



Agricoltura locale e consumo sostenibile. L'area metropolitana di Roma

**Maria Fonte*, Mariella Eboli,
Ornella Maietta, Cristina Salvioni**

***Università di Napoli Federico II – Dipartimento di Economia
Progetto PRIN 2008**



Domande della ricerca

Approccio di Seyfang (2006 e 2009) sul consumo sostenibile, basato sul concetto di 'cittadinanza ecologica':

1. I cittadini-consumatori del GAS hanno consapevolezza di una propria responsabilità verso problemi globali (equità, giustizia, ambiente)?

2. C'è allineamento tra la visione della sostenibilità tra consumatori e produttori?

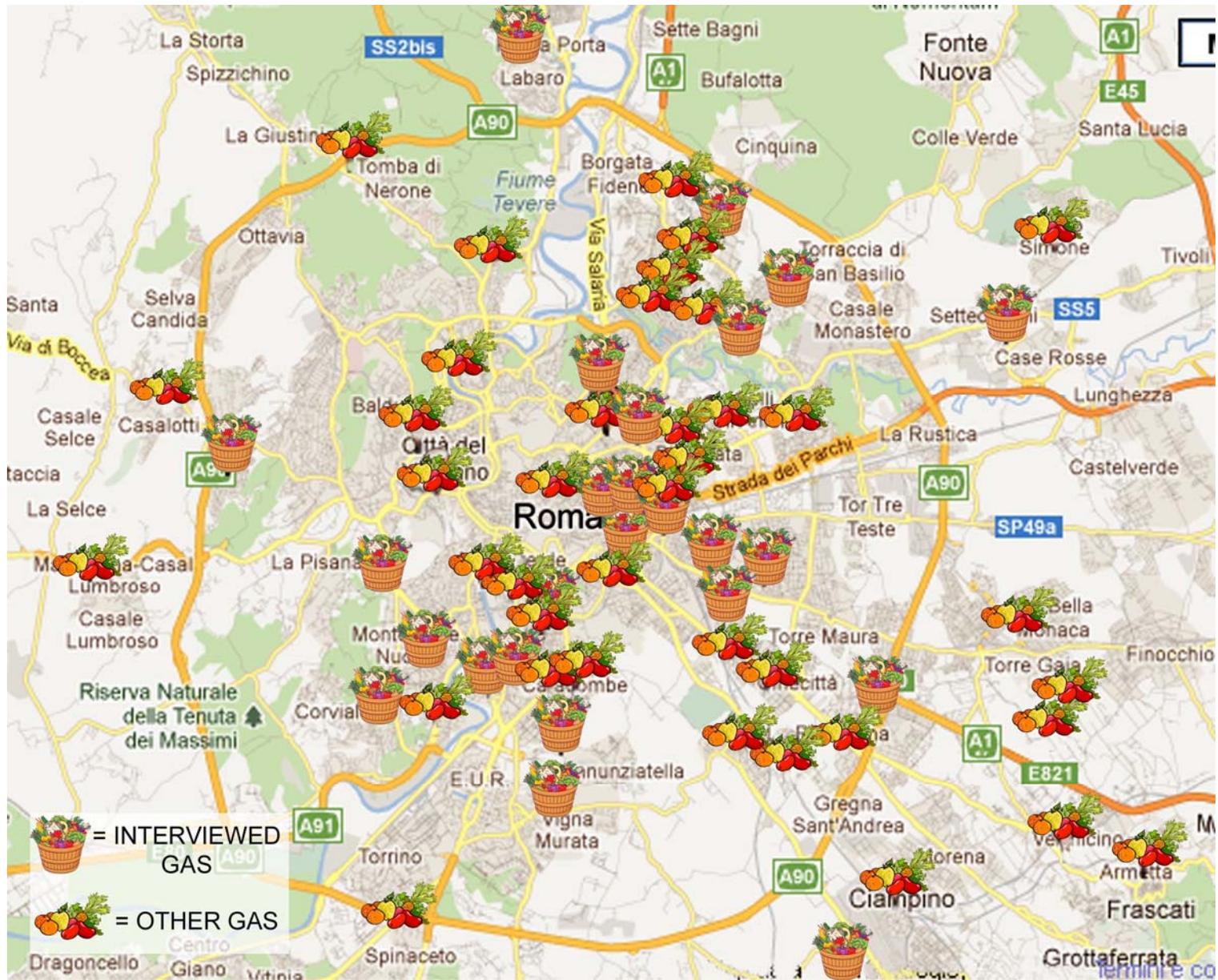
3. **Le istituzioni** sanno utilizzare questo senso di responsabilità quale risorsa e leva nella transizione della società verso la sostenibilità ?

Indagine

- Abbiamo intervistato (faccia-a-faccia) con questionari semi-strutturati:
 - 28 rappresentanti di GAS (su 160 GAS a Roma e provincia)
 - 15 fornitori

Abbiamo costruito una mappa dei Gas e dei loro fornitori

(www.agriloc.unina.it/index.php)



II CONTESTO DI ORIGINE DEI GAS A ROMA

CONTESTO	N. GAS
BOTTEGHE DEL CES	4
CENTRI SOCIALI	3
SCOUT (amici che hanno fatto gli scout insieme)	2
GASP	2
SPIRITUALITÀ CATTOLICA	2
ASSOCIAZIONI (culturali, ambientali, sportive)	6
PARTITI POLITICI	3
LUOGO DI LAVORO	2
GRUPPI DI MAMME (a scuola)	2
ALTRO (gruppo di amici, cittadini attivi, ecc.)	2
TOTALE	28

RETE /COMUNITÀ

La diversità di origine → diversità di valori?

Non si tratta di una comunità difensiva, ma di una rete di attori che si organizzano per mettere in atto pratiche alimentari alternative con un obiettivo condiviso: avere accesso a cibi sani, cambiare il sistema alimentare dominante

Caratteristiche anagrafiche e sociali

Età media 35-50 anni, famiglie con figli

Livello di istruzione formale Medio - alto (diploma / laurea)

Occupazione Occupati nel settore pubblico: scuola, università, poste, ospedali ...
liberi professionisti: medici, archeologi, psicologi, giornalisti ...
Ma anche: artigiani, giornalai, studenti, precari di varie fasce di età, ... una 'classe media proletarizzata'

Alcune considerazioni sulla spesa

- Spesa media di 50.000 Euro per gruppo in un anno
- Se moltiplichiamo per 160 (n. di GAS a Roma) otteniamo una spesa annua di 8 milioni di Euro.
- Spesa media annua per famiglia: 1000 Euro (ca 80 Euro al mese) → c'è spazio per crescere!

La composizione della spesa

- La maggior parte della spesa va in carni e formaggi

Però in termini di volumi e di sforzo organizzativo: verdura (e frutta)

- Importante anche: pasta e legumi e altri prodotti trasformati
- Gli ortaggi sono riforniti almeno una volta a settimana, carne 1 volta al mese, altri prodotti trasformati anche 1 volta a trimestre.
- La frutta è un problema.

Un obiettivo comune: procurare alimenti biologici a un prezzo accessibile

- Gli alimenti biologici sono considerati importanti per l'ambiente e la salute del consumatore. Tuttavia i loro prezzi nei supermercati o nei negozi specializzati non sono considerati accessibili ai redditi medi
- **I GAS sono una risposta:**
 - al sistema alimentare industrializzato che non garantisce cibi sani
 - alla distribuzione convenzionale di alimenti biologici che non garantisce prezzi equi ed accessibili

Nelle parole degli intervistati

- *... I negozi biologici che sono come negozi di gioielleria li troviamo ingiusti tanto quanto altre cose, per cui facciamo in modo che la qualità sia accessibile a tutti, non sia una cosa da élite ...[GAS101]*

Il consumo critico, etico, sostenibile...

Non solo comprare prodotti sani, biologici, freschi a prezzi accessibili, ma

Creare un mercato a misura di uomo: comprare cibo di qualità e biologica è un modo di creare, migliorare le relazioni tra le persone e umanizzare il mercato:

→ le relazioni tra le famiglie del gruppo e con i produttori

→ il gas come azione politica sul territorio che riesce ad avere un impatto sulle politiche di consumo e su quelle di produzione. [GAS52].

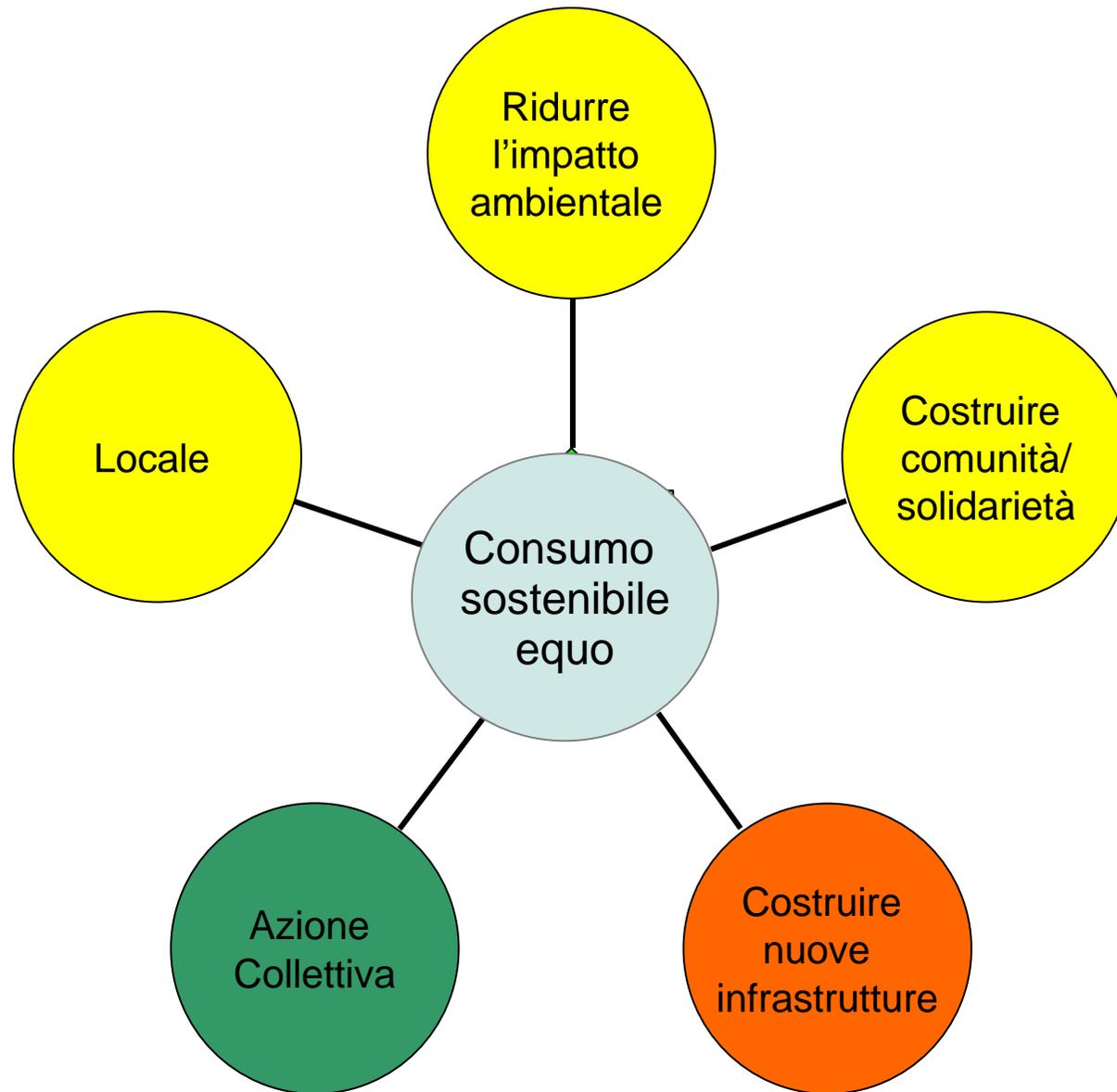
Centralità del cibo e consumo critico

- A partire dal cibo è possibile non solo teorizzare, ma anche **praticare il cambiamento**, tramite il consumo critico. Attraverso un diverso modello di consumo si persegue l'obiettivo di cambiare il modello di produzione e le relazioni sociali:

l'agro-industria trasforma tutto l'ambiente in una fabbrica, lo consuma, lo distrugge e poi lo destina a cemento e non c'è nessun tipo di ricambio. La GD determina i nostri comportamenti ... sia a monte che a valle ... se io al supermercato trovo solo la frutta esotica e non trovo la frutta di stagione, la mia attenzione rispetto a questa cosa è guidata dall'alto ... e la stessa cosa avviene con l'agricoltore: questo lo compro questo no ... sono loro che stabiliscono ... cosa si produce ...[GAS151]

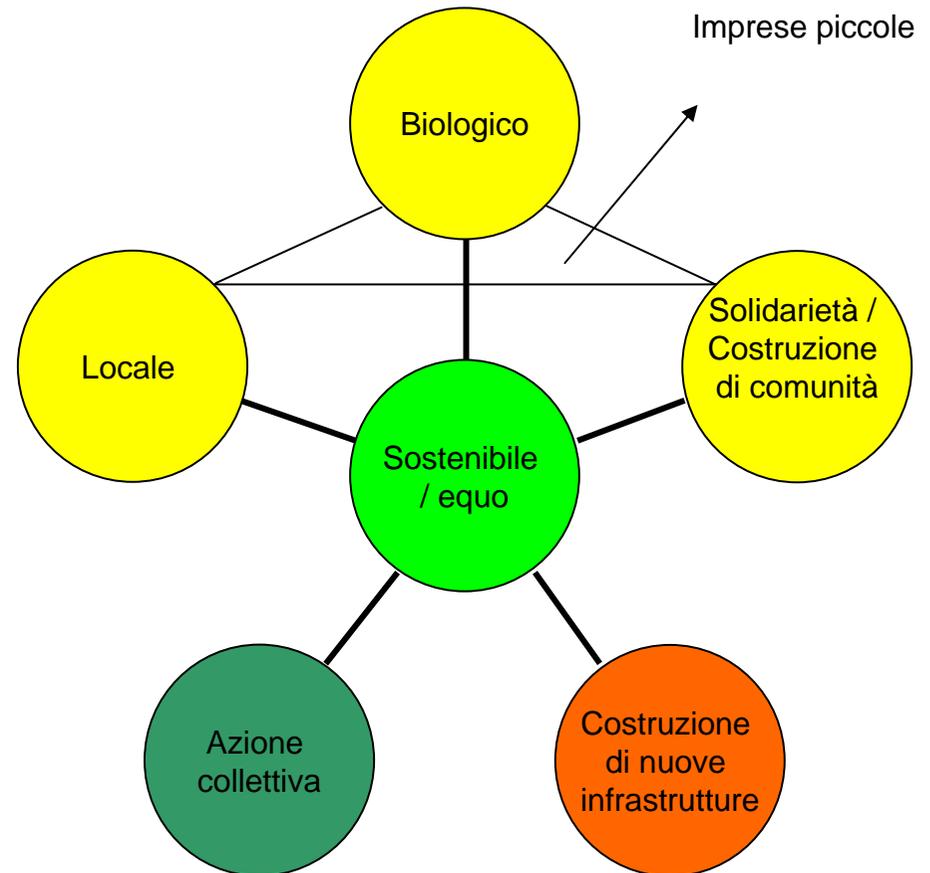
- senza essere retorici, io sull'impatto politico ci credo ... penso che ... **come cittadini contiamo poco e contiamo più come consumatori** ...[GAS21]

Le 5 dimensioni del consumo sostenibile



Il GAS e la sostenibilità

- Tramite l'azione collettiva, il Gas crea una infrastruttura che rende possibile l'accesso agli **alimenti locali e biologici** (risposta alla scarsità di cibi sani), ma contribuisce anche alla costruzione di **relazioni sociali solidali** (GAS121, GAS101...)
- **Punti critici:** Logistica, efficienza ...
- *Un ruolo per le istituzioni locali? ...*

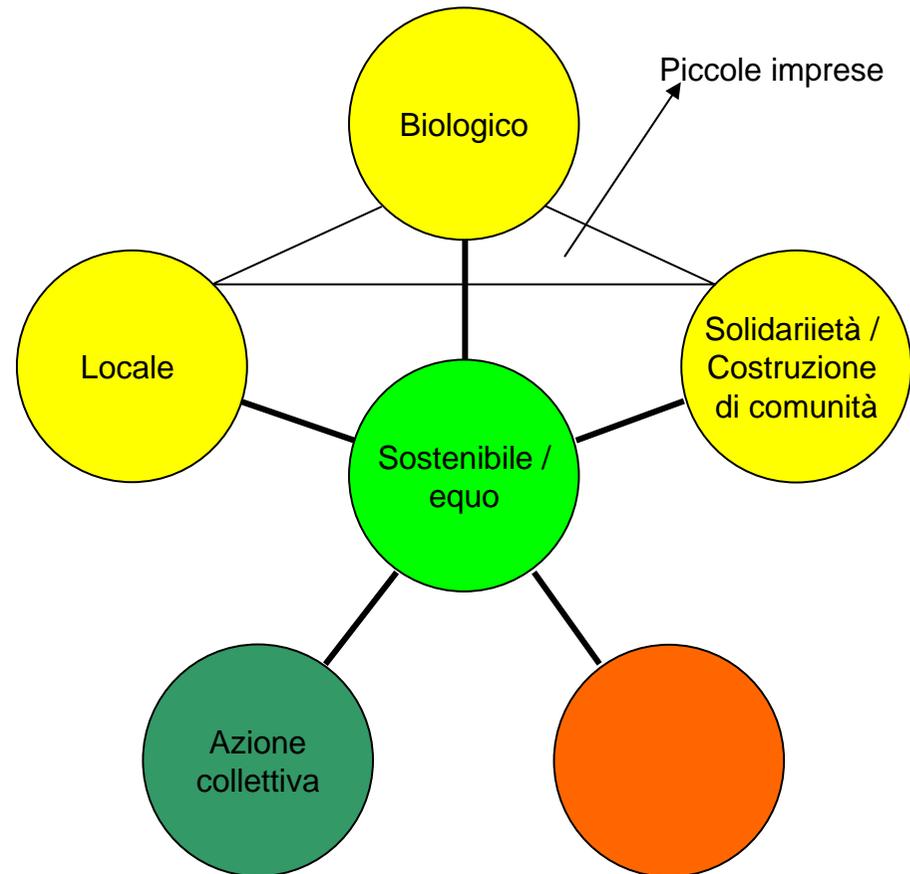


... azione collettiva ...

'potere=poter fare'

- Il **GAS** rende possibile prendere decisioni efficaci sull'acquisto di cibo (e altri prodotti); fare delle scelte che riguardano la qualità, ma anche i metodi di produzione, le scelte tecniche, la provenienza ...
- **Azione collettiva.** Non è solo l'acquisto in comune, ma anche la partecipazione all'organizzazione del GAS, alla costruzione di reti tra i diversi GAS e in altre iniziative sociali o politiche (mobilità sostenibile; benessere degli animali – liberiamo le galline- referendum contro la privatizzazione dell'acqua).

✂ → **Criticità:** difficoltà nella partecipazione, nella costruzione delle reti di coordinamento



... azione collettiva ...

- Il GAS rende possibile acquistare prodotti biologici, sani a prezzi uguali a quelli della GD. ... **E poi almeno per alcuni è una ripresa delle proprie libertà: scegliere cosa poter mangiare.** Il supermercato non dà scelta; ti dà solo molto assortimento, una scelta solo estetica. Poi ... è un recupero delle relazioni. Incontrare persone che sono simili a te, che fanno le tue stesse scelte. [GAS31]
- **Noi partecipiamo a moltissime attività del quartiere** ..., comitato dell'acqua come bene comune, abbiamo sostenuto gli africani di Rosarno: da quando sono arrivati qui alla SNIA, abbiamo contribuito a raccogliere i primi beni (lenzuola, materassi, ecc.) e poi abbiamo deciso di contribuire settimanalmente alla spesa ... Nella bottega facciamo incontri con i produttori o sull'ambiente ... ora ci coinvolgeremo sul nucleare ... quando succede qualcosa nel quartiere noi partecipiamo ... [GAS63]
- quindi il primo sabato del mese organizziamo un mercato qui e abbiamo un punto informativo sia sul GA sia su altri temi ... la settimana scorsa abbiamo inaugurato una Ciclofficina, legata al discorso della **mobilità sostenibile nel nostro quartiere** ... [GAS101]

...infrastrutture e istituzioni...

- **La logistica è molto problematica, sarebbe fantastico se il municipio fornisse un posto dove far convergere i produttori locali, ma a questo punto ci sarebbe l'opposizione dei diversi centri commerciali ... [GAS41]**
- **Però noi che ordiniamo di più sogniamo un posto, una sede, anche per pensare di portare avanti altre attività ... la promozione culturale sul territorio ... (GAS121)**
- **I Gas non vogliono dei soldi per fare le cose che già stanno facendo, però vogliono dei servizi oppure qualcosa che possa servire non solo a un GAS, ma a tutti i GAS [GAS31]**
- **le istituzioni fanno delle cose che ti fanno capire che non capiscono proprio cosa è la realtà dei GAS [GAS31]**

I PRODUTTORI

1. **Chi sono i fornitori dei GAS?** (ipotesi: si tratta di una realtà abbastanza omogenea di piccole aziende bio)
2. **Quali sono I loro obiettivi e le loro strategie?**
(processo di ri-contadinizzazione: autonomia diversificazione...)
3. **Condividono obiettivi e valori con I consumatori?**

1. BIOLOGICHE, PICCOLE, MA ANCHE Più GRANDI

Ha	SAMPLE		ROMA Prov. (Census 2010)	
	No.	%	No.	%
0	0	0	42	0.1
<-1	1	7	6,950	32
1- 1,99	1	7	4,953	23
2-4,99	0		4,497	21
5-9,99	2	23	2,048	10
10-29,9	4	31	1,808	8
30-49,9	1	7	486	2
50-99,9	1	7	371	2
>-100	2	14	348	2
TOTALE	13	100	21,503	100

Imprese per reddito

Euro	N.
<7,500	4
7,500 – 20,000	2
20,000 – 40,000	0
40,000 – 80,000	1
80,000-100,000	0
100,000-300,00	5
3 millions (Turnover)	1
na	2
TOTAL	15

2. Agricoltori

Gli agricoltori **scelgono** di fare gli agricoltori

→ In 6 casi (su 13) **scelgono** di fare agricoltura dopo aver lavorato in altri settori. In 5 casi comprano terra. Hanno esperienza extra-agricola e un livello di istruzione medio-alto

Sono **innovatori**

Le donne hanno un ruolo importante.

Gli obiettivi economici sono articolati con **l'amore per la natura e la campagna** e con **la passione** per l'attività agricola.

Caratteristiche degli intervistati

AGE	
25-39	3
40-49	5
50-59	5
65	2
GENDER	
M	9
F	6
YEARS OF FORMAL EDUCATION	
8	1
13 (high school diploma)	10
17 or more (university diploma)	4

Strategie: un processo di ri-contadinizzazione (van der Ploeg)

Aziende coinvolte:

→ aziende '(neo-)contadine' come strategia di sopravvivenza:

- Autonomia: distanza dai mercati 'globali' (segmentazione)
- Logica di consolidamento: ripagare i debiti, stabilizzare il reddito
- Rispetto per l'ambiente: tecniche biologiche
- Intensificazione basata sul lavoro
- Innovazione: legame diretto con il consumatore

→ aziende 'imprenditoriali' come strategia di difesa dall'*agricultural squeeze*...

- Diversificazione come strategia di crescita

La scelta della diversificazione: vendita diretta

Solo ai GAS	2
Prevalentemente ai GAS + altre filiere corte	4
Prev. altre AFSC + GAS AFSC= FMs, spaccio aziendale, consegna a domicilio, punti/rist macrob., mense scolastiche	9
GAS + Catene d'offerta convenzionali	0
Catene d'offerta convenzionali + GAS	0

...ma anche...

- Trasformazione dei prodotti (macellerie aziendali, formaggi, conserve...)
- Agriturismo e altre attività ricreative (2 aziende)
- Fattorie didattiche
- Conservazione della biodiversità
- Aziende sociali (occupazione di persone svantaggiate)
- Produzione di energia solare



3. Sostenibilità e cittadinanza ecologica

I Produttori sottolineano la dimensione economica e ambientale (biologico, campagna, lavoro, azienda, famiglia)

I Consumatori quella sociale (persone, gruppo, relazioni, prezzo)



Words Query - Producers

agricola agricoltori agricoltura andare animali attività **azienda** aziendale

aziende biologica **biologico** bisogna bisogno

campagna capacità carne casale certificazione clienti **coldiretti** comprare comune
comunque consegna consegne consumatore conto convenzionale conversione costi dell'azienda devono difficile

diretta discorso esempio **famiglia** famiglie familiare figli figlio fragole frutta gente

grande gruppo importante iniziative insieme l'azienda latte lavorare **lavoro**

l'azienda macelleria maiali **mercati mercato** mettere mezzo molti negozi nuova ordini

padre **persone** pesche polli posso prendere preso **prezzi prezzo prima**

problema **problemi** produttore punto qualità queste rapporti rapporto realtà **reddito**

sarebbe scuola sociale società soldi stati **stato tempo** terra terreni **terreno**

territorio vedere vende vendere **vendita**

Words Query – Consumers

aderenti aggregate agricoltori amici arance assemblee associazioni attività **avere** aveva azienda aziende

biologico bottega campagna carne **certificazione** circa città comprare comune **consegna**

consumatore **consumo** costi criteri deciso **difficoltà** discorso distribuzione erano esempio **facciamo**

famiglie fanno fiducia forma formazione fornitori giusto' grande gruppi **gruppo** importante

iniziative **insieme** istituzioni **lavoro** linee livello locali media mercati mercato molti

momento municipio nazionali **nostro** nuclei ordine **ordini** organizzato partecipazione

persone piccoli piccolo politica possibile prezzi **prezzo**

problema problemi produzione provincia punto qualità quartiere rapporti

rapporto referente regione relative **relazioni** risparmio ritiro riunioni scelta **sempre**

sociale sociali soldi solidarietà sostenibile spazio **spesa** supermercato **terra** territorio trasporto

Solidarietà

Ne parlano in forma passiva: per esempio quando criticano l'evoluzione dei GAS: **non sono tanto solidali come prima...**

A domanda esplicita, per solidarietà intendono offrire contenuti di servizio a prezzi accessibili

Azione collettiva

L'azione collettiva e la costruzione di reti tra gli agricoltori è piuttosto debole: gli agricoltori preferiscono collaborare con i consumatori che tra di loro.

Non c'è una cultura di rete tra i produttori (10a)

Vedo più probabile la cooperazione con i consumatori che con i produttori. Perché la scelta di stare in una GAS presuppone una sensibilità; questa sensibilità deve solamente essere sviluppata (...).(7a)

Logistica & Infrastrutture



Sebbene sia riconosciuto come problema, è affrontato in modo individuale (un problema di costo che deve essere minimizzato), piuttosto che collettivo. Pochi considerano la possibilità di mettersi insieme per coordinare le consegne.

A domanda esplicita (servirebbe un 'food hub'?), molti ritengono difficile che le istituzioni possano essere coinvolte per la pressione politica del sistema distributivo dominante (10a, 6v....)

Prospettive future

- 1) **Co-produzione / Pro-sumption...** *Una delle cose che mi piacerebbe di più è fare un orto in co-partecipazione, avere dei clienti che vengono a prestare lavoro nell'orto e hanno il loro ritorno in verdura, con un minimo di sostegno alle spese dell'azienda... (1v) ... mi interessa sempre di più essere parte integrante del GAS piuttosto che fornitore...trovare tutte le forme, anche simboliche, che superano la divisione tra produttore e consumatore...il GAS deve diventare un gruppo di produzione,(7a)*
- 2) **Diversificazione** *...mi sono resa conto di quanto le persone abbiano bisogno di stare in campagna...c'è una grande ricerca della campagna, per cui bisogna continuare in questo senso. Oltre ad offrire i prodotti di nostra produzione, la carne e le verdure, bisogna aumentare la fruizione dell'azienda da parte delle persone, soprattutto le persone di Roma. A parte l'offerta agrituristica sarebbe importante organizzare fattorie didattiche; cioè bisogna far entrare i cittadini nell'azienda.....*

CONCLUSIONI

C'è una certa diversità di strutture, strategie e obiettivi nel movimento dei GAS, che richiede **negoziazione**:

Differenze tra i GAS

Differenze tra i fornitori

Differenze i consumatori e i produttori

Diversità come debolezza o come resilienza?

Grazie!