



Il valore della filiera corta e dei mercati contadini

Con filiera corta si intende quell'insieme di pratiche di approvvigionamento che hanno l'obiettivo di ricostruire uno spazio di relazione diretta tra i produttori e i consumatori: mercati di produttori, vendita on line, esperienze di autoproduzione o di comunità che supportano l'agricoltura, gruppi di acquisto solidale.

Infatti, la filiera corta non cerca solo di diminuire le distanze che i prodotti percorrono una volta che sono stati prodotti prima di arrivare nel piatto del consumatore ma si basano anche sulla volontà di riattivare una forma di interazione tra le diverse fasi della catena produttiva, in particolare tra produttore e consumatore. Questo scambio di informazioni, di interazioni umane, aiuta il consumatore a ottenere dettagli sui metodi di produzione, sulle caratteristiche del prodotto e di chi lo produce, sui valori e le tradizioni che danno forma a quello che viene mangiato.

Le attività di filiera corta infatti nascono per la necessità di spingere verso una trasformazione sostenibile partendo dalla ricostruzione del legame di fiducia tra i due poli della catena alimentare, produzione e consumo, tramite un cambiamento nei metodi di vendita dei prodotti.

Le attività di filiera corta possono avere un impatto in tutte le sfere di sostenibilità, aumentando la resilienza del sistema alimentare.



Tutte le attività che promuovono la filiera corta, hanno la finalità di raggiungere un prezzo equo per chi produce, per chi consuma e per l'ambiente. L'accorciamento della filiera risulta necessario per riequilibrare la remunerazione del lavoro dei produttori: con l'allungamento della filiera, infatti, la composizione del prezzo va a vantaggio della distribuzione, lasciando il produttore con un prezzo imposto e non costruito su logiche trasparenti.

Il **mercato contadino** è un interessante esempio di filiera corta. Hanno la principale caratteristica di essere composti da produttori che praticano vendita diretta e non da rivenditori. Infatti, iniziano a svilupparsi negli anni 70 negli Stati Uniti, come forma di vendita alternativa non solo alla grande

distribuzione organizzata ma anche ai mercati di rivenditori. La grande diffusione a livello internazionale di questi mercati che, in quanto baluardi della filiera corta cercano di ristabilire una connessione tra città e zone produttive, non è altro che un ritorno in auge di pratiche tradizionali dove produzione e consumo coesistevano negli stessi luoghi. Il mercato infatti non è certo invenzione moderna ma la rivitalizzazione e l'innovazione di contenuti e relazioni, in un'era globalizzata lo è.

Il mercato infatti, portando i prodotti agricoli e artigianali, in città, riporta letteralmente alla vista dei cittadini il cibo, rendendo di nuovo visibile quello che per molti anni la modernizzazione e l'industrializzazione hanno reso invisibile. Allungamento della catena e l'introduzione di mezzi di trasporto in grado di spostare i prodotti in ogni parte del mondo, hanno reso invisibile la filiera alimentare agli occhi del consumatore che oggi non vede più la terra sulle patate o sull'insalata una volta che li acquista. La rinascita della tradizionale pratica dei mercati, oggi vista come un'alternativa al sistema globalizzato, nasce proprio dalla necessità di ristabilire delle nuove relazioni con il cibo e con la produzione, di rendere il consumatore più consapevole di quello che mangia e degli effetti del suo consumo.

I mercati contadini possono assumere diverse forme:

- 1) "Mercati non mercanti" volti essenzialmente alla valorizzazione della piccola produzione e allo scambio culturale e meno a quello commerciale;
- 2) Mercati volti alla vendita di prodotti locali con diverse connotazioni: esclusivamente biologici, esclusivamente produttori agricoli oppure misti per metodi di produzioni, misti per tipologia di venditori (ristoratori, trasformatori, distributori).

Oggi sono diffusi in tutto il mondo e risultano dei metodi efficaci di approvvigionamento sostenibile per molte persone in diversi paesi, anche in Europa e in Italia. Nascono in modo spontaneo o strutturato, con o senza supporto dei governi locali, da gruppi di agricoltori o da associazioni culturali e politiche, tutti con lo scopo di ridare visibilità alle connessioni perdute - tra città e campagna, tra produttori e consumatori, tra consumatori e cibo, tra tradizione e innovazione- e ristabilire equità nella filiera alimentare.

I MERCATI DELLA TERRA DI SLOW FOOD

I mercati della terra sono **una forma di mercato contadino** che segue la filosofia di Slow Food del "Buono, Pulito e Giusto". Sono mercati gestiti collettivamente da una comunità di produttori, cittadini, condotte Slow Food, ristoratori, enti pubblici, tutti uniti dalla volontà di creare un luogo di incontro per una filiera alimentare più sostenibile.

In questi mercati sono presenti in particolare piccoli agricoltori e produttori artigianali provenienti da una distanza massima di 40km dalla sede del mercato.

Oggi esistono 69 mercati della terra in tutto il mondo, dal Canada a all'Uganda, ognuna con le proprie meravigliose specialità!

LA FILIERA CORTA DI LUBIANA

A partire dal 2015, la Città di Lubiana ha implementato **una strategia di promozione dei prodotti rurale** dalla propria regione, grazie allo sviluppo di diversi progetti virtuosi. Lo scopo di questa strategia, ancora in corso, è quello di aiutare i produttori agricoli ed artigianali delle aree rurali che circondano la città facendoli entrare in contatto con i consumatori delle aree urbane.

Nella città sono quindi stati introdotti:

- Un mercato contadino biologico ogni sabato nel centro della città;
- Un festival delle aree rurali ogni ottobre;
- Finanziamenti per gli agricoltori che creano punti vendita direttamente nelle proprie aziende agricole della zona;



Mercato della Terra di Alba (Piemonte)

L'offerta di prodotti venduti spazia da frutta e verdura a conserve, pane, carni e molto altro. Ogni prodotto deve rispondere ai principi di Slow Food:

Buono – fresco, di stagione, salutare, piacevole per il palato e i sensi

Pulito – locale, sostenibile per l'ambiente

Giusto – accessibile, al giusto prezzo, buone condizioni di lavoro per i produttori.

Nei mercati della terra è anche possibile trovare i Presidi Slow Food: prodotti provenienti da piccole produzioni tradizionali a rischio di estinzione. Il progetto dei Presidi aiuta infatti a proteggere un prodotto, una tecnica o un ecosistema in via di abbandono, tradizionali di una specifica zona del mondo. Ad oggi ci sono 586 Presidi in tutto il mondo: dai Frutti selvatici del Gran Chaco (Argentina) alla Salsiccia di mangalica (Ungheria).



Maiale Mangalica Ungherese



Frutti selvatici del Gran Chaco

- Supporto da parte della Città nella creazione di una filiera corta basata sulla cooperazione tra gli agricoltori e servizi di catering, scuole, ristoranti e alberghi;
- Nuovi spazi per agricoltura urbana sia per privati che per scuole.
- "Basket of Lubiana" composto da 70 produttori ed artigiani che, secondo la Città, rappresentano le specialità della zona sia per tradizione che per metodi produttivi sostenibili.



Bancarella del Mercato di Lubiana

Questa strategia ha aiutato la creazione di **opportunità lavorative** nell'ambito dell'agricoltura e della vendita prodotti agricoli e tradizionali oltre ad **aumentare il consumo di cibo locale**, non solo tra privati ma anche nelle scuole e nelle strutture recettive della città. Inoltre, ha contribuito nel rendere la città una metà gourmet per turisti di tutto il mondo!



Mercato di Lubiana

UN NUOVO ACCESSO AL CIBO PER TORONTO E AUSTIN

Le città di Toronto e Austin hanno sfruttato il concetto di filiera corta per risolvere i problemi di accesso a cibo sano e fresco, dilaganti in molte città del Nord America e del Canada. Entrambe le città hanno infatti sviluppato delle strategie urbane per promuovere il consumo di cibo sano, aumentando i punti di accesso, portando dove prima c'erano solo fast food, frutta e verdura della zona!

Toronto ha sviluppato nel 2012 il progetto "Grab Some Good" che consiste nel creare punti di vendita di frutta e verdura della zona dell'Ontario, con un approccio innovativo. Per esempio, grazie a questo progetto, oggi girano per i quartieri più poveri di Toronto vecchi autobus rimodernati a negozi ambulanti che distribuiscono frutta e verdura ai gruppi più vulnerabili, solitamente target di cibi preconfezionati o di fast food. Contemporaneamente sono apparsi in giro per la città piccoli stand nella metropolitana o altri punti di passaggio della città.



Toronto "foodShare Mobile" del progetto Grab Some Food
E Austin Health Food Access Initiative Document

Austin invece, in seguito ad un processo partecipativo che ha coinvolto cittadini e rappresentanti del sistema alimentare urbano, ha sviluppato una strategia simile a quella di Toronto. La città ha infatti introdotto in 19 aree caratterizzate da un basso accesso a frutta e verdura fresca, mercati ambulanti e fissi, botteghe specializzate in prodotti salutari, e molto altro. Questi punti vendita sono stati costruiti, come per Toronto, appositamente per famiglie a basso reddito quindi puntano sulla vendita di prodotti locali, salutari e ad un giusto prezzo.

Bibliografia

Prezzo giusto e filiera corta: una lettura dell'esperienza dei mercati dei produttori agricoli in Toscana - Giovanni Belletti, Andrea Marescotti, Silvia Innocenti, Adanella Rossi

Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development- Evidence Document// FoodLinks

Sitopia – Carolyn Steel

I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita - Adanella Rossi, Gianluca Brunori, Francesca Guidi

LJUBLJANA: PLANNING FOR SHORT FOOD SUPPLY CHAINS - MUFPP Publication

TORONTO: INNOVATIVE SUPPLY CHAINS BENEFITTING VULNERABLE GROUPS - MUFPP Publication

AUSTIN: MAKE FRESH FOOD ACCESSIBLE FOR ALL - MUFPP Publication

I mercati della Terra – Fondazione Slow Food (<https://www.fondazione Slow Food.com/it/cosa-facciamo/mercati-della-terra-slow-food/cose-un-mercato-della-terra/>)