

ATLANTE del CIBO

Torino Food System

BOZZA MAGGIO 2017



GRUPPO DI RICERCA

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

Referente: Egidio DANSERO

Project Manager: Giacomo PETTENATI

Project Manager: Nadia TECCO

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 con Alessio ANTONINI per First Life

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

Project Manager: Alessia TOLDO

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

In collaborazione con gli studenti del corso in "Systemic Food Design" Laurea Magistrale in Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico: Alessio Bambina, Francesca Parpinel, Stella Ricciardelli, Gloria Feurra, Mara Ventura, Guido Bravi, Francesco Bigatti, Federico Chiara, Francesca Lingua, Gennaro Mazzola, Edoardo Simontacchi, Dauro Zocchi, Federico Dotta, Anna Erba, Matteo Benedetto, Elisa Neri, Cristina Tenino, Alice Terzolo, Camilla Cipriani, Matteo Fresia, Chiara Mizzan, Amiko Amano, Federico Di Gregorio, Federica Parodi, Pietro Vincenzi, Agostino Petroni, Paolo Solinas, Luigi Zoli.

CCIAA - Camera di Commercio di Torino

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

REDAZIONE, EDITING e CONTENUTI

Alessia TOLDO, Giacomo PETTENATI, Nadia TECCO

PROGETTO GRAFICO

Francesco CORDOLA (DAD – Corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva, Politecnico di Torino)

SVILUPPO SITO WEB

Marcello TORTI (Dipartimento di Informatica, Università di Torino)

Hanno collaborato a questo numero

Enrico Gottero - IRES Piemonte e DIST

Scheda "PAC e agricoltura metropolitana: nuove opportunità per rafforzare i servizi ecosistemici"

Stefano FRAIRE e Giulia PACINI - SiTI – Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione

Scheda "La distribuzione di marchi e prodotti agroalimentari di qualità in Città Metropolitana di Torino"

Roberto Di Monaco - CPS - Università di Torino; Michele MARRA e Giuseppe COSTA - Servizio di Epidemiologia della Regione Piemonte; Morena STROSCIA (Dipartimento di Scienze Cliniche e Biologiche - Università di Torino)

Scheda "Cibo, salute e disuguaglianze sociali"

ATLANTE del CIBO di TORINO METROPOLITANA

Bozza Maggio 2017

UN PROGETTO DI



IN COLLABORAZIONE CON



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

Coordinamento Scientifico

Università degli Studi di Torino: 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

Giacomo PETTENATI, Nadia TECCO, Alessia TOLDO

Sommario

1. Introduzione pp. I - III
2. Urban Food Planning e sistemi locali del cibo pp. VII - XII
3. Verso la Food Policy di Torino pp. XVII - XXII
4. Schede pp. 1 - 74

I giovani imp

L'indust

Il contributo all'agricoltura urbana alla disponibilità

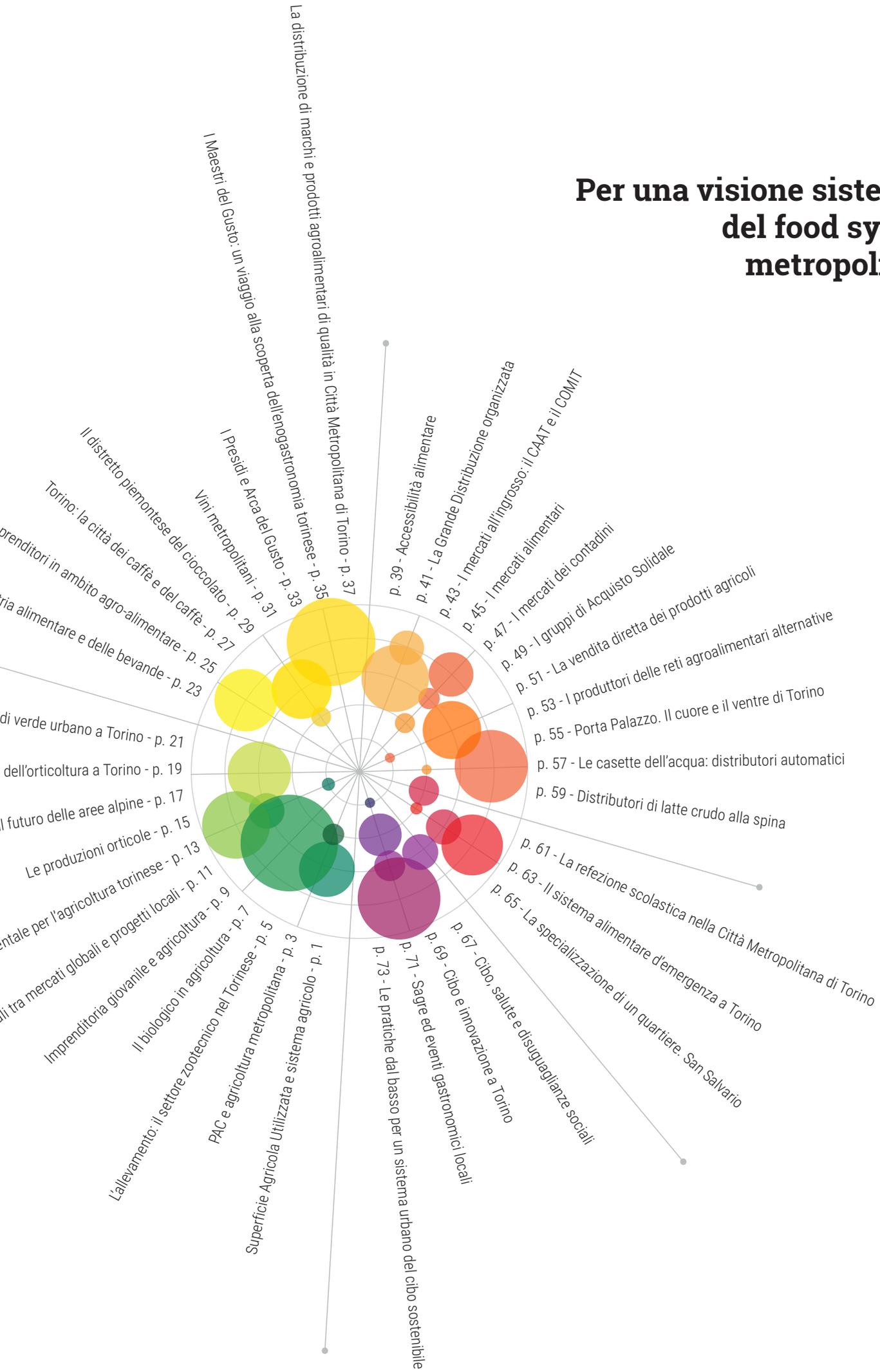
I molteplici volti

Gli alpeggi tradizionali sostenibili per i

La frutta, coltivazione fondame

La filiera dei cerea

Per una visione sistemica del food system metropolitano



Introduzione

Il contesto torinese si colloca attualmente in una fase di transizione verso un rinnovato concetto di qualità alimentare. Questo è evidente su più fronti: dalla sensibilità crescente dei cittadini nei confronti delle loro scelte alimentari quotidiane, a come la città si rappresenta mediante il cibo - attraverso eventi come Terra Madre e Salone del Gusto e il Festival del Giornalismo Alimentare, fino alla scelta di intraprendere processi di governance del sistema alimentare metropolitano^[1] con la costruzione di una politica del cibo e una struttura di missione denominata Food Commission. In questo quadro, inoltre, due tappe importanti formalizzano l'impegno della città sui temi del cibo e dell'alimentazione: l'adesione di Torino al Milan Urban Food Policy Pact^[2], e l'inserimento del Diritto al Cibo nel suo Statuto^[3].

- 1 Si veda il terzo paragrafo "Verso una food policy per Torino Metropolitana".
- 2 "Il Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP) è il primo patto internazionale sulle politiche alimentari che coinvolge direttamente le città, attraverso la sua sottoscrizione da parte dei sindaci. Avviato nel 2014 su iniziativa della città di Milano e lanciato alla fine di Expo nell'ottobre 2015 il MUFPP registra attualmente l'adesione di 132 municipalità di piccole, medie e grandi dimensioni, in rappresentanza di oltre 460 milioni di cittadini di tutto il mondo. Da un punto di vista strettamente politico si tratta di un passaggio importante, che legittima l'approccio urbano ai temi del cibo e della nutrizione, sancito anche - per quanto riguarda il livello internazionale - dal coinvolgimento delle Nazioni Unite attraverso la FAO e - alla scala nazionale - dalla condivisione da parte dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI). In termini operativi, il quadro d'azione proposto, finalizzato alla promozione di sistemi alimentari più sani, equi e sostenibili, è costruito sulla base delle tante esperienze di pianificazione alimentare avviate in tutto il mondo. Gli interventi suggeriti sono quindi da considerarsi come singole opzioni di una lista da cui ogni città dovrebbe attingere per ricomporre un'agenda operativa coerente al proprio contesto, alle proprie esigenze e ai propri obiettivi. In questo senso il MUFPP può configurarsi come uno strumento contemporaneamente politico, teorico- metodologico e di indirizzo, in grado di connettere in rete un insieme crescente di città, nella pluralità di esperienze e condizioni peculiari, favorendone il confronto e lo scambio di buone pratiche, che rappresentano strumenti importanti per poter innovare la governance del sistema del cibo anche a livello globale, partendo da una scala inedita nelle politiche alimentari come quella urbana. Tuttavia, è bene ricordare che trattandosi di un impegno volontario e non vincolante esiste il rischio che il Patto venga inteso come una semplice e innocua dichiarazione di intenti, e che l'adesione delle città - molte delle quali si avvicinano per la prima volta ai temi della pianificazione alimentare - non generi ricadute reali sui territori. Per questa ragione è necessario un duplice impegno, da parte delle città nell'operativizzare le indicazioni del patto e da parte del coordinamento internazionale del MUFPP per il monitoraggio costante della sua attuazione" tratto da Dansero E., Pettenati G. e Toldo A., "Il rapporto fra cibo e città e le politiche urbane del cibo: uno spazio per la geografia?", Bollettino della Società Geografica Italiana, in pubblicazione.
- 3 Il diritto al cibo è stato inserito nello Statuto della Città con la Delibera di Consiglio n. 2015 04117/072 approvata dalla Giunta Comunale il 29 settembre 2015 e approvata dal Consiglio comunale il 7 marzo 2016, avente ad oggetto Modificazioni articolo 2 Statuto della Città. Introduzione del riconoscimento del diritto al cibo adeguato. La lett. o) dell'art 2 dello Statuto afferma che la Città di Torino "promuovere l'attuazione del diritto a un cibo adeguato, inteso come diritto ad avere un regolare, permanente e libero accesso a un cibo di qualità, sufficiente, nutriente, sano accettabile da un punto di vista culturale e religioso, che garantisca il soddisfacimento mentale e fisico, necessario a condurre una vita degna".

All'interno di questo fermento di iniziative, dibattiti e riflessioni sul sistema alimentare, nasce il progetto di ricerca-azione dell'Atlante del Cibo di Torino Metropolitana, proposta emersa, accanto a quella della Food Commission, dai lavori del tavolo Torino Capitale del cibo promosso dall'Associazione Torino Strategica. L'Atlante del cibo è un progetto interateneo, promosso dall'Università degli Studi di Torino, dal Politecnico di Torino e dall'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche, in collaborazione con la Camera di Commercio di Torino. L'obiettivo è produrre nuova conoscenza, aggregando quella esistente, sul sistema alimentare metropolitano. L'Atlante analizza, mappa e comunica il sistema del cibo proponendosi come strumento partecipato e inclusivo d'indagine, e allo stesso tempo di progetto, a sostegno delle future politiche del cibo di questo territorio. In primis si tratta di ottenere un sistema di dati organizzati sul sistema cibo che permetta di estrarre informazioni sul rapporto cibo/città. Solo su queste fondamenta sarà possibile elaborare risposte e proposte in direzione di un sistema del cibo più sostenibile e resiliente, individuando attori, risorse, flussi, spazi, relazioni, che costituiscono il sistema stesso. I dati raccolti finora sono inseriti in questo primo rapporto e all'interno della piattaforma multimediale www.atlantedelcibo.it, in cui i contenuti (cartografia, grafiche e infografiche, testi, video, ricerche) sono fruibili e in parte aggiornabili dalla community del cibo al fine di rendere lo strumento dinamico e costantemente

te attuale, anche attraverso forme di mappatura partecipata mediante l'utilizzo della piattaforma First Life^[4]. Accanto all'obiettivo primario si auspica che la natura del processo per il quale si caratterizza la costruzione dell'impianto teorico dell'Atlante e che vede la partecipazione di unità di ricerca dei tre Atenei coinvolti nel progetto con diversi background disciplinari, sia capace di generare una riflessione transdisciplinare sul tema cibo con ricadute dirette sia in fase interpretativa che di proposte operative. La collaborazione tra le varie unità di ricerca è stata trasversale alle diverse fasi del progetto, che si sono articolate nella co-progettazione della piattaforma virtuale dell'Atlante, nel popolamento dati e co-produzione di contenuti scientifici da divulgare attraverso l'Atlante, nell'animazione del sito, nella partecipazione ad eventi pubblici di divulgazione dei contenuti dell'Atlante. E' inoltre previsto che, periodicamente, le varie unità di ricerca forniscano elaborazioni ed aggiornamenti sullo stato del sistema attraverso l'elaborazione di rapporti annuali e/o report su temi specifici. Considerato che le relazioni abbracciate dal progetto riguardano aree geografiche e "regioni funzionali" di tipo differente del rapporto cibo-area metropolitana, nell'analisi di tali sistemi viene adottato un approccio flessibile alle diverse dimensioni spaziali prese in considerazione. Inoltre, data la vastità del tema affrontato e la frammentazione dei dati attualmente disponibili, il progetto muove i suoi primi passi a partire dalla definizione di alcuni ambiti

4 <http://www.firstlife.org/about/intro-a-fl/>

di approfondimento, suddivisi nei campi d'indagine che corrispondono alle schede del rapporto.

Nell'affrontare la sfida della complessità del sistema del cibo metropolitano, l'Atlante si propone quindi come processo e strumento:

- open, consultabile, semplice ma allo stesso tempo ricco di contenuti, che raccoglie le componenti e le dimensioni del tema cibo/città metropolitana;
- aggiornato e aggiornabile dalle unità di ricerca e dalla community tramite un meccanismo di accertamento dei dati che monitora l'evolvere del sistema alimentare;
- affidabile, attraverso la tracciabilità della fonte da cui provengono i dati e le loro elaborazioni;
- condiviso, attraverso la partecipazione alla raccolta dati e al popolamento della piattaforma oltre che dell'università di enti locali, agenzie competenti, imprese e industria, organizzazioni non governative e altri gruppi della società civile;
- di supporto alle decisioni di operatori pubblici e privati che agiscono sul territorio suggerendo attraverso valutazioni del sistema, l'individuazione di strategie di food policy, la costruzione di scenari auspicabili, per una gestione resiliente del sistema alimentare;
- informativo ed educativo, aumentando la conoscenza dei diversi attori coinvolti lungo tutta la filiera (cittadini compresi), rendendo il sistema alimentare e le sue dinamiche più visibili e condivisibili;
- relazionale, rendendo evidenti le connessioni stimola meccanismi

di integrazione e cooperazione fra progetti, iniziative, attività legate al sistema del cibo, col fine di ottimizzare le risorse impiegate, aumentarne la massa critica e le ricadute positive sul territorio e la collettività;

- partecipativo, attraverso la condivisione dei dati con la cittadinanza e creando gruppi ad hoc per specifiche attività legate al reperimento e inserimento dati.

**Urban Food
Planning
e sistemi locali
del cibo**

Le città, come le persone, sono ciò che mangiano.

(Carolyn Steel, *Hungry Cities*, 2008)

Sebbene il dibattito internazionale abbia da alcuni anni legittimato l'importanza del rapporto fra cibo e città, in molti paesi, fra cui l'Italia - in cui il cibo e l'alimentazione costituiscono elementi portanti e riconosciuti della cultura, ma anche dello sviluppo economico - le ragioni per cui il cibo andrebbe inserito come priorità nelle agende di politica urbana appaiono ancora poco evidenti.

Ma quali sono queste ragioni?

La più ovvia, ha a che vedere con una semplice evidenza numerica: il pianeta da nutrire è sempre più popoloso e la popolazione è sempre più urbana. Secondo i dati delle Nazioni Unite, nel 2007 lo scenario dello sviluppo globale è stato segnato dal superamento di un'importante soglia simbolica: il sorpasso della popolazione rurale da parte di quella urbana (UN, 2014). Nel 2014, la quota di popolazione urbana ha raggiunto il 54% e le stime prevedono un incremento fino al 66% nel 2050, che equivale a oltre 6 miliardi di persone, sui 9 totali.

Questo significa che nelle città già si concentra, e si concentrerà sempre di più, la maggior parte di quei consuma-

tori le cui scelte individuali sono determinanti nel definire l'evoluzione del sistema alimentare. Oltre al fabbisogno alimentare crescente e alla capacità di influenzare i sistemi alimentari alle diverse scale in relazione alla domanda di cibo che si concentra al loro interno, le città sono i luoghi nei quali si localizzano i poteri e le decisioni in grado di indirizzare il sistema del cibo contemporaneo - sempre più globalizzato, industrializzato e finanziarizzato - governato da pochi attori economici e politici in grado di determinare le caratteristiche della produzione, della distribuzione e del consumo^[1].

Al tempo stesso, però, le città sono i luoghi nei quali l'accesso al cibo è spesso problematico e dove esistono interi quartieri, definiti food desert, nei quali è impossibile reperire cibo fresco e di qualità, soprattutto per i soggetti culturalmente ed economicamente più deboli. Le popolazioni urbane, inoltre, sono particolarmente vulnerabili di fronte ai possibili effetti localizzati di alcune dinamiche (variazioni dei prezzi delle materie prime, cambiamenti climatici, ecc.) che caratterizzano il sistema alimentare globale.

Proprio a partire dalla presa di coscienza di questa debolezza, le città rappresentano le arene politiche e culturali nelle quali i movimenti di opposizione e resistenza - più o meno radicale, consapevole ed esplicita - alle distorsioni

1 Sui temi della finanziarizzazione del cibo si vedano, fra gli altri Russi L. (2014), *In pasto al capitale: le mani della finanza sul cibo*, In pasto al capitale: Le mani della finanza sul cibo, Roma, Castelvecchi Editore; Patel R. (2015), *I padroni del cibo*, Milano, Feltrinelli.

del sistema dominante si manifestano con maggiore evidenza, attraverso diversi fenomeni.

In primo luogo attraverso l'azione politica dei cosiddetti food movements. Nella prefazione a un noto libro sui movimenti del cibo^[2], Carlo Petrini ricorda come per primi essi abbiano colto le molteplici connessioni fra il cibo e tutte le altre attività umane, mettendo a fuoco come il cibo rappresenti il punto di partenza per invertire la rotta e rivoluzionare i paradigmi dominanti, non solo alimentari. Concetti come sovranità, giustizia e sicurezza alimentare nascono, si sviluppano e vengono diffusi proprio in seno a movimenti come Via Campesina e Slow Food, per citarne due fra i più noti. Un ruolo fondamentale nella costruzione di nuovi modelli alimentari emerge anche dalle variegate attività che ricadono sotto l'ampia definizione di Alternative Food Network^[3] che, negli ultimi anni, si sono moltiplicate tanto nel contesto internazionale, quanto in Italia. Gruppi di Acquisto Solidale (GAS), farmers' market, vendita diretta, Community Supported Agriculture sono alcune delle reti e delle pratiche che si pongono in aperta rottura rispetto alle dinamiche e ai valori della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), proponendo nuovi valori legati alla produzione e al consumo alimentare, come l'equità e il concetto

di giusto prezzo anche per i produttori, ma soprattutto ricostruendo quei legami di prossimità, fisica e relazionale che le dinamiche industriali e globalizzate del moderno sistema alimentare hanno progressivamente allentato.

L'Urban Food Planning come nuova arena di decisione e azione delle città: le politiche urbane del cibo

Più recentemente, accanto alle forme di reazione attivate dalla società civile organizzata, si stanno diffondendo a livello internazionale – e da qualche anno anche in Italia – sperimentazioni legate alle cosiddette politiche urbane del cibo in cui le città, con i loro governi, si configurano come “nuovi” attori dei sistemi alimentari. Le virgolette sono d'obbligo, perché a ben vedere le città non sono nuove al tema delle politiche alimentari: i capitolati d'appalto per l'approvvigionamento nelle mense, soprattutto scolastiche, le iniziative per limitare il consumo di suolo, le scelte localizzative di negozi e supermercati sono esempi che rappresentano a tutti gli effetti scelte politiche da parte dei governi urbani in campo alimentare. La grande novità rispetto a questo tipo di approccio, di tipo puntuale e settoriale, è rappresentato dalla promozione, da parte delle città, di vere e proprie strategie alimentari integrate, multisettoriali, caratterizzate da un approccio

2 Per un approfondimento sul tema dei food movements si veda, fra gli altri, Holt-Giménez, (2011), (a cura di), *Food movements unite! Strategie per trasformare i nostri sistemi alimentari*, Slow Food Editore, Bra.

3 Sui temi delle reti alimentari alternative si veda, in italiano: Tavolo per la Rete italiana di Economia Solidale (2011) (a cura di), *Un'economia nuova, dai Gas alla zeta. L'economia solidale e le sue reti: gruppi d'acquisto solidali, distretti di economia solidale, filiere corte*, Milano, Altreconomia.

olistico alle filiere e ai sistemi alimentari e alla multidimensionalità del cibo. Queste nuove politiche del cibo, che nel dibattito internazionale vengono spesso definite come Urban Food Strategies, si sviluppano inizialmente negli Stati Uniti e in Canada come risposta alle esternalità negative - connesse in particolare ai problemi di salute pubblica e accesso al cibo - generate dal sistema alimentare dominante che si ripercuotono a livello locale e le cui conseguenze tendono ad acuirsi nei nodi urbani. Il dibattito individua alcune realtà pioniere, come le grandi aree urbane nordamericane e canadesi, tra tutte Toronto. Successivamente il fenomeno si è esteso anche a Londra e alle piccole e medie città del Regno Unito (che hanno costituito un network di "Sustainable Food Cities"^[4]) e del Nord Europa, ma anche, con caratteristiche molto diverse, dell'Australia, della Cina, del Brasile e del Sud del mondo. Più di recente, anche i paesi del Sud Europa, come la Grecia, la Spagna e l'Italia stanno cominciando a realizzare processi partecipati di food policy. Milano è la prima città italiana ad aver approvato una politica urbana del cibo. Realtà come Bergamo e Livorno si sono attivate in questa direzione e Torino (il cui caso verrà approfondito nel capitolo che segue) ha da tempo avviato diversi percorsi inclusivi di ascolto del territorio come punto di partenza su cui costruire una strategia alimentare

urbana.

In termini più generali, si tratta di politiche di natura volontaria e generalmente non vincolante che, a partire dall'identificazione di grandi visioni auspicabili e condivise - generalmente connesse a parole chiave come sostenibilità, resilienza, equità e giustizia - definiscono obiettivi integrati, da raggiungere attraverso partenariati misti, ma soprattutto ricorrendo a un ampio coinvolgimento e a una partecipazione il più possibile democratica della società civile. In questo senso, i due principali denominatori delle strategie urbane del cibo sono certamente l'approccio sistemico al tema del cibo, che si traduce in politiche tese a integrare e connettere attori, risorse e strumenti e l'inclusione della società civile all'interno dei processi.

Anche se ogni città sviluppa un proprio peculiare e contestualizzato processo di definizione, adozione e attuazione di una politica alimentare è possibile riconoscere alcune fasi comuni, che caratterizzano soprattutto le esperienze nordamericane e nordeuropee^[5]:

1. una fase iniziale, di tipo più informale, avviata generalmente a partire dall'interesse di singoli individui in ambito istituzionale, o dall'impegno di gruppi di interesse locali (associazioni, reti di economia sociale, ecc.);
2. una fase di istituzionalizzazione del processo attraverso la sua ado-

4 <http://sustainablefoodcities.org/>

5 Dansero E., Pettenati G. e Toldo A. (in uscita nel 2017) "Il rapporto fra cibo e città e le politiche urbane del cibo: uno spazio per la geografia?", Bollettino della Società Geografica Italiana.

zione da parte del soggetto pubblico, ma anche di altri attori locali sufficientemente strutturati e organizzati da essere riconosciuti e legittimati all'azione;

3. una fase di tipo analitico, condotta generalmente dalle istituzioni, dalle università o da altri centri di ricerca, finalizzata alla valutazione del sistema alimentare e alla mappatura dei suoi attori⁶.
4. un processo partecipato, secondo schemi e modalità differenti, che coinvolge attori e stakeholder del sistema nella definizione di obiettivi e priorità della futura food policy;
5. la costruzione e la successiva adozione di una prima dichiarazione di intenti, formalizzata in una Carta, un'Agenda o un Manifesto del cibo (si veda, per esempio, la storica Food Charter di Toronto), talvolta sottoscrivibili da soggetti collettivi o singoli via web, come accade per molte food charter inglesi, (Durham, Oxford, Bristol, ecc.);
6. l'istituzione di una nuova struttura di governance alimentare, generalmente definita Food Policy Council (tipicamente americani) ma anche Food Board (come quello di Londra), Food Partnership (come a Brighton) e altre forme;
7. l'adozione di un documento strategico che, a seconda del grado di dettaglio e di operatività, può presentare la visione di sviluppo, gli obiettivi generali, gli obiettivi spe-

cifici, le singole azioni, i soggetti responsabili, le responsabilità e gli impegni di spesa, gli indicatori per il monitoraggio.

Conoscere per progettare: l'analisi dei food system come strumento di sostegno alle politiche urbane del cibo

Il progetto di Atlante del Cibo di Torino Metropolitana si colloca all'interno della terza fase, di natura analitico-valutativa, in cui le città, prima di costruire le proprie strategie, si adoperano per definire il contesto in cui le politiche andranno ad agire, con il duplice intento di capire meglio dove andare e, contestualmente, come andarci. Analisi come quelle dell'Atlante, che si propongono di svolgere il ruolo di osservatorio del sistema del cibo di Torino, sono infatti funzionali a identificare in maniera dettagliata, coerente e realistica gli obiettivi delle future politiche alimentari di un territorio e le strategie per il loro raggiungimento. Inoltre, se condotte in maniera partecipata, queste analisi contribuiscono a far emergere i bisogni dal basso, attraverso l'inclusione di soggetti diversi, nell'ottica di nuove forme di governance dei sistemi alimentari che tengano in considerazione anche, e soprattutto, le esigenze – sovente inesprese - dei soggetti più deboli.

In che modo si può analizzare un sistema urbano del cibo?

6 Due esempi interessanti di valutazione dei sistemi alimentari urbani sono quelli della città di Bristol (Carey J., 2011, How Feed Bristol? Bristol) e quello della città di Calgary (The City of Calgary, 2012, Calgary eats!).

Prima ancora di rispondere a questa domanda è opportuno mettere a fuoco cosa si intende per sistema del cibo in un contesto urbano. A tale scopo è utile ripartire da una delle poche definizioni che la letteratura accademica su questi temi ha prodotto, quella di sistema alimentare. Nel 1999, Kami Pothukuchi e Jerome Kaufman, nel denunciare la paradossale assenza del cibo dalle agende politiche delle città, hanno definito il sistema del cibo come la filiera delle attività connesse alla produzione, trasformazione, distribuzione, consumo e post consumo di cibo, incluse le istituzioni e le attività di regolamentazione correlate.

Il passaggio successivo, da sistema del cibo a sistema urbano del cibo, significa capire come il sistema del cibo intercetti spazi, attori, risorse e dinamiche presenti in una città e nel suo hinterland. In questa logica, si osserva:

- la fase produttiva si sostanzia in città nelle esperienze di agricoltura urbana e periurbana, ambito ampio e articolato (basti pensare alle differenze fra produrre in città o attorno alla città) e caratterizzato da una varietà di approcci e una notevole eterogeneità di pratiche che vanno dalle aziende agricole commerciali, ai parchi agricoli, fino a ricomprendere l'insieme eterogeneo delle esperienze di orticoltura, praticata in spazi pubblici e privati (orti sociali, orti collettivi, orti privati, orti scolastici, orti regolamentati o abusivi, pratiche di guerrilla gardening più o meno legali). In un'ottica di sistema del cibo alla scala di city-region è altrettanto

importante conoscere le caratteristiche della produzione, analizzando il comparto agricolo in termini quali-quantitativi.

- la distribuzione (GDO, negozi al dettaglio, mercati, alternative food network, commercio on line) è l'attività di servizio finalizzata al trasferimento dei prodotti alimentari dai produttori e dai trasformatori ai consumatori. In generale, la distribuzione alimentare intercetta le dinamiche urbane in termini spaziali (poiché ha ricadute sul modo in cui lo spazio viene vissuto, progettato, consumato, banalizzato o valorizzato), sociali (perché attiene alle relazioni fra attori) e ambientali (perché genera impatti in termini di inquinamento dell'aria, traffico e congestione, consumo di suolo, di energia, ecc.).
- la fase del consumo urbano è complessa e difficile da analizzare, poiché attiene a una molteplicità di questioni che vanno dagli spazi in cui si consuma (ristorazione collettiva pubblica e privata, ristorazione domestica), alle implicazioni sociali e culturali connesse alle abitudini, alle tradizioni, le scelte dei consumatori, ai modi e ai tempi del consumo, alla ingiustizia socio-spaziali dell'accessibilità alimentare, al rapporto fra cibo e salute, ecc.
- il tema dei rifiuti e degli scarti, che la FAO distingue tra food loss (nelle fasi di produzione, raccolta, distribuzione e trasformazione) e food waste (prodotto nelle fasi finali della vendita e consumo) sta assu-

mendo una rilevanza sempre maggiore in rapporto a questioni come il cambiamento climatico globale, la giustizia sociale, l'educazione alimentare.

È dunque su questi elementi e sulla loro integrazione che si concentrano le analisi come quella proposta dall'Atlante del Cibo di Torino Metropolitana, cogliendone gli aspetti qualitativi e quantitativi, le relazioni autocontenute nel locale e quelle con i livelli superiori, in una logica di approccio multiscalare, con l'obiettivo di costituire un efficace strumento di supporto per le future politiche di questo territorio.

3.

**Verso la
Food Policy di
Torino**

Verso una politica del cibo per Torino Metropolitana. Soggetti, processi, pratiche e ruolo dell'Atlante.

Torino^[1] è una della realtà pioniere dell'Urban Food Planning a livello nazionale, insieme a poche altre aree urbane come Milano^[2] e Pisa^[3], e più recentemente Livorno e Bergamo.

In primo luogo, questo territorio lega ormai da tempo la propria identità e il proprio sviluppo, in maniera sempre più esplicita e consapevole, al tema del cibo e dell'alimentazione, proponendosi come meta di turismo culturale, in cui la componente eno-gastronomica gioca un ruolo molto importante in un'ottica di sviluppo locale e di competizione urbana. Si pensi, in questo senso, alle produzioni di qualità di tipo artigianale e industriale; alla presenza diffusa di mercati alimentari e alle relative competenze e saperi che costituiscono un capitale – materiale e immateriale – di grande rilievo. Il processo di auto riconoscimento di queste dotazioni, unito alla presenza di soggetti forti e molto attivi, ha generato un insieme di importanti iniziative, che vanno dalla promozione e tutela dei prodotti e delle produzioni, agli eventi tematici di grande richiamo, che contribuiscono a raf-

forzare, anche a livello internazionale, l'immagine di una Torino metropoli del gusto.

Allo stesso tempo, il Torinese è sempre più caratterizzato da un'intensa vitalità progettuale - sia dal basso, da parte della società civile organizzata, sia a livello istituzionale - che si traduce in un ampio e ricco ventaglio di iniziative, pratiche e azioni che, a vario titolo e con diversi obiettivi e strumenti, intercettano il sistema del cibo. Rientrano in questo novero i temi dell'agricoltura urbana e periurbana, con i tantissimi progetti di orticoltura; la salute pubblica e l'educazione alimentare, con pratiche legate all'acquisizione di nuovi comportamenti e stili di vita più sani e sostenibili, fin dalla prima infanzia (si pensi, per esempio, alle varie iniziative nelle scuole, fra orti e costruzione partecipata dei menù); il tema complesso della distribuzione, con i progetti legati agli Alternative Food Networks, ai mercati, al commercio elettronico; quello dei rifiuti che, per esempio, intercetta il sistema di solidarietà sociale e di aiuto alimentare nei tanti progetti di recupero e redistribuzione delle eccedenze.

Si tratta, ovviamente, di pochi esempi non esaustivi della complessità e dell'articolazione delle numerose iniziative attivate alla scala locale.

Queste esperienze, e la consapevolezza che ne deriva, andrebbero ulteriorza

1 Ci riferiamo sia al Comune di Torino sia alla Città Metropolitana sia al territorio torinese, non vista solo come ente territoriale ma come insieme di attori, progetti, iniziative già piuttosto organizzate in varie reti che si stanno consolidando verso un sistema locale territoriale del cibo.

2 Per maggiori informazioni sulla food policy di Milano si veda: https://www.comune.milano.it/wps/portal/ist/st/food_policy_milano/la_food_policy_di_milano

3 <http://www.provincia.pisa.it/it/provincia/49111/Il-Piano-del-Cibo-della-Provincia-di-Pisa.html>

che ne deriva, andrebbero ulteriormente valorizzate all'interno di una cornice comune, in grado non solo di metterle a sistema e fare massa critica, incrementando le interdipendenze e sinergie, ma capace di costruire un contesto politico-istituzionale coerente di riferimento con priorità precise e condivise sulle scelte alimentari tese a una qualità accessibile, diffusa e sostenibile del cibo.

Questa cornice è stata parzialmente delineata attraverso alcuni processi partecipati, tesi alla costruzione di una nuova governance alimentare e all'avvio di una politica urbana del cibo, avviati negli ultimi anni da diversi soggetti del territorio. Si tratta di progetti importanti, con ricadute sul territorio potenzialmente molto rilevanti che, tuttavia, non sono riusciti a innescare un processo di sviluppo organico, strutturato e continuativo.

Per ricostruire gli elementi e le tappe salienti di questo percorso occorre certamente partire dalle molte iniziative che, soprattutto in seno alla Città Metropolitana, sono state avviate dal 2000 in avanti sui temi del cibo e dell'alimentazione, con l'obiettivo di riavvicinare il mondo della produzione e del consumo, aumentando nel contempo la qualità e la sostenibilità del cibo prodotto e consumato in questo territorio. Questo ricco know-how ha incrociato, ibridandosi con esse, le spinte dei movimenti del cibo attivi nel locale, da quelli più organizzati come Slow Food, alle pratiche meno strutturate, ma al-

trettanto importanti, legate soprattutto ai Gruppi di Acquisto collettivo e più in generale alla distribuzione alternativa. L'incontro fra queste diverse intenzionalità politiche (sia istituzionali, sia dal basso) con le università del territorio, ha realizzato le condizioni per progettare e avviare percorsi strutturati di governance alimentare, tesi alla costruzione di una nuova politica, integrata e partecipata, del cibo alla scala locale.

Il primo processo, in cui il cibo in realtà rappresentava una delle tante questioni affrontate (e inizialmente non inserita in agenda) è quello di **Torino SMILE - Smart Mobility, Inclusion, Life&Health, Energy**^[4], che ha rappresentato un ambizioso lavoro di progettazione partecipata sul tema della smartness urbana in cui hanno trovato spazio due azioni specifiche per la costruzione del sistema territoriale del cibo della città di Torino. Questo progetto è stato forse la prima vera occasione di riflessione strutturata, ma soprattutto congiunta, sui temi della pianificazione dei sistemi del cibo e sugli strumenti per una loro progettazione strategica; in questa logica esso ha il merito di aver contribuito alla creazione di un gruppo eterogeneo, una sorta di leadership urbana (sebbene non riconosciuta ufficialmente) interessata ai temi della pianificazione alimentare a scala metropolitana.

Questo stesso gruppo di lavoro ha infatti organizzato, coordinandosi con altri soggetti, i successivi due processi, temporalmente consecutivi e par-

4 Per maggiori informazioni <http://www.torinosmartcity.it/idee/idea-27/>

zialmente sovrapponibili in termini di regia.

Il primo, il **Tavolo Torino Capitale del Cibo**⁵, è stato organizzato dall'associazione Torino Strategica all'interno dei lavori per l'elaborazione del terzo Piano Strategico "Torino Metropoli 2025" e inserito nel processo di definizione delle visioni e dei progetti per il futuro dell'area metropolitana torinese. Operativamente è consistito in sei mesi di confronto e quattro workshop cui hanno partecipato circa 40 attori rappresentativi del sistema alimentare torinese. Produttori, distributori, associazioni di consumatori, docenti universitari, artigiani delle eccellenze e volontari dei gruppi d'acquisto solidali si sono confrontati sul futuro del cibo nell'area metropolitana di Torino, anche attraverso la definizione di un'agenda di progetti e azioni per promuovere e valorizzare un sistema del cibo di qualità, capace di alimentare i circuiti di un'economia virtuosa per le nuove generazioni. Due progetti, in particolare, hanno trovato particolare riscontro: la costruzione di una struttura di missione denominata Food Commission, intesa come spazio di riflessione e azione al supporto della costruzione e della gestione di un sistema alimentare metropolitano di qualità, più sostenibile, equo, resiliente e competitivo; e il progetto di Atlante del Cibo, che è stato accolto come necessaria azione di conoscenza e monitoraggio della struttura e delle dinamiche del sistema alimentare torinese.

Il secondo, **Nutrire Torino Metropolitana – NTM**, frutto della collaborazione

fra Città Metropolitana e Università di Torino, rappresenta fino ad oggi il punto forse più avanzato del percorso di costruzione di una nuova governance alimentare e di una politica del cibo alla scala locale, sia quanto ai temi considerati, sia rispetto al numero di attori coinvolti (oltre 240 attori, tra singoli e rappresentanti di realtà associative, imprenditoriali, enti pubblici).

NTM ha cercato di raccogliere, integrare e valorizzare l'eredità di tutte le esperienze pregresse, locali e sovra-locali, con ricadute dirette e indirette sul tema del cibo, con l'obiettivo di costruire una strategia alimentare sistemica, condivisa e partecipata. Il suo primo obiettivo concreto è stato quello di co-progettare un'Agenda Metropolitana del Cibo, intesa non solo come documento di principi, né come un rigido masterplan: l'idea che ha guidato il processo, infatti, è stata quella di pervenire a una mappa di proposte e temi d'azione in grado di favorire, riproducendole, motivazioni, conoscenza, indicazioni, primi indirizzi progettuali verso un obiettivo concreto di qualità alimentare, quotidiana, diffusa e accessibile a tutti.

Pensato come un processo a step successivi, il processo ha avuto avvio con una prima fase strutturata in un ciclo di tre incontri partecipati, secondo una logica il più possibile inclusiva in rapporto agli obiettivi da raggiungere e alle attività previste.

Il primo evento, dal titolo "conoscersi",

5 <http://www.torinostrategica.it/torino-cibo-2/>

a cui hanno partecipato oltre un centinaio di attori del sistema alimentare, è stato organizzato come una sorta di happening con l'obiettivo di stimolare l'interesse e la riflessione sulla necessità di una politica alimentare integrata e, contestualmente, dare visibilità al capitale di esperienze e pratiche innovative attive sul territorio metropolitano.

Al secondo evento, dal titolo "confrontarsi", erano presenti più di cento operatori della produzione e della distribuzione piemontese, consumatori, esperti e tecnici delle istituzioni che si sono confrontati - per la prima volta tutti insieme - sulle grandi sfide imposte dalla prospettiva di città che mangiano e territori che producono, all'interno di uno scenario contemporaneamente globale e locale.

Il terzo incontro, che ha chiuso la prima fase del processo con la restituzione ai partecipanti dei risultati delle giornate precedenti, ha dato avvio a un confronto strutturato per la costruzione della politica alimentare metropolitana. In quest'ottica, agli oltre cento partecipanti è stato chiesto di convalidare otto temi di lavoro, da intendersi come possibili ambiti concreti di azione per lo sviluppo futuro del sistema alimentare metropolitano: (i) educazione e formazione; (ii) informazione e conoscenza; (iii) distribuzione e piattaforme

logistiche; (iv) public procurement; (v) semplificazione; (vi) premi e incentivi alla qualità; (vii) pianificazione territoriale; (viii) nuove forme di governance^[6]. Allo stato attuale, NTM è rimasto sospeso tra la fine della prima fase e l'inizio della seconda. Alcuni temi, infatti, come quello legato al public procurement, sono stati oggetto di approfondimento e di recente sono stati avviati diversi incontri preliminari, finalizzati all'avvio di politiche del cibo alla scala dei singoli sistemi del cibo - come il Chierese, il Pinerolese, l'Eporediese, la Valsusa - che compongono il più ampio sistema metropolitano.

Infine, occorre ricordare il progetto Food Smart Cities for Development, finanziato dal programma Development Education and Awareness Raising (Dear) della Commissione europea, che ha riunito 12 città di tre continenti, impegnate a cooperare sul tema delle food policy urbane. Il progetto ha visto la Città di Torino impegnata su due fronti: la cooperazione e lo scambio di pratiche con altre città e la promozione di un processo di food policy sul proprio territorio. Fra i risultati del progetto vi è anche una prima mappatura^[7], condotta in collaborazione con l'Atlante del Cibo, di oltre 100 esperienze virtuose fra politiche, progetti e pratiche, sia istituzionali che bottom up, localizzate principalmente all'interno della città di

6 Per informazioni sul processo e maggiori dettagli sui temi si veda lo speciale sul sito della Città Metropolitana (http://www.cittametropolitana.torino.it/speciali/2015/nutrire_torino/) e anche l'articolo di Dansero E., Di Bella E., Peano C. e Toldo A. (2016), "Nutrire Torino Metropolitana: verso una politica alimentare locale", *Agriregionieuropa*, 12 (44), scaricabile a questo link <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/44/nutrire-torino-metropolitana-verso-una-politica-alimentare-locale>

7 Esito della mappatura la pubblicazione di Bottiglieri M., Pettenati G. e Toldo A. (2017) (a cura di), *Verso la Food Policy di Torino: processi e buone pratiche*, Franco Angeli, Milano, 2017, scaricabile gratuitamente: www.francoangeli.it/riviste/Scheda_Rivista

Torino. La fotografia, senza pretese di esaustività, cerca di restituire i contorni di quel panorama ricco e variegato, precedentemente menzionato, segno del grande interesse e coinvolgimento della città sui temi del cibo nelle sue varie dimensioni.

Nonostante i successi, soprattutto in termini di partecipazione, ottenuti da questi processi, che si sommano ad alcuni importanti elementi fra cui la firma del Milan Urban Food Policy Pact da parte della Città di Torino, l'inserimento nel suo statuto dell'articolo sul Diritto al Cibo e un intenso lavoro di progettazione per l'avvio della Food Commission, Torino e la sua Città Metropolitana non hanno ancora raggiunto l'obiettivo auspicato di costruire e avviare una vera e propria politica del cibo, una Turin Food Strategy, come la definirebbero nel dibattito e nella comunicazione internazionale.

Questo mancato risultato contrasta con le forze e le energie quotidianamente spese da parte di molti soggetti urbani - siano essi le istituzioni o gli atenei universitari, l'associazionismo e le tante forme assunte dalla società civile organizzata, i soggetti privati - per costruire un sistema del cibo urbano più sostenibile ed equo.

Anche per questa ragione riteniamo che un progetto come quello dell'Atlante, che ha in questo rapporto il suo primo e certamente non esaustivo esito, possa contribuire ad affrontare alcune delle sfide che caratterizzano il rapporto che la Città, e la Città Metropolitana, hanno rispetto all'obiettivo di aumentare la qualità del cibo prodotto e consumato nei propri territori.

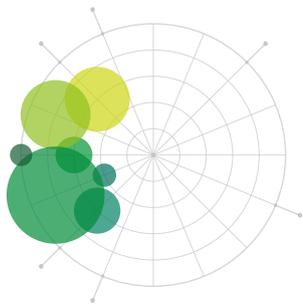
Una prima sfida è rappresentata dalla necessità di connettere processi diversi, attori e azioni che si stanno consolidando sui diversi fronti del sistema del cibo. In questo senso l'Atlante del Cibo costituisce una premessa indispensabile per costruire conoscenza e rappresentazioni condivise del sistema alimentare, con l'obiettivo di aumentarne la visibilità, raccogliendo, integrando e sistematizzando le informazioni disponibili, rendendole comunicabili e accessibili e accrescendo in tutti gli attori la consapevolezza di questo sistema, della sua complessità e delle sue molteplici interazioni.

Una seconda e più complessa sfida è pensare e costruire una strategia policentrica e multiscale per il territorio della più vasta Città Metropolitana italiana, integrando scale microlocali di progetti e azioni, con quelle comunali, metropolitana e regionale, riferimento fondamentale per le politiche agricole e i relativi fondi europei. Anche in questo caso l'Atlante del Cibo rappresenta uno strumento importante di supporto ai decisori pubblici, affinché le scelte legate alla progettazione e alla gestione del sistema alimentare siano il più possibile condivise, integrate e territorializzate.

Infine, occorre interrogarsi più a fondo sul senso, le possibilità e i limiti di un'azione locale, pensando le politiche alimentari locali come un nuovo e inesplorato spazio di azione politica e di interazione di una pluralità di soggetti pubblici, del mercato e della società civile. La complessità, la ricchezza e l'ambivalenza delle relazioni dei sistemi alimentari necessitano infatti della

definizione di un percorso condiviso che agevoli la cooperazione tra pubblico e privato e costruisca collegamenti virtuosi tra i soggetti pubblici delle diverse scale istituzionali. Con la sua natura di aggregatore dinamico di conoscenza, l'Atlante si configura come strumento di sostegno all'interazione fra gli attori, forti e deboli, del sistema.

Schede



Superficie Agricola Utilizzata e sistema agricolo

produzione
agricoltura
superficie agricola
utilizzata

La superficie agricola utilizzata (SAU) è la misura della superficie agricola utilizzata per realizzare le coltivazioni di tipo agricolo, escluse quindi le superfici occupate da arboricoltura da legno (pioppeti, noceti, specie forestali, ecc.) e le superfici a bosco naturale (latifoglie, conifere, macchia mediterranea).

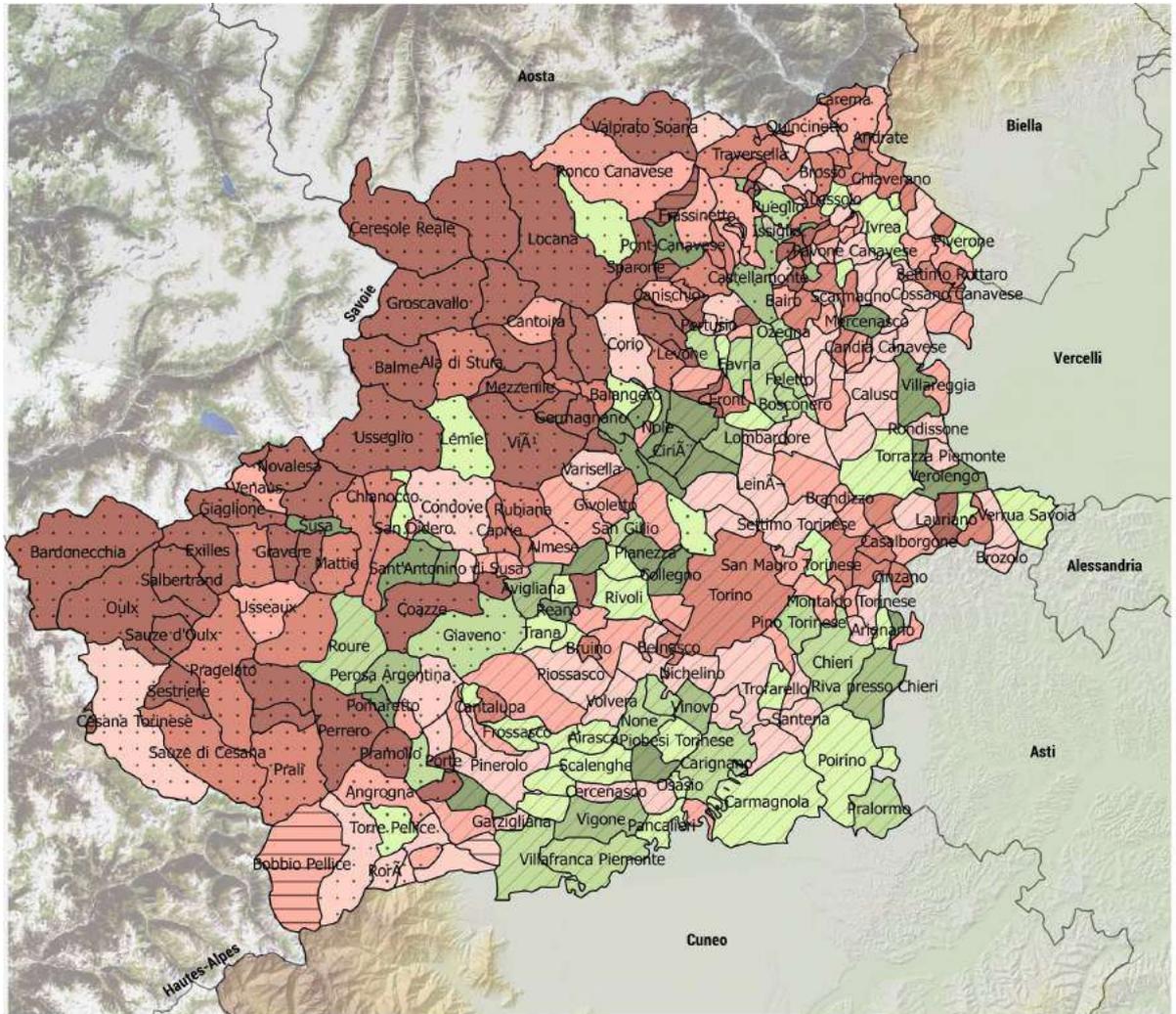
Si tratta di uno degli indicatori più importanti dell'evoluzione negli usi del suolo di un territorio, in particolare in riferimento al rapporto tra superfici coltivate e urbanizzazione/consumo di suolo – nei territori prossimi alle aree urbane – oppure tra superfici coltivate e avanzata delle foreste di ritorno in seguito allo spopolamento delle aree rurali, specialmente nei territori montani e collinari. L'approfondimento dell'evoluzione della SAU nel territorio della Città metropolitana di Torino tra il 1982 e il 2010 (dati Censimento dell'Agricoltura) mostra in maniera evidente le traiettorie seguite dai diversi ambiti territoriali.

Le aree montane e collinari sono caratterizzate da una riduzione delle superfici coltivate che, soprattutto nelle alte valli, supera il 75%, con alcune eccezioni puntuali in comuni di media e bassa montagna, in particolare in Valle di Susa e in Val Chisone, derivanti probabilmente a fenomeni di valorizzazione dell'agricoltura di montagna, che meriteranno un approfondimento nel prosieguo dei lavori dell'Atlante.

Le aree urbane e periurbane sono caratterizzate da riduzioni altrettanto significative (Torino ha perso 2/3 della propria SAU nel trentennio analizzato), dovute principalmente all'avanzata dell'urbanizzazione e al ritmo eccessivo di consumo di suolo che per decenni ha caratterizzato il territorio. Anche in quest'ambito, ci sono significative eccezioni, derivanti dall'aumento della superficie coltivata in particolare tra il 2000 e il 2010, in comuni di prima e seconda cintura metropolitana, come Collegno e Pianezza.

Gli ambiti territoriali nei quali è invece costante l'incremento della SAU nel periodo analizzato, sono quelli maggiormente vocati all'agricoltura industrializzata di pianura (frutta e cereali in particolare), che – come risulta evidente dalle altre schede contenute nel rapporto – costituiscono il motore agricolo dell'area metropolitana torinese, in termini di superfici coltivate e quantità prodotte. Anche per quanto riguarda l'utilizzo agricolo della SAU esistente attualmente, il territorio dell'ex Provincia risulta nettamente diviso in due aree distinte. La prima è quella delle valli alpine, dove l'uso agricolo prevalente è quello destinato a prati permanenti e pascoli, la seconda è invece quella dei territori pianeggianti e collinari, dove i seminativi rappresentano la tipologia di coltivazione più diffusa.

In termini quantitativi (dati Anagrafe agricola del Piemonte, 2016), i seminativi occupano circa 120.000 ha, rappresentati soprattutto da cereali (77.000 ha), foraggio (29.000 ha) e piante industriali, in particolare soia (7000 ha); le colture permanenti occupano invece circa 4500 ha, destinati in particolare a frutteti (3000 ha) e vigneti (1000 ha); prati permanenti e pascoli si estendono infine per quasi 85.000 ha.



Legenda

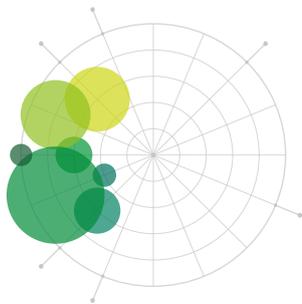
Usi agricoli prevalenti

- Seminativi
- Prati e pascoli
- Coltivazioni permanenti (es. frutta)

Variazione SAU 1982-2010

- aumento >75%
- aumento 50% - 75%
- aumento 25% - 50%
- aumento < 25%
- diminuzione < 25%
- diminuzione 25% - 50%
- diminuzione 50% - 75%
- diminuzione > 75%

*Evoluzione della SAU tra il 1982 e il 2010. Fonte: dati Censimento dell'Agricoltura.
Usi agricoli prevalenti attuali. Fonte: dati Anagrafe agricola del Piemonte, 2016.*



PAC e agricoltura metropolitana.

Nuove opportunità per rafforzare i servizi ecosistemici

produzione
politica agricola
Comune (PAC)
Programma di
sviluppo Rurale
(PSR)
agricoltura
metropolitana
servizi
ecosistemici

L'agricoltura (professionale e familiare) praticata in aree metropolitane (urbane e periurbane) ha suscitato, soprattutto nell'ultimo decennio, un crescente interesse non solo a livello istituzionale, ma anche da parte degli stessi agricoltori e cittadini. Spinta da nuovi stili di vita e di consumo, l'agricoltura praticata in città è molto diversa da quella "marginale" del dopoguerra o da quella per l'autosostentamento e l'integrazione al reddito degli anni '70-80. Oggi l'agricoltura metropolitana è un fenomeno molto più complesso che coinvolge attori, luoghi ed economie agricole eterogenee, che concorrono a soddisfare le nuove esigenze ambientali, economiche e sociali del mercato urbano. È indubbio inoltre il contributo che l'agricoltura può garantire al genere umano in termini di fornitura di servizi ecosistemici (ambientali, culturali, approvvigionamento di cibo, ecc.), così come l'importanza che tale attività riveste nella gestione del paesaggio e nel presidio del territorio.

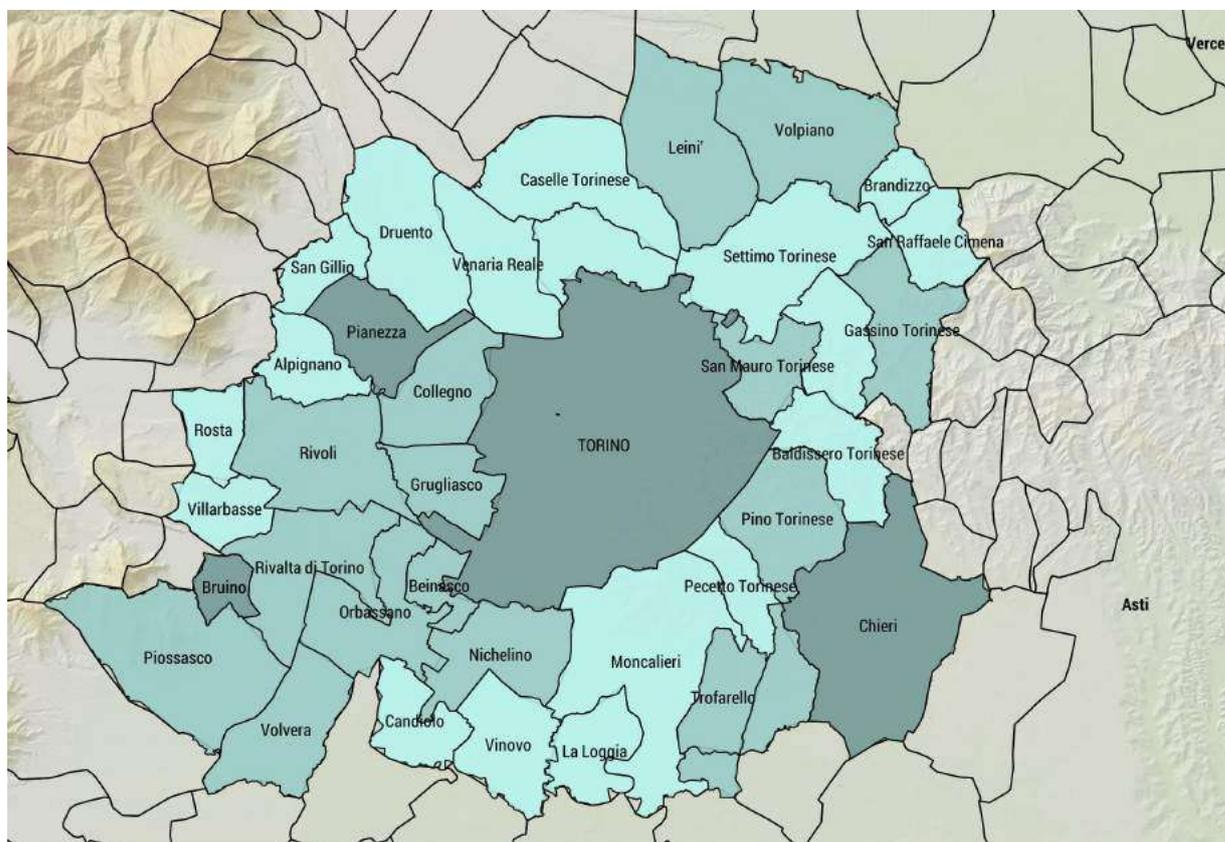
Nel contempo, la scarsa efficacia della Politica Agricola Comune (PAC) e, in particolare, dei Programmi di Sviluppo Rurale (PSR) nelle zone urbane e periurbane, rimarcata anche dalle più recenti esperienze di ricerca^[1], ha fortemente compromesso il mantenimento e lo sviluppo dell'agricoltura in tali aree. Il sostegno delle zone rurali, la mancanza di criteri e priorità territoriali coerenti con le finalità paesaggistiche e territoriali regionali, così come la scarsa integrazione con le altre politiche settoriali, hanno dunque contribuito al rafforzamento di una distribuzione de-territorializzata del sostegno, anche in Piemonte.

Gestire lo spazio agricolo metropolitano, così come favorire e sostenere l'agricoltura nelle aree urbane e periurbane, risulta dunque ormai una questione impellente.

Gestire lo spazio agricolo metropolitano, così come favorire e sostenere l'agricoltura nelle aree urbane e periurbane, risulta dunque ormai una questione impellente. La PAC, e soprattutto i PSR, come importanti leve economiche, sono strumenti a disposizione del decisore per concretizzare strategie coordinate e rispondere alle nuove sfide globali. In tale direzione è orientata anche una delle più recenti proposte^[2] per l'area metropolitana di Torino (AMT) che ha lo scopo di coniugare strumenti di supporto alle decisioni territoriali, vale a dire un set di indicatori map-based, con un pacchetto di misure site-specific per le aree metropolitane, al fine di attuare strategie già individuate dai piani di natura urbanistica mediante risorse provenienti dai fondi SIE. Si tratta di uno strumento meta-progettuale che ha lo scopo di valutare i servizi ecosistemici nell'interfaccia urbano-rurale e definire le categorie d'intervento, così come stabilire priorità territoriali e aree eleggibili per l'applicazione di misure agro-urbane. È dunque su tali aree che dovrebbe concretizzarsi maggiormente l'intervento pubblico del PSR sostenendo, da un lato, l'agricoltura professionale (conversione in agricoltura biologica, creazione di punti vendita diretta, interventi di forestazione urbana, indennità compensativa per le fattorie ambientali, ecc.) e, dall'altro, quella familiare e/o sociale (sostegno per la riconversione agricola di aree dismesse tramite colture fuori suolo, realizzazione di orti familiari, fattorie terapeutiche e didattiche, formazione e istituzionalizzazione di parchi agricoli, ecc.).

Scheda a cura di Enrico Gottero (Ires Piemonte, DIST – Politecnico e Università di Torino).

- 1 Gottero E. (2016), Agricoltura Metropolitana. Politiche, pratiche e opportunità per l'innovazione territoriale nel torinese, IRES Piemonte, Torino. Lohrberg F., Licka L., Scazzosi L., Timpe A. (2016), (a cura di), Urban Agriculture Europe, Jovis Verlag, Berlin;
- 2 Si tratta di una ricerca condotta da Enrico Gottero nell'ambito del progetto "Urban agriculture innovating Torino metropolitan area. Tools for governance and planning of a complex system", borsa di ricerca applicata Lagrange 2015, finanziata dalla Fondazione CRT, Fondazione ISI e IRES Piemonte, con la supervisione scientifica del dott. Stefano Aimone (IRES) e della prof.ssa Claudia Cassatella (Politecnico di Torino – DIST).

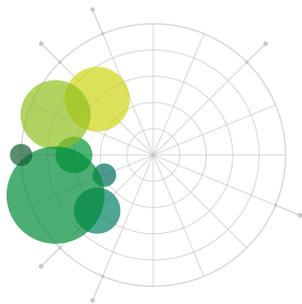


Legenda

Priorità territoriale

- bassa
- media
- alta

Le priorità territoriali nell'AMT nell'ottica di uno scenario di sviluppo agro-urbano, definite attraverso il sistema di valutazione dei servizi ecosistemici essenziali presenti nell'interfaccia urbano-rurale.



L'allevamento: il settore zootecnico nel Torinese

produzione
allevamento

L'allevamento è uno degli ambiti più importanti del settore primario piemontese, con circa il 10 % dell'intero patrimonio zootecnico nazionale concentrato sul territorio del Piemonte (dati Censimento Agricoltura 2010).

L'evoluzione temporale del settore mostra una fortissima contrazione delle aziende attive nei territori collinari e una progressiva concentrazione nelle aree di pianura, soprattutto in provincia di Cuneo.

I prodotti dell'allevamento sono considerati eccellenze su scala nazionale e internazionale, sia per quanto riguarda i numerosi formaggi prodotti sul territorio regionale, sia per i prodotti da carne, in particolare nel settore della filiera bovina, dove il ruolo da protagonista è svolto indubbiamente dalla Razza Piemontese o Fassona.

Nel territorio della Città metropolitana di Torino (dati Anagrafe agricola del Piemonte, 2016), il settore più presente per numero di aziende attive è quello dell'allevamento bovino e bufalino (4512 aziende e oltre 250.000 capi); seguito da quello caprino (1198 aziende e 17000 capi), suino (725 aziende e 210.000 capi), ovino (722 aziende e circa 40000 capi) e avicunicolo (277 aziende con oltre 2,5 milioni di capi).

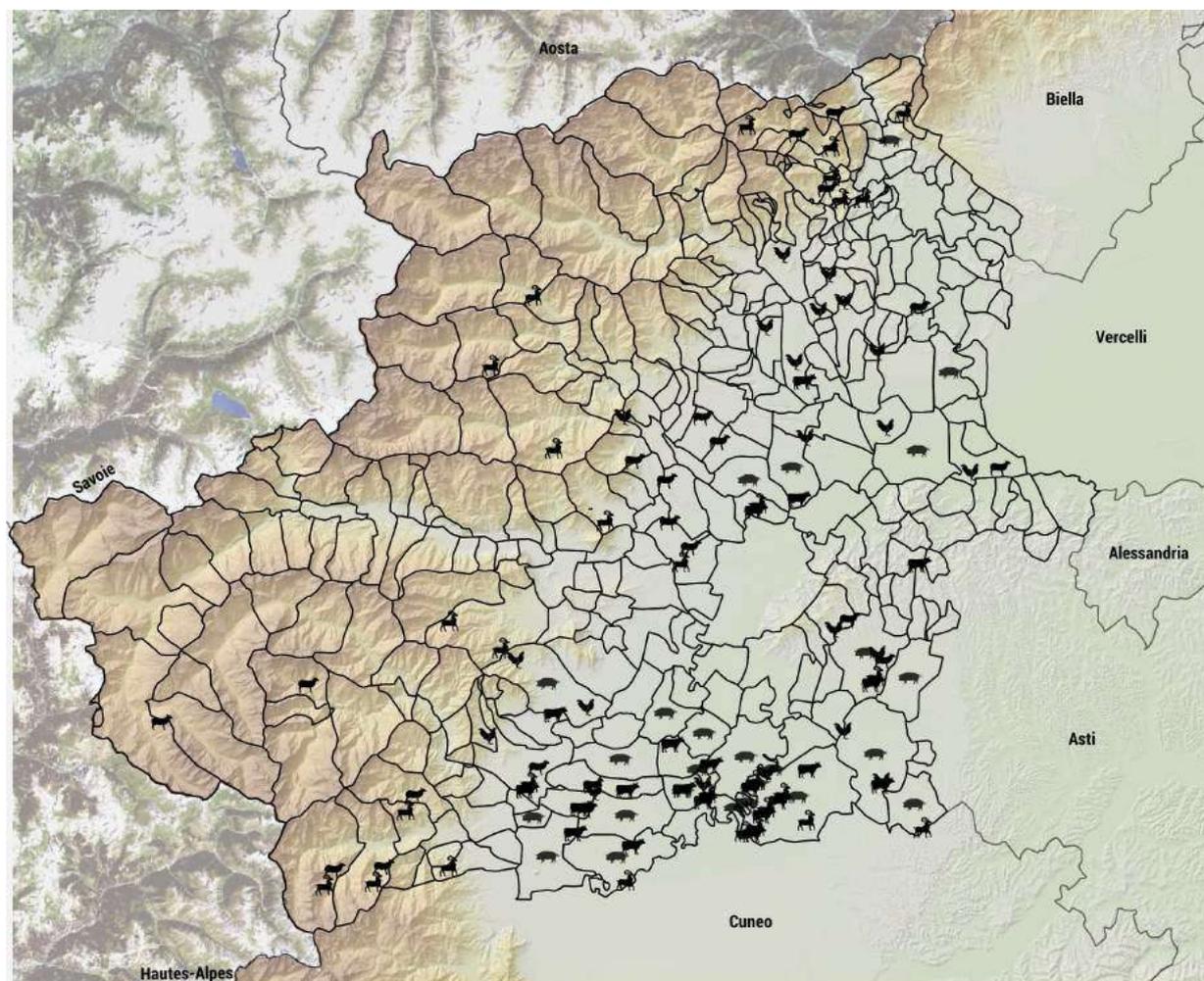
La distribuzione delle diverse tipologie di allevamento mostra ancora una volta il ruolo chiave nel settore agricolo piemontese del territorio del Pinerolese-Carnagnolese, dove si concentra la maggior parte dei comuni con il numero più elevato di capi in ciascun settore.

L'allevamento di bovini e bufalini, si concentra nettamente in quest'area e i comuni più rappresentati sono proprio Carnagnoles (più di 16.000 capi), Villafranca Piemonte (11.000) e Cavour (10.129), con alcune significative presenze anche nei comuni di pianura a nord di Torino.

Una distribuzione simile caratterizza l'allevamento di suini, dove spiccano per concentrazione di capi i comuni di Villafranca Piemonte (quasi 30.000), Riva presso Chieri (circa 23.000) e Scalenghe (oltre 15.000).

L'allevamento di caprini ed ovini è invece maggiormente distribuito sul territorio regionale, con significative presenze anche in comuni montani, come nel caso di Angrogna, piccolo comune contiguo alla Val Pellice, che detiene il record sia di caprini (619) che di ovini (2387).

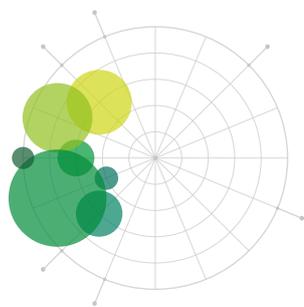
Carnagnolese-Pinerolese e basso Canavese sono infine le aree dove maggiore è la presenza di allevamenti avicunicoli, con una concentrazione particolare nei comuni di Bosconero (344.000 capi, più di 100 per abitante), Pinerolo (270.000) e Chivasso (270.000).



Legenda

-  Avicunicoli
Primi 20 comuni per capi avicunicoli
-  Suini
Primi 20 comuni per capi di suini
-  Caprini
Primi 20 comuni per capi di caprini
-  Ovini
Primi 20 comuni per capi di ovini
-  Bovini e bufalini
Primi 20 comuni per capi di bovini e bufalini

*Distribuzione dei primi 20 comuni per numero di capi allevati nei principali ambiti zootecnici.
Fonte: dati Anagrafe Agricola del Piemonte, 2016.*



Il biologico in agricoltura

produzione
agricoltura
biologico

Il settore della produzione e della vendita di prodotti biologici certificati è da anni in costante crescita, sia per diffusione di imprese coinvolte sia per mole di produzioni e vendite^[1] (Rapporto Bio Bank 2016), in controtendenza con la crisi economica congiunturale, che colpisce anche il settore agricolo. Le diverse definizioni esistenti di agricoltura biologica sono accomunate da due elementi principali: il rifiuto dell'utilizzo di prodotti chimici e l'attenzione diffusa al rispetto dei cicli biologici e a una relazione tra agricoltura/allevamento e ambiente naturale caratterizzata da scambi il più possibile equilibrati^[2].

Secondo i dati del Bioreport 2016, redatto da MIPAAF e Rete Rurale Nazionale, a scala mondiale si contavano nel 2013 circa 2 milioni di produttori biologici, il 17% dei quali localizzato in Europa e in particolare in Spagna, Italia e Francia, dove si concentra il 44% della superficie coltivata con metodi biologici in Europa. In termini percentuali, i paesi nei quali il biologico è maggiormente diffuso sono Austria, Svezia e Italia, dove i terreni coltivati con questi metodi superano il 10% della SAU complessiva.

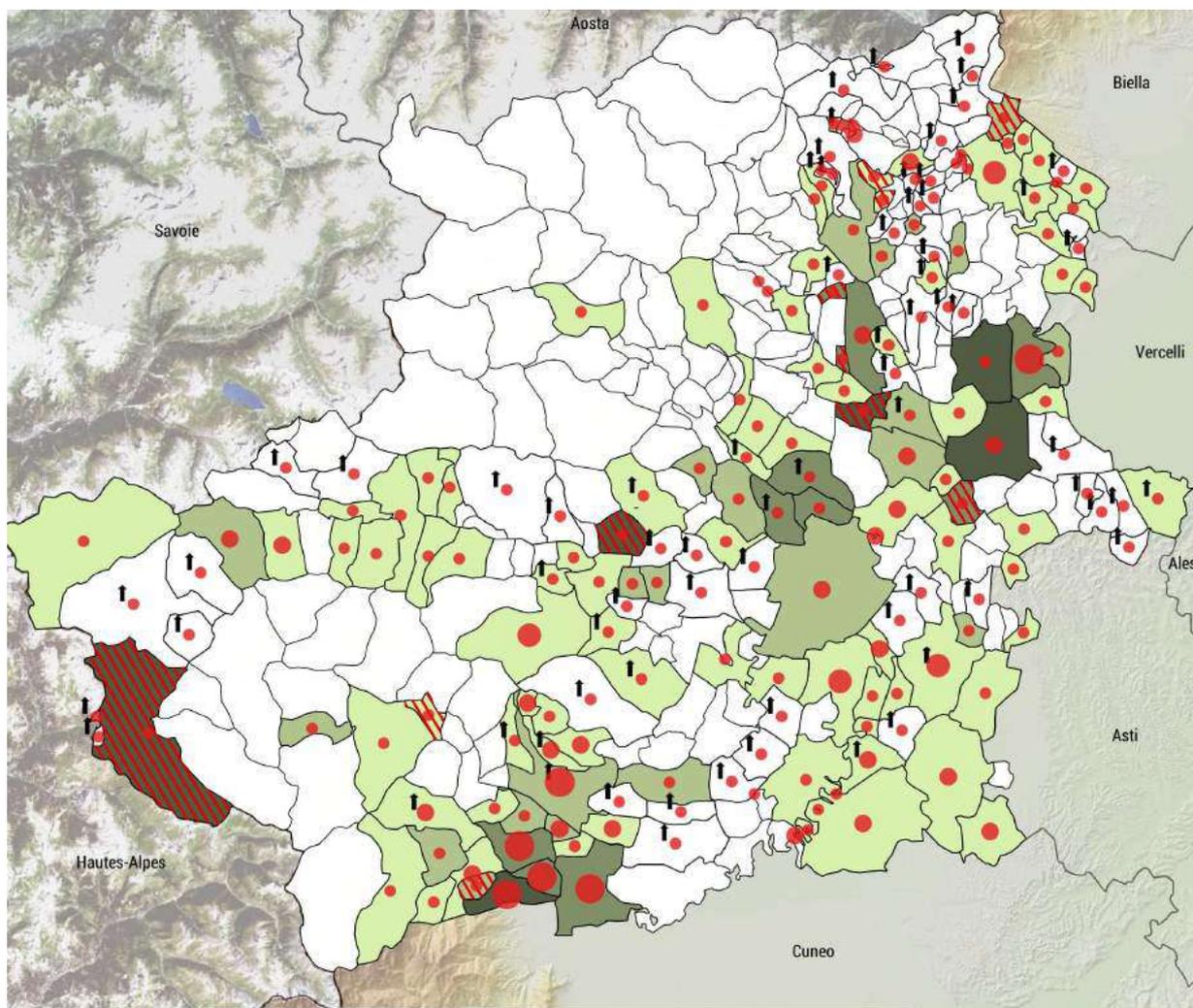
Dal punto di vista strutturale, le aziende biologiche sono caratterizzate da dimensioni mediamente superiori rispetto alle aziende convenzionali (45 ha di media contro 36 ha), da un superiore numero medio di unità di bestiame (17,7 UBA contro 16,3 UBA) e da un maggiore impiego di lavoro e capitale. Coerentemente, sono superiori anche il valore medio della produzione lorda (110.113 euro nelle biologiche contro i 95.796 delle convenzionali) e il reddito netto (48.506 euro contro i 36.741 euro) degli imprenditori agricoli coinvolti.

Le regioni italiane nelle quali la produzione biologica è maggiormente diffusa sono Sicilia, Calabria e Puglia per quanto riguarda gli operatori coinvolti; Sicilia, Puglia e Sardegna relativamente alla quantità di SAU coltivata con questi metodi. In Piemonte sono attivi nel settore 1324 operatori, per una superficie agricola utilizzata di 28.876 ha, pari al 2,9 % della SAU regionale (dati SINAB 2013), percentuale minore rispetto al dato nazionale del 10,2%. Nella Città Metropolitana di Torino (dati Anagrafe Agricola Regione Piemonte, 2016) il dato è di 1839,31 ha, pari allo 0,88 % della SAU complessiva, con una distribuzione fortemente eterogenea tra settori nei quali i metodi biologici sono ampiamente utilizzati – in particolare la coltivazione di riso (23,6% della SAU) – e altri nei quali sono assenti o fortemente minoritari, come nel caso della coltivazione di altri cereali (0,5%). Dal punto di vista della distribuzione geografica, si osservano alcune aree con una concentrazione particolarmente significativa, in particolare la Valle di Susa, il Canavese/Eporediese e il Pinerolese. La quantità di superficie in conversione (1591 ha, quasi pari al totale della superficie coltivata con metodi biologici già esistente) dimostra la tendenza all'ulteriore aumento della diffusione dei metodi biologici nel futuro prossimo.

Per concludere, è necessario sottolineare come i dati qui analizzati si riferiscano esclusivamente alle produzioni biologiche certificate secondo le procedure ufficiali, escludendo le molte e interessanti esperienze di certificazione partecipativa e autocertificazione, diffuse in diverse realtà metropolitane torinesi e veicolate attraverso le reti di distribuzione alternative, come i mercati di Genuino Clandestino (genuinoclandestino.it).

1 R. Bertino, A. Mingozzi, E. Mingozzi (2016), *Rapporto Bio Bank 2016*, Forlì, Bio Bank.

2 A. Corsi (2008), *L'agricoltura biologica: una realtà in crescita*, *Agriregionieuropa*, anno 4 n°14.



Legenda

Aziende biologiche

- da 1 a 3 aziende
- da 4 a 6 aziende
- da 7 a 9 aziende
- 10 o più aziende

Superficie in conversione

- † Superficie in conversione > 100% dell'attuale superficie coltivata con metodi biologici

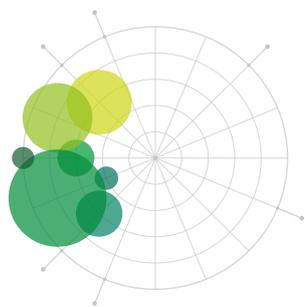
Rapporto coltivazioni biologiche/SAU

- ▨ Superficie coltivata con metodi biologici superiore al 10%

Superficie coltivata a biologico (ha)

- assenza di coltivazioni biologiche
- meno di 10 ha

*Distribuzione dei primi 20 comuni per numero di capi allevati nei principali ambiti zootecnici.
Fonte: dati Anagrafe agricola del Piemonte, 2016.*



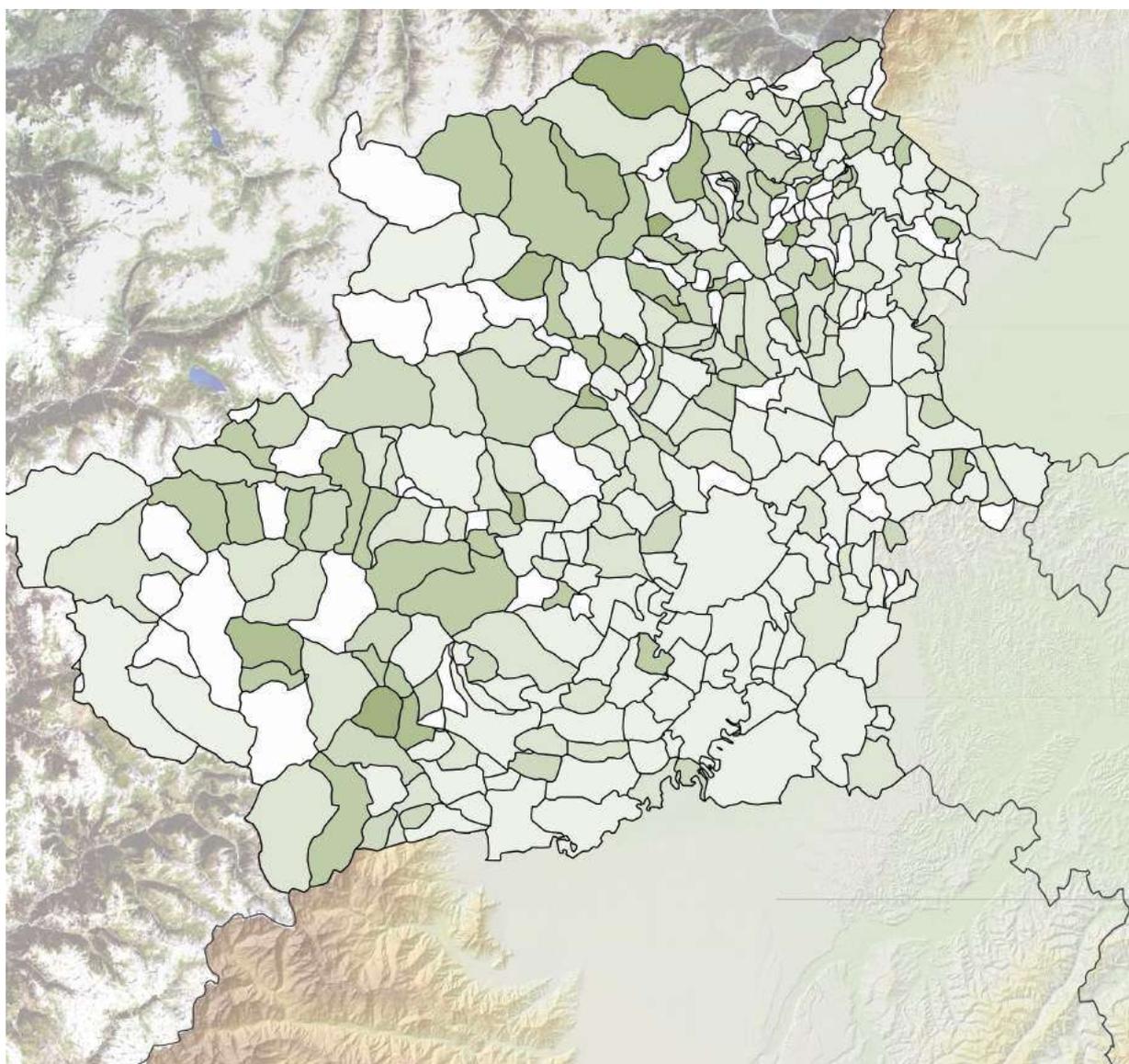
Imprenditoria giovanile e agricoltura

produzione
agricoltura
imprese giovanili
PSR
pacchetto giovani

L'insediamento di giovani agricoltori è un presupposto fondamentale della politica di sviluppo delle aree rurali. Diversi studi relativi alla costruzione di scenari per i passati Piani di Sviluppo Rurale, che presentano diverse misure di finanziamento ai giovani agricoltori, attraverso i cosiddetti "pacchetti giovani" mostrano come l'età media avanzata dei conduttori di aziende agricole rappresenti uno dei principali fattori di debolezza e precarietà del sistema agricolo regionale. Per dare uno stimolo all'innovazione e alla riqualificazione del settore occorre invece che sempre più giovani scelgano di diventare imprenditori agricoli e contribuiscano al rilancio della competitività del settore. Si presume infatti che i giovani imprenditori agricoli, utilizzando anche strumenti informatici e telematici, siano più portati a mettersi in gioco con la diversificazione, l'innovazione tecnologica e la formazione, in modo da puntare su coltivazioni ed allevamenti che, pur salvaguardando la peculiarità delle produzioni locali, consentano un maggior reddito d'impresa. Quando localizzata in aree collinari e montane, la presenza di giovani agricoltori, che subentrano come conduttori, ma più spesso rappresentano neo-insediati, può contribuire ad aiutare le comunità locali a restare attive, contrastando i fenomeni di spopolamento e preservando i territori dall'abbandono.

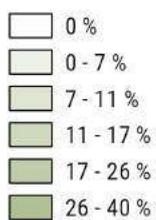
Al 2016, il territorio metropolitano ospita 980 imprese agricole a conduzione giovanile. I settori con la maggiore incidenza sono quello relativo all'allevamento e coltivazioni ad esso associate (38%, di cui il 15% relativo all'allevamento e il 23,4% relativo alle coltivazioni) e quello delle coltivazioni di colture agricole non permanenti (36,7%) fra cui i cereali (20%) e gli ortaggi (16%). Un'indagine condotta sugli esiti del precedente periodo di programmazione del PSR (2007-2013) caratterizzato dalla misura 112 rivela: (i) come nelle aree montane della Città Metropolitana prevalgano i nuovi insediamenti rispetto ai subentri, che si concentrano nelle zone di pianura (probabilmente in ragione dei costi più contenuti del capitale fondiario, che rendono più accessibile il nuovo investimento in queste zone); (ii) la prevalenza, fra i giovani agricoltori, di uomini, ma una propensione maggiore delle donne al neo-insediamento; (iii) il rapporto solo parziale fra l'imprenditoria agricola giovanile e i finanziamenti erogati dai bandi PSR: nel periodo interessato dalla misura 112, in Piemonte sono nate 2.503 imprese condotte da giovani imprenditori che, pur avendo un'età inferiore ai 40 anni, non hanno presentato domanda per accedere alla misura.

Le motivazioni che possono aver spinto questi soggetti a non presentare la domanda di aiuto sono numerose e articolate: il mancato raggiungimento della dimensione minima aziendale richiesta, l'iter burocratico troppo complesso, l'anticipazione del denaro necessario per gli investimenti, il ridotto importo del sostegno, il vincolo di rimanere a capo dell'azienda per almeno cinque anni e, infine la non conoscenza della misura sono alcune delle cause più probabili. Nel periodo di programmazione in corso il pacchetto giovani si riferisce alle misure 4.1.2 "Miglioramento del rendimento globale e della sostenibilità delle aziende agricole dei giovani agricoltori" e 6.1.1 "premio per l'insediamento di giovani agricoltori".

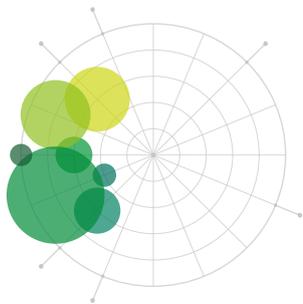


Legenda

Peso in % delle imprese agricole giovanili
sulle imprese agricole totali



*Percentuale delle imprese giovanili sulle imprese totali.
Fonte: dati Camera di Commercio di Torino, 2016.*



La filiera dei cereali tra mercati globali e progetti locali

produzione
agricoltura
cereali

I cereali rappresentano probabilmente la principale commodity agricola, sottoposta alle leggi della finanza e del mercato globale più che a quelle dei cicli produttivi e dei territori. Al tempo stesso essi sono però uno degli elementi basilari delle diete alimentari e i loro processi di produzione, trasformazione e consumo connotano culturalmente ed economicamente popolazioni e territori in tutto il mondo.

La produzione di cereali è alla base di altre fondamentali filiere del sistema agroindustriale globalizzato: quella zootecnica e quella energetica, che su scala mondiale sottraggono superfici e risorse idriche sempre maggiori alle produzioni destinate al consumo diretto, con importanti impatti in termini di sostenibilità ambientale e sociale dell'agricoltura.

Nel territorio della Città Metropolitana di Torino le filiere cerealicole presenti in maniera significativa sono due.

La prima è quella del mais, il cereale maggiormente coltivato a livello mondiale, di cui il Piemonte è la terza regione produttrice in Italia (dopo Veneto e Lombardia) e le cui coltivazioni nell'ex provincia di Torino si estendono per oltre 77.000 ha (dati Anagrafe Agricola 2016), distribuiti in prevalenza nella fascia pianeggiante a sud e a nord del capoluogo. I primi tre comuni per superficie coltivata a mais sono Carmagnola, Poirino e Carignano, con oltre 2000 ha ciascuno.

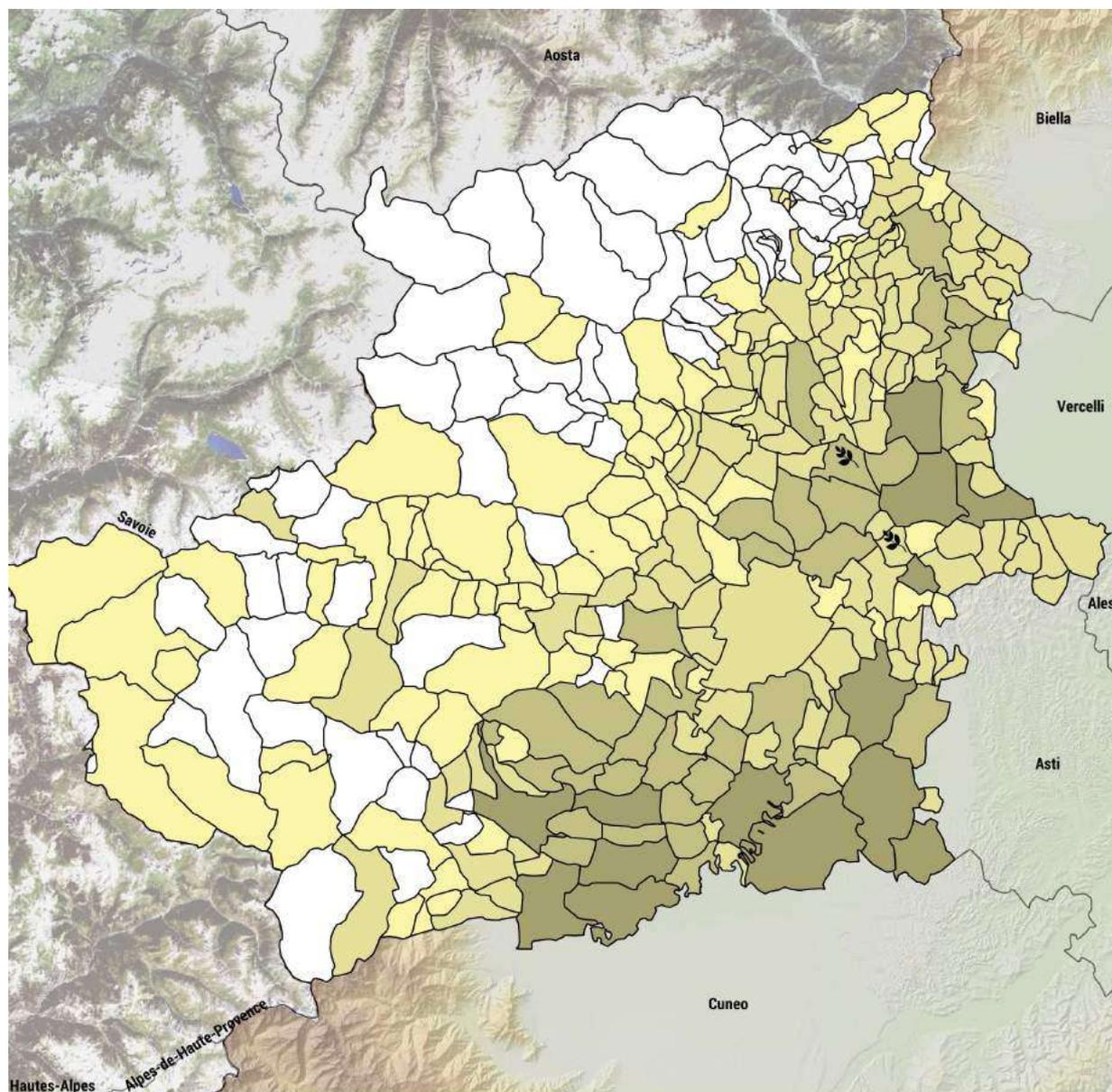
La pianura tra Carmagnola e Chieri e il Chivassese sono le zone in cui si concentra anche la produzione della seconda filiera cerealicola fortemente presente nella Città Metropolitana, ovvero quella del grano tenero, seppure con volumi e superfici decisamente minori rispetto al mais. Con circa 20.000 ha, l'ex provincia di Torino si colloca tra le prime 10 in Italia per la produzione di questo cereale.

Per quanto riguarda il numero di aziende coinvolte, l'intero settore cerealicolo impiega più di 13.500 aziende agricole, con le maggiori concentrazioni, anche in questo caso, negli importanti comuni agricoli completamente o parzialmente pianeggianti di Carmagnola, Cavour, Chieri, Poirino e Carignano.

Nonostante il territorio piemontese sia noto a livello nazionale per la produzione risicola, all'interno dei confini della Città metropolitana sono solo due i comuni nei quali il riso viene prodotto in quantità significative: San Benigno Canavese (con circa 35 ha di risaia) e San Raffaele Cimena (circa 75 ha).

Per concludere è utile menzionare come, nonostante la forte relazione della produzione cerealicola con il sistema dell'agro-industria globalizzata, esistono interessanti progetti di rilocalizzazione della filiera dei cereali attivi nel territorio torinese. Il più vicino al capoluogo è indubbiamente quello della Filiera della Farina di Stupinigi, che si fonda su un patto di filiera tra Coldiretti Torino, il Parco Naturale di Stupinigi, sei aziende agricole all'interno del Parco, il Consorzio Agrario di Piobesi, il Mulino Roccati di Candia Canavese e la Cooperativa, "ARTICOLO 4", con la supervisione del Laboratorio Chimico della Camera di Commercio di Torino, hanno recuperato la coltivazione di alcune antiche varietà di frumento panificabile, avviando un'attività di filiera locale di produzione e trasformazione di grano, farina e prodotti da forno¹.

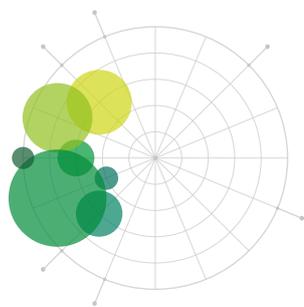
1 <http://www.panacea-torino.it>



Legenda

-  riso
- SAU Cereali
 -  nessuna coltivazione
 -  fino a 100 ha
 -  tra 50 e 500 ha
 -  tra 500 e 1000 ha
 -  oltre 1000 ha

*La produzione di cereali nella Città metropolitana di Torino.
Fonte: dati Anagrafe Agricola, 2016*



La frutta, coltivazione fondamentale per l'agricoltura torinese

produzione
agricoltura
frutta

Il settore frutticolo è una delle eccellenze riconosciute dell'agricoltura piemontese, per la qualità della produzione e l'ampia diffusione delle coltivazioni.

Nel territorio della Città metropolitana di Torino le aziende agricole con terreni che coltivano fruttiferi sono 2287, pari al 15,9 per cento delle aziende agricole attive sullo stesso territorio (dati Anagrafe Agricola 2016).

La percentuale più cospicua di aziende è attiva nella coltivazione di mele (37,8%), seguita da castagno (21,33%), pesche (19,4%) e actinidia (kiwi) (19,1%). Tra le altre coltivazioni più diffuse vi sono pere e ciliegie.

La superficie occupata dalla coltivazione di frutta nel territorio metropolitano è di 2995,3 ha, equivalente a meno dell'1,5% del totale della SAU, coerentemente con la natura non estensiva del tipo di coltivazione.

Le superfici maggiori sono occupate da coltivazioni di actinidia (23%), melo (19,6%), nocciolo (16,5%) e castagno (14,4%).

Nonostante il peso relativo in termini di superfici occupate e di aziende attive, rispetto al totale della produzione agricola metropolitana, il settore della frutta è uno dei più rappresentativi del territorio, come testimoniato dalla diffusa presenza di marchi di origine territoriale attribuiti a diverse varietà di frutta del Torinese. Tra i principali: antiche varietà di mele piemontesi (Paniere dei prodotti tipici e Presidio Slow Food e PAT¹); ciliegie di Pecetto (Paniere prodotti tipici e PAT); amarena di Trofarello (PAT); fragola di San Raffaele Cimena (PAT); fragolina di San Mauro Torinese (PAT); lampone di Rubiana (De.CO²); marrone della val Pellice (PAT); marrone della Val Susa (PAT e Paniere); mela Rossa di Cuneo (PAT, prodotta anche nel Pinerolese); Nocciola del Piemonte (IGP³); pere delle Valli di Lanzo (PAT); piccoli frutti (Paniere); susine della Collina Torinese (PAT).

L'analisi della distribuzione della produzione frutticola sul territorio ex provinciale mette in evidenza alcune significative specializzazioni territoriali. In particolare:

- la produzione di kiwi nel Pinerolese e nel Chivassese;
- i castagneti in tutte le medie e basse valli alpine;
- la diffusione dei nocciolati nelle aree collinari al confine con la Provincia di Asti;
- la coltivazione di mele nella piana Cavourese e intorno a Cumiana;
- la micro-specializzazione territoriale dei comuni produttori di ciliegie, tra Pecetto Torinese e Moncalieri;

Significativa dal punto di vista dell'economia locale, anche se non evidente dalla carta a causa delle piccole superfici occupate, è inoltre la coltivazione di piccoli frutti nei comuni di alcune vallate alpine, in particolare la Valle Susa, la Val Sangone e la Val Pellice.

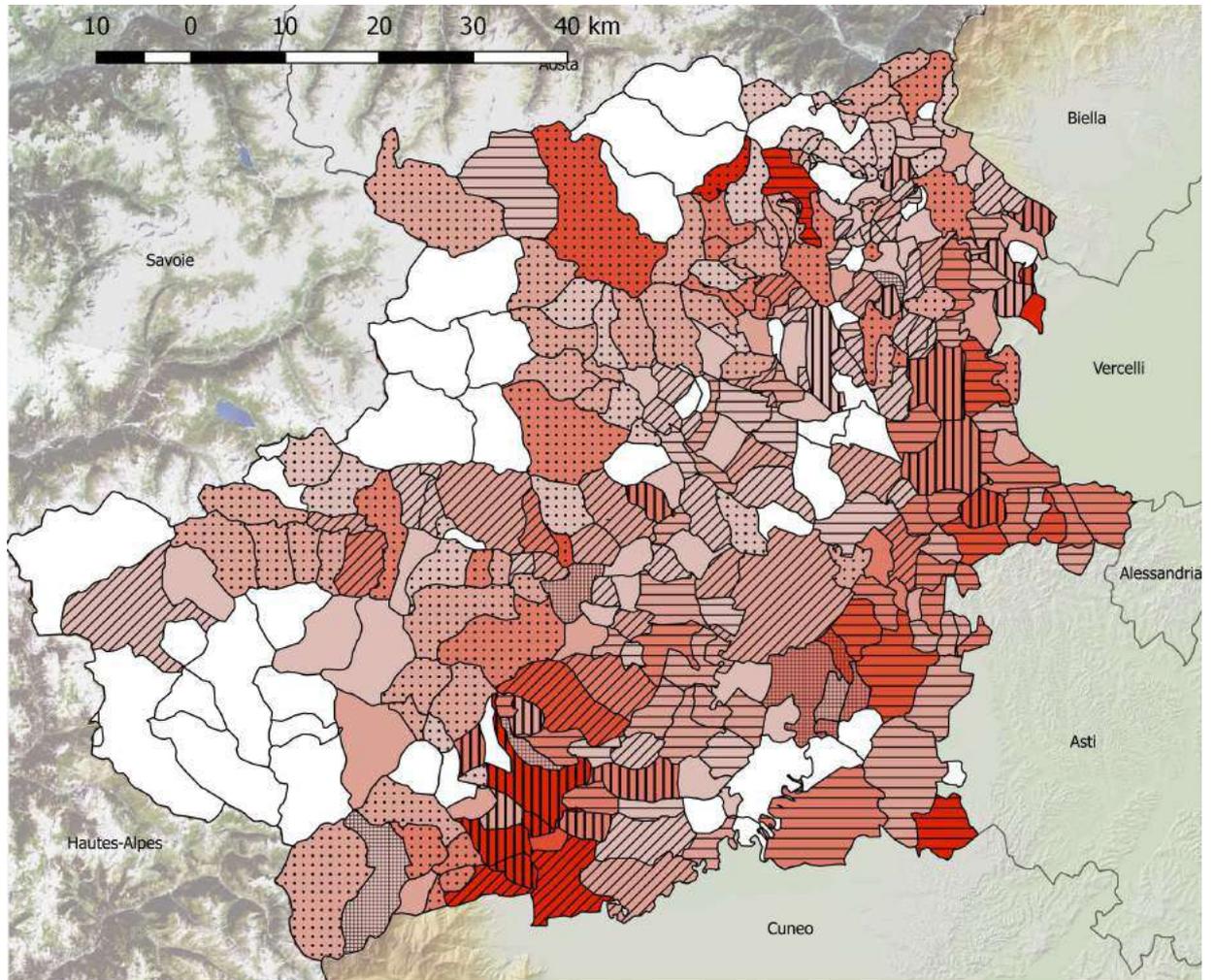
Il consumo di frutta locale è uno dei temi più presenti nel dibattito relativo alla filiera corta e alla riduzione della distanza tra produttori e consumatori e all'alimentazione nelle mense scolastiche, dove sono presenti numerosi progetti finalizzati ad aumentare il consumo di frutta tra gli studenti (es. Frutta al mattino).

Secondo le rese medie per ettaro nel territorio del Torinese (dati Regione Piemonte, 2013), i quasi 6000 ha coltivati a mele (solo per fare un esempio) all'interno dei confini della Città Metropolitana possono produrre circa 175.000 tonnellate di frutta (con metodi convenzionali), rappresentando un fondamentale bacino di rifornimento potenziale per gli oltre 20 milioni di pasti erogati ogni anno dalle mense scolastiche dei comuni metropolitani.

1 Prodotti Agroalimentari Tradizionali

2 Denominazione Comunale di Origine

3 Indicazione Geografica Protetta



Legenda

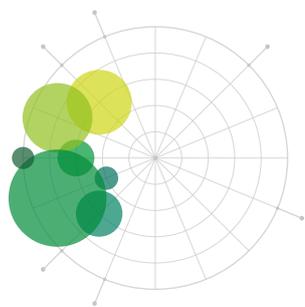
coltivazione prevalente

- //// melo
- castagno
- ==== nocciolo
- ||||| actinidia
- ||||| ciliegio

superficie coltivata a frutta

- nessuna superficie
- (lightest red) meno di 1 ha
- (light red) da 1 a 5 ha
- (medium red) da 5 a 20 ha
- (dark red) da 20 a 50 ha
- (darkest red) più di 50 ha

*Distribuzione della superficie coltivata a frutta e coltivazioni prevalenti nei comuni della Città metropolitana
Fonte: dati Regione Piemonte, 2016.*



Le produzioni orticole

produzione
agricoltura
ortaggi

Analogamente a quanto accade per la frutta, il settore ortivo è innegabilmente uno dei principali ambiti di azione delle politiche e delle pratiche finalizzate alla diffusione delle filiere corte e a una significativa rilocalizzazione dei flussi agroalimentari.

Gli ortaggi di stagione sono infatti i principali prodotti presenti sui banchi dei mercati e dei farmers' market dei centri urbani dell'area metropolitana torinese e nelle cassette acquistate dai sempre più numerosi utenti dei GAS.

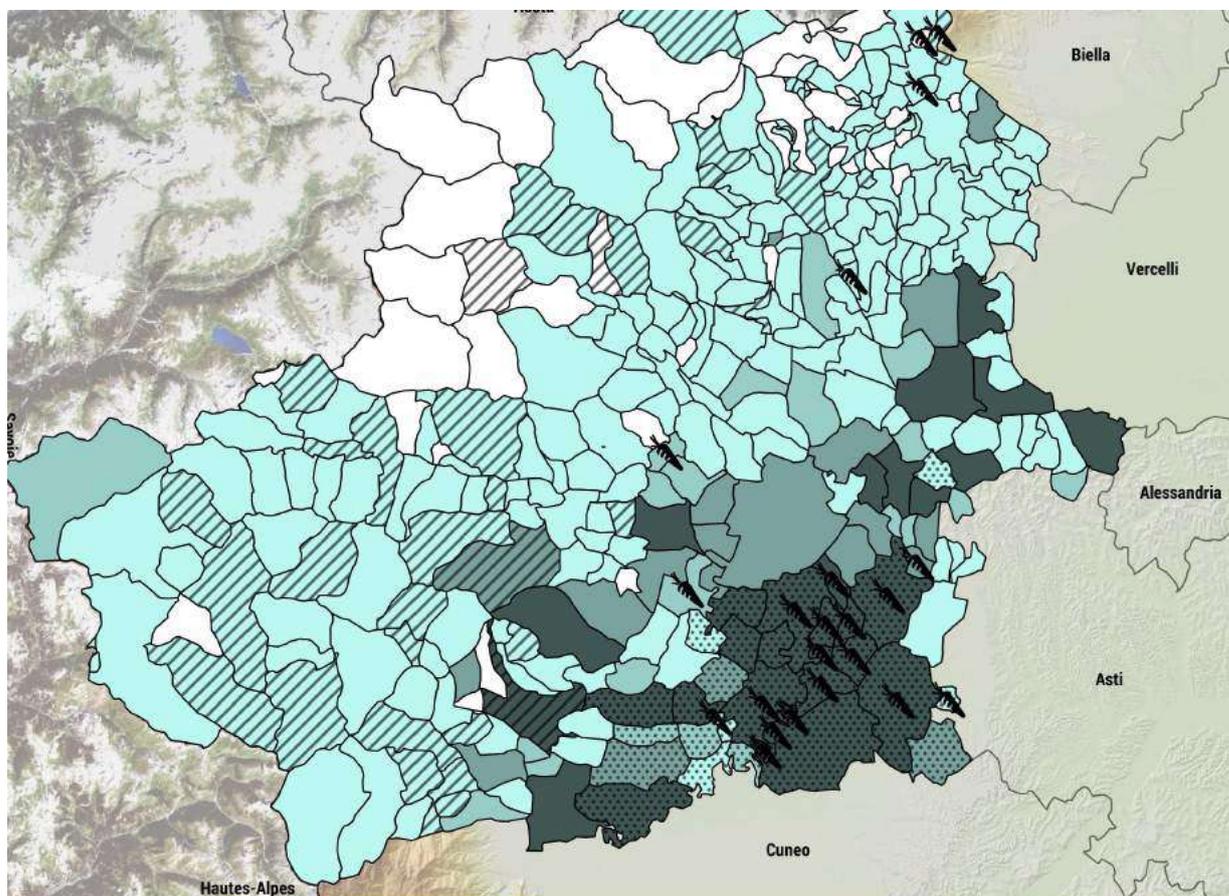
Nel territorio della Città metropolitana di Torino, le aziende agricole impegnate nella coltivazione di ortaggi sono oltre 2000 (dati 2016 Anagrafe Agricola Piemonte), per una superficie complessiva (comprendente anche i terreni coltivati a patate) di circa 2000 ha, rapporto che mette in evidenza la ridotta superficie media delle aziende di questo settore.

Tra le coltivazioni più presenti per estensione (condizionata naturalmente dal diverso "bisogno di spazio" di ciascun prodotto), vi sono zucche e zucchine (oltre 200 ha), patate (197 ha), insalate come lattuga, radicchio e cicoria (130 ha), peperoni (125 ha), asparagi (86 ha) e cavoli e verze (82 ha).

La varietà delle produzioni orticole, soprattutto da parte delle aziende di piccola scala costituisce un interessante cartina tornasole dei processi migratori e delle dinamiche di inserimento dei nuovi torinesi. Analizzando l'evoluzione storica dei prodotti presenti sui banchi dei contadini di Porta Palazzo è evidente infatti come i prodotti utilizzati dalle comunità immigrate che sono arrivate a Torino nel corso dei decenni siano state progressivamente introdotte tra le proprie coltivazioni da parte di molti agricoltori (si pensi alle cime di rapa e ai peperoncini piccanti negli anni '60-'70). Oggi, inoltre sono sempre più presenti anche agricoltori di origine straniera (per esempio cinese), che coltivano nei dintorni di Torino ortaggi richiesti dalla propria comunità d'origine.

La carta mostra con chiarezza la forte concentrazione della coltivazione di orticole nei comuni collinari a sud e a est di Torino, con un addensamento specifico nei comuni di Carmagnola, Santena e Moncalieri. In questa stessa porzione dell'area metropolitana torinese si concentra anche la maggior parte dei territori di produzione degli ortaggi riconosciuti come prodotti tipici dal Paniere della Provincia di Torino e dai Presidi Slow Food. Nello specifico: l'asparago di Santena, il cavolfiore di Moncalieri, il cavolo verza di Montalto Dora, il topinambur di Carignano, la cipolla piattina bionda di Andezeno, il fagiolo bianco piattella canavesana di Cortereggio, il peperone di Carmagnola, il ravanello lungo di Torino, il sedano rosso di Orbassano e la patata di montagna della Provincia di Torino.

Il caso delle patate merita una citazione distinta. Si tratta, infatti, di una produzione diffusa prevalentemente nelle aree di montagna e rappresenta uno dei potenziali motori di uno sviluppo delle economie di montagna fondato sulla valorizzazione delle specificità locali.



Legenda

Marchi prodotti tipici

 Presenza di produzioni ortive tipiche valorizzate da marchi

Patate di montagna

 Territorio di produzione della Patata di montagna della Provincia di Torino

Peperone di Carmagnola

 Territorio di produzione del Peperone di Carmagnola

Produzioni ortive

 nessuna superficie

 meno di 5 ha

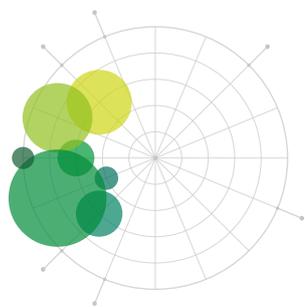
 tra 5 e 10 ha

 tra 10 e 20 ha

 più di 20 ha

Diffusione delle produzioni ortive nel territorio della Città metropolitana di Torino e distribuzione degli areali di produzione dei prodotti tipici (Paniera della Provincia di Torino e Presidi Slow Food).

Fonte: Anagrafe agricola del Piemonte, 2016.



Gli alpeggi tradizioni sostenibili per il futuro delle aree alpine

produzione
allevamento
alpeggio
montagna

La pratica tradizionale dell'alpeggio costituisce da secoli un elemento fondamentale per l'economia agricola e zootecnica dei territori di montagna, che resiste alle pressioni dell'agricoltura industrializzata di pianura, pur trasformandosi in funzione delle esigenze della società contemporanea. Con alpeggio si intende il trasferimento, per l'intero periodo estivo, del bestiame (bovino, ovino o caprino) e dei lavoratori su aree di pascolo in quota, dotate di strutture fisse per gli animali e il personale e di locali per la lavorazione del latte e la conservazione dei latticini. La durata dell'alpeggio varia a seconda delle zone ma coincide di solito con il periodo estivo, tra giugno e la fine di agosto. Il percorso che le mandrie e le greggi compiono dalle stalle di pianura o di fondovalle verso gli alpeggi d'alta quota e viceversa rappresenta un momento di grande valore per le culture montane, che viene celebrato come una festa nella maggior parte dei territori alpini.

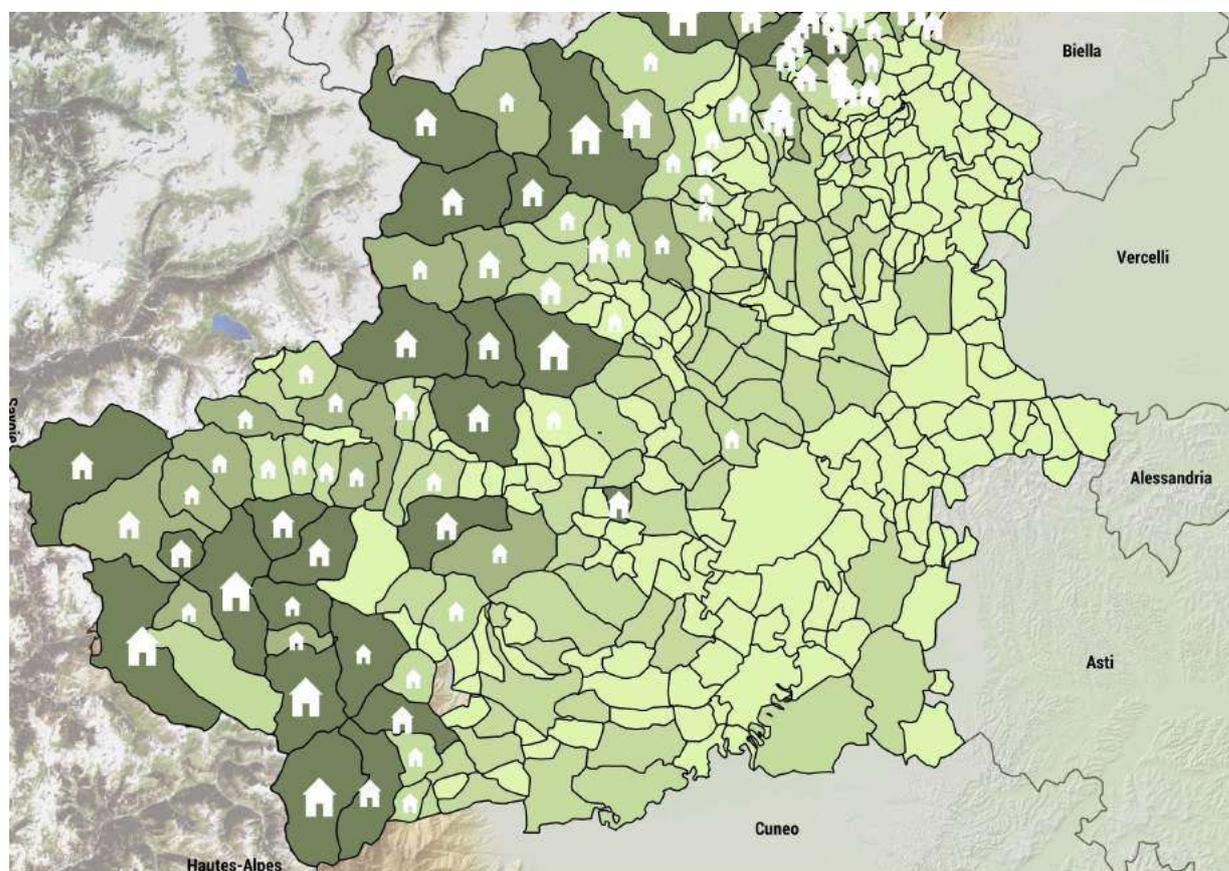
In Piemonte i dati sulla diffusione e lo stato degli alpeggi sono purtroppo poco aggiornati e risalgono al "Censimento dei fabbricati d'alpe" realizzato nel 2003-2004 dall'Istituto per le Piante da Legno e l'Ambiente (IPLA), nell'ambito di due progetti INTERREG III A, l'Alcotra Italia-Francia "ProAlp I-FR Alpeggi e Formaggi" e l'Interreg Italia - Svizzera "ProAlp Utilizzazione e valorizzazione degli alpeggi". È previsto un nuovo censimento nell'ambito del periodo di programmazione comunitaria 2014-2020, anche se non ci sono ancora indicazioni certe sui tempi.

La situazione fotografata dal censimento del 2004 mostra una diffusione abbastanza omogenea degli alpeggi nel territorio montano dell'allora Provincia di Torino, con le massime concentrazioni in corrispondenza dei comuni dove maggiore è l'estensione delle superfici utilizzate come prati permanenti e pascoli, nella maggior parte delle alte valli del Torinese.

La pratica dell'alpeggio viene utilizzata sia per gli animali da latte, che per gli animali da carne, con (nel 2004) una leggera prevalenza per gli alpeggi utilizzati per la pratica casearia (230 contro 189). Il formaggio d'alpeggio, caseificato direttamente in quota con il latte appena munto (combattendo con le norme sanitarie sempre più rigide), rappresenta una delle eccellenze gastronomiche del Piemonte, sia grazie a formaggi di fama internazionale, come il Castelmagno, sia grazie a prodotti meno noti e di piccola scala, come le tome prodotte in molti alpeggi delle alte valli del Torinese. Il complesso meccanismo di funzionamento degli alpeggi e dei pascoli, spesso di proprietà comunale e dati in affitto stagionalmente alle aziende zootecniche, ha portato nel corso degli anni ad alcune distorsioni e irregolarità nei meccanismi di attribuzione, come nel caso di un recente scandalo legato ad alcuni grandi allevamenti di pianura ai quali venivano assegnati i pascoli con meccanismi poco trasparenti e secondo parametri impossibili da rispettare per aziende di dimensione minore.

Ciononostante la pratica dell'alpeggio rappresenta un insostituibile strumento di presidio e mantenimento potenzialmente sostenibile dei territori d'alta quota, con importanti potenzialità anche in prospettiva di una loro valorizzazione agrituristica, come dimostrato dalle attività legate a un altro progetto Interreg III C – Italia-Svizzera, denominato "Agrialpeggi"^[1].

1 <http://www.agriturismoinalpeggio.org/piemonte/itinerari.htm>



Legenda

Numero di alpeggi per comune

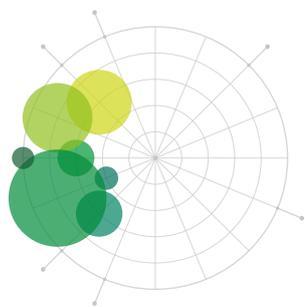
- 1-5 alpeggi
- 6-10 alpeggi
- più di 10 alpeggi

SAU Prati permanenti e pascoli

- nessuna superficie
- meno di 100 ha
- tra 100 e 500 ha
- tra 500 e 1000 ha
- più di 1000 ha

Distribuzione della SAU dedicata a prati permanenti e pascoli

Fonte: dati Anagrafe agricola del Piemonte 2016) e degli alpeggi attivi (dati Regione Piemonte 2004).



Agricoltura in città

I molteplici volti dell'orticoltura a Torino

agricoltura urbana
orti urbani
orti comunali
autoconsumo

Nel corso del tempo l'agricoltura urbana a Torino ha assunto numerosi volti, è cambiata nei numeri e nelle funzioni, seguendo l'evoluzione della città e soprattutto le esigenze dei suoi abitanti^[1]. Contrariamente a quanto si possa immaginare, l'agricoltura urbana a Torino non è un fenomeno recente, ma inizia a svilupparsi nel 1600 sotto il regno di Vittorio Amedeo II, che emette precise norme per regolare le esigenze alimentari della città, a partire dal sistema di aree ortive/campi presenti negli isolati urbani e dalle cascine situate esternamente alle mura. Questa struttura garantisce una produzione agricola sufficiente ai bisogni della popolazione.

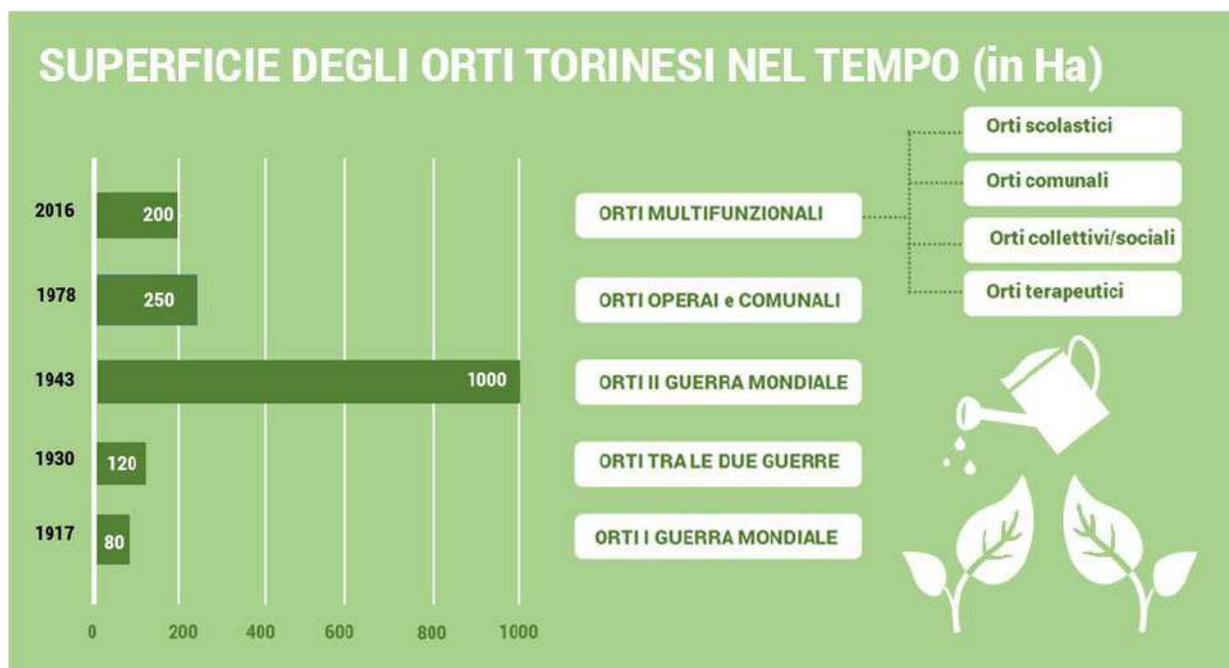
La prima assegnazione a cittadini privati di terreni da coltivare avviene nel corso della Prima Guerra Mondiale per fronteggiare le difficoltà di approvvigionamento alimentare con gli "orti di guerra". Contestualmente la città adotta un piano di coltivazioni per mettere a cultura importanti aree cittadine: patate e frumento al parco del Valentino, cipolle nei vivai comunali e nei giardini della Mole Antonelliana e ortaggi al Monte dei Cappuccini. Con l'intento dichiarato di calmierare i prezzi dei principali prodotti agricoli alimentari durante la Seconda Guerra Mondiale viene accelerato il processo dell'agricoltura in città, già avviato con gli orti della Prima Guerra e che si era progressivamente consolidato tra le due guerre con la diffusione della pratica di affittare terreni comunali a privati per usi agricoli. Coltivare parchi e piazze diventa anche uno slogan della propaganda fascista^[2]; nel 1942 i covoni di grano raccolti nei campi municipali sono trasportati in Piazza Castello per la trebbiatura.

Nell'immediato dopoguerra si ridimensiona l'agricoltura urbana anche a causa della ripresa dell'attività industriale e del successivo boom economico. Tuttavia sono proprio queste le motivazioni alla base del nuovo significato che assumono gli orti urbani negli anni 60-70: gli orti degli operai metalmeccanici immigrati. Accanto alla tradizionale funzione produttiva e integrativa di reddito, l'orto diventa una forma di occupazione del tempo libero, al di fuori della catena di montaggio, "un antidoto per sfuggire al binario fabbrica-appartamento"³, che consente di ritornare alla terra, alle origini. Per la gran parte dei torinesi che osservano il fenomeno nel ruolo di spettatori, il convertire spazi verdi urbani in orti è un'attività degradante, crea disordine e attribuisce una connotazione negativa all'immagine della città.^[3] Prospettiva che oggi possiamo dire essere ampiamente superata: in particolar modo in seguito al manifestarsi degli effetti della crisi economica, s'inizia a intravedere nell'orticoltura urbana e periurbana la possibilità di valorizzare spazi degradati, di sostenere nuove forme di socialità, di sperimentare tecniche produzione alternative, di favorire attività educative e terapeutiche. Ecco così che oltre alla presenza di orti municipali gestiti dalle Circoscrizioni le cui richieste di assegnazione continuano a crescere, nascono in periferia così come in centro nuovi orti urbani tutta una serie di esperienze spontanee di gestione individuale e collettiva, superfici indivise date in concessione da privati gestite da comitati di cittadini e associazioni, che vedono nell'attività del coltivare un mezzo di socializzazione, "del fare comunità" e di avvicinamento all'orto come il tramite per una vita e alimentazione più sana. Si diffondono iniziative e corsi di giardinaggio e di coltivazione degli orti urbani, siano essi a terra, sul tetto o sul balcone promossi dalle circoscrizioni e dalle associazioni ambientali. Dove esistono già degli orti, sono forniti servizi integrativi quali la didattica, uno spazio biblioteca, aree per l'aggrega-

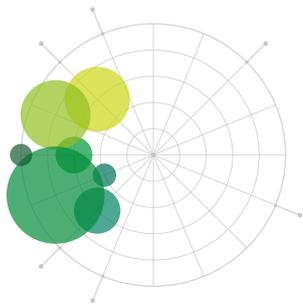
1 www.agricolturaincitta.to.it

2 Facendo riferimento a quanto riportato nell'archivio storico della città, così viene descritta all'epoca del fascismo "Torino, tra le prime grandi città nell'osservanza dell'imperativo del Duce non un lembo di terreno incolto, ha celebrato nella prima settimana di luglio l'inizio della trebbiatura del frumento seminato e cresciuto rigoglioso in tutti i terreni di proprietà comunale, da quelli che un tempo giacevano o incolti o scarsamente produttivi a quelli coltivati a piante verdi, a fiori, a prati nei nostri giardini e nei nostri magnifici parchi dove Flora ha ceduto il posto a Cerere" http://www.comune.torino.it/archivistorico/mostre/tavola_2004/pannello3.html

3 I dati e le osservazioni relative all'orticoltura urbana negli anni 80' a Torino fanno riferimento al lavoro di ricerca e analisi effettuato su un campione di 19 città italiane da Italia Nostra.



*Evoluzione degli orti urbani nella città di Torino per superficie (ha) e tipologia.
Fonte: Città di Torino, 2016.*



Il contributo dell'agricoltura urbana alla disponibilità di verde urbano a Torino

agricoltura urbana
orti urbani
aree agricole
verde urbano

Tra le funzioni che vengono attribuite all'agricoltura urbana, una tra le più riconosciute è quella di contribuire alla qualità paesaggistica della città, aumentando la percentuale di verde, sul "grigiame" urbano. Non si tratta semplicemente di una questione estetica e ricreativa: gli agroecosistemi rappresentano vere e proprie infrastrutture verdi finalizzate al rafforzamento della resilienza dell'ambiente urbano che concorrono al miglioramento della percezione dell'ambiente urbano e della qualità di vita dei cittadini.

Quanto la produzione alimentare, contribuisce al verde urbano?
Cosa succede nel comune di Torino?

Dagli anni 70' ad oggi la superficie destinata a verde urbano è più che quintuplicata, passando dal 3 al 16,5% del totale della superficie di verde a gestione pubblica sul totale della superficie comunale. Questo dato pone la città di Torino ai primi posti in Italia per disponibilità pro-capite di verde urbano (ISTAT,, 2016).^[1]

Attraverso una rielaborazione di dati forniti dalla Città di Torino e aggiornati al 31 dicembre 2015^[2], per ogni abitante si hanno a disposizione l'equivalente di un piccolo monolocale di 24,16 mq di verde urbano, proveniente dai parchi e dai grandi giardini, dal verde attrezzato, dalle aree di arredo urbano, dagli orti urbani e dalle aree agricole, dai giardini scolastici, dal verde dei cimiteri urbani, dal verde degli impianti sportivi, dal verde storico, dal verde incolto, da orti botanici e dai vivai.

Orti urbani e aree agricole rappresentano congiuntamente un po' di più del 9% del verde urbano totale ed equivalgono a 2,2 mq di verde urbano per abitante. Se agli orti municipali aggiungiamo l'attuale dimensione degli orti privati e spontanei, il contributo dell'agricoltura urbana alla disponibilità di verde urbano a Torino salirebbe al 18%, con quasi 5 mq ad abitante.

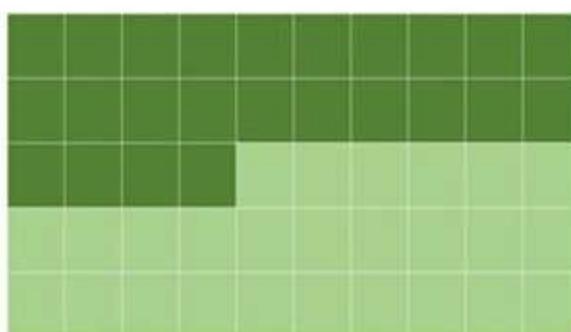
Gli orti urbani, a Torino, ma il trend è comune ad altre città italiane, rappresentano la tipologia di verde urbano che ha avuto la maggiore crescita negli ultimi anni. Nell'arco degli ultimi cinque anni, la superficie di orti, ottenuta mediante le realizzazioni delle Circostrizioni della Città, è più che raddoppiata, passando da 52115 mq a 104966 mq^[3].

1 ISTAT, 2016. Verde Urbano, <https://www.istat.it/it/files/2016/05/VERDEURBANO.pdf?title=Verde+urbano+-+24%2Fmag%2F2016+-+Testo+integrale+e+nota+metodologica.pdf> consultato in data 06/03/2017

2 <http://www.comune.torino.it/verdepubblico/patrimonioverde/verdeto/numeri.shtml> consultato in data 01/03/2017

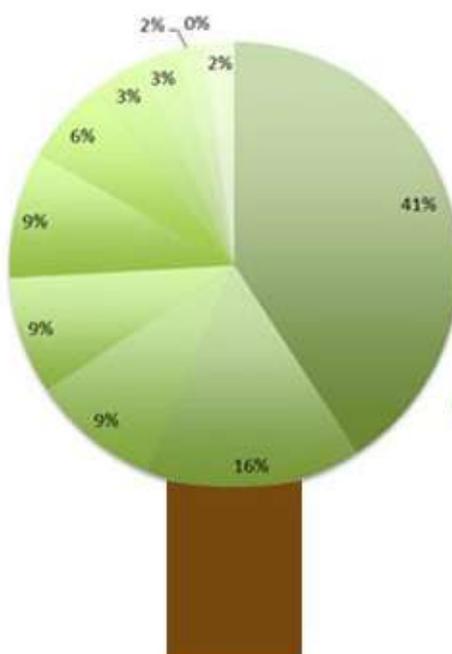
3 <http://www.comune.torino.it/verdepubblico/2015/altrenews15/coltivare-in-citta-raddoppiano-gli-orti-urbani.shtml>

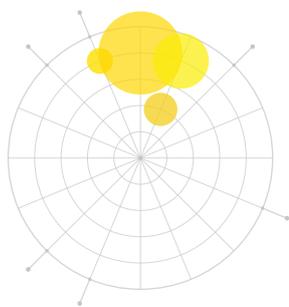
AREE VERDI DEL COMUNE DI TORINO Ripartizione per tipologia



Disponibilità di **verde** nella città di Torino: **24,16 mq/procapite**

- Parchi e grandi giardini
- Verde attrezzato
- Orti urbani e aree agricole
- Giardini scolastici
- Aree di arredo urbano
- Verde cimiteri urbani
- Verde impianti sportivi
- Verde storico
- Verde incolto
- Orti botanici e vivai
- Altro verde





L'industria alimentare e delle bevande

trasformazione
industria alimentare
settori di impresa

Per l'ISTAT, l'industria alimentare comprende l'attività di trasformazione di prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca in alimenti e bevande commestibili per l'uomo o per gli animali, nonché la produzione di prodotti intermedi da non considerare alla stregua dei prodotti alimentari (ad esempio, pellame proveniente dai macelli, pannelli provenienti dalla produzione di olio). In Italia l'industria alimentare rappresenta il secondo settore manifatturiero per fatturato (con 132 miliardi di euro), per produzione industriale (il 13%) e per valore delle esportazioni (29 miliardi di euro) (Dati del Ministero dello Sviluppo Economico, 2015).

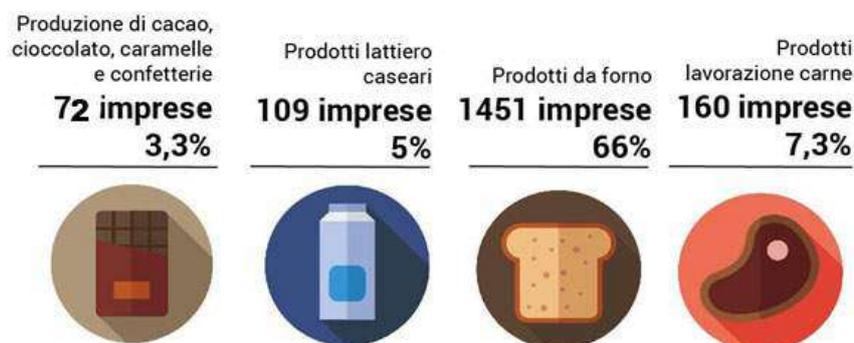
Nella Città Metropolitana di Torino l'alimentare rappresenta il 9% dell'industria totale (con 2.193 imprese attive sulle 24.368 totali).

Il settore che più pesa è quello dei prodotti da forno, con 1.451 imprese (che corrispondono a oltre il 66% delle imprese alimentari) di cui oltre il 70% rappresentato da microimprese artigianali, come le panetterie.

Seguono il settore della carne (160 imprese, 7,3% del totale) e quello lattiero-caseario (109 imprese, 5%). Al quinto posto si trova il settore dedicato alla produzione di cacao, cioccolato, caramelle e confetteria con 72 imprese (3,3%).

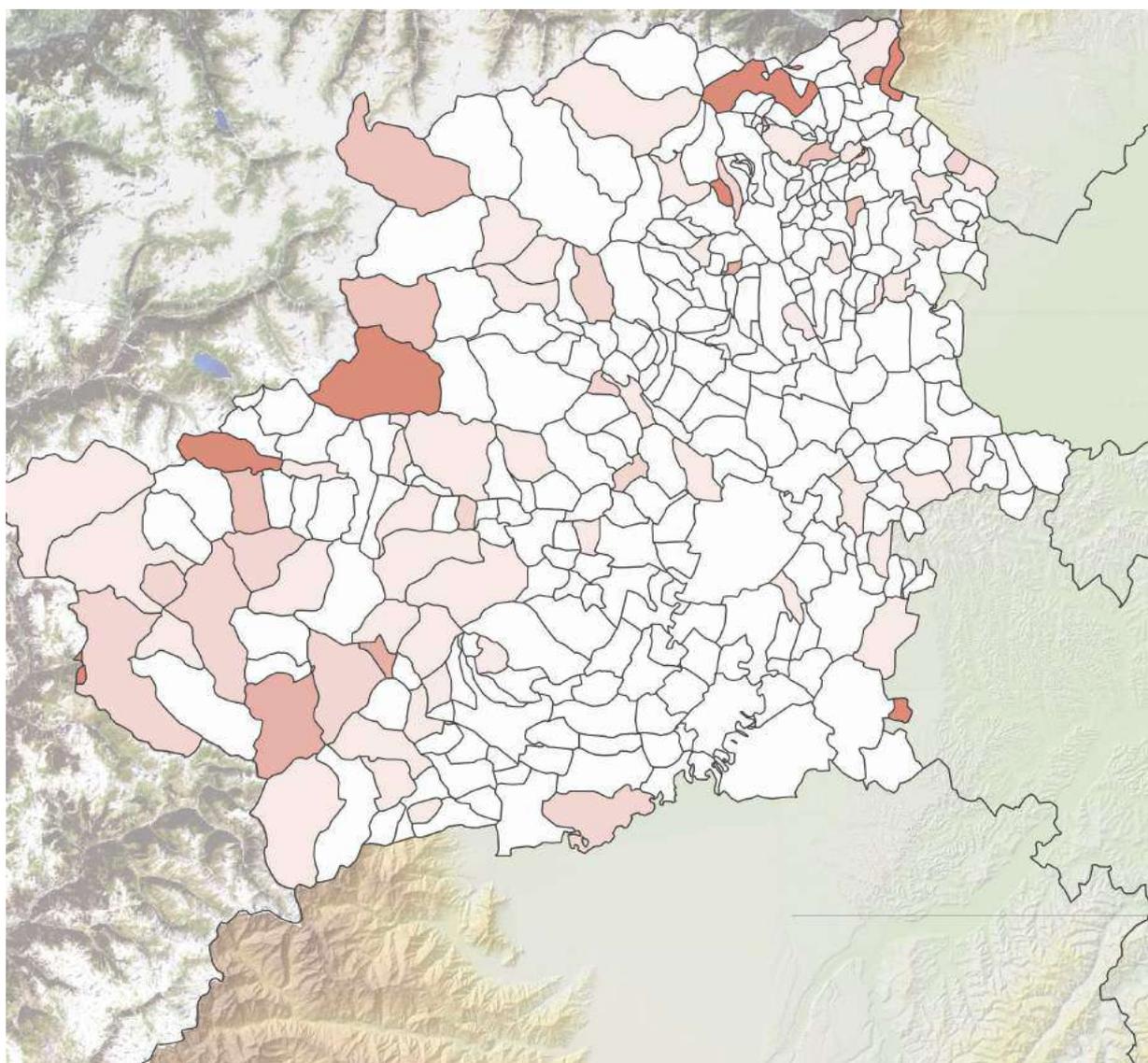
Si tratta perlopiù di microimprese (82,2%) con meno di 5 addetti (1024 unità, che corrispondono al 46,7% del totale). Sono presenti 23 grandi imprese, di cui 13 con più di 500 addetti.

I PRIMI 4 SETTORI DI IMPRESA IN CITTA' METROPOLITANA



Negli ultimi 15 anni il settore è segnato da un trend negativo, con una contrazione del numero di imprese pari al 30%. Calano tre dei quattro settori più consistenti (-20% per i prodotti da forno; -63% per le imprese lattiero-casearie; -12% per le imprese che lavorano la carne). In aumento invece il settore comprendente cacao, cioccolato, caramelle e confetteria, che raddoppia il numero delle imprese (da 36 a 72, + 102%) e il settore della trasformazione del caffè e del tè (da 38 a 57 imprese, +50%). Da segnalare anche la forte crescita del numero di imprese legate alla produzione di birra, che passa da 2 unità, nel 2001 a 35, nel 2016.

Nella città di Torino si concentra quasi il 34% dell'industria alimentare metropolitana. Analogamente ai dati di area vasta la parte più cospicua del settore è rappresentata dalle imprese che producono prodotti da forno, con oltre 594 unità, che rappresentano il 71% del totale; seguito dalla produzione di cacao e cioccolato, che rappresenta il 5% delle imprese alimentari urbane; de dai settori della lavorazione della carne e del caffè, che coprono rispettivamente il 4% e il 3% delle imprese totali. Tra il 2001 e il 2016 l'impresa alimentare si riduce del 35% (passando da 1283 imprese a 834). In particolare il settore dei prodotti da forno perde il 18% (da 725 a 594 imprese) e quello lattiero-caseario si riduce del 70% (passando da 132 a 39 imprese).

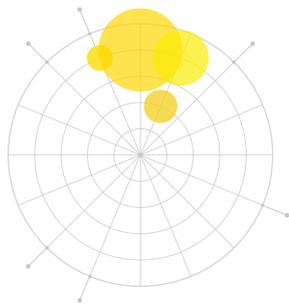


Legenda

Peso dell'industria alimentare e delle bevande sull'industria totale

- 0 - 15 %
- 15 - 30 %
- 30 - 45 %
- 45 - 60 %
- 60 - 75 %
- 75 - 90 %
- > 90 %

*Peso dell'industria alimentare e delle bevande sull'industria totale.
Fonte: dati Camera di Commercio, 2016.*



Giovani imprenditori in ambito agro-alimentare

trasformazione
impresa giovanile
settori di impresa

In Italia, al 2016, le imprese giovanili^[1] registrate rappresentano l'8,3% delle imprese totali. I primi quattro settori di attività per concentrazione sono il commercio (28,6%), le costruzioni (14%), le attività di alloggio e ristorazione (10,3%) e l'agricoltura (8,6%). A livello regionale si ritrovano valori simili, con un'incidenza dell'impresa giovanile sulle imprese totali pari al 7,9% e gli stessi quattro settori di concentrazione: il commercio con il 25,2%, le costruzioni con il 18,2%, l'alloggio e la ristorazione con il 10% e infine l'agricoltura con l'8,9%.

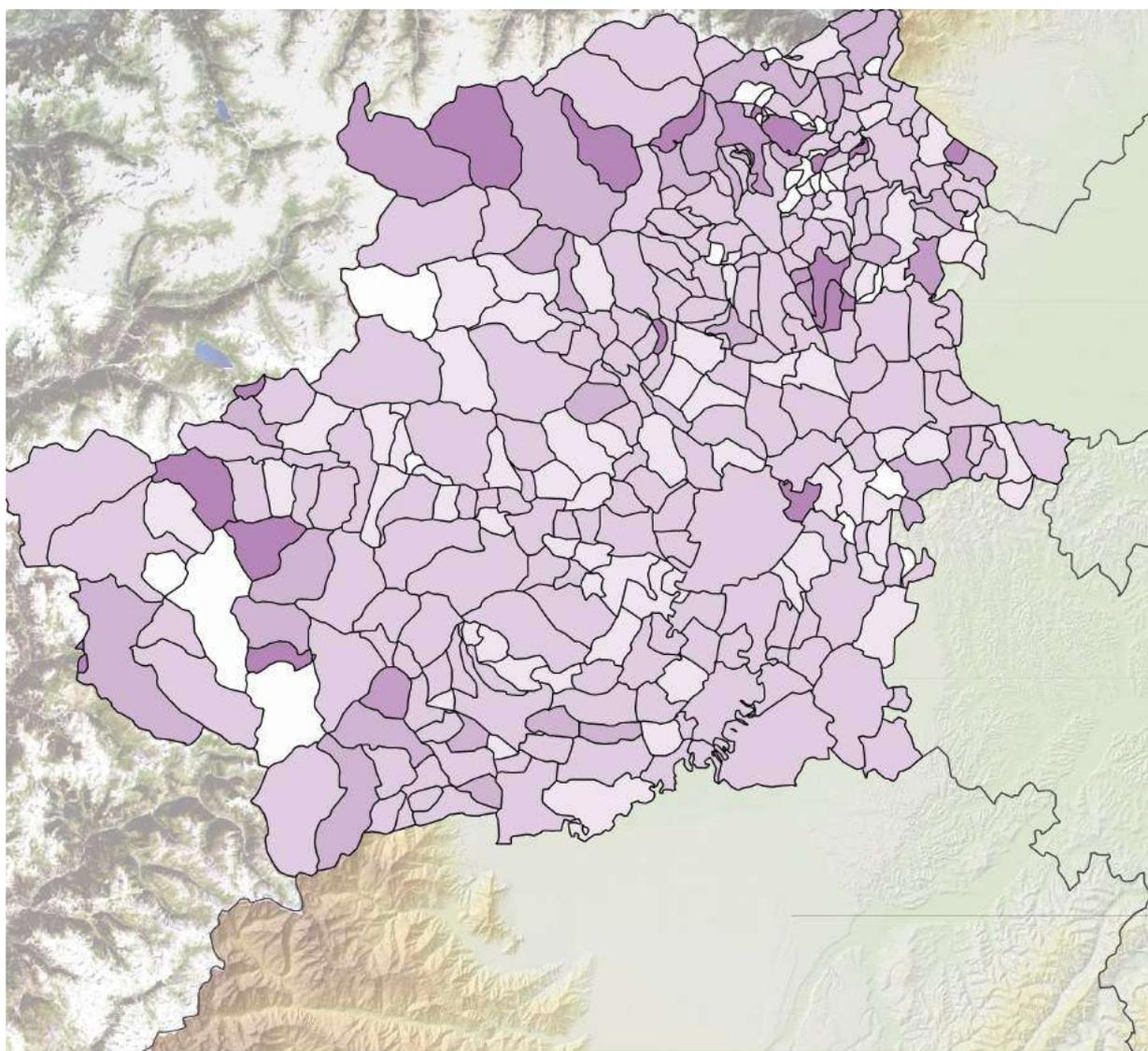
Il territorio metropolitano mostra un'incidenza delle imprese giovanili sulle imprese totali pari alla media nazionale (8,2%) e valori analoghi a quelli sovralocali per i primi tre settori (il commercio con il 27,5%, le costruzioni con il 18,2%, le attività di ristorazione con il 9,9%) mentre l'agricoltura (con il 4,4%) scende al settimo posto, preceduta dalle altre attività di servizio (6,5%), dalla manifattura (5,7%) e dalle imprese non classificate (5,5%).

L'affondo sul comparto agricolo e alimentare rivela una marcata concordanza fra dati nazionali e regionali. In Italia e in Piemonte le imprese giovanili che compongono il sistema alimentare (aziende agricole, industria alimentare e delle bevande, commercio alimentare all'ingrosso e al dettaglio e attività di ristorazione) pesano, sul totale delle imprese giovanili, circa il 25%. Questo vuol dire che un'impresa giovanile su 4 opera all'interno dei più ampi sistemi alimentari nazionali e regionali. La percentuale scende al 19% nel territorio metropolitano, il quale rivela anche alcune differenze per quanto concerne l'articolazione dell'incidenza dei giovani all'interno dei singoli settori.

A livello nazionale e regionale le imprese giovanili che lavorano nelle attività connesse all'agricoltura, alla selvicoltura e alla pesca sono circa il 35,5% delle imprese giovanili totali; nel torinese, invece, l'agricoltura praticata da imprese di giovani scende al 22% delle imprese giovanili. Al contrario, le attività legate all'alloggio e alla ristorazione rappresentano il 48,9% delle imprese giovanili contro 39,1% nazionale e il 34,2% regionale.

Il dettaglio dei singoli settori di imprenditoria giovanile mostra, per quanto concerne le attività agricole (si veda anche la scheda sui giovani e l'agricoltura), una concentrazione delle imprese nell'allevamento e attività associate (38,4%) e nella coltivazione cerealicola (36,7%). L'industria alimentare si caratterizza invece per un'elevata percentuale (circa il 70%) di imprese giovanili legate alla produzione di prodotti da forno e farinacei (pane e prodotti di panetteria). Per quanto attiene il commercio al dettaglio le imprese giovanili si concentrano nella vendita di prodotti da forno, carni e ortofruttili, mentre per quanto riguarda la somministrazione, si concentrano negli esercizi come bar e ristoranti.

1 L'analisi, condotta attraverso le rilevazioni mediante piattaforma Stockview della Camera di Commercio di Torino considera come "giovanili" le imprese la cui partecipazione del controllo e della proprietà sia detenuta in prevalenza da persone di età inferiore ai 35 anni. In generale si considerano giovanili le imprese la cui partecipazione di giovani risulti complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e di cariche amministrative detenute da giovani.

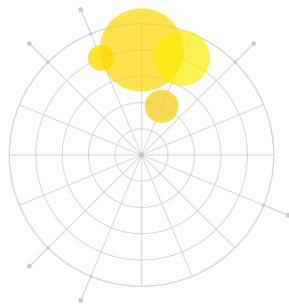


Legenda

Peso delle imprese giovanili agroalimentari
sul totale delle imprese giovanili

- 0 %
- 0 - 25 %
- 25 - 50 %
- 50 - 75 %
- 75 - 99 %
- 100 %

*Propensione dei giovani all'imprenditoria nel settore agro-alimentare.
Fonte: dati Camera di Commercio, 2016.*



Torino, la città dei caffè e del caffè

trasformazione
caffè
torrefazione
caffetterie
bar

Torino è una delle città italiane con più bar e caffetterie per abitante: una ogni 103 nel abitanti (dati CCIAA, 2016). Ma questo primato non è casuale. A Torino il caffè e i caffè hanno da sempre avuto un ruolo di cruciale importanza per il suo sviluppo culturale ed economico.

I primi caffè a Torino iniziarono a sorgere alla fine del 1700. Così come nel resto d'Italia e d'Europa erano luoghi d'élite, dove si discuteva di politica, arte, letteratura. Nei caffè di allora di Torino sappiamo ad esempio che presero forma i movimenti risorgimentali; Crispi convinse la Sinistra Storica ad intervenire in Africa, fu concepita la spedizione in Antartide del 1899.

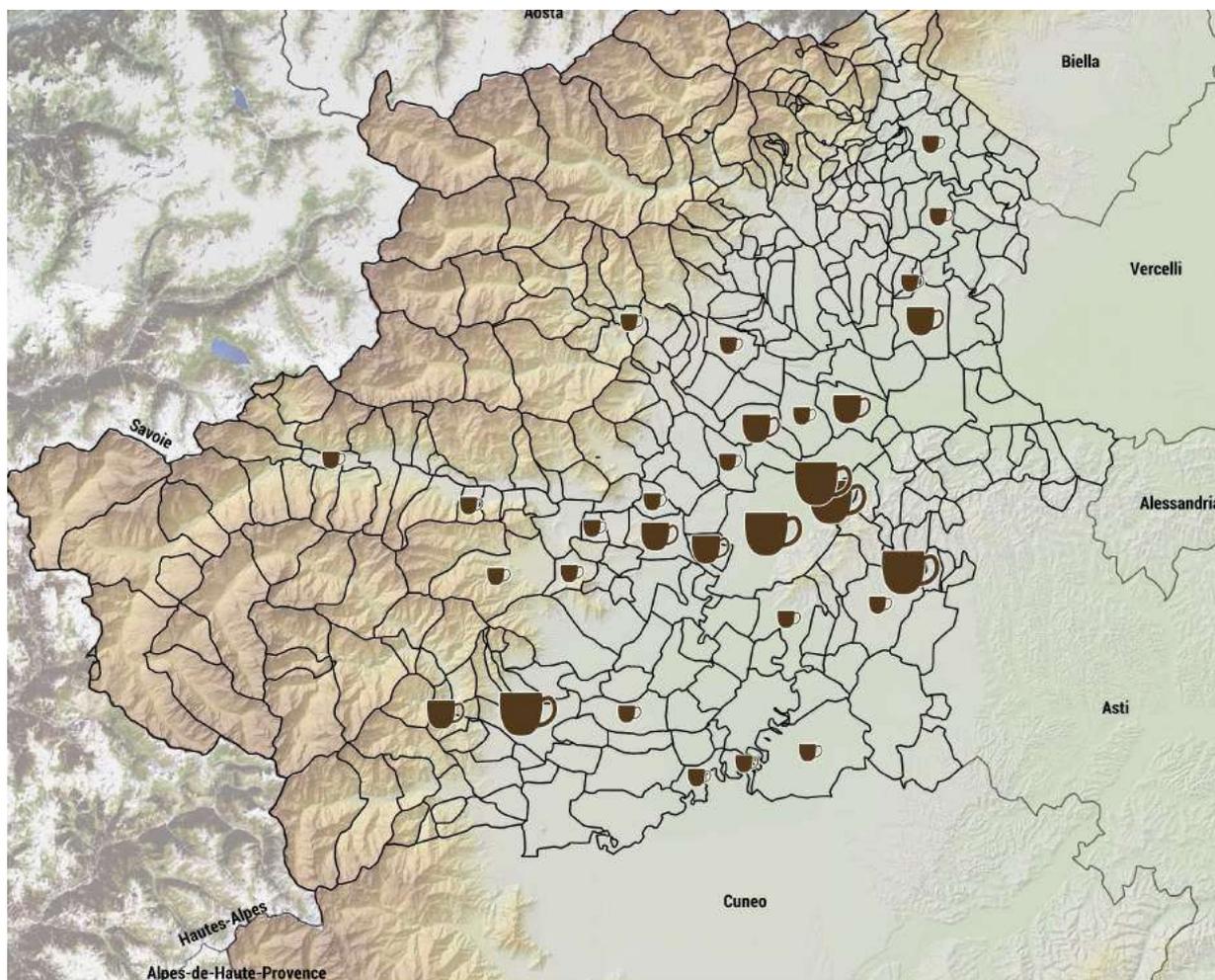
Tuttavia al di là del significato che questo genere di locali ha avuto dal punto di vista storico-culturale, se guardiamo al prodotto che veniva servito, non si trattava ancora di "caffè espresso", ma di una bevanda preparata con il caffè con il metodo dell'infusione (Giuli e Pascucci, 2014)^[1]. Il caffè così come lo intendiamo oggi, arrivò solo con l'avvento delle prime macchine per caffè espresso. Forse non tutti sanno che fu proprio a Torino, nel corso dell'Esposizione Universale del 1884, che fu presentata da Angelo Moriondo, la prima macchina per il caffè, depositata all'ufficio brevetti con la denominazione di "apparecchio a vapore per la confezione economica ed istantanea. Grazie alla capacità di questa macchina di preparare la bevanda nel momento stesso in cui il cliente la ordina, nasce il caffè espresso.

A partire da quel momento e con l'avvento del consumo di massa di tale bevanda promosso anche dall'avvento della Moka negli anni 30 del 900', iniziò a crescere a Torino e nel resto d'Italia un sistema di business ampio e articolato, al cui centro si collocano le imprese di torrefazione, che trasformano la materia prima, il caffè verde, in caffè torrefatto e lo distribuiscono sotto varie forme nei diversi canali.

Solo nella città metropolitana di Torino si contano nell'ultimo trimestre del 2016, 49 imprese della lavorazione del caffè (CCIAA, 2016). Di queste 18 sono localizzate nel Comune di Torino. Per quanto riguarda la localizzazione delle restanti attività di torrefazione si riscontra una concentrazione di attività nel canavese. Si tratta perlopiù di micro e piccole realtà a cui si affiancano realtà imprenditoriali più estese come quelle di Lavazza, Vergnano, Costadoro, Damosso^[2]. Il comparto nel suo complesso dà lavoro a oltre 1800 addetti su un totale nazionale superiore ai 7000 addetti. A questi andrebbero sommate le migliaia di addetti che operano nella filiera del caffè, dai bar, alla ristorazione alla distribuzione automatica.

Al di là dei dati numerici, il caffè riveste per Torino un valore simbolico, poiché ad esso è associato il Bicerin^[3], la storica bevanda a base di caffè, latte e cioccolato, diventata una delle icone gastronomiche della città^[4].

- 1 Giuli M., Pascucci F. (2014), Il ritorno alla competitività dell'espresso italiano. Situazione attuale e prospettive future per le imprese della torrefazione di caffè, Economia e Management, Milano, FrancoAngeli.
- 2 Da dati CCIAA 2016, calcolando il numero di dipendenti attribuito alle imprese con codice ATECO 10.83, in cui è stata esclusa la lavorazione del tè e di altri preparati per infusi.
- 3 In quanto servita in piccoli bicchieri "bicerin" senza manico.
- 4 Il Bicerin sarebbe nato da una rivisitazione della "barbaida", bevanda a base di cioccolata introdotta nell'Ottocento a Milano.



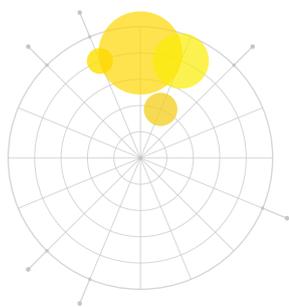
Legenda

Addetti nelle imprese del settore del caffè

-  meno di 10 addetti
-  tra 10 e 50 addetti
-  più di 50 addetti

Localizzazione dei comuni della Città Metropolitana di Torino con aziende che operano nella lavorazione del caffè per classi di addetti.

Fonte: dati Camera di Commercio, 2016.



Il distretto piemontese del cioccolato

trasformazione
cioccolato
produzione
artigianale
gianduja
micro-impresa
piccola-impresa

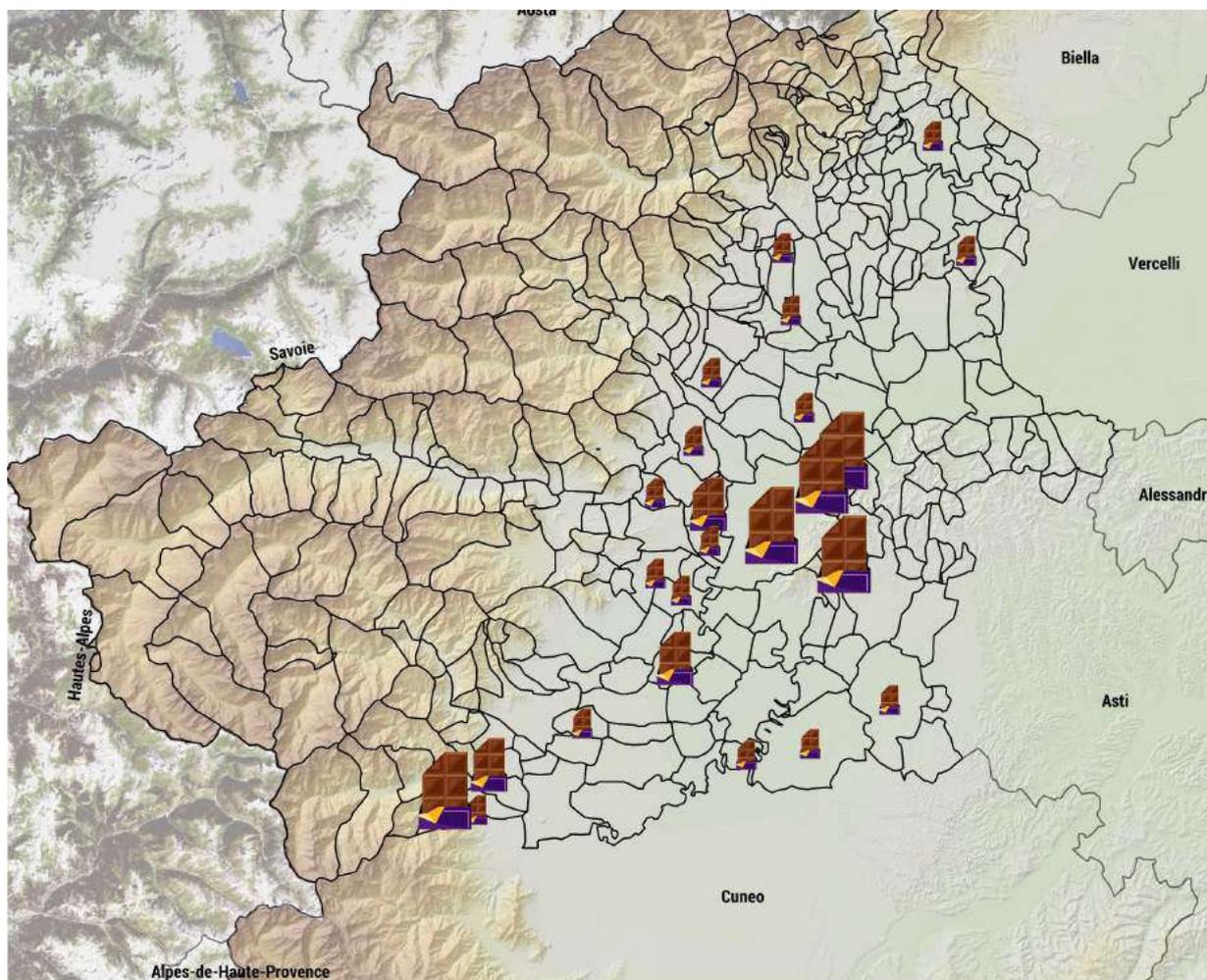
Il cioccolato piemontese, uno dei prodotti tipici più conosciuti del territorio, nasce in contesto caratterizzato da una lunga ed importante tradizione nel settore e da un vivace sistema di imprese artigianali ed industriali, che grazie alla capacità di reinventarsi di fronte alle difficoltà e di riellaborare nuovi gusti e tendenze, hanno saputo reggere alla concorrenza e ad alla crisi economica regionale.

E' il lontano 1559, quando il cacao arriva in Piemonte portato dall'esercito del Duca Emanuele Filiberto di Savoia, allora al servizio di Carlo V, sovrano di Spagna. Furono infatti gli spagnoli, i primi a portare in Europa il cacao dal Messico. Risale al 1678 la prima autorizzazione concessa dalla Casa Reale Sabauda, "a vendere pubblicamente la cioccolata in bevanda"

A Torino, non si può parlare però parlare di cioccolato senza parlare di nocciole. L'incontro tra i due ingredienti nasce dalla necessità di sostituire le nocciole, prodotto ampiamente disponibile localmente, al cacao, divenuto troppo costoso a causa del blocco ordinato da Napoleone nel 1806 sui prodotti provenienti dalla Gran Bretagna e dalle sue colonie. Unione, che, nata per far fronte ad un'esigenza, ha mostrato con il gianduja, tutta l'affinità esistente fra queste due materie prime. Fu dopo la metà dell'Ottocento che si impiantarono i primi laboratori di produzione del cioccolato. Alcuni di questi, come la Caffarel, sono ancora tutt'oggi attivi. La produzione progressivamente diventa rilevante anche da punto di vista industriale con un assortimento di gianduiotti, cremini, praline, uova pasquali e creme.

Oggi il distretto piemontese del cioccolato si configura come il maggior centro italiano di lavorazione del cioccolato con una produzione di 85.000 tonnellate, pari a quasi il 40% del totale nazionale. Solo nella città metropolitana di Torino si contano nell'ultimo trimestre del 2016, 72 imprese della lavorazione del cioccolato, pari al 66% del totale piemontese. La localizzazione delle imprese della produzione di cioccolato è soprattutto Torino-centrica: 44 nel Comune di Torino e 14 nella prima cintura. Si tratta perlopiù di micro e piccole imprese (48 microimprese, 18 piccole imprese, 3 medie e 3 grandi imprese oltre i 100 addetti). La produzione di cioccolato conta un totale di oltre 1500 addetti. Per il 2017 si prevede una flessione del numero totale degli addetti nella filiera del cioccolato nella città metropolitana a causa dello spostamento del centro direzionale della Ferrero da Pino Torinese ad Alba, con un trasferimento di circa 300 unità di personale.

Dal 2003, nelle strade di Torino a novembre, si svolge CioccolaTo', la manifestazione fieristica dedicata al cioccolato a cui prendono parte i più importanti operatori nel settore a livello nazionale, con un'attenzione particolare alla tradizione cioccolatiera piemontese.



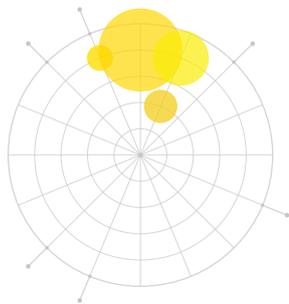
Legenda

Addetti per comune nelle imprese di trasformazione del cacao

-  meno di 50 addetti
-  tra 50 e 250 addetti
-  più di 250 addetti

Localizzazione dei comuni della Città Metropolitana di Torino con aziende produttrici di cacao e cioccolato per classi di addetti.

Fonte: dati: Camera di Commercio, 2016.



Vini Metropolitani

trasformazione
vino
produzione
viticoltura
paesaggio

Seppur meno rilevante dal punto di vista quantitativo e celebrato rispetto a quanto avvenga nelle aree limitrofe di Langhe, Monferrato e Roero, il settore vitivinicolo torinese è significativo soprattutto in termini di qualità delle produzioni e ruolo strategico nelle dinamiche di valorizzazione delle risorse territoriali e paesaggistiche di alcuni territori.

Allo stato attuale (dati Anagrafe Agricola, 2016), le aziende vitivinicole attive nel territorio della Città metropolitana sono 2184, le cui coltivazioni si estendono per una superficie di poco superiore ai 1000 ha, testimoniando la ridottissima superficie media coltivata da ciascuna azienda impegnata nel settore (meno di 0,5 ha). I vitigni (da vino) più rappresentati sono Barbera (261 ha), Erbaluce (232 ha) e Freisa (165 ha).

La distribuzione della superficie vitata è naturalmente coerente con le caratteristiche morfologiche e climatiche dei territori, con le maggiori concentrazioni localizzate nei comuni del Canavese, della collina Chierese e del Pinerolese.

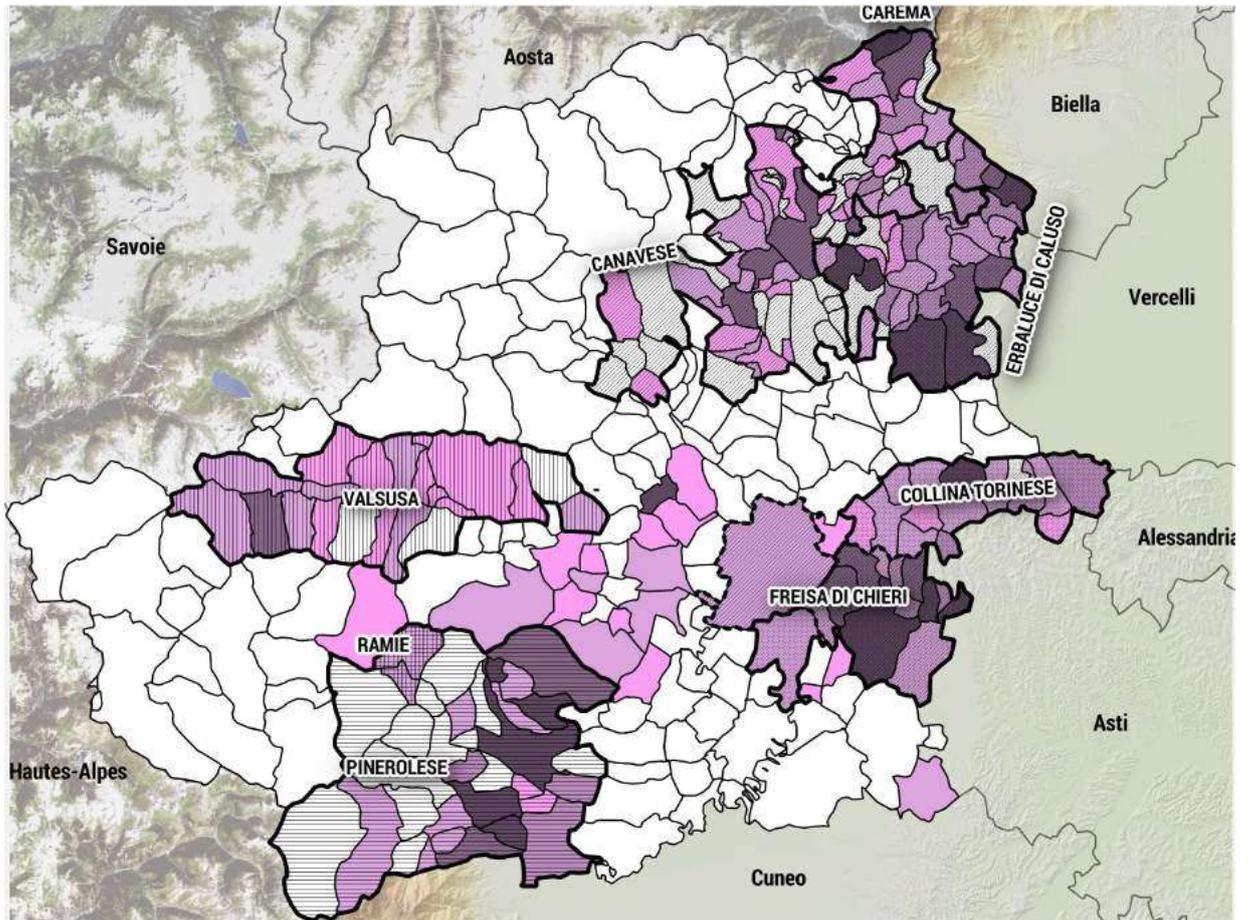
All'interno dei confini del territorio della Città metropolitana sono presenti le perimetrazioni di otto riconoscimenti DOC, in parte sovrapposti, distribuiti nelle tre principali aree vitivinicole dell'ex provincia: Valsusa, Pinerolese e Ramie, nella fascia montana e pedemontana occidentale; Canavese, Erbaluce di Caluso e Carema nell'area collinare e montana del Canavese; Freisa di Chieri e Collina Torinese, nella fascia collinare al confine col Monferrato.

Oltre all'importanza economica all'interno del settore agroalimentare, la produzione vitivinicola riveste un ruolo di grande rilevanza in progetti di valorizzazione e conservazione del paesaggio e di definizione di modelli di fruizione turistica legata alla valorizzazione dei prodotti locali.

Il progetto Strada Reale dei Vini Torinesi è ad esempio alla base di un tentativo di valorizzazione e messa in rete di produttori di vino, amministratori locali e operatori turistici delle aree maggiormente vocate alla vitivinicoltura, anche grazie all'individuazione di percorsi specifici per la fruizione del territorio.

La produzione di vino è al centro anche di importanti progetti di recupero del paesaggio rurale e di antiche varietà di vitigno, in particolare in ambito montano, grazie ad azioni come il recupero dei terrazzamenti della media Valsusa e alla coltivazione dell'Avanà; dei versanti terrazzati intorno a Pomaretto e al recupero del Ramie; o al recupero dei tradizionali topion (muretti a secco e colonne in pietra a sostegno dei vigneti) del Canavese, in particolare intorno a Carema.

Un caso di particolare valore simbolico per un percorso di recupero delle connessioni tra città e produzione agricola è il progetto di recupero del vigneto urbano di Villa della Regina, a Torino, uno dei pochi nel suo genere in Europa.



Legenda

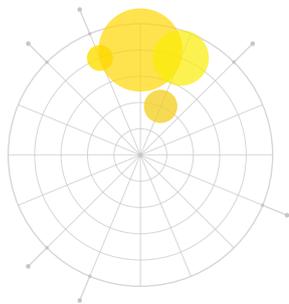
-  DOC_Ramie
-  DOC_Pinerolese
-  DOC_Canavese
-  DOC_Erbaluce
-  DOC_Carema
-  DOC_Freisa
-  DOC_Collina_Torinese
-  DOC_Valsusa

vino

superficie vitata

-  nessuna superficie vitata
-  meno di 1 ha
-  tra 1 e 5 ha
-  tra 5 e 10 ha
-  tra 10 e 20 ha
-  oltre 20 ha

Distribuzione della superficie vitata e perimetrazione degli areali DOC. Fonte: Regione Piemonte



Arca del gusto e Presidi Slow Food: la salvaguardia di filiere locali a rischio di estinzione

trasformazione
cioccolato
produzione artigianale
gianduja
micro-impresa
piccola-impresa

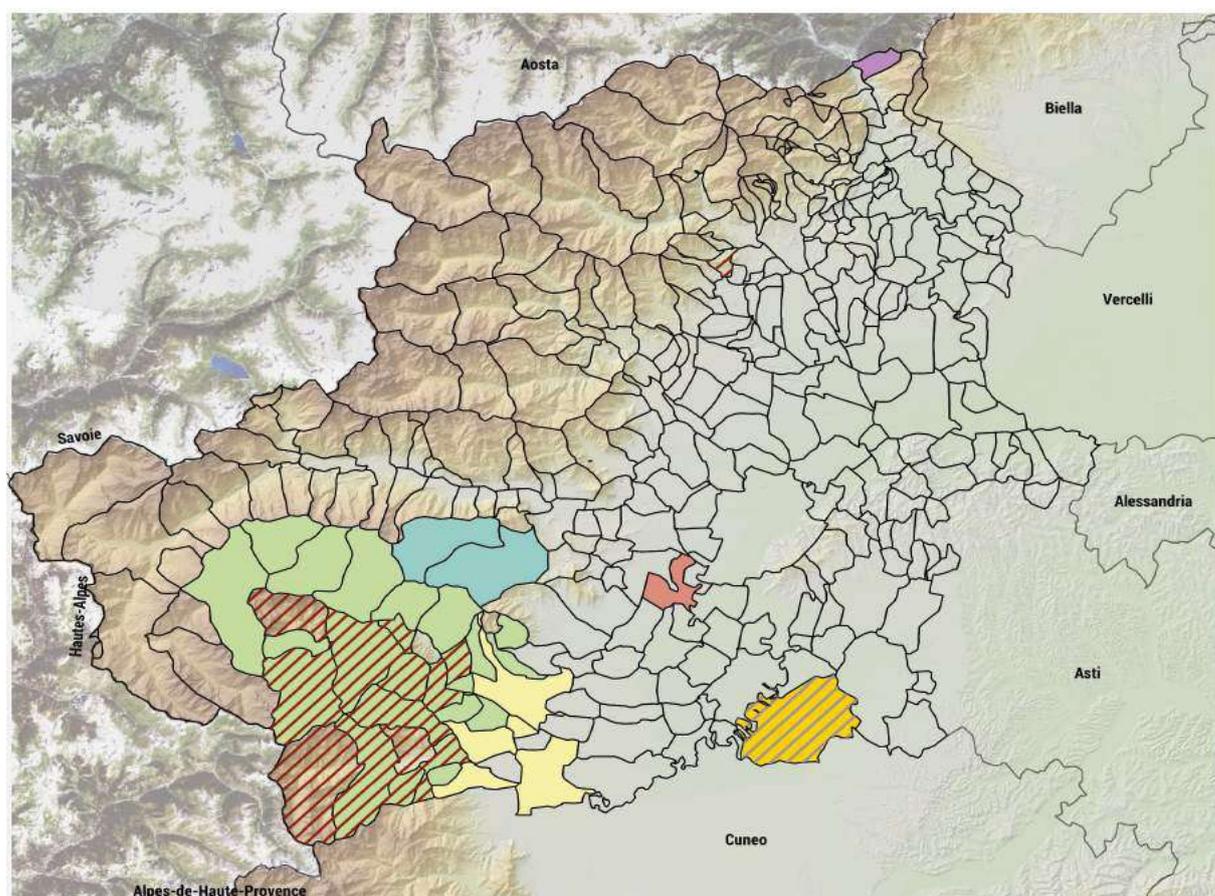
Arca del Gusto e Presidi sono due progettualità realizzate dalla Fondazione per la Biodiversità Onlus, il braccio operativo dell'Associazione Internazionale Slow Food per lo sviluppo di azioni per la tutela della biodiversità e la valorizzazione delle piccole produzioni locali in tutto il mondo. L'Arca del Gusto rappresenta un'ideale imbarcazione-rifugio che viaggia per il mondo in soccorso delle piccole produzioni di eccellenza gastronomiche minacciate dall'agricoltura industriale, il degrado ambientale e l'omologazione. Il progetto nato nel 1996, cerca, cataloga e segnala sapori che devono essere salvati da situazioni di rischio, ma che al contempo sono ancora vivi e hanno concrete potenzialità. La Commissione Scientifica dell'Arca valuta salumi, formaggi, cereali, ecotipi vegetali e razze locali attraverso precisi criteri di selezione: l'eccellenza gastronomica, il legame con il territorio, l'artigianalità e il rischio di estinzione. Oggi l'Arca del Gusto ospita più di 4389 prodotti in 162 paesi.

I Presidi nascono nel 1999 per sostenere le produzioni locali a rischio di estinzione, proteggere regioni ed ecosistemi unici, recuperare tecniche di lavorazione tradizionali, salvaguardare razze animali e varietà vegetali autoctone. Il progetto rappresenta la naturale emanazione dell'Arca del Gusto, ma rispetto a quest'ultimo coinvolge direttamente i produttori nella valorizzazione dei prodotti, offrendo assistenza tecnica per migliorare la qualità, organizzando scambi fra diversi paesi, promuovendo non solo i prodotti, ma anche i loro territori, individuando nuovi canali di distribuzione (a livello locale e internazionale). Fino a oggi sono stati creati oltre 500 Presidi in tutto il mondo, coinvolgendo più di 13.000 piccoli produttori.

Nel territorio della Città Metropolitana di Torino, 20 sono i prodotti entrati a bordo dell'Arca del Gusto, tra cui la Mela Calvilla Bianca e Rossa, la Mela Dominici, la Mela Magnana, la Mela Runsè, il Peperone Corno di Bue di Carmagnola, il Peperone Tumaticot, il Sedano Rosso di Orbassano, il Brut di Villareggia, il Cavolfiore di Moncalieri, la Motsetta, il Murianengo, la Pecora Savoiarda, la Piattella Canavesa di Cortereggi, il Pom Matan, il Ravanello Tabasso, il Rebruchon, il Salignun, la Toma del Lait Brusc, Toma di Balme, il Vitigno Baratuciat.

I prodotti coinvolti nel progetto dei Presidi sono 9. Qui di seguito ne viene fornito un elenco con l'indicazione delle aree di produzione interne alla città Metropolitana di Torino:

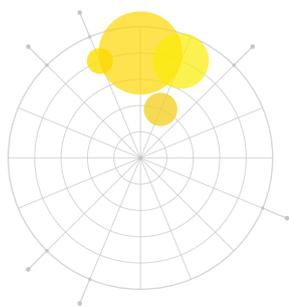
- Antiche Mele Piemontesi nei Comuni di Bibiana, Pinerolo, Cavour, Bricherasio, Osasco;
- Vino Carema nell'omonimo comune;
- Cevrin di Coazze nei comuni di Coazze e Giaveno in Val Sangone;
- Coniglio Grigio di Carmagnola nel Comune di Carmagnola e nelle aree limitrofe;
- Mustardela delle Valli Valdesi in Val Pellice, Val Chisone e Val Germanasca;
- Peperone Corno di Bue di Carmagnola nell'omonimo comune e limitrofi;
- Piattella Canavesa di Cortereggi nel Comune di San Giorgio Canavese;
- Saras del Fen in Val Pellice, Chisone e Germanasca;
- Sedano rosso di Orbassano nell'omonimo Comune.



Legenda

-  Mustardela delle Valli Valdesi
-  Coniglio grigio di Carmagnola
-  Peperone corno di bue di Carmagnola
-  Antiche mele piemontesi
-  Vino Carema
-  Cevrin di Coazze
-  Sedano rosso di Orbassano
-  Seras del fen

*Comuni del Torinese nei quali sono presenti le aree di produzione dei Presidi Slow Food.
Fonte: Fondazione Slow Food per la Biodiversità, 2017.*



I maestri del gusto: un viaggio alla scoperta dell'enogastronomia torinese

trasformazione
eccellenza
camera di commercio
artigiani
produttori
commercianti
Slow Food
enogastronomia

“Maestri del Gusto di Torino e provincia” nasce nel 2002 su iniziativa della Camera di commercio di Torino, che con il suo Laboratorio Chimico e con la collaborazione e Slow Food, promuovono un progetto per valorizzare la tradizione e l'eccellenza agroalimentare torinese e al contempo accompagnare i cittadini verso consumi più consapevoli.

Per essere riconosciuti come tali è necessario essere sottoposti ad una valutazione in cui sono prese in considerazione la “torinesità”, gli aspetti igienico sanitari e il gusto del prodotto candidato. Il progetto è rivolto alle attività agroalimentari medio-piccole e piccole della provincia di Torino, siano esse aziende agricole, commerciali o artigianali. La partecipazione per le aziende è gratuita.

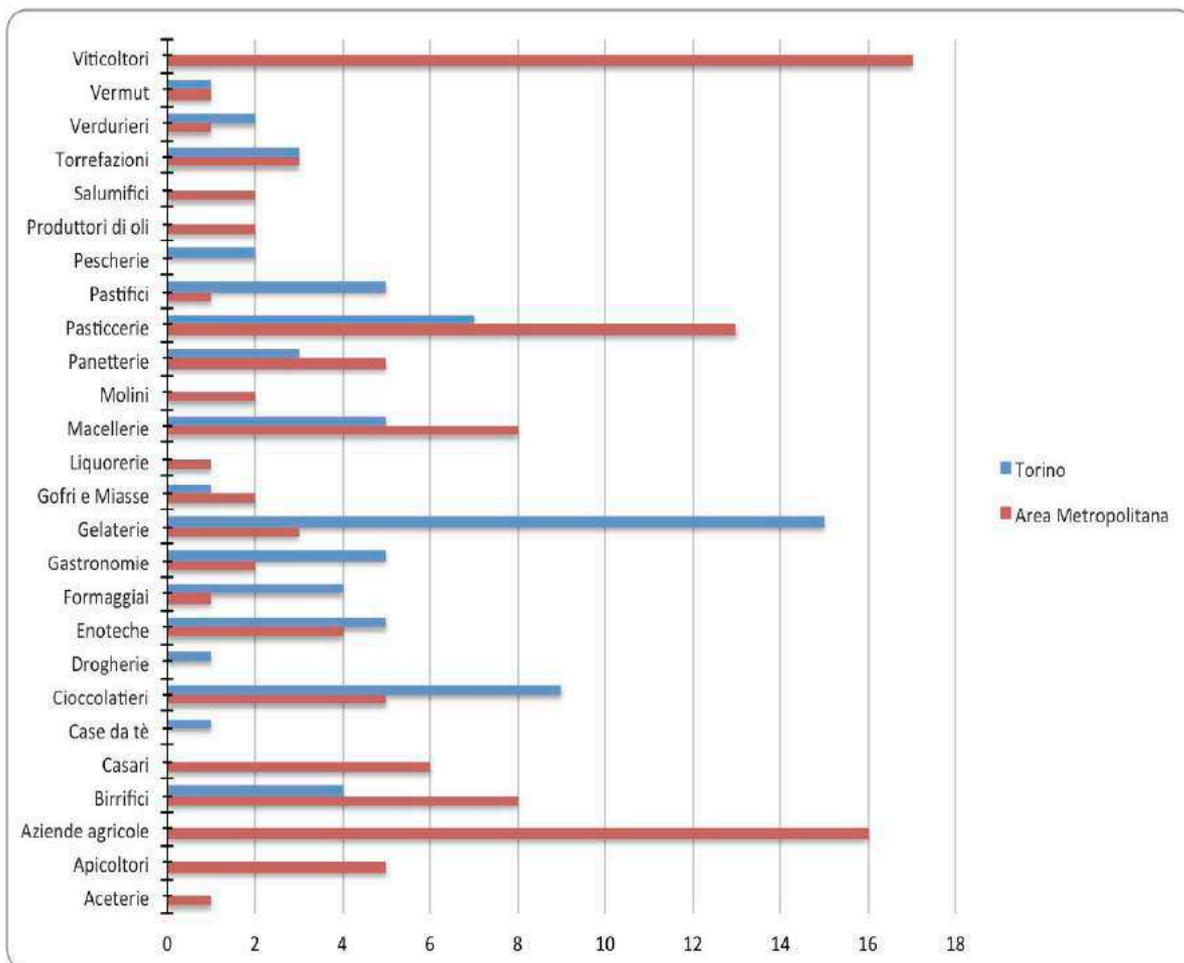
Dalla prima edizione i Maestri sono cresciuti di numero a un ritmo di oltre il 30% l'anno e oggi con la settima edizione dell'iniziativa sono arrivati a quota 182. Crescita che racconta un territorio che, grazie alla dedizione e all'impegno dei propri protagonisti mostra sempre di più di credere nella propria attitudine gastronomica e nel valore culturale delle proprie tradizioni. I Maestri del Gusto sono rappresentati nell'edizione 2016 (valevole per il biennio 2017/2018) da 26 categorie che vanno dalla viticoltura ai birrifici, dai formaggi alla carne di filiera certificata, dalle gastronomie ai pasticci, dalle pescherie alle aziende agricole, dalla pasticceria tradizionale al cioccolato^[1].

La distribuzione territoriale delle attività evidenzia la presenza nel territorio torinese, così come già rilevato in altre schede di approfondimento tematico dell'Atlante, evidenzia la presenza, “*di due anime che trovano molteplici argomenti di dialogo e confronto. La prima, quella urbana, la ritroviamo nei tanti negozi cittadini, nelle botteghe storiche, sui banchi dei mercati. Ed è un'anima interessata a portare avanti più discorsi contemporaneamente: la promozione della piemontesità nella proposta delle preparazioni e delle ricette più classiche; l'integrazione di elementi estranei a quest'ultima, che supportano l'idea di una realtà in movimento costante, fiera della propria identità e al contempo disposta ad arricchirla e a contaminarla; la volontà di creare, inventare, sperimentare che, probabilmente, deve molto ai tanti giovani che stanno intraprendendo nuove attività, forti anche della loro freschezza di idee; la selezione sempre più attenta delle materie prime da utilizzare, reperite quando è possibile nel raggio di pochi chilometri, a dimostrazione di un rapporto proficuo con la campagna vicina. La seconda, invece, è quella che si esprime nelle aree rurali circostanti alla città, nelle zone collinari o nelle vallate, con un contatto diretto con la terra. È un'anima che si arricchisce di anno in anno, grazie alle tante fattorie e cascine che lavorano nel rispetto dell'ambiente, preservando il paesaggio, la biodiversità e la fertilità del suolo, mettendo sempre più in relazione la produzione alimentare ed energetica, attente al benessere animale, coraggiose nella volontà di recuperare “antichi” mestieri o tecniche produttive^[2]”.*

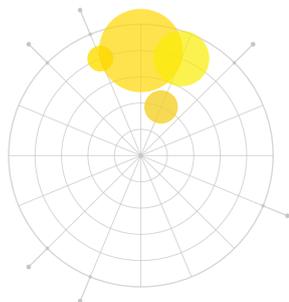
L'attività di diffusione realizzata dal 2002, attraverso campagne di comunicazione, degustazioni, iniziative promozionali, ha permesso di sviluppare nel consumatore una maggiore riflessione di temi complessi quali la qualità e l'eccellenza alimentare contribuendo così a diffondere una cultura del cibo e un'educazione alimentare maggiormente consapevole.

1 <http://www.maestridelgustotorino.com/>

2 Petrini C. (2014), Le anime del territorio in Camera di commercio industria artigianato e agricoltura di Torino, Maestri del Gusto Torino e Provincia 2013/2014, p.14-15.



Distribuzione per categoria dei 182 Maestri del Gusto tra Torino e Area Metropolitana.
 Fonte: <http://www.maestridelgustotorino.com/>.



La distribuzione di marchi e prodotti agroalimentari di qualità

trasformazione
marchi
qualità
distribuzione

Nell'ambito del progetto T.A.P. – Territori Alpini Piemontesi, portato avanti dall'Istituto SiTI nel 2016 e incentrato sul tema delle aree montane con l'obiettivo di individuarne le criticità esistenti e di proporre soluzioni atte a rivitalizzare i territori interni e a invertirne il processo di marginalizzazione in atto, è stato condotto un approfondimento sull'economia agroalimentare della Regione Piemonte.

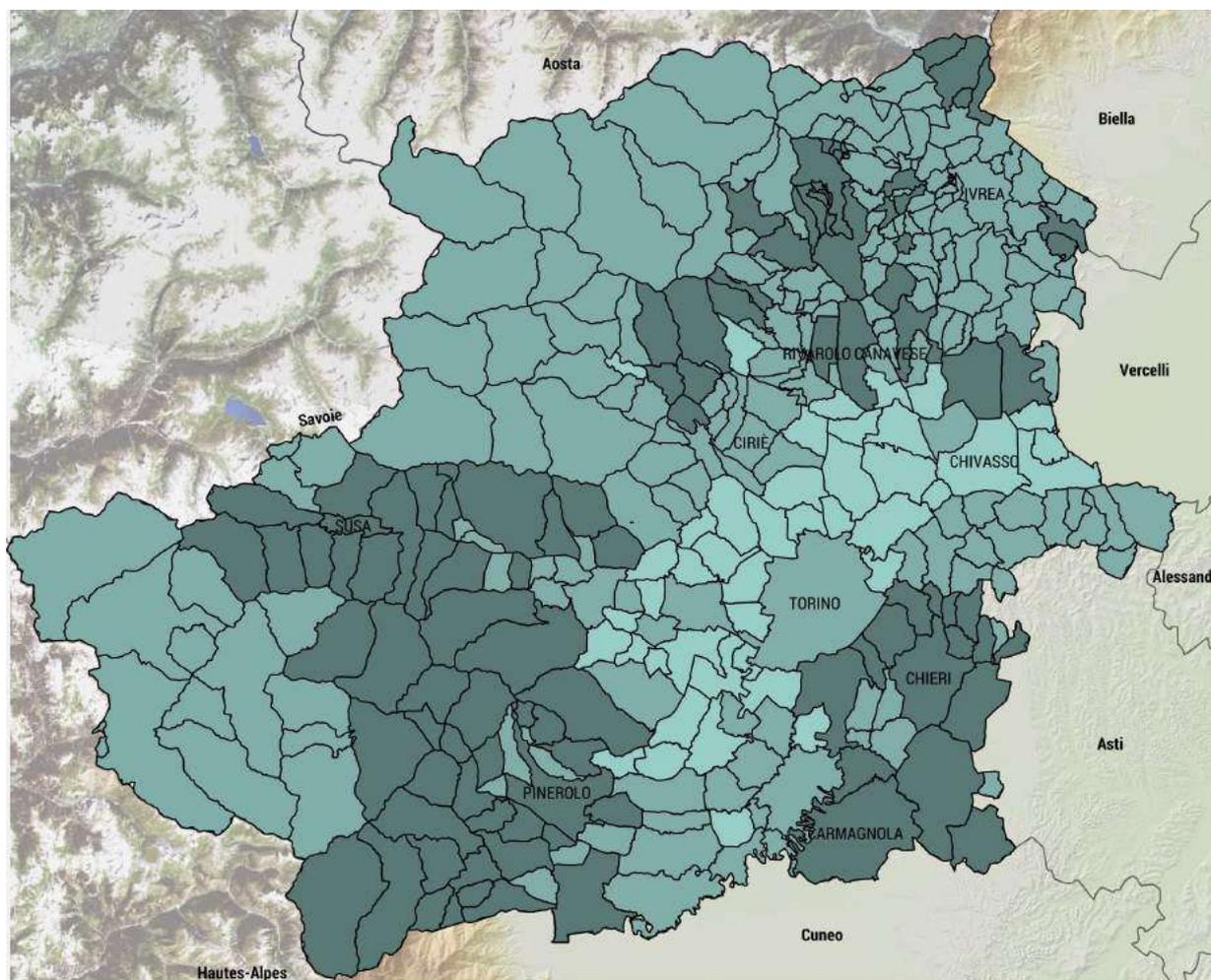
I risultati principali di questa attività sono stati il censimento di tutti i marchi di qualità dei prodotti agroalimentari diffusi sul territorio a cui è seguita la creazione di un database riepilogativo di tutte le informazioni reperite e l'individuazione, mediante singole cartografie, della distribuzione spaziale di marchi e prodotti a livello comunale in modo tale da indagare le ricadute di queste certificazioni sull'economia del territorio.

I risultati di questo lavoro hanno portato alle seguenti considerazioni:

- La produzione di qualità certificata tramite un marchio si concentra maggiormente nelle aree montuose/collinari del territorio provinciale, mentre le aree di pianura, dove si registrano le grandi produzioni agricole, ne sono meno dotate.
- La valli (Susa, Pinerolese e Canavese) sono in assoluto quelle caratterizzate dalla maggioranza di prodotti riconosciuti e da marchi di qualità, accompagnate dalla collina torinese.
- La distribuzione dei marchi di vino (DOC e DOCG) si registra maggiormente nei Comuni delle valli prima menzionate (soprattutto il Canavese ed Ivrea-Caluso).
- L'analisi e il calcolo della densità di prodotti in rapporto al numero di occupati nel settore agricolo permette di comprendere ancor meglio la qualità delle aree montuose, poiché si riscontra un valore prossimo a 1 o superiore in tutto l'arco alpino del territorio metropolitano.
- Analizzando invece il numero assoluto di occupati nel settore agricolo al 2010 (censimento agricoltura), si registra un valore di occupati nelle aree di montagna molto inferiore rispetto ai comuni di pianura; una dinamica esattamente contraria a quella di marchi e prodotti.

In generale quindi emerge come lo sviluppo economico agricolo e l'occupazione agricola caratterizzino maggiormente i Comuni di pianura, mentre il numero di marchi e di prodotti a marchio di qualità siano molto più concentrati nelle zone montuose. Unica eccezione è rappresentata dalla collina torinese. Purtroppo emerge una dinamica duale: nei comuni di montagna risultano presenti molti prodotti con marchio di qualità, ma questo dato non è rispecchiato nell'andamento del tasso di occupazione, che risulta viceversa molto basso. Da queste considerazioni si è giunti alla conclusione che nel territorio metropolitano di Torino, ma anche in Regione Piemonte, l'elevatissimo numero di prodotti con marchio e la grande quantità di prodotti diversi ha portato purtroppo a sminuire il significato e l'efficacia della valorizzazione stessa attraverso lo strumento del marchio di qualità. Di conseguenza si può affermare che gli investimenti per l'istituzione dei marchi e il marketing per la diffusione di tali certificazioni non hanno avuto grandi ricadute in termini di occupazione sul territorio (particolarmente evidente è il caso della Val di Susa).

Scheda a cura di SiTI - Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione (Arch. Stefano Fraire e Dott. Giulia Pacini).

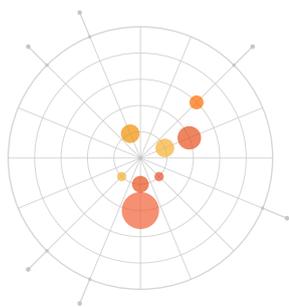


Legenda

Numero di prodotti tipici riconosciuti per comune

- meno di 10 prodotti
- tra 11 e 15 prodotti
- tra 16 e 20 prodotti
- più di 20 prodotti

Numero di prodotti riconosciuti per comune	Provenienza			
	Locale	Italia	Europa	Extra-UE
Agrumi //	22	22	8	
Frutta Secca	8	27	25	40



Accessibilità alimentare

distribuzione
food security
food desert
negozi di vicinato
GDO
mercati

Il tema dell'accessibilità al cibo è strettamente connesso alla questione della sicurezza alimentare, intesa come la possibilità di assicurare a tutte le persone in ogni momento una quantità di cibo sufficiente, sicuro e nutriente per soddisfare le proprie esigenze dietetiche e le preferenze alimentari per una vita attiva e sana^[1]. Fra i diversi fattori che garantiscono l'accesso al cibo c'è evidentemente la diffusione sul territorio di esercizi per l'acquisto di prodotti alimentari, in particolare di prodotti sani e freschi.

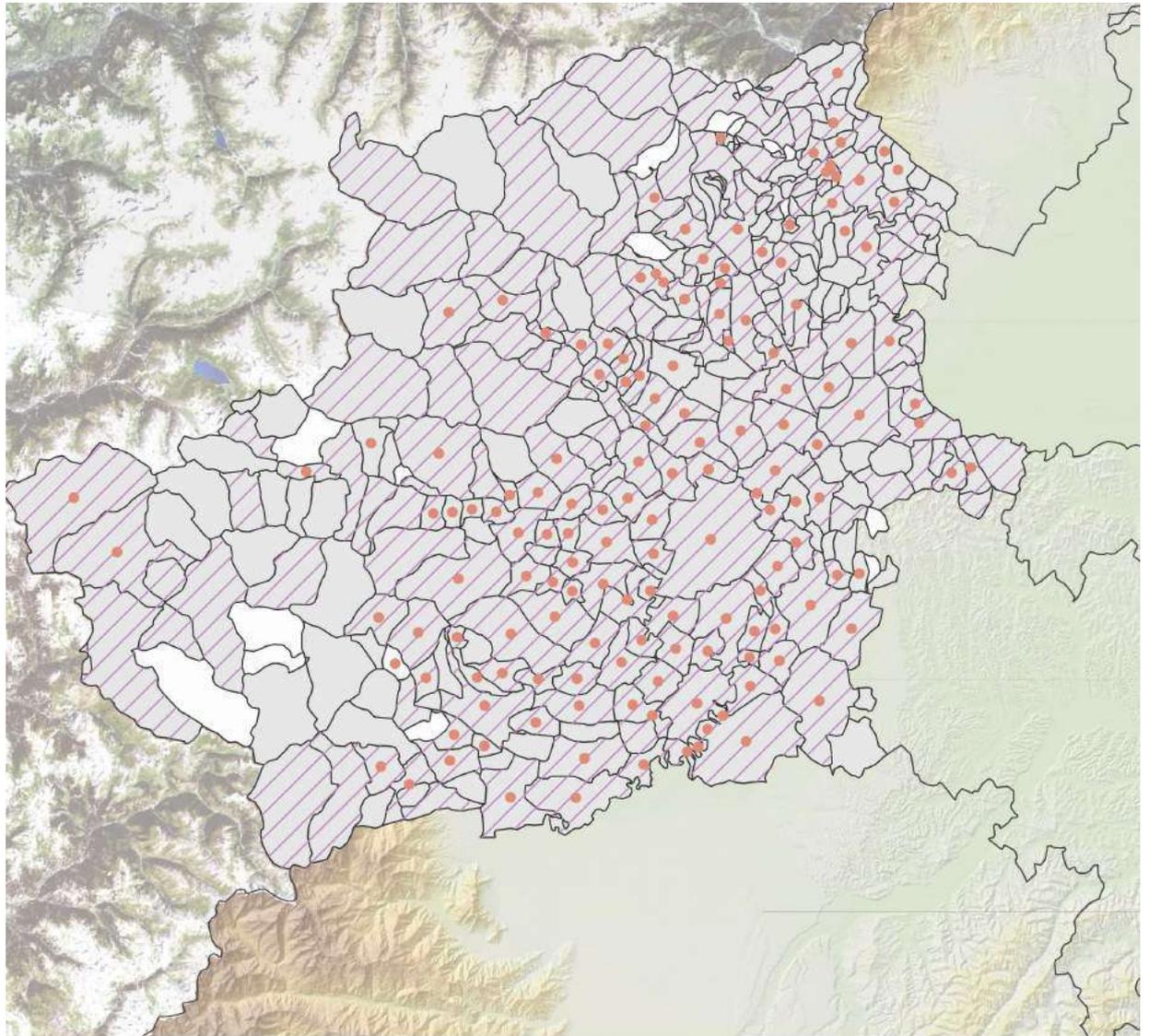
Se escludiamo le reti alimentari alternative (GAS, vendita diretta in cascina) e acquisto on line, i consumatori possono acquistare cibo in tre diverse tipologie commerciali: gli esercizi di vicinato, la Grande Distribuzione Organizzata e i mercati. In valori assoluti, nel 2015, i negozi alimentari e mistidi vicinato, in Città Metropolitana raggiungono le 8.811 unità. Per quanto concerne la GDO, il cibo viene commercializzato in strutture a localizzazione singola e centri commerciali. Le prime possono essere specificatamente alimentari, o miste, e possono essere medie o grandi (a seconda della superficie e in relazione alla popolazione comunale. Nel territorio vi sono 31 strutture medie alimentari, 583 miste, 17 grandi (sempre miste), 55 centri commerciali medi e 57 grandi. I mercati ambulanti sono 363, per un totale di 17.093 banchi e 74 posteggi singoli (dati Regione Piemonte, 2015).

Per quanto concerne la loro distribuzione quasi il 96% dei comuni della Città Metropolitana di Torino presenta almeno una di queste tre tipologie.

Il restante 4%, ossia 12 comuni, è invece totalmente sprovvisto di esercizi commerciali dove acquistare prodotti alimentari. Si tratta, ovviamente, di una minima parte della popolazione metropolitana (lo 0,8% al 2015) ma già solo per gli anziani di questi comuni, che rappresentano in media il 25% degli abitanti, questo dato si può tradurre in un minor accesso al cibo. In questi casi si può parlare di rural food desert, ossia di aree rurali caratterizzate da una rarefazione di luoghi in cui acquistare prodotti alimentari sani e freschi. Analogamente, l'osservazione di come si distribuiscono gli esercizi commerciali alimentari nelle principali città permette di verificare la presenza o meno di food desert di tipo urbano, fenomeno particolarmente presente in alcune aree del Nord America e meno significativo in paesi come l'Italia, in cui sia il tessuto al dettaglio, sia soprattutto i mercati rionali (quotidiani o settimanali) sono diffusi e garantiscono l'approvvigionamento di prodotti freschi. Per una mappatura a scala regionale dei comuni a rischio di desertificazione alimentare si veda anche il Report sul commercio in Piemonte del 2015^[2], curato dal Settore Commercio e Terziario dell'Osservatorio Regionale del Commercio.

1 FAO (1996), Rome Declaration on World Food Security. Per maggiori informazioni si veda il sito della <http://www.fao.org/docrep/003/w3613e/w3613e00.htm>

2 Assessorato alle Attività Produttive della Regione Piemonte (2016), Report sul commercio in Piemonte 2015, Regione Piemonte. Scaricabile all'indirizzo <http://www.regione.piemonte.it/commercio/ossCommercio.htm>



Legenda

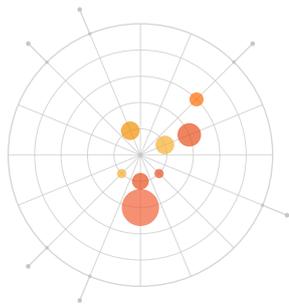
Localizzazione elementi del sistema distributivo

● Centri commerciali

▨ Mercati

■ Negozi

*Presenza di elementi del sistema distributivo (centri commerciali, mercati, negozi alimentari) in Città Metropolitana
Fonte: dati Assessorato alle Attività Produttive della Regione Piemonte, 2015.*



La Grande Distribuzione Organizzata

distribuzione
GDO
ipermercati
Supermercati
minimercati
superficie di vendita

La Grande Distribuzione Organizzata^[1] (che la statistica articola in specializzata e non specializzata) è composta, per quanto concerne il settore alimentare, da ipermercati, supermercati e minimercati. Le stesse categorie possono essere ulteriormente articolate a seconda della superficie di vendita (piccola, media, grande).

Al 2015 nel territorio metropolitano sono presenti 29 ipermercati (di cui 13 concentrati nel capoluogo torinese^[2]) per una superficie complessiva di 200.252 mq, di cui il 52% (104.485 mq) destinata all'alimentare; 366 supermercati, di cui il 44% (161) concentrati nel capoluogo torinese e 244 minimercati alimentari di cui il 54% (133) concentrati a Torino.

Le serie storiche individuate - articolate per numero di unità, superficie e addetti - consentono di cogliere le dinamiche della grande distribuzione negli ultimi quindici, compresi due momenti intermedi al 2006 e al 2011, prima e dopo la crisi economica finanziaria.

Il numero degli ipermercati sul territorio metropolitano cresce, tra il 2001 e il 2015, passando da 21 a 29 e raddoppiando la superficie di vendita. Si tratta di un trend positivo (con una leggera flessione tra il 2011 e il 2015) ma certamente contenuto rispetto a quello che segna il territorio regionale. Negli stessi anni, infatti, il dato analogo alla scala piemontese mostra una crescita molto più marcata nelle altre province, con valori che passano da 43 a 84 unità e una superficie di vendita alimentare più che raddoppiata. Ma sono soprattutto le altre due categorie, i supermercati alimentari e i minimercati, che fanno registrare l'incremento maggiore, in particolare nell'intervallo di tempo tra il 2001 e il 2006 per i primi (da 68 a 161 a Torino, da 161 a 366 in Città Metropolitana e da 436 a 805 a livello regionale) e tra il 2006^[3] e il 2011 per i secondi (da 54 a 133 a Torino, da 98 a ben 244 in Città Metropolitana e da 312 a 402 in Piemonte). Coerentemente all'aumento delle strutture crescono anche gli addetti, che sono prevalentemente donne^[4].

Un affondo sulla localizzazione delle strutture commerciali articolate per superficie sul territorio comunale evidenzia l'elevata concentrazione delle grandi superfici in corrispondenza delle principali trasformazioni urbanistiche, in particolare nelle aree della Spina 3. A questo quadro si aggiungono i progetti di nuove realtà commerciali che andranno a incrementare la già cospicua dotazione sia locale, sia metropolitana, soprattutto in termini di grandi superfici, ma anche di piccoli esercizi.

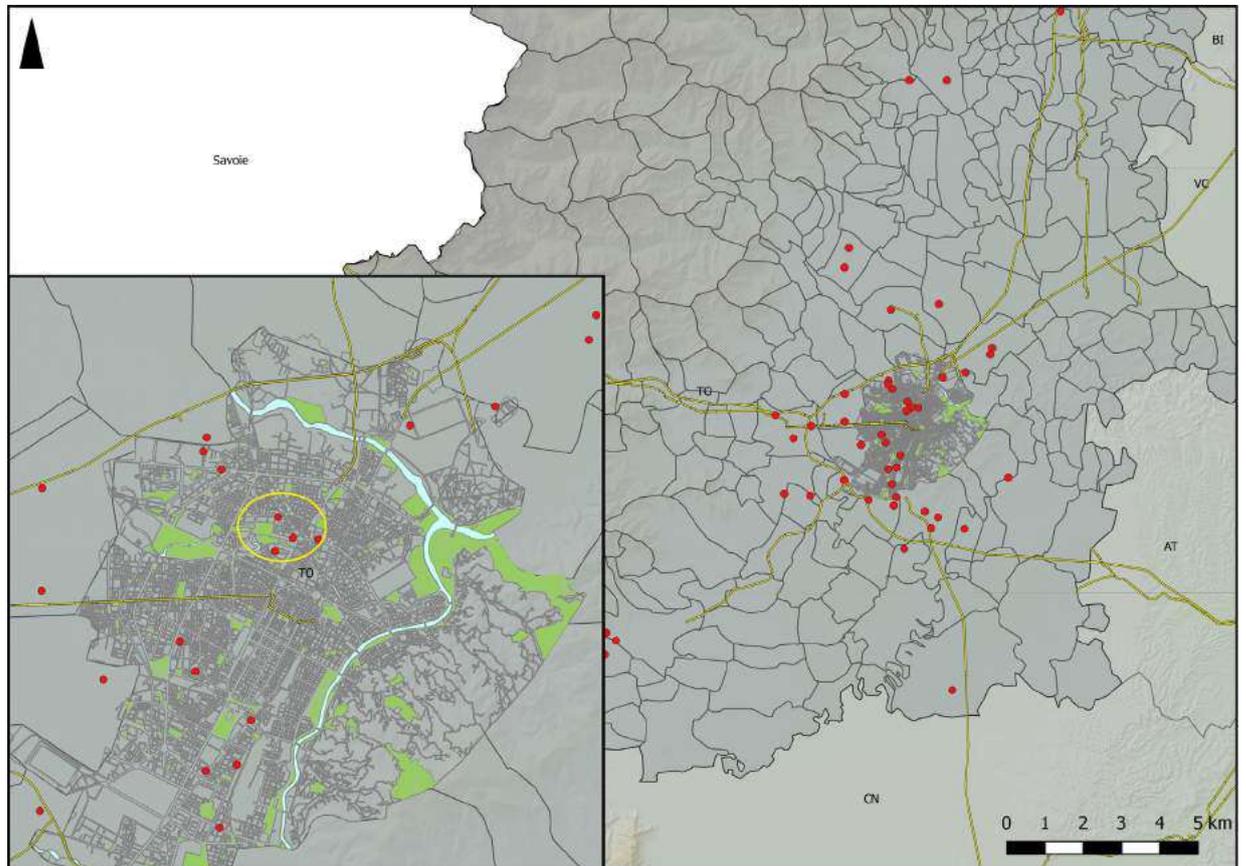
Al di là di questioni legate all'evidente sovrapposizione dei bacini di utenza di queste strutture, si ritiene opportuno, in questa sede, stimolare una riflessione (che rappresenta a tutti gli effetti un primo grande tema di un'eventuale politica urbana del cibo), sulle ricadute in termini di sostenibilità - economico, sociale e ambientale - di scelte politico-economiche legate al binomio superficie commerciale - oneri di urbanizzazione.

1 Le elaborazioni fornite in questa scheda derivano principalmente dal supporto statistico fornito dall'Osservatorio Nazionale del Commercio, consultabile al sito http://osservatorio-commercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_grande_distribuzione.htm

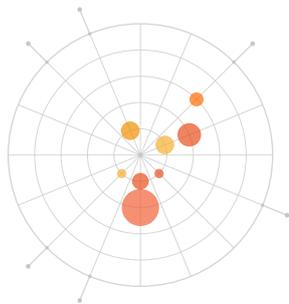
2 Dato aggiornato al 2016. Fonte: AperTo.

3 Il cui dato, al 2001, non è disponibile.

4 Per un approfondimento sul tema all'interno di un discorso più ampio sul commercio si veda: Assessorato alle Attività Produttive della Regione Piemonte (2016), Report sul commercio in Piemonte 2015, Regione Piemonte. Scaricabile all'indirizzo <http://www.regione.piemonte.it/commercio/ossCommercio.htm>



Localizzazione degli esercizi commerciali della GDO a Torino.
Fonte: dati Camera di Commercio, 2016



I mercati alimentari all'ingrosso: il CAAT e il COMIT

distribuzione
mercato
mercato ortofrutticolo
mercato ittico
ingrosso
CAAT
COMIT

In ambito alimentare i mercati all'ingrosso che commercializzano prodotti freschi sono essenzialmente tre: ortofrutticolo, ittico e della carne.

Attualmente la città di Torino ospita due realtà di questo tipo: il CAAT, Centro Agro Alimentare di Torino e il COMIT, il Consorzio Mercato Ittico Torino.

Il CAAT è l'evoluzione del primo mercato ortofrutticolo della città, costruito nel 1933 in via Giordano Bruno e rimasto operativo, come si legge nel sito (www.caat.it) per 68 anni, fino al gennaio 2002. La CAAT S.c.p.A., acronimo per "Centro Agro Alimentare di Torino Società Consortile per Azioni" nasce nel 1989 con la sottoscrizione da parte del Comune del 91,81 delle suo capitale sociale. Il CAAT rappresenta il terzo Centro Agro Alimentare d'Italia, dopo quelli di Milano e Fondi (LT).

Attualmente il CAAT ha una superficie di oltre 500.000 mq, di cui un quinto relativi all'area coperta e i restanti 440.000 mq di area mercatale occupata e recintata. La struttura ospita 80 grossisiti e circa 58 produttori per un volume di circa 550.000 tonnellate di merci commercializzate all'anno e circa 500/550.000 milioni di euro di transizioni commerciali.

Nello specifico, le statistiche elaborate e rese note sul sito del CAAT indicano, per il 2015, la commercializzazione di 516.756 tonnellate di merce (meno 12% rispetto al 2008 e più 3 punti percentuali rispetto al 2014) di cui 46% in ortaggi, il 35,5% in frutta fresca, il 17,8% in agrumi e lo 0,7% in frutta fresca^[1]. Sul sito del CAAT è riportata anche le provenienza delle principali referenze che, nel caso della frutta fresca, degli ortaggi e dei legumi è per circa un quarto locale (34% nel caso della frutta fresca), per quasi il 50% nazionale e per circa un 20% totale dall'Europa e territori extraeuropei (ovviamente la percentuale di prodotti da fuori Europa sala al 40% per referenze come la frutta secca).

Analogamente, il sito del CAAT tratteggia il quadro della provenienza per singole referenze (locale, Italia centrale, Sud Italia e Isole) ma anche della destinazione dei prodotti acquistati in relazione ai canali di commercializzazione: il 27% va ai grossisiti (16% entro il territorio metropolitano, il restante fuori); il 20% va alla grande distribuzione (solo l'8% viene acquistato direttamente, la restante quota transita per le società di acquisto della GDO); il 30% va agli ambulanti e il 14% ai negozi al dettaglio. Il rimanente 10% viene invece esportato in Francia.

Il COMIT, il mercato all'ingrosso del pesce, nasce invece nel 2012 come consorzio formato da 18 imprese con pluriennale esperienza nel settore (attualmente 16, sul sito www.mercatoitticotorino.it), che decidono di collaborare al progetto di gestione, sviluppo e rilancio dell'unica struttura regionale per la vendita all'ingrosso di prodotti ittici. Il COMIT commercializza pesce fresco, pescato, di allevamento, congelato, surgelato, conservato, trasformato/lavorato, secco/salato/affumicato. Considerata la materia prima trattata, il centro garantisce un servizio di controllo per mantenere alti i criteri di sicurezza alimentare e di qualità dei prodotti ittici offerti, con l'obiettivo finale di tutelare la salute del consumatore^[2].

Entrambe le strutture possono essere utilizzate anche da privati consumatori secondo un calendario rigido (e piuttosto ridotto).

1 Fonte: <http://www.caat.it/it/caat-in-cifre>

2 Fonte: www.mercatoitticotorino.it

Provenienza	Locale	Italia	Europa	Extra-UE
Agrumi	//	22	22	8
Frutta Secca	8	27	25	40
Frutta Fresca	34	46	5	15
Ortaggi	27	43	10	10
Legumi	23	47	15	15

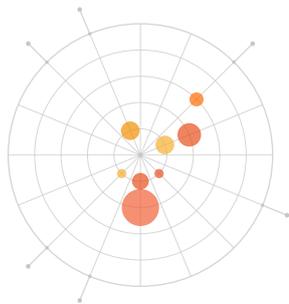
Principali aree di provenienza della merce (dati al 2015 espressi in %). Fonte: www.caat.it

Zona di produzione	Frutta	Ortaggi
Locale	Mele, actinidia, pere, albicocche, ciliegie, castagne, pesche, nettarine, fragole	Lattughe, cavoli, asparagi, pomodori, zucchine, melanzane, peperoni
Centro Italia	Pesche, nettarine, susine, kaki, meloni	Carote, patate, zucchine, pomodori, carciofi, sedani
Sud Italia e isole	Agrumi, fichi, fichi d'india, albicocche, fragole, angurie, meloni, uva	Aglione, peperoni, pomodori, cime di rapa, melanzane, asparagi, carciofi, patate

Sopra: Provenienza dei prodotti per zona di produzione (dati al 2015). Fonte: www.caat.it

Sotto: Destinazione della merce commercializzata nel mercato (dati al 2015). Fonte: www.caat.it

Tipologia soggetto	Percentuale
Grossisti della provincia	16%
Grossisti fuori provincia	11%
Società di acquisto per la Grande Distribuzione	12%
Grande Distribuzione (acquisto diretto)	8%
Ambulanti	30%
Negozi al dettaglio	14%
Esteri (Francia)	9%



I mercati alimentari

distribuzione
mercati
consumo

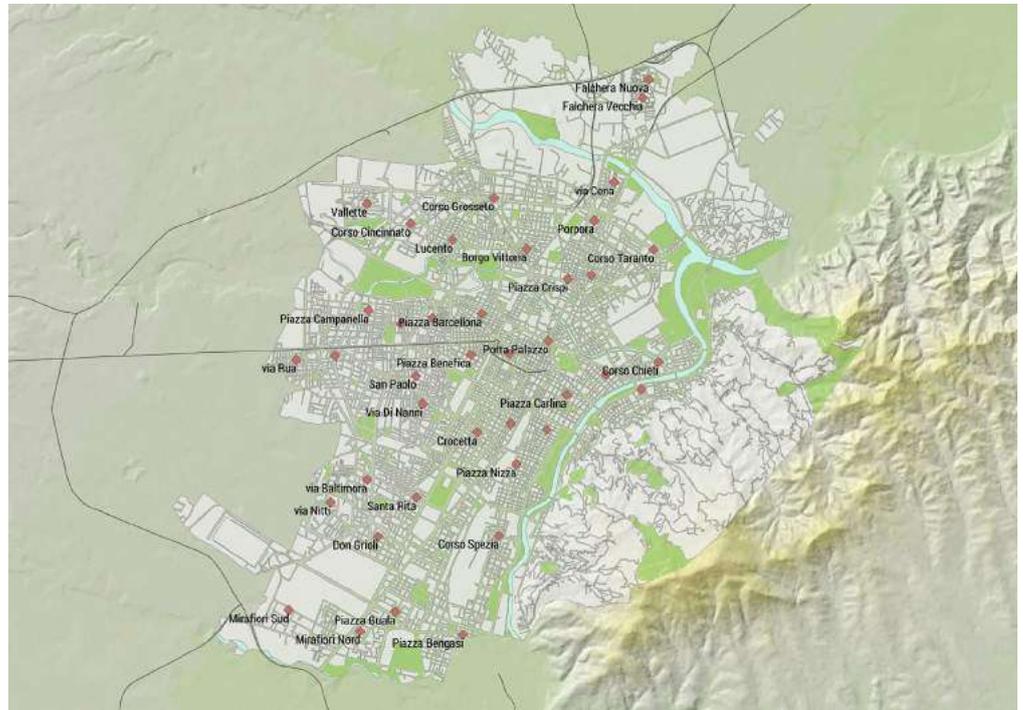
I mercati alimentari rappresentano uno dei luoghi simbolici della riconnessione tra l'acquisto di cibo, le relazioni di comunità, i territori di produzione e di consumo e la contaminazione tra culture. Emile Zola, in un noto romanzo del 1873 descriveva il mercato de Les Halles come il "ventre di Parigi" e ancora oggi i grandi mercati urbani come quello di Porta Palazzo rappresentano nodi centrali per il funzionamento delle città, attraversati da continui flussi di merci, persone e culture, e insostituibili porte d'accesso al cibo fresco e di qualità al quale hanno diritto tutti i cittadini.

I mercati possono anche essere importanti fattori di attrazione turistica, come dimostrato da casi celebri come quello della Boqueria di Barcellona. Questo aspetto è stato preso in considerazione dall'amministrazione comunale torinese, che ha lanciato negli ultimi anni il portale Torino Mercati (mercati.comune.torino.it/), dedicato a raccontare ai cittadini e ai turisti la realtà dei molti mercati torinesi. Torino è infatti una delle città d'Italia con il numero maggiore di mercati alimentari: ben 42, la quasi totalità dei quali a cadenza quotidiana. La carta mostra la distribuzione omogenea dei mercati nei quartieri torinesi, con una concentrazione del numero dei banchi presenti nei principali mercati: Porta Palazzo, Corso Racconigi, Piazza Madama Cristina, Borgo Vittoria, Piazza Bengasi. La maggior parte di essi – altra unicità nel panorama dei mercati cittadini italiani – ospita inoltre quotidianamente alcuni banchi di produttori agricoli, che rappresentano un fondamentale elemento di valorizzazione dei prodotti di filiera corta del territorio.

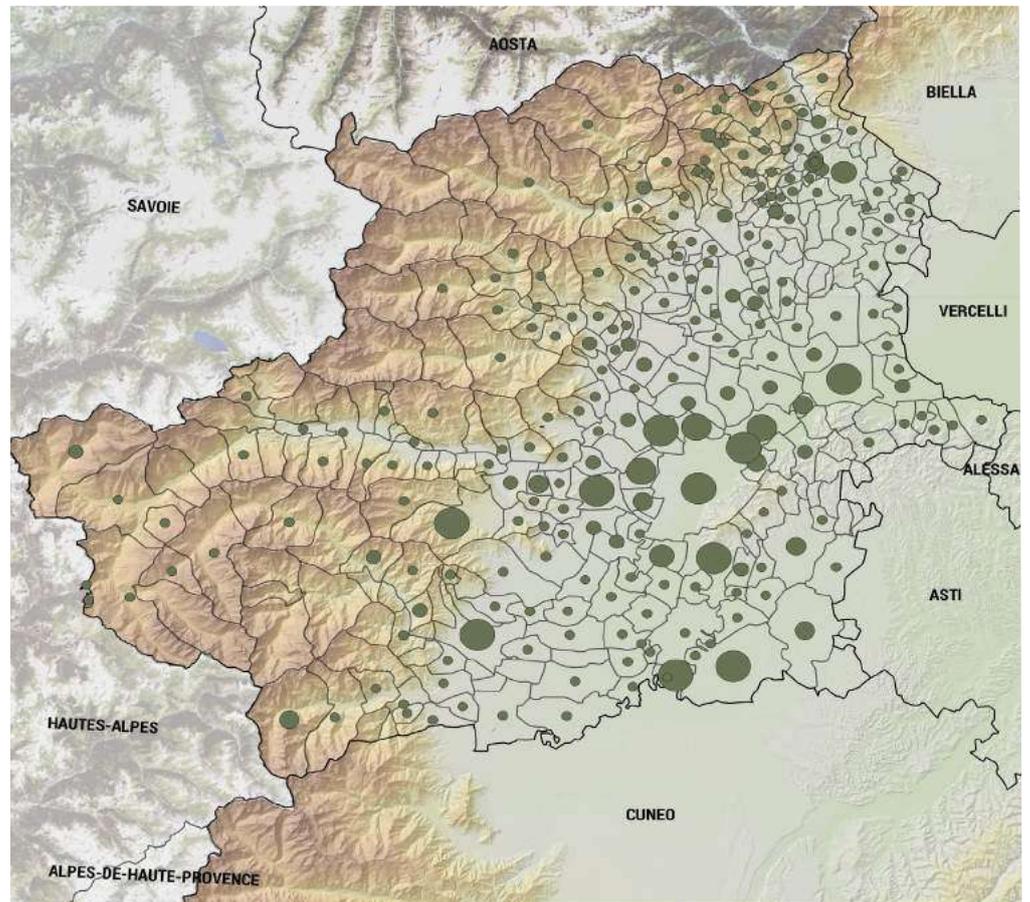
Tale importanza è testimoniata dalla numerosità dei progetti – locali, nazionali ed europei – che vedono Torino impegnata, in cooperazione con altri territori, nella valorizzazione di questi storici luoghi di vendita e consumo di cibo all'interno della città. Per esempio il progetto Central Markets (2012-2015), che aveva l'obiettivo primario di migliorare il funzionamento e la gestione dei mercati cittadini, visti come motori di sviluppo e socialità a diverse scale, da quella regionale, alla scala dei quartieri nei quali si svolgono e Urbact Markets (2013-2015), finalizzato a mettere in atto progetti di sviluppo locale, rigenerazione urbana e sostenibilità centrati sulla valorizzazione dei mercati.

Su scala metropolitana la distribuzione dei mercati alimentari è omogenea e abbastanza coerente con la distribuzione della popolazione, con un addensamento nei principali centri urbani e una rarefazione nelle aree meno densamente popolate.

Ai cambiamenti nei ritmi di vita e nelle abitudini dei consumatori sono legati dibattiti e sperimentazioni in corso negli ultimi anni, relativi all'aumento dell'efficienza economica dei mercati e a loro adeguamento agli stili di vita contemporanei, in particolare in termini di orari, accessibilità e presenza di servizi aggiuntivi (es. somministrazione di cibo, eventi, ecc.).



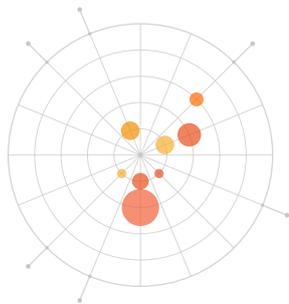
Localizzazione mercati regionali nei quartieri torinesi



Legenda

Giorni di mercato

- 1 giorno
- 2 giorni
- 3 giorni
- 4 giorni
- 5 giorni
- 6/7 giorni



I mercati dei contadini

distribuzione
mercati
farmers' market

L'aumento della diffusione dei mercati di vendita diretta dei produttori agricoli è una delle principali testimonianze del rinnovato interesse dei consumatori per il cibo fresco e locale, caratterizzato da informazioni chiare circa la sua provenienza. In Italia, vengono regolarmente organizzati circa 1000 farmers' market, concentrati soprattutto nel Centro e nel Nord del Paese, per lo più organizzati e gestiti da organizzazioni professionali agricole^[1].

Nella Città metropolitana di Torino esistono due tipologie principali di mercati dei contadini. I primi sono rappresentati dalle sezioni riservate ai produttori agricoli del territorio all'interno dei mercati municipali che hanno luogo con cadenza almeno settimanale nei principali comuni del territorio. Solo a Torino, tra i 42 mercati alimentari che vengono organizzati ogni giorno, sono ben 38 quelli che ospitano i banchi della vendita diretta da parte degli agricoltori, che vendono principalmente frutta e verdura di stagione, formaggi, miele e uova.

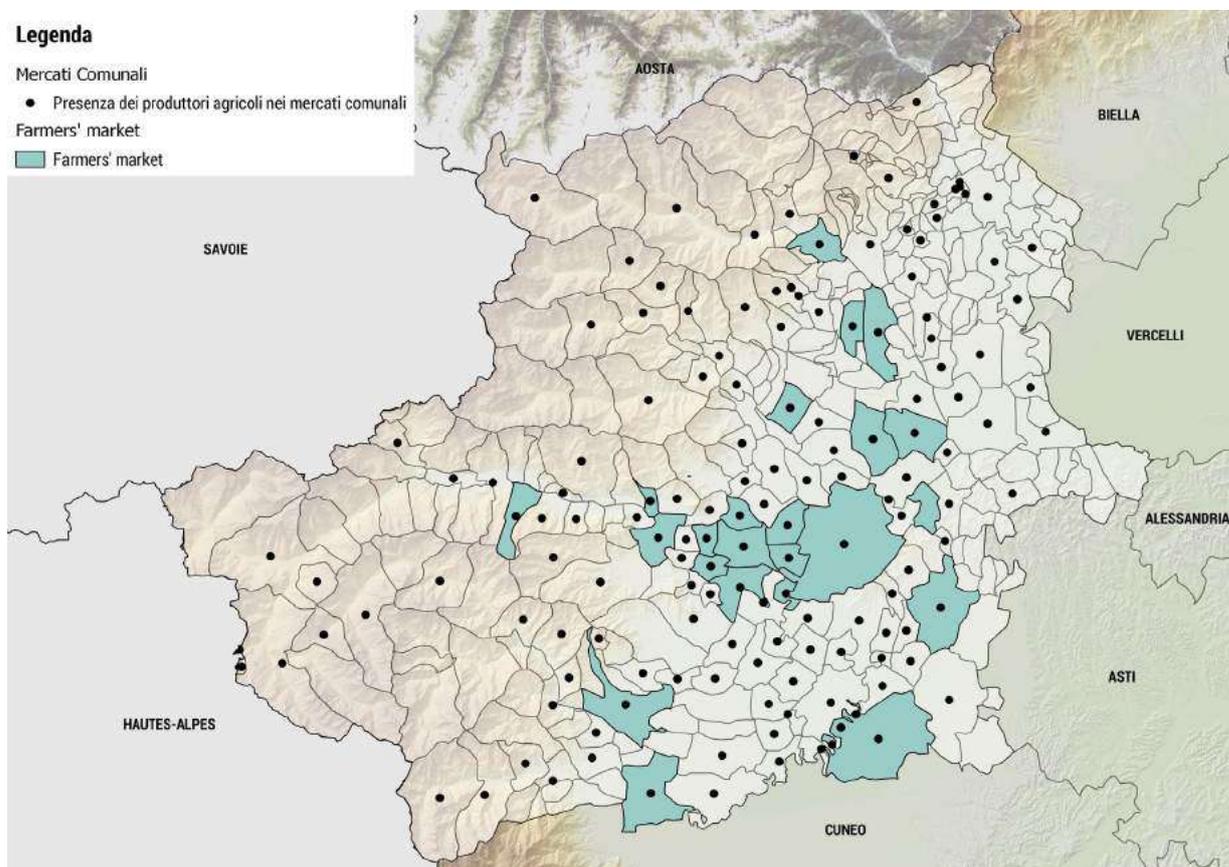
Solo in pochi casi, tuttavia, l'area riservata ai produttori è chiaramente identificabile (attraverso pannelli descrittivi), di solito quando il mercato è stato oggetto di progetti di sviluppo specifici. L'esempio più chiaro in questo senso è il mercato di Porta Palazzo, dove ogni giorno un numero variabile di agricoltori (oltre 90 bancarelle il sabato), vende i propri prodotti sotto una tettoia di metallo in stile Liberty, che rappresenta un luogo storico di socializzazione per gli abitanti di questo quartiere popolare di Torino^[2].

Il secondo tipo di mercati degli agricoltori di Torino sono i mercati periodici organizzati da varie organizzazioni. Il ruolo principale, in questo senso, è svolto dalle organizzazioni degli agricoltori, in particolare Coldiretti, che attraverso il programma Campagna Amica organizza più di 600 mercati in tutta Italia. A Torino, ci sono circa 15 mercati degli agricoltori, la maggior parte dei quali organizzata da Coldiretti. Altri organizzatori di rilevante interesse sono Slow Food (con i "Mercati della Terra"), la CIA - Confederazione Italiana dell'Agricoltura e altre associazioni e reti come ASCI - Associazione Solidarietà Campagna Italiana o Genuino Clandestino.

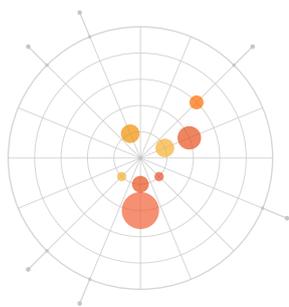
I mercati degli agricoltori appartenenti a questa seconda tipologia sono principalmente concentrati nei principali centri urbani della Città metropolitana, con una particolare concentrazione a Torino e nella prima cintura. Il grado di opposizione dichiarata di queste pratiche per il sistema convenzionale è molto variabile. È decisamente bassa nel caso dei mercati organizzati da organizzazioni di agricoltori, come Coldiretti e CIA; mentre è molto più esplicito per quanto riguarda mercati come quelli organizzati dalla rete Genuino Clandestino (che utilizza gli spazi dei centri sociali autonomi Askatasuna e Gabrio).

Su scala provinciale (Città metropolitana) il numero di mercati dei contadini cresce fino a circa 70, per lo più concentrati nella zona periurbana di Torino. La densità di questo tipo di reti alternative diminuisce nelle zone rurali e intorno alle città più piccole^[3].

- 1 Marino D. e Cicatiello C. (2012), *I farmers' market: la mano visibile del mercato*, Milano, Franco Angeli
- 2 Black R. (2012), *Porta Palazzo. The Anthropology of an Italian Market*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- 3 Parte delle informazioni contenute in questa scheda proviene dai risultati della ricerca AFNIA - Alternative Food Networks: an Interdisciplinary Assessment, condotta da un gruppo interdisciplinare dell'Università degli Studi di Torino (Dipartimenti Culture, Politica e Società - CPS; Economia - Cognetti de Martiis; Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari - DISAFA) nell'ambito del bando finanziamento alla ricerca Università di Torino - Compagnia di San Paolo 2012.



*Distribuzione della superficie coltivata a frutta e coltivazioni prevalenti nei comuni della Città metropolitana.
Fonte: dati Regione Piemonte, 2016.*



I Gruppi di Acquisto Solidale, forme di acquisto collettivo nella Città metropolitana

distribuzione
GAS
economia solidale
consumatori
produttori

Gruppi di cittadini che si organizzano per acquistare collettivamente prodotti di vario genere, in particolare alimentari, adottando il principio di solidarietà come principio guida nella scelta dei prodotti e nei rapporti con i produttori, rappresentano anche nella Torino metropolitana una delle forme più significative dell'economia solidale e della piccola distribuzione auto-organizzata.

A fronte dell'identificazione di alcuni criteri di consumo condivisi tra cui la promozione dell'acquisto da filiera corta, la scelta di sistemi produttivi a minor impatto ambientale, il desiderio di costruire una relazione diretta con i produttori, la selezione di cibi freschi e di stagione, la ricerca di un prezzo equo sia per i produttori che per i consumatori (Saroldi, 2001)^[1], i gruppi di acquisto solidale (GAS) nella Città Metropolitana di Torino si sono poi strutturati in diverso modo.

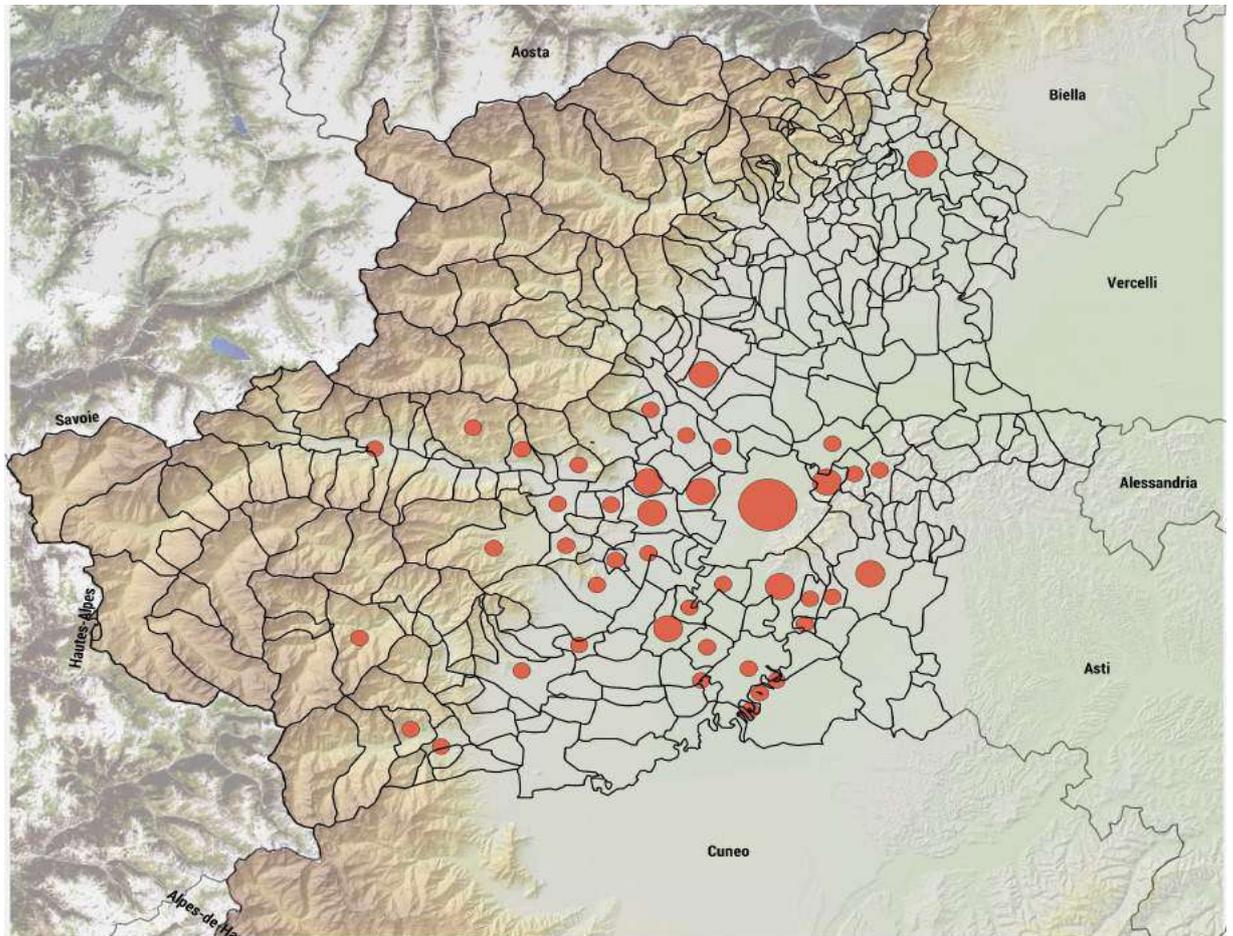
Le dimensioni sono variabili, da un gruppo di poche famiglie di amici, vicini, colleghi ad aggregazioni costituite da oltre un centinaio di famiglie. Variano anche le forme costitutive con vari gradi di riconoscimento dall'informale al formale e le modalità di gestione/organizzazione interna sempre e comunque basate sul principio della collaborazione in forma volontaria (Novelli, Corsi, 2016)^[2]. Il fenomeno ha iniziato ad affermarsi nella città metropolitana verso la fine degli anni 90, in coerenza con quanto avvenuto nel contesto nazionale, a partire piccoli gruppi che tendenzialmente già dividevano alcuni interessi e provenienti dal mondo dell'associazionismo cattolico, studentesco, sportivo, dai circuiti del commercio equo-solidale, dalle organizzazioni operanti nell'ambito della finanza etica e della cooperazione internazionale (Dansero et al., 2016)^[3]. L'ampliamento, così come la selezione dei produttori funziona principalmente tramite il "passaparola".

L'organizzazione spesso informale dei GAS e il loro livello di informalità rende tuttavia difficile avere una quantificazione puntuale del fenomeno. Incrociando i dati provenienti da un primo censimento di tali attività effettuato nel corso del progetto di ricerca AFNIA^[4] e da un lavoro di mappatura condotto dagli studenti di Scienze Gastronomiche^[5], i GAS presenti sul territorio sono 121 se si considerano Torino e Provincia.

73 di essi hanno sede a Torino, 21 nei comuni della prima cintura e 12 in quelli della seconda cintura. I GAS rimanenti si concentrano intorno ai centri urbani di Ivrea e Pinerolo e in Val Susa, Pellice e Germanasca.

Spesso i gruppi presenti all'interno di una stessa città o in zone limitrofe si mettono in rete con lo scopo di scambiarsi informazioni sui produttori, fare ordini collettivi come nel caso di prodotti come olio e arance provenienti da regioni italiane più distanti, promuovere iniziative sociali. Nella città di Torino Metropolitana sono attualmente presenti tre coordinamenti: Gas Torino, SanSalva-Gas e la Rete Economia Solidale To-Ovest (RES.TO).

- 1 Saroldi A. (2001), Gruppi di acquisto solidali. Guida al consumo locale. Bologna, Edizioni Emi.
- 2 Novelli S., Corsi A., (2016), Il valore economico del lavoro volontario nei Gruppi di Acquisto Solidale, *Agriregionieuropa*, 12, 46 <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/46/il-valore-economico-del-lavoro-volontario-nei-gruppi-di-acquisto-solidale>
- 3 Dansero E., Pettenati G., Toldo A. (2016), Si proche et pourtant si loin. Etudier et construire la proximité alimentaire à Turin, in Mundler P. e Rouchier J. (a cura di), *Alimentation et proximité: jeux d'acteurs et territoires*, Digione, Educagri, pp. 307-322.
- 4 Alternative Food Network: an interdisciplinary assessment. Il progetto, realizzato dal 2014 al 2016 ha analizzato gli Alternative Food Network attraverso 4 diverse prospettive disciplinari: economica, ambientale, sociale e territoriale, coinvolgendo il Dipartimento di Economia Cognetti de Martiis, il Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari, il Dipartimento Culture, Politica e Società dell'Università degli Studi di Torino.
- 5 Il lavoro di mappatura dei GAS è stato effettuato all'interno dell'esercitazione del Corso in Systemic Food Design del Prof. Fassio. F., Corso di Laurea Magistrale in Promozione e Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico, Unisg.

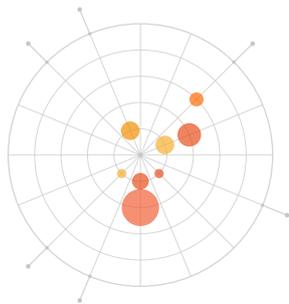


Legenda

GAS

- 1 GAS
- 2 GAS
- > 70 GAS

Numero di GAS per Comune.
Fonte: ricerca AFNIA, 2016.



Vendita diretta dei prodotti agricoli

distribuzione
vendita diretta

La vendita diretta da parte dei produttori ha costituito per secoli il principale e più naturale sbocco di mercato dei prodotti agricoli. Attualmente tale pratica costituisce una componente chiave delle geografie alternative del cibo e viene associata alla ricostituzione di rapporti diretti tra produttori e consumatori, alla rilocalizzazione dei sistemi del cibo e a generalmente a modelli di consumo alternativi a quelli convenzionali del sistema fondato sui flussi di scala globale dell'agroindustria e della grande distribuzione.

Senza approfondire in questa sede la questione della sostenibilità economica, sociale e soprattutto ambientale della vendita diretta, collegata a numerose variabili legate per esempio alle tecniche di produzione, alle condizioni del lavoro nelle aziende e agli spostamenti di produttori e consumatori per la consegna dei prodotti, è utile sottolineare come esistano due tipologie principali di questa modalità di vendita. La prima è la vendita diretta in azienda, attraverso punti vendita sul terreno o all'interno dei fabbricati rurali, mentre la seconda è la vendita diretta fuori azienda, attraverso canali come i farmers' market, i gas o i punti vendita aperti da alcune aziende agricole nelle città. A queste ultime si è recentemente aggiunta la sempre più diffusa vendita diretta online.

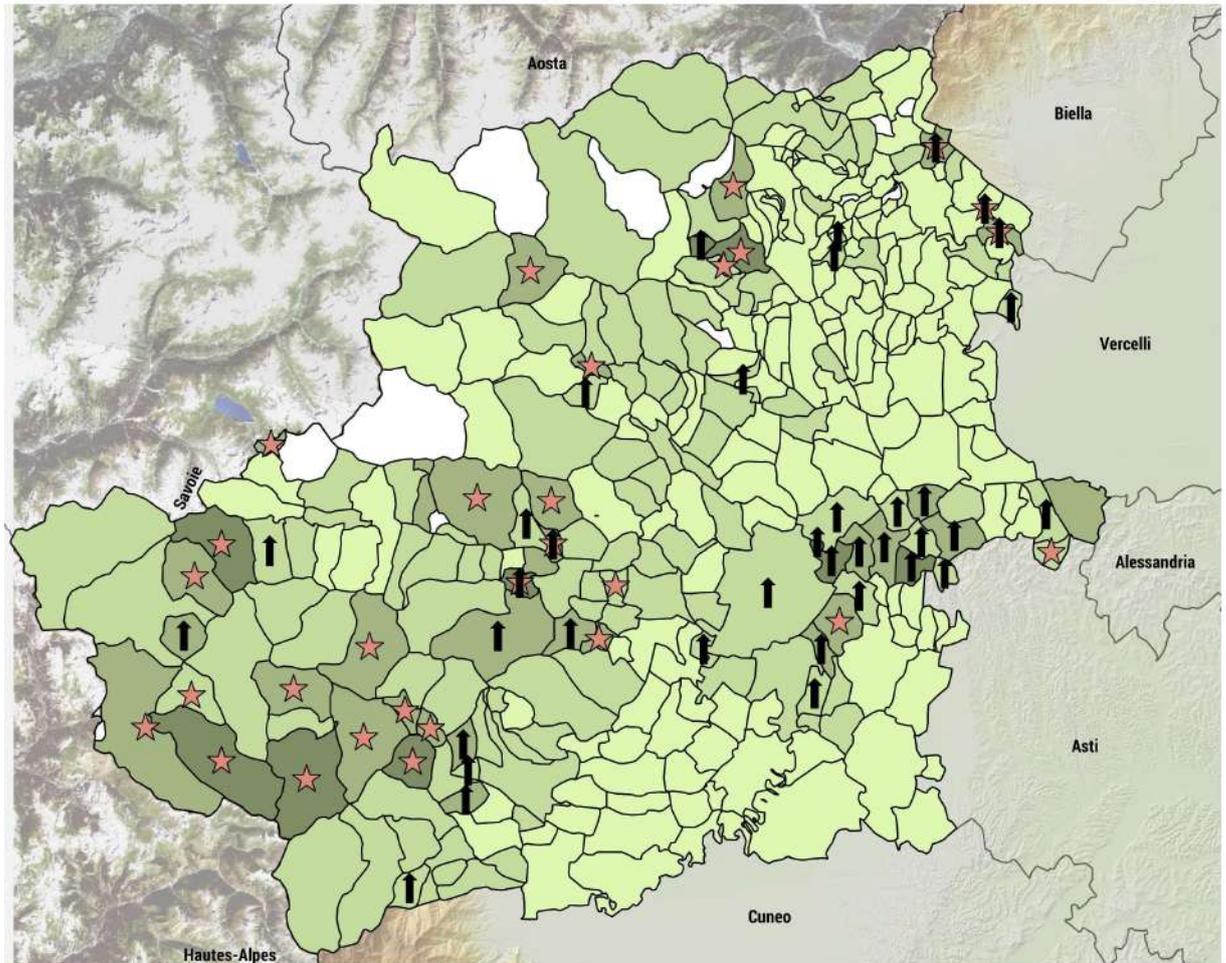
Un'analisi di scala regionale sul Piemonte ha dimostrato come la scelta da parte dei produttori di effettuare vendita diretta dei propri prodotti sia legata a diversi i fattori, tra cui:

- le caratteristiche della produzione (la vendita diretta è più probabile per le aziende che praticano orticoltura, viticoltura o produzioni miste, meno probabile per le aziende che producono seminativi o bovini da carne)
- le caratteristiche personali del conduttore o della conduttrice dell'azienda (la giovane età e il grado e tipo di istruzione sono determinanti per la scelta)
- le dimensioni delle aziende (la vendita diretta è più probabile per le piccole aziende)
- l'influenza positiva della multifunzionalità e dell'utilizzo di metodi biologici.
- la posizione geografica dell'azienda, con una propensione positiva nei confronti della vendita diretta da parte delle aziende situate in aree collinari e montane, probabilmente per le influenze del turismo e le caratteristiche delle produzioni.

L'analisi della distribuzione territoriale della vendita diretta in azienda e fuori azienda nella Città Metropolitana di Torino (dati Censimento dell'agricoltura, 2010) conferma le indicazioni relative alla maggiore presenza di questa pratica in collina e nelle vallate alpine. La carta mostra infatti una concentrazione nelle Valli Susa e Chisone, nell'Alto Canavese e nei comuni della Collina Torinese, in particolare lungo l'asse del Po, a valle di Torino. Quest'ultimo dato, significativo soprattutto per quanto riguarda la vendita diretta fuori azienda evidenzia la massiccia partecipazione delle aziende di questo territorio ai mercati dei contadini e ai gas che si svolgono a Torino, mostrando le forti connessioni esistenti e potenziali in relazione alla rilocalizzazione del sistema del cibo.

La vendita diretta in azienda si addensa invece maggiormente nelle aree montane, sfruttando le potenzialità di mercato offerte dai flussi di turisti.

Corsi A., Novelli S., Pettenati G. (2014), Vendita diretta in azienda e fuori azienda: un'analisi in Piemonte, *Agriregionieuropa*, 10(38), <https://agrireregionieuropa.univpm.it/content/article/31/38/vendita-diretta-azienda-e-fuori-azienda-unanalisi-piemonte>



Legenda

Vendita diretta fuori azienda

↑ % di aziende che praticano vendita diretta fuori azienda superiore al 25 %

Vendita diretta in azienda

★ % di aziende che praticano vendita diretta in azienda superiore al 25 %

Percentuale di aziende che praticano vendita diretta

□ nessuna azienda

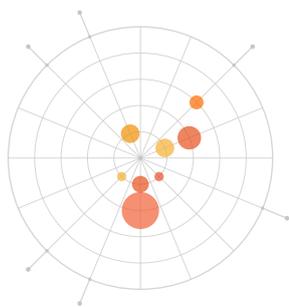
□ fino al 25%

□ tra il 25% e il 50%

□ tra il 50% e il 75%

□ oltre il 75%

*Distribuzione della vendita diretta da parte delle aziende agricole nei comuni della Città Metropolitana
Fonte: dati Censimento dell'agricoltura, 2010*



I produttori delle reti agroalimentari alternative

distribuzione
produzione
vendita
consumo
reti alternative

Una delle caratteristiche principali delle reti agroalimentari alternative (Alternative Food Networks, o AFN, nel dibattito internazionale) è quella di creare nuove relazioni tra produttori e consumatori, tra i quali si ri-costituisce un rapporto diretto, fondato sulla fiducia reciproca e sulle relazioni interpersonali.

L'importanza attribuita alla provenienza e alle caratteristiche dei produttori varia significativamente in base alle caratteristiche del singolo consumatore e alle diverse tipologie di reti alternative considerate, raggiungendo probabilmente i livelli più elevati nel caso dei Gruppi di Acquisto Solidale (GAS), per i cui membri la conoscenza diretta dei produttori è parte centrale dell'esperienza d'acquisto.

Il ruolo fondamentale delle aziende di produzione, delle loro caratteristiche produttive e dei territori nei quali si trovano è testimoniato dalla visibilità che esse hanno in molte pratiche di AFN, per esempio attraverso schede descrittive posizionate sui banchi di vendita in numerosi mercati di vendita diretta.

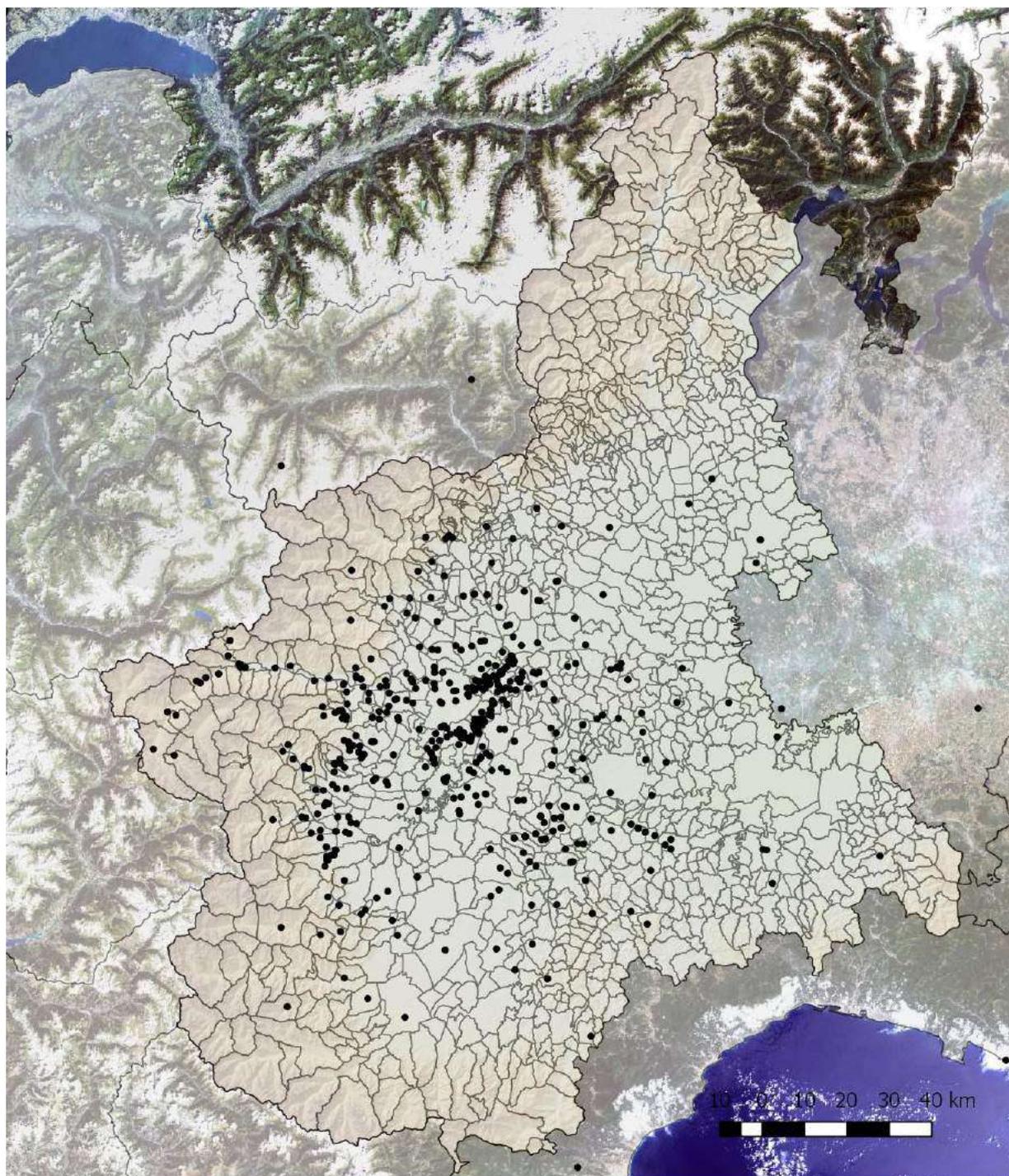
Ciononostante, non esistono elenchi ufficiali e completi relativi ai produttori che riforniscono le singole reti agroalimentari alternative basate a Torino rendendo ardua un'analisi approfondita ed esaustiva dell'estensione spaziale e delle caratteristiche organizzative di tali reti e mostrando il non ancora completo raggiungimento di un percorso maturo di valorizzazione dei produttori attraverso la vendita diretta.

Grazie alla fitta rete di contatti attivi nel mondo degli AFN e del consumo alternativo a Torino, costituita in occasione della ricerca AFNIA – Alternative Food Networks ad Interdisciplinary Assessment (2013-2016) condotta dall'Università di Torino¹ è stato tuttavia possibile costruire un database, non esaustivo ma significativo, di circa 600 produttori agricoli e alimentari che negli ultimi 5 anni hanno venduto i propri prodotti attraverso un canale di vendita alternativo basato a Torino, in particolare mercati dei contadini e GAS.

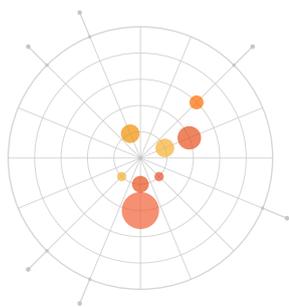
La distribuzione spaziale dei produttori individuati mostra come la maggior parte provenga da una zona compresa nel raggio di 50 km da Torino, testimoniando l'importanza data alla provenienza locale dei prodotti venduti attraverso queste reti. È possibile osservare una particolare concentrazione di produttori in tre aree specifiche: (a) le colline che circondano Torino sul lato est e sud-est dell'area metropolitana; (b) il Roero collinare; (c) le aree pedemontane comprese tra l'area urbana di Torino e le valli Susa, Chisone e Pellice.

Si tratta di territori molto diversi per quanto riguarda la struttura agricola ed economica e le relazioni con il capoluogo. Diventa quindi fondamentale analizzare più a fondo le ragioni di queste concentrazioni, per capire se vi siano segnali di progetti di scala territoriale, finalizzati a nuovi rapporti tra urbano e rurale, che vadano al di là delle scelte aziendali dei singoli produttori. L'areale di provenienza dei produttori che riforniscono i GAS è generalmente più ampio di quello dei mercati dei contadini, in quanto è più comune trovare nel paniere dei consumatori che partecipano agli acquisti collettivi prodotti provenienti da altre regioni e altri paesi. La motivazione principale dell'acquisto di alcuni prodotti non è in questo caso la provenienza locale, ma il loro essere rappresentativi di un modello alternativo di produzione e distribuzione alimentare (l'esempio più significativo è quello dei prodotti provenienti da terreni confiscati alle mafie).

1 La ricerca è stata svolta da un gruppo interdisciplinare dell'Università degli Studi di Torino (Dipartimenti Culture, Politica e Società - CPS; Economia – Cognetti de Martiis; Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari – DISAFA) nell'ambito del bando finanziamento alla ricerca Università di Torino - Compagnia di San Paolo 2012.



*Distribuzione spaziale di 600 produttori agricoli e alimentari che riforniscono i canali di vendita alternativi (mercati dei contadini e GAS) basati a Torino.
Fonte: ricerca AFNIA, 2016*



Porta Palazzo: il cuore e il ventre di Torino

distribuzione
mercato
alimentare
farmers' market
turismo

Porta Palazzo non è semplicemente un mercato alimentare presso cui fanno la spesa quotidianamente gli abitanti del quartiere^[1] e dell'intera città per la varietà di prodotti, i colori, gli odori e i prezzi competitivi. Quello che negli anni 50 era il punto d'incontro di chi era appena arrivato in città e non sapeva dove andare, nel tempo è diventato meta di visita da parte dei sempre più numerosi turisti che soggiornano a Torino, oggetto di studio per coloro interessati al rapporto produttore/consumatore e ai contenuti antropologici che si esprimono tra i banchi del mercato^[2], ed è persino entrato nei testi di alcune canzoni per il suo carattere così multiculturale e il suo brulichio incessante di "gente che tira e che spinge"^[3]. Si vocifera da più parti che sia il mercato all'aperto più grande d'Europa come estensione e flusso di persone che accoglie, raggiungendo il sabato quasi 100.000 persone. Dal momento della sua costituzione nel 1835 in Piazza della Repubblica^[4], il mercato viene definito cuore pulsante e ventre di Torino, malgrado le difficoltà, il degrado e le diverse tipologie di problemi che lo hanno caratterizzato.

La piazza inizialmente era attrezzata di tettoie per la vendita dei commestibili e per la conservazione delle merci si utilizzano le ghiacciaie, grandi locali nel sottosuolo suddivise in quattro piani sotto il livello della strada.

Attualmente la parte alimentare del mercato coinvolge 366 banchi che si suddividono tra il mercato all'aperto con i banchi di frutta e verdura, altre tre strutture che ospitano rispettivamente il Mercato V alimentare (53), il Mercato Ittico (18) e il Mercato IV alimentare meglio conosciuto come Mercato dell'Orologio (88) che ospita sotto le sue due tettoie il mercato dei casalinghi e quello dei contadini. Quest'ultimo è un mercato giornaliero che raccoglie, per tradizione familiare da oltre 50 anni, una novantina di produttori che in alcuni casi ruotano nel corso della settimana, a cui si stanno affiancando nuovi produttori agricoli anche di origine extracomunitaria, che hanno insediato la loro attività produttiva nella provincia di Torino. Il mercato dei contadini nacque per riunire le produzioni degli agricoltori delle valli torinesi che portavano in città i loro prodotti.

Ai banchi ambulanti fanno da cornice un elevato numero di attività economiche di commercio fisso, che oltre ai generi alimentari (in totale 206 e fra questi spiccano gli esercizi specializzati nella vendita di alimenti cinesi, marocchini e rumeni) si dedicano alla fornitura di servizi quali la ristorazione, phone center, hotel.

Nel periodo 1998 al 2001, la zona del mercato è stata oggetto del progetto "The Gate", un progetto di riqualificazione urbana, finanziato nell'ambito delle Azioni Innovative del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. A partire dai risultati del progetto, dal 2002 è stata costituita un'agenzia di sviluppo locale per la rigenerazione sociale, economica e ambientale delle aree di Porta Palazzo e Borgo Dora.

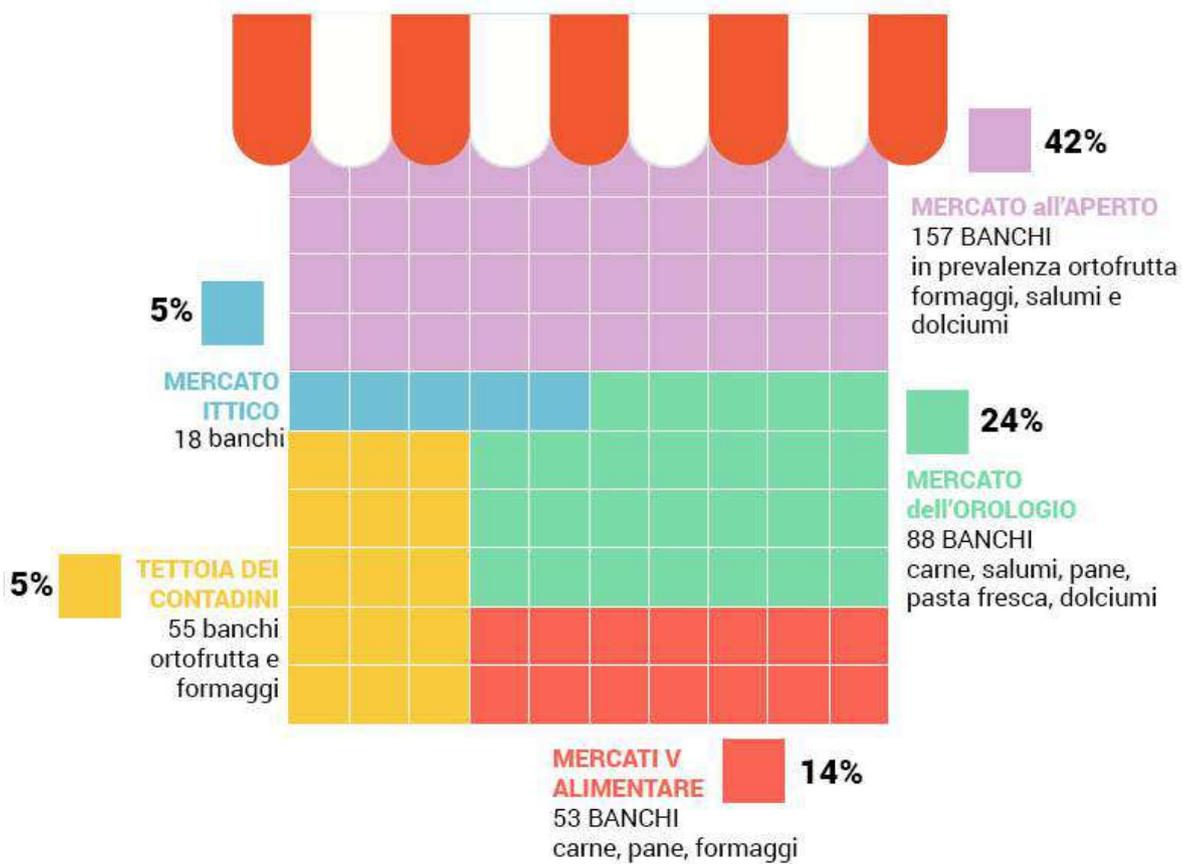
1 Pur essendo percepito in modo unitario proprio per la presenza del mercato, l'area di Porta Palazzo dal punto di vista amministrativo non è un quartiere, ma si colloca all'interno del quartiere di Borgo Dora.

2 Tra questi: Black R. E. (2012), *The anthropology of an Italian market*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press; Black R. E. (2005), *The Porta Palazzo farmers' market: local food, regulations and changing traditions*, *Anthropology of food* [Online], 4, URL : <http://aof.revues.org/157>; Semi G. (2006), *Il ritorno dell'economia di bazar. Attività commerciali marocchine a Porta Palazzo, Torino, Stranieri in Italia: Reti migranti*, pp. 89-113; Castagnone E. (2008), *Migranti e consumi: il versante dell'offerta. Strategie di imprenditoria straniera nel settore del commercio alimentare al dettaglio*, *Mondi Migranti*, 3, pp. 133-150.

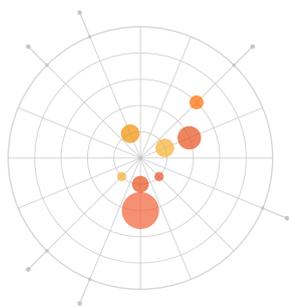
3 Tra queste, *Al mercato di Porta Palazzo* di Gianmaria Testa.

4 Al momento della sua costituzione nasce come sostituto ai mercati dapprima insediati in piazza Palazzo di Città e piazza Corpus Domini, che erano stati vietati a causa dell'inferire del colera.

Suddivisione del MERCATO di PORTA PALAZZO in base al numero di banchi



Suddivisione del mercato di Porta Palazzo in base al numero di banchi.
Fonte:



Le cassette dell'acqua: distributori automatici

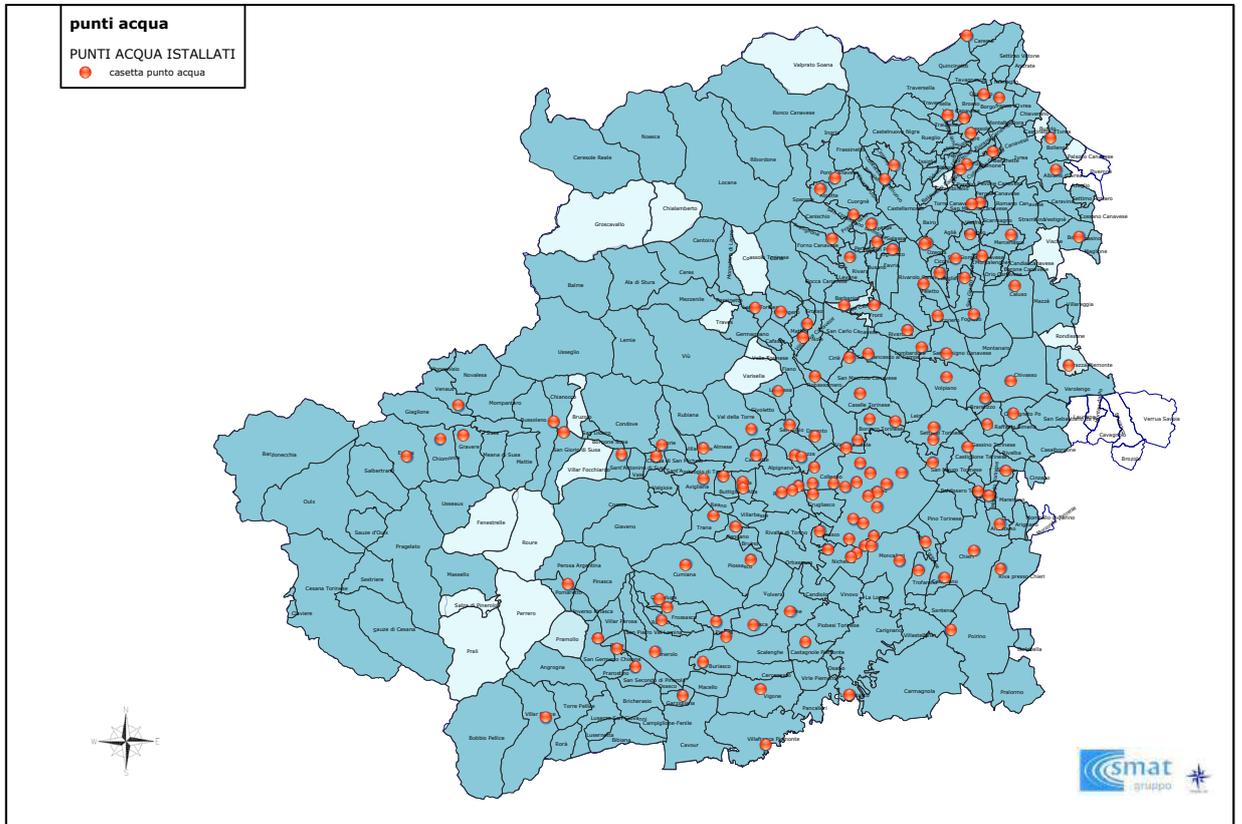
distribuzione
cassette dell'acqua
sostenibilità
ambientale
riduzione
packaging
consumo
acqua

Nel 2014 l'Italia risultava il primo paese europeo (e il secondo al mondo, dopo il Messico) per consumo di acqua minerale (Censis, 2014). Stando alla rilevazione del Censis, il 61,8% delle famiglie italiane acquista acqua minerale, per un consumo medio di 192 litri per persona e una spesa di 234 euro all'anno. Del resto dall'indagine emerge come il 31,2% della popolazione non si fidi dell'acqua che esce dal rubinetto della propria abitazione, percentuale che sale nettamente al Sud (si arriva al 60,4% in Sicilia).

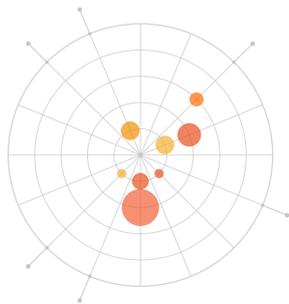
Tuttavia, negli ultimi anni, analogamente al latte, è aumentato il numero dei distributori automatici che somministrano e/o commercializzano acqua.

Le cosiddette "cassette dell'acqua" sono regolamentate sulla base delle Circolari del Ministero della Salute. L'attività viene definita come "somministrazione di alimenti e bevande", pertanto i gestori delle unità distributive assumono qualità di Operatori del Settore Alimentare e, come tali, devono attenersi alla disciplina vigente in materia di alimenti, in particolare al Regolamento CE 852/2004 e all'Accordo Stato-Regioni del 29/04/2010.

A livello nazionale non esistono dati ufficiali sui numeri di questo fenomeno, o quantomeno non è stato possibile reperirli. Per quanto concerne invece la Città metropolitana di Torino, il gruppo SMAT – Società Metropolitana Acque Torino Spa (partecipata del Comune di Torino e di altri 291 Comuni metropolitani) ha realizzato 118 distributori nell'ambito del progetto Punto Acqua SMAT. Il progetto nasce con l'obiettivo di incoraggiare la diffusione del consumo dell'acqua del rubinetto e il risparmio d'acqua al fine di limitare l'utilizzo di materiale di imballaggio e i costi in termini ambientali prodotti dal trasporto di acqua in bottiglia. I distributori consentono l'approvvigionamento di acqua di rete, naturale e gasata, a temperatura ambiente o refrigerata.



Didascalìa: Distribuzione delle Casette dell'acqua i Città metropolitana
Fonte: www.smat torino.it



Distributori di latte crudo alla spina

distribuzione
latte crudo

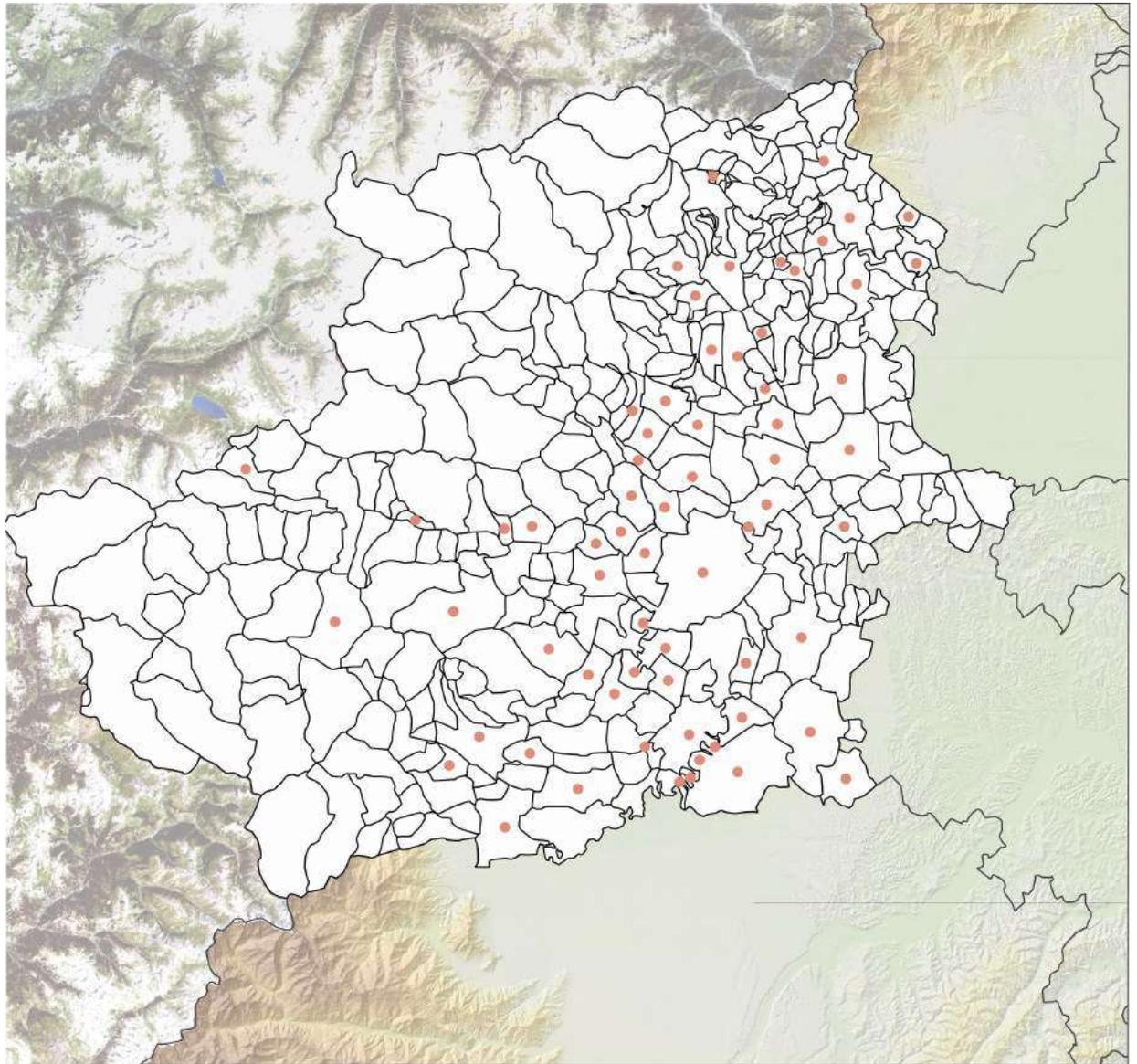
“Il settore della zootecnia da latte in Piemonte è caratterizzato dalla presenza di circa 165.000 vacche che producono circa 840.000 t/anno di latte. In questi ultimi anni, oltre ai formaggi è aumentato l’interesse verso il latte alimentare per il consumo diretto, sia da parte dei consumatori, sia da parte dei produttori” (Lombardi, Peira, Cortese, 2016)¹. In particolare sono cresciuti la commercializzazione e il consumo di latte crudo attraverso i distributori automatici, registrati e controllati dalle Aziende sanitarie locali, le cosiddette “cassette del latte”. Con il termine “latte crudo” l’Unione Europea intende il latte prodotto mediante secrezione della ghiandola mammaria di animali di allevamento non riscaldato a più di 40°C e non sottoposto ad alcun trattamento avente un effetto equivalente.

La possibilità di commercializzare latte crudo viene introdotta con il Regolamento (CE) n. 853/2004 del 29 aprile 2004, che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale. In Italia, la vendita diretta in azienda e l’utilizzo dei distributori automatici sono consentiti a partire dal 2004, con il Decreto Legge n. 157 del 24 giugno 2004¹. Dal censimento nazionale effettuato nel 2013 risultano registrate ai sensi del Reg. (CE) 852/2004 presso le aziende Sanitarie Locali (ASL) 1.742 strutture dedicate alla vendita del latte crudo, di cui 626 allevamenti e 1.066 distributori automatici. Gli stessi dati riferiti al Piemonte indicano, al 2013, 129 distributori, con un calo del 32% rispetto ai valori del 2010.

I dati utilizzati per costruire la carta, relativi alla Città Metropolitana al 2016, sono invece ottenuti attraverso l’aggregazione di più fonti. Nello specifico sono state utilizzate le informazioni fornite direttamente da Coldiretti, sui distributori riforniti da aziende agricole associate, integrate con le segnalazioni presenti sul sito www.milikmpas.com, che presenta una mappatura dal basso dei distributori di latte alla spina in Italia.

I sostenitori di questo fenomeno sottolineano soprattutto l’impatto positivo in termini di riduzione dei rifiuti (ai distributori si va con le proprie bottiglie, evidentemente riutilizzabili) e le caratteristiche nutrizionali e organolettiche del latte crudo. In termini di sicurezza alimentare, va tuttavia ricordato come - a partire da dicembre 2008, con l’emanazione di un’apposita ordinanza del Ministero della Salute e successivamente previsto dal Decreto legge n. 158 del 13/09/2012 - i distributori automatici devono riportare l’indicazione del consumo previa bollitura; in caso di cessione diretta, invece, è il produttore che deve obbligatoriamente informare il consumatore su tale modalità di consumo.

² Il Decreto ha abrogato l’art.1 della L. 169/89, che vietava la vendita di latte crudo in Italia.

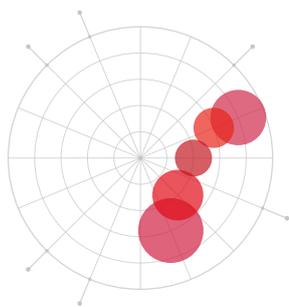


Legenda

Localizzazione distributori di latte crudo

- Casetta del latte

*Localizzazione dei distributori di latte crudo nella Città Metropolitana
Fonte: COLDiretti e www.milkmaps.com*



La refezione scolastica nella Città Metropolitana di Torino

consumo
mense scolastiche
capitolato
d'appalto
prodotti locali
prodotti biologici
sostenibilità

Le mense scolastiche rappresentano un importante strumento di intervento sui sistemi alimentari delle città, per diverse ragioni: perché attraverso una domanda generalmente strutturata possono orientare il mercato e la produzione, ma anche perché attraverso il pasto pubblico è possibile intervenire sulla salute dei giovani utenti e veicolare messaggi di educazione alimentare.

Nell'anno scolastico 2014-2015, 257 comuni (su 315 totali) hanno una struttura scolastica. Di questi, 254 hanno offerto ai loro studenti il servizio mensa, coinvolgendo 1321 scuole, per un totale di circa 20 milioni di pasti all'anno. Considerato un costo medio del pasto a base d'asta di 4.72 euro, il valore annuo degli appalti della ristorazione scolastica metropolitana, per il 2014/2015, si è aggirato sui 90 milioni di euro.

La quasi totalità dei comuni analizzati (218, cioè l'86% del totale) ha scelto l'esternalizzazione del servizio, che prevede il suo affidamento mediante appalto pubblico a soggetti terzi secondo il principio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. 148 comuni (il 58% del totale) ha scelto di affidare l'incarico ad aziende di ristorazione. Nel restante 42%, che corrisponde soprattutto a piccoli comuni, il servizio è affidato a realtà diverse come hotel e ristoranti, mense di enti religiosi, di scuole parificate e residenze per anziani, cooperative sociali. La gestione diretta, che implica al contrario il mantenimento all'interno della struttura appaltante dell'intera filiera della ristorazione, è presente solo in 2 comuni di dimensioni relativamente ridotte.

Tabella 1: Azioni per la sostenibilità ambientale, economica e sociale delle mense scolastiche

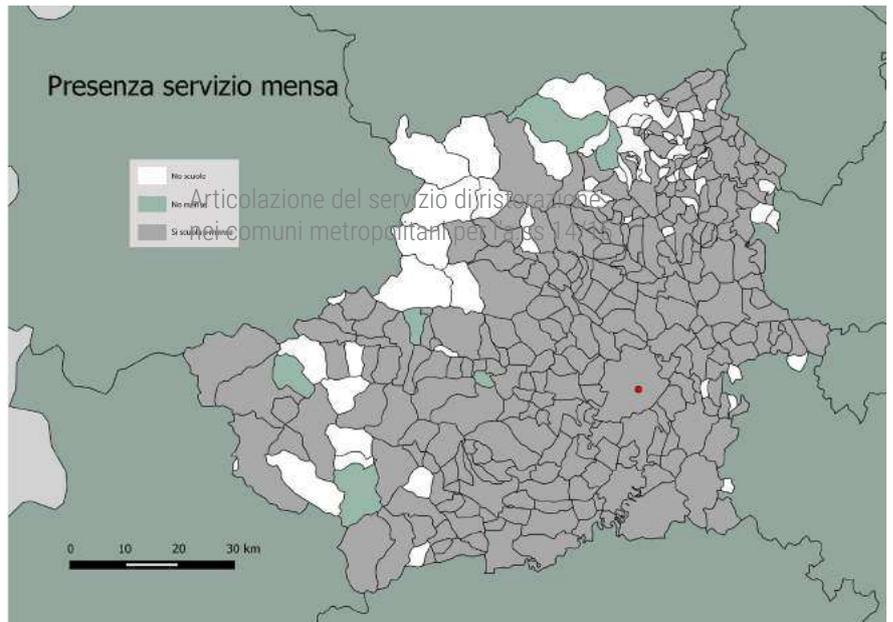
	Produzione	Distribuzione	Consumo	Postconsumo
Dimensione ambientale	<ul style="list-style-type: none"> - uso di prodotti da agricoltura biologica - uso di prodotti da lotta integrata 	<ul style="list-style-type: none"> - uso di mezzi ecologici - piano logistico ottimizzato 	<ul style="list-style-type: none"> - stovigliato riutilizzabile; - uso di acqua da rete idrica - detersivi ecologici - no monoporzioni - sacchetti biodegradabili - packaging ecologico - uso di cucine a basso impatto - progetti di educazione alimentare sul tema della sostenibilità ecologica 	<ul style="list-style-type: none"> - monitoraggio degli scarti - raccolta differenziata
Dimensione economica	<ul style="list-style-type: none"> - uso di prodotti locali 		<ul style="list-style-type: none"> - impiego di personale locale 	
Dimensione sociale	<ul style="list-style-type: none"> - uso di prodotti equo-solidali - uso di prodotti da agricoltura sociale 			<ul style="list-style-type: none"> - redistribuzione delle eccedenze

La tabella riporta le azioni finalizzate a incrementare la sostenibilità del servizio, in termini ambientali, sociali ed economici. Da un'analisi effettuata attraverso la somministrazione di questionari e lo studio dei documenti di appalto (capitolati e tabelle merceologiche) si evidenzia il ricorso ad azioni di tipo ambientale, come la raccolta differenziata, l'uso di stovigliato riutilizzabile, di acqua potabile e detersivi ecologici, il monitoraggio degli scarti. Più rara, anche in relazione ai costi, la scelta di mezzi ecologici e di cucine a basso impatto. Per quanto concerne l'utilizzo di prodotti da agricoltura biologica, il 77% dei comuni inserisce il biologico come criterio di premialità. Tuttavia, il numero di derrate biologiche richieste è generalmente molto basso (il 75% dei comuni richiede da una a tre derrate sulle 13 analizzate).

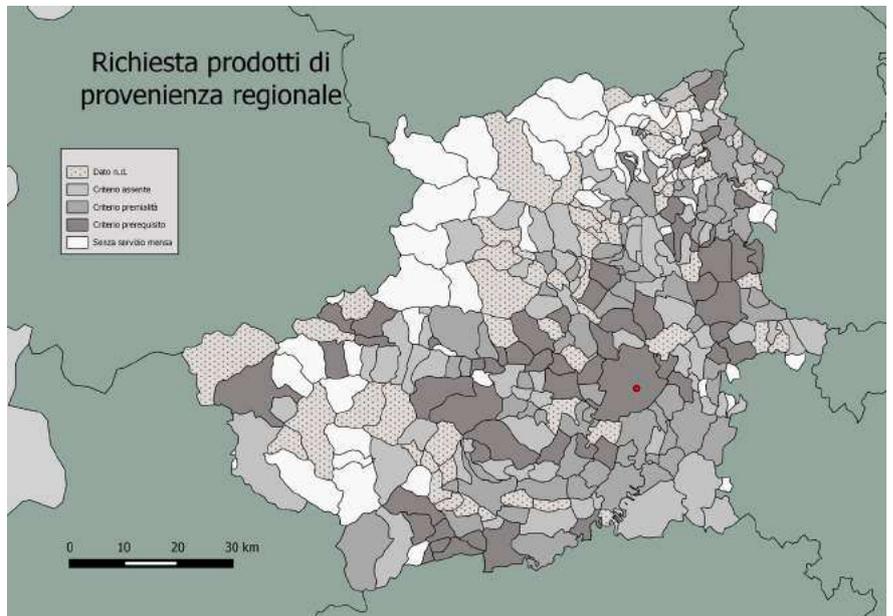
Su 190 comuni analizzati in merito alla presenza di criteri legati alla provenienza dei prodotti, il 90% dei comuni indica una provenienza ma il 76% introduce il livello nazionale, il 14% il livello regionale e solo il 10% indica una provenienza locale.

Scarsa la presenza di criteri di sostenibilità sociale: solo il 10% dei comuni indica l'utilizzo di prodotti equosolidali e il recupero delle eccedenze come prerequisito, mentre l'agricoltura sociale è menzionata da soli 9 comuni.

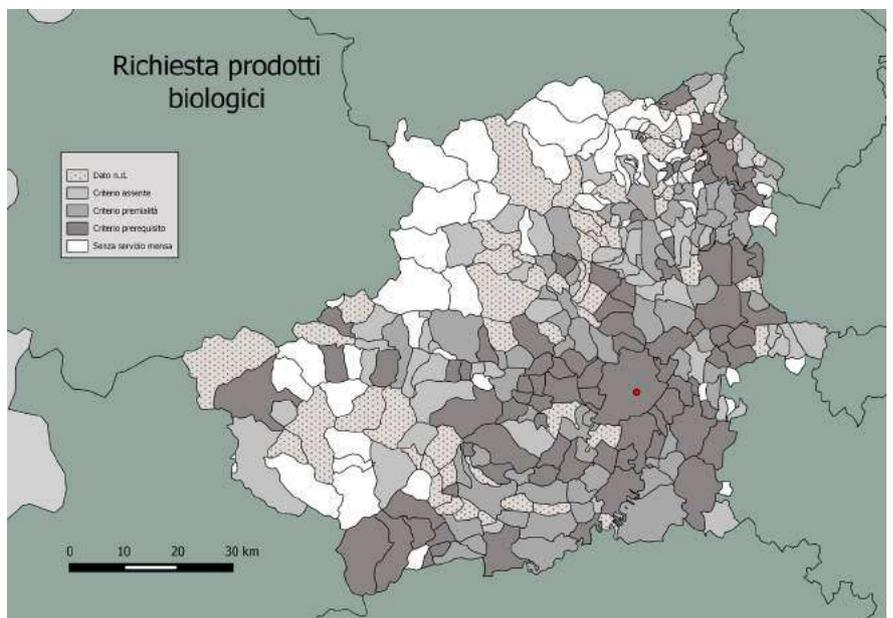
Articolazione del servizio di ristorazione nei comuni metropolitani per l'a.ss 14/15.
 Fonte: indagine diretta

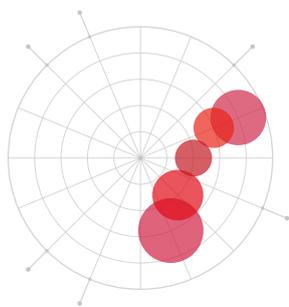


Comuni che inseriscono il criterio di provenienza per l'a.s. 14/15
 Fonte: indagine diretta



Comuni che inseriscono la richiesta di prodotti biologici per l'a.s 14/15.
 Fonte: indagine diretta





Il sistema alimentare d'emergenza

consumo
povertà
alimentare
sicurezza
alimentare
aiuti alimentari
Il sistema
alimentare
d'emergenza

In Europa, le dimensioni del fenomeno della povertà alimentare vengono fornite da Eurostat sulla base di uno specifico indicatore riferito alla capacità della persona, o della famiglia, di sostenere almeno una volta ogni due giorni un pasto proteico (sia esso a base di carne, pesce o di proteine vegetali). I dati aggiornati a tutti i paesi UE28 indicano, nel 2013, un valore pari al 10,5% di cittadini europei che non riesce ad accedere a un pasto adeguato. L'Italia si colloca in ottava posizione (14,2%) con valori di povertà alimentare maggiori della media generale e della situazione registrata in tutti gli altri paesi fondatori dell'Unione. Mentre per quanto concerne la capacità di spesa in ambito alimentare, dal 2007 al 2014 si registra un calo del 3,7%^[1]. I dati sull'assistenza forniti dall'Agea rivelano che la consistenza degli indigenti "assistiti" è incrementata del 47% fra il 2010 e il 2013, e ha riguardato soprattutto i bambini fino ai 5 anni e gli anziani sopra i 65^[2].

A fronte di questi dati, che tratteggiano lo scenario a livello macro, nazionale, si moltiplicano i servizi di aiuto alimentare promossi alla scala locale. Si tratta di pratiche molto diverse fra loro, in risposta alla natura plurale della povertà, anche nella sua accezione alimentare. Una ricognizione (certamente non esaustiva) su quello che possiamo definire il sistema del cibo d'emergenza a Torino mostra come nella città coesistano iniziative differenti, più o meno istituzionali, strutturate o, al contrario, spontanee e dal basso.

In termini numerici il ruolo principale è svolto dall'associazione Banco Alimentare del Piemonte Onlus, che nel 2016 ha distribuito cibo (proveniente sia da azioni di recupero, sia da donazioni) attraverso una rete di 180 strutture caritative sul territorio, fra cui molte parrocchie, che distribuiscono pacchi alimentari e 18 mense benefiche presenti sul territorio urbano, di cui un terzo concentrata nel quartiere di San Salvario.

In aggiunta a soggetti come il Comune, il Banco Alimentare, la Caritas, la Croce Rossa e altre associazioni soprattutto religiose, negli ultimi anni - anche in ragione di una crescente legittimazione politica^[3] - si sono moltiplicati i progetti che, partendo dalla raccolta delle eccedenze, forniscono assistenza alimentare ai cittadini in difficoltà. Una prima rassegna, certamente non esaustiva, ha messo in evidenza diverse pratiche che spaziano dal recupero dell'invenduto nei mercati rionali (come il progetto Fa Bene, attivo a Torino e in diversi comuni metropolitani, il progetto Pane in Comune, attivo sui mercati di Corso Svizzera e Corso Brunelleschi) alla raccolta del cibo non consumato nei congressi e negli eventi (Equoevento Torino) al food sharing, (attivo con il progetto CON MOI nelle ex palazzine del MOI di via Giordano Bruno) ai supermercati ed empori solidali (come quelli dell'associazione Terza Settimana) ai ristoranti sociali (come la Locanda del Parco Colonnetti, gestita dall'associazione Patchanka) fino a realtà più informali (e più difficilmente mappabili) come la rete Food Not Bombs. Queste iniziative, sebbene molto diverse fra loro, sono accomunate dall'obiettivo più ampio di recuperare le eccedenze edibili a fini sociali e ambientali. Molte di queste pratiche si allontanano dagli schemi più tradizionali dell'assistenzialismo per abbracciare approcci innovativi di coinvolgimento e capacitazione dei beneficiari finali.

1 Caritas (2015), Povertà plurali. Rapporto 2015 sulla povertà e l'esclusione sociale, Roma Caritas Italia

2 Cavicchi A. (2015), Nuove povertà, spreco e sicurezza alimentare in Italia, Agriregioni, 11(40). <https://agriregionieuropa.univpm.it/it>

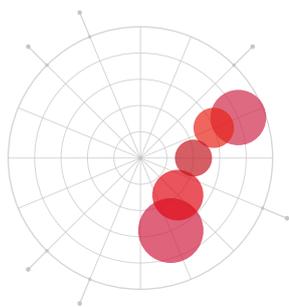
3 Legittimazione che inizia, a livello nazionale, con la Legge 155 del 2003 (meglio nota come Legge del Buon Samaritano) e culmina con il provvedimento 166 del 19 agosto 2016 "Disposizioni concernenti la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari e farmaceutici a fini di solidarietà sociale e per la limitazione degli sprechi". A scala locale, invece, è importante ricordare come queste attività possano trovare un riscontro nel provvedimento che, da marzo 2016, riconosce il Diritto al cibo adeguato nello Statuto della Città di Torino.



Legenda

- Social market, Associazione Terza Settimana
- Locanda nel Parco, Associazione Patchanka
- Progetto Fa Bene
- Progetto Pane in Comune, Associazione Eufemia
- Mense benefiche
- Associazione CON MOI
- social market

Localizzazione di alcune pratiche di aiuto alimentare nella città di Torino
Fonte: ricerca diretta



La specializzazione di un quartiere: il caso di San Salvario

consumo
gentrification
ristorazione
quartiere

Nella città contemporanea, i luoghi e le forme del consumo alimentare, in relazione con quelli dell'intrattenimento sono fattori determinanti dei processi di trasformazione di molti centri storici e quartieri, spesso in una prospettiva di gentrification e appropriazione dello spazio pubblico da parte di attività economiche, che generano spazi nei quali si può accedere solo in funzione del consumo.

La progressiva specializzazione come aree destinate alla fruizione serale e notturna, attraverso il consumo di cibo e bevande è una delle caratteristiche ricorrenti dei processi che portano porzioni degradate dei centri urbani a riqualificarsi e, in alcuni casi, a vedere radicalmente trasformato il proprio assetto sociale ed economico, talvolta finendo per essere teatro di dinamiche fortemente esclusive nei confronti delle fasce più marginali della popolazione e di impoverimento della diversità culturale, sociale ed economica alla scala di quartiere.

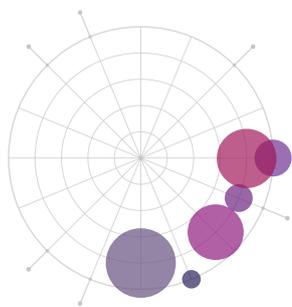
A Torino sono diversi i quartieri che hanno vissuto processi di questo tipo, seppur ciascuno con caratteristiche proprie: per primo il Quadrilatero Romano, seguito da San Salvario e da Vanchiglia, a cui nei prossimi anni, seguendo i segnali che provengono da altre aree cittadine, potrebbero aggiungersi alcune porzioni di Barriera di Milano e di Aurora e magari Porta Palazzo e Borgo Dora^[1]. Questa scheda si concentra sul quartiere di San Salvario, analizzando la distribuzione delle attività di somministrazione di cibo nel quadrilatero compreso tra Corso Massimo D'Azeglio, Corso Vittorio Emanuele, via Nizza e Corso Marconi, dove si localizza con maggiore evidenza la specializzazione alimentare del quartiere.

Per quanto il processo di riqualificazione, e in seguito di gentrification, di San Salvario, avviatosi all'inizio degli anni 2000, sia molto complesso ed esito dell'intreccio di fattori politici, iniziative private e sociali e dinamiche economiche^[2], la componente legata al consumo di cibo ha rappresentato fin dall'inizio un elemento centrale del percorso, fino a diventare, nella sua natura multiculturale, una componente caratterizzante del quartiere^[3], oggi probabilmente degenerata in componente totalizzante.

La mappatura ha rilevato la presenza in questa porzione di San Salvario (corrispondente all'incirca a un quadrato di 400 m. di lato) di circa 210 esercizi commerciali attivi nella somministrazione di alimenti, che sono stati suddivisi in sette categorie specifiche: bar e caffetterie; enoteche e wine bar; street food; gelaterie; locali serali e notturni; pasticcerie; ristoranti. La carta mostra una fortissima concentrazione di attività nel settore del quartiere a ovest di via Madama Cristina e in particolare nel quadrilatero compreso tra le vie Berthollet, Saluzzo, Baretti e S. Anselmo, dove si concentrano decine di locali notturni e ristoranti, che hanno quasi monopolizzato il tessuto commerciale dell'area, con significative conseguenze in termini di desertificazione commerciale diurna e congestione notturna. Per completezza, alle attività mappate sarebbe utile aggiungere anche i numerosi minimarket aperti fino alle prime ore della notte, che aumentano l'offerta di vendita di bevande alcoliche e cibo confezionato.

Lungi dall'essere esaustiva nella sua capacità di rappresentare l'evoluzione di un quartiere e la sua progressiva specializzazione legata alla somministrazione di cibo, questa mappatura costituisce un primo passo di uno sguardo più ampio, che si estenderà ad altri quartieri della città e a un'osservazione dell'evoluzione temporale della distribuzione delle attività commerciali, coerentemente con l'approccio dinamico proposto dall'Atlante.

- 1 Per una riflessione sulla gentrification a Torino, si veda G. Semi (2015), *Gentrification*, Il Mulino, Bologna.
- 2 M. Bolzoni (2013), "A neighbourhood on the move. Commercial gentrification, social inclusion, and urban change in Turin, Italy", Tesi di dottorato in sociologia, Università di Torino, XXV ciclo.
- 3 F. Cirio e C. Marchioro (2013), "Cibo, territorio e multiculturalità: uno sguardo geografico alla tradizione, innovazione, trasformazione di San Salvario", in A. Di Somma e G. Donadelli (a cura di), *Le nuove geografie*, Valmar, Roma, pp. 103-110



Cibo, salute e disuguaglianze sociali

salute
disuguaglianze
sociali

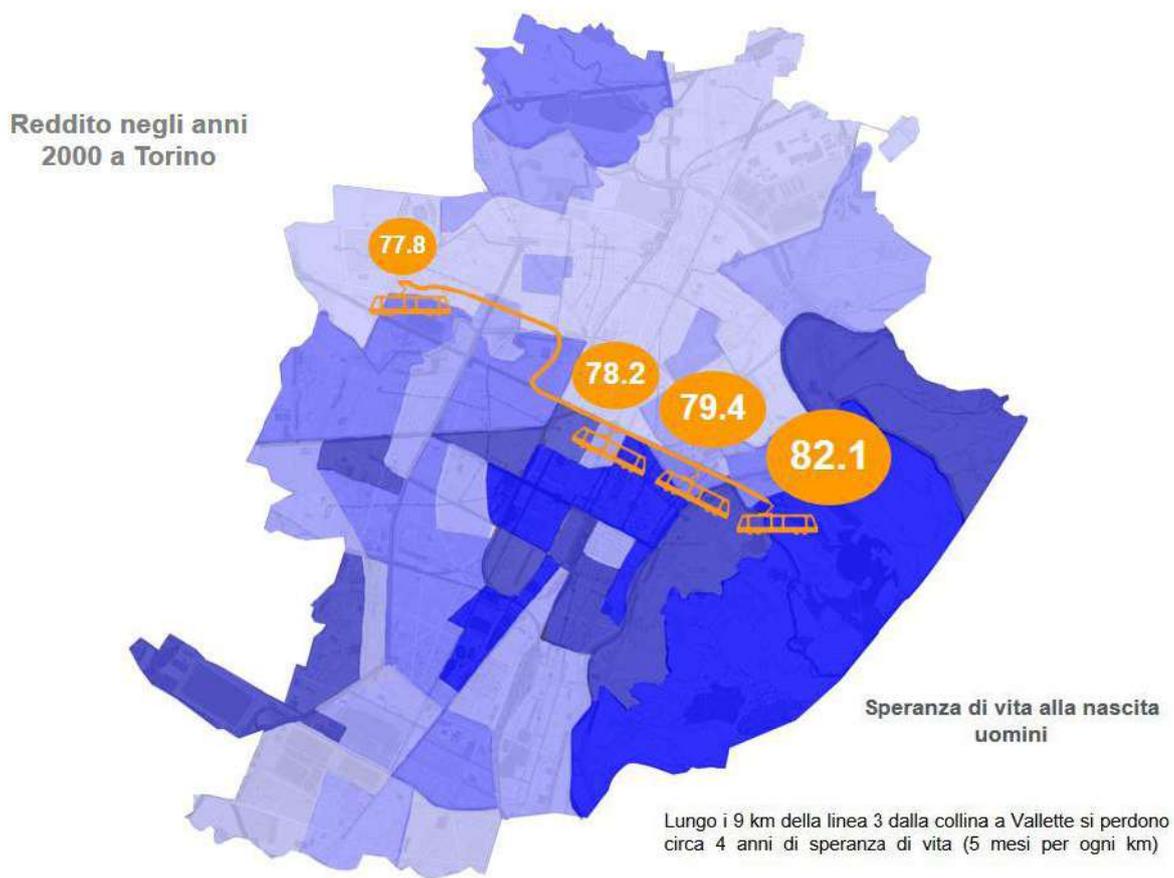
Tra le persone vi sono, a parità di età, genere, provenienza geografica ed etnia, differenze sistematiche nel benessere psicofisico difficilmente attribuibili a cause di natura biologica. Numerosi studi hanno mostrato come all'origine vi siano spesso disuguaglianze sociali: con la posizione sociale della persona cresce la probabilità di avere una salute migliore di quella osservata tra i gruppi relativamente più svantaggiati. Infatti, ad ogni posizione socioeconomica corrisponde in media una dotazione di risorse e capacità personali, che predice abbastanza bene la salutogenicità delle condizioni di vita in cui ogni individuo nasce, cresce, lavora, vive ed invecchia, le esposizioni a fattori di rischio e l'adozione di stili di vita più o meno nocivi e, in ultima istanza, la capacità di controllo e di indirizzamento della propria vita verso traiettorie biografiche più o meno sane. A Torino, ad esempio, un uomo può vivere fino a 5,5 anni in meno, se di bassa origine sociale, rispetto a chi per studi e professione è in alto nella scala sociale^[1].

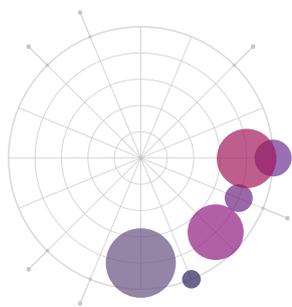
I contesti fisici e sociali in cui le persone vivono possono aiutare o meno a tenere sotto controllo la propria salute, accentuando o attenuando l'effetto degli svantaggi sociali e i rischi collegati. In particolare, sono importanti le caratteristiche degli ambienti sociali nei quali si vivono le esperienze più significative: la scuola, il caseggiato e il quartiere di residenza, il luogo e le relazioni sul lavoro, le attività di carattere culturale, associativo e relazionale che caratterizzano la vita quotidiana. Dove le persone, a parità di risorse e capacità personali, hanno maggiori spazi di decisione e migliori relazioni con gli altri, riescono anche a tenere meglio sotto controllo la propria salute^[2]. L'alimentazione è sensibile a questi meccanismi: individui con minori risorse tendono ad assumere modelli alimentari più poveri e nocivi per l'organismo, per ragioni di natura economica, di prossimità/accessibilità geografica e di minore alfabetizzazione sanitaria.

In Italia e nel sud-europa questo problema sembrerebbe meno importante, grazie alla diffusione e alla trasversalità sociale della dieta mediterranea, che garantisce un più corretto apporto alimentare, soprattutto di frutta e verdura, e un consumo alcolico di maggior qualità^[3]. Tuttavia, differenze sociali nell'esposizione a un consumo eccessivo di grassi e di carni, soprattutto rosse, e povero di pesce sono state osservate anche in Italia, nel nord in particolare.

Le scelte nutrizionali poco sane sembrerebbero in crescita tra i giovani - specie tra i gruppi socialmente svantaggiati - anche a causa di una loro maggiore vulnerabilità alla diffusione di modelli alimentari non mediterranei^[4]. Occorre dunque promuovere la buona tradizione alimentare, curando in primo luogo la relazione tra sistemi del cibo e ambienti sociali di vita delle persone (ad esempio la scuola frequentata, il luogo di lavoro, il quartiere di residenza, ecc.), e i significati attribuiti collettivamente all'alimentazione. Infatti, le decisioni sui comportamenti individuali, come bere alcolici, mangiare cibi in eccesso, ecc. si evolvono insieme ai modi di pensare e agire di chi ci sta intorno.

- 1 Costa G., Stroschia M., Zengarini N., Demaria M. (2017), 40 anni di salute a Torino. Spunti per leggere i bisogni e i risultati delle politiche, Inferenze, Milano.
- 2 Di Monaco R., Pilutti S., (2014), Le azioni di correzione nel senso dell'equità delle politiche non sanitarie, pp 137-165, in Costa G. et al. (a cura di), L'equità nella salute in Italia. Secondo rapporto sulle disuguaglianze sociali in sanità, edito da Fondazione Smith Kline presso Franco Angeli Editore, Milano.
- 3 Costa G. et al. (a cura di), (2014), L'equità nella salute in Italia. Secondo rapporto sulle disuguaglianze sociali in sanità, Fondazione Smith Klin, Milano, Franco Angeli Editore.
- 4 Marra M., Migliardi A., Costa G. (2015), Disuguali a tavola ma non troppo: le differenze sociali nell'alimentazione in Italia, prima e durante la crisi, E&P, 39, 4.





Cibo e innovazione a Torino

innovazione
sociale
tecnologia
iCapital 2016
integrazione

Il territorio Torinese, soprattutto negli ultimi tempi, è emerso come contesto particolarmente attrattivo e in continuo fermento per lo sviluppo di iniziative con una forte impronta imprenditoriale e innovativa.

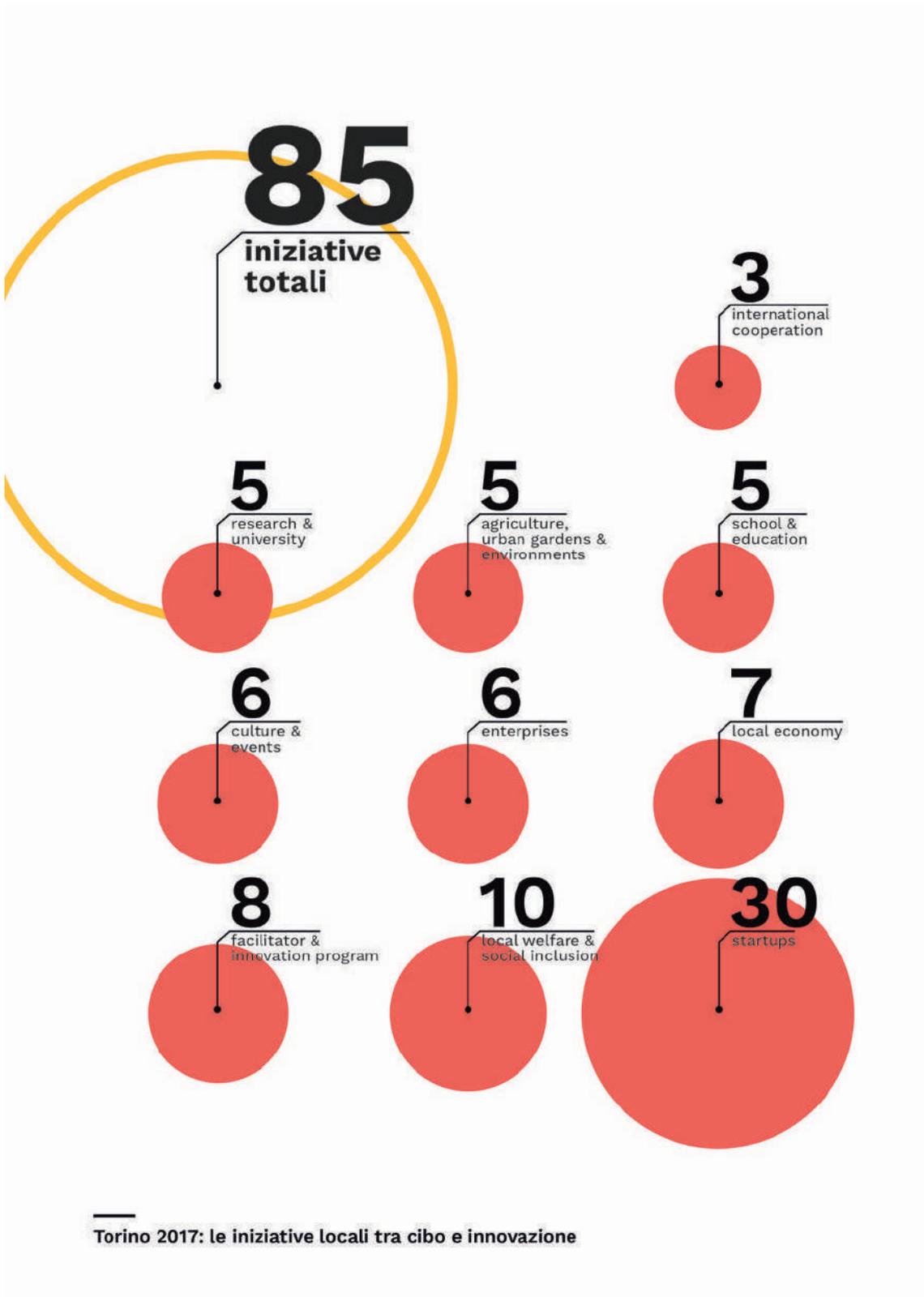
La città di Torino si sta, infatti, distinguendo a livello locale e globale per lo sviluppo di innovazioni concrete e sostenibili, grazie alle sue risorse territoriali produttive, culturali ed educative e alla tradizione storica, politica ed economica che da sempre hanno caratterizzato il territorio come un luogo di creazione.

Il ruolo dell'innovazione della città, riconosciuto anche a livello mondiale (Torino è infatti stata insignita del titolo di seconda capitale d'Europa dell'Innovazione ai iCapital 2016 – European Capital of Innovation 2016), sta creando un nuovo polo strategico che si sta affiancando a quelli dell'industria, della cultura e del turismo.

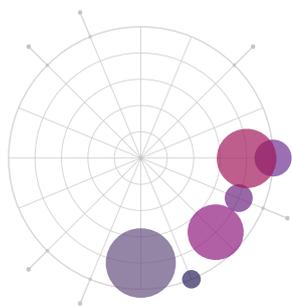
Questo si sta verificando grazie a una propensione al cambiamento del territorio torinese che ha saputo diversificare le proprie vocazioni storiche e trasformare radicalmente il proprio DNA, ridisegnando il suo futuro e concentrandosi sui settori produttivi ad alto contenuto di conoscenza. Una tendenza che si è concretizzata anche con iniziative di innovazione e sviluppo nel settore del cibo, aprendo la strada a importanti iniziative pubbliche e private.

Attraverso tali progetti, il cibo viene indagato nelle sue più diverse caratteristiche, da fonte di benessere a elemento simbolico-identitario, da veicolo di incontro tra culture differenti a indicatore della qualità della vita, mantenendo l'importante valenza economica locale e internazionale nonché vettore di inclusione sociale e promotore di una visione maggiormente innovativa e sostenibile. Come emerge dall'infografica che segue e che propone una prima - certamente non esaustiva - raccolta di iniziative locali condotta dall'Innovation Design Lab, in questo campo Torino annovera la partecipazione di diversi attori innovativi coinvolti nella filiera del cibo a più livelli, da quelli della produzione alla distribuzione, dalla ricerca universitaria alla formazione, dal panorama delle associazioni, alle startup fino alle aziende internazionali. All'interno di questi progetti gioca un ruolo di primo piano non solo l'aspetto più strettamente tecnologico (legato alle ICT, alle sensoristica, etc) ma soprattutto un approccio esplicitamente teso a un'innovazione di tipo sociale, in grado di riconoscere i bisogni locali e fornire loro una risposta, rafforzando e riproducendo il capitale umano e sociale.

Le azioni sviluppate all'interno di queste progettualità stanno supportando e implementando iniziative di innovazione a 360 gradi, trasformando un'opportunità in una vero e proprio vettore strategico di sviluppo economico e sociale a livello locale.



Numero e tipologia delle iniziative locali tra cibo e innovazione a Torino
Fonte: ricerca diretta



Sagre ed eventi gastronomici locali

sagre
eventi
prodotti tipici
piatti tradizionali
turismo
enogastronomico

Le sagre, eredi delle antiche cerimonie con le quali in passato si usava accompagnare la consacrazione di edifici di culto mediante fiere, mercati e consumo collettivo di cibo, rappresentano oggi una delle modalità più ricorrenti con cui la società urbana si rapporta al mondo delle tradizioni folcloriche, fruendone quella che ritiene essere la sua componente culturale più autentica e rappresentativa (Di Renzo, 2005, p.306)^[1].

Nella maggior parte dei casi, tali eventi ruotano intorno ad uno o più elementi gastronomici, ingredienti o piatti locali, che tradizionalmente, sono stati fatti propri dalla comunità, costituendo e contraddistinguendo il suo patrimonio alimentare. Nei piccoli e grandi centri, la loro sopravvivenza ancora oggi è data dal loro carattere ludico, popolare e folcloristico accanto a casi di specializzazione di promozione di determinati prodotti, tanto da assumere così più l'aspetto di fiere-esposizioni. È un fatto ormai evidente che nel nostro paese si moltiplicano e s'inventano iniziative, feste e cerimonie d'ispirazione locale, contadina che coinvolgono nella loro progettazione e organizzazione diversi attori sociali, amministrazioni locali, Pro loco, Parrocchie, ristoratori, aziende agricole locali, associazioni culturali, di categoria, di quartiere e mobilitano un significativo ammontare di risorse e di visitatori. Secondo un sondaggio realizzato da Coldiretti/Ixè nel 2016, sarebbero infatti più di otto italiani su dieci (81%) coloro che hanno scelto di partecipare a sagre e feste di Paese locali in tutta la Penisola.

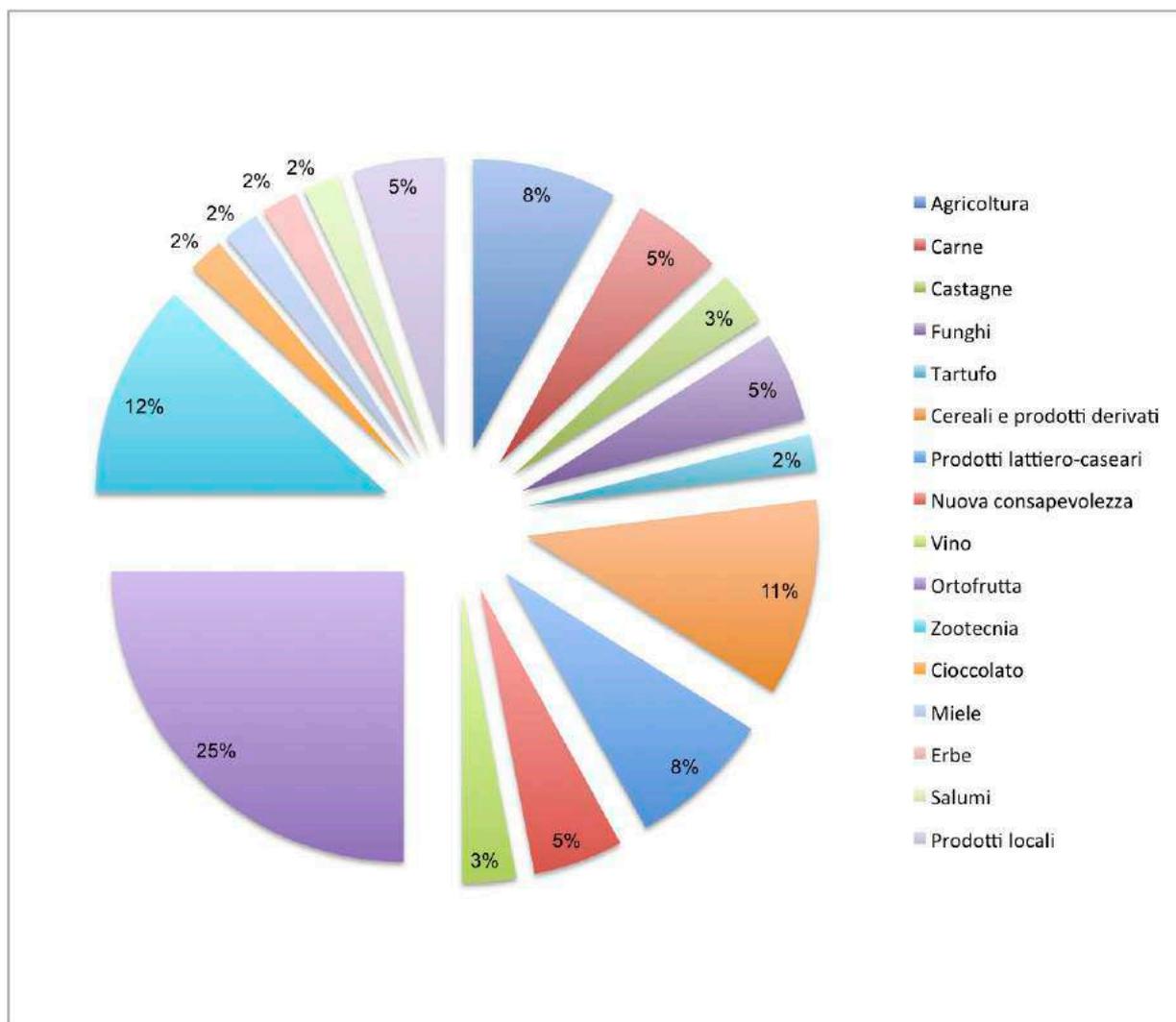
Come osserva Pieroni (2008)^[2] la partecipazione a questa tipologia di eventi gastronomici e momenti conviviali può essere collocata in quella che è la riscoperta e la volontà di ristabilire un rapporto più diretto con il cibo, la cultura e le tradizioni territoriali accanto all'emergere di forme di agricoltura alternative al modello industriale, localmente radicate e organizzate. Si tratta sì di una tendenza positiva che va accompagnata alla congruità del "cibo festeggiato" con la realtà produttiva del territorio anche con un occhio alla stagionalità e alla qualità dell'offerta gastronomica.

Nella Città Metropolitana di Torino, sagre, fiere e mercati di paese sono dedicate a ricorrenze storiche o religiose, ma soprattutto a prodotti tipici dell'enogastronomia locale che sono molto spesso al centro dei festeggiamenti e si concentrano proprio quando si raccolgono i frutti della terra, dall'uva ai funghi, dalle ciliegie al peperone all'asparago, dal sedano rosso alla mela, concentrandosi quindi soprattutto nel periodo che va dalla primavera all'autunno. Secondo i dati presenti nel Calendario Regionale delle Manifestazioni Fieristiche e Sagre del Piemonte 2017, 320 sono le sagre e le fiere organizzate nella Città Metropolitana di Torino.

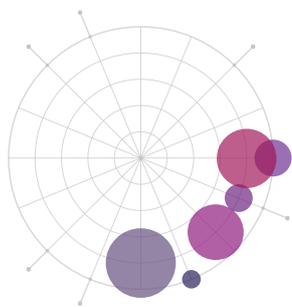
Di queste, più del 30% sono quelle dedicate ai temi dell'agricoltura e zootecnia o espressamente ad un prodotto gastronomico (coltivato o trasformato). Dai temi scelti come oggetto della sagra è possibile osservare la ricchezza e la diversità del patrimonio produttivo della Provincia di Torino. I prodotti attorno cui gravitano il 25% delle sagre appartengono al settore ortofrutticolo, seguono gli eventi dedicati al settore zootecnico e agricolo (rispettivamente 12 e 8%), i cereali e i prodotti da essi derivati (pane, grissini, biscotti) con l'11% e i prodotti lattiero-caseari con un 8%.

E' inoltre interessante notare come accanto alle sagre più tradizionali, stiano crescendo eventi organizzate intorno a temi quali l'alimentazione naturale, la biodiversità, i prodotti biologici.

- 1 Di Renzo E. (2005), Effetto sagra. Recupero di gastronomie e sapori, in AA.VV., Storia del Lazio rurale. Il Novecento, Roma, Arsial, pp. 306-321.
- 2 Pieroni O. (2008), Presente e futuro della cultura contadina, «Sociologia Urbana e Rurale», n. 87, pp. 206-214.



Suddivisione tematica di sagre e fiere alimentari nel Torinese.
 Fonte: Calendario Regionale delle Manifestazioni Fieristiche e Sagre del Piemonte, 2017.



Le pratiche per un sistema urbano del cibo sostenibile

pratiche
sistema del cibo
sostenibilità
ambientale
giustizia sociale
innovazione
sociale

All'interno del già citato progetto Food Smart Cities for Development alcuni membri del gruppo di ricerca dell'Atlante ha condotto un primo esercizio di mappature di 90 esperienze virtuose, fra politiche, progetti e pratiche, di tipo istituzionale ma anche di natura marcatamente bottom up, localizzate principalmente all'interno della città di Torino.

La fotografia, senza pretese di esaustività, restituisce un panorama ricco e variegato, segno di un grande interesse e coinvolgimento sui temi del cibo nelle sue varie dimensioni (ambientale, sociale, culturale, economica, ecc.).

Una prima analisi tematica, a cui ne stanno seguendo altre legate alla natura dei soggetti, dei territori coinvolti, dei rapporti con le istituzioni, etc...) mostra un primo gruppo che tratteggia l'evoluzione della governance alimentare urbana attraverso la schedatura dei già citati processi e delle progettualità europee di più ampio respiro.

Nel secondo, invece, vengono presentate quelle esperienze che, pur perseguendo finalità commerciali, si collocano all'interno di una logica più sistemica di promozione e sostenibilità del ciclo alimentare, non solo in termini economici, ma anche ambientali e sociali. In quest'ottica sono state censite pratiche come quelle degli alternative food networks (i Farmer's Market, i Gruppi di Acquisto Solidali), ma anche proposte istituzionali e non per la (ri)costruzione e valorizzazione del rapporto fra prodotti locali e territorio e fra produttori locali e consumatori.

Il terzo gruppo raccoglie le progettualità accomunate da obiettivi espliciti di sostenibilità ambientale, in particolare per quanto concerne l'utilizzo agricolo degli spazi verdi, urbani e periurbani, fortemente promosso ed esplicitamente sostenuto dalla pubblica amministrazione attraverso progetti puntuali (gli orti urbani, circoscrizionali, gli orti sociali, ecc.) ma anche iniziative più sistematiche, come il progetto Torino Città da Coltivare.

Il quarto è dedicato alle progettualità di cooperazione internazionale allo sviluppo sui temi della sicurezza alimentare e del diritto al cibo. La seconda concerne invece la dimensione culturale del cibo, compresi gli eventi che contribuiscono a consolidare l'immagine (esterna e interna) di Torino città del cibo (basti pensare a Terra Madre-Salone del Gusto).

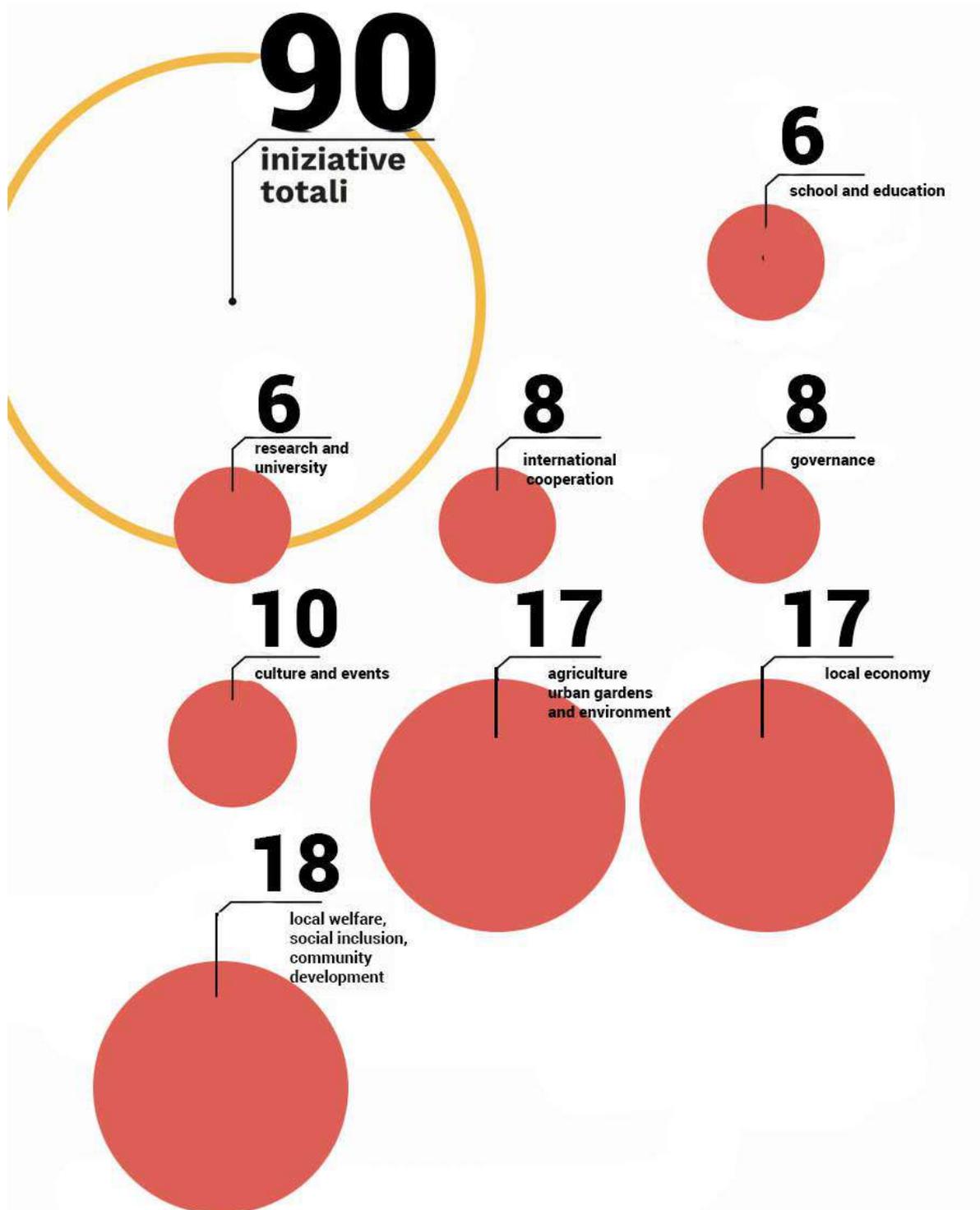
Il quinto ripropone solo alcune delle attività ordinarie e delle iniziative più puntuali che vedono coinvolti sul tema più ampio del cibo e dell'alimentazione i due atenei (Politecnico e Università) e i tanti centri di ricerca.

Questa mappatura di esperienze virtuose è stata un esercizio tanto importante quanto strategico, non solo perché ha aggiunto un tassello in termini di conoscenza e rappresentazioni, seppur non esaustive, del sistema alimentare urbano; ma anche perché è stata una buona occasione di dialogo e confronto fra i suoi diversi soggetti, contribuendo così a orientare la governance alimentare della città verso un orizzonte di maggiore integrazione, partecipazione e sostenibilità.

Inoltre, il censimento delle pratiche mostra la loro generale antecedenza rispetto ai processi di food policy e rivela un tessuto sociale e culturale pronto e maturo per essere coinvolto in una strategia più complessa e strutturata.

In questo senso, se l'obiettivo più importante, allo stato attuale, è far convergere e dialogare pratiche e processi, nonostante scale e micro-finalità differenti

Per maggiori informazioni si veda l'ebook (da cui questo testo è tratto) scaricabile gratuitamente dal sito della Franco Angeli: Bottiglieri M., Pettenati G., Toldo A. (2016), Toward Turin Food Policy. Good Practices and Visions. Milano: FrancoAngeli.



Numero e tipologia pratiche per un sistema del cibo sostenibile
Fonte: Bottiglieri, Pettenati e Toldo (citato).

