senso solo quando collocato nella sua esatta posizione in relazione agli altri.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

Il mercato temporaneo è stato progettato per essere riutilizzato altrove, vista la sua natura temporanea: realizzato al di sopra di un parcheggio, il progetto intende evocare i mercati tradizionali allestiti nelle piazze cittadine e costituiti da microstrutture indipendenti che si possano, eventualmente, usare anche per altre finalità. Una volta terminati i lavori dell'intero progetto urbanistico, i volumi del mercato verranno smontati e riutilizzati in altri punti della città, in modo che la nuova piazza Barceló, con la sua pavimentazione e il suo arredo urbano, si fondano con l'ambiente circostante. Data la



necessità di ospitare i molti stand del vecchio mercato, il mercato si compone di sei costruzioni pentagonali, di differenti altezze e dimensioni, che evitano accuratamente il confronto volumetrico con gli edifici circostanti. Nella parte opposta all'ingresso, si trovano gli accessi per il carico-scarico, i magazzini, le celle frigorifere e i locali di servizio.

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

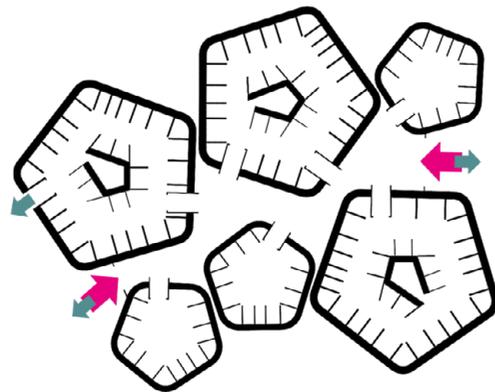
L'aspetto geometrico e fisico dei diversi edifici e le loro relative facciate confermano che, nonostante le loro diverse funzioni, i nuovi edifici appartengono alla stessa epoca e luogo. Una facciata composta da grandi lastre di polycarbonato, bianco e opalino, unifica il nuovo stile degli edifici pubblici. Lo stile delle aree pubbliche nelle piazze de Alonso Martínez e Barceló, così come quello delle strade vicine, la loro reciproca pavimentazione e arredo urbano, trasmettono la sensazione del passato, radicale e sottile cambiamento che ha avuto

luogo nel quartiere. Il design dei padiglioni è concepito come un esercizio di calcolo combinatorio: la pianta pentagonale è comune a tutti e sei i padiglioni, ma è ripetuta con due scale diverse e ciascuna viene ripetuta tre volte, ruotata secondo diverse angolazioni, in modo da creare un sistema apparentemente casuale ma che in realtà è semplicemente il risultato di variazioni e combinazioni calcolate partendo da un singolo modulo originale. Questo espediente stilistico evita la monotonia di un disegno sostanzialmente ripetitivo e garantisce allo stesso tempo un contrasto organico con le volumetrie circostanti. L'assenza di spigoli vivi e la posa di un rivestimento trasparente migliorano la percezione della luce rendendo più delicato l'impatto visivo dei blocchi edilizi. Una caratteristica essenziale del progetto sono i pannelli di policarbonato bianco opalescenti che rivestono l'esterno dei poligoni e che permettono alla luce naturale di filtrare durante il giorno, mentre la notte trasformano i padiglioni in grandi lanterne che illuminano la piazza.



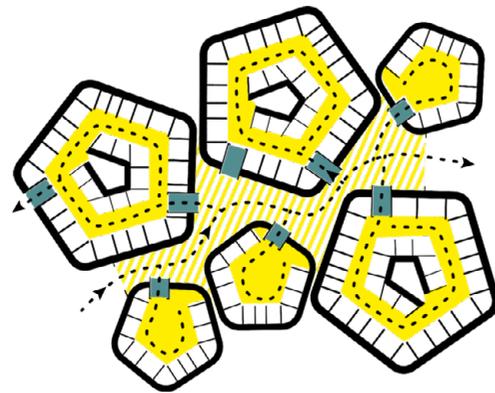
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



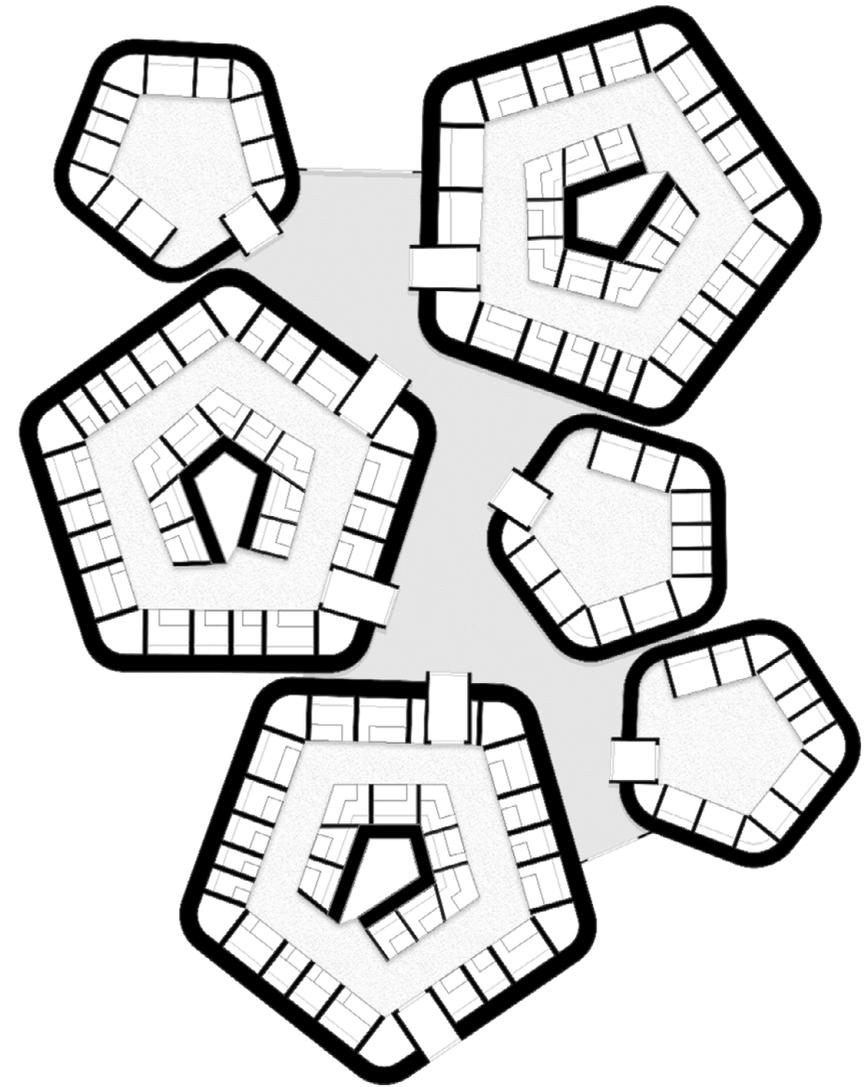
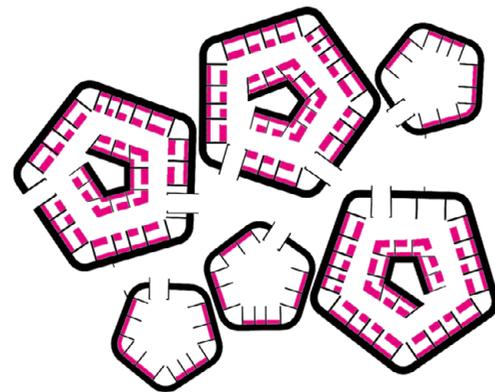
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- superficie calpestabile di circolazione (aperto / coperto)
- ingresso padiglione



destinazione funzionale

- commercio alimenti freschi



pianta piano terra

0mt 8mt 16mt

nuova costruzione

3. Markthal Rotterdam

Location	Rotterdam, Paesi Bassi
Settore	commerciale, residenziale
Progettista	MVRDV
Superficie	100.000 mq
Committente	privato, pubblico
Costruzione	2014

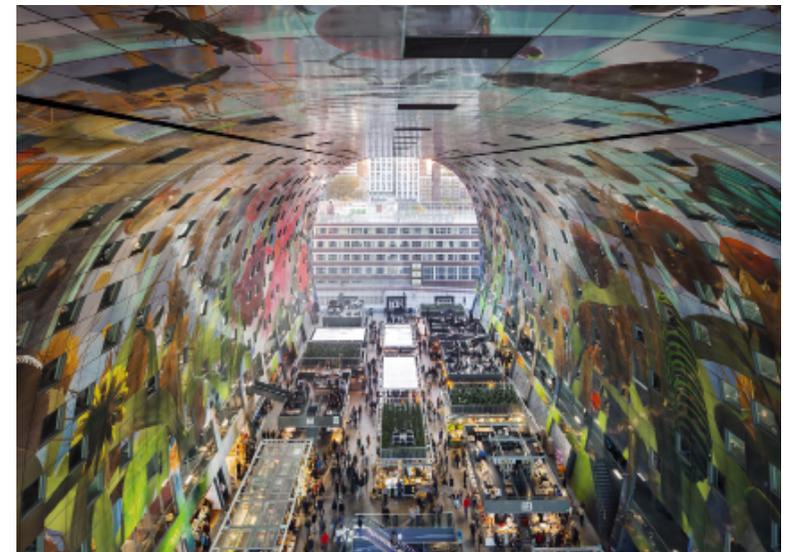


GENERALI

Il Markthal è costituito da un unico mastodontico edificio con la parte commerciale al piano terra, e ai piani inferiori, e al di sopra un grande arco con la parte residenziale. La sua forma, i suoi interni colorati e l'altezza "fuori scala" fanno di Markthal un edificio unico. Uniche non sono solo la forma e la dimensione, ma soprattutto il modo in cui le diverse funzioni sono state combinate. La combinazione di un condominio che copre un mercato di prodotti alimentari freschi con negozi di alimentari, ristoranti, un supermercato e un parcheggio sotterraneo non si trova in nessun'altra parte del mondo. Markthal è stato un successo ancor prima di essere realizzato: un'icona nuova e fresca che ha già attirato grandi flussi di giornalisti e visitatori da tutto il mondo. L'edificio, situato in posizione centrale si colloca parallelamente alla chiesa di Laurens (tardomedievale) e nei pressi dell'ex diga del fiume Rotte. Markthal ha generato un importante processo di rinnovamento urbanistico dell'area circostante nonché un forte contributo all'economia urbana. Con il suo mercato giornaliero di prodotti freschi, con i suoi numerosi negozi e prestigiosi appartamenti, crea una nuova attrattiva e nuove connessioni all'interno del quartiere. Il mercato all'aperto sarà pensato per relazionarsi con l'edificio, le corsie del mercato si collegheranno perfettamente agli ingressi di Markthal per consentire al pubblico di entrare e uscire facilmente dall'edificio creando nuove connessioni tra i due mercati, quello interno e quello esterno.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

Nell'ottobre 2004 il team di sviluppatori Provast e lo studio di architettura MVRDV hanno vinto il concorso indetto dalla città di Rotterdam per la progettazione e la costruzione di un mercato



coperto a Binnenrotte. Il comune voleva estendere il mercato all'aperto esistente con un'integrazione coperta. (Secondo regole europee più severe, in futuro la vendita all'aperto di alimenti freschi e refrigerati non sarà più consentita). Il programma richiesto - alloggi, parcheggi e un mercato coperto - richiedeva una soluzione semplice ma altrettanto efficace: due volumi residenziali con un mercato coperto economicamente accessibile, in mezzo. Il Markthal di Rotterdam, tuttavia, doveva portare un importante impulso nello sviluppo del quartiere Laurens e rafforzare il lato orientale verso il centro della città. Era necessario un edificio aperto, con vocazione pubblica e con una buona accessibilità. Aggiungendo un po' di superficie ai piani inferiori per ulteriore spazio commerciale, l'attuale volume dell'arco risulta lungo 120 metri, largo 70 metri e alto 40. Il primo piano interrato ospita una sorta di piazza alla quale possono

accedere i furgoni per le consegne; da questa corte partono gli ascensori che salendo, raggiungono il mercato coperto. In questo modo gli abitanti non sono ostacolati dalle attività di distribuzione che spesso avvengono nelle prime ore del mattino. Sempre nel seminterrato, c'è un supermercato. La consegna per questi negozi è organizzata attraverso un tunnel sotterraneo che porta ad ascensori nascosti in piazza Binnenrotte, in questo modo i camion più grandi possono operare a distanza dall'edificio. Gli abitanti hanno ripostigli e locali per biciclette in comune, sempre nel piano seminterrato.

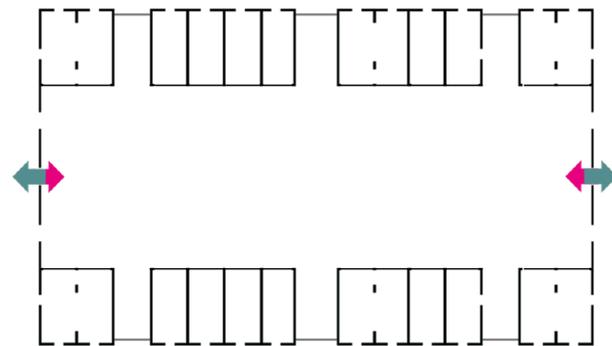
SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

L'edificio doveva essere il più aperto possibile per attirare il pubblico e allo stesso tempo doveva essere chiuso a causa delle condizioni meteorologiche spesso avverse del luogo. Markthal è un edificio senza retro; tutti i lati sono accessibili o vetati. L'intero sistema commerciale di negozi e ristoranti è stato posizionato tra il piano terra e il piano interrato. Gli abitanti possono raggiungere i loro appartamenti attraverso sei ingressi separati che conducono ad ascensori e scale a doppia elica. A causa della curva della struttura, la sala dell'ascensore cambia gradualmente piano per piano in termini di dimensioni e di posizione. Ogni vano ascensore serve un massimo di quattro appartamenti, due dei quali hanno finestre sul mercato e tutti hanno ampie vetrate verso l'esterno. Per mantenere la chiusura dell'arco il più trasparente possibile è stata scelta una facciata vetrata con pochissimi elementi strutturali. Grazie a questo miracolo ingegneristico, l'opera d'arte all'interno è visibile dall'esterno, le sue forme e i suoi colori vividi invitano il pubblico a entrare nell'edificio. L'esterno del Markthal è realizzato in pietra naturale grigia, la stessa dei marciapiedi, pensata per porre l'accento e indirizzare l'attenzione sull'interno. Per la sala centrale è stata condotta un'ampia ricerca al fine di creare un clima interno confortevole con un consumo energetico estremamente basso. La sala è ventilata naturalmente, sotto la facciata vetrata entra aria fresca, sale verso il tetto ed esce dalla sala attraverso i pozzi di ventilazione. Questo è un sistema termico che funziona senza la necessità di specifiche apparecchiature. La combinazione di alloggi, centro commerciale, parcheggio e mercato coperto, rende gli impianti più efficienti e meno costosi.



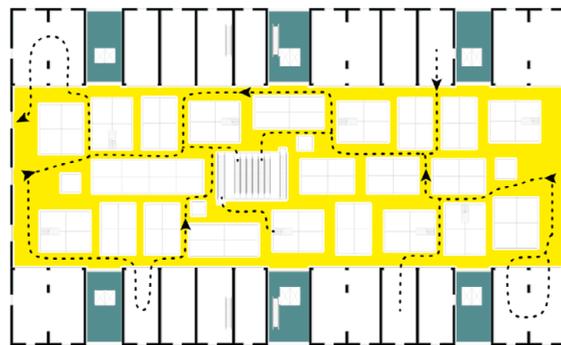
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



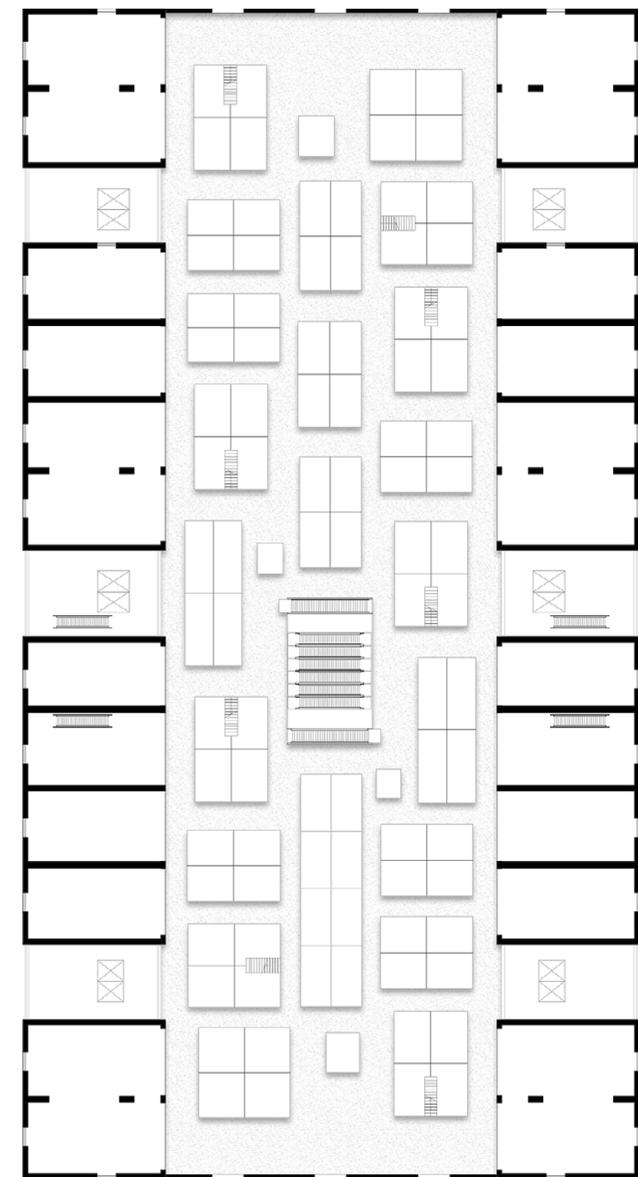
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- distribuzione verticale



destinazione funzionale

- commercio alimenti
- attività commerciali varie
- vendita alimenti secchi



pianta piano terra

0mt 15mt 30mt

nuova costruzione

4. Torrent market and civic center

Location
Settore
Progettista
Superficie
Committente
Costruzione

Valencia, Spagna
commerciale, ricreativo
G. Vazquez Consuegra
n/d
pubblico
2013 - 2015



GENERALI

Il nuovo edificio è stato costruito sul terreno dove si trovava il vecchio mercato. Una costruzione a pianta trapezoidale, addossata ad un muro di cinta, con tre facciate la cui principale sulla piazza Colombo. Il programma funzionale del nuovo edificio prevedeva la costruzione del nuovo mercato, di un'area commerciale di alta qualità e di un supermercato, nonché un grande centro civico, uno spazio pubblico per attività e celebrazioni comunitarie. Questo approccio di ibridazione e in particolare l'accostamento di spazi che rievocano il modello tipologico dei grandi edifici rinascimentali italiani, consiste in una grande sala comune che affaccia sul mercato e uno spazio pubblico di grande capacità con accesso diretto dall'esterno.

Il nuovo progetto si propone di arretrare l'attuale linea di facciata verso la piazza, risultando così allineata con gli edifici adiacenti. In questo modo si sottolinea ed evidenzia la presenza del protagonista principale della piazza: la Torre. Allo stesso tempo, fornisce un edificio contemporaneo al centro storico cittadino, un confronto rispettoso e armonioso con l'ambiente circostante con particolare attenzione alla continuità fisica e storica della città.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

L'organizzazione funzionale e spaziale dell'edificio è semplice: tutti gli elementi di distribuzione verticale e i servizi, sono attaccati al muro di cinta, individuando l'atrio principale parallelamente a Via Cervantes, una strada pedonale che scende verso la piazza da dove, naturalmente, anche il mercato è accessibile. In questo modo anche la hall d'ingresso collabora con i piani soprastanti grazie a scale meccaniche e fisse che migliorano l'integrazione tra le funzioni dell'edificio. È uno spazio fluido, verticale e continuo, al servizio delle



diverse funzioni che si svolgeranno ad ogni livello. In ogni caso, un sistema di porte scorrevoli isola l'atrio principale, in modo da renderlo uno spazio aulico e rappresentativo.

L'ampio locale polifunzionale, suddivisibile in due ambienti, si affaccia sulla piazza attraverso un grande terrazzo coperto. La posizione delle scale, meccaniche e fisse, consente l'accesso al livello del locale polifunzionale da cui si può osservare una magnifica vista sulla Torre e sulla piazza.

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

L'illuminazione naturale è la protagonista di questo ampio *open space*. La luce e la struttura sono progettate per soddisfare le precise esigenze di questo spazio, per le attività sociali e le celebrazioni. Infatti, i grandi lucernari rivolti a nord sono parte di una grande

struttura reticolare.

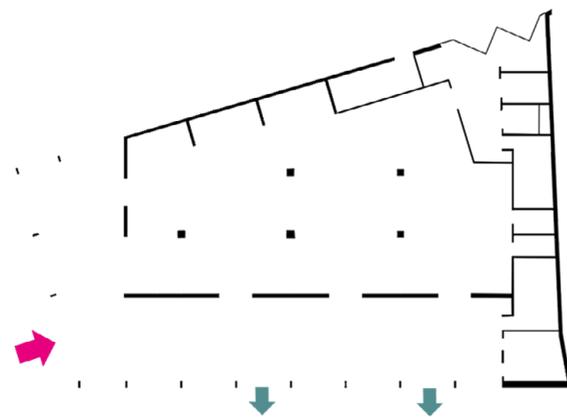
Il controllo solare e visivo è fondamentale per l'edificio, per le varie funzioni che si svolgono all'interno e per la vicinanza di edifici a funzione residenziale.

L'utilizzo di tralicci metallici come elementi chiave delle facciate, al fine di filtrare la vista e minimizzare la luce solare diretta, prende il suo riferimento dalla tradizione locale. Le grate e le sporgenze delle case locali. Inoltre le piastrelle decorano gli stipiti delle porte. Questi elementi costruttivi e materiali decorativi sono presenti e interpretano in maniera contemporanea la tradizione locale, consentendo una corretta ed armoniosa integrazione del contesto storico di Piazza Colombo.



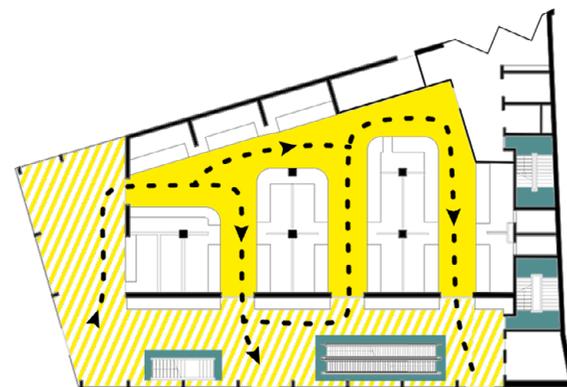
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



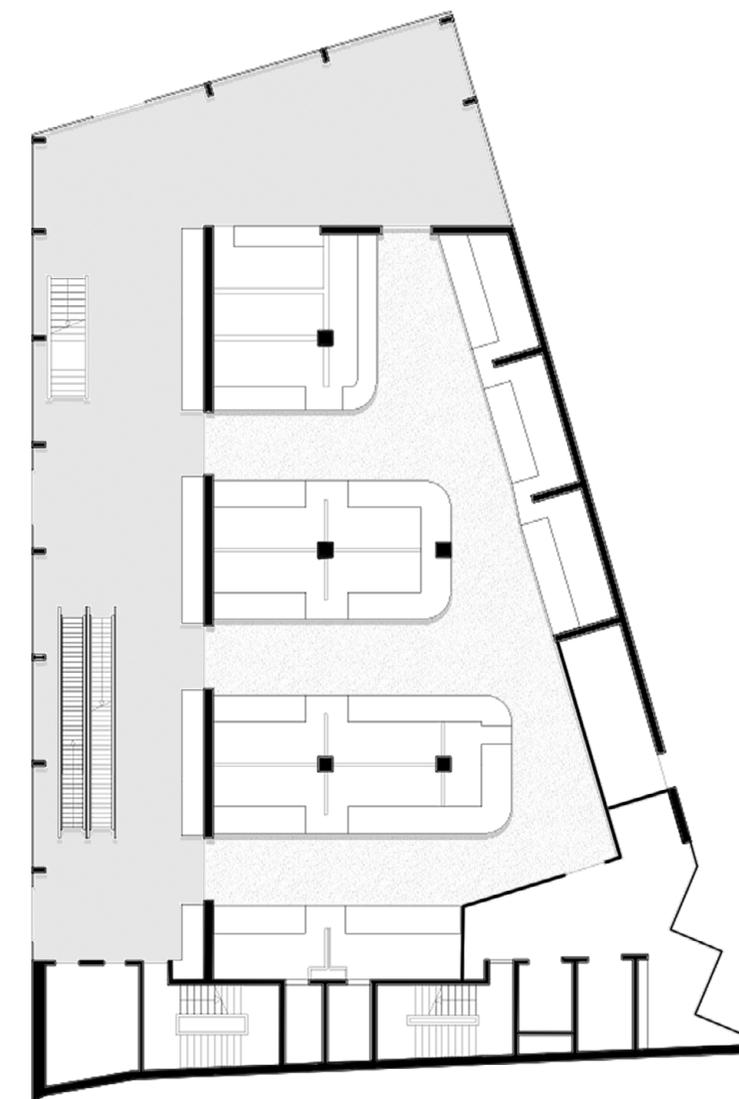
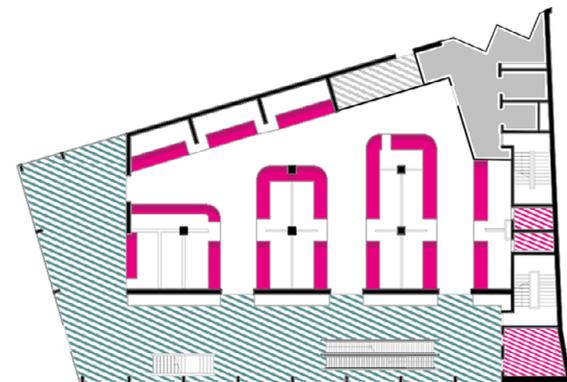
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- distribuzione verticale



destinazione funzionale

- commercio
- magazzino
- hall di ingresso
- servizi igienici



pianta piano terra

0mt 5mt 10mt

nuova costruzione

5. Wakefiel Market Hall

Location	Wakefield, Regno Unito
Settore	commerciale, distributivo
Progettista	Adjaye Associates
Superficie	4.000 mq
Committente	privato
Costruzione	2007 - 2008



GENERALI

Il mercato di Wakefield è parte di un programma di riqualificazione più ampio in cui il ruolo delle due sale del mercato (cibi freschi cibi secchi) e dell'edificio di stoccaggio è di facilitare le connessioni con il contesto circostante, caratterizzato dalla presenza dell'autostazione e della chiesa di quartiere. Sorta nei pressi di un mercato risalente agli anni '60, poi caduto in disuso, la struttura ideata dai progettisti non si limita a conservare le merci in un ambiente chiuso e protetto, bensì crea uno spazio di ritrovo, un luogo di relazione sia per la comunità sia per il tessuto urbano circostante. L'esperienza di muoversi tra un numero di spazi interamente o parzialmente chiusi determina un cambiamento continuo di prospettiva che favorisce il contrasto visivo e la rilettura degli spazi cittadini.

SPECIFICHE FUNZIONALI

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

Il tetto galleggiante semi-piano, dà forma ad un portico affacciato verso la stazione degli autobus. Sotto di esso si apre un'ampia piazza con funzione di area di sosta e di passaggio. La copertura, costituita da uno strato di policarbonato traslucido appoggiato su travi di legno trattato, è ormai diventato un punto di riferimento visivo per gli abitanti della città. Il tetto poggia su un'intelaiatura in travi in acciaio

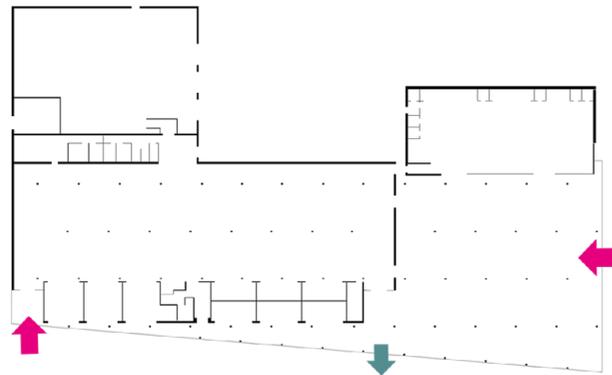


i cui elementi di sostegno sono costituiti da cinque file di colonne poste trasversalmente e con direzioni opposte. La griglia di sostegno della copertura riprende il disegno della pavimentazione in piastrelle grigie e crea giochi di luce e ombre sempre diversi nell'arco della giornata. Ogni sala ha proporzioni a sé stanti e un materiale che le distingue. All'interno della sala principale si trova la caffetteria che sta al piano primo e riceve luce naturale da sud; i lucernai che portano luce all'interno aumentano di dimensione man mano che ci si sposta verso sud.

Dopo alcuni anni di scarso utilizzo, il mercato coperto di Wakefield è stato vicino allo smontaggio per far posto ad un cinema multisala ma, dopo un consiglio cittadino, si è deciso di lasciare la struttura da destinare però a nuova funzione.

struttura e ingressi

- ➔ ingresso
- ➔ uscita



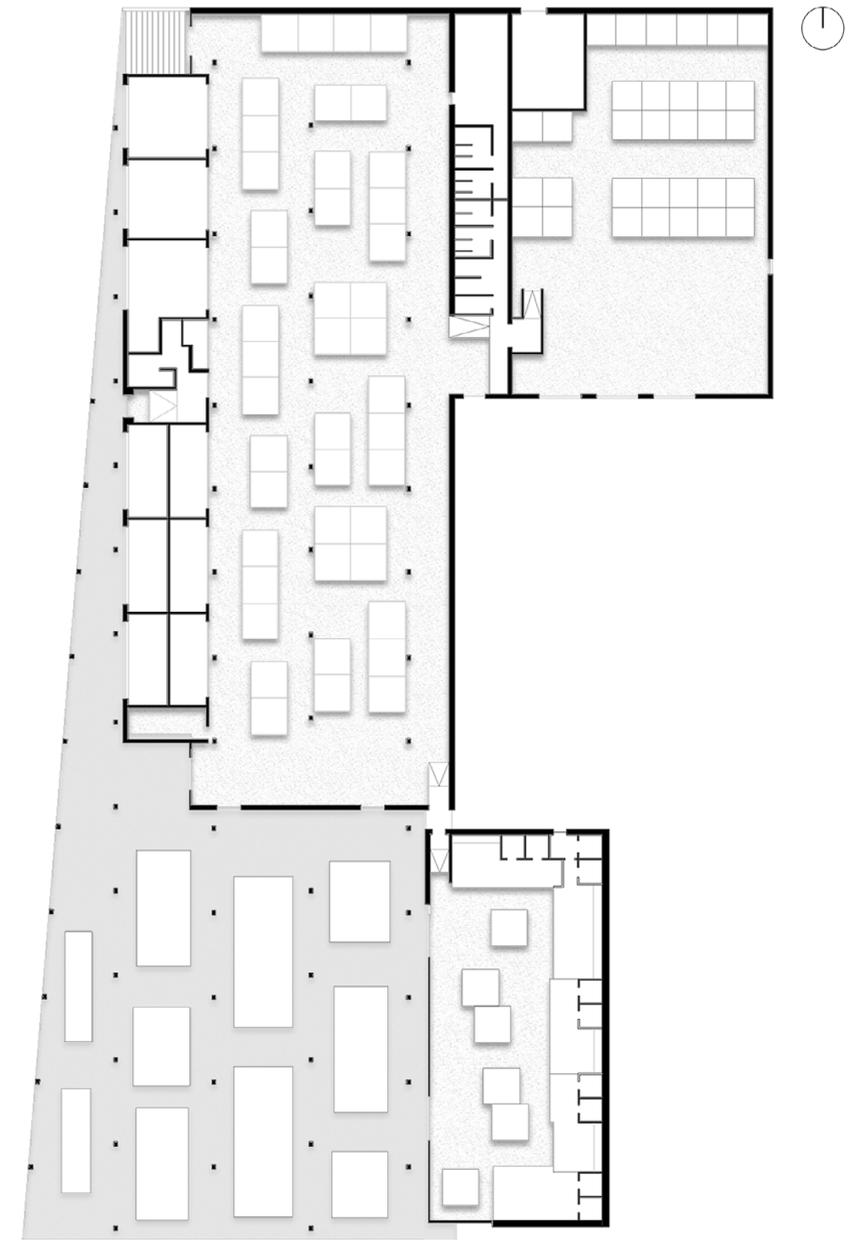
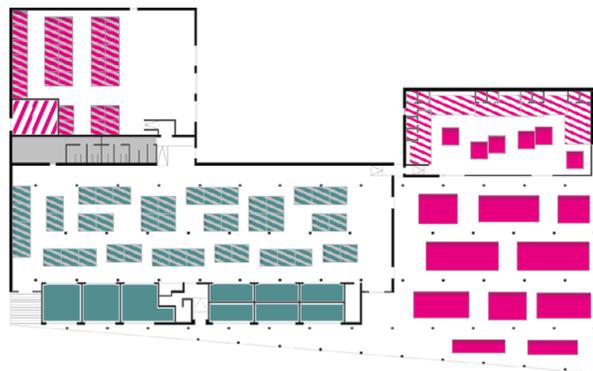
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- superficie calpestabile di circolazione (coperto)



destinazione funzionale

- commercio alimenti freschi
- commercio alimenti secchi
- magazzino
- ristorazione
- negozi
- servizi igienici



pianta piano terra

0mt 5mt 10mt

ristrutturazione

6. Baltic Station Market

Location	Tallinn, Estonia
Settore	commerciale, ristorazione
Progettista	KOKO architects
Superficie	16.300 mq
Committente	privato
Costruzione	2015 - 2017



GENERALI

La settimana di apertura ha registrato circa 230.000 visitatori e, il mercato, è presto diventato il cuore della sua comunità, amato tanto dai cittadini quanto dai turisti. Allo stesso modo in cui la cucina è il cuore della casa, il mercato è il cuore della comunità in cui insiste. Il Baltic Station Market ha giocato un ruolo fondamentale nello sviluppo della città dal 1993. Con la crescente popolarità del distretto residenziale di Kalamaja e dei suoi dintorni, il mercato doveva essere in grado di soddisfare le richieste e le necessità della popolazione. Il vecchio mercato, famoso per offrire esperienze esotiche post-sovietiche, era piuttosto un'attrazione per la sua colorata selezione di merci e generi alimentari venduti a prezzi ragionevoli. Nonostante la sua autenticità e il suo carattere tradizionale, il mercato non era più in grado di attrarre i giovani e le famiglie che, per altro, stavano diventando la maggior parte della popolazione del quartiere. Il mercato quindi non era più il cuore della comunità ma, piuttosto, stava diventando il cuore della criminalità.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

L'anima del progetto di ricostruzione, doveva ruotare attorno alla creazione di un mercato differente e più contemporaneo ma, allo stesso tempo, mantenere e preservare il carattere storico del mercato e la sua natura caotica. Il nuovo progetto, accanto alle tipiche bancarelle del mercato di carne, pesce, latticini e verdure, offre un viale di cibo da strada, un mercato dei produttori e molti spazi all'aperto, nonché caffè e ristoranti per giovani e famiglie. L'obiettivo principale era portare il mercato in una nuova era, mantenendo una parte della storia e ripristinando i valori classici del mercato cittadino. Questo obiettivo si distingue, nel contesto urbano di Tallin, per la sfida che ha



lanciato ai nuovi ed emergenti centri commerciali. La sfida consisteva nel pensare un programma funzionale da poter sviluppare a step, senza edificare immediatamente l'intera superficie a disposizione. La maggior difficoltà consisteva nel far coesistere tutte le funzioni in un unico spazio e, in maniera organica, rispondere a differenti necessità: uno spazio che potesse essere aperto ma allo stesso tempo chiuso, caldo ma anche freddo, pubblico e non pubblico. In definitiva, doveva configurarsi come uno spazio in costante cambiamento e movimento, un luogo emozionante e fruibile da tutte le tipologie di visitatori.

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

La facciata principale del mercato si articola a partire dai tre magazzini preesistenti, in pietra calcarea, a due piani e risalenti

all'anno 1870. L'idea architettonica alla base del nuovo mercato è attirare l'attenzione su questi potenti elementi strutturali. Il mercato è unificato e coperto da un suggestivo tetto che forma l'involucro esterno dell'edificio, sia in termini di forma che di funzione.

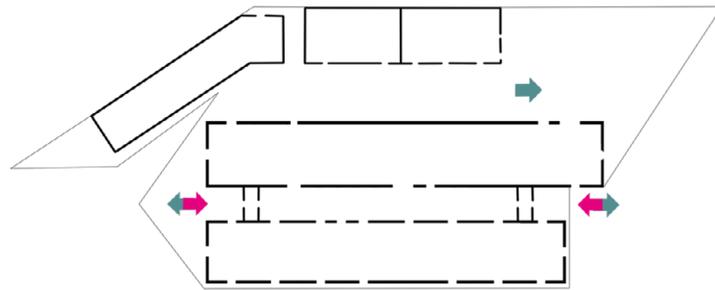
Tre sono gli elementi costruttivi principali: le pareti dei magazzini storici di pietra calcarea; la struttura in acciaio del tetto; colonne, solai e pareti in cemento armato. L'intero edificio è caratterizzato dall'utilizzo di materiali quali pietra calcarea, cemento, acciaio, vetro, legno e mattoni di argilla per la pavimentazione. Oltre ad essere di alta qualità e durevoli nel tempo, questi materiali sono familiari alle persone e aiutano a creare un ambiente accogliente. Il mercato interno si articola su tre piani, all'interno degli edifici ricostruiti e tra di loro. Le nuove costruzioni interrato sono realizzate in cemento armato. All'interno delle storiche mura in pietra calcarea, al piano terra, sono presenti colonne in cemento per sostenere ulteriormente le lastre di cemento del primo piano. Il primo piano e gli spazi tra i vecchi magazzini è coperto dal grande tetto a "denti di sega". La struttura metallica del tetto e le diramazioni delle colonne in acciaio formano una struttura che segue una griglia piuttosto regolare. Il tetto si solleva gradualmente verso il centro, rendendo l'edificio più leggero e arioso. Il nuovo tetto è rivestito in pannelli metallici, con colori pertinenti all'area circostante e progettato in maniera da richiedere poca manutenzione. La parte anteriore del tetto è lasciata aperta per ospitare un mercato all'aperto. Oltre il mercato all'aperto si trovano chioschi in legno destinati alle piccole attività commerciali, come panettieri, negozi di dolci, negozi di spezie ecc. L'obiettivo principale del piano terra è trasmettere ai visitatori l'atmosfera confusionale tipica del mercato.

Le funzioni tipiche di un mercato, bancarelle di carne, pesce e latticini, sono fianco a fianco al mercato degli agricoltori, le bancarelle di verdura e un viale di cibo di strada nell'edificio centrale. La combinazione di queste funzioni crea un modo completamente nuovo di vivere il mercato. Il primo piano è principalmente dedicato agli elementi essenziali dell'ex mercato, antichità, beni di seconda mano e abbigliamento, oltre negozi di design, artigianato e articoli per la casa.



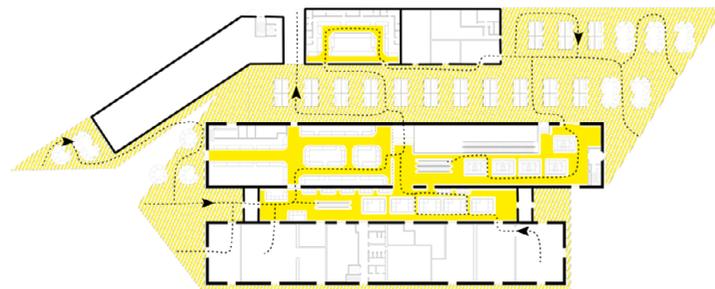
struttura e ingressi

-  ingresso
-  uscita



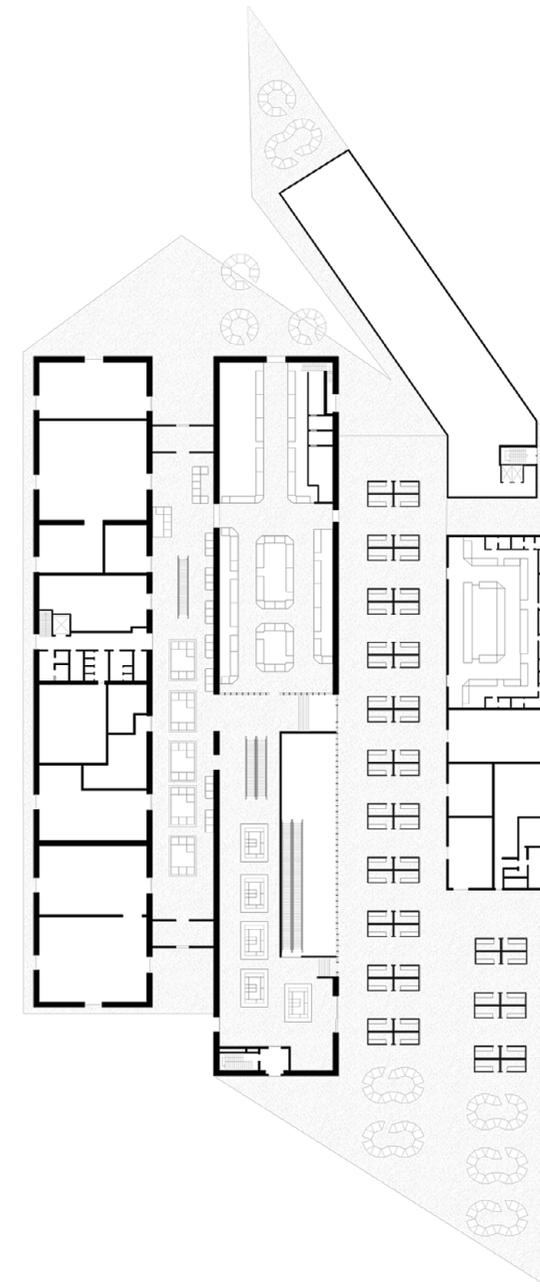
circolazione e distribuzione

-  superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
-  superficie calpestabile di circolazione (aperto /coperto)



destinazione funzionale

-  commercio alimenti freschi
-  commercio alimenti secchi
-  magazzino
-  negozi
-  ristorazione



pianta piano terra

0mt 25mt 50mt

ristrutturazione

7. Malmö Saluhall

Location	Malmö, Svezia
Settore	commerciale, ristorazione
Progettista	Wingårdh Arkitektkontor
Superficie	460 mq
Committente	privato
Costruzione	2016



GENERALI

Come molte città industriali, Malmö è attualmente in uno stato di transizione, da porto operoso, che nel 1968 ospitava il più grande bacino di cantieristica navale del mondo, a centro urbano post-industriale. Ma anche se deve ancora essere accolto dall'abbraccio della città, il Saluhall è già diventato una destinazione importante, portando ogni giorno mille persone in una parte di Malmö che è stata per anni riservata al solo settore industriale; fenomeno che non avrebbe avuto luogo se fossero stati realizzati edifici da destinare ad uffici. Grazie al Saluhall, questa è ora diventata una parte molto popolare della città. In un certo senso, questo nuovo mercato coperto può assomigliare alle sale da pranzo alla moda spesso sintomatiche della gentrificazione urbana che sono spuntate in tutto il mondo, ma in questo angolo dimenticato di Malmö porta nuova vita, piuttosto che spazzare via il vecchio.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

L'impronta limitata dell'edificio ha reso necessario lo scavo di un ampio piano seminterrato per ospitare i vasti locali tecnici e le celle frigorifere dell'edificio, situati sotto una piccola piazza situata all'angolo tra il frontone occidentale del magazzino e l'ampliamento che ospiterà i mercati degli agricoltori. Il magazzino originale, lungo 50 metri è stato conservato come un unico e imponente volume organizzato a partire da una strada interna che affaccia su diversi negozi, ristoranti e bancarelle di cibo di strada, intervallate da diverse aree salotto. Il progetto ha aggiunto un semplice volume accanto al vecchio edificio, raddoppiando quasi la superficie e ospitando tutti i moderni servizi richiesti. Oltre a includere ulteriore spazio per i venditori, la nuova aggiunta ospita stanze e servizi per il personale,



nonché un intimo soppalco che offre una vista sulle cucine sottostanti. Sebbene i vincoli dell'impronta dell'edificio possano aver ridotto l'area edificabile, hanno incoraggiato un rapporto integrato e creativo con gli spazi esterni.

SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

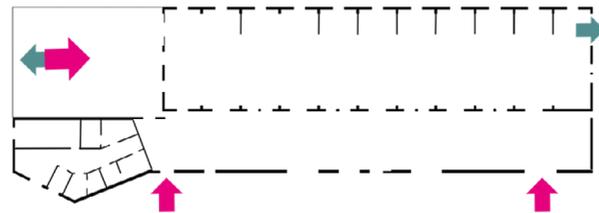
L'edificio esistente è stato ristrutturato con cura, conservando i prospetti originali su cui sono impresse le tracce delle aggiunte e delle rimozioni avvenute nel corso della storia. La tessitura delle murature originali è stata meticolosamente restaurata e, dove possibile, sono state ripristinate le finestre originali con una seconda unità a vetrocamera installata internamente. I due grandi portali alle estremità dell'edificio, che in precedenza consentivano l'ingresso

ai treni, sono stati vetrati per offrire vaste aree finestrate alle zone pranzo, ma rimangono comunque presenti i cardini arrugginiti che in precedenza portavano le pesanti porte di legno. Un tetto sovradimensionato consente di rispettare i severi requisiti di isolamento svedesi, poggiando sulla spessa muratura esistente.



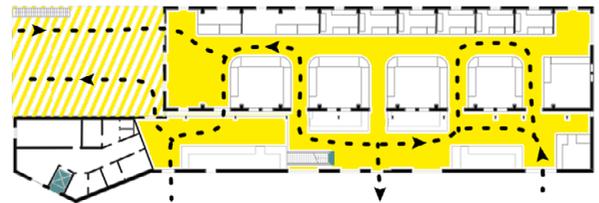
struttura e ingressi

-  ingresso
-  uscita



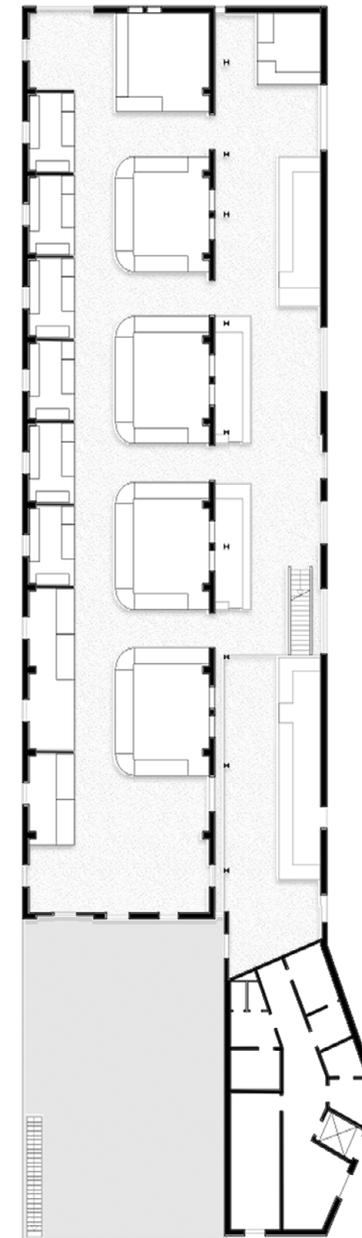
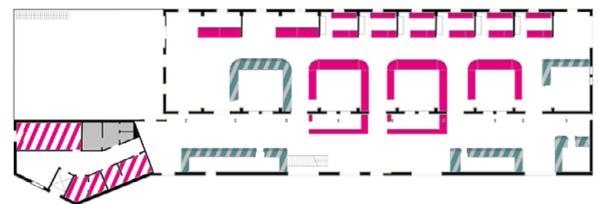
circolazione e distribuzione

-  superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
-  superficie calpestabile di circolazione (aperto/coperto)
-  distribuzione verticale



destinazione funzionale

-  commercio
-  ristorazione
-  magazzino
-  servizi igienici



pianta piano terra

0mt 5mt 10mt

ristrutturazione

8. Santa Caterina Market

Location
Settore
Progettista
Superficie
Committente
Costruzione

Barcelona, Spagna
commerciale, residenziale
MirallesTagliabue EMBT
1.600mq + 4.000mq
pubblico
1998 - 2003



GENERALI

Nel 1997 il progetto dello studio EMBT vince il concorso di architettura indetto dal comune di Barcellona per la riqualificazione del vecchio mercato rionale, costruito nel 1848 sui resti del quattrocentesco convento di santa Caterina, distrutto durante la rivoluzione civile. Il progetto conserva le strutture murarie preesistenti nel rispetto del contesto storico del sito, lungo una delle arterie più importanti della città vecchia, circondata da una fitta rete di stretti vicoli. La proposta progettuale sovrappone letteralmente il nuovo intervento alla preesistenza storica, mescola le forme, realizzando un agglomerato ibrido (commerciale e residenziale) che organizza e redistribuisce gli spazi interni del mercato, riducendo il numero dei banchi e razionalizzando i sistemi di accesso della grande piazza pubblica e le aree di servizio per la collettività. Il nuovo mercato è stato concepito come luogo di passaggio e ciò spiega le grandi e numerose porte di accesso. In questo senso, il mercato ortofrutticolo di Santa Caterina si aggiunge ai tanti progetti che contribuiscono a riqualificare il piano urbanistico di Barcellona con interventi di rigenerazione urbana e paesaggistica.

CARATTERISTICHE FUNZIONALI

Il cantiere si apre nel 1998 e viene completato nel 2003, due anni prima dell'inaugurazione ufficiale, quando il mercato diventa subito una delle icone più popolari del capoluogo catalano. Dal punto di vista progettuale, nei due livelli interrati si trovano un parcheggio di 4.800 mq e una centrale di raccolta differenziata dei rifiuti urbani; al piano terra si trova l'area museale dove si possono ammirare i resti del passato e una zona commerciale di 1.600 mq dei quali: 40% destinato ai magazzini, 30% ai ristoranti e il restante 30% si divide tra i diversi



disimpegni, un supermercato, un mercatino di oggetti usati e altri spazi destinati ad attività sociali e di solidarietà. Al piano superiore, infine, si trovano gli uffici direzionali e uno spazio polifunzionale per eventi culturali con annessa una biblioteca. A sud-ovest del mercato sorge un complesso residenziale di 4.000 mq dedicata agli anziani non autosufficienti che abitano nel quartiere. Il progetto di riqualificazione assolve a due aspetti di sostenibilità: ambientale, con la salvaguardia di buona parte del mercato storico e dei ritrovamenti archeologici; e sociale, rivitalizzando un edificio fatiscente con nuove funzionalità nel rispetto della tradizione popolare mediterranea, fondata sulle relazioni con il vicinato. Il mercato di Santa Caterina, in ultima analisi, si mostra come uno spazio ideale per la vita sociale e collettiva.

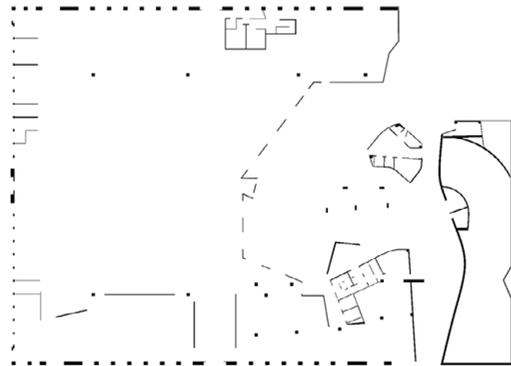
SPECIFICHE ARCHITETTONICHE

Con i suoi 5.500 mq, la copertura deborda dal perimetro dell'edificio diventando un forte elemento di richiamo visivo per i residenti e i visitatori del quartiere. La forma ondulata è regolata da un sistema di archi lignei e metallici che ripropongono, in chiave moderna, la particolare configurazione delle navate gotiche catalane. Per liberare l'interno e garantire la continuità spaziale, il sistema strutturale è risolto con tre travi reticolari spaziali che coprono l'intera luce. A questo sistema è stata agganciata la copertura che, libera da vincoli, è realizzata in ferro, legno e ceramica. Ogni elemento strutturale è un pezzo unico, concepito come un'opera d'arte, scelta controcorrente rispetto ai criteri di industrializzazione che hanno caratterizzato l'epoca moderna. La nuova struttura è indipendente dal punto di vista statico in quanto si poggia su sette pilastri, così da rendere lo spazio sottostante flessibile in previsione di future modifiche del *layout*. La stravagante copertura protegge e ingloba i vari elementi del mercato. La sua struttura è un sistema composto da travi di ordine superiore in acciaio, con sezioni e assi variabili, e travi di ordine inferiore in cemento, poggianti su pilastri in cemento e fasci di travi tubolari in acciaio. Al di sopra si innestano le volte biarticolate e triarticolate in legno lamellare e il tavolato rivestito in piastrelle di ceramica multicolore. Il sostegno della copertura è risolto attraverso l'utilizzo di tre archi reticolari in acciaio di 42 metri di luce, necessari a sostenere le travi al di sotto del tetto. La trave maggiore misura 70 metri, mentre la minore ne misura circa 40. L'effetto pixelato del tetto è la gigantografia di una foto tratta da un banco di frutta verdura mediterranea, stampata come un puzzle su una superficie di 325.000 piastrelle esagonali di 67 colori diversi. Appare dunque evidente l'omaggio alle opere di Gaudì, uno degli architetti più rappresentativi del modernismo catalano.



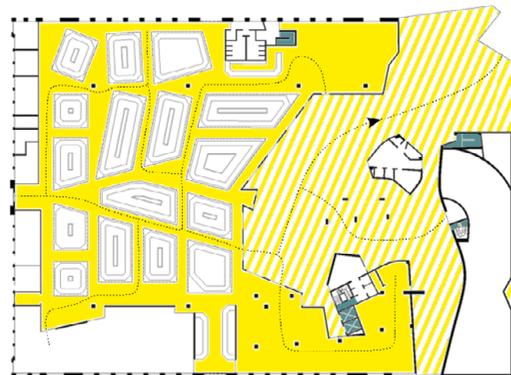
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



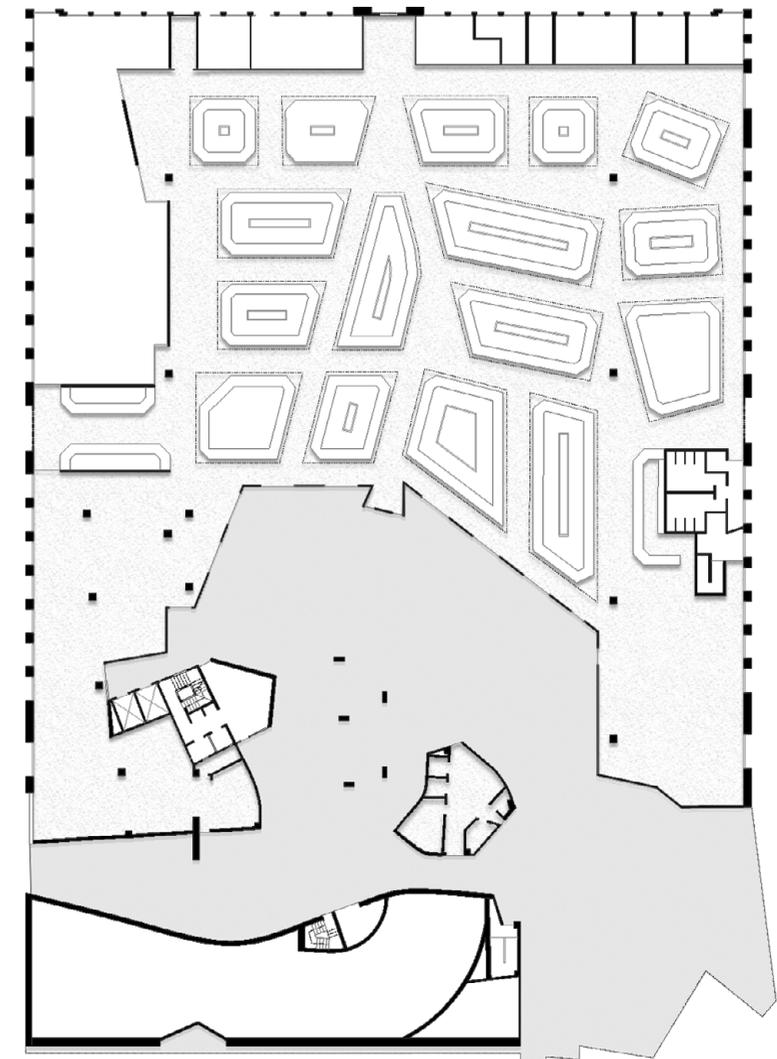
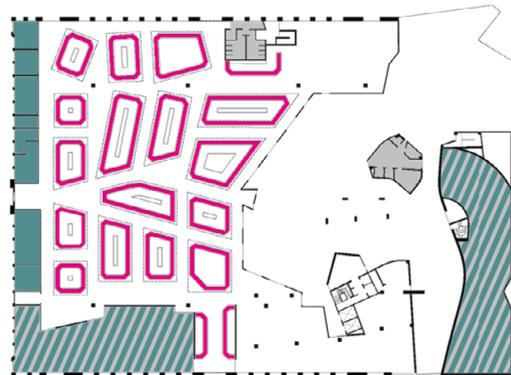
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- superficie calpestabile di circolazione (aperto /coperto)



destinazione funzionale

- commercio alimenti freschi
- negozi
- servizi igienici
- ristorazione



pianta piano terra

0mt 20mt 40mt

9. Mercato annonario

Location
Settore
Progettista
Superficie
Committente
Costruzione

Sanremo, Italia
commerciale
CalviCeschiaViganò
N/D
pubblico
2019



GENERALI

Lo studio è stato invitato a risolvere la marginalizzazione e il decadimento del Mercato Annonario, che stava ormai subendo da anni, riqualificando architettonicamente e funzionalmente l'area di vendita. La mancanza di coordinamento degli interventi di manutenzione e l'assenza di una visione strategica d'insieme hanno fatto in modo che, dall'essere centro di riferimento per la spesa quotidiana o per gli acquisti di ogni genere, sia divenuto sempre meno frequentato. Infatti, l'inadeguatezza strumentale dell'edificio, che non permette agli esercenti di rinnovare l'offerta commerciale, i problemi relativi alla difficoltà di parcheggio e il suo aspetto architettonico decadente, hanno fatto sì che, nelle dinamiche della vita cittadina, il Mercato Annonario stia subendo da anni un fenomeno di marginalizzazione. "L'edificio è nato polivalente ed in una certa misura questa sua caratteristica lo ha salvato e ha reso più chiara l'ideazione del progetto di recupero" spiegano i progettisti. Abbiamo perciò dovuto progettare 'in sordina', rinunciando alle grandi pretese e cercando, invece, quelle funzioni capaci di generare le relazioni che oggi sono venute a mancare e che hanno creato questa difficile situazione. L'edificio, oltre al mercato della frutta e verdura, le gastronomie e le macellerie, ospita il mercato del pesce, gli ambulatori veterinari dell'ASL, alcuni uffici comunali, gli uffici dell'INPS e di un sindacato nazionale.

SPECIFICHE FUNZIONALI E ARCHITETTONICHE

Il vecchio edificio è un unico corpo di fabbrica con intelaiatura in calcestruzzo armato, della superficie di circa tremila metri quadrati, caratterizzato da una copertura a volta parabolica con altezza che raggiunge pressoché i quindici metri. L'edificio, oltre al mercato della



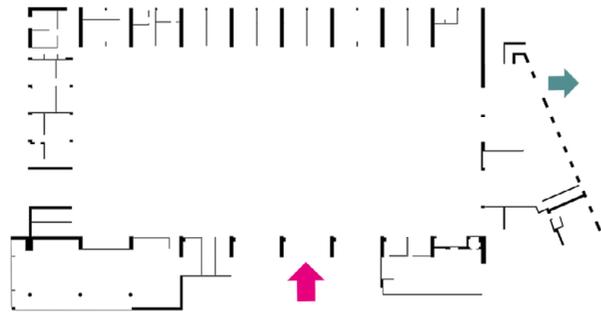
frutta e verdura, le gastronomie e le macellerie, ospita il mercato del pesce, gli ambulatori veterinari dell'ASL, alcuni uffici comunali, gli uffici dell'INPS e di un sindacato nazionale. La lunga fase di concertazione del progetto nonché l'analisi dei modelli nazionali e internazionali di riferimento, hanno portato lo studio a considerare che oggi i mercati cittadini debbano cercare di differenziare il più possibile l'offerta, poiché l'approccio delle persone che usano questi luoghi per fare la spesa non è solo quello di chi vuole risparmiare ma anche di chi cerca, nel prodotto, il miglior rapporto possibile tra qualità e prezzo. La riorganizzazione dello spazio interno del mercato è andato in questa direzione. Il ridisegno e la ricollocazione planimetrica dei banchi riequilibrano i flussi di distribuzione dei clienti e permettono di creare una piazzetta coperta interna che ospita un piccolo caffè, panchine

e tavolini. La struttura tridimensionale in legno serve a definire una regola semplice d'uso dello spazio in concessione. Per mantenere l'autenticità di carattere del luogo ciascuno è stato autorizzato a disegnare il proprio banco liberamente. La struttura in legno che definisce gli spazi di vendita ospita tutti i sistemi antincendio, cartellonistica, segnaletica, illuminazione e ogni banco è stato dotato di acqua corrente per permettere agli operatori di vendere anche dei prodotti lavorati. La scelta di usare il legno per la realizzazione delle strutture dei banchi e per i portoni d'ingresso è stata compiuta per la sua economicità, durevolezza e flessibilità, ammette ogni sorta di personalizzazione e comunica l'idea di rinnovamento; è rassicurante, diffusamente associato al "biologico" e a tutto ciò che è naturale.



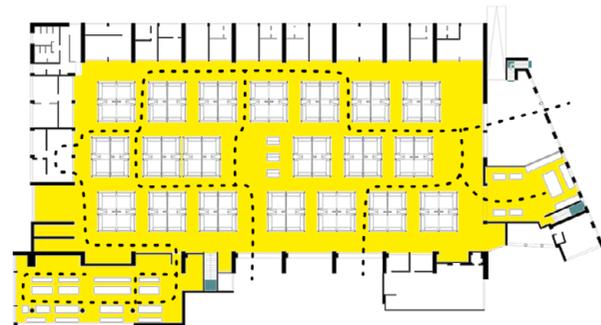
struttura e ingressi

- ingresso
- uscita



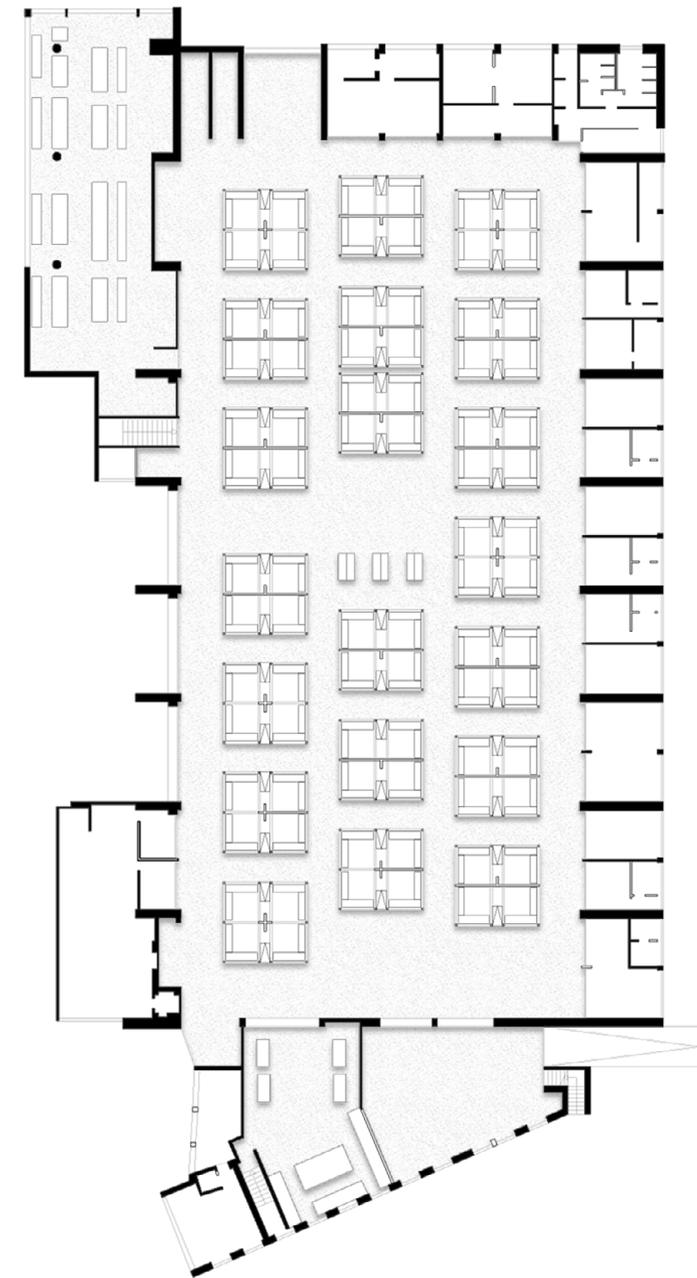
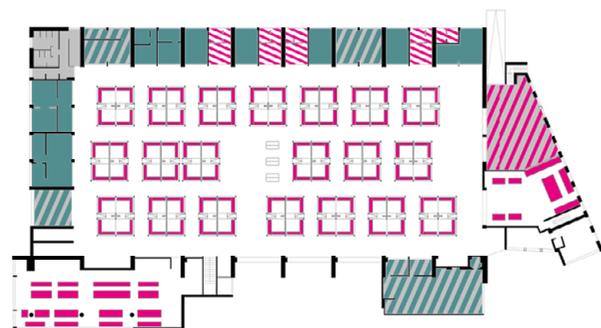
circolazione e distribuzione

- superficie calpestabile di circolazione (chiuso)
- distribuzione verticale



destinazione funzionale

- commercio alimenti freschi
- magazzino
- negozi
- ristorazione
- stoccaggio rifiuti



pianta piano terra

0mt 10mt 20mt

Definizione di un business model ibrido.

Verso un Food Hub per le filiere agroalimentari locali

4.1 Architettura del modello d'impresa e catena del valore

Vision - Mission - Valori

4.2 "Dimensioni" del business

Dimensione fisica: tipologie di Food Hubs

Dimensione virtuale: un Food Hub Digitale Locale

4.3 Metodologia per la formulazione di un business model

4.4 Analisi, interviste e modelli di business di aziende del settore "food"

4.5 Funzioni, operazioni e spazi del Food Hub

In questo capitolo, l'ultimo prima del progetto, si intende individuare e descrivere il processo che ha supportato la formulazione della proposta di un nuovo organismo architettonico e di un **innovativo** modello di business ibrido: il **Food Hub**.

Data la natura innovativa della tematica affrontata, il lavoro sul modello di business è stato indispensabile per individuare le **funzioni**, identificare le operazioni e definire gli spazi necessari al funzionamento di questa nuova tipologia architettonica al servizio delle filiere agroalimentari locali e nazionali. Inoltre, per comprendere il "mercato" in cui il progetto sarebbe andato ad inserirsi, sono state condotte svariate analisi, di **'business model'**, e interviste agli attori delle filiere agroalimentari.

Gli argomenti affrontati all'interno di questo capitolo escono dalla sfera strettamente architettonica per entrare, trasversalmente, nella dimensione economico-imprenditoriale. Il processo parte da **un'idea**, passa attraverso lo studio delle tematiche correlate, si confronta con la missione e con le attività previste, per poi giungere all'identificazione delle funzioni e la traduzione di queste, in spazi architettonici.

4.1

Architettura del modello d'impresa e input di sistema

La formulazione di strutture a supporto delle architetture d'impresa incorporano i modelli, i metodi e i principi chiave in una forma tale per cui sia possibile perseguire i fini economici, sociali e ambientali prefissati; questo implica solitamente un'interpretazione e traduzione degli obiettivi e dei fattori guida, in un modello operativo in grado di delineare gli ambiti di studio, i percorsi di rielaborazione e la progettazione dell' "architettura" imprenditoriale.

Nello specifico, il percorso intrapreso si è retto sul trinomio Cibo-Società-Architettura, vera e propria ossatura tanto della ricerca quanto del lavoro di progettazione strategica, funzionale e infine architettonica.

Una volta definiti gli input, il lavoro di strutturazione del business può iniziare, partendo dalla definizione della Mission, della Vision e dei valori aziendali.



CIBO



SOCIETA'



ARCH.

4.1.1

Mission, Vision e valori aziendali

Vision, Mission e valori aziendali sono la vera e propria ossatura di ogni azienda e startup; spiegano chi si è, cosa si vuole fare e come si intende raggiungere determinati obiettivi stabiliti all'interno del mercato di riferimento. Questi tre elementi fondativi del business, fanno parte del cosiddetto "patrimonio intangibile", non hanno consistenza fisica ma sono in grado di ispirare e guidare l'idea imprenditoriale all'interno del mercato; creano la cultura d'impresa e regolano il modo in cui ci si rapporta con collaboratori e con il mondo esterno. Sono parte della strategia, svolgono una funzione comunicativa, rafforzano l'identità d'impresa.

La Mission è la strada da percorrere per raggiungere la Vision, i valori aziendali sono il mezzo.

MISSION o missione E' la dichiarazione d'intenti che guida l'attività, che sia essa un'azienda o una startup, chiarisce il perchè si esiste, il perchè di ciò che si intende fare e in che cosa ci si differenzia rispetto ai *competitors* di mercato. Viene spesso accostata alla definizione e applicazione di opportuni indicatori chiave di prestazione (ICP). E' indispensabile stabilire una mission chiara per "gettare le basi" di una strategia aziendale efficace, rispondendo alle seguenti domande:

- Chi siamo?
- Cosa intendiamo fare?
- Perchè lo facciamo?
- Cosa ci rende diversi dagli altri?



Si tratta di capire quale sarà l'identità e cercare di esprimerla in poche e chiare parole in modo da poterlo comunicare efficacemente agli attori del mercato, che siano essi *competitors*, consumatori o collaboratori. Spesso viene usato uno slogan che deve disegnare l'immagine dell'attività e comunicare agli altri la personalità.

Gli elementi che dovrebbero essere presenti in un buon *mission statement* sono:

- Valori aziendali
- Ispirazione dei soggetti coinvolti
- Plausibilità
- Specificità

In definitiva, dalla mission derivano gli obiettivi e ciò che serve per raggiungerli. Di seguito, alcuni esempi:

Nike

"Offrire ispirazione e innovazione ad ogni atleta nel mondo. Se hai un corpo, sei un atleta"

Walt Disney

"Rendere felici le persone"

Google

"Organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle universalmente accessibili e utili"

Ferrero

"Qualità elevatissima, cura artigianale, freschezza del prodotto, accurata selezione delle migliori materie prime, rispetto e considerazione del cliente: ecco le "parole chiave" e i valori Ferrero, che hanno reso note e apprezzate da milioni di consumatori le specialità dolciarie prodotte nel mondo. Prodotti frutto di idee innovative, quindi spesso inimitabili pur essendo di larghissima diffusione, entrati a far parte della storia del costume di molti paesi, dove sono a volte considerati autentiche icone.

VISION o **visione** Viene usato nella gestione strategica d'impresa per indicare la proiezione futura di ideali e valori. La Vision raggruppa gli obiettivi di lungo periodo, comprende la visione del mercato e l'interpretazione di lungo periodo del ruolo aziendale all'interno del tessuto sociale ed economico. Può anche essere definito come il "sogno aziendale", e deve rispondere alla seguenti domande:

- Quali sono le nostre speranze e i nostri sogni?
- Quale problema stiamo risolvendo?
- Chi e cosa stiamo cercando di cambiare?



Le caratteristiche che dovrebbe avere un buon *vision statement* sono le seguenti:

- Essere chiaro e descrivere in modo vivido un'immagine
- Riguardare il futuro
- Contenere espressioni che facciano presa
- Riferirsi ad aspirazioni realistiche o comunque verosimili

Di seguito, alcuni esempi:

Esselunga Spa

"Consolidare la soddisfazione del cliente raggiungendo la sua fidelizzazione e allo stesso tempo ampliare il proprio bacino di utenza grazie all'apertura di nuovi mercati e all'utilizzo di nuovi canali distributivi"

Illy

"Vogliamo essere, nel mondo, punti di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò, cresce e diventa leader dell'alta gamma"

Ikea

"Creare una vita quotidiana migliore per la maggioranza delle persone"

VALORI AZIENDALI, ultimi ma non per questo meno importanti. Possono essere considerati come il codice etico da seguire nel percorso imprenditoriale. Definiscono il credo dell'attività e il rapporto tra gli attori della filiera (clienti, fornitori e altri *stakeholders*). Sono la mappa per la direzione morale alla guida dei processi decisionali, uno standard di valutazione delle azioni e delle violazioni. Per valori d'impresa si può intendere anche il sistema di idee, di *modus operandi* e attributi considerati fondamentali.

Di seguito, alcuni esempi:

Mars Incorporated

"I Cinque Principi della Mars – Qualità, Responsabilità, Reciprocità, Efficienza e Libertà – guidano il nostro approccio all'ambiente così come tutti gli aspetti del nostro lavoro"

McDonald's

"Qualità, servizio e pulizia"

Esselunga Spa

"Valorizzazione delle risorse umane, attraverso percorsi di crescita e sviluppo delle competenze e di valorizzazione del contributo personale".

SCHEMA MISSION - VISION - VALORI



4.2

"Dimensioni" del business

Il termine Food Hub è generalmente adottato per descrivere un business o un'organizzazione di intermediazione che gestisce attivamente l'aggregazione, la distribuzione e il marketing di prodotti provenienti da filiere controllate prevalentemente di origine locale o regionale, con l'obiettivo di aprire il mercato ad acquirenti istituzionali, a servizi alimentari, negozi e consumatori finali.

Nella maggior parte delle pubblicazioni in materia, c'è la tendenza a restringere l'idea di Food Hub nella sua sola dimensione fisica, di centro di distribuzione mentre, con l'avvento di Internet, bisognerebbe riconsiderare il concept dei Food Hubs.

Nasce quindi una nuova definizione di Food Hub dal lavoro dei ricercatori Berti G. e Mulligan C:

*"We define the Food Hub as an intermediary organisation or business (the Food Hub Intermediary Organization—FH-IO) which works as the supply chain manager and provides a logistical and organisational platform for the aggregation and distribution of source-identified food products from local and regional producers to both wholesale buyers (institutions, food service firms—restaurant, hotel, pubs, etc.—retail outlets) and end consumers (individuals and group)."*¹



¹ Berti G e Mulligan C, Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems, Innovation and Entrepreneurship Group, Imperial College Business School, London, 2016, pp. 22



4.2.1

Dimensione fisica.

Tipologie di Food Hubs

1. Food Hub boutique / etnico / artigianale:

Spesso opera in una struttura sotto un'unica proprietà, con un focus particolare su artigianato, specialità gastronomiche e bevande. Vendita di prodotti locali, latticini, carne e cereali. La forza di questo tipo di food hub sta nel creare solidi collegamenti tra la popolazione e i produttori locali. Può includere un focus su particolari alimenti etnici e tradizionali.

(Example: Melrose Market, Seattle, Washington)



2. Food Hub a modello co-operativo:

Questo tipo di food hub è solitamente avviato da un'associazione di consumatori che acquistano considerevoli quantità, all'ingrosso, di prodotti locali per poi confezionarli e ridistribuirli ai cittadini.

(Example: Puget Consumers Co-op Natural Markets, Seattle, Washington.)



3. Food Hub turistico:

Solitamente una struttura a grande scala o un insieme di strutture dove le attività di vendita agro-alimentare rivestono l'attrazione principale sia per i residenti che per i turisti, ma di particolare attrattività per la seconda categoria.

(Example: Pike Place Market, Seattle, Washington)



4. Food Hub incentrato sull'istruzione e sui servizi di comunità:

Questo tipo pone al centro un sistema di servizi per la comunità, come incontri formativi, cucine comunitarie e strutture di lavorazione dei prodotti agro-alimentari, oltre a formazione professionale in ambito agricolo e culinario, corsi di alimentazione, orti comunitari e incubazione di progetti innovativi nel settore food. L'accesso per le persone a basso reddito è prioritario.

(Example: Chinatown-International District, Seattle, Washington)



5. Food Hub digitale locale:

basato su internet, promuove connessioni efficienti tra produttori alimentari locali e regionali e consumatori, comprese istituzioni, ristoranti e negozi. Potrebbe avere anche una dimensione fisica, ma non è indispensabile.

(Example: Puget Sound Food Network, Washington State)



6. Food Hub di aggregazione regionale:

Presuppone la presenza di una struttura centralizzata che gestisce e coordina le attività di aggregazione, conservazione, lavorazione, distribuzione e commercializzazione di prodotti agro-alimentari di produzione locale o regionale.

(Example: Hunts Point Food Distribution Center, New York City)



7. Food Hub rurale:

In questo caso il food hub è diffuso all'interno di una realtà municipale rurale in cui si instaurano forti legami tra i produttori alimentari locali e i trasformatori con i consumatori del luogo, in ottica di promozione di un'economia basata sul cibo locale. Un'elevata percentuale di residenti locali è coinvolta nella promozione di un sistema alimentare alternativo a quello globale.

(Example: Hardwick, Vermont)



8. Food Hub ibrido:

Questa tipologia di Food Hub è definita da una struttura o un'insieme di strutture che integrano vari tipi di attività, tra cui vendita, somministrazione e logistica. Molti dei foodhub attualmente esistenti sono di questo tipo.

(Example: Eastern Market Corporation, Detroit)



Considerazioni

Le considerazioni che seguono sono fondamentali per la definizione della tipologia di Food Hub che si intende "progettare". In termini di considerazioni organizzative, ci sono molteplici possibilità in relazione al tipo di clientela, alla proprietà, al tipo di struttura e alle finalità. Progetto e scala dell'intervento sono due importanti considerazioni di carattere fisico. L'operato dei pianificatori e degli altri attori del sistema, assicurano che le decisioni siano prese sulla base dell'assetto comunitario, delle necessità, degli obiettivi e dei risultati attesi dal progetto.

Pubblico I FH attraggono differenti tipologie di pubblico: residenti del quartiere, turisti, famiglie a basso reddito e distributori alimentari. Per esempio, un FH orientato ad un commercio all'ingrosso, riunisce i produttori e i trasformatori alimentari con l'obiettivo di rifornire mense collettive, negozi alimentari e ristoranti fornendo un'ampia gamma di prodotti provenienti da una moltitudine di realtà agro-alimentari locali.

Un FH orientato alla vendita diretta, invece, mira a fornire un servizio specifico ai residenti di un quartiere o di una realtà rurale, ai gestori di negozi e di rivendite alimentari.

Proprietà

I FH hanno differenti modelli di proprietà che vanno dalle organizzazioni no profit agli imprenditori agricoli, dal settore pubblico alle associazioni di consumatori. Nel caso del singolo proprietario si ha un'efficienza in termini identitari e di immagine. Comunque, certi tipi di food hub possono esistere e funzionare senza un unico leader, come nel caso dei FH diffusi all'interno di quartieri cittadini.

Obiettivi

L'obiettivo, o l'insieme degli obiettivi, di ogni FH dipende da diversi fattori quali, ad esempio, la proprietà e le possibilità di mercato. Nel caso del food hub turistico, lo scopo principale è quello di attrarre turisti, vendere i prodotti tipici e fare attività pratiche e didattiche. Il mercato in molte grandi città è la principale destinazione per turisti e per acquirenti locali. Spesso, oltre al mercato, si trovano negozi di



specialità locali e artisti di strada che contribuiscono all'attrattività del mercato.

In altri casi, i FHs vengono intesi e progettati per essere delle vere e proprie imprese a scopo di lucro, includendo tra gli obiettivi il riuso di edifici storici in disuso e la creazione di solidi legami tra i produttori locali e i consumatori consapevoli, oltre a fornire opportunità per piccole start-up e business indipendenti nel campo del food.

Scala, progetto e location

Il progetto, o "design", è il mezzo per connettere e legare le finalità con i processi e le funzioni di un determinato "format" di FH. Il progetto e la sua relativa location, sono due aspetti fondamentali per il successo del progetto.

Ci sono alcuni casi di FHs in cui gli edifici sono stati costruiti specificatamente per ospitare banche delle aziende agricole e piccole attività commerciali, oltre che di somministrazione.

La scala del progetto influisce sulla scelta del mix funzionale e delle componenti dei FHs. Ci sono differenti scale di progetto, dal singolo edificio ad un intero quartiere cittadino.

Ci sono casi di riuso adattivo di edifici ex industriali in disuso, casi in cui si costruisce ex novo e altri in cui più edifici vengono collegati e adattati alla nuova funzione di FH o in cui l'edificio esistente viene suddiviso per ospitare al suo interno più funzioni.

L'unica definizione che faccia riferimento ad aspetti fisici è quella di De la Salle e Hollan. Ci dicono che il design di un FH è tanto migliore quanto più il progetto è appropriato al contesto di riferimento oltre che in grado di rispondere in maniera semplice ed efficace alle esigenze dei processi fisici e sociali che avvengono al suo interno.

In termini di location, un FH può essere collocato in aree rurali, suburbane o urbane; vicino a stazioni di servizio per i mezzi di trasporto, in centri urbani o in quartieri residenziali.

Il sito è molto importante e deve essere considerato in relazione al contesto ma, in generale, un FH deve essere accessibile con differenti mezzi di trasporto per garantire un'efficiente accessibilità a tutti i potenziali fruitori. Per esempio, i produttori e i distributori avranno bisogno di un'area di accesso e parcheggio per i furgoni mentre ai residenti dovrà essere garantita una buona accessibilità a piedi, in bici o con l'automobile. Il sito può inoltre fornire opportunità di aggiungere servizi e funzioni quali orti comuni, tetti verdi e fattorie didattiche/operative.



4.2.2.1

Ridefinizione dei prodotti e dei mercati

Stando alle tradizionali teorie economiche e di marketing e, nello specifico, alle teorie delle catene del valore e delle reti di approvvigionamento, un "prodotto differenziato" è un prodotto con valore aggiunto che si distingue sul mercato per le sue specificità e che si differenzia dagli altri prodotti. Nell'approccio di "ri-territorializzazione", un prodotto differenziato è caratterizzato da tre dimensioni principali:

- I. Qualità, sicurezza e salubrità
- II. Sostenibilità e salubrità
- III. Località

Il processo di "ri-territorializzazione" è strettamente connesso con lo sviluppo di nuove reti di approvvigionamento nell'ottica di costruire nuovi "Nested markets" che possono generarsi grazie all'interazione di quattro processi:

- I. La demonopolizzazione degli attuali mercati
- II. La costruzione di nuove connessioni all'interno dei mercati esistenti
- III. La creazione di nuovi segmenti di mercato
- IV. Lo sviluppo di nuove strutture di governance per i mercati esistenti e quelli emergenti

Dalla prospettiva dei "Nested Markets", le reti agroalimentari alternative o AAFNs possono essere concettualizzate come modelli in grado di rimodellare i meccanismi produttivi, distributivi e re-distributivi dei prodotti, dei servizi e dei meccanismi economici. I mercati, infatti, non sono solo istituzioni economiche ma anche reti sociali e materiali di relazioni che permettono transazioni di beni e servizi; ma in alcuni scenari, queste transazioni tra produttori e consumatori, possono venire meno a causa di disconnessioni che possono essere definite come dei "buchi strutturali" nella struttura dei mercati.

In risposta a questi "buchi strutturali" si sono sviluppati nuovi modelli

alternativi "farm to fork": vendita diretta in loco, mercati dei contadini, negozi collettivi di produttori, gruppi di approvvigionamento solidale, gruppi di acquisto solidale. Questi nuovi modelli organizzativi si basano su cinque principi fondamentali:

- I. Trasparenza
- II. Democrazia
- III. Equità
- VI. Accessibilità
- V. Sostenibilità

4.2.2.2

Approcci e definizioni di Food Hub

Secondo Barham et al., è chiaro che c'è un crescente interesse per i Food Hub regionali da parte di una vasta gamma di soggetti che vanno dai pianificatori alle imprese, dai ricercatori ai fornitori di servizi, ma è emersa anche una certa confusione su cosa sia un hub alimentare regionale e cosa non lo sia. Inoltre, una comprensione condivisa di ciò che sono i FHs e le loro funzioni si sta consolidando nonostante esistano controversie su come classificarli. Possono essere classificati per la loro funzione o per la loro struttura ma, in entrambi i casi, risulta difficile una completa ed esaustiva teorizzazione. Nonostante la convinzione che i Fhs siano diventati uno tra i più popolari strumenti organizzativi di supporto ai sistemi alimentari locali, manca ancora una visione condivisa circa i differenti modelli di Fhs. Una prima distinzione può essere fatta sulla base dell'approccio teorico e della struttura organizzativa:

1 Sviluppo di una comunità del cibo sostenibile

Secondo questa visione, i Fhs sono intesi come organizzazioni o imprese fondate sul principio di comunità e su motivazioni di carattere prevalentemente sociale, il cui obiettivo è costruire comunità del cibo sostenibili. In questa prospettiva, i Fhs vengono concepiti come AAFNs (Alternative Agri-Food Networks).

Alcune definizioni:

1. I FHs sono intesi come intermediari guidati dalla visione di uno, o di un piccolo numero di individui che riunendo produttori o consumatori aggiunge valore allo scambio di merci e promuove lo sviluppo di una filiera locale. Questo valore aggiunto può essere ottenuto attraverso economie di scala, valore sociale, lavoro educativo o servizi. In altre parole, la pura funzione di distribuzione è solo un elemento del FHs e la funzione di distribuzione può essere appaltata a terzi. L'hub può anche fornire i mezzi per raggiungere, attraverso i servizi del settore pubblico, le comunità più svantaggiate, fornendo uno spazio per l'innovazione e fungendo da punto focale per lo sviluppo di un'agenda politica volta a costruire sistemi alimentari alternativi.⁴

2. Un FH funge da intermediario di coordinamento tra i produttori regionali, i fornitori e i clienti, comprese le istituzioni, le aziende di servizi di ristorazione, i punti vendita al dettaglio e i consumatori finali. I Fhs abbracciano uno spettro di funzioni, scopi, strutture organizzative e tipologie, ognuna delle quali può essere adattata per raggiungere obiettivi specifici stabiliti dalla comunità. I servizi forniti da un FH possono includere aggregazione, immagazzinamento, elaborazione condivisa, distribuzione coordinata, vendita all'ingrosso e al dettaglio e gestione dei rifiuti alimentari. I FHs contribuiscono al rafforzamento dei sistemi alimentari locali e regionali, nonché al raggiungimento di obiettivi comunitari più ampi di sostenibilità e salute.⁵

2 Filiera agroalimentare basata sul principio del valore

L'approccio porta la sua attenzione sulle reti di approvvigionamento e sull'efficienza dei mercati e intende i Fhs come innovativi modelli di business che perseguono la scalabilità dei sistemi alimentari locali attraverso il soddisfacimento della domanda di prodotti all'ingrosso coordinando le aziende agricole di piccole e medie dimensioni.

⁴ (Sustain 2009)

⁵ (Horst et al. 2011)

Alcune definizioni:

3. Il FoodHub è un meccanismo attraverso il quale i piccoli produttori possono accedere collettivamente ad una struttura di intermediazione che consente loro di commerciare con grandi acquirenti, siano essi supermercati, servizi di ristorazione o consorzi di appalti pubblici: nessuno di loro sarebbe in grado di commerciare agendo in solitaria.⁶

4. Il FoodHub è un'azienda o un'organizzazione che gestisce attivamente l'aggregazione, la distribuzione e la commercializzazione di prodotti alimentari, identificati alla fonte principalmente da produttori locali e regionali per rafforzare la loro capacità di soddisfare la domanda all'ingrosso, al dettaglio, e delle istituzioni.⁷

5. Il FH è, o intende essere, un'azienda finanziariamente sostenibile che dimostra un impegno significativo nell'aggregazione e la commercializzazione di cibo regionale.⁸

3 Altri approcci

6. Un food hub è un'azienda o un'organizzazione che coordina attivamente l'aggregazione, lo stoccaggio, la distribuzione e la commercializzazione di prodotti alimentari locali o regionali per rafforzare le capacità dei piccoli produttori di soddisfare la domanda all'ingrosso e al dettaglio. Aggregando i prodotti di molti agricoltori e fornendo economie di scala, i FHs aiutano i piccoli produttori a raggiungere una più ampia fetta di mercato, compresi i grandi acquirenti regionali.⁹

7. I FHs comunitari possono essere definiti in generale come un'alternativa di coordinamento approvvigionamento, fornitura

⁶ (Morley et al. 2008)

⁷ (Barham et al. 2012)

⁸ (Fischer et al. 2015)

⁹ (Reynolds-Allie et al. 2013)

e / o commercializzazione per conto di produttori e consumatori e fornendo supporto tecnico e infrastrutturale alla distribuzione dei prodotti. Oltre ad avere chiari obiettivi ambientali, sono spesso guidati da motivazioni sociali relative alla coesione della comunità, al guadagno sociale, all'aumento della salute e all'ampliamento delle opzioni di accesso al cibo locale.

4.1.3

Approccio ai Food Hubs basato sul principio del valore della filiera agroalimentare

Da questa prospettiva i Fhs sono pensati come dei nuovi modelli di business capaci di aprire il mercato dei grandi acquirenti quali ristoranti, supermercati e istituzioni pubbliche, ai piccoli e medi produttori locali. Per questi acquirenti, la vendita diretta non è in grado di soddisfare il volume, la consistenza, la qualità, la frequenza, la sicurezza e i processi di cui il cibo fresco necessita. I Fhs servono dunque da intermediari strategici capaci di far coincidere la domanda con l'offerta.

Questo approccio affonda le sue radici nella teoria della gestione strategica della catena di approvvigionamento. Si concentra sulla ri-localizzazione del sistema agroalimentare in modo da spostare le produzioni alimentari locali nei principali mercati in modo efficace ed efficiente in termini di costi. Da questa prospettiva, l'attenzione viene rivolta ai differenti aspetti gestionali della filiera alimentare: l'incremento della produttività, della logistica e delle infrastrutture per garantire il soddisfacimento della domanda in termini di quantità, qualità, sicurezza, l'aggregazione ma anche la costruzione di partnership durature nella rete di approvvigionamento.

I FHs rappresentano quindi un'alternativa sia alla filiera alimentare convenzionale che alla vendita diretta e, allo stesso tempo, condividono caratteristiche chiave con entrambi: "come con il marketing diretto e le catene del valore condividendo un'enfasi sui prodotti alimentari di alta qualità e l'identificazione dei produttori. Assieme al marketing delle materie prime e la catena del valore, riconoscono inoltre l'importanza di una gestione efficiente della catena di approvvigionamento e della logistica".¹⁰

¹⁰ Stevenson, G.W et al., Midscale food value chains: An introduction. J. Agric. Food Syst. Commun. Dev. 2011, 1, p. 27-34

4.1.3

Dal valore economico al valore condiviso

Nelle teorie SCM (Supply Chain Management), il concetto di valore è strettamente legato all'aspetto economico, con particolare attenzione alla produzione, al rapporto tra costo di produzione e prezzo di vendita e all'efficienza.

Nell'approccio VBSCs (Value Based Supply Chain), il termine "valore" non è strettamente economico ma anzi coinvolge un insieme di differenti valori: località, sostenibilità, democrazia economica, qualità nel tentativo di massimizzare il valore dei prodotti e l'abilità dei produttori di estrarre valore "finanziario" attraverso la differenziazione delle loro produzioni. Allo stesso tempo, le teorie VBSCs stanno alla base del processo di co-produzione di valore che coinvolge i produttori, gli attori nel settore della trasformazione e della distribuzione nonché i consumatori finali, al fine di raggiungere una serie di obiettivi condivisi che vanno oltre il ritorno finanziario e che sono strettamente connessi con lo sviluppo locale sostenibile. In quest'ottica, i FHs sono in grado di facilitare attivamente le relazioni lungo le catene alimentari locali e di portare valore aggiunto, o "valore condiviso", agli agricoltori e alle comunità locali secondo la teoria di Porter e Kramer.

Nelle teorie VBFSCs (Value Based Food Supply Chain) i vantaggi sono reciproci, per produttori e consumatori, e si manifestano in diverse forme: i produttori ottengono prezzi premium generati da una efficace differenziazione dei loro prodotti e una più equa distribuzione dei profitti grazie ad una democratica gestione della filiera. I consumatori, d'altro canto, hanno maggiore accesso a prodotti locali, con specifiche caratteristiche di qualità e a prezzi ragionevoli.

I Food Hubs non distribuiscono solo prodotti alimentari, ma contribuiscono a creare connessioni sociali, relazionali ed educative, oltre a portare notevoli vantaggi economici per produttori e consumatori.

4.1.5

I supermercati nelle VBSCs e i Food Hubs

Poiché i Food Hubs servono a colmare il divario tra i produttori di piccole e medie dimensioni e gli acquirenti all'ingrosso, possono potenziare la strategia di ricollocazione del sistema agroalimentare attraverso un doppio processo di sostegno al potenziamento dei sistemi di distribuzione alternativi e al ridimensionamento dei convenzionali distributori alimentari come Carrefour, Coop o Crai che decidono di spostarsi verso l'approvvigionamento di cibo locale in risposta alla crescente domanda dei consumatori.

Secondo Stevenson e Pirog, il settore dei supermercati appare essere un ambiente poco amichevole per le VBSCs, in particolar modo le grandi compagnie multinazionali, per una serie di motivi:¹¹

- Le filiere dei supermercati tendono a competere in termini di volume e prezzo, associando la produzione di cibo ad una minima quantità di ingredienti, prodotti in maniera standardizzata e uniforme.
- I supermercati spesso hanno sistemi di acquisto centralizzati che mal si interfacciano alla filiere produttive regionali.
- Le compagnie di supermercati sono note per avere rapporti spesso avversi con i loro fornitori, un modello di business molto differente rispetto all'approccio delle VBSCs.



Food Hub

¹¹ (Stevenson, G.; Pirog, R. Values-based supply chains: Strategies for agrifood enterprises of the middle. In Food and the Mid-Level Farm: Renewing an Agriculture of the Middle; Lyson, T., Stevenson, G., Welsh, R., Eds.; The MIT Press: Cambridge, MA, USA, 2008.)

4.3

Metologia per la formulazione di un business model

Negli ultimi anni, sia il mercato Europeo che quello mondiale hanno subito e stanno tutt'ora subendo cambiamenti radicali con la complicità di diversi fattori quali: la globalizzazione degli scambi, l'integrazione europea, lo sviluppo delle nuove tecnologie ICT e infine la crisi economica iniziata nel 2008.

L'insieme di questi elementi stanno portando le aziende a cambiare le loro strategie e i relativi modelli di business con l'obiettivo di affrontare le emergenti sfide imposte dalla competizione globale.

Il suddetto cambiamento si rende ancor più necessario per le piccole e medie imprese, ovvero le più esposte alla perdita di competitività dovuta ai cambiamenti del mercato odierno.

Dal panorama attuale, emerge sempre più la necessità di strutturare modelli di business che siano al passo con i tempi e che partano da presupposti nuovi, adattati alle nuove leggi del mercato.

Il concetto di "business model" viene usato per definire la logica aziendale, ovvero il modo in cui opera e come crea valore per i suoi stakeholder.

*"Un modello di business è uno strumento concettuale che contiene un set di elementi e le loro relazioni e permette di esprimere la logica di business di una specifica azienda. È una descrizione del **valore** che una impresa offre ad uno o più segmenti di clienti e dell'**architettura dell'azienda** e la sua rete di partners atta a creare, mettere sul mercato e consegnare questo capitale di valore e relazione, per generare flussi di reddito vantaggiosi e sostenibili."*¹

Negli ultimi anni, l'attenzione per modelli di business innovativi è cresciuta di pari passo con le innovazioni, scoperte e riflessioni in

¹ Osterwalder A., Pigneur Y., Tucci Ch., *Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept*, Communications of the Association for Information Systems, Vol. 16, 2015

ambito tecnologico, ambientale e sociale.

Il crescente sviluppo di start-up, negli ambiti più disparati, ha incoraggiato la nascita e diffusione di nuovi modelli e nuove strategie di business.

Un modello può strutturarsi e essere analizzato grazie all'uso di metodologie e strumenti differenti che permettono di visualizzare le idee, le strategie e gli obiettivi che si intendono perseguire.

"Questo approccio fornisce mezzi visivi per esaminare e migliorare giudizi manageriali trasformando dati grezzi in forme accessibili di rappresentazione della conoscenza."²

Business model e strategie sono due concetti distinti ma fortemente connessi; un modello di business deve esporre la logica che supporta la creazione di valore per gli stakeholder. La strategia definisce gli obiettivi tenendo in considerazione le dinamiche ambientali e le risorse a disposizione, delineando le iniziative e le politiche necessarie al raggiungimento di una posizione competitiva sul mercato e sostenibile dal punto di vista economico.

Esistono diversi strumenti utili a visualizzare le strategie e i business model e si basano su schemi e grafici. Lo strumento più utilizzato e allo stesso tempo più efficiente per definire e visualizzare un modello di business è il **Business Model Canvas**.

*"È uno schema semplificato per rappresentare e proiettare modelli di business e identificare nuove alternative strategiche. Esso punta a fornire uno schema comune per descrivere con facilità e maneggiare i modelli di business in organizzazioni di ogni genere, incluse grandi aziende, non-profit e nuove imprese. È anche diventato uno strumento molto comune nello sviluppo dei piani di business delle start-up."*³

Dunque, il BMC viene usato per descrivere l'importanza del modello di business e gli elementi chiave che lo andranno a comporre.

² Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

³ *ibidem*

5.3.2

Elementi chiave dei Business Model

Gli elementi chiave indispensabili per formulare una proposta di business model sono fondamentalmente quattro:

1. Partner chiave
2. Attività chiave
3. Risorse chiave
4. Struttura dei costi
5. Relazione con i clienti
6. Canali di comunicazione
7. Proposta di valore

1

Partner chiave

*"L'elemento dei partner chiave descrive la rete di fornitori e partner che fanno funzionare il modello di business."*⁴

È fondamentale tenere a mente i seguenti fattori quando si istituiscono le partnership:

- Accordi di buona partnership;
- Definizione delle aspettative;
- Impatto sui clienti;
- Situazione Win-Win, affinché una partnership sia sostenibile, occorre che i guadagni siano individuabili per entrambe le parti,
- Selezionare le partnerships.

Quando la partnership è creata, è vantaggioso analizzare la natura della collaborazione basandosi sulle seguenti domande chiave:

1. Quali partnership sono cruciali per il nostro business?
2. Chi sono i nostri fornitori più importanti?
3. Quali dei nostri fornitori e partner assicurano le risorse chiave?



⁴ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

2

Attività chiave



*"L'elemento attività chiave include le cose più importanti che un'azienda deve fare per far funzionare il proprio modello di business."*⁵

Al fine di avere successo, un'azienda deve effettuare le azioni chiave che sono in primo luogo dettate dal suo modello di business.

Quando si pianificano le attività chiave, è necessario saper rispondere alle seguenti domande:



1. Che genere di attività sono cruciali per il nostro business?
2. Che genere di attività sono cruciali per i nostri canali di distribuzione?
3. Che genere di attività sono importanti se vogliamo mantenere i nostri rapporti con i clienti?
4. Che genere di attività sono fondamentali per i nostri flussi di reddito?

Alcune attività chiave tipiche che sono comunemente praticate dalla maggior parte delle organizzazioni sono elencate sotto:

- Ricerca e Sviluppo;
- Produzione;
- Marketing;
- Vendite e Servizi per i clienti.

⁵ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

3

Risorse chiave

"L'elemento delle Risorse chiave descrive cos'è necessario per avere successo in un'azienda."⁶



Ciascuna azienda deve avere accesso alle risorse. L'insieme di risorse necessarie riguarda significativamente il successo di un'impresa o, al contrario, la mancanza di esso. Ci sono diverse classificazioni delle risorse. Per esempio, Michael Gordon, nel suo libro "Entrepreneurship" (2009) ha distinto sei tipi di risorse: risorse umane, risorse materiali, risorse finanziarie, risorse di conoscenza, risorse infrastrutturali e l'immaginazione. Si deve dunque trovare risposte alle domande:



1. Quali risorse chiave sono richieste dalla nostra proposta di valore?
2. Quali risorse sono richieste dai nostri canali di distribuzione, relazioni con i clienti e flussi di reddito?

Basandosi sulle domande, è possibile dividere le risorse chiave nelle seguenti categorie: materiali, intellettuali, umane e finanziarie.

1. Risorse Materiali

I beni materiali, come le infrastrutture di produzione, costruzioni, veicoli, dispositivi, macchinari, reti punti di vendita o reti di distribuzione.

2. Risorse intellettuali

Come il marchio commerciale, la competenza dell'autore, brevetti, diritti d'autore, collaborazioni, banca dati della clientela.

3. Risorse umane

Sono cruciali nei lavori manuali che richiedono larghe competenze e creatività. Un modello appropriato di cultura organizzativa nell'azienda rafforza le relazioni tra impiegati e azienda e tutte le persone che sono associate a loro. È una risorsa chiave di ogni impresa.

4. Risorse finanziarie

Ogni azienda necessita di capitali a tutti gli stadi del suo sviluppo e, per applicare il modello di business, è necessario ottenere specifiche risorse finanziarie. Questo tipo di risorse dell'organizzazione comprendono il contante, titoli, crediti, prestiti e garanzie.

⁶ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

4

Struttura dei costi

"La struttura dei costi copre tutte le spese, che sono importanti nell'attività dell'azienda."⁷



Avendo in mente l'aspetto finanziario, dovremmo rispondere alle seguenti domande:



1. Quali sono i costi principali che sono generati nella nostra azienda?
2. Quali risorse chiave sono più costose?
3. Quali azioni chiave richiedono un maggiore investimento finanziario?

In diversi modelli di business, un compito particolarmente importante è mantenere i costi bassi. Quindi, vale la pena distinguere tra le due categorie di struttura:

1. Struttura focalizzata sui costi

Mantenere una struttura a basso costo necessita di ridurre sempre i costi se è possibile. Può essere assicurato abbassando i costi della produzione, utilizzando al massimo la meccanizzazione ed i servizi esterni nella produzione.

2. Struttura focalizzata sulla qualità

Alcune aziende fanno più attenzione alla qualità dei prodotti.

La struttura dei costi può riguardare:

1. I costi fissi che l'azienda sostiene anche nei periodi in cui la produzione è a zero. I costi sono sostenuti per le attività mensili, come i media, contabilità ecc. I costi fissi sono la componente maggiore dei costi per molte aziende, specialmente per i fornitori di servizi, inclusi ristoranti, cinema, teatri e hotels.

2. Costi variabili cambiano in proporzione alla quantità di beni prodotti e di servizi forniti. Per questo tipo di costi è possibile includere i costi associati al noleggio di fattori variabili di produzione, per esempio lavoro o materie prime. Le aziende che hanno firmato contratti con dipendenti e fornitori di materie prime, potrebbero ottenere flessibilità tramite occupazioni a tempo ridotto o part-time.

⁷ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

5

Relazione con i clienti

"Il termine 'relazioni con i clienti' definisce il tipo di relazione tra un'azienda e ciascun segmento di clientela."

L'interazione con i clienti è la parte fondamentale di ogni azienda. Il suo successo e la sopravvivenza passano dalla giusta identificazione della relazione che l'azienda vuole stabilire con i suoi specifici segmenti di clientela.



6

Canali di comunicazione

I canali sono punti di contatto con il cliente e giocano un ruolo importante nell'esperienza di quest'ultimo".⁸

Ci sono cinque principali fasi del canale – consapevolezza, valutazione, acquisto, consegna, post vendita; che possono essere differenziate in base al tipo di canale.

Le funzioni dei canali sono le seguenti:

1. Accrescere la consapevolezza tra i clienti sui prodotti e servizi dell'azienda;
2. Aiutare i clienti a valutare la proposta di valore dell'azienda;
3. Permettere ai clienti di acquistare prodotti e servizi specifici;
4. Consegnare una proposta di valore ai clienti;
5. Fornire ai clienti supporto post-vendita.

È di enorme importanza trovare il giusto mix di canali per soddisfare il modo in cui il cliente vuole essere raggiunto quando si porta una proposta di valore sul mercato. Il giusto mix di canali può anche massimizzare il reddito dell'azienda.



⁸ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

7

Proposta di valore

"La proposta di valore descrive i benefici che i clienti possono aspettarsi dai prodotti e servizi di un'azienda. Un prodotto può avere una o più proposte di valore. La proposta di valore fornisce valore attraverso vari elementi."⁹

Gli elementi della proposta di valore sono:

- Innovazione

Alcune proposte di valore sono basate sul carattere di novità o originalità che forniscono. Questo elemento entra in gioco normalmente per i prodotti di alta tecnologia.

- Performance

Una miglior performance è stata il tratto caratteristico di molte offerte di prodotto nel corso degli anni, in cui la maggior parte delle industrie prosperano per decenni con versioni migliorate delle performance degli stessi prodotti.

- Personalizzazione

I consumatori moderni credono nell'espressione di sé stessi e nell'individualismo. Si aspettano che i prodotti che usano siano un'estensione della loro personalità e un mezzo attraverso il quale comunicare i loro valori e le loro priorità al mondo.

- Svolgere il lavoro

Quando un prodotto aiuta un consumatore o un'azienda a raggiungere lo scopo finale, la sua proposta di valore è quella di aiutare a svolgere il lavoro. Un prodotto la cui proposta di valore è di aiutare a svolgere il lavoro potenzia la produttività del cliente e lo aiuta a concentrarsi su dettagli più rilevanti.

- Design

La maggior parte delle marche di abbigliamento ricavano ingenti guadagni mettendo prezzi alti, in quanto hanno un design superiore alle altre marche.

- Brand/ Status

Design e brand/status possono essere raggruppati perché la loro



⁹ Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

attraattiva è abbastanza simile. Le persone si affezioneranno al design per lo status percepito del nome del brand stesso, che passa dal proprietario al consumatore.

- Prezzo

Uno degli elementi più comuni della proposta del valore è basato sul prezzo. Ci sono molte aziende che entrano nel mercato con l'impegno di fornire un prodotto o servizio più economico delle opzioni esistenti sul mercato.

- Riduzione del costo

I prodotti e i servizi offerti al miglioramento della capacità del cliente di ridurre i costi che avrebbe sostenuto per soddisfare la proposta di valore. La tecnologia ha giocato un ruolo molto importante nell'aiutare i consumatori a ridurre i costi.

- Riduzione dei rischi

Minore è il rischio associato all'acquisto di un prodotto o servizio, maggiore è il valore che il cliente ricava da esso. Una riduzione del rischio associato all'acquisto riduce le preoccupazioni del consumatore.

- Accessibilità

Un'altra componente chiave per una proposta di valore efficace e solida è di rendere disponibile un prodotto o un servizio che in precedenza era inaccessibile ad un segmento di clientela.

- Convenienza/ Usabilità

Fornire ai consumatori un prodotto che aumenta la loro convenienza e fruibilità è una proposta di valore molto forte e quella sulla quale le aziende hanno costruito imperi e leggende attorno.

Avere una proposta di valore riconoscibile e comunicata in modo semplice è sempre più importante nel mondo moderno, dove le persone sono bombardate da informazioni da parte dei media e dove ci sono numerosi competitors per il business di un'azienda. Le aziende di successo creano le loro proposte di valore in modo unico prima di entrare nel mercato e progettano le loro operazioni di business, in accordo con le loro proposte di valore.

4.4

Analisi, interviste e modelli di business aziendali "food centred"

Al fine di elaborare un modello di business coerente con i trend e le aspettative di mercato, è stata condotta un'indagine che ha previsto l'analisi i modelli di business aziendali attraverso l'identificazione delle caratteristiche generali, passando per l'analisi della trasparenza e della catena del valore. È stato scelto il settore della ristorazione per condurre interviste a dieci ristoratori dell'area fiorentina per comprendere necessità, aspettative e punti di vista di chi opera all'interno del settore. Il lavoro di ricerca e analisi è stato condotto nell'ambito di un progetto di ricerca del ricercatore Giaime Berti dell'istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Gli esiti di questo lavoro di ricerca hanno fornito le informazioni necessarie per strutturare una proposta di business model calata all'interno del contesto territoriale, economico e sociale del Parco Agricolo della piana fiorentina.

1. Info generali

2. Trasparenza e valore

3. Business model

1. Informazioni generali

1. SOCIETA'

- spa – srl – benefit
- data e sede
- n° clienti – n° produttori
- fatturato
- solo online – anche negozio

2. PRODOTTI

- solo bio – non bio – non solo bio
- materie prime fresche – semilavorati – lavorati – quinta gamma
- n° prodotti

3. SERVIZIO

- BtoB – BtoC
- delivery – delivery periodico – pickup – comunità agricola virtuale
- e-commerce – marketplace
- 24h - +24h

4. DISTANZA PRODUTTORI-CONSUMATORI

- comunicata – non comunicata – parzialmente comunicata – comunica indirettamente
- solo locale – non solo locale – prevalentemente locale

5. CERTIFICAZIONI – PRESIDIO - DISCIPLINARI

- autocertificazione – certificazione partecipata – certificazione di terzi – dei produttori – presidio slowfood - marchio

2. Trasparenza e catena del valore

1. SOSTENIBILITA'

La sostenibilità del business riguarda molteplici dimensioni. Si possono valutare, per esempio, la stagionalità dei prodotti venduti oppure la tipologia di materie prime, se sono biologiche o se invece non lo sono. Le pratiche anti-spreco sono un fattore di grande rilevanza da un punto di vista etico, così come lo sono le dinamiche sociali all'interno dell'ambiente di lavoro, il benessere degli animali allevati e delle terre coltivate.

2. QUALITA'

La qualità, così come la sostenibilità, non può essere racchiusa all'interno di un perimetro ristretto ma, piuttosto, deve riguardare numerosi aspetti che hanno influenza diretta sul prodotto finale. Si può parlare di autenticità, di freschezza e di proprietà organolettiche. Inoltre, sulla qualità finale dei prodotti, incidono notevolmente le pratiche e tecniche di coltivazione e di lavorazione, oltre che gli input che vengono immessi nel sistema.

3. EQUITA'

La due dimensioni dell'equità che vengono valutate sono le seguenti: l'accessibilità del prezzo finale per i consumatori e la corretta, o meno, distribuzione del reddito tra gli attori della filiera. Si parla dunque di equa remunerazione degli agricoltori e accessibilità a prodotti di qualità per tutte le fasce della popolazione.

4. LOCALITA'

Gli aspetti relativi al parametro della località sono sostanzialmente due: la vicinanza tra i produttori e i consumatori, il rispetto della provenienza e autenticità dei territori di produzione.

3. Business model canvas

1. PARTNER CHIAVE

- Chi sono i partner chiave?
- Quali attività chiave vengono svolte dai partner?

2. ATTIVITA' CHIAVE

- Quali attività chiave necessita la proposta di valore?
- Cosa si fa per raggiungere gli obiettivi?

3. RISORSE CHIAVE

- Quali risorse sono fondamentali per soddisfare la proposta di valore?

4. PROPOSTE DI VALORE

- Quale valore si vuole portare sul mercato e ai clienti?
- Quali necessità si intende soddisfare?

5. RELAZIONI CON I CLIENTI

- Che tipo di relazioni si instaurano con i clienti?
- Come viene stabilito e mantenuto il rapporto?

6. CANALI DI COMUNICAZIONE

- Come vengono forniti prodotti e servizi e attraverso quali canali?

7. SEGMENTI DI CLIENTELA

- Per chi viene creato il valore e chi sono i clienti principali?

8. STRUTTURA DEI COSTI

- Quali sono le principali voci di costo del business?
- Quali risorse chiave sono le più costose?

9. FLUSSI DI ENTRATA

- Per quali valori sono disposti a pagare i clienti?
- Quanto contribuisce ogni voce di entrata al bilancio complessivo?

Esempio di analisi condotta (1 di 6 casi studio):

A. L'alveare che dice sì!



1. INFORMAZIONI GENERALI

1. S.r.l – 2015 (Torino) – 11.000.000 € ca – 3130 produttori – 100.000+ clienti – anche negozio (Milano)

2. N/D – non solo bio – materie prime fresche, semilavorati, lavorati

3. BtoC – pickup

4. Comunicata – prevalentemente locale

5. dei produttori

2. TRASPARENZA E CATENA DEL VALORE

- Più i produttori sono vicini agli alveari e meglio funziona la piattaforma;

- Non vi è una reale garanzia di sostenibilità sociale e ambientale poiché la scelta dei produttori è spesso assoggettata alla sensibilità dei singoli gestori;

- Il valore viene espresso dalla struttura;

- I consumatori possono instaurare relazioni dirette con i produttori;

- L'80% del prezzo va al produttore. Al contrario di altri sistemi di vendita, dove il produttore può aspirare ad ottenere al massimo il 6%.

valutazione trasparenza: 3/4

3. BUSINESS MODEL CANVAS

1. PARTNER CHIAVE

- Gestori degli alveari
- Partner istituzionali

2. ATTIVITA' CHIAVE

- Distribuzione di prodotti locali attraverso la rete degli alveari
- Servizi di marketing per i gestori e per i produttori

3. RISORSE CHIAVE

- Piattaforma virtuale dell'alveare madre e rete degli alveari

4. PROPOSTE DI VALORE

- Rapporto di fiducia e trasparenza, KMo e territorialità
- L'alveare si propone di portare valore aggiunto tanto ai consumatori quanto ai produttori di un territorio, con prodotti freschi
- Valore diretto ai produttori, 80% invece del classico 6%

5. RELAZIONI CON I CLIENTI

- Social media e blog di informazione
- Contatto diretto tra produttori e consumatori

6. CANALI DI COMUNICAZIONE

- Luoghi fisici (alveari)
- Passaparola, social media, blog e piattaforma

7. SEGMENTI DI CLIENTELA

- I produttori, che usufruiscono della piattaforma per "mettere in vetrina" i propri prodotti
- Consumatori finali, se registrati sulla piattaforma

8. STRUTTURA DEI COSTI

- Costi del personale alveare madre
- 10% ai gestori
- 80% ai produttori

9. FLUSSI DI ENTRATA

- Ricavi alveare madre 10% delle transazioni

4.5

Funzioni, operazioni e spazi del Food Hub

Secondo Matson et al., inoltre, i Food Hubs sono considerati come organizzazioni di vendita all'ingrosso di medie dimensioni in cui "i produttori si uniscono e sviluppano assieme imprese per cogliere nuove opportunità di mercato rifornendo mercati all'ingrosso di medie dimensioni, comprese istituzioni, ristoranti e negozi di alimentari, così come singoli clienti privati".¹

Secondo Matson, il termine Food Hub viene usato per descrivere una serie di funzioni più che una precisa struttura imprenditoriale, definendo un modello di business in continuo cambiamento e trasformazione per adattarsi alla domanda dei consumatori locali. Il FH svolge un ruolo di connessione tra produttori e trasformatori e consumatori, offrendo un meccanismo di strategico coordinamento che si materializza in una piattaforma, fisica e virtuale, per l'aggregazione e la distribuzione di prodotti locali.

Ciò che distingue i Food Hub dagli altri distributori locali o regionali è la **missione**: aggiungere valore ai prodotti, creare una catena del valore condiviso e fornire una serie di servizi per i produttori e per i consumatori. Inoltre, risultano fondamentali i valori etici e sociali guidati da principi di sostenibilità ambientale, giustizia sociale e salute collettiva.

La creazione di "valore condiviso" corrisponde alla differenziazione dei prodotti che si ottiene attraverso un processo di ri-territorializzazione delle filiere agro-alimentari mediante la ri-localizzazione e ri-socializzazione, fondato e guidato da otto valori guida: qualità, salute, sostenibilità, località, trasparenza, democrazia, equità ed accessibilità.

I pilastri centrali del processo di ri-territorializzazione sono informazione e conoscenza. La strategia di differenziazione si affida alla capacità dei soggetti coinvolti di generare processi e prodotti di qualità, molto differenti da quelli che caratterizzano gli anonimi mercati convenzionali. Questa capacità è condivisa da tutti gli attori coinvolti e sostenuta attraverso un complesso processo di socializzazione, comunicazione, sperimentazione e apprendimento che guida quella che viene definita "intelligenza territoriale", prodotta e condivisa dagli attori locali, attraverso la quale si articola il circuito di produzione, distribuzione e consumo.

1.

LOGISTICA



Secondo Van der Vorst la "logistica è la parte della filiera che pianifica, implementa e controlla, l'effettivo flusso e stoccaggio di beni, servizi e relative informazioni dal punto di origine al punto di consumo, con l'obiettivo di incontrare la domanda dei consumatori e soddisfare i requisiti imposti dagli stakeholders pubblici e del mondo del commercio".² Nel caso dei Fhs, la logistica è la funzione che coordina gli attori della filiera e gestisce l'aggregazione e distribuzione del cibo.

2.

MARKETING



Definito, in linea generale, come l'attività condotta da organizzazioni o individui, che opera attraverso una serie di istituzioni e processi per creare, comunicare, consegnare e scambiare offerte sul mercato che hanno valore per i consumatori, i clienti, i venditori e, più in generale, per la società. Nel caso dei Fhs, il marketing riguarda la ricerca di fette di mercato per produttori e trasformatori e di tutte quelle attività necessarie alla differenziazione dei prodotti e alla creazione di "valore condiviso".

3.

SERVIZI AL PRODOTTO



Si riferisce ad altre attività che aggiungono valore ai prodotti agroalimentari e servizi che vengono forniti agli agricoltori come, per esempio, lo stoccaggio.

² Van der Vorst, J.; et al, E-Business Initiatives in Food Supply Chains; Definition and Typology of Electronic Business Models. Int. J. Logist. Res. Appl. 2002, 5, 119–138

4.

SERVIZI AI PRODUTTORI



Vengono forniti servizi, specialmente agli agricoltori, per rinforzare le capacità produttive e organizzative dei singoli e supportare la transizione verso modelli produttivi agro-ecologici e/o biologici; vengono inoltre rafforzate le connessioni e i legami tra i produttori dello stesso territorio sviluppando una sorta di "web of practices".

5.

WEB OF PRACTICES



Costituito da servizi di formazione e innovazione per tutti gli attori coinvolti nella rete, con l'obiettivo di supportare lo sviluppo e il potenziamento delle capacità dei singoli produttori e dell'intera filiera.

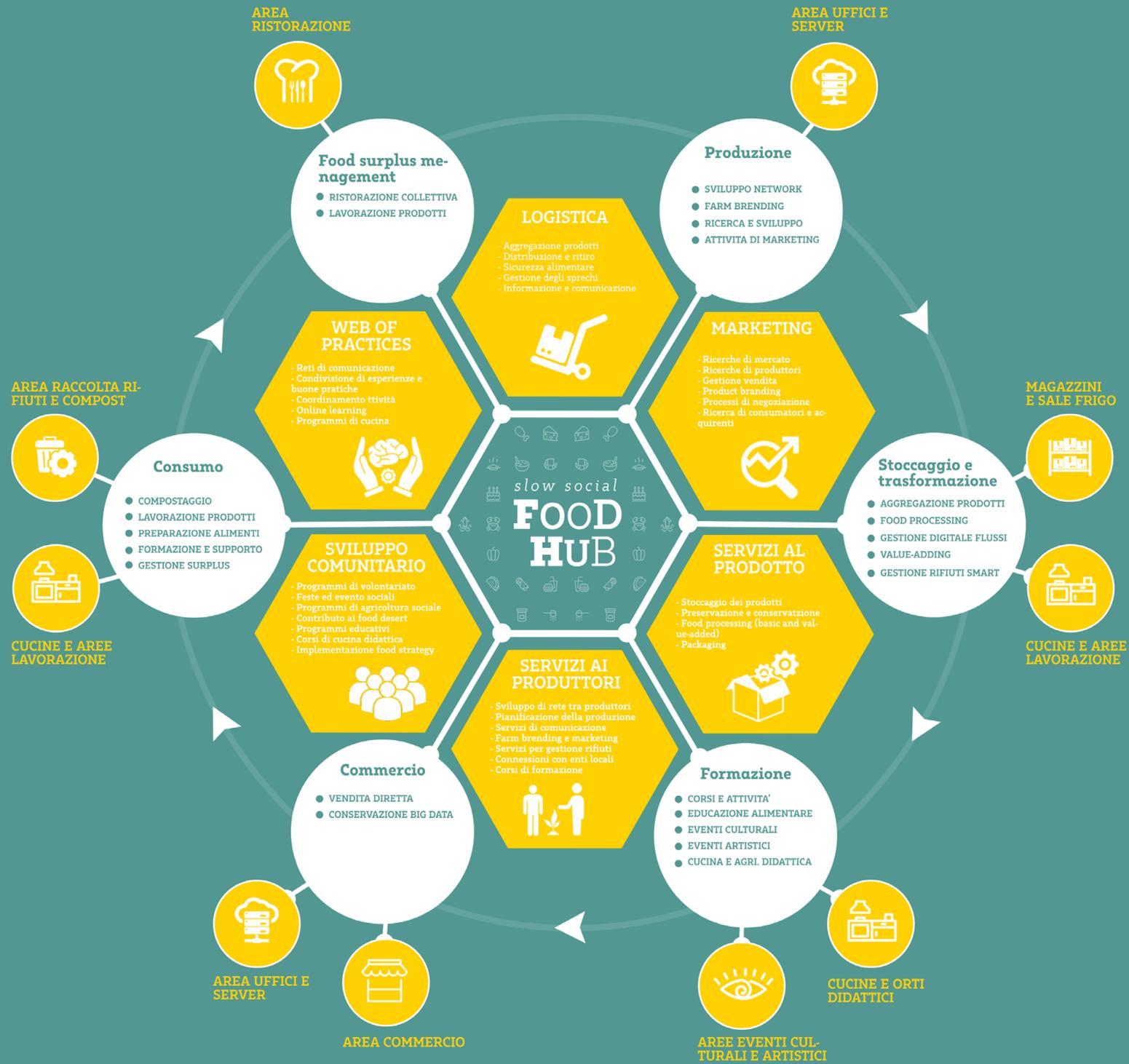
6.

COMUNITA' DEL CIBO



Le "Comunità del Cibo" sono realtà territoriali, istituite con lo scopo di promuovere la salvaguardia della biodiversità e delle tradizioni agricole locali. Possono nascere dall'accordo tra soggetti di varia natura, uniti però dalla volontà di svolgere un ruolo attivo all'interno dei sistemi agricoli locali. Può essere costituita da aziende agricole, agricoltori e allevatori, ristoratori, artigiani del cibo, gruppi di acquisto, istituzioni varie, università, centri di ricerca, associazioni per la tutela della biodiversità, esercizi commerciali, scuole, mense scolastiche e ospedali.

SCHEMA FUNZIONI - OPERAZIONI - SPAZI



Definizione di un progetto ibrido. Gli attori, il contesto, lo scenario di progetto

5.1 Attori

Qualità&Servizi e BuonoxTutti

5.2 Contesto

Il Parco Agricolo della Piana Fiorentina

L'area di progetto

5.3 Mixed-use for Food

Introduzione al concetto di architettura mixed-use

Le funzioni e gli spazi di un Food Hub

Le funzioni Mixed-use for Food

5.4 Scenario di progetto

L'ultimo capitolo è dedicato agli **attori coinvolti**, al **contesto territoriale** e allo **scenario di progetto**.

Gli attori con cui ho collaborato corrispondono alle due realtà che stanno dialogando e lavorando assieme per dare vita al primo Food Hub italiano, situato all'interno del Parco Agricolo della Piana fiorentina. L'interazione con essi mi ha permesso di elaborare un progetto architettonico che avesse una corrispondenza reale con le effettive **esigenze della società** per azioni e della nascente start-up. È stato poi inquadrato il contesto di riferimento partendo dai documenti redatti dalle istituzioni e attraverso le **interviste** dei principali attori accademici e istituzionali che stanno lavorando per formare il **Parco Agricolo**. Successivamente, è stata fatta una breve panoramica sull'architettura mixed-use che ha portato alla definizione del progetto architettonico e funzionale **mixed-use for food**.

5.1

Attori.

Qualità&Servizi e BuonoxTutti

5.1.1

Qualità&Servizi

L'AZIENDA

E' una S.p.a nata nell'anno 1996 dal rapporto tra una società di servizi e due amministrazioni comunali dell'area fiorentina ma, solo dal 2005, è diventata completamente pubblica. QeS opera nell'ambito della ristorazione collettiva e "ha come oggetto sociale la produzione e la fornitura di pasti per la collettività, in particolare la ristorazione scolastica".¹

La società possiede un sede principale, nel comune di Calenzano, dove avviene la preparazione e la cottura di circa 7800 pasti giornalieri; questi vengono spediti e somministrati in più di 60 scuole (nidi, asili e scuole primarie) nei comuni di Sesto Fiorentino, Campi Bisenzio e Signa. Oltre al centro di cottura principale la società opera in altri 9 centri di cottura esterni, di dimensioni ridotte.

Dall'anno 2017 è stato accolto un nuovo approccio, con una nuova filosofia di lavoro fortemente voluta dalle Amministrazioni coinvolte. La scelta di passare da una ristorazione di tipo semi-industriale ad una ristorazione di eccellenza, ha portato la società ad adottare un modello economico circolare e fondato sui principi chiave di Slow Food: "buono, pulito e giusto".

"Questa nuova scelta strategica la definisce come un'azienda dall'alto valore etico, con una filiera di produzione orientata alla sostenibilità e alla valorizzazione del territorio locale, con una forte attenzione all'educazione. Basandosi sul credo che, proprio partendo dalla sana alimentazione, si può dare il miglior contributo allo sviluppo delle nuove generazioni e della cittadinanza tutta, Qualità e Servizi si impegna ad offrire pasti di altissima qualità, dimostrando attenzione all'ambiente e alle risorse, alla cultura gastronomica locale, al gusto e alla soddisfazione dei propri utenti".²

¹ <http://www.qualitaeservizi.com/azienda/>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

² *ibidem*

MISSION

La mission aziendale prevede la produzione distribuzione di pasti di elevata qualità alle strutture pubbliche comunali proprietarie della società, nello specifico alle scuole primarie e dell'infanzia. La società intende promuovere e portare avanti un modello capace di operare efficacemente sul piano socio-ambientale, usando il cibo quale veicolo di benessere, di educazione ambientale e di sviluppo sostenibile. Inoltre, vuole rispondere alle richieste di un territorio che vede nella co-partecipazione un potente strumento di sviluppo e di veicolo di valori legati a forme di crescita circolari. QeS si propone come un attore chiave della filiera capace di mettere a sistema i produttori locali ed integrarli nel proprio processo produttivo con l'obiettivo da dare vita ad una vera e propria Comunità locale del cibo.

VALORI

QeS supera il concetto di azienda industriale nel tentativo di far coincidere efficienza produttiva e massimizzazione del valore distribuito tra produttori e fruitori del servizio. La consapevolezza di rivolgersi alla categoria più delicata e preziosa della società, ovvero i bambini, porta QeS ad impegnarsi nell'innescare processi educativi capaci di trasmettere valori legati alla sana alimentazione, alla salute e alla consapevolezza.

5.2.1

Buono x Tutti

³Buono x Tutti® è una nascente start-up etica che intende realizzare un Food Hub Digitale Locale (FHDL) nell'area fiorentina.

L'idea imprenditoriale nasce da Giaime Berti nel 2016, ricercatore presso la Scuola Superiore Sant'Anna, ed è già stata incubata nel programma Coop-Up (2017) di Confcooperative Toscana. Al momento Buono x Tutti® è incubata all'interno della cooperativa Pratico, promossa da Confcooperative per sostenere le idee imprenditoriali emergenti dal programma Coop-Up e non ancora pronte per operare nel mercato.

Attualmente il progetto ha ottenuto due finanziamenti:

(2018)

Un finanziamento dalla LR Toscana 46/2013 sulla partecipazione, finalizzato alla realizzazione di un percorso partecipativo di design del business model che coinvolga tutti gli attori territoriali: produttori agricoli e trasformatori, consumatori e istituzioni pubbliche. Tale studio è condotto dall'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna

(2019)

Un finanziamento europeo nell'ambito del programma DIVA project "Boosting innovative Digitech Value chains for Agrofood, forestry and environment" finalizzato allo studio della logistica. Lo studio è condotto da esperti di logistica.

Cos'è un Food Hub Digitale Locale?

Un "Food Hub Digitale Locale" (FHDL) è un nuovo modello di business diverso sia dalla GDO, sia dai modelli di filiera corta tradizionali (vendita diretta, GAS, mercati contadini, etc.), che ha l'obiettivo di garantire una remunerazione giusta al produttore e la qualità, salubrità e sostenibilità del prodotto al consumatore.

Attraverso tale connessione digitale, operata dal FHDL, è possibile tagliare fuori tutti quegli operatori che nelle filiere tradizionali si frappongono tra produttori e consumatori, consentendo, da un lato, al produttore di ottenere una giusta remunerazione, realizzando un'equa distribuzione del valore nella filiera e, dall'altro lato,

permettendo al consumatore di accedere ai prodotti di qualità e sostenibili in modo trasparente, facile, veloce ed ad un prezzo accessibile.

Il FHDL si basa su di una piattaforma digitale trasparente di commercializzazione (e-commerce) e di logistica che si appoggia su di un nodo fisico e svolge un servizio di connessione digitale e di trasporto tra produttore e consumatore, all'interno un raggio chilometrico ben definito, riconoscibile da domanda e offerta come locale.

Il grande potenziale di sviluppo di Buono x Tutti è la sua replicabilità. Una volta realizzata la piattaforma digitale di gestione dell'e-commerce e della logistica, il FHDL potrà essere realizzato ovunque e da chiunque abbia accesso alla stessa. Ogni territorio, quindi, potrà costruire in totale autonomia il proprio FHDL. Questo ha un enorme potenziale di trasformazione degli attuali sistemi agro-alimentari industriali dominati dai grandi distributori, verso un modello alternativo articolato come rete distribuita, sostenibile e democratica di sistemi agroalimentari locali.

³ Berti G., *BuonoxTutti (Abstract finale)*, Scuola Superiore Sant'Anna - Istituto di management

5.2

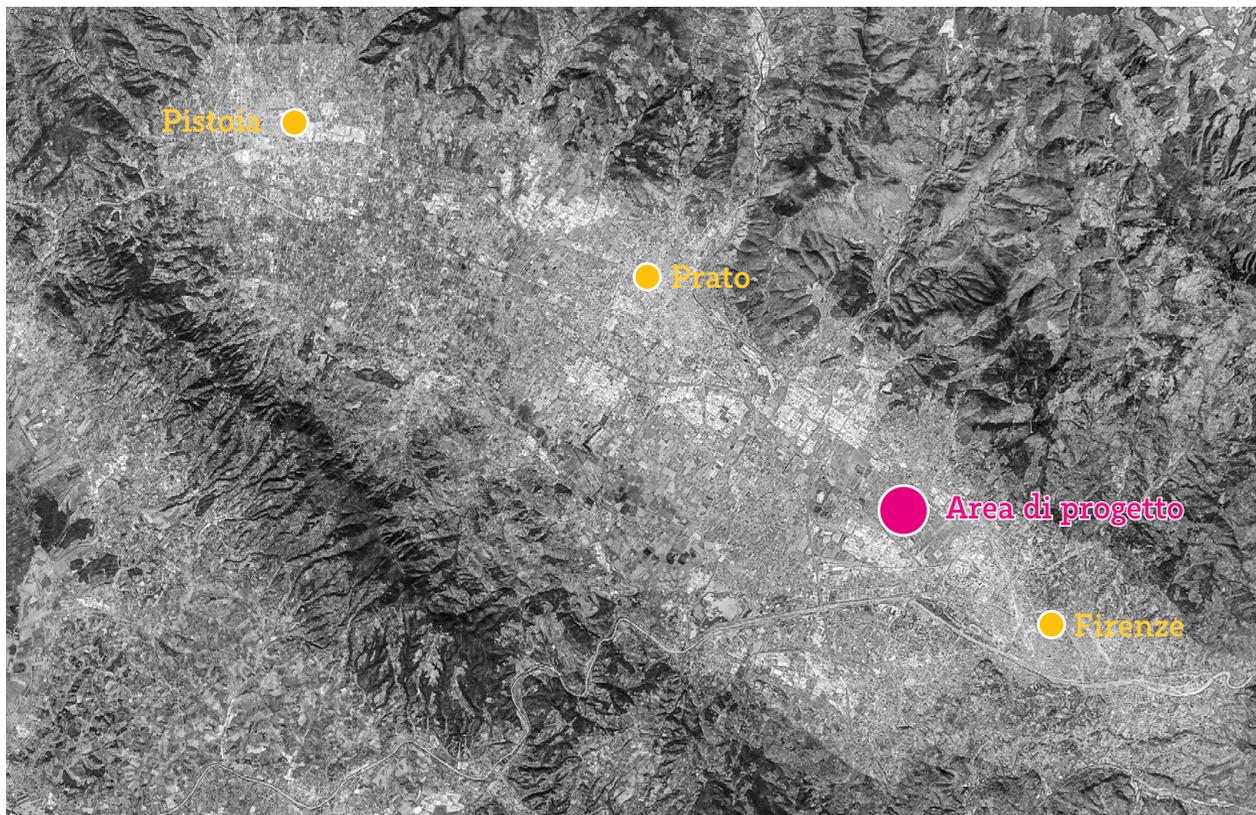
Contesto. Il Parco Agricolo della Piana Fiorentina

Introduzione alla questione regionale

Le sempre più evidenti criticità relative agli impatti dell'attuale modello di sviluppo si manifestano, sul piano regionale, attraverso meccanismi di "de-territorializzazione" dei sistemi urbani dai relativi territori di riferimento.

Questi processi generano territori fragili da un punto di vista ambientale ed eco-sistemico, oltre che regioni urbane poco 'organizzate' e fondamentalmente sempre più dipendenti da dinamiche esterne in termini di input energetico-materiali e di autonomia dei processi di sviluppo locale.

Per il progetto di un Food hub, risulta fondamentale comprendere quali siano i problemi nei processi di sviluppo di un determinato territorio al fine di individuare le strategie metodologico-progettuali più adeguate. In termini fisico/funzionali e culturali, per incentivare la riattivazione di rapporti co-evolutivi e co-operativi fra città e bacini agro-sistemici di riferimento.



Verso una visione cooperativa fra spazio urbano e spazio rurale

Nel processo di inurbamento si verifica una duplice dinamica che vede, da un lato, la polarizzazione e centralizzazione delle attività umane nei grandi centri urbani e dall'altro, la continua e progressiva urbanizzazione del territorio su scala regionale con il proliferare di ambienti residenziali a bassa densità. Si apre quindi la questione circa il ruolo che devono ricoprire il territorio rurale e le funzioni agricole all'interno dei processi di sviluppo regionale. In un recente rapporto dell' OECD (Organizzazione per la cooperazione e per lo sviluppo economico) viene evidenziato che le aree intermedie tra il rurale e l'urbano sono ancora densamente popolate e di quanto, proprio queste aree 'intermedie', necessitano di adeguate politiche di sviluppo economico, sociale, ambientale e culturale. Si tende sempre più ad attribuire alle città il ruolo di motore per lo sviluppo delle economie regionali, spesso dimenticando i contesti rurali.

*"In tale quadro la complementarità del territorio rurale rispetto alla città viene colta, tuttavia, soprattutto rispetto al suo ruolo di 'bacino di risorse ambientali', utile soprattutto alla fornitura di servizi eco-sistemici e di 'amenities' di carattere paesaggistico e, quindi, turistico-ricreativo. Il territorio rurale non viene riconosciuto secondo una sua propria capacità 'pro-attiva' rispetto ad una possibile complementarità con le aree urbane. In particolare il principale ruolo produttivo di queste aree – e cioè quello agricolo – viene collocato in un quadro economico/strutturale 'mainstream' che lo vede oggetto di un ineludibile declino e per il quale l'unica possibilità di sopravvivenza risulta quella di realizzare una sorta di 'multifunzionalità passiva', esito del dominio della dimensione urbana nelle scelte di politica insediativa e di sviluppo locale."*⁴

Lo studio OECD, condotto su base Eurostat, evidenzia come in realtà, a livello europeo, la popolazione si distribuisca ancora in prevalenza

⁴ Fanfani D., *La bioregione urbana come forma e progetto della co-evoluzione fra dominio urbano e rurale*, Università di Firenze, DidA-Dipartimento di Architettura, 2015

su aree a caratterizzazione rurale secondo le seguenti quote: aree prevalentemente urbane 40.3%, intermedie (urbano-rurali) 35.6% e 24.1% aree prevalentemente rurali.*

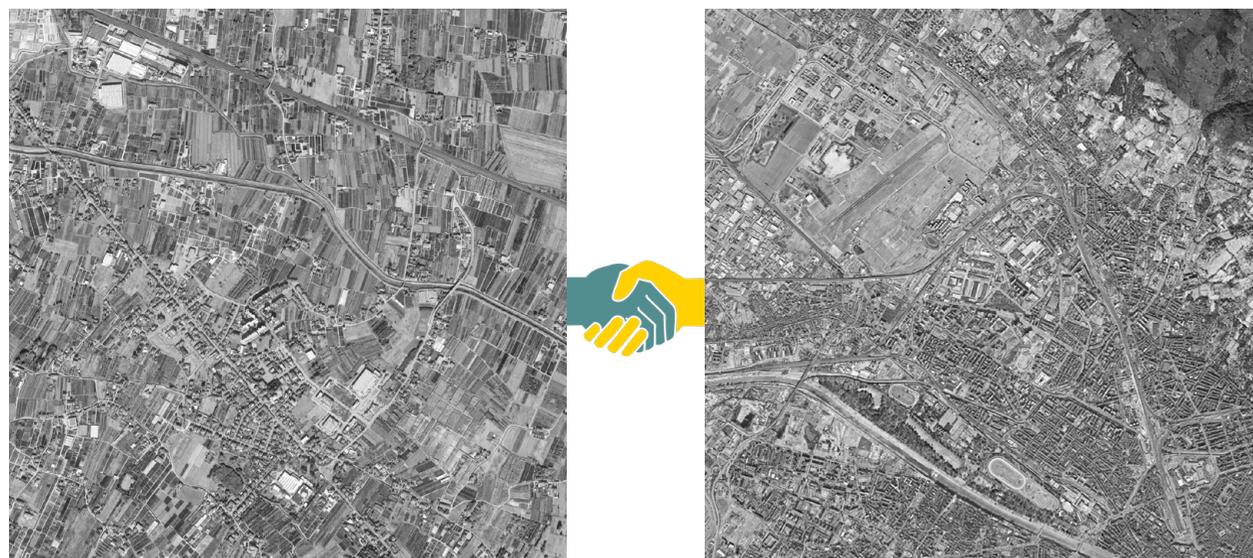
*www.oecd.org/gov/regional/statisticsindicators

Un altro rapporto dell' OECD mette in risalto l'importanza strategica del **partenariato rurale-urbano** come fattore fondamentale per il raggiungimento di obiettivi di sviluppo economico integrato, attraverso la produzioni di 'beni pubblici' e mobilitando le economie di scala. Questa visione porta ad identificare l'importanza poliedrica dei territori e delle aziende agricole, non solo in termini di sicurezza ambientale, paesaggio, biodiversità, e costumi ma anche di cibo e di servizi per il territorio regionale.

Il patto campagna-città

Negli ultimi anni si è assistito ad un progressivo sviluppo di consapevolezza circa il riconoscimento dell'importanza del territorio rurale e dell'agricoltura locale nei processi di sviluppo regionale ed innovazione generati da fattori contestuali e quindi 'place based'. In questo contesto di consapevolezza, si sviluppa l'ipotesi del necessario recupero della cooperazione urbano-rurale basata sui principi di bio-regionalità e di co-evoluzione.

La combinazione del policentrismo spaziale e della resilienza portano a configurare un nuovo paradigma socio-spaziale 'agropolitano' in grado di generare principi di equilibrio coevolutivo fra aree agricole e relatà urbane.



Il territorio della piana fiorentina ha una storia antica e costituisce un ambito territoriale emblematico sul piano delle relazioni tra realtà urbana e realtà rurale.

Seppur vi siano state grandi trasformazioni negli ultimi anni, fino alla metà del '900 il confine tra campagna e città è rimasto fortemente distinto ma, con il boom dell'edilizia degli anni Sessanta, gli spazi urbani si sono via via dilatati trasformando la campagna in un grande spazio peri-urbano.

La piana compresa tra la città di Firenze e la città di Prato è oggi un esteso territorio in cui si può vedere la sovrapposizione e l'intersezione dei tipici interventi disordinati frutto dello sviluppo economico e alcune peculiarità regionali ancora parzialmente leggibili quali: il reticolo idrografico, il tessuto agricolo e le cosiddette zone umide. Inoltre, l'area della piana si caratterizza per la sua densità di popolazione (circa 850.000 abitanti) e per la sua ricchezza di realtà imprenditoriali e manifatturiere, in grado di produrre circa 1/3 della ricchezza totale della Toscana. Questa porzione di regione si caratterizza dunque per essere un contesto fortemente urbanizzato ma che presenta, al contempo, tutte le criticità e debolezze di un territorio rurale.

L'idea del 'parco' come elemento ordinatore del territorio della piana è stata sviluppata attraverso un approccio partecipativo e multidisciplinare, ed ha riconosciuto l'importanza del ruolo multifunzionale, agro-ambientale e ricreativo, di quest'area identificabile come vero e proprio 'parco agricolo metropolitano'.

Si è cercato quindi, attraverso il lavoro congiunto dell'amministrazione e dell'università, di *"verificare e dimostrare la reale fattibilità di forme di economia di prossimità legate alla agricoltura peri-urbana ed in grado di perseguire non solo obiettivi di sostenibilità ambientale ma anche il mantenimento di un presidio agricolo sostenibile dal punto di vista eco-sistemico ed economico nel quadro di relazioni di cooperazione fra produttori agricoli e popolazione urbana, in particolare consumatori"*⁵

Risulta dunque evidente che il progetto di una bio-regione urbana non possa confinarsi in una progettualità di carattere puramente fisico/spaziale senza considerare le condizioni al

⁵ Fanfani D., *La bio-regione urbana come forma e progetto della coevoluzione fra dominio urbano e rurale*, Università di Firenze, DidA-Dipartimento di Architettura, 2015

contorno. Infatti, come ricorda Friedman, l'approccio 'agropolitano' deve necessariamente fondarsi su principi di intersectorialità e integrazione, di organizzazione policentrica e co-evolutiva tra realtà rurale e urbana al fine di costruire un modello socio-economico di reciprocità e scambio, in termini di valore distribuito tra abitanti, attività produttive e servizi infrastrutturali.

Per conoscere e comprendere le dinamiche e le relazioni che sussistono all'interno del Parco Agricolo della Piana Fiorentina risulta necessario analizzare i seguenti temi e le relative Invarianti strutturali.

I temi che riguardano e caratterizzano l'area sono i seguenti:

- I. Il reticolo idraulico ed i suoli nella piana
- II. Gli aspetti di naturalità e di funzionalità ecologica
- III. I caratteri del territorio agricolo nella piana
- IV. Il patrimonio storico culturale
- V. I percorsi della mobilità alternativa
- VI. L'attività aeroportuale

Le **Invarianti strutturali** riguardano invece:

- La struttura idrogeomorfologica e il sistema delle acque
- La struttura eco sistemica/ambientale: funzionalità ecologica
- La struttura insediativa policentrica
- I caratteri del territorio agricolo

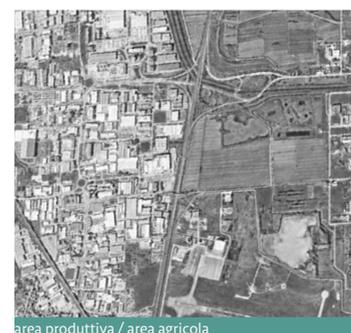
Attraverso un processo di analisi complessiva, condotta grazie anche ad un confronto costante con i soggetti tecnici delle amministrazioni coinvolte nella progettazione del Parco, si è andato via via strutturando la forma del progetto di Parco Agricolo che poggiando i suoi capisaldi sulle quattro Invarianti, si sviluppa in base ad una serie di obiettivi ad esse collegati.

Gli obiettivi nascono nel corso del processo di progettazione partecipata come requisiti fondamentali per il funzionamento del futuro Parco, e insieme alle regole statutarie derivanti direttamente dall'analisi dello stato delle Invarianti, costituiscono l'ossatura del

Progetto del Parco Agricolo della Piana.

Dagli obiettivi derivano le prescrizioni, azioni e salvaguardie che consentiranno lo sviluppo del Parco. Quando si parla di "struttura idrogeomorfologica e sistema delle acque" ci si collega all'obiettivo di "Rigenerazione del sistema delle acque per le funzioni idrauliche, naturalistiche e di produzione agricola"; "La struttura eco sistemica/ambientale: funzionalità ecologica della Piana" costituisce l'Invariante strutturale che trova la sua operatività negli obiettivi riferiti a "il parco come sistema di reti" al "miglioramento del microclima" e "alla mitigazione delle opere infrastrutturali a forte impatto territoriale".

La struttura insediativa policentrica viene supportata dall'obiettivo di "riqualificazione degli insediamenti urbani che si affacciano sul parco" mentre "i caratteri delle aree agricole della Piana", Invariante che connota l'**identità "Agricola"** del Parco, diventa progetto principalmente attraverso il raggiungimento dell'obiettivo de "il parco come continuum di aree agricole" ma che trova collegamento trasversalmente anche con gli obiettivi de il "parco come insieme di reti" e di "rigenerazione del sistema delle acque per le funzioni idrauliche, naturalistiche e di produzione". agricola".⁶



area produttiva / area agricola



area agricola / abitativa



area urbana densa



area di confine



area agricola



area urbana / area produttiva

⁶ Regione Toscana, *Progetti di territorio di rilevanza regionale: Il Parco Agricolo della Piana*, Integrazione al Piano di Indirizzo Territoriale della Toscana - PIT

5.2.1

L'area di progetto

L'area di progetto non è stata scelta in modo arbitrario ma, al contrario, è stata individuata dalla società Qualità e Servizi come plausibile area da destinarsi ad ospitare il nuovo centro servizi del parco agricolo della piana fiorentina.

Il confronto diretto con la società e con la start-up Buonotutti mi ha permesso di venire a conoscenza di quest'informazione e di poter quindi sperimentare la progettazione del primo Food Hub (o centro servizi) in un'area che, con buone probabilità, sarà la prescelta.

1. Collocazione:

- Firenze, via dell'Osmannoro;
- l'area si trova lungo l'asse principale di collegamento tra la cittadina di Sesto Fiorentino e l'area industriale dell'Osmannoro, nei pressi dell'autostrada A11 e dell'aeroporto della città di Firenze

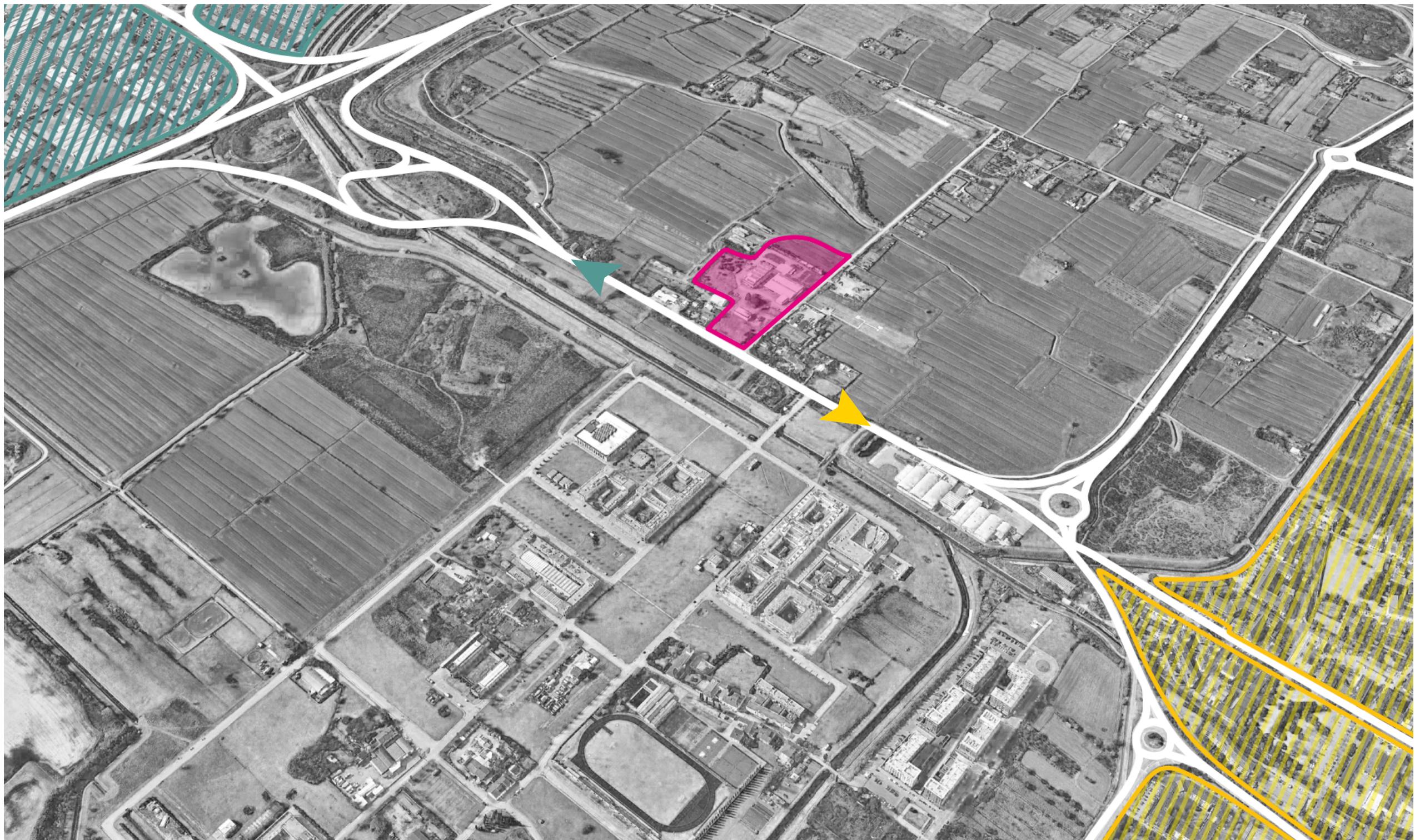
2. Dimensioni:

- superficie area: 26.000m²
- superficie coperta stato di fatto: 2.510m²
- superficie richiesta: 5.000m²

3. Funzioni:

- funzione attuale: consorzio agrario città di Firenze
- funzione futura: centro servizi Parco Agricolo della Piana Fiorentina (o Food Hub)
- funzioni richieste/previste: area trasformazione alimenti, magazzino, ristorazione, uffici, area espositiva, accoglienza e bar, mercato coperto e attività commerciali





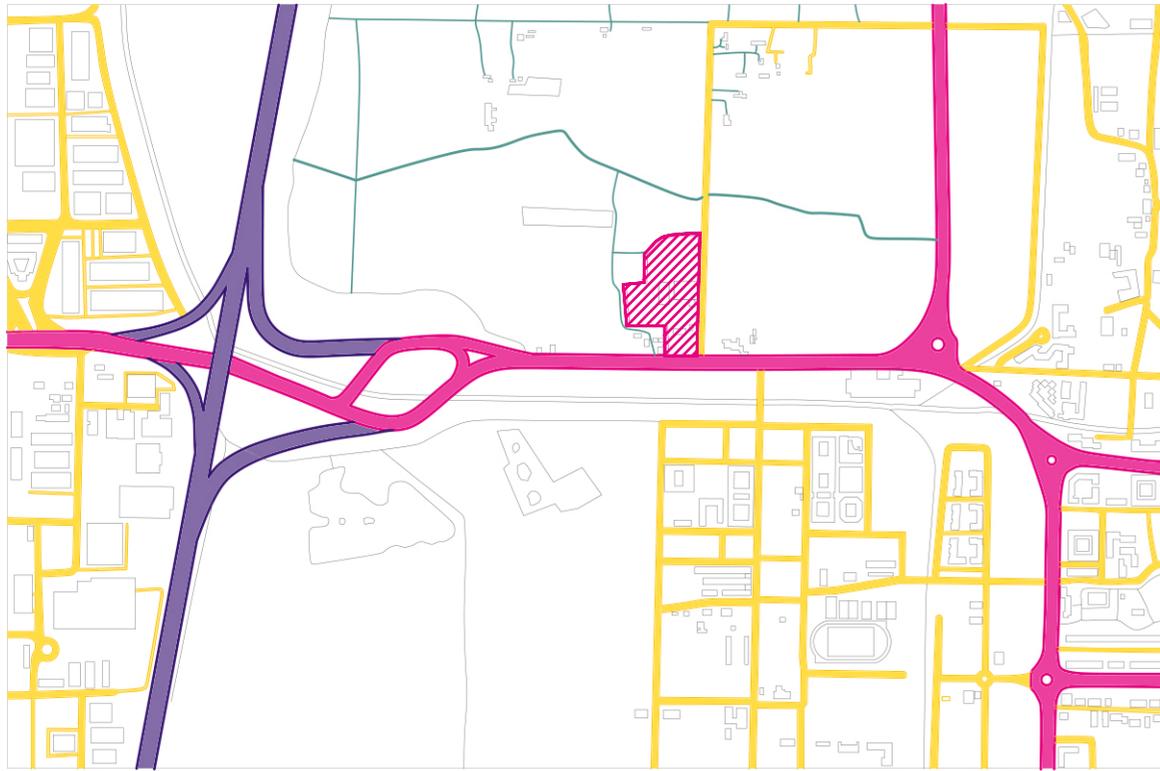
area industriale dell' OSMANNERO

AREA DI PROGETTO

area residenziale SESTO FIORENTINO



VIABILITA'



■ strada provinciale ■ autostrada ■ strada agricola/forestale

scala di riferimento 1:5000

USO DEL SUOLO



■ area residenziale ■ area produttiva ■ area istruzione e ricerca

scala di riferimento 1:5000

COSTRUITO



■ edifici industriali ■ edifici istruzione e ricerca ■ edifici residenziali

scala di riferimento 1:5000

VERDE E ACQUA



■ verde libero ■ terreno agricolo ■ bacini e corsi d'acqua

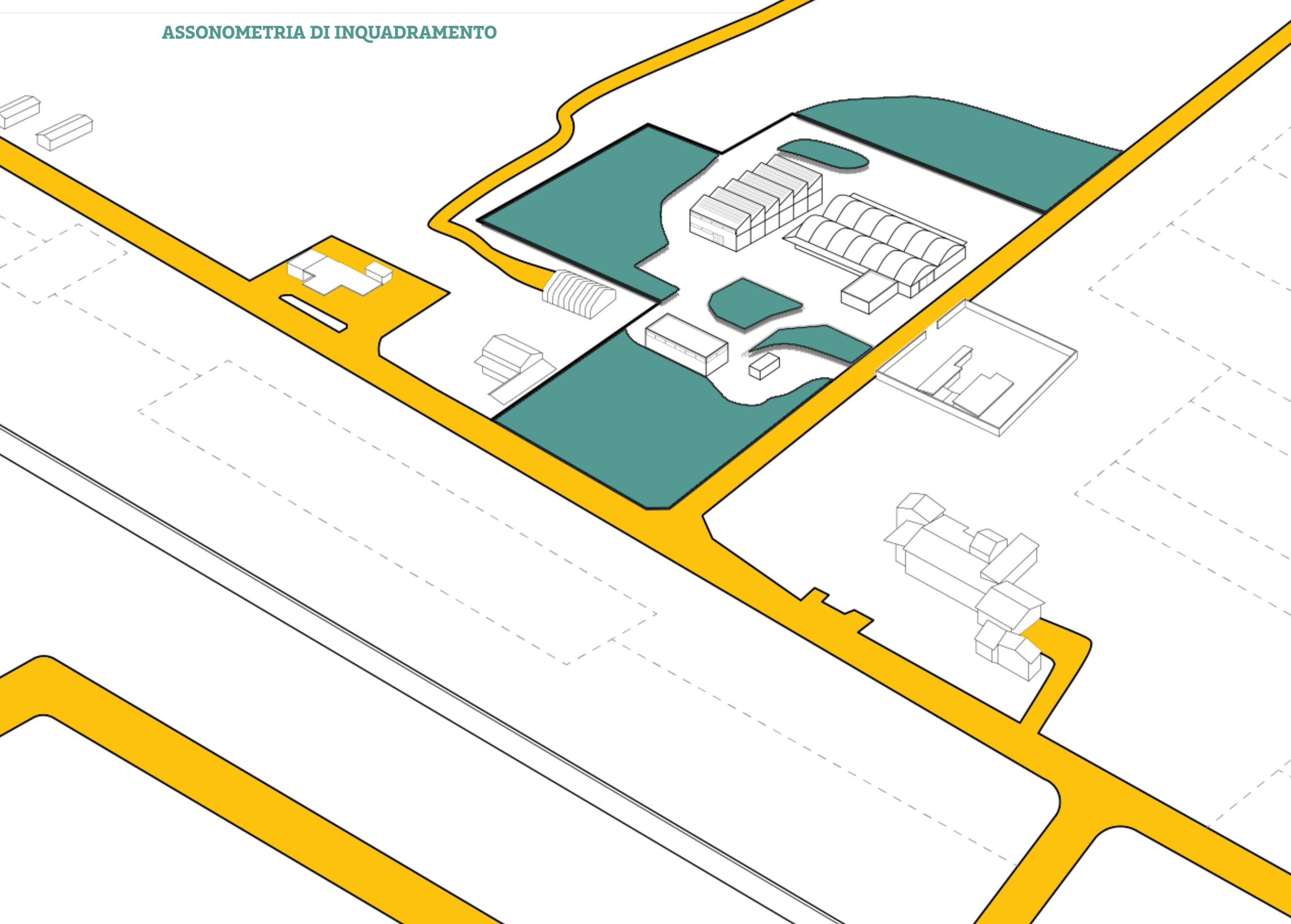
scala di riferimento 1:5000



PLANIMETRIA DI INQUADRAMENTO

scala di riferimento 1:2000

ASSONOMETRIA DI INQUADRAMENTO



5.3

Mixed-use for Food

5.3.1

Introduzione al concetto di architettura mixed-use

"Un buon ambiente è un luogo in grado di offrire un'accessibilità semplice e scontata a una moderata quantità di persone, merci e servizi. Questa varietà può essere ampliata, esplorando un mondo in cui immensa diversità può essere volutamente ricercata o completamente ignorata".⁷

Se c'è un margine di libertà che si può riscontrare nei moderni progetti di architettura è, senza ombra di dubbio, la sperimentazione. Gli architetti contemporanei sono chiamati a trovare nuove forme e soluzioni innovative alle moderne necessità della nostra società, delle nostre città e dei nostri territori. La tipologia del mixed-use incarna perfettamente questa nuova attitudine. Dovendo rispondere a esigenze sempre più precise e con elevato rischio di riuscita, è tutt'altro che semplice decidere di progettare e costruire un manufatto architettonico integrando, e non solo alternando, più funzioni, in nome di una sempre maggiore vitalità e riduzione degli sprechi.

Si possono citare numerosi esempi virtuosi di progetti caratterizzati dal mix funzionale come ad esempio il Billboard a Suzuka, il Market Hall a Rotterdam, la Città degli affari a Saint-Etienne, la Glass Farm a Schinjel o il IIII Lincoln Road a Miami.

La tipologia del mixed-use è oggi oggetto di esplorazione e grande sperimentazione, soprattutto nelle città più attive e dinamiche, come nuovo motore della rigenerazione urbana attraverso la capitalizzazione degli investimenti, la minimizzazione del consumo

⁷ Lynch K., *Good city form*, MIT press, 1984

di suolo e all'integrazione di più funzioni.

Guardando indietro nel tempo alla ricerca delle radici storiche di questa tipologia, si può partire dall'urbs greco-romana come ad un modello sostenibile da cui poter trarre semplici spunti. Per esempio l'agorà ateniese, rappresenta il modello perfetto di mixed-use del passato insieme alle strade dell'antica Pompei dove, nel giro di poche decine di metri, c'erano le abitazioni, le botteghe degli artigiani, oltre che alle taverne e i luoghi per la socialità. Più tardi le tradizionali case-botteghe caratteristiche dei nostri centri storici hanno proposto un mix di funzioni all'interno delle città, così ricco da diventare il motore dinamico della vita urbana. Ma la vera radice novecentesca, da cui bene si comprende il fenomeno attuale dello sviluppo del modello mixed-use, resta nelle Company Town nate ad inizio del secolo scorso, che mescolavano le attività produttive con spazi per le abitazioni e di servizio ai residenti-lavoratori.

Ma quali sono i parametri definiti come linee guida per un progetto di mixed-use?



Ne esistono diversi, basati su studi approfonditi realizzati da gruppi di ricerca, studiosi e addetti ai lavori. Negli ultimi tempi è stata formulata una definizione, da parte di un gruppo costituito dal BOMA international, dall'International Council of Shopping Centre, dalla National Association of Industrial and Office properties e dalla National Multi Housing Council:

*"Un insediamento **mixed-use** è un progetto immobiliare in cui viene programmata qualche tipo di integrazione fra quantità di funzioni dedicate a commercio, residenza, uffici, alberghi, tempo libero % altre funzioni a seconda delle richieste; è a orientamento pedonale e contiene ambienti del tipo live-work-play, sfruttando al meglio le quantità di spazio, offrendo un'elevata qualità degli*

ambienti, contraendo le quantità di traffico e non generando dispersione".⁸

Si potrebbero definire altri tre parametri indicativi per il progetto: tre o più funzioni significative che producono reddito, evidente integrazione spaziale e funzionale e unitarietà progettuale.

Nella sostanza, si lasciano aperte molte porte, non definendo in modo unilaterale le funzioni e gli usi necessari, ma aprendo la strada all'indagine del concetto di *mixed*, che resta fortemente legato all'idea di integrazione invece che, al concetto di multi funzionalità. In questa differenza minima ma sostanziale, trova spazio il progetto contemporaneo che tenta la strada dell'integrazione tra funzioni in edifici complessi e vitali, capaci di richiamare grandi flussi di persone. Il mix funzionale comporta grandi rischi, soprattutto nelle prime fasi di reperimento dei terreni e delle forze economiche che permettono la realizzazione di questi complessi. E' però rassicurante che banche e finanziatori siano più propensi a lanciarsi in imprese di questa tipologia piuttosto che non altre mono-funzionali.

Tuttavia, accanto ai fattori più concreti di numeri e indicatori, ce ne sono due altrettanto importanti:

- il coinvolgimento del **settore pubblico** per rendere da subito il progetto coeso e inclusivo all'interno della comunità locale;
- il cosiddetto "**senso del luogo**" che il nuovo progetto deve poter generare per accogliere gli abitanti e i cittadini senza i quali nessun progetto di architettura, seppur ottimo, andrebbe a buon fine;

Se nelle ricerche svolte da parte di numerose associazioni private, oltre il 90% delle risposte da parte degli intervistati afferma di prevedere una continua e costante crescita di progetti mixed-use nel futuro, evidentemente il modello funziona e attira sia cittadini che investitori. I risultati dei progetti già realizzati dimostrano quanto i fattori economici e sociali siano assolutamente determinanti per la buona riuscita di queste tipologie di interventi.

⁸ definizione di: "mixed-use", BOMA international, International Council of Shopping Centre, National Association of Industrial Office properties, National Multi Housing Council

Si può concludere dicendo che, fino ad oggi, la tipologia mixed-use è stata una delle più efficienti, non solo nel rivalutare, ricostruire e rigenerare intere parti di città o edifici abbandonati, ma anche per i legami che questi progetti sono stati in grado di instaurare con il territorio urbano e rurale circostante.

MIXED-USE for FOOD



5.3.3

Funzioni, operazioni e spazi di un Food Hub

LOGISTICA

operazioni: Permette di gestire l'aggregazione dei prodotti agroalimentari, di piccoli e medi produttori, e può avvenire secondo due modalità differenti: "On-farm pick up" e "On FH drop off". Una buona strategia logistica garantisce un'efficiente gestione dei flussi economici e materiali, dei magazzini per la conservazione dei prodotti e dell'organizzazione delle consegne a domicilio, ai ristoranti, alle mense collettive o ai negozi alimentari. Viene inclusa anche la gestione dei rifiuti, la raccolta differenziata e l'eventuale utilizzo dell'invenduto per fini di consumo.



MARKETING

operazioni: Insieme di operazioni volte a istituire una rete di produttori partner e ricercare fette di mercato in cui essi possano inserirsi e generare reddito. Ciò avviene tramite indagini di mercato, gestione del commercio e negoziazione con gli acquirenti con l'obiettivo di garantire una corretta retribuzione delle materie prime. Inoltre, sono comprese tutte quelle attività volte a definire l'immagine e l'identità dei prodotti, attraverso la costruzione di flussi informativi che garantiscano trasparenza lungo tutta la filiera.



SERVIZI AL PRODOTTO

operazioni: Comprende tutte quelle operazioni volte a fornire un servizio alle materie prime dei produttori. Include la preservazione e la conservazione, in magazzini e celle frigorifere, delle derrate alimentari prima che esse vengano processate: lavate, tagliate oppure cotte e trasformate. Inoltre, viene effettuato il confezionamento dei prodotti prima di essere immessi sul mercato. Si può definire come il gruppo di operazioni che aggiungono valore alle materie prime fornite dai produttori.



SERVIZI AI PRODUTTORI

operazioni: L'insieme delle operazioni volte a incrementare e rafforzare le competenze organizzativo-produttive dei produttori oltre alla pianificazione delle strategie di business e ai servizi di comunicazione. Vengono incluse anche le attività di formazione professionale, il supporto alla transizione verso tecniche agronomiche più sostenibili ed efficienti, i servizi di comunicazione volti a consolidare o migliorare l'immagine delle aziende agricole e i servizi di supporto per la gestione dei rifiuti e degli scarti di raccolto.



SVILUPPO COMUNITARIO

operazioni: L'insieme delle attività che contribuiscono alla creazione di una comunità del cibo in cui le persone passano dall'essere semplici consumatori a consumatori consapevoli. Comprende programmi di volontariato, eventi sociali e di divulgazione scientifica, progetti di agricoltura sociale, didattica frontale e all'aperto, programmi educativi e culinari e tutte quelle operazioni strategiche volte alla divulgazione in ambito alimentare e culturale.



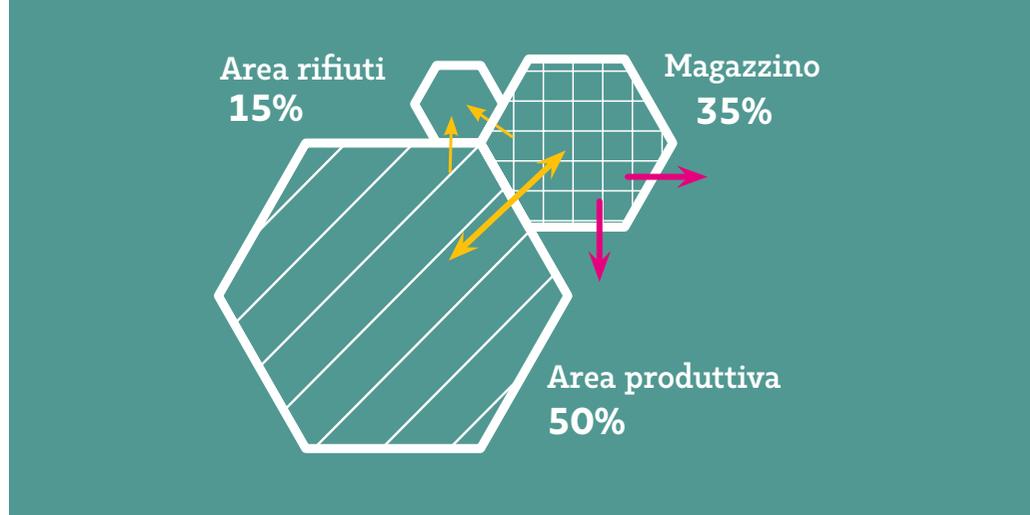
WEB OF PRACTICE

operazioni: L'insieme delle operazioni volte a condividere saperi, conoscenze e esperienze in un'ottica di "network communication" tra tutti gli attori della filiera agroalimentare.



Le
funzioni

Mixed-use
for
FOOD



LOGISTICA E PRODUZIONE

1. MAGAZZINO (500mq)

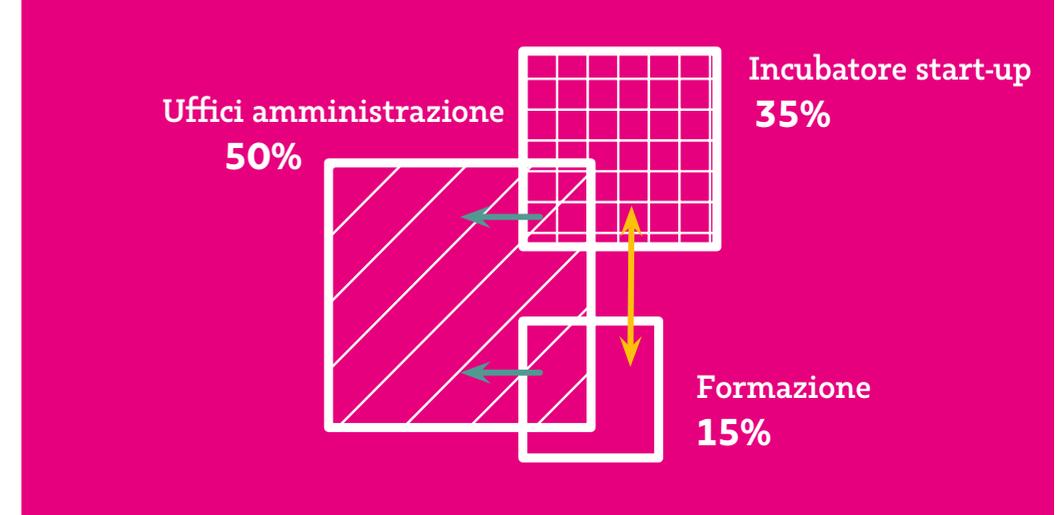
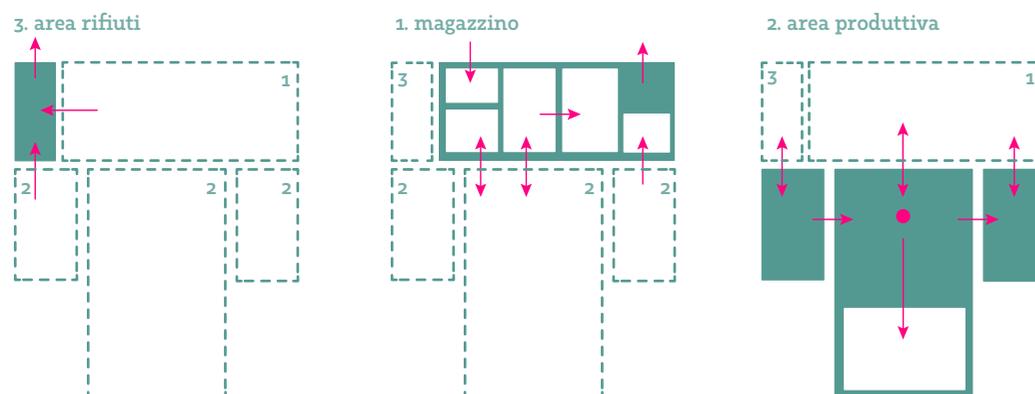
necessario tanto all'attività di trasformazione alimentare quanto alla funzione di centro per il FoodHub digitale locale e per l'attività di vendita diretta.

2. AREA PRODUTTIVA (3.500mq)

indispensabile per la preparazione dei pasti per le mense scolastiche ma non solo. All'interno dell'area produttiva avvengono tutti i processi di lavorazione e trasformazione delle materie prime per poter essere commercializzate in loco o distribuite a ristoranti, negozi e consumatori finali.

3. AREA RIFIUTI (80mq)

per la differenziazione degli scarti alimentari (e non) occorre un'area in cui vi sia una corretta compartimentazione dei settori di raccolta rifiuti per garantire il corretto smaltimento e/o riciclo.



TERZIARIO E FORMAZIONE

1. UFFICI AMMINISTRAZIONE (300mq)

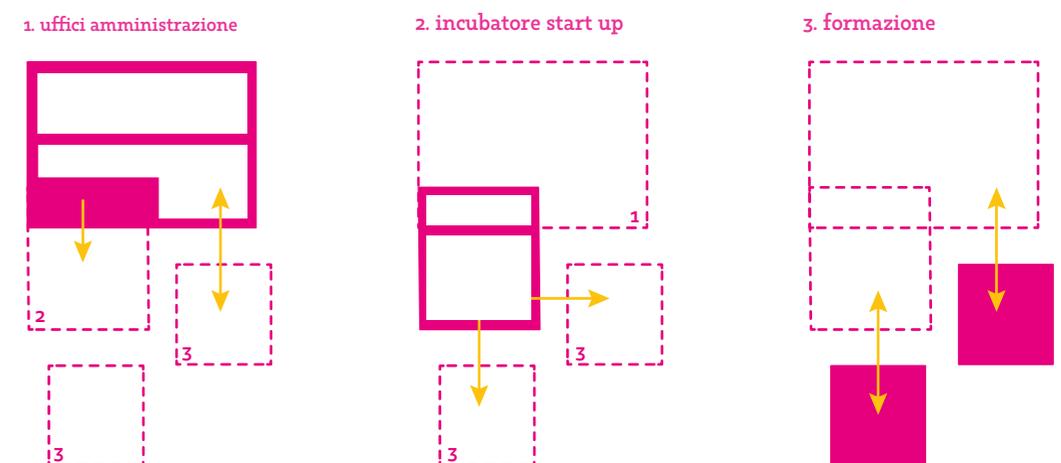
per la gestione del centro servizi, della società e delle funzioni correlate al Food Hub. Luogo in cui avvengono tutte le attività di "ufficio", dalle ricerche di mercato all'amministrazione, dalla gestione delle vendite al lavoro di "marketing" aziendale.

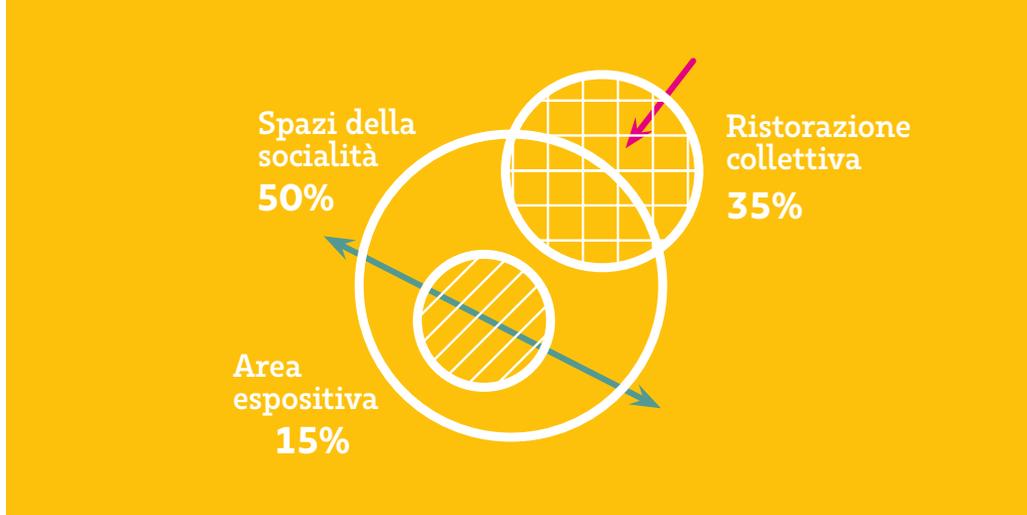
2. INCUBATORE START UP * (200mq)

luogo dell'innovazione in cui si riuniscono le start-up meritevoli in ambito "food", con l'obiettivo di supportare il progresso del settore e stimolare la formazione di nuove idee per le filiere agroalimentari nazionali.

3. FORMAZIONE

gli spazi destinati ad ospitare corsi, presentazioni e conferenze dedicati tanto ai consumatori quanto ai produttori e, più in generale, agli attori delle filiere agroalimentari.





RISTORAZIONE e TEMPO LIBERO

SPAZI DELLA SOCIALITA' *

per l'organizzazione di eventi atti a rafforzare le comunità del cibo locali, per favorire l'interazione sociale tra i visitatori, per progetti di agricoltura sociale e per connettere e unire tra loro i vari spazi del Food Hub.

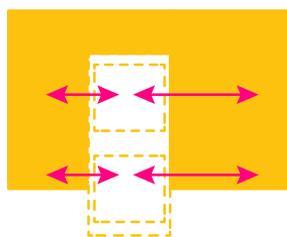
RISTORANTE (500mq)

svolge un ruolo centrale all'interno del complesso. Per la produzione vengono riutilizzati i prodotti invenduti e trasformati gli scarti alimentari. Dialoga con gli spazi del mercato e con le aree espositive.

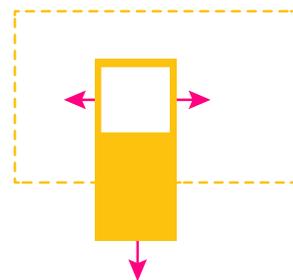
AREA ESPOSITIVA * (150mq)

spazi flessibili dedicati a un'esposizione permanente e a esposizioni temporanee a tematica agroalimentare, con scopi didattici e formativi oltre che ludici.

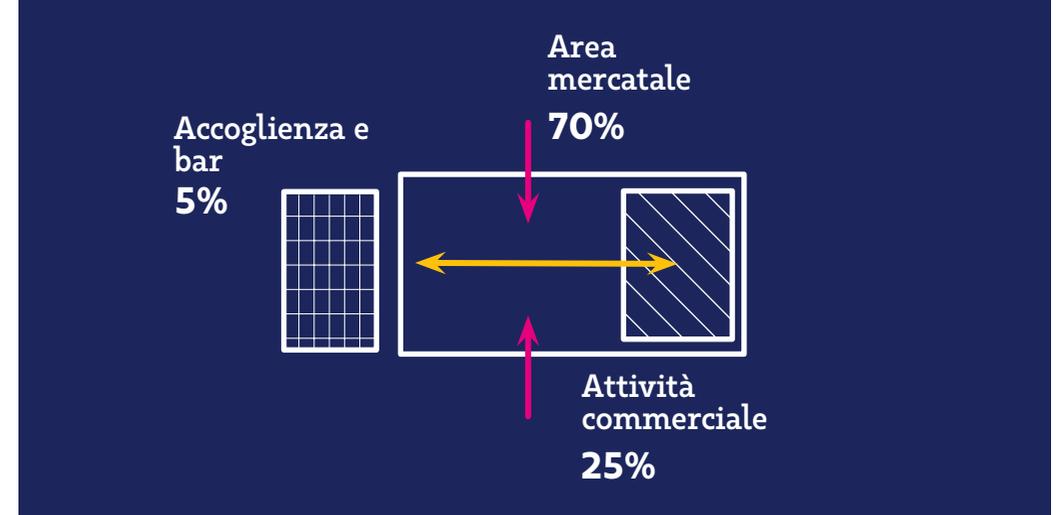
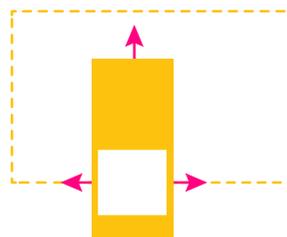
1. spazi della socialità



2. ristorante



3. area espositiva



MERCATO E ATTIVITA' COMMERCIALI

AREA MERCATALE * (1.000mq)

vero e proprio "cuore pulsante" del Food Hub. Luogo di scambio, di incontro e di socialità. Qui i prodotti del territorio vengono resi disponibili alla popolazione locale e ai visitatori.

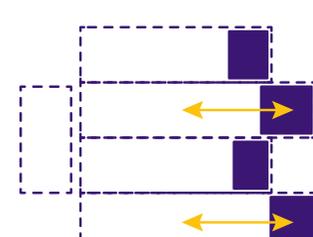
ATTIVITA' COMMERCIALI *

indispensabili per fornire un servizio d'acquisto il più completo possibile, integra l'area di mercato dove avviene la vendita di prodotti ortofrutticoli freschi con spazi commerciali dedicati ad altri generi alimentari (secchi, conservati e di origine animale).

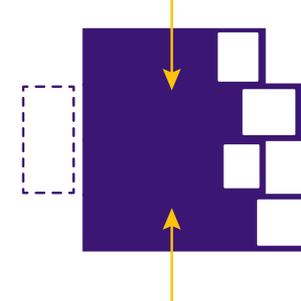
ACCOGLIENZA e BAR *

reception e area bar, spazi aggiuntivi di transizione e/o attesa destinati a visitatori, consumatori e dipendenti del Food Hub.

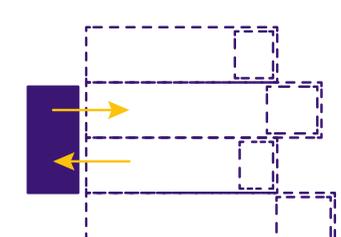
1. attività commerciali



1. area mercatale



3. accoglienza e bar

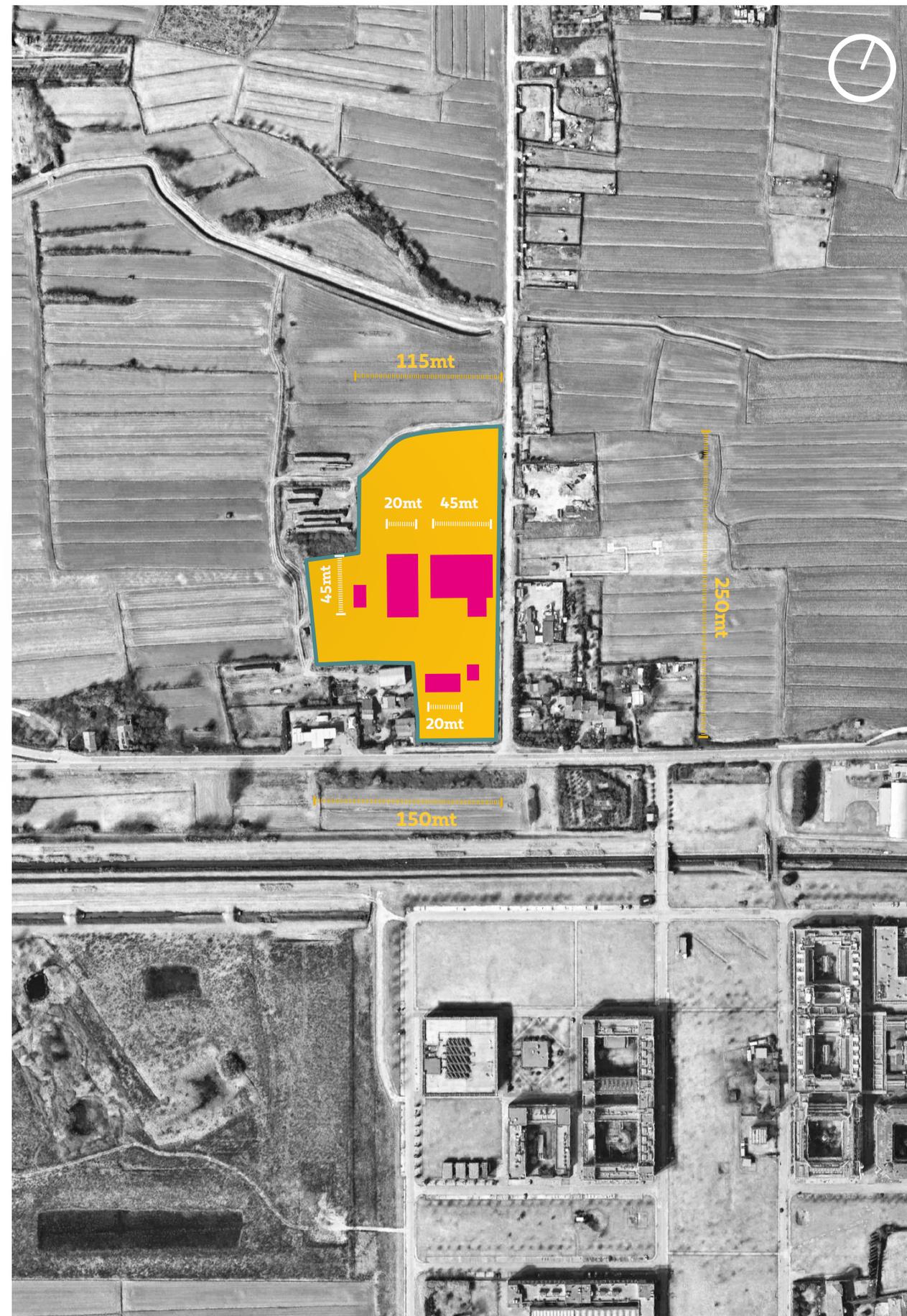
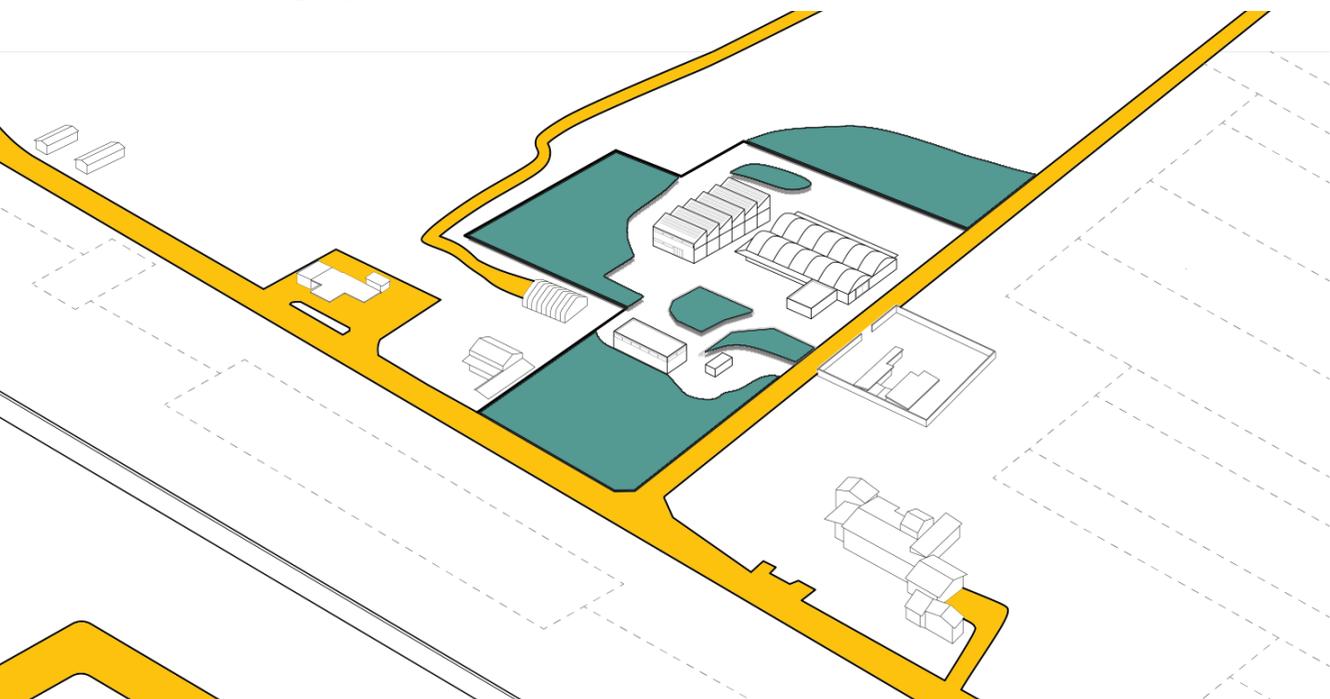


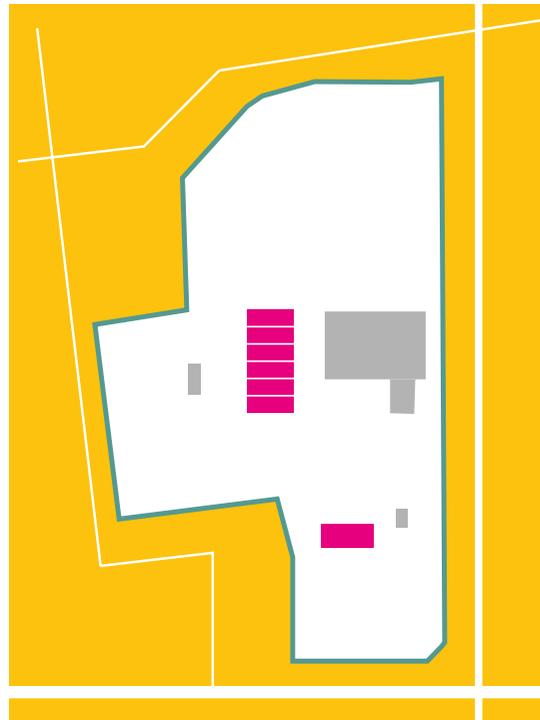
SCENARIO DI PROGETTO

Il progetto, collocandosi a metà strada tra città e campagna, aree residenziali e aree produttive, tenta di rappresentare le sfaccettature del territorio e le peculiarità della sua collocazione. La proposta architettonica complessiva rappresenta un insieme di funzioni (mixed-use) che sono state stabilite a partire dalle necessità della società per azioni e della nascente start-up e da altre ipotesi funzionali elaborate personalmente.

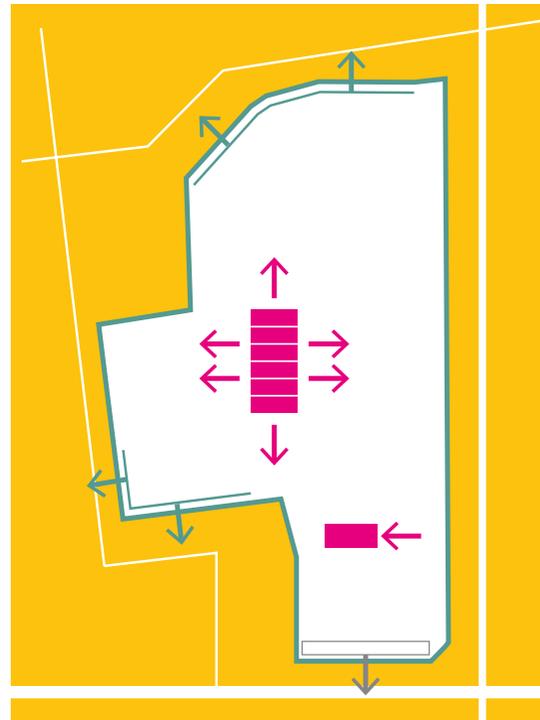
Pensato per essere realizzato a step, modulato, scalato e replicato sulla base della collocazione territoriale, culturale e sociale, la cui articolazione funzionale è direttamente determinata dalle necessità e dalle possibilità del territorio di riferimento. Le funzioni sono state raggruppate in quattro macro-categorie che a loro volta sono articolate in spazi distinti ma collaboranti. Progettato per essere realizzato anche a step successivi, il Food Hub può funzionare anche qualora non siano presenti tutti gli spazi individuati nel raggruppamento mixed-use for food.

I nuovi spazi si originano a partire dall'edificio preesistente mantenuto. I prolungamenti degli spazi interni dell'edificio centrale, sotto forma di estrusione, seguono direttrici perpendicolari alle facciate generando delle linee d'asse ad intervallo fisso per l'organizzazione delle nuovo costruito. Dall'edificio preesistente parte un sistema di tettoie "a shed" al di sotto delle quali si svolge l'attività di vendita al dettaglio e di altre attività commerciali. All'interno dell'edificio preesistente, trovano luogo gli spazi espositivi, l'accoglienza e il bar, il ristorante e l'area co-working per start-up. Per connettere l'area destinata al pubblico con quella a vocazione produttiva, è stato inserito un nuovo volume di connessione funzionale.

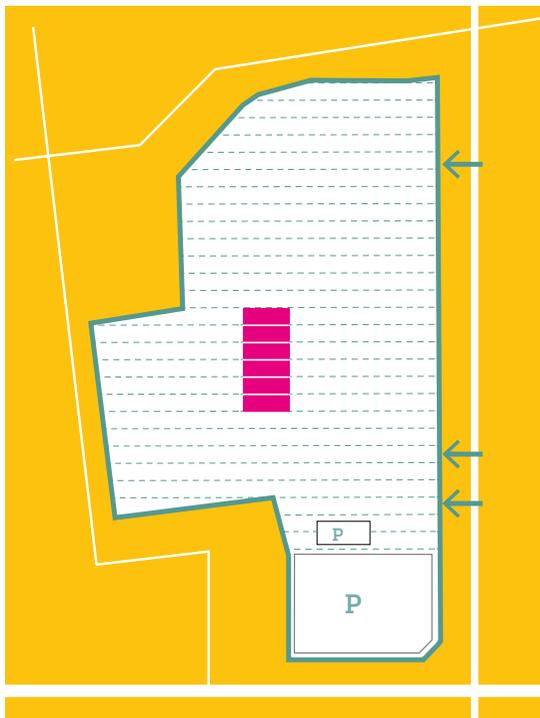




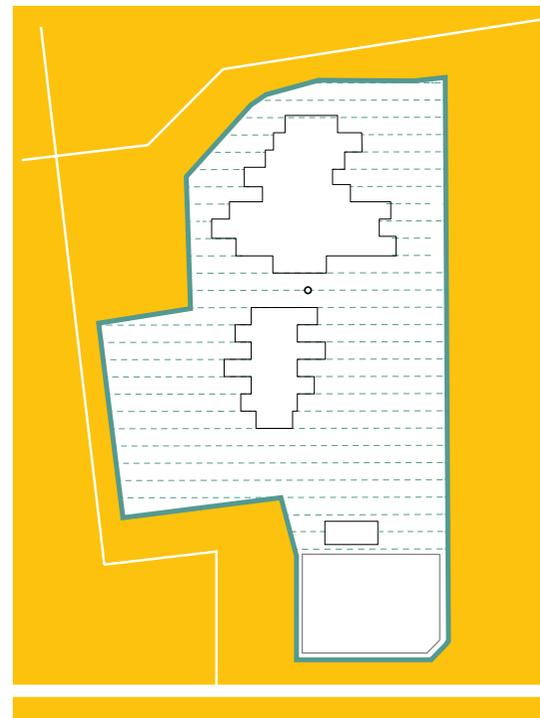
1. Edificato esistente



2. Relazioni con contesto

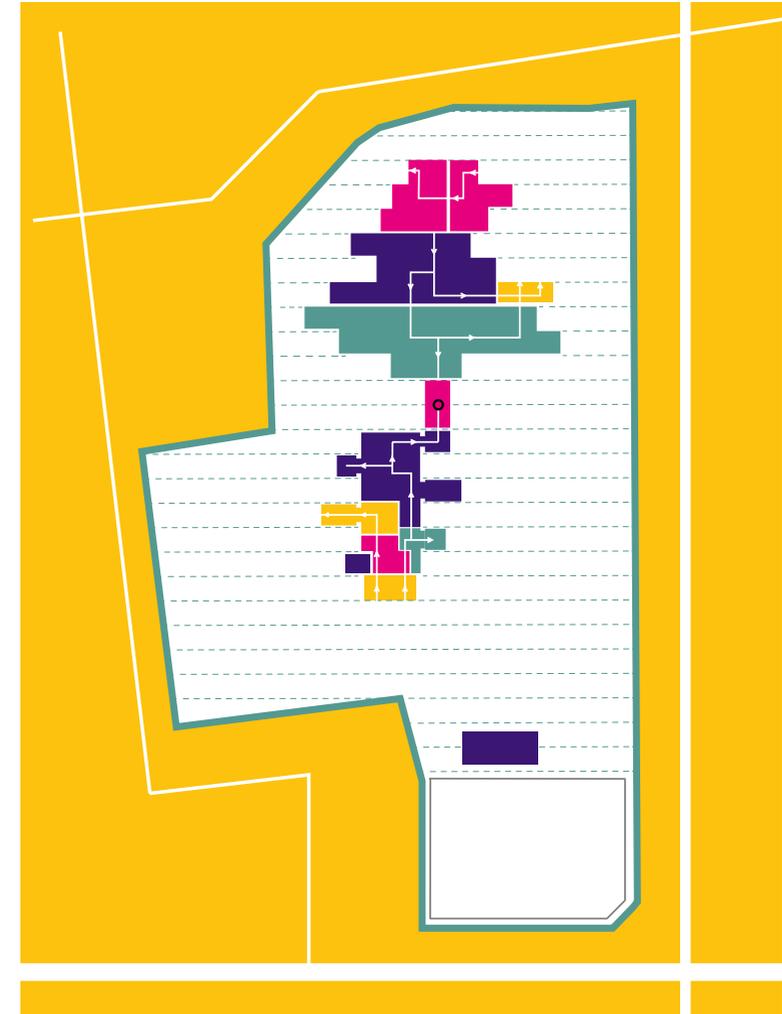


3. Accessi, parcheggi (bici e auto) e direttrici



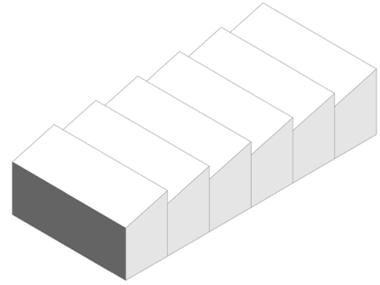
4. Ingombro planimetrico

CONCEPT DI PROGETTO

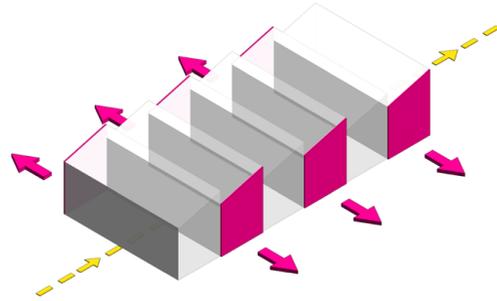


5. Flussi e funzioni

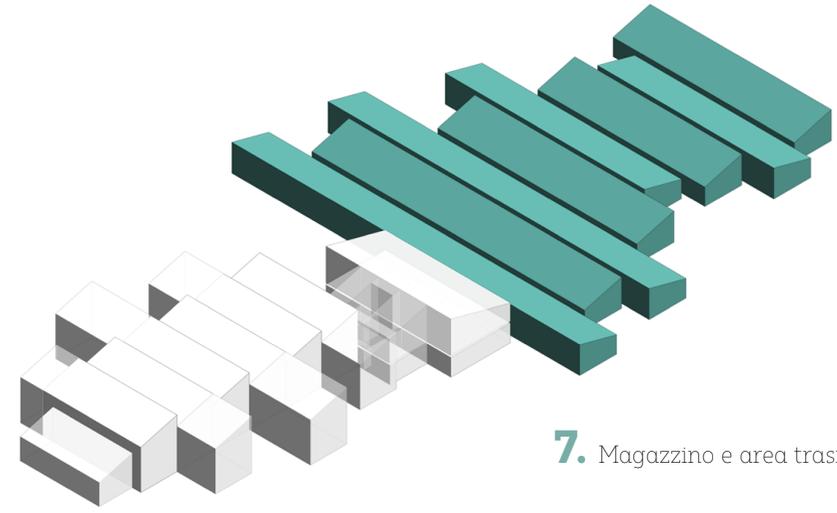
DIAGRAMMI



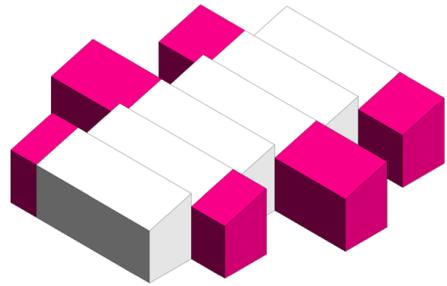
1. Edificio preesistente



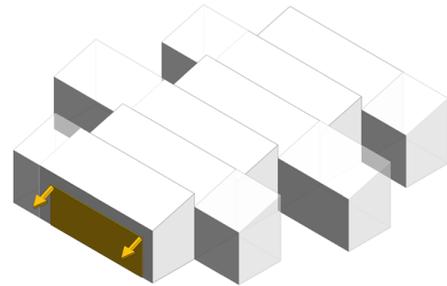
2. Assi di sviluppo



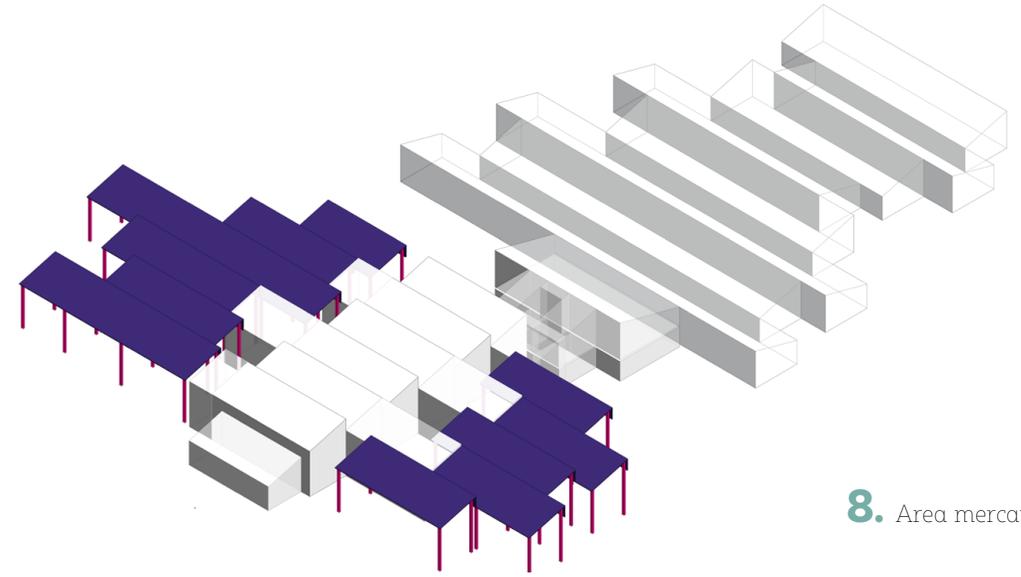
7. Magazzino e area trasformazione



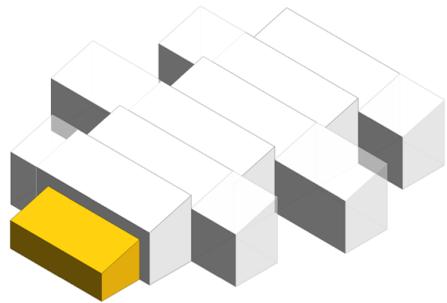
3. Ampliamento volumetrica



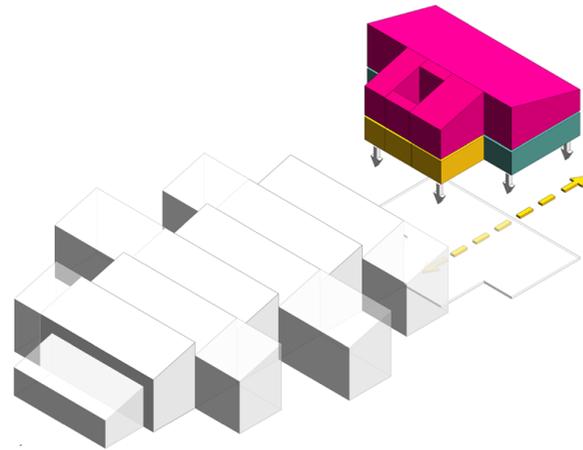
4. Fronte di accesso



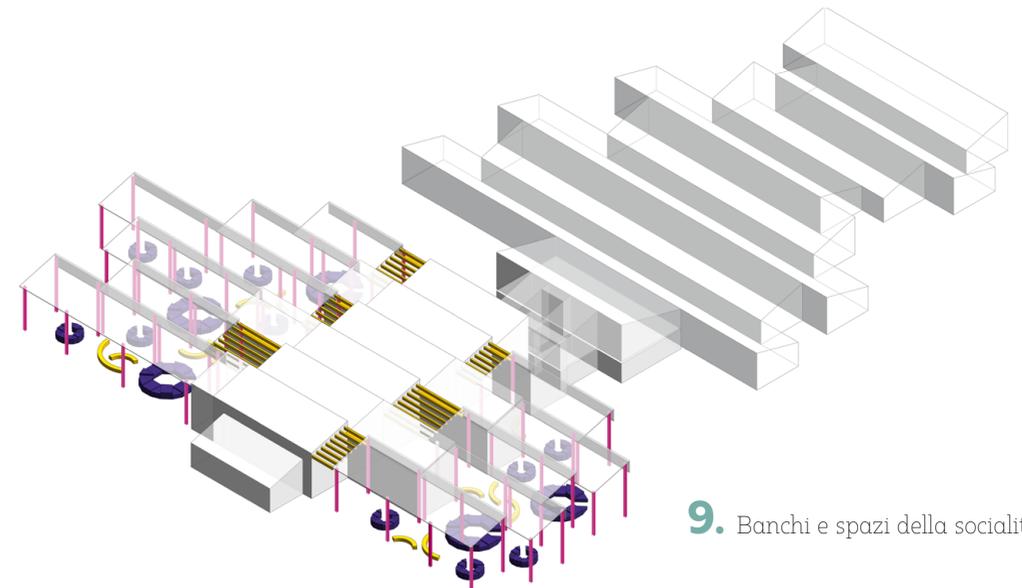
8. Area mercatale



5. Volume d'ingresso



6. Cucine e uffici (collegamento)



9. Banche e spazi della socialità

Attività commerciali

Mercato coperto

Area espositiva

Bar

Coworking start-up

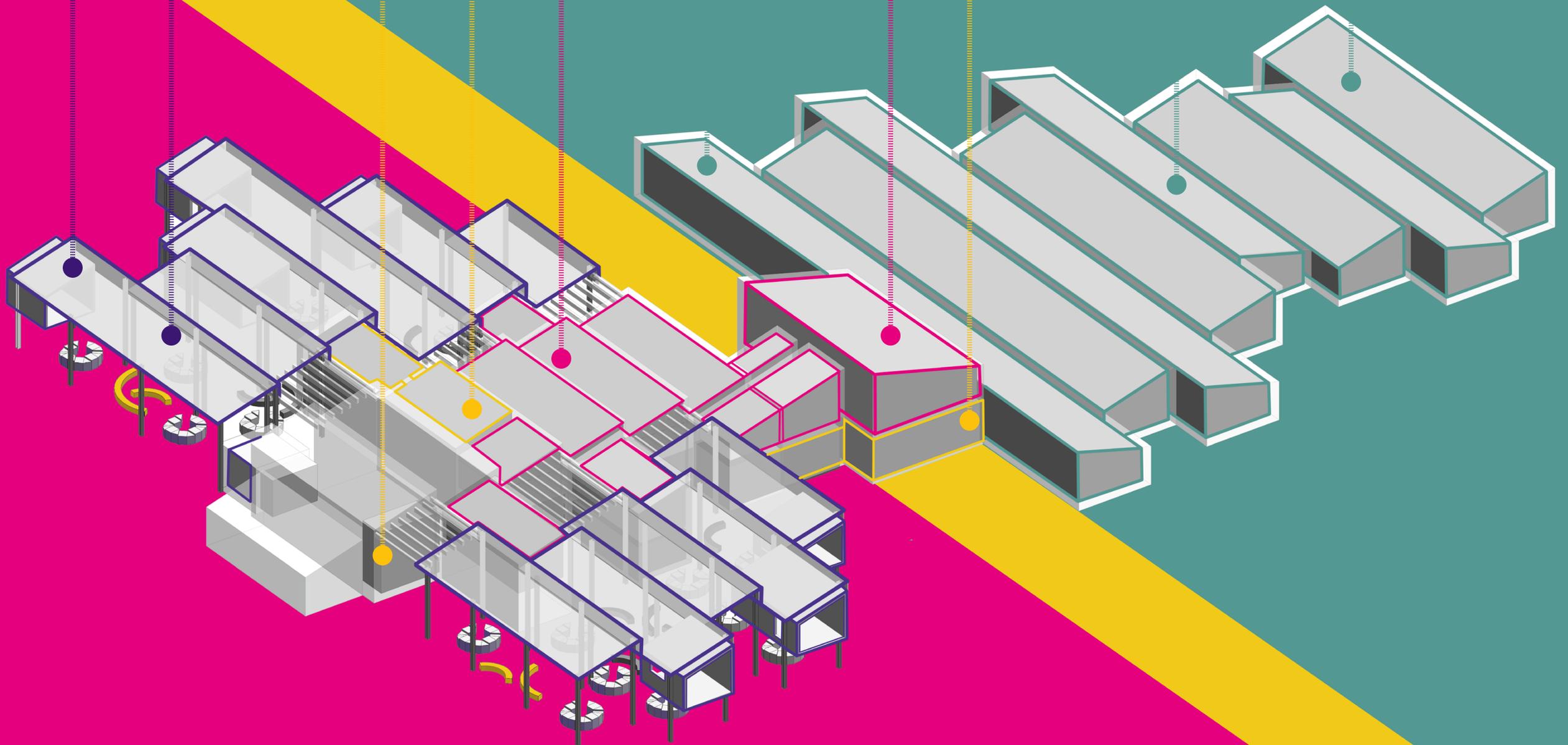
Cucine e laboratori

Uffici amministrazione

Cucine

Area trasformazione

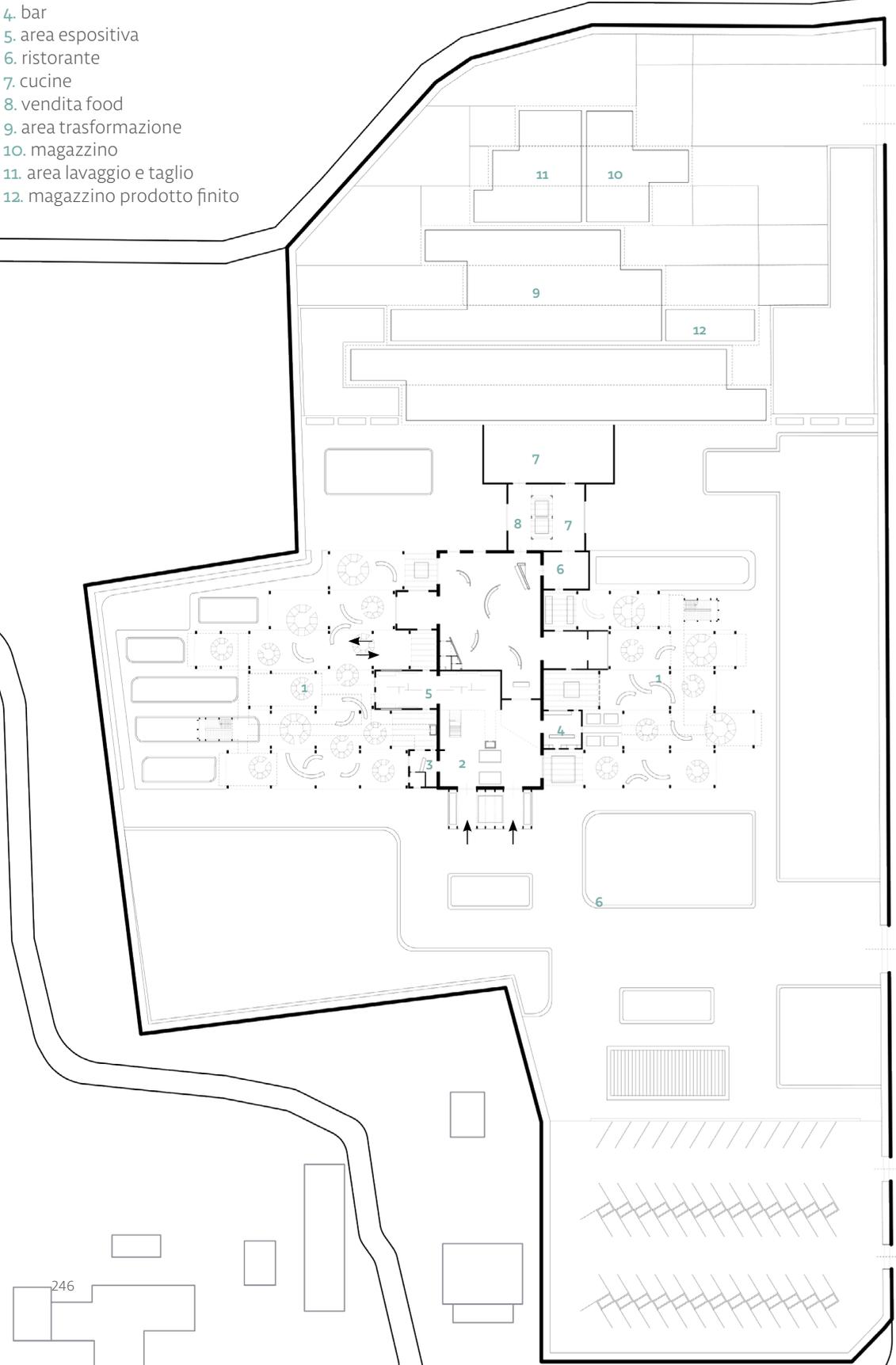
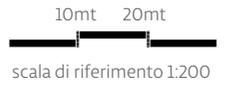
Magazzino



Legenda

- 1. area mercato coperto
- 2. hall d'ingresso
- 3. accoglienza
- 4. bar
- 5. area espositiva
- 6. ristorante
- 7. cucine
- 8. vendita food
- 9. area trasformazione
- 10. magazzino
- 11. area lavaggio e taglio
- 12. magazzino prodotto finito

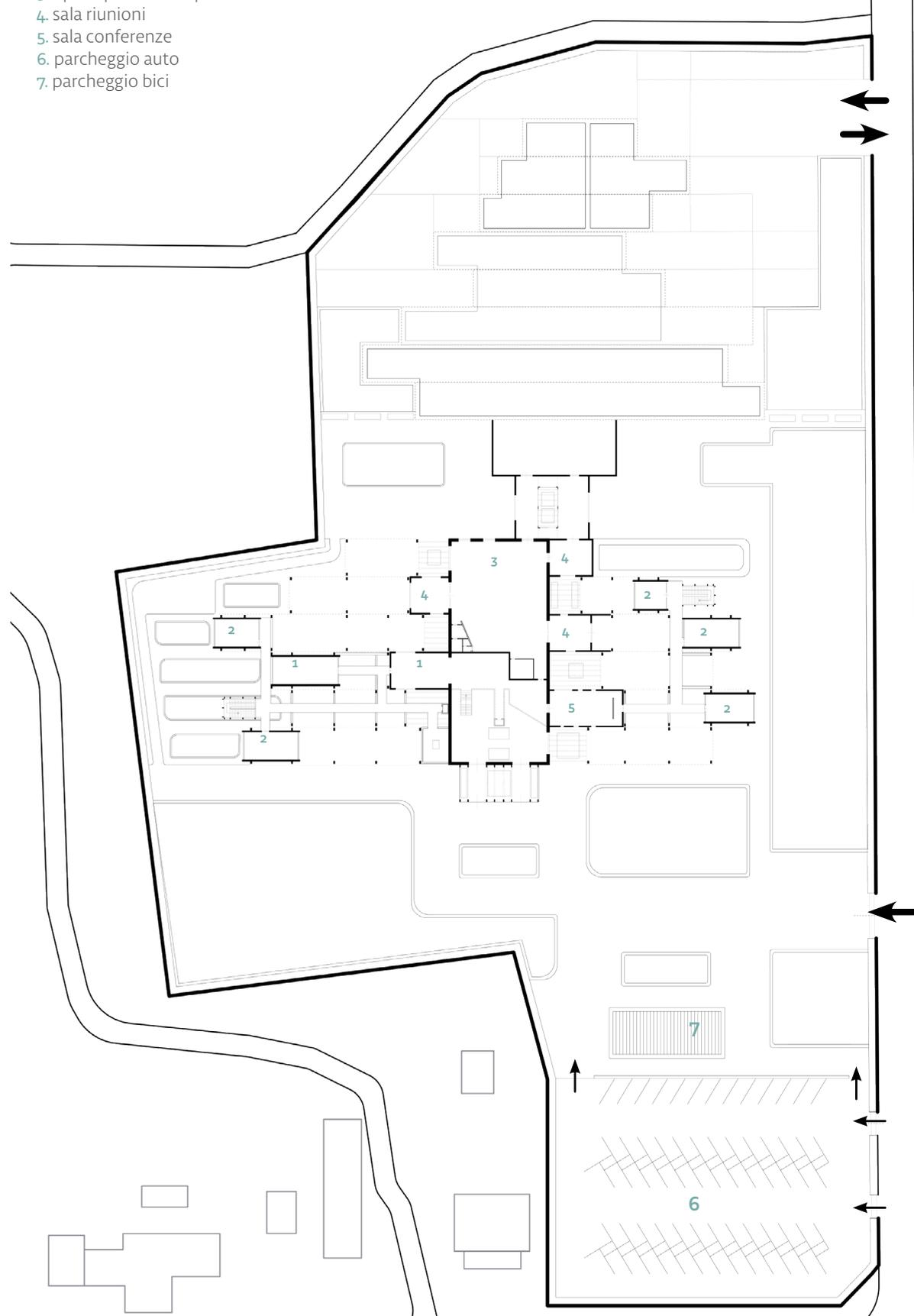
pianta piano terra



Legenda

- 1. area espositiva
- 2. attività commerciale
- 3. open space start up
- 4. sala riunioni
- 5. sala conferenze
- 6. parcheggio auto
- 7. parcheggio bici

pianta piano primo

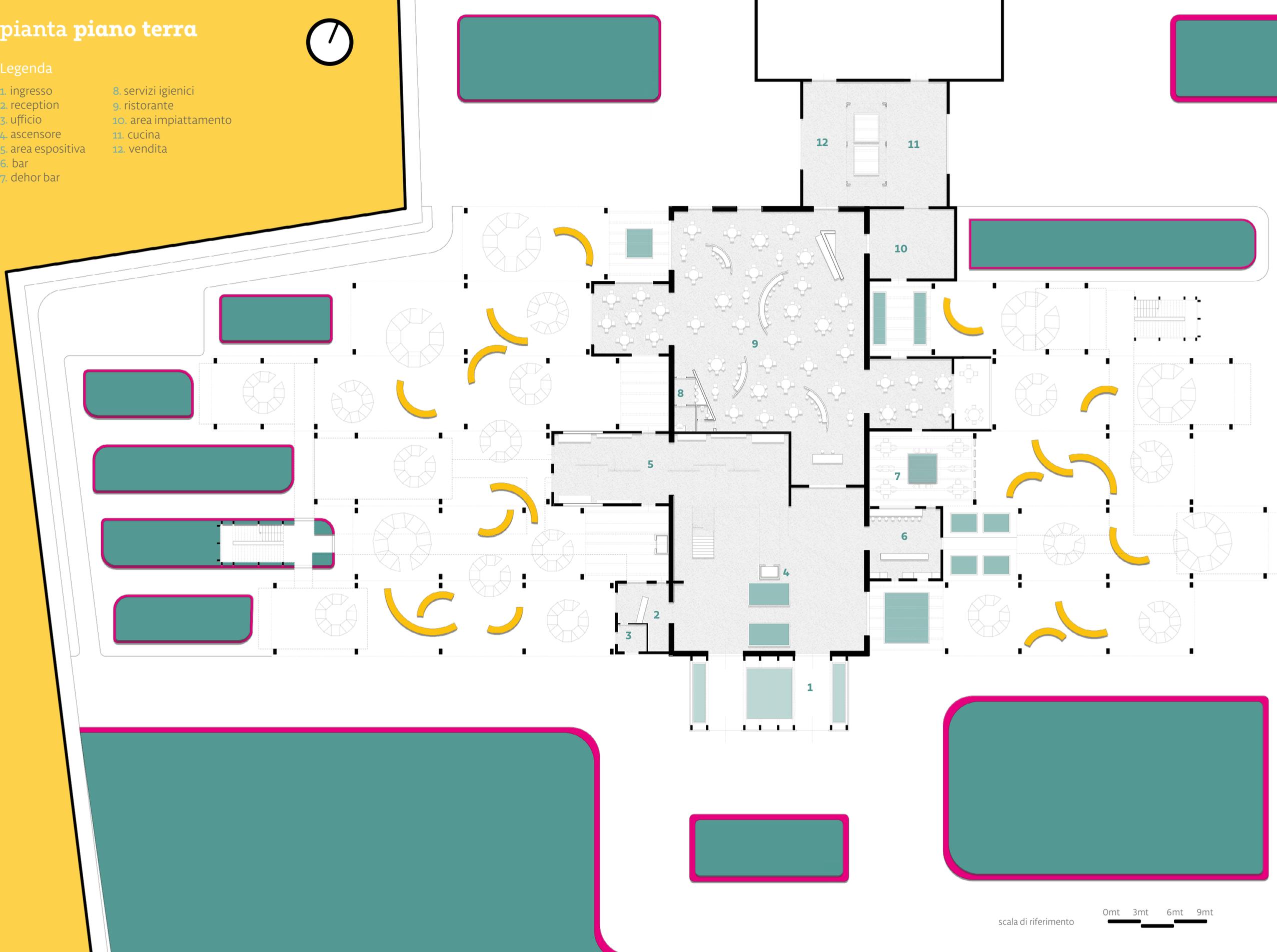


pianta piano terra



Legenda

- 1. ingresso
- 2. reception
- 3. ufficio
- 4. ascensore
- 5. area espositiva
- 6. bar
- 7. dehor bar
- 8. servizi igienici
- 9. ristorante
- 10. area impiattamento
- 11. cucina
- 12. vendita

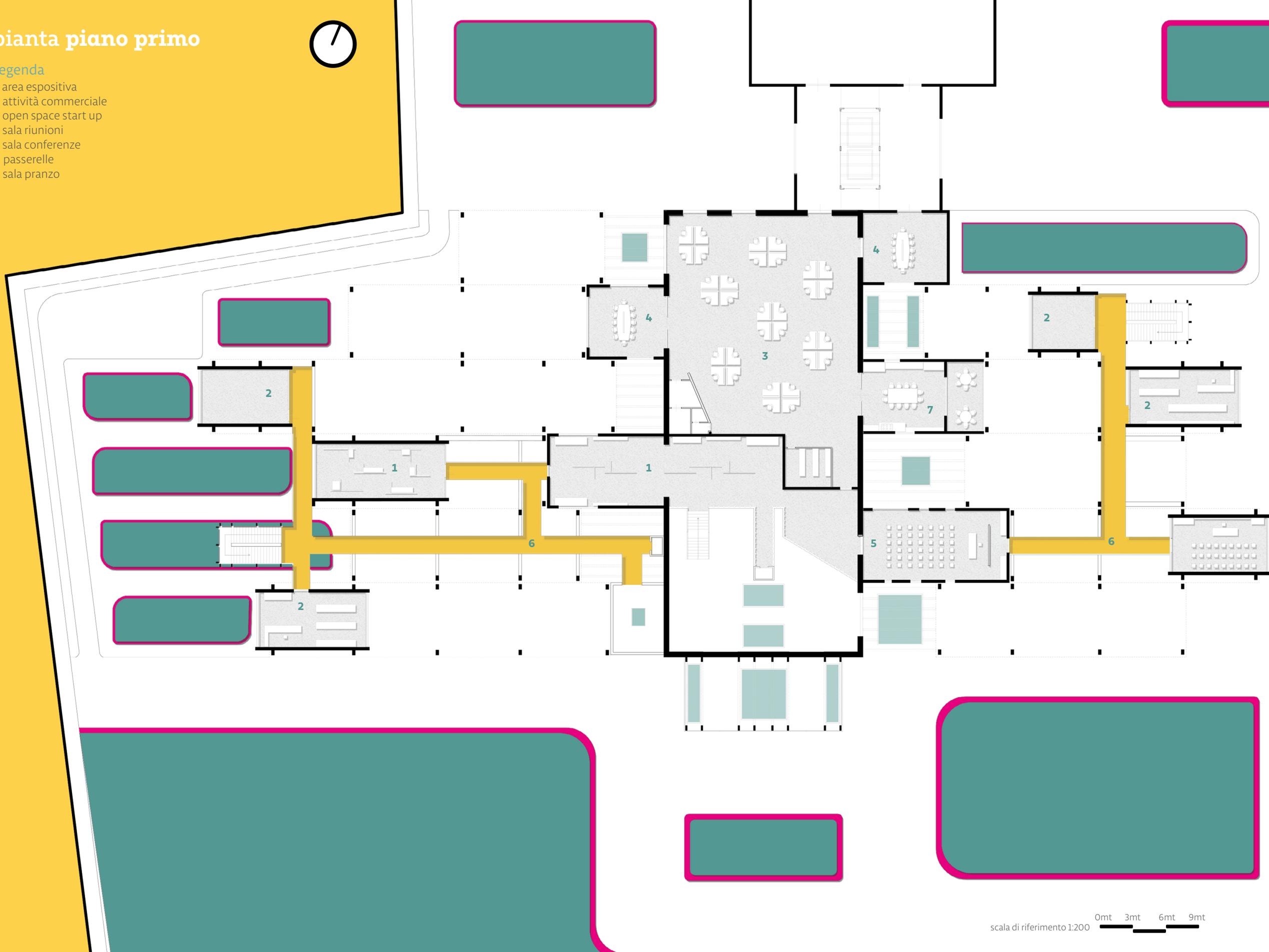


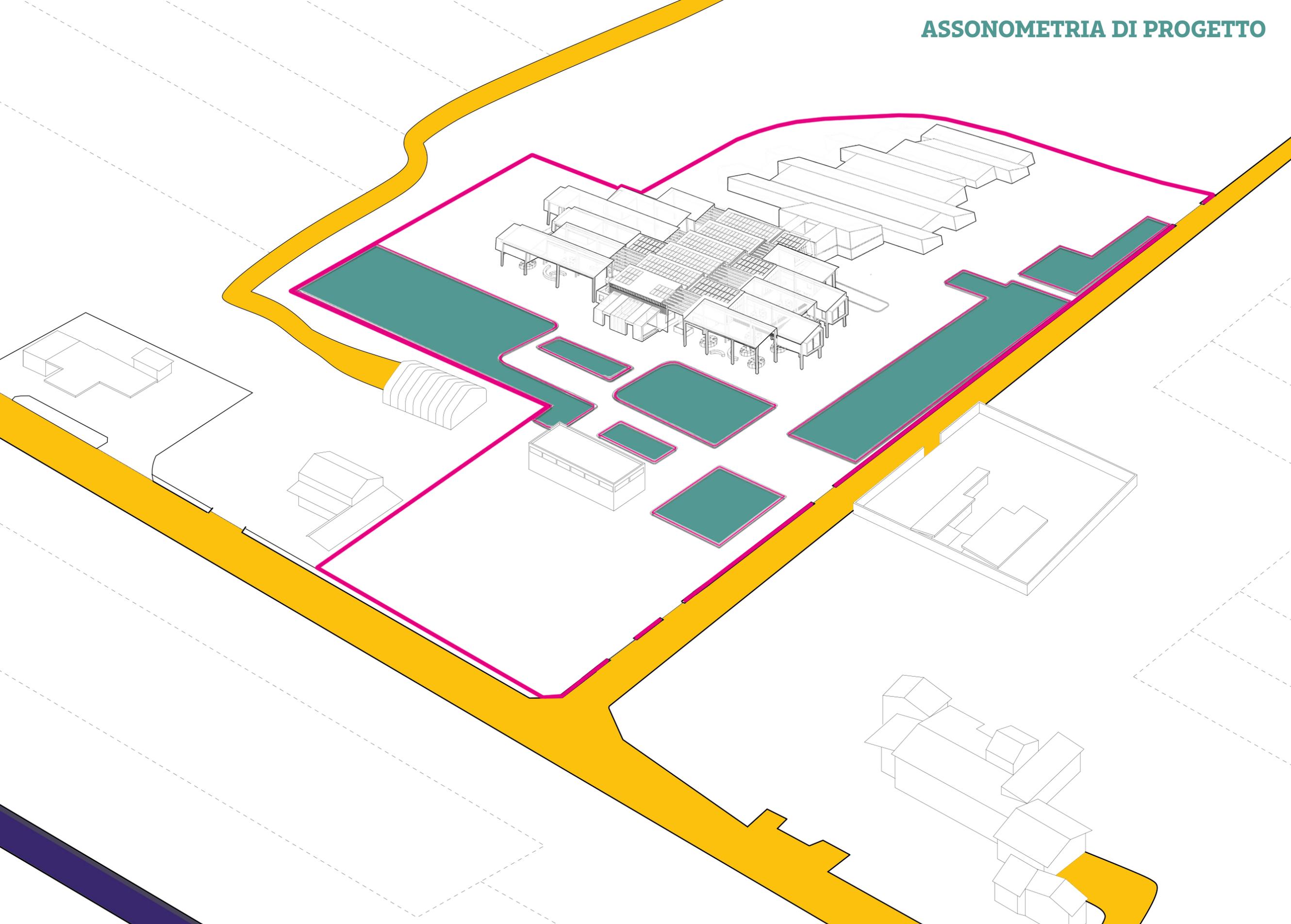
pianta piano primo



Legenda

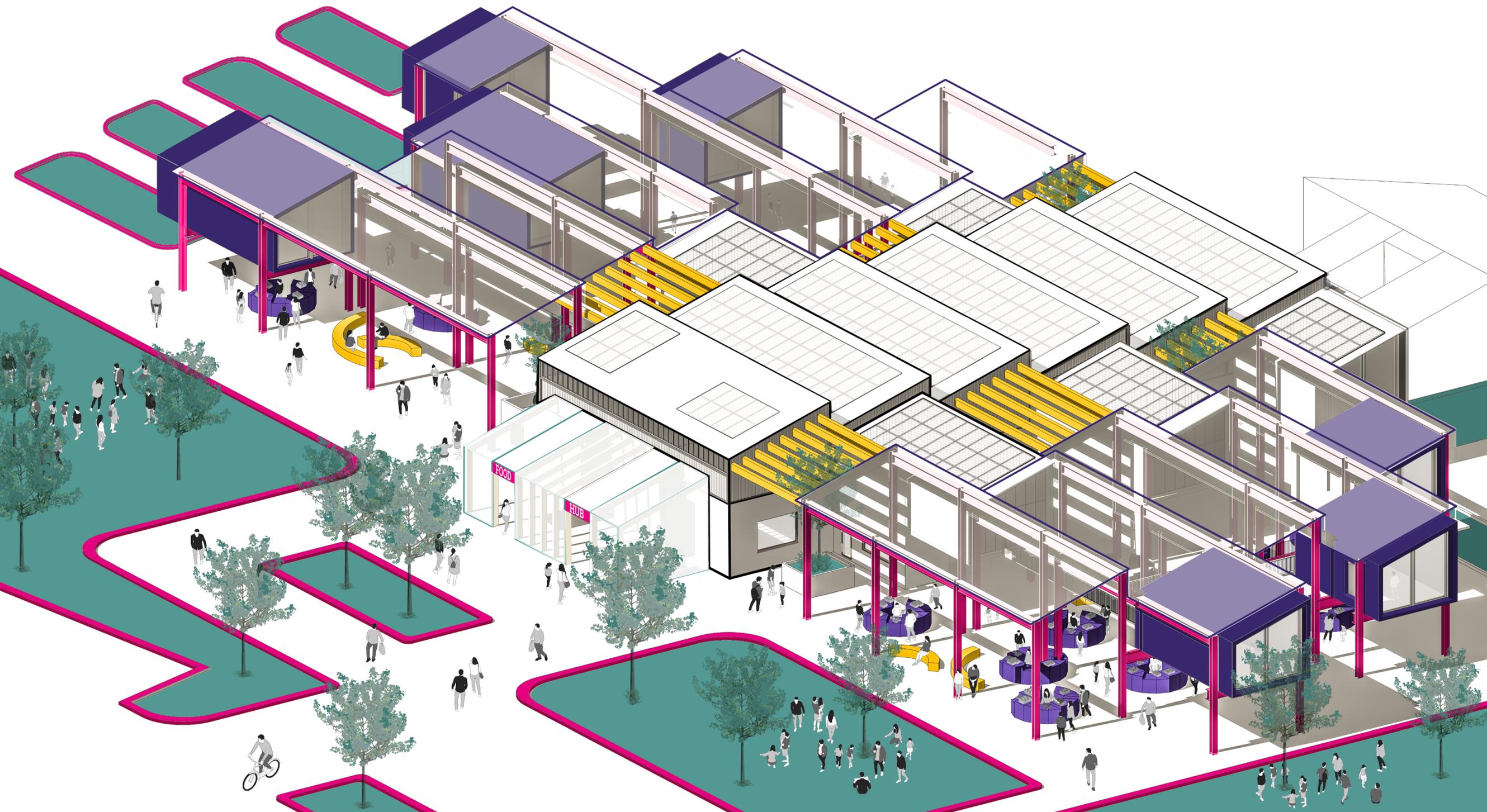
- 1. area espositiva
- 2. attività commerciale
- 3. open space start up
- 4. sala riunioni
- 5. sala conferenze
- 6. passerelle
- 7. sala pranzo





"Come futuro **architetto** ed essere umano, sento il dovere di ragionare in maniera olistica, usando il **cibo** come mezzo per ridare forma al futuro dei nostri territori e delle nostre città, attraverso cambiamenti nel modo in cui guardo ad essi e al modo in cui li **immagino**."

Tazio L. Chiomio



Bibliografia

CAPITOLO 1

Bibliografia e documenti

Schulte I. et al., *Enhancing ndcs for food systems - recommendations for decision-makers*, WWF Germany & WWF Food Practice, Berlino, 2020

Barilla Center for Food and Nutrition, *Cambiamento climatico, agricoltura e alimentazione*

Dansero E., Nicolarea Y., *Dalle pratiche alle politiche: costruire gli spazi del cibo*, Università degli Studi di Torino - Sapienza Università di Roma

Wikitolearn, *Economia e politica agroalimentare: le politiche UE*, Creativecommons, 2020

Barilla G., *L'alimentazione nel 2030: tendenze e prospettive*, Barilla center for food and nutrition, Codice Edizioni, 2012

Niola M., *Il valore simbolico del cibo*, Ciclo di conferenze sul tema: coltura e cultura per nutrire il pianeta, Istituto lombardo, 2015

Pettenati G., Toldo A., *Il cibo tra azione locale e sistemi globali*, Franco Angeli s.r.l, Milano, 2018

Dessì A., Nonne M. F., Nonne P., *Sovranità Alimentare*, SIVtro-VSF I Onlus, 2009

Dichiarazione di Nyéléni, *Forum sulla sovranità alimentare* (v. Cap.2), Mali, 2007

Slow food, *Il cambiamento climatico e il cibo*, Menù for change, Slow food editore, Bra

Slow food, *Cambiamento climatico e sistema alimentare - Documento di posizione*, Slow food editore, Bra

UniCredit S.p.A, *Coltivare il futuro - Il settore agroalimentare*, Milano

Marino D., Mazzocchi G., *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper*, 2019

Olivier De Schutter et al., *Verso una politica alimentare comune per l'UE*, IPES-food, 2019

Valeria S., *Introduzione allo studio dei mercati agroalimentari*, Materiale didattico per il corso di "Politiche ambientali e sanitarie", 2004/2005

Stocchiero A., *I padroni della Terra - Rapporto sul land grabbing*, Policy FOCSIV - Volontari nel Mondo, Roma, 2018

Marino D., Antonelli M. et al., *Cibo, Città, Sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, Roma, 2020

Sitografia

Aguglia L., *La filiera corta: un'opportunità per agricoltori e consumatori* <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/17/la-filiera-corta-una-opportunita-agricoltori-e-consumatori> [data ultimo accesso: 08.12.2020]

Di Todaro F., *Undici milioni di morti per colpa della cattiva alimentazione*, <https://www.fondazioneveronesi.it>, [data ultimo accesso: 11.01.2021]

Granziero S., *La lotta al cambiamento climatico passa dal cambiamento delle nostre abitudini alimentari*, <https://thevision.com/habitat/cambiamento-climatico-abitudini-alimentari/>, 2019 [data ultimo accesso: 01.01.2021]

Nespor S., *Sistema alimentare mondiale, ambiente e cambiamento climatico*, <https://www.scienzainrete.it/articolo/sistema-alimentare-mondiale-ambiente-e-cambiamento-climatico/stefano-nespor>, 2015 [data ultimo accesso: 09.02.21]

Il Neoliberalismo è l'ideologia del nostro tempo, <https://www.pensierocritico.eu/neoliberalismo-culturale.html>, [data ultimo accesso: 09.02.21]

L'agricoltura come patrimonio culturale, <http://www.congressi.unisi.it/convegnoprogettofarfalla/>, 2017 [data ultimo accesso: 09.02.21]

Illustrazioni e immagini

Illustr. 1 : a cura dell'autore

Illustr. 2 : a cura dell'autore

Illustr. 3 : a cura dell'autore

Illustr. 4 : a cura dell'autore

Illustr. 5 : rielaborazione a cura dell'autore (fonte dati: BBC health)

Illustr. 6 : a cura dell'autore

Illustr. 7 : rielaborazione a cura dell'autore (fonte dati: IPCC)

Illustr. 8 : rielaborazione a cura dell'autore (fonte dati: Unicredit Report)

Illustr. 9 : a cura dell'autore

Illustr. 10 : a cura dell'autore

Illustr. 11 : a cura dell'autore

Illustr. 12 : rielaborazione a cura dell'autore (fonte dati: Unicredit Report)

Illustr. 13 : a cura dell'autore

Illustr. 14 : a cura dell'autore

Img. 1 : <https://www.nbcnews.com/news/world/lockdowns-curb-coronavirus-epidemic-lead-rise-mental-health-issues-n1140451>

CAPITOLO 2

Bibliografia e documenti

Dansero E., Nicolarea Y., *Dalle pratiche alle politiche: costruire gli spazi del cibo*, Università degli Studi di Torino - Sapienza Università di Roma

Gesualdi F. - Centro Nuovo Modello di Sviluppo, *Guida al consumo critico*, Adriano Salani Editore, Bologna, 2011

Marino D., Mazzocchi G., *La pianificazione alimentare: concetti e modelli - Working Paper*, 2019

C. Steel, *Hungry City - How Food Shapes Our Lives*, Vintage Books, Londra, 2008

Viganoni L., *Commercio consumo e città - Quaderno di lavoro*, Franco Angeli, Milano, 2017

Trupiano G., Di Salvo P., *Nuovi spunti di riflessione a margine del tema dello sviluppo locale*, 201

Davide Marino, Marta Antonelli, Daniele Fattibene, Giampiero Mazzocchi, Simona Tarra, *Cibo, città, sostenibilità. Un tema strategico per l'Agenda 2030*, ASVIS, Roma, 2020

Sitografia

Turpiano G., Di Salvo P., Nuovi spunti di riflessione a margine del tema dello sviluppo locale, <https://www.edlupt.eu/blog/nuovi-spunti-di-riflessione-a-margine-del-tema-dello-sviluppo-locale.html>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Spadaro C., Le buone politiche del cibo che fanno crescere le città, <https://altreconomia.it/food-policy-citta-matera-milano/>, [data ultimo accesso: 06.08.2021]

Rapporto sistema alimentare, <https://foodpolicymilano.org/il-sistema-alimentare/>, [data ultimo accesso: 06.08.2021]

Illustrazioni e immagini

Illustr. 1 : a cura dell'autore

Illustr. 2 : a cura dell'autore

Img. 1 : <https://discover.hubpages.com/food/Vertical-Farming-Feeding-our-future>

Img. 2 : fonte: <http://www.truckingnews.org/2017/03/30/fda-sanitary-measures/>

Img. 3 : fonte: <https://tmrblog.com/new-report-predicts-the-future-of-food-consumption-and-packaging/>

Img. 4 : <https://ushop.pt/sustentabilidade/>

Illustr. 4 : a cura dell'autore

Illustr. 5 : rielaborazione a cura dell'autore (fonte dati: BBC health)

Illustr. 3 : a cura dell'autore

Illustr. 4 : a cura dell'autore

CAPITOLO 3

Bibliografia e documenti

Respi L., *I mercati - I grandi temi dell'architettura*, Hachette fascicoli, n°53, 2017

Lipari L., *I mercati rionali: luoghi iconici dell'urbano tra tradizione ed elementi innovativi*

Buccolieri C.C., *L'architettura e i luoghi del commercio. Progetto tecnologie e design nei mercati contemporanei a Firenze*, EDIFIR - Edizioni Firenze, Firenze, 2007

Sitografia

Wilkinson T., Typology: Market hall, <https://www.architectural-review.com/essays/typology-market-hall>, [data ultimo accesso: 20/08/21]

<https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/page/508/santa-caterina-market.html>, [data ultimo accesso: 20/08/21]

https://it.wikipedia.org/wiki/Mercato_coperto, [data ultimo accesso: 20/08/21]

Previtero M., http://win.costruzioni.net/articoli/mercati/mercato_storia.html, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Baltic Station Market, <https://miesarch.com/work/3909> [data ultimo accesso: 06.05.2021]

The foodmet by org, <https://www.larchitectureaujourd'hui.fr/the-foodmet-by-org/?lang=en>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Wakefield Market Hall / Adjaye Associates, <https://www.archdaily.com/214081/wakefield-market-hall-adjaye-associates> [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Barceló Temporary Market, <https://arquitecturaviva.com/works/barcelo-temporary-market>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Barceló Market , <https://www.arketipomagazine.it/barcelo-market/>, 2010, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Markthal Rotterdam / MVRDV, https://www.archdaily.com/553933/markthal-rotterdam-mvrdv?ad_medium=gallery, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Malmö Saluhall / Wingårdh Arkitektkontor AB, https://www.archdaily.com/870949/malmo-saluhall-wingardh-arkitektkontor-ab?ad_medium=gallery, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Santa Caterina Market, <http://www.mirallestagliabue.com/>, [data ultimo accesso: 06.05.2021]

Illustrazioni e immagini

Img. 1 : <https://www.romeing.it/food-markets-in-rome/>

Img. 2 : Vladimir Kirakosyan, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:SAS_Supermarket_-_interior_-_4.jpg

Img. 3 : http://www.china.org.cn/travel/2013-11/07/content_30521933_8.htm

Img. 4 : <https://www.pinterest.it/pin/498562621242112907/>

Img. 5 : <http://www.rosarydelsudartnews.com/2019/05/mercato-medievale.html>

Img. 5 : <https://en.artsdot.com/@@/AQRKC5-Herman-Armour-Webster-Fruit-Market,-Venice>

Img. 6 : https://www.beniculturalionline.it/location-2052_Palazzo-della-Ragione.php

Img. 7 : <https://www.grandsudinsolite.fr/2912--royan-s-central-market--a-truly-historic-and-innovative-monument.html>

Img. 8 : <https://www.chatillonarchitectes.com/en/portfolio/halles-du-boulingrin/>

Img. 9 : <https://www.wallpaperflare.com/italy-padova-piazza-delle-erbe-piazza-della-frutta-mercato-wallpaper-eomlh>

Img. 10 : <https://www.wallpaperflare.com/italy-padova-piazza-delle-erbe-piazza-della-frutta>

Img. 11 : fonte: <https://www.tuscanypeople.com/mercati-di-firenze/>

FOODMET ABBATTOIR

1. <https://www.architectural-review.com/essays/>

2. <https://www.architectural-review.com/essays/>

autore: © Filip Dujardin

3. <https://archello.com/project/abattoir-foodmet>

MERCATO BARCELO'

4. <http://nietosobejano.com/>

5. <https://arquitecturaviva.com/works/barcelo-temporary-market#lg=1&slide=6>

6. <https://arquitecturaviva.com/works/barcelo-temporary-market#lg=1&slide=6>

MARKTHAL ROTTERDAM

7. www.mvrdv.nl

8. [//www.octatube.nl/nl_NL/project-item/projectitem/6-markthal.html](http://www.octatube.nl/nl_NL/project-item/projectitem/6-markthal.html)

9. <https://www.holland.com/es/turista/destinos/rotterdam/markthal-rotterdam.html>

TOORENT MARKET AND CIVIC CENTER

10. <http://www.theplan.it>

autore: © Mariela Apollonio

11. <http://www.theplan.it/>

autore: © Mariela Apollonio

12. <http://viewfrommadrid.blogspot.com/2017/01/vazquez-consuegras-torrent-market-in.html?m=0>

WAKEFIELD MARKET

13. <https://www.archdaily.com/214081/wakefield-market-hall-adjaye-associates>

14. <https://www.archdaily.com/214081/wakefield-market-hall-adjaye-associates>

BALTIC STATION MARKET

15. https://www.inyourpocket.com/tallinn/baltic-station-market_7152v

16. https://www.inyourpocket.com/tallinn/baltic-station-market_7152v

17. <https://www.archdaily.com/881525/baltic-station-market-koko-architects>

MALMO SALUHALL

18. <https://www.archdaily.com/870949/malmo-saluhall-wingardh-arkitektkontor-ab/59128549e58ece331000069e-malmo-saluhall-wingardh-arkitektkontor-ab-photo>

19. <https://kjellandersjoberg.se/en/journal/posts/>

SANTA CATERINA MARKET

20. <http://www.mirallestagliabue.com/>

21. <http://www.barcelonaturisme.com/>

22. <https://www.knowingbarcelona.com/que-visitat/distritos/ciutat-vella/sant-pere-y-santa-caterina/mercado-de-santa-caterina/>

MERCATO ANNONARIO SANREMO

23. © Aldo Amoretti

24. © Aldo Amoretti

25. © Aldo Amoretti

CAPITOLO 4

Bibliografia e documenti

Berti G e Mulligan C, *Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems*, Innovation and Entrepreneurship Group, Imperial College Business School, London, 2016, pp. 22

Berti G., *Modelli di business innovativi digitali per la filiera corta*, Scuola Superiore Sant'Anna - Istituto di management

Barham, James, Debra Tropp, Kathleen Enterline, Jeff Farbman, John Fisk, and Stacia Kiraly, *Regional Food Hub Resource Guide*, U.S. Dept. of Agriculture, Agricultural Marketing Service, Washington DC, 2012

Cleveland D. A. et. al, *Local food hubs for alternative food systems: A case study from Santa Barbara County, California*, Journal of Rural Studies n°35, 2014

Vanderburgh-Wertz, Darrow and Malini Ram Moraghan, *Food Hub Business Assessment Toolkit*, Wholesome Wave, 2014

Porter, M., Kramer, M., *Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth*, Harv. Bus. Rev, 2011

Stevenson, G.W et al., *Midscale food value chains: An introduction*, J.

Agric. Food Syst. Commun. Dev., 2011

Stevenson G., Pirog R., *Values-based supply chains: Strategies for agrifood enterprises of the middle*. In *Food and the Mid-Level Farm: Renewing an Agriculture of the Middle*, The MIT Press: Cambridge, Miami, 2008

Ludmiła Walaszczyk et al., *Modelli di Business – compendium*, ProBM (progetto europeo Erasmus+), Institute for Sustainable Technologies – National Research Institute, Polonia, 2012

Matson J. et al., *Food Hubs: An Evolution of the Co-op Business Model*, Rural Cooper, 2014

Sitografia

Mission, Vision e Valori aziendali: cosa sono e come definirli (per davvero) con esempi, <https://www.startupgeeks.it/mission-vision-valori-aziendali/>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

Mission, vision e valori: la base per la tua crescita professionale e aziendale, <https://www.lucapropato.com/blog/mission-vision-valori-crescita-professionale.html>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

Missione aziendale, https://it.wikipedia.org/wiki/Missione_aziendale, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

EIT Food. Il futuro della nostra alimentazione in Europa, <https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/disspa/ricerca/eit-food>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

Illustrazioni e immagini

Illustr. 1 : a cura dell'autore

Illustr. 2 : rielaborazione a cura dell'autore

Img. 1 : <https://www.wedding-spot.com/venue/9961/Melrose-Market-Studios/>

Img. 2 : <https://www.pccmarkets.com/stores/ballard/>

Img. 3 : https://en.wikipedia.org/wiki/Pike_Place_Market

Img. 4 : <https://www.parentmap.com/calendar/chinatown-international-district-virtual-night-market-2020>

Img. 5 : <https://pugetsoundfoodhub.com>

Img. 6 : <https://www.tribpub.com/gdpr/nydailynews.com/>
Img. 7 : <https://www.jasperhillfarm.com/vt-food-venture-center>
Img. 8 : <https://www.littleguidedetroit.com/flower-day-announced-at-eastern-market-with-online-orders/>
Illustr. 3 : a cura dell'autore
Illustr. 4 : rielaborazione a cura dell'autore

CAPITOLO 5

Bibliografia e documenti

Gasperetti E. M., *Architecture for a New Food System- An Investigation into Healthy Eating through Architecture*, University of Massachusetts Amherst, 2014

Berti G., *BuonoxTutti (Abstract finale)*, Scuola Superiore Sant'Anna - Istituto di management

Fanfani D., *La bioregione urbana come forma e progetto della coevoluzione fra dominio urbano e rurale*, Università di Firenze, DidA-Dipartimento di Architettura, 2015

Quaranta G., *Building Resilience: An Art-Food Hub to Connect Local Communities*, 2019

Magnaghi A., *Il parco agricolo della piana Firenze-Prato come elemento ordinatore degli interventi infrastrutturali (PIT)*, Percorso partecipativo Aeroporto Parliamone, 2016

Magnaghi A., Fanfani D., *Patto città-campagna - Un progetto di bioregione urbana per la Toscana centrale*, ALINEA EDITRICE s.r.l, Firenze, 2009

Regione Toscana, *Progetti di territorio di rilevanza regionale: Il Parco Agricolo della Piana*, Integrazione al Piano di Indirizzo Territoriale della Toscana - PIT

definizione di: "mixed-use", BOMA international, International Council of Shopping Centre, National Association of Industrial Office properties, National Multi Housing Council

Lynch K., *Good city form*, MIT press, 1984

Sitografia

<http://www.qualitaeservizi.com/azienda/>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

<https://www.regione.toscana.it>, [data ultimo accesso: 20/08/2021]

Illustrazioni e immagini

Img. 1 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 2 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 3 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 4 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 5 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 6 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 7 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 8 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 9 : estratta da: *GoogleEarth*
Img. 10 : estratta da: *GoogleEarth*
elaborati progettuali: a cura dell'autore

Ringraziamenti

Dopo 8 anni di studio al Politecnico di Torino (si 8 anni, sono molti come le cose che ho fatto durante il periodo universitario, dai lavori extra alla costruzione del modulo MAACC con il team Recyclo, dalla collaborazione con studi di architettura ai concorsi internazionali, dalle avventure sportive ai lavori con il legno) è giunto il momento di tirare le fila di questo tortuoso ma incredibile percorso di vita e ringraziare le persone che mi hanno accompagnato e che mi sono state vicine lungo la "strada per la laurea".

*Devo dire **GRAZIE***

...alla mia famiglia, per gli insegnamenti, il supporto tecnico e morale e per avermi reso la persona che sono oggi, dopo 29 anni di vita.

...a mia sorella Tecla, per essere stata sorella, amica e coinquilina allo stesso tempo.

...a mia mamma Monica, per essere stata la principale fonte di carburante per il mio corpo e per la mia anima.

...a mio padre Gigi, per avermi trasmesso la passione per l'architettura e per avermi insegnato a "camminare da solo".

...a miei nonni, Laura e Dino, le persone più distanti in termini di età ma più vicine con lo spirito.

...a mia zia MT, per esserci stata sempre ma soprattutto nel momento del bisogno e a mia nonna Ada, per aver sostenuto il mio percorso di studi e aver pregato per me.

...a mio zio Momo e la sua famiglia, per esserci sempre stati.

...ai miei compagni di percorso, Giulio, Romain, Daniel, Shayan Cristiana, Mario e Alessandro per essere stati dei fedeli compagni di viaggio, di avventura, di lavoro e di notti davanti al computer.

...agli amici, Steven, Feno, Tom, Lollo, Ciccio, Emanuele, Stefano, Francesca che mi hanno sopportato e supportato in tutti questi anni e che spero di avere al mio fianco per sempre.

...agli amici di Londra, Vincenzo, Maurizio, Cesare e Camilla che sono stati parte integrante della mia vita londinese prima dell'iscrizione al Politecnico di Torino.

...a Matteo e Alberto, per essere stati le mie guide nel mondo professionale oltre che grandi amici.

...ad Angelica, Matteo e a tutto il team Recyclo per gli obiettivi raggiunti e per aver costruito assieme il primo modulo abitativo per cicloviciniatori, il MAACC.

... al professor Ambrosini per aver accettato la mia insolita proposta di tesi; a Giaime Berti e alla società Qualità e Servizi per gli input di progetto per il primo Food Hub d'Italia.

...a Eva e Lucifero, animali domestici fedeli e con una grande anima.

Ma chiuderei ringraziando me stesso, per tutto il duro lavoro, per la tenacia e la passione, per i sacrifici, per la voglia di riuscire e di fare sempre il massimo, per aver usato tutte le energie e tutto l'impegno possibile in ogni singolo atelier ed esame e per aver dedicato un anno intero alla produzione di questo lavoro di tesi che spero possa tornare utile alla mia vita professionale e a chi, in futuro, deciderà di cimentarsi nella progettazione di architetture per i sistemi alimentari.