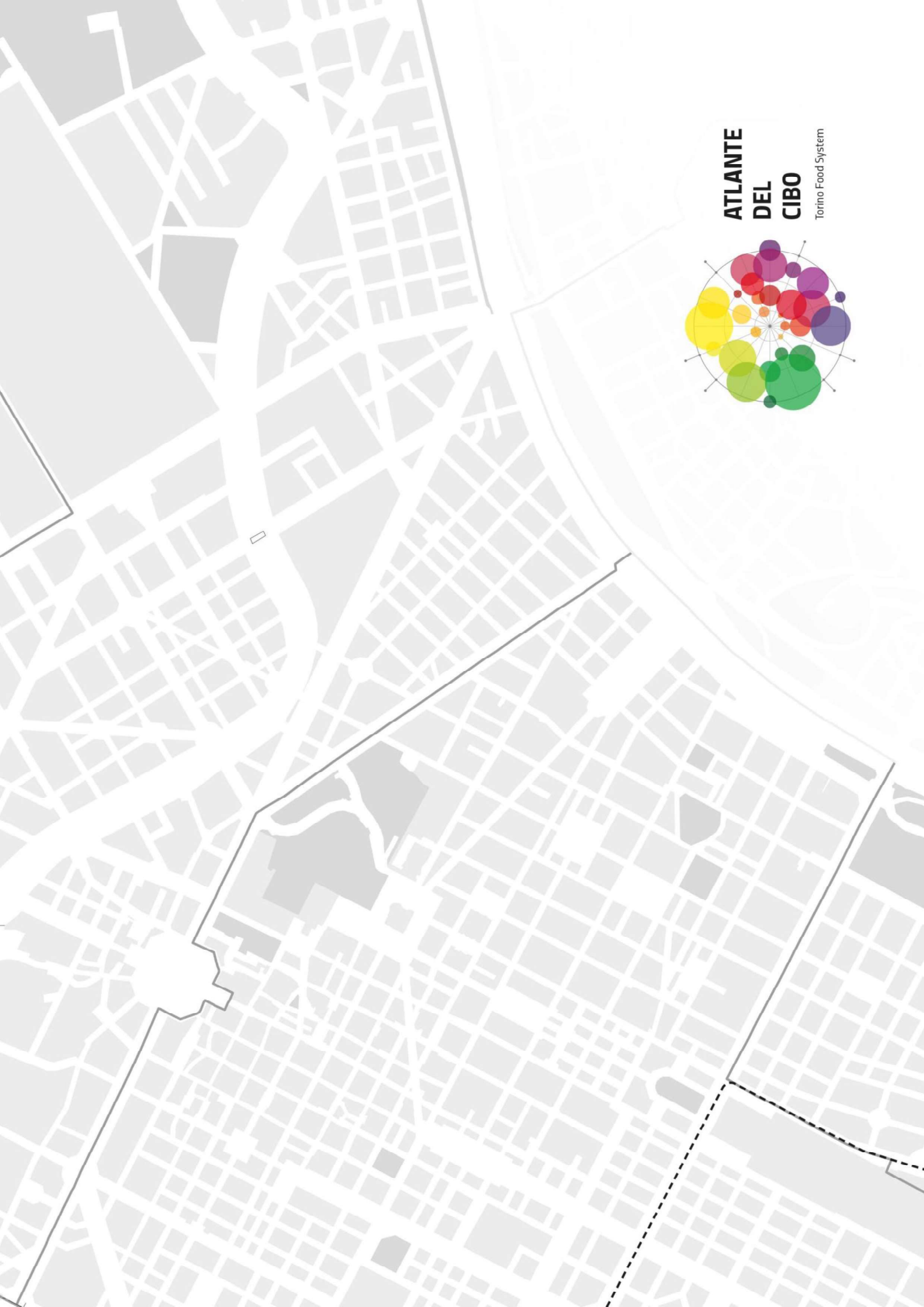
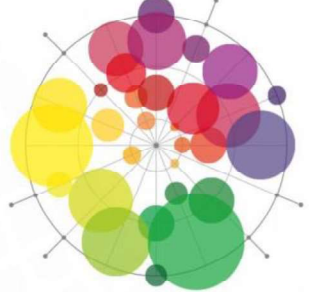


**ATLANTE
DEL
CIBO**

Torino Food System



ATLANTE DEL CIBO DI TORINO METROPOLITANA

Rapporto 3

a cura di Anna Paola Quaglia, Alessia Toldo e Ilaria Vittone

collana

ATLANTE DEL CIBO

COMITATO SCIENTIFICO

Marco Bagliani, Filippo Barbera, Luigi Bistagnino, Guido Boella,
Claudia Cassatella, Giuseppe Cinà, Egidio Dansero, Luca Davico,
Roberto Di Monaco, Franco Fassio, Gabriele Garnerò, Cristiana Peano,
Giacomo Pettenati, Paolo Tamborini, Nadia Tecco, Alessia Toldo.

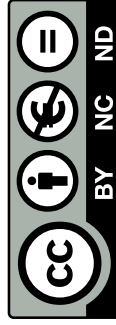
Celid
www.celid.it

prima edizione: novembre 2019

isbn 978-88-6789-170-2

© Celid 2019

Publicazione resa disponibile
nei termini della licenza Creative Commons
Attribuzione – Non commerciale – Non opere derivate 4.0



LEXIS Compagnia Editoriale in Torino srl
via Carlo Alberto 55
I-10123 Torino
celid@lexis.srl

UN PROGETTO DI



IN COLLABORAZIONE CON



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

COORDINAMENTO SCIENTIFICO

Università degli Studi: **Egidio Dansero** (coordinatore del progetto)
Politecnico di Torino: **Paolo Tamborrini**
Università degli Studi di Scienze Gastronomiche: **Franco Fassio**
Camera di Commercio di Torino: **Guido Cerrato**

PROJECT MANAGER

Alessia Toldo, Anna Paola Quaglia e Ilaria Vittone

GRUPPO DI RICERCA

CPS – Dipartimento di Culture, Politica e Società (Università degli Studi di Torino)

Referente: Egidio DANSERO

Gruppo di ricerca: Giacomo PETTENATI; Anna Paola QUAGLIA; Nadia TECCO; Alessia TOLDO; Ilaria VITTONI

DISAFA – DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE, FORESTALI E ALIMENTARI (UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO)

Referente: Cristiana PEANO

DIPARTIMENTO DI INFORMATICA (UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO)

Referente: Guido BOELLA

DAD – DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA E DESIGN (POLITECNICO DI TORINO)

Referente: Paolo TAMBORRINI

DIST – DIPARTIMENTO INTERATENEO DI SCIENZE, PROGETTO E POLITICHE DEL TERRITORIO (POLITECNICO DI TORINO E UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO)

Referente: Luca DAVICO

LARTU – LABORATORIO DI ANALISI E RAPPRESENTAZIONI TERRITORIALI E URBANE (POLITECNICO DI TORINO E UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO)

Referente: Gabriele GARNERO

SFD – SYSTEMIC FOOD DESIGN LAB (UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SCIENZE GASTRONOMICHE)

Referente: Franco FASSIO

CCIAA - CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO

Referente: Guido CERRATO con Barbara BARAZZA (Settore Studi, Statistiche e Prezzi)

EDITING

Ilaria VITTONI

APPARATO CARTOGRAFICO

Ilaria VITTONI

PROGETTO GRAFICO

Francesco CORDOLA

SOMMARIO

15 **INTRODUZIONE**

a cura di Anna Paola Quaglia, Alessia Toldo, Ilaria Vittone

21 **APPROFONDIMENTI TERRITORIALI**

21 **1. PAESAGGI DEL CIBO DI QUARTIERE: IL CASO DI**

MIRAFIORI SUD

a cura di Anna Paola Quaglia

- 21 1.1 Introduzione
- 23 1.2 Il territorio di riferimento: dove siamo?
- 31 1.2.1 Il profilo socio-demografico: chi ci abita?
- 34 1.3 La filiera agro-alimentare
- 34 1.3.1 Le aree agricole e la produzione
- 35 1.3.2 Le attività economiche legate al cibo
- 54 1.4 Politiche e progettualità
- 69 1.5 Conclusioni
- 71 1.6 Bibliografia
- 73 Appendice metodologica

79 **2. NUTRIRE COLLEGNO: ANALISI DEL SISTEMA**

AGROALIMENTARE VERSO POLITICHE LOCALI DEL CIBO

a cura di Jacopo Bertolotto

- 79 2.1 Metodologia d'analisi
- 80 2.2 Il contesto territoriale: inquadramento geografico
- 81 2.2.1 Le colture: cosa, quanto e dove si coltiva
- 83 2.2.2 L'allevamento
- 84 2.2.3 La trasformazione e le industrie
- 85 2.2.4 La distribuzione: i diversi canali di vendita
- 86 2.2.5 Consumo e somministrazione

- 86 2.2.5.1 Il consumo collettivo: il servizio di ristorazione scolastica e comunale
- 87 2.2.5.2. La somministrazione Ho.re.ca

88 2.2.6 Lo smaltimento e il riciclo

2.3 Dinamiche, politiche e progetti legati al cibo tra istituzioni e società civile

2.3.1 L'ambiente: Piano Regolatore e orti urbani

2.3.1 La giustizia: l'inclusione sociale e la gestione delle eccedenze

2.3.3 L'educazione: scuola e età adulta

2.3.4 Eventi e promozione della cultura del cibo

97 **3. IL SISTEMA ALIMENTARE DI GRUGLIASCO: ANALISI E PROSPETTIVE FUTURE PER LE POLITICHE LOCALI DEL CIBO**

a cura di Elena Fontana

- 97 3.1 Inquadramento geografico
- 98 3.2 Le colture: cosa, quanto e dove si coltiva
- 101 3.3 L'allevamento
- 102 3.4 La trasformazione e le industrie
- 103 3.5 La distribuzione: i diversi canali di vendita
- 104 3.6 Consumo e somministrazione
- 104 3.6.1 La somministrazione Ho.re.ca
- 105 3.6.2 Il Consumo Collettivo: il servizio di ristorazione scolastica e comunale
- 105 3.6.3. Mense scolastiche
- 105 3.6.4 Mense universitarie
- 106 3.7 Lo smaltimento e il riciclo
- 106 3.8 Dinamiche, politiche e progetti legati al cibo tra istituzioni e società civile

106	3.8.1 Attività economiche: fondi per l'innovazione delle aziende agricole	127	4.2.5.3 Consorzio dei rifiuti
107	3.8.2 Cultura e politiche sociali: eventi e agricoltura sociale	128	4.2.5.4 Servizio sanitario
108	3.8.3. Ambiente: progetto Refertil e compostaggio	128	4.2.5.5 Progetto "Tutt'altra pasta"
109	3.8.4 Urbanistica ed edilizia: consumo di suolo e Parco Urbano	128	4.2.5.6 Progetto "Tutt'altra storia!"
109	3.9 Il terzo settore	128	4.2.5.7 Progetto "Solidarete"
109	3.9.1 TerraMia onlus	129	4.2.5.8 Progetto "DOMUS"
110	3.9.2. Cooperativa Sociale "Luisa Levi Agricola"	129	4.2.5.9 Progetto "AlfabetizzAzione"
111	3.9.3 Cooperativa "Pausa Caffè"	129	4.2.5.10 Orti sociali urbani
115	4. IL SISTEMA DEL CIBO A MONCALIERI. NUMERI, ATTORIE PRATICHE <i>a cura di Marcella Cogno</i>	130	4.2.5.11 Bibliorto
115	4.1 Introduzione	130	4.2.5.12 Orto in condotta
117	4.2 Contesto territoriale	130	4.2.5.13 Progetti di valorizzazione delle specialità locali
117	4.2.1 Cenni storici	130	4.2.5.14 Gruppi di Acquisto Solidale
117	4.2.2 Risorse economiche	130	4.2.5.15 Progetti ed eventi realizzati con il sostegno della Città
118	4.2.3 Usi del suolo	131	4.2.5.16 Il Banco Alimentare: l'interesse di un approfondimento territoriale
122	4.2.4 Mappatura delle attività alimentari di Moncalieri	131	4.2.6 Una pianificazione alimentare emergente: Coldiretti Torino e la Città di Moncalieri
122	4.2.4.1 Insieme A. Colture non permanenti	133	4.2.6.1 L'affermazione del paternariato
123	4.2.4.2 Insieme D e E. Allevamento	134	4.2.6.2 Analizzare una rete: tra governance e innovazione
123	4.2.4.3 Insieme G, H, I, J, K, L. Trasformazione	135	4.3 Conclusioni
124	4.2.4.4 Insieme N. Commercio non specializzato		APPROFONDIMENTO TEMATICO
124	4.2.4.5 Insieme P. Commercio di carne		5. IL RAPPORTO CIBO-CITTÀ COME STRUMENTO DI SALUTE
124	4.2.4.6 Insieme T. Ristoranti	139	<i>a cura di Alessia Toldo</i>
126	4.2.5 Attori e progettualità del territorio	139	5.1 Introduzione
126	4.2.5.1 Unione dei Comuni	139	5.2 Cibo, città e salute: da soli e insieme, in cerca di definizioni
127	4.2.5.2 Patto dei territori		



140	5.2.1 Il cibo	202	9. PROGETTO "NUTRIRE L'ANIMA"
141	5.2.2 Il concetto di salute		<i>a cura di Mario Caserta, Camilla Cupelli, Maria Chiara Giorda</i>
146	5.2.3 Il triangolo cibo-città-salute	204	10. NOI SIAMO QUELLO CHE (NON) MANGIAMO
151	5.3 Un approccio per fasi		<i>a cura di Bruno Iannaccone</i>
152	5.3.1 Produzione e salute	207	11. MOSCHEE APERTE E "IFTAR STREET"
156	5.3.1.1 Agricoltura urbana e salute a Torino		<i>a cura di Luca Bossi, Maria Chiara Giorda</i>
163	5.3.2 Trasformazione e salute	211	12. CIBO E ICT. IL DIGITALE E LE PRATICHE ALTERNATIVE DI CONSUMO
165	5.3.2.1 Trasformazione e salute a Torino		<i>a cura di Samantha Cenero, Giovanni Tosco</i>
167	5.3.3 Distribuzione e salute	218	13. ACCOMPAGNAMENTO FATTO PER BENE
168	5.3.3.1 Distribuzione e salute a Torino		<i>a cura di Anna Paola Quaglia</i>
174	5.3.4 Consumo e salute	219	14. DAL CIBO SI IMPARA
176	5.3.4.1 Dalle mense scolastiche come strumenti di salute...		<i>a cura di Alessia Toldo</i>
177	5.3.4.2 ...alle scuole che promuovono salute	220	15. METTERE IL CIBO IN SCENA: NUOVE PRATICHE DI CONSUMO AL MERCATO CENTRALE DI TORINO
182	5.3.5 Post-consumo e salute		<i>a cura di Panos Bourlessas</i>
187	5.4 Bibliografia		
	SCHEDE		
195	6. STUDIO E VALORIZZAZIONE DEL PAESAGGIO DEL CIBO: IL SISTEMA AGRICOLO NEL PARCO NATURALE DI STUPINIGI		
	<i>a cura di Enrico Pomatto, Paola Gullino, Marco Devecchi, Federica Larcher</i>		
198	7. ALCOL E TRADIZIONE: UNO STUDIO ESPLORATIVO SULL'EVOLUZIONE DEGLI STILI DEL BERE NELLE ZONE DI PRODUZIONE E IN QUELLE DI CONSUMO		
	<i>a cura di Istituto ricerca e formazione Eclectica</i>		
200	8. IO & IL CIBO: IMMAGINI E PENSIERI		
	<i>a cura di Istituto ricerca e formazione Eclectica</i>		

12. CIBO E ICT. IL DIGITALE E LE PRATICHE ALTERNATIVE DI CONSUMO

Samantha Genere, Giovanni Tosco – Università degli Studi di Torino

- ICT
- APP
- PIATTAFORMA
- FOOD SHARING

Il legame fra cibo e nuove tecnologie si va ormai situando all'interno sia del dibattito accademico sia delle politiche pubbliche come uno dei più rilevanti focus di analisi e di azione. Siti di e-commerce, piattaforme per la distribuzione di cibo pronto, sensori utilizzati per favorire la tracciabilità dei prodotti si affiancano all'impiego delle ICT (Information and Communication Technologies) come strumento di supporto alle politiche locali sul cibo o alla creazione di Alternative Food Networks (AFN).

Così come diversi sono gli ambiti di applicazione delle ICT nel settore del cibo, altrettanti sono gli esiti e le sfide frutto di questo connubio. Da alcuni anni ormai non soltanto le ICT hanno permesso di implementare la distribuzione del cibo, offrendo un supporto alla logistica che consente di incrementarne l'efficienza, ma si sono anche andate diffondendo soluzioni innovative nell'ambito della tracciabilità alimentare, rendendo la sicurezza alimentare un obiettivo maggiormente perseguibile (Dansero et al., 2013). In particolare, la diffusione di un'ampia gamma di soluzioni tecnologiche come la RFID (Radio Frequency Identification), i QR Code ed altre soluzioni legate all'IoT (Internet of Things, ovvero Internet delle cose) ha consentito, da un lato, di incorporare contenuto informativo all'interno dei prodotti, permettendo al consumatore di effettuare scelte più consapevoli, dall'altro, di rendere più efficiente la gestione delle scorte e il mantenimento delle condizioni

di conservazione ottimali per gli alimenti freschi, tracciarne gli spostamenti o automatizzarne le fasi di carico o consegna. La capacità di queste tecnologie di ottimizzare i processi di distribuzione del cibo ha fatto sì che l'uso delle ICT si estendesse dalla GDO (Grande distribuzione organizzata) alle reti alternative del cibo (AFN – Alternative Food Networks) e analoghe pratiche di promozione di un consumo consapevole, sostenibile e a filiera corta.

Tuttavia, è importante sottolineare come l'applicazione delle ICT nelle diverse fasi di produzione, distribuzione e consumo di cibo e all'interno dei molteplici ecosistemi di pratiche che ad esse si connettono (iniziative dal basso e/o politiche a sostegno di nuovi sistemi locali del cibo, GDO e commercio, nuove pratiche legate al consumo di pasti pronti) non debba essere letta soltanto come un fattore innovativo ma anche come generatore di nuove geografie del cibo.

In particolare, è possibile individuare quattro diversi ambiti di applicazione delle ICT nel molteplice ecosistema delle politiche e/o delle pratiche legate a produzione, distribuzione e consumo di cibo: ambito logistico e tracciabilità dei prodotti; azioni virtuose di contrasto allo spreco (fra le quali, pratiche di *food sharing* e di acquisto solidale); piattaforme, siti e app destinate al *food delivery* e variamente connesse al variegato panorama della *sharing economy* (nella sua accezione di economia delle piattaforme); e, infine, utilizzo di ICT in progetti di mappatura di pratiche e attori che si muovono all'interno del sistema locale del cibo. L'identificazione di questi quattro (seppur non esaustivi) ambiti di applicazione permette inoltre di apprezzare ancora una volta la complessità degli attori coinvolti, individuandone le specificità di azione distinguendo le modalità attraverso cui fanno leva sulle molteplici possibilità offerte dal digitale per portare avanti finalità differenti. Se, per esempio, la GDO o i colossi internazionali del *food delivery* (Foodora, Deliveroo, Ubereats, etc.) sfruttano le potenzialità di Internet per offrire al consumatore strumenti di acquisto di cibo e/o pasti pronti che fanno leva sul risparmio di tempo e sulla comodità del servizio, GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) e GAC (Gruppi di Acquisto Collettivo) adottano soluzioni digitali in supporto alla creazione di relazioni solidali e alla promozione di un consumo critico, sostenibile e rispettoso dell'ambiente. In merito a quest'ultimo punto, Torino e la sua area metropolitana si rivelano un terreno particolarmente fertile per quanto riguarda l'uso o la possibile implementazione di questi strumenti. Pertanto, il presente

contributo mira, nella prima parte, a inquadrare il fenomeno, illustrando le diverse modalità, potenzialità e sfide poste dalla diffusione delle ICT come strumento fondamentale intorno al quale articolare differenti pratiche alternative legate al cibo. La seconda parte si focalizza, invece, sul caso di Torino, offrendo una panoramica delle prime esperienze maturate nell'ambito.

Cibo e ICT: un legame in continua evoluzione

I contesti urbani rappresentano un terreno fertile per il sorgere di un'ampia gamma di nuove pratiche variamente mediate dall'uso di Internet e del digitale. Le città costituiscono innanzitutto un nodo cruciale sul quale intervenire nel momento in cui si miri a migliorare il sistema del cibo, alla luce dell'ingente consumo di risorse riscontrabile nei contesti urbani. Se questo già può essere sufficiente per considerare il legame fra cibo e città un binomio di primaria importanza in qualsiasi politica che riguardi il cibo, la rilevanza di questa prospettiva territoriale emerge ancor di più se si considera come i centri urbani siano anche nodi di flussi di produzione, distribuzione, consumo e smaltimento di prodotti alimentari (cfr. Davies & Evans, 2018). Inoltre, nel momento in cui si indaga il connubio cibo e ICT, è importante sottolineare come il cibo non soltanto rivesta un evidente valore nutrizionale ed economico ma sia anche profondamente imbevuto di rilevanza simbolica e culturale. Intorno al cibo, infatti, si vanno a costruire identità individuali, collettive e dei luoghi; identità che la mediazione del digitale può contribuire a ridefinire.

Negli ultimi anni, nel tentativo di rendere più efficiente, equo e sostenibile il sistema del cibo, le tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) sono venute a costituire un importante supporto a pratiche già esistenti o hanno permesso di svilupparne di nuove (Choi & Graham, 2014). Lunghi dall'essere strumenti la cui applicazione restituisce sempre un esito positivo, le ICT riconfigurano complessi sistemi socio-tecnici, il cui funzionamento necessita di essere analizzato nella loro eterogeneità e specificità, per evitare di cadere in facili quanto rischiose visioni ottimiste e deterministiche. In particolare, è importante sottolineare come le diverse piattaforme non soltanto siano legate a iniziative e finalità di vario genere ma siano anche profondamente intrecciate a soggetti, valori, geografie, temporalità e relazioni diverse e complesse.

Tali specificità non possono essere scisse dalla configurazione della piattaforma stessa ed è fondamentale tenerle in considerazione nel momento in cui si vogliono sfruttare le potenzialità delle ICT per agire sul sistema del cibo e/o sulle pratiche; infatti, l'aspetto tecnico della piattaforma è intimamente intrecciato con quello sociale, dal momento che la specifica struttura di una piattaforma prelude e/o abilita solo determinate azioni e, di conseguenza, il venire in essere solo di alcuni valori, pratiche, geografie e soggettività. Che si tratti di piattaforme ad uso commerciale o altre legate a forme di attivismo digitale o altre ancora finalizzate al consumo consapevole e responsabile, ognuno di questi strumenti struttura profondamente i modi di essere consumatore, cittadino, attivista, etc. (cfr. Schneider et al., 2018).

Sia che si tratti di *food delivery* e di piattaforme di e-commerce da un lato, sia che si tratti di pratiche virtuose di *foodsharing*, Internet, il digitale e in particolare le piattaforme del Web 2.0 sembrano agire principalmente nella direzione di una riconfigurazione delle pratiche di consumo di cibo, sia individuali che collettive. All'interno di queste macro-aree, è possibile inoltre individuare diversi esiti prodotti dall'applicazione delle ICT al consumo di cibo: disintermediazione dello scambio; ridefinizione della produzione di conoscenza sui prodotti alimentari; riconnessione con la produzione; costruzione di valore; risignificazione del cibo. A loro volta, questi esiti possono essere inquadrati all'interno di una categorizzazione ancora più generale, che distingue pratiche individuali e collettive, dimensione sociale/relazionale da un lato e dimensione economica dall'altra.

Sebbene il caso più evidente di legame fra digitale e cibo sia costituito dal recente sorgere del fenomeno del *food delivery* (e le questioni emerse in particolare in merito alla ridefinizione concettuale e giuridica di che cosa sia da considerarsi "lavoro"), le iniziative portate avanti da attori ben diversi dai big player del mercato dei pasti pronti a domicilio costituiscono un esempio altrettanto interessante di applicazione delle ICT alle pratiche di consumo alimentare. Queste pratiche rappresentano un oggetto di analisi ed intervento particolarmente rilevante, offrendo uno spaccato della costruzione di nuove economie urbane del cibo. Le ICT sono qui viste come elemento di nuovi sistemi socio-tecnici che, da un lato, costruiscono nuove geografie del cibo, dall'altro, fanno emergere insieme a queste processi di valorizzazione e rivalorizzazione alternativi,

attraverso cui il cibo, circolando fra online e off-line, acquista nuovi valori d'uso e di scambio (Weymes & Davies, 2019).

Di seguito, particolare attenzione verrà dunque posta a quelle iniziative che coniugano ICT e cibo, da un lato, nella direzione della promozione di un consumo consapevole, di gruppi di acquisto e della filiera corta; dall'altro, in relazione al contrasto allo spreco e al recupero delle eccedenze alimentari.

Iniziative presenti nel contesto di Torino e del Piemonte

Il Piemonte e la città di Torino vantano una tradizione enogastronomica di eccellenza secolare; non sorprende dunque che questo contesto si sia dimostrato fin da subito particolarmente reattivo alle potenzialità offerte dalle ICT nel settore. Pertanto, è possibile tracciare un percorso che parte dai primi riconoscimenti istituzionali del potenziale costituito dall'applicazione delle ICT alle varie pratiche legate al cibo e approda alle più recenti e diversificate iniziative nell'ambito. Di seguito, quindi, si ripercorreranno brevemente le prime esperienze dell'uso di ICT, per poi dedicare maggiore attenzione ad iniziative che vedono l'applicazione di queste tecnologie, da un lato, a supporto di gruppi di acquisto e della promozione della filiera corta; dall'altro, in un'ottica di implementazione delle pratiche di contrasto allo spreco e di recupero delle eccedenze alimentari.

Le potenzialità offerte dall'introduzione delle ICT nelle pratiche alimentari sono state riconosciute fin da subito dagli attori impegnati sui temi del cibo e nella *food policy* a livello metropolitano: tale riconoscimento è stato istituzionalizzato nel Terzo piano strategico della Città di Torino – Torino Metropoli 2025. A questo primo passo istituzionale si vanno ad aggiungere i 150 milioni di euro messi a disposizione dai fondi europei per implementare l'assetto digitale della città di Torino, nell'ambito del Piano Operativo Metropolitano.

Tra le prime esperienze in ordine cronologico è opportuno ricordare quelle di **Want-Eat** e **Tacati** (cfr. Dansero et al., 2013). Il primo è un social network nato nel 2010 nel contesto torinese, grazie alla collaborazione tra l'Università degli studi di Torino, l'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo e Telecom Italia; l'intento era quello di promuovere le eccellenze enogastronomiche locali, in particolare quelle impegnate nei temi della sostenibilità ambientale, grazie allo scambio di informazioni

tra i vari utenti. La seconda è una piattaforma di e-commerce nata nel 2012 in territorio astigiano – ma che ha attraversato una fase di incubazione al Politecnico di Torino – su iniziativa dei ricercatori Stefano Cravero e Giulia Valente, con l'intento di mantenere in connessione i piccoli bottegai, illustrando loro le potenzialità della rete digitale di creare reti sociali e di valorizzare il tessuto alimentare della zona.

Acquisto condiviso e promozione della filiera corta

Oltre alle ben note app dedicate al *food delivery* che stanno trasformando il business della vendita di pasti pronti in contesti urbani, l'utilizzo di questo tipo di tecnologia si è andato diffondendo anche all'interno di pratiche alternative di produzione, distribuzione e consumo di cibo. Numerose nuove piattaforme vengono sviluppate con l'idea di riproporre il contatto diretto tra produttori e acquirenti. In questo ambito è possibile individuare diverse esperienze torinesi che si focalizzano sui temi della sostenibilità e sul sostegno alla produzione locale e alla filiera corta. In particolare, le ICT vanno qui ad innestarsi su pratiche già esistenti di consumo critico e consapevole, come quelle dei ben noti GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) e GAC (Gruppi di Acquisto Condiviso).

I GAS e i GAC presenti nell'area di Torino rappresentano una realtà in forte sviluppo (si veda la scheda ad essi dedicata nel Primo Rapporto dell'Atlante del Cibo 2017). La Rete GAS Torino, incaricata di fare da tramite fra i vari gruppi GAS presenti sul territorio, nel gennaio 2019 è stata invitata ad aderire alla piattaforma **Open Food Network**: nata in Australia nel 2012 come piattaforma open source e no profit, e sviluppata da un team di ricerca internazionale, Open Food Network funge da collettore per far incontrare produttori, distributori e consumatori. In questo modo, la piattaforma crea un vero e proprio mercato alternativo. In questo modo, è possibile individuare su un'unica piattaforma diversi rivenditori e produttori, superando la frammentazione generata dall'avere diverse realtà (gruppi di acquisto e non solo) a fare da tramite nella creazione di un sistema locale del cibo. La governance del sistema pone la sfida maggiore, in quanto non tutte le piattaforme dei GAS sono costantemente aggiornate (alcune sono ferme da anni), e non viene utilizzato un singolo software, sebbene si stia lavorando per uniformarli. In generale comunque è stato dimostrato interesse per

l'utilizzo della piattaforma e alcuni gruppi hanno deciso di aderirvi in via sperimentale.

Se finora si è parlato di strumenti informatici a supporto di pre-esistenti esperienze di acquisto solidale o collettivo, quest'ultimo ha trovato nelle piattaforme online una infrastruttura che ridisegna le pratiche di disintermediazione dell'acquisto di beni alimentari. **L'alveare che dice sì** è un network della filiera corta nato nel 2015; tra i suoi principi fondamentali vi sono la qualità della produzione, l'armonizzazione della logistica tra prossimità e sostenibilità, il contatto diretto tra consumatori e produttori locali, il commercio equo. L'idea degli alveari nasce in Francia nel 2011. Il progetto viene lanciato in Italia da Eugenio Saporà, che nel 2014 apre il primo alveare in un bar del quartiere torinese di Mirafiori, dopo aver conosciuto un'esperienza analoga in Francia. Da Torino gli alveari si sono diffusi in poco tempo a Roma, Bergamo, Firenze, Milano e Trieste, e oggi sono presenti in almeno metà delle regioni italiane. Viene escluso ogni rivenditore e ogni intermediario. L'80% del prezzo del cibo, acquistato va direttamente al produttore, che stabilisce il prezzo, un 10% va all'Alveare stesso come gestore della piattaforma, il restante 10% va al gestore del singolo alveare, che si occupa di incontrare e conoscere i produttori, assaggiando i loro prodotti, e organizzare il proprio gruppo di acquisto, aiutando venditori e acquirenti a iscriversi alla piattaforma. Le distribuzioni dell'Alveare avvengono settimanalmente in un luogo prestabilito e sono l'occasione per i membri di incontrarsi tra loro e con i produttori. Attraverso questa iniziativa emerge la potenzialità della Rete nel disintermediare lo scambio, connettendo produttore e consumatore e utilizzando la piattaforma come unico canale di distribuzione. In questo modo, non soltanto è possibile per i consumatori programmare i propri acquisti da casa, ma anche aumentare la propria consapevolezza in merito ai prodotti alimentari che consumano. La piattaforma, infatti, fa leva sulla diffusione di informazioni dettagliate legate a prodotti e produttori, conoscenza che va poi a perfezionarsi al momento del ritiro del prodotto presso il punto di raccolta. Inoltre, a differenza di GAS e GAC, l'Alveare ha una natura più commerciale e meno solidale: sebbene entrambe le esperienze mirino a promuovere la filiera corta e a riconnettere produttori e consumatori, creando al contempo momenti di socialità, l'Alveare rende possibile acquistare anche saltuariamente, cosa che non caratterizza GAS e GAC.

In linea con questi obiettivi di disintermediazione dello scambio, **Agrifoodie** è una piattaforma e-commerce per la vendita di prodotti alimentari, il cui scopo è favorire il contatto diretto tra consumatori e produttori locali. Maurizio Prevati, ideatore del progetto, ha realizzato la piattaforma allo scopo di ovviare al problema della perdita di profitto a carico dei produttori dovuta alla intermediazione nella vendita. Vincitrice nel 2015 del progetto europeo denominato FRACTALS, studiato per favorire lo sviluppo di ICT e app a sostegno dell'agricoltura nell'Unione Europea, Agrifoodie inizia la sua attività di e-market place con quattro aziende agricole affiliate; negli anni successivi la piattaforma viene implementata ulteriormente a livello di software e di rete, e oggi si possono contare più di 50 aziende affiliate in tutto il Piemonte. Il lavoro di *Agrifoodie* si svolge attraverso la promozione e la costituzione di gruppi di acquisto tra gli utenti denominati *Agriteam*: ogni Agriteam è composto da un numero compreso tra 5 e 20 Agriplayers, vale a dire i singoli utenti iscritti alla piattaforma, coordinati da un Agricoach, che si occupa di impostare l'ordine complessivo e il punto di consegna della spesa; spetta all'Agricoach il compito di rapportarsi coi produttori e gli utenti del suo team, che conoscerà personalmente al momento della consegna. Ogni Agricoach deve poter mettere a disposizione un luogo di consegna accessibile almeno una/due volte a settimana. Ciascun Agricoach, inoltre, riceve una formazione specifica a cura di Agrifoodie sui compiti e le responsabilità a lui affidate prima di diventare operativo. Sempre Agrifoodie si occupa di elargire un riconoscimento periodico all'Agricoach che corrisponde al 10% del valore degli ordini gestiti. In questo modo, la piattaforma icalca la pratica già diffusa dei gruppi di acquisto solidale (GAS), mediandone la costituzione attraverso un nuovo strumento tecnologico che ne ridefinisce forma e pratiche. Il sistema della recensione dei prodotti ricorda quello utilizzato dalle principali piattaforme business di acquisto di prodotti o servizi: solo chi ha effettivamente acquistato può recensire, al fine di evitare forme scorrette di valutazione. Ad oggi, nell'area metropolitana torinese, si registrano mille iscrizioni alla piattaforma, con circa duecento acquirenti, tra settimanali e mensili, e dieci gruppi d'acquisto. Contemporaneamente alle difficoltà a farsi conoscere a livello locale, Agrifoodie sembra invece godere di ampia credibilità a livello europeo: grazie alla collaborazione con EIT Food e con l'Università di Torino, la piattaforma è stata selezionata dall'UE come Rising Food Star. Le prospettive future dell'app

e della piattaforma includono ulteriori implementazioni del software per aiutare i produttori a utilizzare la piattaforma, e la sua diffusione verso Lombardia, Veneto, Lazio ed altri paesi europei nei prossimi anni. La logica di disintermediazione è presente anche in piattaforme rivolte ai singoli consumatori. **Cortilia** è una piattaforma sviluppata da Marco Porcaro che consente al consumatore di effettuare la spesa online e allo stesso tempo di conoscere meglio i produttori. Pur coprendo una vasta gamma di prodotti alimentari, l'app è specializzata nella vendita di frutta e verdura. Prodotti e produttori vengono selezionati in base a criteri di tracciabilità, sicurezza e sostenibilità, nella valorizzazione della produzione locale e dei principi della filiera corta, assieme alla garanzia della freschezza e genuinità. I consumatori effettuano la propria spesa online selezionando i prodotti desiderati e completando così la "cassa", cioè il box della lista della spesa, la quale viene spedita direttamente all'ordinante. Il servizio di Cortilia è attivo nelle città di Milano, Torino, Bologna, Modena, Novara, Lodi, Piacenza, Pavia, Monza, Como, Varese, Bergamo e Brescia, mentre l'app è già stata scaricata da più di 50 000 utenti. Nel 2018 Cortilia ha vinto il premio Netcomm E-commerce Award per la categoria "food and beverage" grazie ai meriti di innovazione tecnologica e di rapporto col cliente. Pur non essendo nata nel contesto torinese, vi è approdata tramite il "corridoio astigiano", arrivando dalla Lombardia, ed oggi è in forte crescita in quest'area.

Pratiche di contrasto allo spreco e recupero delle eccedenze

Sebbene le iniziative illustrate nella sezione precedente mirino a promuovere stili di consumo più consapevoli e, di conseguenza, anche a ridurre la quantità di prodotti alimentari acquistati ed andati persi, non è possibile ignorare il problema dello spreco di cibo. A questo proposito, diverse esperienze di applicazione delle ICT alla gestione del recupero delle eccedenze o delle pratiche di contrasto allo spreco si sono sviluppate e diffuse nel contesto torinese.

Come analizzato nell'ambito della *Indagine sulle pratiche di contrasto alla povertà e allo spreco alimentare di Torino* sviluppata all'interno dell'*Atlante del cibo 2018*, uno dei nodi cruciali in cui soluzioni ICT-based possono intervenire nella gestione delle eccedenze alimentari e contrasto allo spreco è individuabile nei negozi al dettaglio, come avviene nel caso di **Last Minute Sotto Casa**. Startup nata nel 2014

all'interno di un progetto del Politecnico di Torino da un'idea di Francesco Ardito, coadiuvato da Massimo Ivul, oggi la piattaforma dispone di una app - inizialmente attivata in via sperimentale solo nel quartiere di Santa Rita - per recuperare il pane invenduto dai negozi, con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare, in un'ottica di economia collaborativa. Nell'area metropolitana di Torino sono circa 300 gli esercizi commerciali già iscritti alla piattaforma, mentre, a livello nazionale, si sono registrati già più di 50 000 utenti. Nel 2016 l'app si è diffusa anche nella vicina Milano, arrivando nel frattempo a recuperare più di una tonnellata di cibo al mese a Torino, e da due e mezzo a tre in tutto il paese. Nel momento in cui il cibo fresco in scadenza rischia di rimanere invenduto o di essere buttato, la piattaforma consente al commerciante di inserire l'offerta di tale alimento a prezzo scontato sulla app; il consumatore può rintracciare l'inserzione sulla mappa e procedere all'acquisto del prodotto in loco dopo aver bloccato l'offerta, che quindi sarà visibile solo a chi ha deciso di seguirla in precedenza. In questo modo il commerciante non perde il proprio investimento ed evita di dover buttare la merce, mentre il cliente riesce a fare un acquisto più economico e soprattutto sostenibile, riducendo lo spreco alimentare. La segnalazione dell'offerta è mirata a intercettare i possibili acquirenti sulla base della prossimità geografica, data la deperibilità del prodotto. Last Minute Sotto Casa ha già ottenuto diversi riconoscimenti; in particolare, nel 2015 è risultata vincitrice dell'*Healty Food consumers Communication Award*, concorso indetto dall'associazione di consumatori Altroconsumo che premia le migliori campagne di comunicazione in tema di alimentazione sostenibile.

L'app **UBO – Una Buona Occasione** nasce nel 2015 dalla collaborazione tra le regioni Piemonte e Val d'Aosta, l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Piemonte, Liguria e Val d'Aosta, il Laboratorio Chimico della Camera di Commercio di Torino, e con il supporto di Università di Torino, Slow Food e Last Minute Market. L'iniziativa si inserisce in un progetto di contrasto allo spreco finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico. Gli sprechi alimentari colpiscono tutta la filiera alimentare, ma gli ideatori di UBO hanno deciso di intervenire direttamente su quelli attribuibili al consumatore finale. Gli ideatori della piattaforma mirano infatti ad accrescere la consapevolezza sugli sprechi del cibo, far conoscere i benefici derivanti dalla loro riduzione, incoraggiare i comportamenti che li riducono e fornire gli strumenti che li agevolano.

Target di riferimento sono i consumatori e, in particolare, i giovani, raggiunti attraverso strategie di comunicazione che prevedono l'utilizzo del sito web, di una app, di YouTube, dei social media, e non ultimo del coinvolgimento diretto, specialmente in scuole e università. Il lavoro di UBO insiste in particolare sulla scadenza dei prodotti, raccomandando ai consumatori di porre attenzione alle etichette e modificare le proprie abitudini. La app di UBO fornisce inoltre consigli in materia di cibo e spesa, consentendo di compilare la propria lista della spesa virtuale in modo più consapevole. La sezione dedicata alle ricette viene costantemente implementata: inserendo gli alimenti che non si vogliono sprecare, il database si occupa di cercare la ricetta più adatta. Non ultimo, l'app fornisce indicazioni sulle varie tecniche di conservazione del cibo, in particolare quello fresco, come frutta, verdura, carne e latticini, per minimizzare il rischio di guasti.

MyFoody è una startup nata grazie all'iniziativa di Francesco Giberti a Milano nel 2013, il cui obiettivo, in modo simile a Last Minute Sotto Casa, è la lotta agli sprechi alimentari, anche se in particolare quelli derivanti dalla GDO. Sulla piattaforma – e sull'app ad essa associata – gli utenti possono, per ogni punto vendita aderente, individuare i prodotti alimentari in offerta prossimi alla data di scadenza ma ancora perfettamente commestibili. Grazie a questi acquisti, le persone possono risparmiare anche fino al 50% rispetto al prezzo originale, e contribuiscono alla riduzione degli sprechi. Tra le catene affiliate in tutta Italia alla piattaforma, vi sono Coop, U2 e Sigma. L'attività di MyFoody la vede anche impegnata nel sostegno di alcuni progetti di diritto all'accesso al cibo sicuro, in cui collabora con varie onlus tra cui Arca, City Angels e Comunità di Sant'Egidio.

Too good to go è un'app nata in Danimarca a partire dal 2015, con l'obiettivo di ridurre gli sprechi alimentari. Analogamente a MyFoody, la piattaforma punta sulla vendita a prezzi ribassati di prodotti da ristoranti, supermercati, bar – ed altri punti vendita – in prossimità della data di scadenza. Già attivata in più di 10 paesi europei, nel maggio 2019 la piattaforma è sbarcata in Italia a Milano e a Torino. I principali partner italiani sono Exki, Carrefour Italia e Eataly. Geolocalizzandosi sull'app, gli acquirenti possono verificare le offerte presenti nei punti vendita aderenti e recarsi a ritirare di persona le "Magic Box", borse e cestini a sorpresa in cui sono riposte le selezioni di prodotti e piatti freschi ancora commestibili – la scadenza imporrebbe di buttarli il giorno successivo. A

seconda dell'acquisto, per l'acquirente è possibile risparmiare fino al 70% del prezzo originale. Inoltre, per ogni "Magic Box" venduta viene preventivato un risparmio di emissioni di CO2 pari a 2 Kg.

Recentemente, l'Agenzia per lo Sviluppo Locale San Salvario Onlus ha lanciato il progetto **Celocelo Food**. Nato come "costola" del progetto Celocelo, l'iniziativa mira a mettere in contatto chi offre prodotti alimentari che altrimenti diventerebbero rifiuto con persone in situazioni di indigenza. Presentato a giugno 2019 alla Casa del Quartiere di San Salvario insieme ai partner Equoevento e cooperativa Stranaidea e alla Compagnia di San Paolo, che supporta l'iniziativa (cfr. scheda Fatto per Bene 2018), Celocelo Food mira a costruire reti di prossimità che recuperino, redistribuiscono e reimmettano prodotti alimentari all'interno di circuiti virtuosi. Al momento, hanno aderito al progetto diversi esercenti del quartiere San Salvario e i prodotti recuperati verranno poi consegnati alle Case di ospitalità notturna. Officina Informatica Libera ha predisposto la piattaforma sulla quale domanda e offerta di beni si incontreranno, offrendo una risposta tecnologica alla necessità di organizzare in modo efficiente gli attori coinvolti nella lotta allo spreco alimentare. In particolare, l'utilizzo di una piattaforma è pensato, da un lato, per ovviare al problema della gestione del magazzino e, dall'altro, per offrire cibo di qualità, fresco e vario ai beneficiari dell'intervento.

Bibliografia

- Choi, H., & Graham, M. (2014). Urban food futures: ICTs and opportunities. *Futures (Oxford)*, 62(Part B), 151-154.
- Dansero, E., Testa, C., Toldo, A. (2013). Verso la smart city, partendo dal cibo. In Santangelo, M., Aru, S., Pollio A., a cura di. *Smart city. Ibridazioni, innovazioni e inerzie nelle città contemporanee*. Carocci editore, pp. 135-149.
- Davies, A., & Evans, D. (2019). Urban food sharing: Emerging geographies of production, consumption and exchange. *Geoforum*, 99, 154-159.
- Schneider, T., Eli, K., Dolan, C., & Ulijaszek, S., a cura di. (2018). *Digital food activism*. Routledge.
- Weymes, M., & Davies, A. R. (2019). [Re] Valuing Surplus: Transitions, technologies and tensions in redistributing prepared food in San Francisco. *Geoforum*, 99, 160-169.