

SCHEDA DI FORMAZIONE

02. IMPLICAZIONI ECONOMICHE APPLICATE AGLI ALIMENTI

<i>Area</i>	cibo										
<i>Livello</i>	BASE										
<i>Topic</i>	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>x</td> <td><i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo di RC</i></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>			x	<i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo di RC</i>						
x	<i>2. Implicazioni economiche della produzione e del consumo di RC</i>										
<i>Modulo</i>	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>x</td> <td><i>Il peso dell'economia nel cibo</i></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>			x	<i>Il peso dell'economia nel cibo</i>						
x	<i>Il peso dell'economia nel cibo</i>										
<i>Parole chiave</i>	Consumo responsabile – Economia circolare – Prodotti locali – Economia sostenibile – Distribuzione della ricchezza										
<i>Introduzione</i>	<p>L'industria alimentare e delle bevande è il più grande settore manifatturiero dell'UE in termini di fatturato, valore aggiunto e occupazione.</p> <p>È importante ricordare che:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Questa industria è una delle parti più importanti dell'economia perché è responsabile della nutrizione delle persone e la domanda non si fermerà mai. 2. Cibo e bevande sono la seconda spesa più grande delle famiglie. 										

	<p>3. L'industria alimentare genera e assicura molti posti di lavoro: solo in Europa, 4,82 milioni di persone lavorano in questo settore.</p> <p>Tutto ciò implica che questa industria ha un peso considerevole all'interno dell'economia globale e all'interno di ogni paese. I consumatori dovrebbero essere consapevoli di questo e del peso che le loro scelte di acquisto e di consumo hanno sull'economia locale, nazionale e persino globale.</p> <p>Il consumo di cibo responsabile ha un grande impatto. Fare scelte consapevoli su quali prodotti, e presso quali aziende acquistare, implica esercitare il potere economico sui valori delle aziende, cambiare il mercato e la cultura condivisa della nostra società, poiché è opportuno finanziare e promuovere solo aziende e realtà che soddisfano standard etici e morali e che si impegnano per le questioni sociali.</p>
Impatti/benefici	<p>Essere un consumatore economicamente responsabile significa certamente essere critici nei confronti della propria spesa, ma significa anche pensare a quale tipo di economia si vuole finanziare e agire in modo coerente con questo desiderio.</p> <p>Acquistare e consumare responsabilmente significa quindi preferire un'economia locale e circolare. Le microeconomie delle comunità locali possono garantire i mezzi di sussistenza nel rispetto degli ecosistemi, della salute e della cultura locali. Promuovono anche la convivialità e la solidarietà.</p> <p>Pertanto, un consumatore responsabile è uno che preferisce il cibo locale e finanzia piccole imprese sostenibili ed etiche. Poiché il cibo e le bevande sono la seconda più grande spesa delle famiglie, il capitale speso per il cibo ha potenzialmente un grande potere all'interno dell'economia, in particolare sull'economia locale. Se in una determinata comunità, città o quartiere, tutti i consumatori acquistassero prodotti all'interno</p>

	<p>della stessa comunità, ci sarebbe una circolazione di denaro che finanzierebbe sempre la comunità, contribuendo così a preservare l'occupazione e a tutelare la popolazione locale. Questa rappresenta una grande preoccupazione nella maggior parte delle aree rurali.</p> <p>L'acquisto diretto da un produttore locale (come da un agricoltore, una pescheria, un macellaio, ecc.) ci permette di garantire che il suo lavoro sia retribuito decentemente. Spesso, infatti, le catene di distribuzione e le grandi aziende che acquistano dal produttore primario non sono etiche e rispettose dei loro diritti. Da questo punto di vista, minore è la distanza tra il consumatore e il produttore, meglio è.</p> <p>Il finanziamento diretto dei produttori locali e delle piccole imprese dà anche al consumatore il potere di partecipare a un processo di redistribuzione della ricchezza, boicottando multinazionali e grandi imprese che hanno un forte controllo sull'economia.</p> <p>Tale microeconomia locale e circolare rende inoltre più facile controllare gli impatti ambientali dei prodotti e quindi promuovere un'economia basata su principi di sostenibilità.</p>
Buone pratiche	<p>I Frati Cappuccini di Spagna hanno promosso un progetto basato sull'idea di un'economia locale, etica e rispettosa dei diritti umani. Il progetto si chiama <i>Huerto Hermana Tierra</i> e prevede l'utilizzo di un ampio giardino di due ettari, abbandonato da oltre 25 anni, per una coltivazione sostenibile. Questo giardino è anche uno spazio per la formazione e l'esperienza lavorativa nell'agricoltura biologica per gli immigrati e le persone con difficoltà personali e sociali. A queste persone sono garantite condizioni economicamente e umanamente dignitose e l'acquisizione di conoscenze e competenze che miglioreranno la loro occupabilità.</p>

	<p>Un altro progetto recentemente avviato nel nord Italia, ad esempio, il mercato del babaco, nasce dalla volontà di evitare gli sprechi alimentari e di valorizzare il lavoro di piccoli produttori locali etici. Il mercato Babaco recupera ortofruttili che sarebbero scartati dal processo di distribuzione a causa di difetti estetici e li rivende a un prezzo basso inviando casse da 6 o 10 kg direttamente alle case degli abbonati. Il mercato Babaco acquista solo da piccoli produttori locali che lavorano eticamente e in modo sostenibile. È chiaramente specificato da dove proviene ogni prodotto e perché è stato scartato.</p>
<p>Sfide attuali e future</p>	<p>La sfida più grande per raggiungere un tipo di economia responsabile, locale, etica e sostenibile è senza dubbio il prezzo. Il cibo biologico e locale costa spesso più dei prodotti delle multinazionali e delle grandi aziende. Questi ultimi spesso abbassano i prezzi, riducendo al contempo la qualità dei prodotti, non offrendo condizioni di lavoro economicamente e umanamente dignitose e non soddisfacendo determinati standard in termini di sostenibilità del processo di produzione del prodotto.</p> <p>Un altro problema è che i piccoli produttori locali spesso non possono permettersi o non sono in grado di approfittare di un piano pubblicitario per rendersi più visibili nella comunità. Non basta rendersi visibili, è necessario convincere il potenziale consumatore che i prodotti alimentari locali sono di qualità così elevata da decidere di cambiare le loro abitudini di acquisto. Il consumatore deve avere il potere di abbandonare la comodità del supermercato, dove si possono trovare tutti i tipi di prodotti alimentari desiderabili, per acquistare prodotti locali che soddisfino esigenze produttive sostenibili ed etiche.</p>
<p><i>lingua</i></p>	<p>Italiano</p>

<i>partner</i>	IWS
Ulteriori riferimenti	https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2021/02/FoodDrinkEurope-Data-Trends-2020-digital.pdf

