

Cosa c'è di alternativo negli *Alternative Food Networks*? Un'agenda di ricerca per un approccio interdisciplinare

Filippo Barbera, Alessandro Corsi, Egidio Dansero, Paolo Giaccaria,
Cristiana Peano, Matteo Puttilli

Introduzione

© 2014 Firenze University Press
ISSN 2284-242X (online)
n. 2, 2014, pp. 35-44

Adottando un approccio di taglio interdisciplinare, il presente contributo propone un'agenda di ricerca e un'introduzione alla letteratura internazionale sul tema degli *Alternative Food Networks* (AFN)¹. L'assunzione di partenza è che, oltre alla rilevanza scientifica che un approccio interdisciplinare rappresenta, una simile agenda di ricerca possa produrre un incremento di consapevolezza in merito agli AFN tra politici, amministratori pubblici e tecnici e possa supportare in tal modo le politiche pubbliche che si interessano degli AFN (ROEP, WISKERKE 2012). Gli AFN sono spesso auspicati come una soluzione sia da un punto di vista sociale sia ambientale. Si ritiene che, data la minore distanza fisica percorsa dal cibo, tali reti siano maggiormente eco-compatibili da un punto di vista socio-ambientale e maggiormente convenienti per i consumatori da un punto di vista economico. Essendo fondate sulla relazione diretta tra produttori e consumatori, agli AFN è anche attribuito un incremento del capitale sociale, attraverso l'istituzione di reti locali di tipo fiduciario e la definizione collettiva della qualità dei prodotti. Sebbene tali argomentazioni siano efficaci, esse mostrano almeno due limiti rilevanti: (i) partono da un presupposto di tipo ideologico, peraltro mancando di un adeguato approfondimento teorico e (ii) sono sovente considerate in modo disciplinare e non integrato. In questo contributo, delineiamo un quadro di riferimento per superare tali limiti, incentrato su quattro approcci disciplinari differenti, ma tra loro collegati: territoriale, ambientale, economico e sociologico. L'approccio territoriale pone in rilievo le modalità attraverso le quali le reti agro-alimentari si organizzano a diverse scale geografiche ed entrano in relazione con i diversi contesti territoriali. La prospettiva ambientale afferma la necessità di superare un approccio incentrato sul Life Cycle Assessment per l'analisi degli AFN, considerato eccessivamente riduttivo (per quanto complesso da realizzare), per considerare in alternativa la multifunzionalità delle aziende agricole e la dimensione territoriale dell'area in cui il network è sviluppato. L'approccio economico si propone di indagare sia le determinanti economiche della scelta di sviluppare una rete alternativa da parte degli imprenditori agricoli, sia i meccanismi per i quali i consumatori utilizzano le stesse reti. Infine, l'approccio sociologico si concentra sui dispositivi attraverso i quali il concetto di qualità viene definito e diffuso all'interno degli AFN. Prima che i singoli approcci vengano presentati, si propone una sintetica rassegna della letteratura sugli AFN.

¹ Gli autori sono coinvolti in un comune progetto di ricerca, che vede il coinvolgimento anche di altri ricercatori, intitolato AFNIA (*Alternative Food Networks: an Interdisciplinary Approach*), finanziato come "Progetto strategico d'Ateneo" dall'Università degli Studi di Torino e dalla Compagnia di San Paolo e avviato nel Gennaio 2013.

1. Reti Agro-alimentari Alternative: embeddedness alimentare e miglioramento della qualità

Negli ultimi anni, gli AFN sono stati al centro del dibattito interdisciplinare su una serie di temi, come lo sviluppo locale e rurale, la sostenibilità locale, le teorie economiche alternative, e così via (TREGEAR 2011; CARROL 2012). Tuttavia, manca una chiara e puntuale definizione di cosa essi siano e dei meccanismi che li caratterizzano, poiché gran parte del dibattito ha assunto una prospettiva molto descrittiva, e spesso ideologica, centrata sull'analisi di specifici studi di caso locali (SONNINO, MARDSEN 2006). Se si esamina l'evoluzione degli AFN, le primissime esperienze si possono descrivere in termini di radicale opposizione alla industria alimentare capitalistica convenzionale, considerata non-sostenibile dal punto di vista ambientale, iniqua socialmente, ed egemonica dal punto di vista economico. All'opposto, gli AFN erano inizialmente concepiti come nicchie di innovazione sociale, basate sulla fiducia, su relazioni paritarie ed eque fra produttori e consumatori, e su modi di produzione più naturali, sani e locali. Nel dibattito internazionale, gli AFN sono stati descritti in termini di molte differenti proprietà, come: il radicamento nella cultura del cibo locale o regionale, la qualità della produzione del cibo, la sostenibilità della catena alimentare, la democrazia delle relazioni socio-economiche, il valore aggiunto per il territorio rurale e per gli agricoltori, ecc. (FEENSTRA 1997). Dal punto di vista empirico, questi aspetti si ritrovano in una pletora di pratiche estremamente differenti per dimensioni organizzative, obiettivi ed intenti.

Nonostante queste diversità, gli AFN si possono suddividere in tre tipi principali (MARDSEN, BANKS, BRISTOW 2000): rapporto diretto (*face to face*: i consumatori acquistano il prodotto direttamente dal produttore/trasformatore sulla base di un contatto personale diretto); prossimità spaziale (*spatial proximity*: i beni sono prodotti e venduti al dettaglio in una specifica regione o luogo di produzione); estese spazialmente (*spatially extended*, in cui il valore locale e l'identità regionale sono incorporati nel prodotto stesso e trasmessi a consumatori al di fuori della regione). Diversi studi (MARDSEN 2004; PARROT ET AL. 2002) hanno mostrato le profonde differenze fra gli AFN del nord e del sud Europa. In paesi nord-europei come il Regno Unito, l'Olanda e la Germania, la crescita degli AFN "è spesso basata su definizioni di qualità moderne e più commerciali, che sottolineano la sostenibilità ambientale ed il benessere animale, e su forme di marketing più innovative" (SONNINO, MARDSEN 2006, 186; traduzione nostra); nei paesi sud-europei, in particolare in Italia, la cultura del cibo si basa maggiormente su una produzione fortemente regionalizzata che coinvolge molte piccole aziende familiari, e su un'attenzione alla qualità (anche se definita più in termini culturali che formali) che dura nel tempo, e su vendite dirette sia in azienda sia su mercati urbani o locali. Nei paesi europei gli AFN collegano produttori, trasformatori e consumatori attraverso una visione comune e valori che oltrepassano di molto la semplice produzione per il mercato (GOSZCZYNSKI, KNIEC 2011).

2. Territorio e territorialità degli AFN

Dal punto di vista territoriale, proponiamo un approccio basato sulla cosiddetta "scuola territorialista italiana" (MAGNAGHI 2005; DEMATTEIS, GOVERNA 2005). In tale approccio, il territorio è molto di più che una semplice area geografica, ma è considerato come un insieme di complesse relazioni materiali e immateriali che includono la dimensione

spaziale, le relazioni tra gli attori a tutte le scale e tra questi e le risorse locali. Così inteso, si fa riferimento, di fatto, a un sistema territoriale, un incrocio di complesse relazioni economiche, sociali, culturali e ambientali organizzate in scale sovrapposte ma non coincidenti. Il territorio è il risultato del lavoro intenzionale degli attori sociali che esprimono la loro territorialità (RAFFESTIN 1980) - ovvero le strategie usate dagli attori per organizzarsi nel territorio - attingendo alle risorse e entrando in relazione a vari livelli per raggiungere i propri obiettivi strategici. La proposta di Raffestin riguarda il ripensamento di tutta la geografia a partire dal concetto di territorialità, e considerandolo come un processo messo in atto da diversi attori, individuali e collettivi, a diverse scale. In particolare, Raffestin definisce la territorialità come un insieme di relazioni che gli individui e le organizzazioni di cui fanno parte intrattengono con l'esteriorità e con l'alterità, con l'aiuto di mediatori, per la soddisfazione dei propri bisogni, al fine di raggiungere la maggior autonomia possibile, compatibilmente con le risorse del sistema (RAFFESTIN 2012, 139).

Proseguendo su tali spunti di riflessione, Dematteis (2007) offre un efficace approccio interpretativo dell'insieme di relazioni tra attori e territorio che definisce la territorialità. Tali relazioni possono essere distinte concettualmente su tre livelli, tra loro complementari: (i) la dimensione spaziale delle relazioni, cioè l'organizzazione delle relazioni tra gli attori nello spazio e alle diverse scale geografiche (dalla scala locale alla scala globale); (ii) la dimensione delle risorse (materiali e immateriali) mobilitate attraverso l'azione degli attori, vale a dire quelle risorse presenti sul territorio funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici degli attori; (iii) la dimensione delle relazioni sociali tra gli attori, vale a dire le modalità con le quali gli attori entrano in relazione reciprocamente per valorizzare le risorse del territorio e perseguire i propri obiettivi strategici.

Queste tre dimensioni possono essere considerate per analizzare e descrivere la territorialità dei differenti tipi di AFN, considerando allo stesso tempo sia la dimensione formale sia quella sostanziale. Altre ricerche hanno già affrontato lo *scaling up* degli AFN (si veda ad esempio BECKIE, KENNEDY, WITTMAN 2012 sul caso delle province occidentali della British Columbia e dell'Alberta in Canada).

Di fatto, qualunque sia la forma organizzativa degli AFN (VOLPENTESTA, AMMIRATO 2013), esse esprimono una propria specifica territorialità, che può essere definita sulla base delle relazioni che intrattengono con il territorio scomponendolo in spazio, risorse e relazioni. In questa prospettiva, ad esempio, gli AFN alla scala locale possono essere facilmente sviluppati legando la produzione agricola peri-urbana e la città (PAULE, MCKENZIE, HASLAM 2013). L'organizzazione scalare degli AFN, di conseguenza, deve considerare sia la dimensione orizzontale sia quella verticale: i) come selezionati AFN sono legati a relazioni sociali, economiche e ambientali a diverse scale (incluse le politiche pubbliche di supporto); ii) quali sono i nodi di queste reti, dove sono; quali sono le risorse mobilitate e messe in modo negli AFN selezionati; infine, su che tipo di relazioni economiche e sociali gli AFN considerati sono basati.

3. Sostenibilità ambientale degli AFN: analisi territoriale, filiere agroalimentari e multifunzionalità

Nel corso degli ultimi dieci anni in tutti i paesi europei è stato ampiamente discusso il nuovo ruolo dell'agricoltura e dei nuovi 'contratti sociali' per gli agricol-

tori, che vanno nella direzione di uno sviluppo rurale sostenibile. Partendo da tali presupposti, sono stati individuati nuovi ruoli per l'agricoltura, in alternativa a quello tradizionale della produzione: (i) una funzione economica, sia per la produzione di beni e servizi sia per la creazione di nuovi posti di lavoro in spazi rurali; (ii) una funzione sociale per la gestione del territorio, il miglioramento della qualità della vita rurale e la trasmissione di uno specifico patrimonio culturale; (iii) una funzione ecologica di tutela ambientale e di manutenzione del paesaggio.

In tale contesto, il tema della valutazione della sostenibilità ambientale dei sistemi agricoli è più che mai attuale. Dal punto di vista ambientale, l'attività agricola è sostenibile se le sue emissioni inquinanti e l'uso delle risorse naturali possono essere sostenute, nel lungo termine, da parte dell'ambiente naturale. L'analisi dell'impatto ambientale dell'agricoltura è quindi un passo fondamentale nella valutazione complessiva della sostenibilità. La Valutazione del Ciclo di Vita (LCA) è ampiamente utilizzato in molti settori per valutare l'impatto ambientale dei sistemi produttivi e di approvvigionamento (VAN DER WERF, PETIT 2002). Oggi diversi software possono essere utilizzati per quantificare gli impatti ambientali dei processi utilizzando diverse categorie di impatto, come le emissioni di CO₂, l'energia non rinnovabile e il potenziale del riscaldamento globale. L'utilizzo di questi strumenti passa però, attraverso una serie di problematiche, ancora irrisolte, soprattutto nel caso di catene di valore complesse e articolate. In realtà questo tipo di analisi separa le catene di valore dall'ambiente circostante, non considerando la multifunzionalità, la diversificazione produttiva e la tipologia di consumo presi in considerazione. Per includere queste dimensioni, abbiamo bisogno di analizzare l'impatto ambientale non solamente di un prodotto unico, ma di una filiera complessa 'dal campo alla tavola'. Gli AFN, quindi, offrono l'opportunità di valutare l'impatto ambientale in modo innovativo, soprattutto analizzando il comportamento dei consumatori ed il suo impatto. Il comportamento dei consumatori è, infatti, fondamentale dal momento che le persone hanno la tendenza a muoversi in modo diverso a seconda di differenti percorsi etici e motivazioni altruistiche (CEMBALO, MIGLIORE, SCHIFANI 2012), nonché di perseguire diversi stili di vita in funzione del proprio impegno ecologico (MORRIS, KIRWAN 2011).

A questo proposito, si possono evidenziare alcuni punti chiave da prendere in considerazione per la valutazione dell'impatto ambientale dell'agricoltura all'interno di un sistema territoriale. Occorrerà infatti utilizzare metodologie che consentano l'espressione degli impatti secondo molteplici unità di riferimento, in quanto permettono la valutazione delle diverse funzioni dell'agricoltura a scala regionale, ad es. la tradizionale produzione di beni *versus* funzioni non di mercato. Inoltre sarà necessario definire procedure per l'estrapolazione dei dati e l'applicazione degli indicatori a diversi livelli. In tal modo sarà possibile procedere, partendo da dati già disponibili su scala regionale, ad una classificazione delle aziende agricole, una valutazione della vulnerabilità ambientale e del destino degli inquinanti.

Infine, un approccio di sistema per la valutazione ambientale di un sistema di agricoltore dovrebbe integrare nella sua valutazione non solo *inputs* e *outputs* a livello territoriale, ma anche i possibili effetti delle interazioni di questi con le aziende agricole. L'esame di queste interazioni è assente in molte delle metodologie oggi utilizzate e costituisce quindi una sfida per i nuovi metodi di valutazione territoriale.

Occorre a questo punto porci la domanda se gli AFN siano economicamente sostenibili e se possano sopravvivere e durare nel medio-lungo periodo. La risposta dipende strettamente dalla profittabilità di questi sistemi di scambio per i produttori e dall'utilità ottenuta dai consumatori. Mentre in sociologia e in geografia esiste una consistente letteratura sugli AFN, lo stesso non può dirsi per l'approccio economico. In questo campo, esistono pochi studi in materia di scelta tra canali alternativi di commercializzazione da parte dei produttori agricoli. Ad esempio, nei Paesi più industrializzati un importante indirizzo di riflessione riguarda la scelta del meccanismo di vendita, per esempio *forward contracts* vs. *cash sale* (FLETCHER, TERZA 1986; FU ET AL. 1988; MCLEAY, ZWART 1988). Nei Paesi in via di sviluppo le riflessioni si concentrano, invece, sulla scelta da parte di piccoli produttori domestici se comprare o vendere (GOETZ 1992; KEY, SADOULET, DE JANVRY 2000). Fafchamps and Vargas Hill (2005) esaminano la scelta dei produttori di caffè se commercializzare i propri prodotti in situ o viaggiare fino al mercato. Infine, Corsi et Al. (2009) hanno verificato i fattori determinanti nella scelta tra catene di commercializzazione tradizionali e alternative tra produttori di cibo biologico.

Il vuoto conoscitivo che deve essere colmato, quindi, riguarda essenzialmente i meccanismi che regolano l'incontro tra domanda e offerta, vale a dire le determinanti della scelta dei produttori di ricorrere agli AFN e, al tempo stesso, quelle che spingono i consumatori a utilizzare quelle medesime reti. Esistono, infatti, diversi tipi di AFN, ma tutti quanti condividono la caratteristica di utilizzare catene distributive differenti rispetto a quelle tradizionali. Per i produttori, i benefici che derivano dalla partecipazione a un AFN consistono spesso in prezzi più alti e/o in una maggiore garanzia di riuscire a vendere i loro prodotti. Per i consumatori, il vantaggio può consistere nell'accesso a un prezzo più conveniente ma anche in una maggiore utilità, che discenderebbe da cibo presumibilmente più sano e più gustoso, nonché dalla partecipazione stessa alla rete.

Soprattutto, ciò che viene spesso trascurato è il fatto che la struttura dei costi della catena di distribuzione - vale a dire l'insieme delle procedure necessarie per trasferire il cibo dal produttore al consumatore - non è più determinata dagli intermediari tradizionali, ma direttamente dai consumatori e/o dai produttori. Il fatto che una parte cospicua di questi costi (in particolare i costi del lavoro) sia implicita e non sia pertanto considerata dagli attori coinvolti, spesso oscura tale questione agli occhi dei partecipanti. Ciò nonostante, nel lungo periodo, il fatto che i benefici sopravanzino i costi (impliciti ed espliciti) è una condizione necessaria per la sopravvivenza del sistema. Dal punto di vista dei produttori, dovrebbero essere misurati sia i benefici sia i costi associati alla partecipazione a un dato AFN, con un'adeguata valutazione sia del bonus sul prezzo ottenibile sia dei rischi associati agli AFN rispetto alla filiera tradizionale. L'analisi di questi costi dovrebbe comprendere sia costi pecuniari (trasporto, strutture di vendita ecc.) sia i costi del lavoro. Dal momento che le attività connesse agli AFN sono ad alta intensità di lavoro, un'enfasi particolare dovrebbe essere accordata all'incidenza del costo-opportunità del lavoro del conduttore e dei suoi familiari. Si dovrebbe altresì tenere in considerazione che il lavoro dedicato alla vendita diretta potrebbe implicare un'utilità positiva per via dell'interazione sociale e quindi portare a una riduzione del costo soggettivo del lavoro. Coerentemente, anche le motivazioni soggettive per questo tipo di attività dovrebbero essere prese in considerazione.

Anche dal punto di vista del consumatore, i costi associati all'utilizzo degli AFN annovera sia quelli monetari sia quelli del lavoro. Nuovamente, i guadagni devono essere analizzati in termini sia di benefici monetari sia di costi, ma pure rispetto a una maggiore utilità legata al consumo di cibo proveniente da circuiti alternativi. Il legame tra spesa e benefici non pecuniari è, infatti, un tema familiare nella letteratura sulla valutazione ambientale; analogamente, una maggiore 'soddisfazione morale' e l'effetto detto *'warm glove'* sono altrettanto ben noti in quel campo di ricerca. È ragionevolmente accettabile che simili effetti siano all'opera nel caso degli AFN, per esempio per i partecipanti a programmi di *'community supported agriculture'*. Per lo stesso motivo, il lavoro offerto dai consumatori per il funzionamento dell'AFN non è necessariamente un puro costo, dal momento che può esservi associata un'utilità positiva nel momento in cui si tratti di lavoro volontario.

5. L'analisi sociologica degli AFN: qualità, fiducia e reti sociali

La ricerca internazionale sviluppata dalla 'sociologia e geografia del cibo' ha prodotto - in particolare attraverso le categorie analitiche offerte dagli approcci di *political economy* e dalla *Actor-Network Theory* - alcune eccellenti analisi critiche sui sistemi di produzione e commercializzazione di una varietà di prodotti agro-alimentari (ad es. banane, papaya, pomodori, fagioli, broccoli, e così via). Queste analisi, del resto, non hanno messo adeguatamente a tema perché e come la 'qualità' costituisca una dimensione cruciale della produzione agro-alimentare, elemento - questo - di centrale importanza anche per spiegare i meccanismi di funzionamento degli AFN.

Le definizioni di qualità hanno, al netto delle differenze, un minimo comune denominatore: nell'economia della qualità i beni non rispondono ad un mero criterio di prezzo e sono invece essenziali quei segnali che definiscono gli standard o livelli di qualità (CALLON, MÉADEL, RABEHARISON 2002) e, quindi, gli attributi di interesse del bene (BARBERA, AUDIFREDI 2012). Tali attributi e beni possono essere classificati in relazione alla maggiore o minore difficoltà che i consumatori esperiscono nel percepirli. Nei beni di ricerca, la qualità può essere rilevata al momento della transazione (ad esempio, come nel caso del colore del vino). Nei beni esperienziali, invece, la qualità può essere rilevata solo al momento del consumo (ad es. il sapore del vino). Infine, nei beni di fiducia la qualità dipende dalle credenze che il consumatore ha verso il prodotto/produttore o verso alcune caratteristiche del processo di produzione del bene (ad es. il vino da uve biologiche) (TIROLE 1988). Tali distinzioni sono invalse in letteratura, ma hanno due limiti importanti. Innanzitutto, assumono una concezione 'oggettiva' di qualità e non chiariscono i processi sociali (tra cui, rituali, *framing*, meccanismi identitari) attraverso i quali la qualità e i suoi attributi emergono e si consolidano. Inoltre, gli approcci standard adottano una sorta di statica comparata della qualità, senza analizzarne i meccanismi di diffusione.

Alla luce di queste due debolezze analitiche, un'analisi sociologica degli AFN dovrebbe mettere a tema i processi tramite cui le convenzioni di qualità emergono, si stabilizzano e si diffondono tra i produttori e i consumatori degli AFN. A riguardo, l'economia delle convenzioni argomenta che i prezzi e il mercato costituiscono la principale forma di gestione delle transazioni solo in assenza di incertezza semantica sulla qualità dei beni scambiati (BOLTANSKI, THÉVENOT 2006; KARPIK 2010). Solo in questo caso i prezzi riflettono bene le differenze nella qualità dei beni (convenzione di mercato). Se però i prezzi sono un indicatore insufficiente della qualità, gli attori sociali si avvalgono di

convenzioni e forme di coordinamento delle azioni (ispirazione, domestica, opinione, civica, industriale) che riducono l'incertezza e rendono possibile lo scambio. L'applicazione dell'economia delle convenzioni ai beni agro-alimentari e agli AFN supporta quindi l'idea che la qualità è una delle principali dimensioni che spiegano la nascita e il cambiamento dei mercati ma, allo stesso tempo, sostiene la prospettiva per cui la qualità e i suoi meccanismi di funzionamento non possono essere ridotti alle informazioni contenute nei prezzi. Contano invece i meccanismi attraverso cui gli attori giungono a un giudizio comune sulla qualità dei beni e, inoltre, come questo giudizio si mantenga, cambi o scompaia nel corso del tempo. Tale analisi dovrebbe poi considerare i processi che spiegano la diffusione delle convenzioni dai consumatori ai produttori (e viceversa), sottolineando la rilevanza di modelli che includano filiere e catene del valore 'complete' sino alle scelte di consumo.

Conclusioni

L'agenda di ricerca sino a qui delineata intende affinare la letteratura esistente sugli AFN rispetto a numerose questioni-chiave. La prospettiva territoriale consente di progredire significativamente nello studio degli AFN tenendo insieme la loro organizzazione spaziale, il rapporto con le risorse locali e le relazioni sociali che le caratterizzano; similmente, nel momento in cui si considera una prospettiva più strettamente ambientale, è necessario considerare l'ambito territoriale di riferimento all'interno del quale si manifestano le pratiche di AFN. Gli approcci LCA più consolidati, invece, considerano di solito i diversi prodotti nella loro singolarità, confinando l'analisi all'interno della sola azienda produttiva. Né la complessità organizzativa né il radicamento in specifici contesti territoriali della catena produttiva e dei comportamenti dei consumatori sono presi in considerazione; rispetto all'analisi economica, è necessario esaminare in dettaglio le determinanti economiche alla base della scelta di utilizzare reti agro-alimentari alternative da parte dei produttori, così come i fattori che dirigono le scelte dei consumatori verso le stesse reti; infine, per quel che concerne l'analisi sociologica, la ricerca sugli AFN dovrebbe indagare i meccanismi attraverso i quali il concetto di qualità emerge e si diffonde tra i consumatori e i produttori, così come le modalità per cui le diverse definizioni possibili della qualità si sviluppano lungo la catena produttiva e ne condizionano la struttura organizzativa.

Nel suo complesso, l'agenda proposta consente prima di tutto un'analisi empirica delle molteplici configurazioni spaziali degli AFN, a partire dall'analisi dei processi di territorializzazione degli AFN e della loro capacità di attivare pratiche di sviluppo locale. In secondo luogo, consente di studiare nel lungo periodo la sostenibilità degli AFN sotto un profilo allo stesso tempo ambientale ed economico, vale a dire la loro capacità di sopravvivere come sistema economico e di produrre un impatto ambientale inferiore rispetto alle filiere convenzionali. In terzo luogo, permette di rimarcare la capacità degli AFN di sviluppare diversi meccanismi di coordinamento tra consumatori e produttori, non solo dal punto di vista delle forme organizzative e della logistica, ma anche in termini di una implicita condivisione degli standard di qualità dei prodotti, a prescindere da etichettature formali o ufficiali. Tali elementi, considerati come un insieme di prospettive tra loro correlate, consentono di apprezzare e approfondire l'eterogeneità e la molteplicità delle definizioni di qualità, le diverse tipologie di reti sociali e territoriali, il ruolo dell'identità sociale e i rapporti tra fattori economici e sociali all'interno degli AFN.

Riferimenti bibliografici

- BARBERA F., AUDIFREDI S. (2012), "In Pursuit of Quality. The Institutional Change of Wine Production Market in Piedmont", *Sociologia Ruralis*, vol. 52, n. 3, pp. 311-331.
- BECKIE M.A., KENNEDY E.H., WITTMAN H. (2012), "Scaling up alternative food networks: farmers' markets and the role of clustering in western Canada", *Agriculture and Human Values*, vol. 29, n. 3, pp. 333-345.
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L. (2006), *On Justification, Economies of Worth*, Princeton University Press, Princeton.
- CALLON M., MÉADEL C., RABEHARISOA V. (2002), "The economy of qualities", *Economy and Society*, vol. 31, n. 2, pp. 194-217.
- CARROL B. (2012), "Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics", *Environmental Values*, vol. 21, n. 4, pp. 529-531.
- CEMBALO L., MIGLIORE G., SCHIFANI G. (2012), "Consumers in Postmodern Society and Alternative Food Networks: The Organic Food Fairs Case in Sicily", *New Medit*, vol. 11, n.3, pp.41-49.
- CORSI A., BORSOTTO P., BORRI I., STRØM S. (2009), "Diversification of the marketing chains among organic producers", Contributed Paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists Conference, Beijing, China, August 16-22.
- DEMATTEIS G. (2007), "Per una geografia dell'agire collettivo. Introduzione", in BORGARELLO G., DANSERO E., DEMATTEIS G., GOVERNA F., ZOBEL Z. (eds.). *Linee guida per lavorare insieme nei sistemi territoriali locali. Progetto "Promozione della sostenibilità nel Pinerolese". Un percorso di ricerca/azione territoriale*, Provincia di Torino - Regione Piemonte, Torino, pp. 41-54.
- DEMATTEIS G., GOVERNA F. (2005), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*, Franco Angeli, Milano.
- FAFCHAMPS M., VARGAS HILL R. (2005), "Selling at the Farmgate or Travelling to market", *American Journal of agricultural Economics*, vol. 87, pp. 717-734.
- FEENSTRA G., (1997), "Local food systems and sustainable communities", *American Journal of Alternative Agriculture*, vol. 12, pp. 28-36.
- FLETCHER S.M., TERZA J.V. (1986), "Analyzing Farmers' selection of Available Marketing Alternatives Using the Multivariate probit Model", *Canadian Journal of Agricultural economics*, vol. 34, pp. 243-252.
- FU T., EPPERSON J.E., TERZA J.V., FLETCHER S.M. (1988), "Producer Attitudes Toward Peanut Market Alternatives: An Application of Multivariate Probit Joint Estimation", *American Journal of agricultural Economics*, vol. 70, pp. 910-918.
- GOETZ S.J. (1992), "A Selectivity Model of Household Food Marketing Behavior in Sub-Saharan Africa", *American Journal of agricultural Economics*, vol. 74, pp. 444-452.
- GOSZCZYNSKY W., KNIĘC W. (2011), "Strengthening Alternative Agro-food Networks in the Eastern European Countryside", *Eastern European Countryside*, vol. 17, pp. 5-20.
- JESSOP B., BRENNER N., JONES M. (2008), "Theorizing sociospatial relations". *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 26, pp. 389-401.
- KARPIK L. (2010), *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*, Princeton University Press, Princeton.
- KEY N., SADOULET E., DE JANVRY A. (2000), "Transaction Costs and agricultural Household Supply Response", *American Journal of agricultural Economics*, vol. 82, pp. 245-259.
- MAGNAGHI A., (2005), *The urban village. A charter for democracy and local self-sustainable development*. Zed Books, London.

- MARSDEN T., BANKS J., BRISTOW J. (2000), "Food supply chain approaches: exploring their role in rural development", *Sociologia Ruralis*, vol. 40, n. 4, pp. 424-428.
- MARSDEN T., (2004), "Theorising food quality: some issues in understanding its competitive production and regulation", in HARVEY M., McMEEKIN M., WARDE A. (eds), *Qualities of food*, Manchester University Press, Manchester.
- MCLEAY F., ZWART T. (1998), "Factors Affecting Choice of Cash Sales Versus Forward Marketing Contracts", *Agribusiness*, vol. 14, pp. 299-309.
- MORRIS C., KIRWAN J. (2011), "Exploring the Ecological Dimensions of Producer Strategies in Alternative Food Networks in the UK", *Sociologia Ruralis*, vol. 51, n. 4, pp. 349-369.
- PAUEL V., MCKENZIE F.H., HASLAM F. (2013), "Peri-urban farmland conservation and development of alternative food networks: Insights from a case-study area in metropolitan Barcelona (Catalonia, Spain)", *Land Use Policy*, vol. 30, n. 1, pp. 94-105.
- PARROT N., WILSON N., MURDOCH J., (2002), "Spatialising quality: regional protection and the alternative geography of food", *European Urban and Regional Studies*, 9 (3), pp. 241-261.
- RAFFESTIN C. (1980), *Pour une géographie du pouvoir*, Litec, Paris.
- RAFFESTIN C. (2012), "Space, territory and territoriality", *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 30, n. 1, pp. 121-141.
- ROEP D., WISKERKE J.S.C. (2012), "On Governance, Embedding and Marketing: Reflections on the Construction of Alternative Sustainable Food Networks", *Journal of Agricultural & Environmental Ethics*, vol. 25, n. 2, pp. 205-221.
- SONNINO R., MARSDEN T. (2006), "Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe", *Journal of Economic Geography*, vol. 6, pp. 181-199.
- TIROLE J. (1988), *The Theory of Industrial Organisation*, MIT Press, Cambridge.
- TREGEAR A. (2011), "Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda", *Journal of Rural Studies*, vol. 27, pp. 419-430.
- VAN DER WERF H.M.G., PETIT J. (2002), "Evaluation of the environmental impact of agriculture at the farm level: a comparison and analysis of 12 indicator-based methods", *Agriculture, Ecosystem and Environment*, vol. 93, pp. 131-145.
- VOLPENTESTA A.P. , AMMIRATO S. (2013), "Alternative agrifood networks in a regional area: a case study", *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, vol. 26, n. 1, pp. 55-66.

Abstract

Il contributo presenta un inquadramento della letteratura sugli Alternative Food Network integrando quattro prospettive differenti per quanto interrelate: territoriale, ambientale, economica e sociologica. L'approccio territoriale pone in rilievo le modalità attraverso le quali le reti agro-alimentari si organizzano a diverse scale geografiche ed entrano in relazione con i diversi contesti territoriali. La prospettiva ambientale afferma la necessità di superare un approccio incentrato sul Life Cycle Assessment per l'analisi degli AFN, considerato eccessivamente riduttivo (per quanto complesso da realizzare), per considerare in alternativa la multifunzionalità delle aziende agricole e la dimensione territoriale dell'area in cui il network è sviluppato. L'approccio economico si propone di indagare sia le determinanti economiche della scel-

ta di sviluppare una rete alternativa da parte degli imprenditori agricoli, sia i meccanismi per i quali i consumatori utilizzano le stesse reti. Infine, l'approccio sociologico si concentra sui dispositivi attraverso i quali il concetto di qualità viene definito e diffuso all'interno degli AFN.

Keywords

Alternative Agri-Food Networks, territorialità, reti sociali, convenzioni di qualità, Life Cycle Assessment

Profili

Filippo Barbera è professore associato di sociologia dei processi economici e del lavoro presso il Dipartimento di Culture Politica Società, Università degli Studi di Torino, e affiliate presso il Collegio Carlo Alberto, Moncalieri (TO). Si occupa di sviluppo locale, costruzione sociale dei mercati, innovazione economica e di economia della qualità, con particolare riferimento al settore agro-alimentare.

Alessandro Corsi è Professore Associato di Economia Agraria presso il Dipartimento di Economia e Statistica "S. Cogne de Martiis", Università degli Studi di Torino. I principali temi di ricerca riguardano il lavoro in agricoltura e la pluriattività, l'agricoltura biologica, l'economia del vino, la commercializzazione dei prodotti agricoli.

Egidio Dansero è professore straordinario di Geografia politica ed economica presso il Dipartimento di Culture Politica Società, Università degli Studi di Torino. Tra i principali temi di ricerca: analisi del territorio e politiche di sviluppo locale, politiche ambientali e processi di eco ristrutturazione della società, grandi eventi, conflitti socio-ambientali, reti agroalimentari alternative, cooperazione allo sviluppo.

Paolo Giaccaria è ricercatore confermato in Geografia Economica e Politica presso l'Università degli Studi di Torino. Il suo attuale interesse di ricerca principale consiste nel rapporto tra biopolitica e geopolitica, in particolare per quanto riguarda l'applicazione di metafore sistemiche e biologiche in geografia.

Cristiana Peano è professore associato presso il DISAFA dell'Università degli Studi di Torino. I temi di ricerca riguardano l'implementazione di nuove tecnologie per la conservazione in postraccolta di prodotti ortofrutticoli e la valutazione delle performance ambientali, sociali ed economiche di filiere agroalimentari.

Matteo Puttilli è ricercatore presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università degli Studi di Cagliari. I suoi interessi di ricerca riguardano lo sviluppo locale, la sostenibilità ambientale, la giustizia sociale e ambientale e l'educazione geografica.