Anno XXXIII—Numero 127—7 MAGGIO 2023

WIGWAM NEWS

DIVENTA RESILIENTE!

PARTECIPA CON NOI
E SOSTIENI LA RETE DELLE
COMUNITA' LOCALI WIGWAM

Quote associative 2023
- Socio Ordinario € 25,00
- Socio Sostenitore € 100,00
- Socio Sostenitore Ente € 300,00

c/c Postale n. 69120327 intestato a **Wigwam APS Italia** o con bonifico a **IBAN** IT86X0760112100000069120327 **BIC/SWIFT** BPPIITRRXXX

PRODOTTI E TERRITORIALITÀ UN CORSO DI INNOVATION LAB

Food Bio, sostenibile, km zero e sano: un corso di formazione gratuito in 2 parti di 2 ore su piattaforma Google Meet per famiglie e anziani

Efrem Tassinato
Presidente di
Wigwam Clubs Italia Aps

prima parte

Il corso, a carattere divulgativo per famiglie e anziani, vuole offrire una panoramica su tipicità e caratteristiche del cibo Bio, sostenibile, locale e sano. Che cosa sono e come si contraddistinguono queste sempre più diffuse categorizzazioni di prodotto. Dopo una disamina sulle definizioni di prodotti e territorialità, si concentrerà sulle produzioni tipiche e tradizionali della Marca Trevigiana.

COS'E' IL PRODOTTO TIPICO

L'Unione europea, con il Regolamento 1151/2012, ha creato un sistema di marchi per proteggere e promuovere i prodotti alimentari tipici dei paesi membri. Il sistema si basa su tre livelli di protezione: la denominazione di origine protetta (DOP), l'indicazione

IN QUESTO NUMERO

- **La definizione di prodotto:** tipico (le DOP, le DOC e le DOCG le IGP e le STG), tradizionale, BIO, salubre, salutistico, sostenibile, il prodotto per la 3^ e 4^ età
- **La territorialità:** di km zero, di filiera corta di comunità locale
- **Gli orientati al consumatore:** Vegetariani, vegani, biodinamici, fair trade, senza glutine, senza zuccheri aggiunti, senza caffeina/teina

link di iscrizione su eventbrite:

https://www.eventbrite.it/e/biglietti-innovationlab-marca-trevigiana-food-bio-sostenibile-km0-e-sano-622462420857

Wigwam Circuit

InnovationLAB
Marca Trevigiana

Food Bio, sostenibile, km zero e sano

Corso formazione gratuito in 2 parti di 2 ore su piattaforma Google Meet

1^ parte: *le definizioni di prodotti e di territorialità*
Martedì 9 maggio 2023—ore 16:00-18:00

2^ parte: *le produzioni tipiche e tradizionali della Marca Trevigiana*
Giovedì 11 maggio 2023—ore 16:00-18:00

Relatore:
Efrem Tassinato
Giornalista enogastronomico e chef - Presidente di Rete Wigwam

Progetto finanziato con il POR FESR 2014- 2020 Regione del Veneto

WIGWAM® NEWS Newsletter of the Wigwam® - Periodico quindicinale. - Registrazione Tribunale di Padova N.1198 del 24.02.1990
Direttore Responsabile: **Efrem Tassinato**
Redazione—Via Porto, 8—35028 Piove di Sacco (Pd) - Tel. +39 049 9704413 - redazione@wigwam.it - www.wigwam.it

geografica protetta (IGP) e la specialità tradizionale garantita (STG).

Questo sistema di marchi ha lo scopo, in tutti gli stati membri dell'Unione europea, di tutelare la reputazione dei prodotti agricoli europei; di proteggere le eccellenze agro-alimentari contro le imitazioni; di sostenere l'economia delle zone rurali; di tutelare il consumatore, informandolo sulle caratteristiche specifiche dei prodotti.

Tutti i prodotti agricoli e alimentari tutelati dal diritto europeo sono registrati su eAmbrosia, una banca dati ufficiale gestita dalla Direzione generale Agricoltura.

COS'E' IL PRODOTTO TRADIZIONALE

I prodotti agroalimentari tradizionali italiani (PAT) sono prodotti inclusi in un apposito elenco, istituito dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (MIPAAF) con la collaborazione delle Regioni. L'aggiornamento e la pubblicazione annuale dell'elenco sono a cura del Ministero che ha anche il compito di promuoverne la conoscenza a livello nazionale e all'estero. Nel 2019 in Italia sono presenti 5.128 prodotti PAT, e la regione che detiene il maggior numero di PAT è la Campania, con 580 specialità registrate.

COS'E' IL PRODOTTO BIOLOGICO

Possono essere biologiche le coltivazioni agricole destinate ad uso umano o animale, ma anche gli allevamenti di carne o pesce. La certificazione biologica riguarda tutta la filiera produttiva, dalle materie prime fino ai prodotti lavorati e alla distribuzione.

Per fare un semplice esempio, se si parte da una materia prima biologica (la verdura) e si vuole produrre un minestrone pronto per l'uso, se l'azienda che trasforma le verdure in minestrone non è stata certificata per la trasformazione di vegetali biologici, il prodotto finale non potrà essere commercializzato come biologico. Ovviamente vale anche il contrario, non si può produrre un prodotto biologico partendo da una materia prima che non è certificata come tale.

Gli obiettivi generali della Produzione biologica, come sottolineati dalla normativa di riferimento sono:

⇒**il rispetto dei cicli naturali per mantenere la salute di suolo, piante, acqua ed animali;**

⇒**il favorire la diversità biologica;**

⇒**l'impiego responsabile delle risorse (energia, acqua, aria,ecc);**

⇒**l'ottenere prodotti di alta qualità;**

⇒**la soddisfazione della domanda del consumatore di avere prodotti migliori per la loro Salute e che non danneggino l'Ambiente che li circonda.**

Accanto agli obiettivi, c'è il divieto all'uso di prodotti OGM (dai semi ai mangimi) e sono esclusi tutti i prodotti di origine chimica.

Nell'agricoltura biologica un'altra grande difficoltà è evitare la contaminazione da parte di colture non biologiche che si trovano in campi adiacenti tra di loro.

Fanno eccezione per alcuni prodotti dedicati alla sanificazione di ambienti e macchinari, per questo è prevista una rigida lista di sostanze ammesse dalla

normativa (per i curiosi trovate i dettagli nell'allegato VII e VIII della normativa CEE 834-2007 e successivi aggiornamenti).

Un'azienda che vuole iniziare una produzione biologica deve innanzitutto definire il suo obiettivo, deve decidere se produrre materie prime bio oppure se vuole occuparsi della trasformazione di tali prodotti. A seconda di cosa deciderà, dovrà presentare un'apposita richiesta agli Organismi di Certificazione riconosciuti dalla UE.

Tali organismi valuteranno l'azienda e la fattibilità del progetto di produzione biologica.

Dopo aver ottenuto la certificazione, l'azienda viene inserita in un programma di controllo periodico (2 volte l'anno) sulla

corretta applicazione della normativa vigente.

COS'E' IL PRODOTTO SALUBRE

Comunemente, si dice che un alimento è salubre se non è contaminato e alterato. Lo stato di benessere dell'organismo umano si raggiunge con una dieta adeguata degli alimenti salubri abitualmente utilizzati, e cioè pane, latte, uova, carni, ortaggi, frutta, ecc.

Ovviamente, tale stato di benessere è anche in relazione alla quantità e frequenza, giornaliera e settimanale, con cui gli alimenti vengono assunti. Ad esempio, porzioni abbondanti e/o frequenti di alimenti proteici, oltre che rappresentare uno spreco rispetto alla capacità ben definita del nostro organismo di utilizzare le proteine animali per formare le proprie proteine, possono causare stati di tossicità, causati dal fatto che le proteine usate per ottenere energia producono scorie, come l'urea, che devono essere eliminate con le urine, aumentando inutilmente il lavoro dei reni. Così pure, un uso eccessivo di sale, può essere causa di ipertensione arteriosa.

COS'E' IL PRODOTTO SALUTISTICO

Qual è la differenza tra un prodotto salutistico ed uno salutare? Un prodotto salutistico è pensato per chi soffre di intolleranze o allergie, quindi, prevede l'assenza di una data sostanza per evitare l'insorgenza di effetti negativi nei soggetti sensibili che li consumano.

Vista l'ampia diffusione di numerosi prodotti salutistici e di integratori alimentari "naturali", ovvero ottenuti mediante preparazioni erboristiche o procedimenti similari, diventa senza ombra di dubbio interessante analizzare il fenomeno considerandone gli aspetti fondamentali da un punto di vista tecnico, al di là quindi dell'indiscriminata e indiscussa fiducia, che molti consumatori ripongono guidati dall'emotività, nei confronti di tutti quei prodotti che vengono in qualche modo presentati come "naturali".

Basilarmente è possibile suddivider l'ampia gamma di prodotti presenti sul mercato in due categorie principali:

- **Integratori alimentari**
- **Prodotti fitoterapici**

A livello di opinione pubblica, talvolta anche tra alcuni

operatori del settore, si è diffusa l'idea che prodotti ricavati da erbe medicinali siano sostanzialmente innocui e quindi possano essere utilizzati indiscriminatamente senza particolari precauzioni. Nel considerare questo punto di vista è utile esaminare attentamente la definizione che l' Organizzazione Mondiale della Sanità dà dei prodotti fitoterapici: " Sono da considerarsi fitomedicine i prodotti medicinali finiti, provvisti di etichetta, che contengono come principi attivi esclusivamente delle piante o delle associazioni di piante allo stato grezzo sotto forma di preparati.

Comprendono anche succhi, gomme, frazioni lipidiche, oli essenziali e tutte le altre sostanze di questo genere. Le fitomedicine possono contenere oltre ai principi attivi anche degli eccipienti." La definizione fornisce il primo elemento su

cui incentrare l'attenzione: la presenza di principi attivi.

Cosa si intende con "principio attivo"?

Un principio attivo non è altro che una sostanza in grado di produrre una risposta biologica in un organismo, risposta che sarà influenzata da fattori come dosaggio, biodisponibilità, azione farmacocinetica e farmacodinamica delle sostanze implicate.

Considerato quanto detto è possibile classificare anche numerosi prodotti normalmente proposti come "integratori alimentari" come veri e propri fitofarmaci in quanto composti da sostanze in grado di produrre specifici effetti biologici. Per esempio, numerosi "acceleratori metabolici" o "termogenici" utilizzati a fini lipolitici, vedono nella lista dei componenti caffeina (Coffea spp.), sinefrina (Citrus aurantium), gugulsteroli (Commiphora mukul).

Tali sostanze hanno numerosi effetti biologici assolutamente non trascurabili, per esempio intervengono a livello del sistema nervoso, a livello del bilancio ormonale e nel metabolismo del colesterolo.

Potenzialmente quindi, tutte le sostanze attive possono risultare, se opportunamente utilizzate molto utili, ma non sicuramente innocue, in quanto un uso improprio (per esempio dosaggi eccessivi, consumo eccessivamente prolungato, assunzione contemporanea ad altri farmaci, assunzione in corso di patologie, in gravidanza, in allattamento ecc.), potrebbe provocare eventi avversi acuti o cronici, talvolta di difficile risoluzione.

COS'E' IL PRODOTTO SOSTENIBILE

Un prodotto è sostenibile quando, dopo l'acquisto, genera poco (o nessun) rifiuto, quando cioè si può riutilizzare più volte e riciclare alla fine del suo ciclo di vita.

Per prodotto sostenibile si intende anche un prodotto che sia stato elaborato nel rispetto dell'ambiente, della tutela delle persone e delle comunità che hanno partecipato all'intero processo. Le attività associate alla produzione di prodotti sostenibili aiutano le persone e non hanno impatto sull'ambiente.

I prodotti sostenibili consentono alla loro produzione di durare nel tempo senza mettere a repentaglio il futuro delle generazioni future e delle comunità locali.

Prima di andare più in dettaglio su cos'è un prodotto sostenibile, dobbiamo spiegare i diversi aspetti associati ai prodotti sostenibili.

Possiamo trovare diversi gradi di sostenibilità nei prodotti. Possiamo scoprire che i nostri prodotti sostenibili siano più sostenibili di altri. Ad esempio, i contenitori TetraPack® sono certificati FSC, il che garantisce che il cartone provenga da fonti sostenibili, ma questo non rende il latte sostenibile.

Con il termine "Sostenibile" si intende che protegge l'ambiente e migliora il tenore di vita delle

persone e delle comunità in cui si svolge l'attività.

Tutte le fasi dello sviluppo del prodotto devono essere sostenibili affinché un prodotto sia pienamente sostenibile, tra cui lo sfruttamento delle materie prime, la lavorazione e il trasporto.

Per determinare il grado di sostenibilità devono essere analizzati diversi aspetti del prodotto come l'origine di ciascuna delle materie prime, il processo produttivo, la distribuzione e la politica aziendale:

Materie prime:

Sfruttato in modo sostenibile. Assicura che le risorse siano mantenute e possano continuare a essere sfruttate dalle generazioni future.

Tutela dell'ambiente, ecosistemi, fauna. Si creano spazi protetti, liberi dallo sfruttamento.

Tutela dei lavoratori e aiuto allo sviluppo delle comunità locali. L'attività non interferisce con gli stili di vita tradizionali.

Seleziona fornitori che siano aziende sostenibili. Verificare e consigliare gli impegni di sostenibilità dei fornitori.

Traccia l'origine delle materie prime dai fornitori.

Ridurre al minimo gli effetti del trasporto sull'ecosistema.

Elaborazione e trasformazione:

Socialmente responsabile con i suoi lavoratori e con la comunità. Diritti sociali, sicurezza, istruzione e collaborazione.

Processo di produzione rispettoso dell'ambiente. Impegno a zero emissioni.

Riduci, riutilizza e ricicla i materiali che utilizzi. Acqua, imballaggi, rifiuti.

Autoconsumo di energia. Migliora l'efficienza, riduci i consumi, le energie rinnovabili.

Trasporto:

Ridurre il trasporto di forniture e prodotti per ridurre il trasporto di merci e il consumo di energia.

Riduci e riutilizza gli imballaggi.

Politica aziendale:

Impegno etico e morale dei lavoratori e del management per evitare corruzione e cattive pratiche.

Sicurezza e formazione per i lavoratori.

Impegno sociale verso le comunità, in modo che le attività dell'azienda giovino alle comunità e al loro sviluppo.

Politiche di parità, sicurezza e assistenza sanitaria per i lavoratori e le loro famiglie.

Impegno sostenibile in tutti i settori di attività dell'azienda, costruzione, manutenzione, ecc.

A tal proposito, in merito alla tutela ambientale e all'elaborazione di prodotti sostenibili, leggi la certificazione iso 14040 che offriamo alle aziende per certificare il loro impegno etico e sociale nel ridurre il proprio impatto ambientale.

E' possibile avere maggiori informazioni sulla norma leggendo le linee guida sulla certificazione iso 14040.

COS'E' IL PRODOTTO PER LA TERZA E QUARTA ETA'

Viene considerata Terza età quella che va dai 65 ai 74 anni. Poi ci sono le persone che appartengono alla Quarta età, 75-84 anni e i Grandi vecchi, oltre gli 84 anni. Infine ci sono i Centenari.

La senilità non può essere definita con precisione poiché

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

FEDER SANITÀ ANCI

La ristorazione nelle residenze per anziani:

Linee guida della Regione Friuli Venezia Giulia

questo concetto non ha lo stesso significato in tutte le società. In molte parti del mondo, gli individui vengono considerati anziani in seguito a certi cambiamenti nella loro attività o nel loro ruolo sociale, come ad esempio quando diventano nonni, o quando per l'avanzare dell'età si trovano costretti a svolgere mansioni diverse e/o a diminuire i ritmi di lavoro.

Tendenzialmente si crede che a 60 anni cominci la vecchiaia perché i lavoratori cominciano a ritirarsi dal lavoro percependo una pensione. Nel mondo, il numero degli ultrasessantacinquenni è in forte aumento; per lo più questa crescita è concentrata nei paesi in via di sviluppo.

Essa è sicuramente anche simbolo positivo sulla qualità della vita dei cittadini, ma contemporaneamente crea una serie di esigenze e problemi da affrontare per evitare gravi conseguenze socio-economiche in prospettiva futura.

Costruire dei piani per una sana alimentazione negli anziani è una priorità, considerando anche il crescente invecchiamento della popolazione e l'aumento dell'incidenza e della prevalenza delle malattie non trasmissibili.

A tal proposito, una recente revisione pubblicata su Food Research International evidenzia alcuni dei principali fattori che guidano le scelte alimentari. Tra questi, primeggiano gli aspetti culturali ed economici, alcuni attributi degli alimenti e diversi aspetti psicologici e fisici che guidano o ostacolano le scelte alimentari degli anziani (1).

IL PRODOTTO A KM ZERO

Il chilometro zero in economia è un tipo di offerta commerciale nella quale i prodotti non hanno percorso tanta strada.

Viene generalmente applicata in due categorie commerciali diverse: nell'industria dei trasporti per indicare un veicolo con pochi chilometri ovvero quasi nuovo e in ambito agroalimentare per identificare una pratica economica o commerciale che predilige l'alimento locale, in contrapposizione all'alimento globale.

Il termine "chilometro zero" per l'agroalimentare comincia ad essere di uso comune negli anni a cavallo tra il 2004 e il 2007, quando i media dedicano una certa attenzione al fenomeno sociale che, sviluppandosi in quel periodo, cercava di emanciparsi dalla catena della grande distribuzione per creare canali di acquisto sostenibili a livello ambientale, coscienziosi verso la salute dei consumatori ed economici per le tasche degli stessi.

Il nome km 0 allude al numero di chilometri che il prodotto dovrebbe fare per raggiungere il consumatore, puntando quindi sulla cooperazione dei produttori locali, sul legame col territorio, la riscoperta e la salvaguardia dei prodotti locali e degli antichi sapori.

LA FILIERA CORTA

Un'altra espressine che si tende a paragonare, quasi fosse un sinonimo di "Km 0" ma erroneamente, è filiera corta, intesa come modalità di acquisto diretto. La prima è acquisto sul posto, la seconda è la massima riduzione dei possibili passaggi tra chi produce e chi acquista e consuma il prodotto.

Il contrario è la filiera lunga della grande distribuzione organizzata (GDO) che solitamente necessita molti passaggi (il campo o l'allevamento, il trasformatore, il confezionatore, il grossista, la piattaforma logistica, il negozio al dettaglio) da quando il prodotto è raccolto nel campo del coltivatore alla tavola del consumatore finale.

Un esempio realizzato dalla Comunità Locale Wigwam di Pineto d'Abruzzo è la "Filieracorta del Cerrano" che nasce all'insegna del trinomio: cibo locale – produzione — consumo consapevole.

Filieracorta del Cerrano è un'iniziativa del Comune di Pineto, Assessorato all'Ambiente, con il patrocinio dell'Area Marina Protetta del Cerrano e coordinata da Wigwam Circuit.

Il progetto istituisce una rete finalizzata alla qualità e sicurezza alimentare. L'attenzione è alla produzione e consumo ecosostenibili, per un paesaggio che diventi elemento identitario e fonte di riconoscibilità nei processi di pianificazione territoriale.

Il progetto ha creato a un gruppo di offerta di 17 attività: Agricole, della pesca, e dell'artigianato alimentare, facilmente rintracciabili in una mappa interattiva, che si rapportano direttamente con altrettante attività di ristorazione e di distribuzione locale.

LA SPESA LOCALE

Per "spesa locale" si intende fatta nel territorio, indipendentemente che ciò che viene acquistato sia prodotto

localmente o meno. Ciò che conta è che vi sia un nesso diretto (e/o di induzione) tra l'atto di acquisto e il sostegno che attraverso ciò può derivare all'economia di un determinato territorio. Tanto più se trovandosi in una posizione geografica interna o svantaggiata, ha necessità di sostegno.

Mentre l'offerta può essere rappresentata da qualunque produttore e/o distributore che si trovi in quel determinato territorio, la domanda è determinata soprattutto da due categorie di consumatori/utilizzatori: i residenti e i turisti.

Questo titolo va considerato a sé stante e non quale riassuntivo di tutte le altre forme di vendita diretta che qui stiamo presentando perché ne rappresenta semmai l'estensione e la messa in sinergia. Ed anche, perché gli attori, sia sul fronte dell'offerta che della domanda, potrebbero essere diversi dagli altri. Ciò che ne rappresenta il comune denominatore è l'afferenza al binomio territorio/comunità locale e all'orientamento alla sua sussistenza economica e sociale.

GLI SPACCI AZIENDALI

Con il termine Spaccio aziendale o Factory outlet in inglese, si intende un punto vendita/negozio dove vengono venduti al pubblico con prezzi vantaggiosi (sconti extra ed offerte) articoli di marca che sono prodotti dagli stessi proprietari dello spaccio aziendale.

La vendita diretta dei prodotti agricoli, regolata dal decreto legislativo n. 228/2001, costituisce oggi un'importante opportunità per gli agricoltori chiamati a rispondere in maniera sempre più precisa alle richieste del consumatore che esige prodotti di qualità dal punto di vista organolettico, della salubrità e dell'igiene degli alimenti.

Ma vendita diretta significa anche minori costi finali del prodotto con l'eliminazione dei passaggi commerciali intermedi, quindi un obiettivo strategico per le imprese agricole e un vantaggio per i consumatori.

La regola che vale anche per l'artigianato alimentare (e non alimentare) è che lo spaccio aziendale aperto al pubblico si possa fare solo nei locali dell'azienda destinati alla produzione che poi vengono destinati alla vendita per il pubblico. Non è necessario avere una superficie minima o massima né tantomeno degli orari minimi.

L'importante è che gli ambienti nei quali si vuole aprire uno spaccio aziendale destinato al pubblico, siano direttamente connessi a quelli di produzione. E che i prodotti siano solo quelli prodotti dall'azienda.

<u>Presentazione della domanda:</u>

SCIA da presentare al SUAP competente per territorio tramite il portale nazionale "impresainungiorno.gov".

Requisiti soggettivi:

- possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 71 del D.Lgs n. 59/2010;
- assenza di pregiudiziali ai sensi della legge antimafia;
- iscrizione alla CCIAA Registro Imprese.

I GRUPPI DI ACQUISTO

Il gruppo d'acquisto è un insieme di consumatori che compera un determinato tipo di merce (solitamente alimenti, ma non solo) direttamente dal produttore senza passare per vie intermedie, come negozi o grossisti, le cui marginalizzazioni, fanno lievitare il prezzo finale del prodotto.

Solitamente, durante la prima riunione di un nuovo gruppo d'acquisto, ogni partecipante porta alcuni prodotti da far provare agli altri acquirenti, e se la merce di un determinato proponente è di gradimento generale, questa persona diventa la responsabile per quel particolare tipo di merce, occupandosi degli ordini e della raccolta dei soldi.

In questo modo si ottengono prodotti presumibilmente genuini a prezzi contenuti in quanto dal produttore la merce arriva direttamente al consumatore e si favoriscono le attività dei piccoli agricoltori, allevatori e artigiani, che fanno qualità e salvaguardano la diversità ma che non possono essere competitive con le grandi aziende.

Un particolare gruppo d'acquisto è il gruppo di acquisto solidale in cui gli elementi di responsabilità ed etica degli acquisti sono prevalenti rispetto al risparmio economico.

LE "ALTERNATIVE FOOD NETWORKS"

Si indicano come Alternative Food Networks (AFN) le reti agroalimentari alternative alla filiera convenzionale del cibo, strutturata a partire dalle esigenze della produzione agroindustriale e della grande distribuzione organizzata.

Queste reti assumono forme e significati molto differenti a seconda dell'aspetto territoriale, culturale ed economico nel quale prendono forma. Vengono solitamente identificate come AFN le pratiche caratterizzate da una prossimità fisica, organizzativa o valoriale tra produttori e consumatori.

Fanno parte quindi, di questa categoria, i farmers' market, i gruppi di acquisto solidale, la vendita diretta nelle aziende agricole, i food hub, ma anche le filiere lunghe del commercio equo e solidale.

La ricerca AFNIA 2014/2016 ha indagato la diffusione e le caratteristiche delle Alternative Food Networks in Piemonte, con un approccio che ha messo in relazione e ambisce ad integrare quattro prospettive differenti: quella sociologica, economica, territoriale-geografica, ambientale-agronomica.

Prospettiva economica:

attraverso questa prospettiva sono state approfondite le determinanti della scelta dei produttori di vendere i prodotti attraverso gli AFN, la sostenibilità economica delle reti alternative e le motivazioni non economiche della preferenza di una parte dei consumatori per questo tipo di modalità di acquisto di cibo;

Prospettiva territoriale-geografica:

ha mappato le reti agroalimentari alternative in Piemonte, approfondendo il loro possibile ruolo verso una ri-territorializzazione del sistema del cibo e nuove relazioni di prossimità tra aree urbane e aree rurali produttive;

Prospettiva sociologica:

grazie alla quale si è smontato il concetto di qualità del cibo diffuso attraverso gli AFN, approfondendo il modo in cui la definizione che i consumatori danno di qualità influenza le pratiche di produzione e di distribuzione nelle reti alternative, con un riferimento specifico ai prodotti ortofrutticoli e alla carne;

Prospettiva ambientale-agronomica:

attraverso la quale è stato valutato il reale impatto ambientale dell'intera filiera delle reti alternative, dalla produzione all'acquisto da parte dei consumatori finali, effettuando una comparazione con le pratiche convenzionali.

La ricerca è stata effettuata da un gruppo di studio dell'Università di Torino. Il territorio oggetto della ricerca è la regione Piemonte, con un focus sulla città di Torino ed il suo sistema territoriale del cibo. (Fonte: Wikipedia)

LE COMUNITA' LOCALI DI OFFERTA E INTERSCAMBIO

Una modalità di rapporto diretto tra produzione e mercato nei e tra i territori è stata realizzata, ad iniziare dei primi anni Settanta del XX secolo da quella che oggi è il Circuito Wigwam.

Una esperienza che nasce in Italia e che attualmente è formata da 142 territori orientati ad uno sviluppo equo, solidale e sostenibile in 21 Paesi nel Mondo.

Territori le Comunità Locali che li popolano, si sono organizzate per proporre un'offerta di beni e servizi, integrata e semmai sinergica e che agiscono promuovendo ed attuando forme dirette di interscambio con gli altri territori in cui operano le altre Comunità Locali organizzate.

Il principio, potrebbe essere scambiato per il baratto, ma sarebbe fuorviante oltre che riduttivo. Ovvero, mentre è certo che nello scambio di reciproco vantaggio di merci e/o servizi sono entrambe del due parti a trovare vantaggio, nell'interscambio, il vantaggio si moltiplica, riverberando benefici collaterali o indotti nel complesso di cittadini, imprese e istituzioni componenti le rispettive Comunità Locali.

In buona sostanza, se è vero che ogni individuo è ciò che è grazie all'ecosistema (culturale, sociale, economico e ambientale) di cui è stato o continua ad essere parte, altrettanto lo è al contrario.

Ovvero, ogni individuo con una visione aperta e collaborativa troverà più vantaggioso per se e, di riflesso, per la propria Comunità Locale agire con una visione di reciprocità.

Quale esempio concreto, può essere il turismo per il quale ogni territorio, in linea di massima, è contemporaneamente origine e destinazione di flussi. E, siccome, per massima parte, questa particolare categoria di consumatori, predilige la scoperta di destinazioni diverse dai luoghi di residenza, va da sé che quando due o più Comunità Locali imparano a dialogare e a conoscersi, diviene facile la promozione incrociata dei rispettivi flussi. Una promozione non unidirezionale ma bidirezionale e, nel caso di Rete Wigwam multidirezionale.

Altro esempio potremmo portarlo per i prodotti agroalimentari di fattoria e/o di trasformazione artigianale, dove le Comunità Locali Wigwam di Offerta e di Interscambio agiscono come delle filierecorte a valenza globale e per tutta la gamma dei prodotti, dei servizi, del know how e finanche delle relazioni istituzionali che si relazionano direttamente tra i rispettivi territori. ■

© Riproduzione riservata

(*) Ass. Naz. di Protezione Ambientale ai sensi dell'art. 13 della legge n. 349/1986 riconosciuta con Decreto Ministero dell'Ambiente n. 347 del 15.12.2017

InnovationLAB
Marca
Trevigiana

Quali sono i prodotti orientati verso le *esigenze e le preferenze* del consumatore?

InnovationLAB
Marca Trevigiana

InnovationLAB
Marca
Trevigiana

Vegetariano

un regime alimentare che prevede l'esclusione di carne e pesce

Vegano

un regime alimentare che prevede l'esclusione di tutti i cibi di origine animale e, di conseguenza, l'assunzione esclusiva di alimenti vegetali

InnovationLAB
Marca Trevigiana

InnovationLAB
Marca
Trevigiana

Biodinamico

Alimentarsi in modo biodinamico significa in sostanza dare all'uomo lo stesso importante nutrimento vitale che è stato dato alla pianta attraverso le radici e la terra

Fair Trade

Il commercio equo e solidale o commercio equo (o Fair Trade, in inglese) è una forma di commercio che ha lo scopo di garantire al produttore, e ai suoi dipendenti, un prezzo più giusto

InnovationLAB
Marca Trevigiana

InnovationLAB
Marca
Trevigiana

Senza Caffeina/Teina

Denominazione che viene data ai prodotto che hanno subito un processo che ne elimina la presenza

Senza Glutine

Secondo l'associazione italiana celiachia (AIC), un alimento, per poter essere definito "senza glutine", non deve contenere più di 20 mg di glutine per Kg (20 ppm - parti per milione)

InnovationLAB
Marca Trevigiana

InnovationLAB
Marca
Trevigiana

Senza Zuccheri aggiunti

il prodotto e la frutta devono essere privi di saccarosio (lo zucchero comune) e di dolcificanti vari, come ad esempio succo d'uva, di mela, sciroppo di riso o malto di mais.

Con sostitutivi dello zucchero

Esistono diversi sostituti dello zucchero come: zucchero di malto, eritritolo, stevia, lo sciroppo di riso, l'aspartame

InnovationLAB
Marca Trevigiana