

Alimentare la città.

Limiti e potenzialità delle Alternative Food Network nella ridefinizione dei rapporti città-campagna.

Egidio Dansero, Matteo Puttilli

Città e alimentazione: questioni di metabolismo.

Il continuo e crescente incremento della popolazione urbana alle spese di quella rurale è ormai un dato sancito dalle statistiche internazionali, che pone evidenti interrogativi di grande interesse per la geografia: come procurare le risorse (materie prime, fonti energetiche, prodotti alimentari) necessarie al sostentamento del metabolismo urbano? I sistemi urbani sono organismi posti in un equilibrio molto delicato e complesso con l'ambiente esterno e soprattutto soggetti a letture molto differenti (Bagliani, Dansero, 2011). Le letture ecosistemiche, facendo ricorso al concetto di impronta ecologica (Wackernagel et al., 2006), hanno messo in luce il ruolo parassitario degli ambienti urbani nei confronti degli ecosistemi naturali (Odum, 1988). L'espansione della popolazione urbana nel corso del Novecento, il processo di industrializzazione e l'affermazione dei combustibili fossili hanno provocato la rottura definitiva del rapporto diretto tra la città e il suo intorno per la fornitura di risorse. La conseguenza più visibile è stata un incremento esponenziale della superficie di territorio necessario a sostenere la domanda di risorse da parte della popolazione urbana. Nonostante tale evidenza, diversi lavori hanno mostrato che la rappresentazione della città come organismo parassita può non essere sempre scontata: già negli anni '80, gli studi sulla città compatta ponevano la questione se la forma urbana non potesse, in alcuni casi, favorire un minore dispendio di risorse energetiche rispetto ad un'organizzazione del territorio dispersa (Owens, 1986). Analisi di bilancio energetico e ambientale (Newman, Kenworthy, 1986) hanno messo in evidenza come la possibilità di generare "economie di scala" positive, anche in campo ambientale, possa talvolta portare al risultato di considerare lo stile di vita urbano più sostenibile rispetto a quello non urbano (ad esempio, dal punto di vista dei consumi energetici civili, delle emissioni procapite di CO², e così via). Non bisogna poi dimenticare come la popolazione che vive in città sia in grado di indirizzare maggiormente un cambiamento negli stili di vita e di consumo rispetto a quella che vive in aree rurali (e quindi come miglioramenti nel rapporto città-ambiente siano da considerarsi particolarmente decisivi nella transizione verso sistemi più sostenibili).

Tali caratteristiche controverse dell'ambiente urbano sono vieppiù evidenti rispetto al tema della produzione, distribuzione e consumo di prodotti agricoli e beni alimentari. Da un lato, per soddisfare la propria domanda alimentare, la città contemporanea dipende quasi esclusivamente dalle importazioni, a loro volta mediate dall'agro-industria e dalla grande distribuzione (organizzata per lo più su base nazionale se non internazionale) (Grewal, Grewal, 2012), generando una profonda disconnessione tra i luoghi e le tecniche di produzione del cibo e i luoghi e le modalità del consumo. Dall'altro lato, è proprio nell'ambiente urbano post-moderno che, a partire dagli anni '90 ma con una decisa accelerazione dal 2000 in avanti, hanno trovato "terreno fertile" scelte e modalità alternative di consumo alimentare. Queste spaziano dalla semplice richiesta di una maggiore garanzia rispetto alla provenienza e qualità dei prodotti sino all'organizzazione di gruppi di acquisto che si rivolgono a prodotti locali o a forme di agricoltura (peri) urbana e auto-produzione degli alimenti (come nel caso degli orti urbani) (Jarosz, 2008). Si tratta di fenomeni difficili da analizzare, che avvengono in forme molto differenti e non prive di ambiguità. Tuttavia, non si può non riconoscere come, almeno nei Paesi più industrializzati, sia per lo più una parte della popolazione urbana a guidare il cambiamento attraverso scelte di consumo che preferiscono prodotti locali, considerati di maggiore qualità e freschezza (e quindi più salubri), ma soprattutto più sostenibili dal punto di vista ambientale e maggiormente etici e giusti, sotto il profilo economico, nei confronti dei piccoli produttori. Anche l'espansione internazionale del turismo eno-gastronomico ha rappresentato un ulteriore stimolo (di chiara

matrice urbana) per la “riscoperta” di tecniche di produzione e beni “tradizionali”, “locali”, “tipici”. Di riflesso, tale domanda stimola processi di riorganizzazione sul versante rurale, promuovendo la produzione di piccola scala e il recupero di un rapporto diretto con la città, incentrato su iniziative quali le diverse forme di vendita diretta, vendita “sul posto” e di “filiera corta”. L’affermazione e il consolidamento degli *alternative food network* (AFN) si sviluppa proprio in questa rinnovata interdipendenza tra città e campagna: la prima, posta di fronte alla complessa sfida di sviluppare una maggiore *self reliance* dal punto di vista alimentare (Morris, 1987), deve necessariamente rivolgersi in misura maggiore al proprio territorio di più stretto riferimento; la seconda ha nella città quella domanda di beni e prodotti in grado di favorire forme di riorganizzazione e sviluppo rurale che consentono ai piccoli produttori di mantenere la propria attività e, in alcuni casi, di porsi come alternativa alla grande distribuzione.

Una realtà in cerca di definizione.

E’ ormai ampia la letteratura che, in prospettiva multi-disciplinare, si è interrogata sugli AFN (Tregear, 2011), a cui è ricondotto un vasto universo di pratiche e realtà che risulta difficile inquadrare in forme consolidate. Del resto, nonostante alcuni AFN non abbiano un’origine recente, la letteratura internazionale si è sviluppata soprattutto nell’ultimo decennio con una spiccata proiezione empirica e applicativa (Sonnino, Mardsen, 2006), a discapito di una elaborazione teorica approfondita. Assumendo una prospettiva diacronica, le prime esperienze di AFN risultano connotate da uno spiccato spirito di critica e resistenza verso l’agricoltura industriale e la grande distribuzione, considerate responsabili di un regime alimentare e produttivo iniquo e insostenibile (Ilbery et al., 2004). Al contrario, le caratteristiche costitutive degli AFN consisterebbero in un maggiore radicamento sul territorio; nel valore aggiunto economico per i produttori e per le aree rurali; nella sostenibilità ambientale della produzione; nell’equità e nella democraticità delle relazioni tra produttori e consumatori; nella qualità dei prodotti (Feenstra, 1997). Da un punto di vista empirico, tali caratteristiche si sono concretate in un’ampia pluralità di pratiche molto differenti e dai confini molto fluidi, sia sotto il profilo organizzativo, sia delle relazioni con il territorio. Tali forme mostrano una grande variabilità territoriale, in quanto spesso sono legate a tradizioni produttive e alimentari profondamente radicate nella storia socio-culturale dei luoghi, delle regioni, dei diversi Paesi.

In Italia, sono principalmente riconoscibili tre forme di AFN:

- i mercati contadini (*farmer markets*): luoghi auto-organizzati dove i produttori esercitano una vendita diretta dei propri prodotti con una cadenza periodica (settimanale o mensile). Organizzati sia in aree urbane sia rurali, i produttori (e i prodotti) coinvolti possono essere sia di origine locale, sia “itineranti”, provenienti cioè da territori diversi. Così come altre tipologie di AFN, sovente l’obiettivo dei mercati trascende la semplice vendita di prodotti alimentari, per divenire occasione di promozione turistica e riqualificazione territoriale del luogo ospitante il mercato.
- i gruppi di acquisto (*box schemes*): gruppi di persone che acquistano collettivamente prodotti – prevalentemente di tipo alimentare, ma non solo – da una rete di produttori locali con i quali si instaura una relazione fiduciaria. I gruppi di acquisto maggiormente diffusi in Italia sono i GAS – Gruppi di Acquisto Solidale.
- la *vendita diretta*, che può avvenire in diverse forme: presso il produttore, oppure presso distributori e punti vendita presso cui convergono prodotti di diverse aziende agricole. Come nel caso dei farmer markets, anche il settore della vendita diretta è stato oggetto di iniziative promosse dalle diverse associazioni di agricoltori (ad esempio, le reti di punti vendita “Campagna Amica” promossa da Coldiretti, “Qui da noi” da Confocooperative e “La spesa in campagna” da CIA – Confederazione Italiana Agricoltori). La vendita diretta si presta particolarmente ad alcune tipologie di prodotti (ad esempio, il settore caseario) e, in misura ancora maggiore rispetto ai mercati contadini (con i quali vi sono comunque forti elementi di

mescolanza) si lega al turismo locale, spesso di tipo stagionale, e alla presenza di fiere, sagre, feste di paese, e così via.

Il progressivo affermarsi di molteplici tipologie di AFN, insieme al riconoscimento da parte di soggetti pubblici e privati e il crescente interesse da parte dei consumatori, ha portato in alcuni casi a rileggere l'approccio radicale originario, introducendo una lettura di tipo evolutivo incentrata sul concetto di "nicchia verde", formulato da alcuni autori nel dibattito internazionale sulla diffusione di agricoltura biologica (Smith, 2006). Le iniziative di nicchia possono, da un lato, rimanere come tali e rivolgersi a quote marginali del mercato; dall'altro lato, possono costituire fonti di potenziale cambiamento in grado, se gestite in modo strategico, di alimentare importanti trasformazioni nel regime dominante. Così, in campo alimentare, le nicchie verdi forniscono spazio per nuove idee e pratiche senza essere sottoposte alle pressioni che caratterizzano il regime dominante. In caso di successo, possono raggiungere dimensioni significative per aprire nuovi mercati, attirare più ampi interessi e andare incontro a forme più strutturate e istituzionalizzate non più in semplice alternativa al modello dominante, ma in aperta competizione con esso. Il rischio, tuttavia, è che tale trasformazione possa portarle ad un riassorbimento all'interno delle logiche del mercato dominante, causando una perdita dei presupposti originari che avevano motivato la nascita della nicchia.

Proprio in quest'ottica, la visione "evolutiva" degli AFN – che può essere schematizzata nella sequenza radicalizzazione, consolidamento e istituzionalizzazione – si può accompagnare a una lettura più critica, che vede la compresenza di modelli differenti non necessariamente in rete o dialoganti l'uno con l'altro, ma anzi in grado di interfacciarsi o contrapporsi in modo differente con il sistema produttivo convenzionale. Del resto, numerosi autori hanno criticato l'eccessiva disinvoltura con cui pratiche ed esperienze differenti siano ricondotte sotto tale definizione comune (Coley et al., 2009). Non può non destare una qualche perplessità il fatto che tutti gli AFN siano considerati allo stesso modo sostenibili, giusti, solidali, locali e di qualità. Ciascuna di queste proprietà dovrebbe invece essere attentamente esaminata e discussa caso per caso, analizzando in che modo e in quali occasioni e contesti gli AFN siano realmente in grado di produrre un valore aggiunto per i produttori, per i consumatori e per il territorio in senso lato e quali tipi di relazioni si instaurino con il mercato convenzionale.

Riavvicinare città e campagna: una prospettiva territoriale.

In una prospettiva geografica, l'interesse per gli AFN risiede nella centralità assegnata al territorio nell'affermarsi di pratiche che tentano di legare cultura del cibo e qualità agro-alimentare a una profonda attenzione agli impatti ambientali e agli aspetti di sostenibilità sul piano politico e sociale, assumendo una prospettiva che, sebbene centrata sulla dimensione locale, ambisce a mettere in relazione esperienze, reti e culture alimentari e produttive differenti (Dansero, 2011). Proprio la centralità del territorio può offrire spunti di riflessione innovativi sul rapporto tra città e campagna dal punto di vista della produzione, distribuzione e consumo di beni alimentari.

Le esperienze di filiera alternativa appaiono tipicamente come iniziative di autorganizzazione volte a istituire reti di relazione tra produttori (per lo più localizzati in campagna) e consumatori (per lo più cittadini), sia nel caso in cui l'iniziativa parta dai primi (come nella maggior parte dei farmer markets e nella vendita diretta) sia dai secondi (nel caso dei gruppi di acquisto). Che si tratti di esperienze individuali (piccoli gruppi organizzati su base informale, separati gli uni dagli altri) e vieppiù di reti e organizzazioni formalizzate, gli AFN possono essere interpretati come forme di territorialità innovative, cioè come nuovi sistemi di relazione tra gli attori e il territorio (Dematteis, 2001). Tali territorialità non si limitano a introdurre nuove forme organizzative in ambito rurale o cittadino, ma la loro peculiarità risiede proprio nella necessità di collegare città e campagna in una forma che richiama da vicino l'idea dei sistemi locali e territoriali, così come questi sono stati definiti dalla riflessione territorialista in geografia maturata in particolare nell'ultimo decennio (Dematteis, Governa, 2005). Secondo tale riflessione, in una visione complessa, il territorio può essere descritto come un attore collettivo locale: una rete di soggetti

pubblici e privati, capace di auto-organizzarsi al fine di auto-progettare e auto-gestire il proprio sviluppo, implementare una propria progettualità e valorizzare le proprie risorse locali.

Laddove il sistema agricolo dominante ha generato una separazione netta tra l'ambiente urbano e la campagna (e più in generale, tra luoghi della produzione e luoghi del consumo, in una concezione funzionalista dello spazio su scala internazionale che va ben al di là del solo settore primario), gli AFN condividono il principio comune di riportare "la città in campagna", promuovendo un maggiore radicamento territoriale non solo della produzione di cibo, ma anche del consumo (Winter, 2003). Si tratta, a tutti gli effetti, di un progetto di "sistema territoriale del cibo" in cui città e campagna vivono in un regime di interdipendenza reciproca, a scale differenti. In quest'ottica, l'attenzione deve essere posta sia alle singole esperienze (dal mercato contadino in un piccolo centro urbano alla rete di gruppi di acquisto di una grande città), ma anche alle modalità di diffusione, organizzazione e integrazione di più realtà ed esperienze sul territorio. Per tale ragione, non bisogna pensare a un'antitesi tra le piccole esperienze locali di AFN e il ruolo di imprese, cooperative e consorzi agricoli che operano su scale di mercato sempre più ampie, riuscendo a coniugare positivamente competizione, innovazione e valorizzazione territoriale. Infatti, è nel raccordo e nell'interazione, alle diverse scale, tra diverse pratiche ed esperienze che gli AFN possono assumere un peso crescente per incidere sulla trasformazione del territorio e porsi in competizione con il sistema convenzionale.

Dal punto di vista analitico, un approccio territoriale può offrire un contributo strategico nel rilevare e descrivere le relazioni tra le diverse filiere, con l'obiettivo di mettere in risalto la loro capacità (alle diverse scale) di esprimere progetti di territorio innovativi. Troppo spesso (soprattutto in Italia) gli AFN sono infatti descritti facendo ricorso al concetto di "lunghezza" associato alla filiera (filiera corta, km0, filiera locale). L'analisi delle AFN come sistemi locali di attori mostra la maggiore complessità del concetto di filiera e le sue molteplici caratteristiche, tra le quali:

- la *distanza*, vale a dire la vicinanza/lontananza tra luoghi di produzione e luoghi di consumo. Tale distanza può essere espressa sia sul piano spaziale (i km percorsi da un prodotto per raggiungere il consumatore, ma anche la distanza-tempo e la distanza-costi, reali e percepite, che soprattutto nei luoghi urbani possono incidere sulla movimentazione dei prodotti) sia in termini funzionali (il numero di intermediari e di passaggi che si frappongono tra produzione e consumo). Diversi AFN, pur non riducendo la distanza spaziale (come nel caso, invece, dei km0) cercano comunque di accorciare la distanza funzionale (è il caso del commercio equo, ad esempio).
- la *densità*, vale a dire la molteplicità di soggetti coinvolti in ogni AFN, e quindi la capacità di sviluppare una territorialità inclusiva e di accogliere un numero crescente di produttori e consumatori. La densità non va intesa soltanto in termini quantitativi, ma anche dal punto di vista dell'attivismo dei soggetti coinvolti e della loro capacità (o meno) di esprimere una progettualità che metta in connessione la rete con altri soggetti, iniziative ed esperienze presenti sul territorio.
- l'*eterogeneità*, cioè la compresenza e l'interazione tra AFN e tra i soggetti che le compongono. Una città in cui coesistono molteplici filiere attive e un numero elevato di esperienze e di iniziative di gruppi di acquisto, farmer markets, vendita diretta, e così via, mostra un livello di radicamento nel suo territorio molto maggiore di città in cui solo alcune tipologie risultano attive. Questo perché ogni AFN sviluppa, al proprio interno, modalità differenti di relazione tra produzione e consumo, e quindi amplia lo spettro possibile di modalità con cui città e campagna possono legarsi l'una all'altra formando un sistema territoriale del cibo.
- lo *spessore*, infine, segnala il valore aggiunto sociale prodotto dagli AFN in termini di capitale sociale e relazionale tra i singoli e le associazioni che vi sono coinvolte. Tale capitale sociale può assumere intensità e durata nel tempo variabili ed è compito di uno sguardo territoriale carpirne le caratteristiche costitutive. Allo stesso tempo, tale valore aggiunto può generare capitale sociale territoriale nel caso sia diretto alla valorizzazione e tutela di specifiche risorse

del territorio (è il caso in cui, ad esempio, gli AFN consentono la sopravvivenza di specifiche produzioni locali che altrimenti andrebbero perse in quanto non competitive o il mantenimento di un presidio sul territorio in contesti “difficili” o marginali).

AFN tra città e campagna in Italia.

Non è questa la sede per tracciare un quadro esaustivo della realtà degli AFN in Italia, compito ancora più complesso se si considera l'assenza di un reale censimento o inventario non solo delle diverse esperienze nazionali, ma anche regionali. Ad ogni modo, le diverse fonti di informazione disponibili (rapporti di associazioni di categoria, associazioni di consumatori, portali on-line, testi sul consumo critico, e così via) restituiscono l'immagine di una realtà in grande espansione, in tutti i settori.

- Vendita diretta: se nel 2001 le aziende coinvolte in modo continuativo in forme di vendita diretta ai consumatori dei propri prodotti si attestavano a circa 36.000, nel 2005 già superavano le 48.000 (Gardini, Lazzarin, 2007) per divenire 63.500 nel 2009 (dati Coldiretti) e più di 270.000 nel 2010 (dati Istat).
- Farmer markets: il portale web della Fondazione Campagna Amica, promossa da Coldiretti, ospita al momento più di 900 realtà registrate (erano 500 a fine 2010 e, sino al 2007, rappresentavano una realtà praticamente inesistente in Italia) (Gardini et al., 2009), capaci di coinvolgere più di 20.000 produttori. La realtà dei farmer markets ha catturato l'attenzione di diversi attori pubblici e privati, che hanno iniziato a promuoverli e sostenerli: oltre alle già citate esperienze di Coldiretti (che ha all'attivo numerose iniziative in tal senso), della CIA e di Confcooperative (a cui bisogna aggiungere iniziative di più piccola dimensione promosse dalle associazioni dei produttori biologici, quali AIAB- Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica), sono ormai numerosi i comuni che dedicano spazi e organizzano punti vendita.
- Gruppi di acquisto: consultando il portale del coordinamento nazionale dei GAS (www.retegas.org), al 2011 sono censite 861 realtà di cui 14 in forma di reti di più GAS che operano collettivamente. I dati mostrano un incremento significativo (+44% rispetto al 2009 secondo l'Osservatorio Biobank) e una prevalenza delle regioni del Nord Italia (60% del totale, Lombardia in testa). Sebbene i GAS siano una realtà ancora meno formalizzata rispetto alle altre forme di AFN (in quanto spesso sorgono in modo del tutto spontaneo), non mancano gruppi di acquisto originati da associazioni locali, cooperative e persino enti pubblici.

Oltre all'evidente espansione che interessa gli AFN in Italia, è possibile sviluppare alcune prime considerazioni sugli aspetti di natura territoriale che tale fenomeno ha recentemente assunto.

- La realtà italiana è segnata da profonde differenze territoriali, a tutte le scale. Queste riguardano sia una differenziazione intra-regionale nelle tipologie di filiere e di prodotti che vi circolano, in parte derivante da culture alimentari e produttive locali tradizionalmente distinte, sia una più profonda frattura tra centro-nord e centro-sud Italia (quest'ultimo di fatto assente dalle statistiche sulla presenza di AFN). Tali differenze sembrano celare una forte interdipendenza tra centri urbani maggiori e AFN: ad esempio, le grandi città del nord-ovest italiano (Torino, Milano e Genova), seppur con differenze che qui non si ha lo spazio di analizzare, mostrano comunque uno spiccato interesse per le diverse realtà delle AFN. Ciò appare confermare un regime di interdipendenza tra centri urbani e reti agro-alimentari alternative, che si va intensificando. Ben al di là dal rappresentare un semplice mercato di sbocco, le città si dimostrano sempre più efficaci cantieri di progettazione di AFN, da cui partono non solo richieste di consumo sempre più consapevoli e attente alla provenienza di prodotti, al loro impatto ambientale e alle modalità di produzione, ma anche un vero e proprio coinvolgimento diretto di un numero crescente di persone nell'organizzazione pratica delle reti.
- Un secondo aspetto che sembra connotare la realtà italiana è la tendenza ad evolvere in forme organizzative maggiormente elaborate, soprattutto per rispondere al problema della

distribuzione dei prodotti (uno dei maggiori vincoli che spesso conducono ad un fallimento di realtà come i gruppi di acquisto) (Tavolo per la rete italiana di economia solidale, 2010). A proposito, diversi GAS stanno avviando una transizione verso forme distrettuali più ampie di economie di solidarietà (DES – Distretti di Economia Solidale) attraverso le quali integrare intere filiere produttive (è il caso del DES Brianza che organizza una filiera del pane dal campo sino alla vendita del prodotto finito), anche al di fuori del settore alimentare (promuovendo, ad esempio, forme di turismo alternativo o l'acquisto collettivo di energia da fonti rinnovabili); altri GAS già da tempo operano per una gestione collettiva degli ordini di alcuni prodotti (ad esempio, la rete GAS della provincia di Torino) e promuovono modelli di piccola distribuzione organizzata (PDO), forme di distribuzione collettiva di beni e prodotti su base locale in grado di rispondere ad un allargamento delle realtà coinvolte nei gruppi di acquisto e di evitare i “colli di bottiglia” e le strozzature derivante da una crescita troppo rapida del numero di GAS in uno stesso territorio (una delle maggiori criticità affrontate da questo tipo di realtà). Altre esperienze significative di riorganizzazione (sebbene ancora acerbe) riguardano i biodistretti, forme associative promosse da alcune associazioni del ramo biologico (ad esempio, AIAB – Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica) attraverso le quali i contadini locali promuovono non solo i propri prodotti ma anche il territorio nel suo insieme, costruendo filiere locali completamente biologiche.

- Infine, una peculiarità del caso italiano degna di nota è lo scarso supporto offerto alle AFN da parte delle politiche pubbliche (Sini, 2009). A parte alcuni casi, di tipo puntuale, la realtà delle filiere alternative sembra essere sì riconosciuta dagli enti pubblici, ma ancora scarsamente inquadrata in politiche di supporto consapevoli delle effettive caratteristiche delle AFN. Piuttosto, le AFN sembrano essere oggetto di un crescente interesse da parte del mondo privato (ad es. da parte delle associazioni di categoria) che le concepisce come un fenomeno in crescita attraverso cui trovare spazi di azione e affermazione.

Conclusioni.

E' difficile pensare che le città, nel prossimo futuro, potranno essere alimentate attraverso filiere produttive e distributive “altre” rispetto alla grande distribuzione organizzata e alla produzione agricola industriale, anche se, secondo alcuni recenti studi (Grewal, Grewal, 2012), l'agricoltura urbana potrebbe sostenere sino al 17,7% della domanda alimentare complessiva della città (nello scenario più ottimistico) e sino al 68% della domanda di prodotti freschi (frutta e verdura in primis). Se la città può essere vista come un organismo consumatore di risorse, allo stesso tempo è un ambiente fertile per far emergere progettualità, iniziative ed esperienze in grado di introdurre pratiche innovative sul rapporto tra produzione alimentare, consumo e territorio. Gli AFN rientrano a tutti gli effetti tra queste realtà: poste al confine tra spazi urbani e rurali (e talvolta presenti persino all'interno degli stessi spazi urbani, come nel caso dell'agricoltura urbana e peri-urbana) esse consentono di rielaborare una serie di dicotomie che la modernità sembrava aver messo in crisi in modo irrimediabile: città-campagna, agricoltura industriale-agricoltura tradizionale, filiere corte-filiera lunghe. Originariamente nate come pratiche di “resistenza” nei confronti di un sistema agro-industriale considerato insostenibile e iniquo, gli AFN incarnano oggi un fenomeno più complesso che una semplice iniziativa “di nicchia”. La grande espansione registrata dalle AFN negli ultimi anni (in Italia così come nel resto d'Europa) invita a considerarle come un'innovazione nelle pratiche di produzione, distribuzione e consumo di cibo. In tal senso, le AFN introducono nuove forme di territorialità, rivolte a rinsaldare rapporti tra centri urbani e campagna e tra produttori e consumatori, ponendosi in competizione diretta con il mercato convenzionale. Uno sguardo territoriale ci spinge, infatti, a concepire tutte queste realtà (sia gli AFN, sia il mercato convenzionale) come parte di uno stesso territorio, organizzato a scale differenti. Occorre pertanto evitare semplificazioni e riduzionismi fondati su giudizi di valore: non sempre le AFN rappresentano una realtà appetibile, realizzabile, efficace, così le filiere “lunghe”, di origine industriale, non necessariamente rappresentano una realtà insostenibile o che

produce un disvalore per il territorio o per l'ambiente. Al contrario, AFN e filiere tradizionali dovrebbero sempre di più essere considerate come due modalità competitive ma complementari di fornire cibo alla città. Questa (rappresentata dai cittadini-consumatori) non si trova a dover scegliere tra due modelli posti in alternativa l'uno all'altro, ma si troverà nella possibilità di scegliere e sostenere una pluralità di forme di approvvigionamento che sono allo stesso tempo testimonianza ed espressione di rapporti differenti con l'ambiente e con il territorio.

- Bagliani M., Dansero E., *Politiche per l'ambiente. Dalla natura al territorio* (Torino, Utet, 2011).
- Coley D., M. Howard, Winter M., «Local food, food miles and carbon emissions: a comparison of farm shop and mass distribution approaches», *Food Policy*, 34 (2009), pp. 150-155.
- Dansero E., «Energie da contraddizione: innovazioni rurali e territorio. Riflessioni da alcune esperienze in Italia e in Piemonte», in M.A. Saquet, E. Dansero e L. Candiotto, a cura di, *Geografia da e para a cooperação a desenvolvimento territorial: experiências brasileiras e italianas* (São Paulo, Outras Expressões, 2011), pp. 201-223.
- Dematteis G., «Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali», in P. Bonora (a cura di), *Slot quaderno 1*, (Bologna, Baskerville, 2001), pp. 11-30.
- Dematteis G., Governa F., «Il territorio dello sviluppo locale», in G. Dematteis, Governa F., a cura di, *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello Slot* (Milano, Franco Angeli, 2005), pp.118-145.
- Feenstra G., «Local food systems and sustainable communities», *American Journal of Alternative Agriculture*, 12, 1 (1997), pp. 28-36.
- Gardini C., Lazzarin C., «La vendita diretta in Italia», *AgriRegioniEuropa*, 3, 8 (2007) (rivista on-line: agrireregionieuropa.univpm.it).
- Gardini C., Lazzarin C., Cristofori C., *Osservatorio internazionale sulla vendita diretta nelle aziende agricole*, quarta edizione 2009, Agri2000, Coldiretti.
- Grewal S.S., Grewal P.S., «Can cities become self-reliant in food? », *Cities*, 29 (2012), pp. 1-11.
- Ilbery B., Maye D., Kneafsey M., Jerkins T., Walkley C., «Forecasting food supply chains development in lagging rural regions: evidence from the UK», *Journal of Rural Studies*, 20 (2004), pp. 331-334.
- Jarosz L., «The city in the country. Growing alternative food networks in metropolitan areas», *Journal of Rural Studies*, 24 (2008), pp. 231-244.
- Morris D., «Healthy cities: self-reliant cities», *Health Promotion*, 2, 2 (1987), pp. 1769-176.
- Newman P.G., Kenworthy J.R., *Cities and automobile dependence. An international source-book* (Aldershot, Gower Publishing, 1989).
- Owens S., *Energy, planning and urban form* (London, Pion Limited, 1986).
- Smith A., «Green niches in sustainable development: the case of organic food in the United Kingdom», *Environment and Planning C: Government and Policy*, 24 (2006), pp. 439-458.
- Sonnino R., Mardsen T., «Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe», *Journal of Economic Geography*, 6 (2006), pp.181-199.
- Sini M.P., «Aspetti del dibattito sulla filiera corta», *Agrireregionieuropa*, 5, 16 (2009) (rivista on line: agrireregionieuropa.univpm.it).
- Tavolo per la Rete italiana di economia solidale, *Il capitale delle relazioni. Come creare e organizzare gruppi di acquisto e altre reti di economia solidale, in cinquanta storie esemplari* (Milano, Alterconomia, 2010).
- Tregear A., «Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda», *Journal of Rural Studies*, 27 (2011), pp.419-430.
- Wackernagel M. et al., «The ecological footprint of cities and regions. Comparing resources availability with resource demand», *Environment and Urbanization*, 28 (2006), pp. 1763-1768
- Odum E.P., *Basi di ecologia* (Padova, Piccin, 1988).
- Winter M., «Geographies of food. Agro-food geographies – making reconnections», *Progress in Human Geography*, 27, 4 (2003), pp. 505-513.