



## ANALISI ECONOMICHE

A cura di: Dott.ssa Valentina Giacometti

### Km zero e filiera corta

Il km zero è una filosofia di consumo ecosostenibile, è una forma di commercio che vede la vendita dei beni, in particolare agricoli, nella stessa zona di produzione e trasformazione, posti a una distanza non superiore ai 70 km dal luogo di vendita (o di consumo nel caso della ristorazione). Sono compresi anche i prodotti della pesca nelle acque interne e lagunari, provenienti da punti di sbarco posti a una distanza non superiore a 70 chilometri di raggio dal luogo di vendita, o dal luogo di consumo del servizio di ristorazione. Sono definiti, invece, prodotti agricoli e alimentari provenienti da filiera corta i prodotti la cui commercializzazione è caratterizzata dall'assenza di intermediari commerciali o dalla presenza di un solo intermediario (le cooperative e i loro consorzi, le organizzazioni dei produttori e le organizzazioni interprofessionali non sono considerati intermediari). Questo tipo di commercio, noto anche come "farmer's market", sta prendendo sempre più piede in Italia e nel mondo.

#### RITORNO ALLE ORIGINI

- La diffusione dei "farmer's market" è una politica economica mirata alla gestione della produttività locale e alla rivalutazione di un sistema produttivo di qualità. Un ritorno al passato, una riscoperta dei prodotti tipici italiani e la spesa fatta direttamente dai piccoli produttori agricoli stanno attraversando un periodo di forte interesse da parte dei consumatori e dell'opinione pubblica.
- Gli acquisti a km zero sono più di tre miliardi l'anno, grazie a una rete di imprese agricole, agriturismi, mercati agricoli di Campagna Amica, distributori locali di latte fresco, ristoranti e cooperative.

#### LEGISLAZIONE

- Il 17.10.2018 è stata approvata dall'Assemblea della Camera la proposta di Legge C. 183, recante norme per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agroalimentari a filiera corta e a chilometro zero; la quale reca norme per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agroalimentari.
- Il Regolamento (UE) n. 1305/2013 stabilisce che per prodotti provenienti da filiera corta si intendono "i prodotti provenienti da una filiera di approvvigionamento, formata da un numero limitato di operatori economici che si impegnano a promuovere la cooperazione, lo sviluppo economico locale e stretti rapporti socio-territoriali tra produttori, trasformatori e consumatori".

#### Agevolazioni per commercianti e produttori a km zero/filiera corta

- I Comuni possano riservare agli imprenditori agricoli che vendono prodotti a chilometro zero o a filiera corta appositi spazi all'interno delle aree del mercato agricolo.
- Le Regioni e gli enti locali, previa intesa con le associazioni di rappresentanza del commercio e della grande distribuzione, possono favorire la destinazione di particolari aree all'interno dei supermercati destinate alla vendita di tali prodotti.

- Il decreto ha introdotto anche alcune novità, tra le quali l'istituzione del logo di identificazione "chilometro zero o utile" e "filiera corta" che dovrà essere esposto nei luoghi di vendita diretta/mercati/negozi/ristoranti e spazi della grande distribuzione.
- Tra le novità anche il sostegno previsto per strutture collettive che scelgano di utilizzare questo tipo di alimenti e le sanzioni per chi, invece, introduce nel mercato prodotti che non rispettino i requisiti richiesti.

#### Ambientali/sostenibili

Imballaggi (o *packaging*) ridotti, il mancato trasporto e lo scarso utilizzo di prodotti chimici riducono le emissioni di CO<sub>2</sub>; inoltre, aumenta la sicurezza stradale per il minor numero di mezzi in circolazione.

#### Economici

L'assenza di *packaging*, l'assenza di intermediari e il mancato trasporto su ruote abbassano i costi per commercianti/aziende fa aumentare il guadagno per i produttori.

#### Sostegno delle aziende locali

I consumatori che spendono nelle aziende del territorio alimentano l'economia locale, sostenendo e incentivando le aziende agricole locali.

#### VANTAGGI PER COMMERCianti E AZIENDE



## Km zero e filiera corta (segue)

<b>VANTAGGI PER COMMERCianti E AZIENDE (segue)</b>	<b>Inizio di un rapporto di fiducia tra azienda agricola e consumatore</b>	<p>Le aziende agricole offrono ai consumatori la possibilità di poter acquistare prodotti genuini e di prima scelta senza passare attraverso intermediari.</p>
<b>VANTAGGI PER CONSUMATORI</b>	<p>Il consumatore attento dovrebbe preferire questa tipologia di mercato, in quanto numerosi sono i vantaggi.</p>	
	<b>Economici</b>	<p>L'assenza di intermediari e il mancato trasporto su ruote fanno scendere i prezzi dei prodotti di almeno il 30%.</p>
	<b>Prodotti di qualità</b>	<p>Acquistando direttamente dal produttore è possibile verificare i metodi produttivi, la stagionalità e l'assenza di prodotti chimici che ne stimolino la crescita; inoltre, non dovendo esser impacchettati, etichettati e distribuiti vengono venduti ancora freschissimi.</p>
	<b>Sapori e profumi</b>	<p>Senza la chimica che forza la crescita è possibile gustare nuovamente i sapori e sentire i profumi che, un tempo, avevano i prodotti delle campagne.</p>
	<b>Stagionalità e diversità</b>	<p>Con la globalizzazione e la standardizzazione dei prodotti, il consumatore è abituato ad avere tutto in qualsiasi momento dell'anno, perdendo così la diversità e la stagionalità dei prodotti; questo non accade con il commercio a km zero in quanto i prodotti messi in vendita rispecchiano la stagionalità e la diversificazione dei prodotti.</p>
	<b>Sostegno delle aziende locali</b>	<p>I consumatori che spendono nelle aziende del territorio alimentano l'economia locale, sostenendo e incentivando le aziende agricole locali.</p>
	<b>Minore spreco</b>	<p>Possono acquistare in modo personalizzato i prodotti, secondo la quantità e la qualità che si preferisce (pezzo per pezzo).</p>
<b>SOSTENIBILITÀ DEL KM ZERO</b>	<b>Aspetti critici</b>	<p>Produrre e consumare a chilometro zero è da sempre considerata una scelta etica e sostenibile ma, sulla base di alcuni studi e ricerche, emerge anche un atteggiamento critico rispetto a questa convinzione.</p>
	<b>Influenza del trasporto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uno dei metodi di misura più spesso utilizzato per valutare l'impatto che questo tipo di produzione e consumo ha realmente sull'ambiente coincide con la misurazione dei chilometri percorsi dai prodotti (<i>food miles</i>), dalla terra alla tavola.</li> <li>• Tuttavia, alcuni studi hanno fatto emergere che non sempre le lunghe distanze percorse dai prodotti alimentari per arrivare sulle tavole hanno un impatto maggiore rispetto a quello che avrebbero se fossero prodotte direttamente in loco.</li> <li>• Uno studio del ministero inglese Defra (<i>Department for Environmental Food and Rural Affairs</i>) sull'impatto che il trasporto del cibo ha sull'ambiente e la società, rivela che circa il 9% della produzione di gas serra legata al commercio alimentare è attribuita al trasporto di cibo per consumo interno, compresi i viaggi per l'acquisto di prodotti alimentari a uso domestico.</li> </ul>



## Km zero e filiera corta (segue)

### SOSTENIBILITÀ DEL KM ZERO (segue)

#### Luogo di produzione

- Se, quindi, il trasporto incide in maniera relativa sul legame tra cibo e sostenibilità ambientale, molto pesano, invece, alcuni passaggi legati alla produzione di certi cibi in luoghi fisicamente ed economicamente inadatti.
- Nella ricerca *Air Freight Transport of Fresh Fruit and Vegetables* è emerso che coltivare pomodori in Spagna, trasportarli e poi venderli nel Regno Unito aveva un minore impatto ambientale piuttosto che coltivarli direttamente in Inghilterra. Secondo i dati emersi, le emissioni di carbonio derivate dalla produzione dei pomodori nel Regno Unito, attraverso l'uso di serre riscaldate, erano quasi 4 volte maggiori rispetto a quelle prodotte dalle coltivazioni in Spagna.
- A fare la differenza nella produzione più o meno sostenibile di un prodotto, infatti, è anche il clima, la tipologia del terreno, le tecniche di coltivazione, i prodotti utilizzati.
- I ricercatori dell'università di Giessen hanno accertato che il costo energetico per importare carne d'agnello dalla Nuova Zelanda è inferiore a quello prodotto in Germania. In Oceania, infatti, l'ovino è allevato naturalmente all'aperto, in Germania al coperto, riscaldato e nutrito per almeno 5 mesi.

#### Incidenza per i gas serra

L'Ismea (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) stima che in Italia, relativamente all'emissione di gas serra, la produzione agricola sia responsabile per il 45%, i trasporti per il 19%, il packaging per il 13% e la fermentazione enterica per l'11%, mentre appare più contenuto quello relativo alla trasformazione industriale (5%).

#### Sprego

- Un ulteriore metodo di misura per la valutazione della sostenibilità del chilometro zero è considerare l'alta percentuale di cibo che, non ancora maturo, viene buttato ancora prima di arrivare al consumatore.
- Questo succede soprattutto nei paesi meno avanzati economicamente dove, per mancanza di conoscenze, investimenti e infrastrutture, spesso molto cibo è perso nelle fasi di raccolta e stoccaggio; in quelli industrializzati, invece, questo accade principalmente nel servizio di ristorazione e nelle case.

### ANALISI DI MERCATO SULLO SPREGO ALIMENTARE

- Da un'analisi della Coldiretti sulla base di uno Studio ISPRA del 2017 fare acquisti a km zero/filiera corta taglia del 60% lo spreco alimentare rispetto ai sistemi alimentari tradizionali.
- Lo spreco alimentare varia dal 40-60% per i sistemi alimentari di grande distribuzione al 15-25% per gli acquisti diretti dal produttore agricolo.
- L'Italia è leader mondiale nei mercati contadini davanti a USA e Francia, con la più vasta rete di vendita diretta degli agricoltori organizzata con proprio marchio, grazie alla Fondazione Campagna Amica.
- Nel 2018, secondo Coldiretti, sono 30 milioni quelli che, almeno una volta al mese, scelgono di comprare a km zero, l'11% in più rispetto al 2017. Un trend che negli ultimi anni si conferma in continua crescita ma che difficilmente arresterà lo sviluppo della globalizzazione e dei liberi mercati.
- Come emerso dagli studi scientifici, se da una parte il km zero offre vantaggi quali qualità, minor prezzo e stagionalità, dall'altra produrre a km zero/filiera corta non è sempre vantaggioso in termini ambientali. Per cercare, quindi, di ridurre al minimo l'impatto ambientale, sfruttando tuttavia i vantaggi del km zero, il consumatore attento dovrebbe:
  - acquistare solo/in prevalenza prodotti di stagione; seguendo la stagionalità, infatti, si riducono i consumi di serre riscaldate in regioni con inverni freddi e lunghi;
  - acquistare animali allevati dal contadino più vicino e, in generale, ridurre il consumo di carne;
  - acquistare la giusta quantità di cibo (evitando così più spostamenti con i veicoli).