

Lucia Marciante – Università di Bologna

Umberto Mezzacapo – Università di Bologna

*Rete e reti per contrastare lo spreco alimentare: pratiche di consumo responsabile nell'era digitale**

Abstract

National and international researches on the subject of food waste confirm that such waste are relevant even in the domestic consumption. Thus responsible and sustainable consumption turns out to be necessary in order to reduce food waste. To limit such levels of waste and set in motion surplus food re-distribution mechanisms, it's been implemented practices, eased by enabled environment like web platform, that promote the "free gift" in the framework of a collaborative consumption. The keywords marking these online anti-food waste practices, are solidarity, sociability, trust and reciprocity, "doing together" in order to cooperate. This paper aims to develop an analysis that makes us understand how this collaborative consumption, conceptually meant in the broader framework of the sharing economy, favour re-distribution practices of surplus food. In such case the added value is represented by a social capital to the end of collective well-being. Practices carried out by consumers to tackle food waste by means of sharing digital platform, experiment new way of consumption, socialization, mobilization, participation, civic engagement. These processes take place in a global economy context where decentralization of the production means

* In particolare è da attribuire a Umberto Mezzacapo la stesura dei paragrafi 1 e 2, mentre è da attribuire a Lucia Marciante la redazione del sottoparagrafo 2.1 e dei paragrafi 3, 4 e 5.

and free access are progressively replacing the ownership, exchange is replacing the production. The citizens-consumers interconnected, ever more aware of their privileged role of critics, are experimenting a really collaborative attitude combining their personal needs with those of society seeking, thus, new ways to live sustainably.

Keywords: *food waste; social capital; civic engagement; responsible consumption; social responsibility.*

1. Prologo

Nella società moderna e riflessiva (Beck, Giddens, Lash 1994) costituita da una rete articolata di *networks* globali e locali e da strutture d'informazione e comunicazione (ibidem), è ri-emersa da alcuni anni una pratica antica quale la condivisione o il baratto del cibo. Tale pratica ha trovato nuove ed inedite forme di partecipazione nella rete digitale, dove si fa strada una cittadinanza mediata (Dahlgren 2013, p. 20). La pratica di *sharing*, attivata da individui dotati di un alto potenziale civico in spazi virtuali in grado di promuovere *networking* (Castells 2009; Rainie, Wellman 2012), ovvero relazioni, assume importanza nel contrastare il fenomeno dello spreco alimentare e recuperare le eccedenze. Di contro tale pratica non può in alcun modo essere letta come rimedio per contrastare la povertà. L'ambiente della rete offre alle persone ed ai semplici cittadini¹ (Inglehart 1993, p. 212) strumenti sempre più accessibili e collaborativi (Dahlgren 2013) per una spinta alla solidarietà ed alla cooperazione, nei quali è possibile osservare un grande potenziale civico e un'ampia gamma di forme partecipative dal basso. In tal senso la Rete costituisce un fattore abilitante per

¹ Inglehart intende i "semplici cittadini" come persone prive di un qualche ruolo nelle istituzioni se non in quelle appositamente create per affrontare un problema specifico.

tale pratica, che muove i passi in una logica razionale non economicistica. Inoltre, nella rete i cittadini possono contare su network ampi e diversificati (Rainie, Wellman 2012), in cui si promuove una comunicazione orizzontale che dà luogo ad un *empowerment* soggettivo in senso civico (ibidem 2013, p. 23), ad un *empowerment* del cittadino (Mazzoli 2009). Inteso quest'ultimo come maggior potere dei cittadini, immersi nei media (Rainie, Wellman 2012), di osservare in senso critico ciò che viene loro proposto, con ricadute positive sul territorio locale.

Allo stesso modo, un peso importante nel contrastare l'eccessiva industrializzazione della produzione di cibo e promuovere educazione alimentare è giocato anche dai *policy makers* pubblici.

Ma ancora molto deve essere fatto. Soprattutto se si rivolge lo sguardo alle cifre allarmanti emerse già nel 2011 dalla ricerca FAO². Infatti, con oltre 1 miliardo di cibo buttato nel mondo, pari a 750 miliardi di dollari (FAO 2011), questo fenomeno ha assunto rilevanza divenendo uno degli argomenti prioritari dell'agenda europea. L'Unione Europea, con la "Dichiarazione congiunta contro lo spreco alimentare", ha deciso di mettere in atto azioni e strategie per ridurre considerevolmente tale fenomeno entro il 2025. Il Parlamento europeo nel 2012, esprime preoccupazione per il fatto che ogni giorno si spreca una quantità considerevole di cibo³. Per sensibilizzare l'opinione pubblica, l'Europa ha dichiarato il 2014 "l'anno contro lo spreco

² Lo studio è stato commissionato nel 2011 dalla FAO, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura, al SIK (l'Istituto svedese per il cibo e la biotecnologia, *Swedish Institute for Food and Biotechnology*).

³ Cfr. http://documenti.camera.it/leg17/resoconti/assemblea/html/sed0238/leg_17.sed0238.allegato_b.pdf

alimentare”. Il programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 lancia la sfida per ridurre gli sprechi alimentari del 50% entro il 2030. Un obiettivo non facile a partire dal fatto che in tema di sprechi si combatte ancora con regole complesse che disciplinano la donazione degli alimenti⁴. Anche l’Italia ha avviato il Piano Nazionale di Prevenzione dello Spreco Alimentare (PINPAS) al fine di individuare i settori prioritari d’intervento⁵. Il Governo italiano sostiene, inoltre, la Carta di Milano per garantire uno sviluppo più sostenibile ed il diritto al cibo attraverso un’assunzione condivisa di responsabilità tra tutti gli attori sociali, pubblici e privati, per un futuro diverso e migliore⁶.

Alla luce di tale scenario, assunta la centralità del consumo come strumento per esprimere impegno e responsabilità tanto nella sfera privata che pubblica (Micheletti 2003, Paltrinieri 2012), obiettivo di questo saggio è di approfondire lo studio di alcune specifiche pratiche di *food sharing* a livello nazionale messe in atto dai consumatori, nell’ottica degli stili di vita sostenibili, in risposta alla crisi economica e sociale in atto, con

⁴ Una necessità emersa nel corso dei lavori del “*Working Group on food losses and waste*”.

⁵ Il Pinpas nasce in risposta alla risoluzione europea del 19 gennaio 2012. Il Ministero dell’Ambiente attraverso percorsi partecipati che hanno coinvolto gli *stakeholder* della filiera agroalimentare, della ricerca, delle istituzioni e del privato sociale, ha stilato un documento sui 10 assi prioritari di intervento per una strategia nazionale contro lo spreco, comprendendo la riduzione del 5% dei rifiuti. Il documento è disponibile all’indirizzo [online]: <http://bit.ly/1swAoL5>.

⁶ La Carta affronta questioni ereditate da Expo 2015. Quest’ultima è la più grande manifestazione a livello mondiale che pone al centro del dibattito la centralità del cibo e le diversità agro-alimentari. Infatti, sotto il monito “Nutrire il Pianeta, Energia per la vita”, si pone l’obiettivo di interessare tanto la politica che l’opinione pubblica sul valore del cibo.

particolare riferimento al tema del contrasto allo spreco alimentare.

Per ottemperare a tale obiettivo ci si è avvalsi della metodologia dei *case study* (De Masi, Pepe 1989; De Masi 1985), volta all'osservazione ed all'ascolto delle realtà oggetto di studio, attraverso il coinvolgimento delle persone in essa inserite nella fase di approfondimento. I cinque casi presi in esame, riconducibili a "forme organizzate di scambio e condivisione di cibo cittadino-cittadino" che costituiscono il nostro campione ragionato sono: iFoodShare, NextDoorHelp, S-Cambia Cibo e la app BringTheFood. Questi casi si sono studiati sulla base di specifici indicatori quali:

1. capacità di ridurre lo spreco alimentare,
2. capacità di sviluppare capitale sociale,
3. capacità di contrastare la crisi/povertà,
4. eterogeneità e capacità di coinvolgimento degli *stakeholders*,
5. livello di innovatività sociale,
6. potenziale replicabilità.

Il disegno della ricerca si è strutturato in due fasi essenziali:

1. l'indagine di sfondo;
2. la ricerca estesa sul campo attraverso interviste non strutturate rivolte ai testimoni privilegiati individuati come gli ideatori-responsabili delle piattaforme oggetto d'indagine.

Le considerazioni emerse in questo contributo – presentate anche in occasione del X Convegno nazionale dei Sociologi

dell’Ambiente il 19 giugno 2015 nella sessione “Consumi responsabili e stili di vita sostenibili” – sono i risultati preliminari scaturiti da un progetto di ricerca Nazionale Prin dal titolo “Pratiche e politiche di consumo alimentare nell’ottica di stili di vita sostenibili in risposta alla crisi” che ha coinvolto l’Unità di Bologna⁷.

2. Lo spreco alimentare: un problema globale tra “Food losses” e “Food Waste”

Un ruolo importante, nel predisporre la “crisi del cibo” su cui si sta ragionando, lo hanno avuto le lunghe strategie agro-alimentari del “finanzcapitalismo” (Gallino 2011), orientate a massimizzare e accumulare potere dagli ecosistemi e dagli esseri umani (un processo di estrazione di valore dal lavoro) per differenti motivi che per Gallino (2011, p. 117) e ancor prima per Magdoff e Tokar (2009) si possono far risalire:

- *in primis*, all’espulsione dei contadini dalle campagne per l’acquisto delle terre su cui vivevano da parte di grandi società;

⁷ In particolare il Dipartimento di Sociologia e Diritto dell’Economia dell’Università di Bologna ed il Ces.Co.Com, Centro Studi Avanzati sul Consumo e la Comunicazione, afferente al suddetto Dipartimento (Università di Bologna). A livello qualitativo l’indagine si è avvalsa di un programma innovativo per l’analisi semantica del web che ha permesso una mappatura completa delle principali comunità di pratica anti-spreco nel territorio italiano. In un secondo step, si è proceduto all’identificazione delle categorie e sottocategorie che appartenevano all’universo semantico. La ricerca desk ha permesso, poi, di individuare la tipicità, l’intensità e la rilevanza dei casi mappati al fine di costruire un campione ragionato di esperienze da studiare nell’ambito degli studi di caso, per la raccolta e analisi di dati e informazioni volte alla ricostruzione dei casi studio oggetto di indagine.

- la meccanizzazione ad oltranza delle colture intensive ed estensive,
- la destinazione di vasti terreni agricoli a biocarburanti e i monopoli sui mercati mondiali delle derrate alimentari.

Tale situazione ha prodotto danni ambientali visibili nei cambiamenti climatici e nella deforestazione per uso agricolo, per i quali la comunità internazionale non è riuscita ancora a trovare la quadra tra sviluppo e sostenibilità ambientale, economica e sociale. A tal proposito mentre l'ONU⁸ stima che la popolazione mondiale nel 2050 raggiungerà più di 9 miliardi di persone, con una crescita concentrata soprattutto in Asia, Africa e America Latina, di contro, la FAO (2011) valuta che per far fronte alla domanda di cibo per tale popolazione, la produzione agricola dovrà aumentare del 70% in 40 anni. Solo il 10% dell'aumento della produzione di cibo, però, potrà derivare da un'espansione delle terre coltivabili, il restante 90% dovrà avere origine dall'intensificazione dei raccolti. Indicatori significativi dello spreco alimentare sono:

- tasso di obesità dei paesi ad economia avanzata rispetto al tasso di affamati nei paesi in via di sviluppo o emergenti,
- la quantità di cibo che ogni anno finisce nella spazzatura,
- l'inquinamento da anidride carbonica,
- l'aumento di ettari di terra e di acqua destinati alle coltivazioni agroalimentari⁹.

⁸ Cfr <http://www.unric.org/it/attualita/22580>

⁹ Lo spreco di cibo è la terza fonte di emissione di anidrite carbonica al mondo. Con uno spreco idrico pari a circa 250 chilometri cubici, mentre il cibo prodotto ma non consumato usa circa 1,4 miliardi di ettari di terra.

Una delle sfide più grandi per l'umanità è di trovare un equilibrio sostenibile tra la produzione ed il consumo di alimenti. In questo caso, per la FAO (2011), un ruolo importante è giocato dagli sprechi alimentari che avvengono tanto “a monte”, definiti *food losses*¹⁰, che interessano il 54% della filiera produttiva, ma anche il 46% di quelli che avvengono “a valle”, definiti *food waste*, che riguardano non solo le fasi di trasformazione e distribuzione ma anche i consumi domestici e la ristorazione. In particolare è proprio a causa degli sprechi che avvengono a valle che una grande quantità di cibo finisce nella spazzatura causando, in aggiunta, un aumento dell'inquinamento per via di una necessità superiore di smaltimento dei rifiuti.

¹⁰ I *food losses* sono le “le perdite che si riscontrano durante le fasi di produzione agricola, post-raccolto e trasformazione degli alimenti” e “comprendono qualsiasi sostanza sana e commestibile che [...] viene sprecata, persa, degradata o consumata da parassiti in ogni fase della filiera agroalimentare” (FAO 2011).

2.1 Food waste e comportamenti di consumo. Il consumatore consapevole nell'era digitale

Per la FAO (2011) gli sprechi alimentari¹¹ tendono ad essere maggiori nelle regioni a medio-alto reddito, dove rappresentano il 31-39% del totale, rispetto al 4-16% nelle regioni a basso reddito. E' in tale contesto, caratterizzato dal rischio (Beck 2000) e dalle insicurezze (Luhmann 1996), che il “consumatore consapevole nell'era digitale” come è definito da una ricerca condotta da Ipsos (2014), assume sempre maggiore coscienza dell'importanza di contenere e/o contrastare lo spreco a livello domestico. Quindi un ruolo rilevante è giocato dai modelli di comportamento dei consumatori (FAO 2013) e del valore che essi associano al cibo¹² (Slow Food 2015). La domanda che si solleva in tal caso è: la colpa è dei consumatori che comprano

¹¹ Non esiste una definizione univoca di sprechi alimentari né a livello istituzionale, né nella letteratura scientifica specializzata. Di recentemente la Commissione Europea per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale ha tentato di descrivere lo spreco alimentare come “l'insieme dei prodotti scartati dalla catena agroalimentare che, per ragioni economiche, estetiche o per la prossimità della scadenza di consumo, seppure ancora commestibili e quindi potenzialmente destinabili al consumo umano, in assenza di un possibile uso alternativo, sono destinati ad essere eliminati e smaltiti [...]”. Per il California Department of Resources Recycling and Recovery (CalRecycle) la definizione di sprechi alimentari è assimilabile a quella di food scraps (scarti alimentari) e pertanto per food waste s'intende “qualsiasi scarto, incluso cibo in eccedenza, avanzi, o alimenti invenduti (ad esempio, dovuti alla scarsa qualità di alcune verdure, o avanzi come bucce di cipolle o cime di carote), così come gli avanzi nei piatti”.

¹² Da sempre i padri della sociologia come Emile Durkheim, George Simmel, Norbert Elias, hanno riconosciuto al cibo una funzione identitaria. A partire dagli anni Settanta l'alimentazione si configura come un ambito interessante per lo studio della società (da Mary Douglas a Pierre Bourdieu).

troppo cibo oppure del sistema di distribuzione che invoglia a comprare di più? Ovviamente non esiste una risposta univoca a tale domanda soprattutto se si pensa che il consumatore postmoderno non è un soggetto “debole” da “indirizzare” e tantomeno un soggetto “isolato”. Tale consumatore è un *empowered consumer*, ovvero un consumatore attivo nei confronti del sistema di offerta, esigente e selettivo. Quindi un consumatore meno prevedibile e dotato di una maggiore autonomia ed indipendenza di giudizio, che svolge un ruolo più attivo sino a proporsi come soggetto che partecipa alla creazione di significato dei prodotti. Idealtipicamente un nomade che compie scelte identitarie, che pone al centro delle proprie azioni la persona e le esperienze. Tali consumatori sono la progenie di coloro che hanno vissuto quella che gli storici hanno denominato “rivoluzione commerciale” che si è manifestata sui diversi mercati dell’Europa occidentale (Codeluppi 2002) che ha permesso di conoscere una varietà nuova di alimenti prima di allora sconosciuti. Di fatto, l’inizio del Novecento segna un passaggio centrale nel definire il panorama attuale, nel momento in cui l’evoluzione dell’agricoltura, dell’allevamento e dell’industria alimentare, hanno offerto una quantità di cibo mai pensata prima di quel momento. In parallelo l’aumento del reddito medio ha permesso a larghe fasce della popolazione di accedere ad una migliore qualità e maggiore quantità di cibo. I consumatori dei paesi industrializzati, pertanto, hanno potuto contare su una crescente varietà alimentare ad un prezzo sempre più basso. E’ così che molti carrelli della spesa sono riempiti come se si fosse in un’economia di guerra, soprattutto perché si acquista senza una reale pianificazione che si traduce in più acquisti del necessario. Infatti oggi mentre nel Sud del mondo si

spreca a causa di strumenti e strutture inadeguate di conservazione, nel Nord si produce ed acquista troppo cibo.

Lo spreco di cibo trova anche altre cause come le eccessive reazioni all'etichetta "da consumarsi entro", gli sproporzionati *standard* sulla qualità, gli aspetti estetici degli alimenti che hanno condotto i rivenditori a respingere grandi quantità di cibo ancora perfettamente commestibile. Per quanto la situazione innescata dalla crisi economica e del lavoro abbia fatto emergere, almeno a livello nazionale, una diminuzione nell'acquisto alimentare delle famiglie, lo spreco fa ancora i conti con questa "cultura dell'imperfezione" (Slow Food 2015).

A tal proposito i dati forniti dall'ADOC (2014), l'Associazione nazionale per la difesa e l'orientamento dei consumatori, non sono confortanti: infatti ogni famiglia italiana spreca in media il 7% della propria spesa (all'incirca 480 euro l'anno). Anche se fa ben sperare il fatto che tale percentuale sia diminuita rispetto a soli cinque anni prima, quando si buttava all'incirca il 13% della spesa (ibidem). Le eccedenze maggiori riguardano soprattutto i prodotti freschi il 36%, il pane (18%); il 16% di frutta e verdura (ibidem). Colpevoli, il più delle volte, le offerte speciali. Da rilevare, comunque, un dato incoraggiante che concerne l'inversione di acquisto del 17% degli italiani e che riguarda particolarmente coloro che attuano pratiche individuali al fine di ridurre lo spreco, i quali si dimostrano consumatori più attenti ai prodotti a Km zero (ibidem). Dunque accanto a comportamenti poco sostenibili ne avanzano di nuovi che disegnano un consumatore consapevole e responsabile. Lo confermano i dati dell'Osservatorio sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane Waste Watcher (2013) che pongono in luce come siano cresciuti di 7 punti percentuali gli italiani attenti alla gestione del cibo, nel tentativo di evitarne gli sprechi.

Questi dati fanno ben sperare, quindi, su un possibile cambio di rotta, a livello nazionale, verso forme più consapevoli di consumo, anche se la strada da percorrere è ancora in ascesa. In tal senso la ricerca svolta da Ipsos nel 2014 rivolta a definire il profilo del consumatore consapevole nell'era digitale pone in luce come la metà delle famiglie intervistate si dimostri sempre più attenta nelle proprie scelte di acquisto, l'81%¹³ si dimostra in grado di leggere le etichette. La maggior parte di queste famiglie acquista sulla base dei bisogni e facendo uso di una lista della spesa.

Questo consumatore si riappropria dei significati di socialità, portatore di valori e tradizioni, mezzo per vivere esperienze, strumento di giustizia sociale e di valori etici nei confronti del Pianeta e delle future generazioni per garantire il diritto al cibo. Abilitati dalle piattaforme digitali questi individui, denominati *produser* (Dahlgren 2013), sono disposti a rinnegare la proprietà in nome dell'esperienza, a creare relazioni e agire in modo sensibile sulla realtà di cui ne costituiscono un microuniverso parallelo e complementare.

¹³ Tale ricerca, condotta da Ipsos nel 2014 e che delinea il profilo di un "consumatore consapevole nell'era digitale", è svolta su un campione stratificato, casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, area geografica e titolo di studio. In particolare l'universo di riferimento è la popolazione nazionale tra i 18 ed i 60 anni, su un numero di interviste pari a 1000 somministrate con metodo CAWI.

3. Eccesso di cibo o accesso al cibo? “Il cibo sia per tutti”¹⁴

Le piattaforme web offrono ai network sociali un nuovo diritto di accesso (MacPherson 1973, p. 139) ai beni alimentari. In Italia 5 piattaforme dello *sharing* su 100 sono dedicate al cibo. Lo confermano i dati della ricerca condotta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore¹⁵ (Mainieri 2013). La mappatura svolta durante tale ricerca ha evidenziato 138 piattaforme per la condivisione e 41 per la raccolta fondi, di queste 7 sono pensate per il baratto di alimenti. Nello specifico 4 su 7 riguardano i *social eating* ovvero la possibilità di condividere cene tra privati, mentre 3 sono le piattaforme per lo scambio di cibo in eccesso. Una mappatura che non si può ritenere esaustiva tanto per il crescere in tempi brevi del numero di queste, ma anche perché è una mappatura non comprensiva delle piccole realtà territoriali o in fase sperimentale. Un'ulteriore mappatura svolta per questa ricerca da parte dell'Unità di Milano attraverso l'analisi semantica, intesa come una avanzata e innovativa tecnica di interrogazione del web e svolta in fase preliminare, ha restituito in particolare 15 pratiche appartenenti alla sottocategoria denominata dall'Unità di Bologna “forme organizzate di scambio e condivisione di cibo cittadino-cittadino”. A partire da questa mappatura si è costruito un campione ragionato di esperienze, selezionato sulla base della

¹⁴ L'attuale Papa della Chiesa Cattolica, Papa Francesco, riprendendo gli insegnamenti francescani del “Laudato si”, pone al centro delle sue encicliche la rilevanza di comportamenti etici che tengano conto del Pianeta e dell'importanza del “cibo per tutti”. Papa Bergoglio infatti afferma “C'è cibo per tutti, ma non tutti possono mangiare”, “Il cibo buttato è cibo rubato”. Cfr. Bergoglio J. M., *Laudato si. Enciclica sulla cura della casa comune. Guida alla lettura di Carlo Petrini*, San Paolo Edizioni, Milano 2015.

¹⁵ Questa ricerca è svolta con il supporto di PHD Media.

loro rilevanza a livello nazionale e degli attori coinvolti e ritenute delle *good practices*, queste sono: iFoodShare, NextDoorHelp, S-Cambia Cibo e BringTheFood. In tali piattaforme digitali si è avuto modo di osservare che la collaborazione (o anche lo *sharing*) è al centro di un rapporto che avviene tra pari ed in modo orizzontale (*peer-to-peer*), nella logica della Rete. Queste piattaforme digitali che sono veicolo di reputazione, appartenenza e fiducia, permettono ai consumatori di raggiungere una audience estesa che può diventare parte del loro mondo sociale (Rainie, Wellman 2012). La tecnologia digitale diviene quindi un supporto necessario per rendere lo scambio ricercabile e scalabile. Tali piattaforme, che mettono in contatto chi cerca con chi offre, favoriscono forme organizzate di scambio di cibo tra cittadini-cittadini o tra cittadini ed enti-associazioni. In quest'ultimo caso il più delle volte si tratta di enti caritativi sia laici che cattolici che possono contare su un largo grado di libertà nell'approvvigionamento dei prodotti alimentari destinati al consumo umano grazie alla legge 155/2003 conosciuta come "legge del Buon Samaritano"¹⁶. Si scambiano principalmente "eccedenze" acquistate dal consumatore ma non consumate o cibo preparato e servito nello stadio di ristorazione ma che non viene venduto al cliente (Garrone P., Melacini M., Perego A. 2012). Tali eccedenze vengono donate ad altri cittadini o enti-associazioni laiche o caritatevoli sfruttando le potenzialità del web. In questi ambienti

¹⁶ Il 30 novembre 2012 è stata pubblicata una proposta di risoluzione del Parlamento Europeo secondo la quale è possibile un uso alternativo dei prodotti agroalimentari ancora buoni per il consumo umano ma scartati per motivi estetici o perché prossimi alla scadenza. Con tale legge vengono incoraggiate le istituzioni di volontariato a raccogliere e re-distribuire ai bisognosi derrate alimentari inutilizzate ma ancora commestibili, come misura aggiuntiva ma non sostitutiva rispetto ai sistemi di tutela sociale.

digitali, orientati alla socializzazione e caratterizzati dalla fluidità, dai confini incerti e dai legami deboli (Granovetter 1998), gli individui possono connettersi con altri individui e dare luogo a comunità. Elemento di forza è infatti la community ed è per questo che le piattaforme, per attrarle e tenerle unite, creano una serie di strumenti tipici del mondo social (blog, social network, gruppi) in grado di facilitare la costruzione di relazioni attorno ad un sistema di valori comuni come ad esempio la solidarietà, la cura dell'ambiente ed il rispetto della cultura. Infatti le piattaforme digitali prese in esame sfruttano i profili sui *social network* per accrescere la propria rete di contatti, per quanto gli utenti presenti su questi sono differenti rispetto quelli che partecipano alla piattaforma. Questi consumatori, che fanno parte a volte di movimenti di mobilitazione ibridi (*hybrid mobilization movement*) per l'accesso al cibo di tutti i popoli, usano la rete come una tra le opzioni di comunicazione. Fattore di aggregazione è costituito dalle pratiche legate al consumo ed alla cultura della solidarietà: le piattaforme favoriscono l'inclusione dei soggetti deboli della popolazione esclusi dall'accesso a determinati alimenti. I soggetti che partecipano a queste piattaforme digitali possono essere definiti *networked* poiché sempre più connessi in fitte e molteplici reti di relazione (Rainie, Wellman 2012), in cui sulla proprietà viene preferito l'accesso (Rifkin 2000). Le persone e le organizzazioni, nelle piattaforme prese in esame, possono connettersi tra loro al fine di condividere informazioni, offrire mutuo sostegno, organizzare, mobilitare o rafforzare identità collettive. Come? Registrandosi. Caratteristica che accomuna tutte queste piattaforme, anche nel caso di applicazioni digitali. In particolare, la registrazione riguarda tanto i donatori che i riceventi. Una mappa geolocalizzata dei prodotti è a

disposizione degli utenti per agevolare la scelta in base alla vicinanza territoriale. La geolocalizzazione, di fatto, riporta molti fenomeni ed eventi ad una dimensione spaziale empirica.

Con particolare riferimento a ciascun caso preso in esame:

ifoodshare.it è un'associazione non-profit¹⁷ e senza scopo di lucro che vive dei contributi economici dei suoi sostenitori sia pubblici che privati, per quanto proprio questi tardino ad arrivare e costituiscano un ostacolo nella crescita tanto tecnologica che di promozione di questa piattaforma. Creata da quattro giovani siciliani¹⁸ nel 2013, questa piattaforma permette lo *sharing* dei cibi in eccesso o in via di scadenza su tutto il contesto nazionale. Per attivare tale pratica è sufficiente registrarsi gratuitamente al sito inserendo i propri dati anagrafici. Si legge sulla piattaforma che “può essere utilizzata da singoli donatori, cittadini, associazioni, ONG, parrocchie. Una volta iscritti in un'apposita area dedicata, i donatori ed i beneficiari possono accedere alla propria area privata e qui inserire il cibo in eccedenza o le ceste alimentari, indicando la data di scadenza dei prodotti e la città di riferimento del donatore. Le offerte sono pubblicate dal sistema. I beneficiari,

¹⁷ Nel sito creato da Francesco Perticone, Elisabetta Di Benedetto, Daniele Scivoli, è scritto “l'associazione è apolitica, indipendente, non ha scopo di lucro e svolge attività culturali, educative, turistiche, ricettive-turistiche, di ristorazione, ricreative, di promozione e valorizzazione dei prodotti artigianali e agroalimentari locali, educative, teatrali, musicali, artistiche, sportive, venatorie, editoriali, di formazione, ecologico-ambientali, assistenziali, di consulenza, di mutua agevolazione, per e tra i soci, di beneficenza e di solidarietà in Italia e all'estero, di formazione e addestramento professionali”.

¹⁸ I fondatori dell'associazione iFoodShare.it sono tre ragazzi siciliani di Caltagirone (Catania): Francesco Perticone, Elisabetta Di Benedetto, Daniele Scivoli.

attraverso un sistema di messaggistica interna, possono contattare i beneficiari per concordare le modalità di consegna/ritiro direttamente con il donatore. I prodotti richiesti sono oscurati e non più pubblici. La transizione avviene senza l'utilizzo, in alcun modo, di denaro. Tale piattaforma è nata proprio con l'obiettivo di promuovere la partecipazione solidale e conseguentemente combattere lo spreco alimentare. La condivisione dei beni agroalimentari in eccedenza vale tanto per i piccoli che per i grandi quantitativi. In quest'ultimo caso se si rendesse necessario è a disposizione un servizio di assistenza raggiungibile dall'area contatti del sito o telefonicamente. In base alla testimonianza offerta in sede d'intervista da uno dei fondatori della piattaforma, iFoodShare è frequentata maggiormente da donne (circa il 60% degli utenti), da una fascia di età compresa tra i 24 ed i 44 anni. Questo progetto s'ispira all'esperienza tedesca Foodsharing¹⁹ che è tra le più consolidate ed organizzate in Europa. La differenza rispetto alla piattaforma mitteleuropea è che l'ideatore ne ha fatto uno stile di vita così da beneficiare, per vivere, delle eccedenze donate. L'italiana iFoodShare può contare su 1439 *follower*. Questo *food sharing* italiano, inoltre, coinvolge cittadini, ma anche piccola e grande distribuzione, negozi, produttori. Si può barattare tanto il cibo che le ceste alimentari. In iFoodShare.it i consumatori possono mettere a disposizione il cibo in eccedenza con i membri della stessa comunità. A loro volta i beneficiari, principalmente enti

¹⁹ La tedesca Foodsharing è nata nel 2012 e in questi pochi anni è riuscita così tanto a crescere tanto da coinvolgere differenti paesi europei e contare su oltre nove mila ceste alimentari. Soprattutto iFoodShare italiana non ha raggiunto le stesse potenzialità della sorella tedesca fooshare.de, a cui s'ispira, tra le più consolidate e organizzate in Europa. La differenza rispetto alla piattaforma mitteleuropea è che l'ideatore ne ha fatto uno stile di vita così da beneficiare, per vivere, delle eccedenze donate.

ed associazioni cattoliche come la Caritas, dopo essersi registrati, possono cercare i prodotti disponibili selezionando in base alla località d'interesse. Gli obiettivi sono prevalentemente solidaristici e si rivolge a situazioni di povertà al fine di includere fasce economicamente più deboli della popolazione italiana all'accesso ad una varietà alimentare da cui ne sarebbero esclusi.

NextDoorHelp.it è una piattaforma digitale nata a Torino nel 2013 dall'idea di 3 ingegneri informatici. Oltre al cibo questa piattaforma consente di scambiare gli oggetti nella propria città. Il progetto è frutto dell'intuizione semplice ma efficace di uno di questi ingegneri. La domanda da cui ha preso le mosse è quanto cibo avanzato viene buttato dalle dispense e dai frigoriferi di tutte le persone soprattutto in prossimità dei "periodi di vacanza". Al fine di offrire una risposta efficace NextDoorHelp.it mette in relazione i donatori, definiti "helper", e i beneficiari denominati "finder" nell'obiettivo di donare alla comunità locale i prodotti alimentari in eccedenza. Dopo la registrazione, un sistema di geolocalizzazione permette agli utenti di individuare i luoghi della domanda e dell'offerta. Attraverso messaggistica interna i "finder" possono fissare appuntamenti con gli helper. Questa piattaforma è stata promossa da Slow Food all'ultimo Salone del Gusto di Torino in quanto tra le prime piattaforme di condivisione di prodotti agroalimentari, ma soprattutto perché incentiva pratiche di redistribuzione del cibo in eccesso senza alcuna transizione economica. Ma la piattaforma da sola non è sufficiente a contrastare gli sprechi alimentari. Ne sono consapevoli anche i suoi ideatori che cercano anche delle formule vincenti per sensibilizzare al tema le città, i quartieri ed i suoi cittadini. In

questa piattaforma si è avviato anche uno scambio di oggetti nello spirito sempre di favorire la socialità e la condivisione.

S-Cambia cibo è una piattaforma nata nel 2014 da un progetto di giovani coworkers a Bologna. Essa si presenta ancora in versione beta. S-Cambia cibo è un progetto urbano che persegue una duplice finalità: stimolare la riflessione sugli sprechi alimentari e agevolare i rapporti di vicinato proponendo la costituzione di comunità di utenti affini come ad esempio comunità nate da persone che vivono nello stesso condominio, che frequentano la stessa palestra, etc. S-Cambia cibo che si presenta ancora in versione beta, è tra le poche piattaforme che ha potuto contare su forme di investimento di una realtà privata quale Coop Adriatica. Tale sostenibilità economica ne ha costituito un elemento di forza nelle fasi di nascita e diffusione. Soprattutto dal momento in cui proprio la mancanza di sovvenzioni economiche tanto pubbliche quanto private costituiscono un limite nella crescita tecnologica e di diffusione di queste tipologie di piattaforme digitali. Obiettivo di S-Cambia cibo è di mettere in connessione le persone di una stessa città e offrire l'opportunità per condividere il cibo in scadenza o che andrebbe buttato soprattutto tra delle comunità locali come possono essere, ad esempio, quello dei condomini, della palestra, etc. Un sistema di geolocalizzazione favorisce lo scambio tra le persone che vivono in ambienti vicini. La piattaforma non assume una specifica responsabilità per lo scambio, piuttosto propone linee guida per uno scambio in sicurezza, come ad esempio di scambiare in luoghi pubblici o presso le parrocchie. Tra gli obiettivi futuri di questa piattaforma è quello di costituire un modello di *business* in grado che non sia di ostacolo alla pratica di sharing ma che favorisca un

sostentamento economico al progetto S-Cambia Cibo. Magari facendo pagare un abbonamento irrisorio a chi partecipa allo *sharing*.

BringFood.org è un'applicazione digitale che si rivolge all'industria alimentare, al mondo della distribuzione e della ristorazione. Questa è al contempo un sito ed una app che conta su 248.682 ceste alimentari donate. Sviluppata da alcuni ricercatori dell'istituto Bruno Kessler di Trento, conta come partner la Fondazione Banco Alimentare Onlus. Questa piattaforma si propone la redistribuzione delle eccedenze in favore di soggetti economicamente e socialmente vulnerabili. In *BringTheFood* la donazione riguarda tanto il fresco, quanto il cotto, ma anche il secco ed il surgelato. L'unica forma di responsabilità che questa piattaforma assume è la verifica dei donatori con un sistema di accreditamenti che avviene attraverso un sistema di registrazione gratuita, obbligatorio per gli utenti che vi aderiscono: tanto utenti che usano regolarmente la piattaforma quanto quelli non regolari. Gli alimenti rimangono visibili il tempo necessario della donazione e poi sono cancellati. Un'indicazione rende la donazione "disponibile", "prenotata", "ritirata", "scaduta". Ciò permette ai beneficiari di valutare su una mappa le offerte disponibili e di scegliere in base alla vicinanza territoriale. Nella transizione cittadino-cittadino come cittadino-ente caritativo, quando una donazione è richiesta, una e-mail viene inviata a donatore e beneficiario in cui si chiede di entrare in contatto per lo *sharing*. Per prenotare si clicca sul pulsante "richiedenti". Nel caso di enti caritatevoli per effettuare il ritiro devono contattare il donatore. A transizione ultimata il donatore ha il dovere di inserire il codice ritiro dettato dal beneficiario sul sito. *BringTheFood* è anche

un'applicazione che è stata presentata in occasione del Rhock Global (Random Hacks of Knowenness). La sfida più grande di queste piattaforme e dei gruppi locali che le costituiscono è di tipo culturale ed educativo tanto degli stili di vita e di consumo in grado di incidere nei percorsi produttivi e sulle politiche di sviluppo.

4. I food waste, la Rete e l'economia collaborativa

La Rete digitale, con la sua potenzialità di connettere più di un miliardo di persone in network differenti, ha agevolato le pratiche di *sharing*. Queste pratiche danno vita al collaborative consumption che è un particolare tipo di *sharing economy* inteso come una nuova forma di economia che si muove lateralmente alle economie capitalistiche più tradizionali. Le piattaforme digitali ne costituiscono il fattore abilitante, soprattutto dal momento in cui oggi il 64% delle famiglie italiane dispone di un accesso a Internet (Istat 2014). Inoltre, in riferimento ai servizi di *sharing* si registra come il 13% della popolazione li ha utilizzati almeno una volta (DOXA 2013). I consumatori che partecipano alle piattaforme di condivisione sono principalmente *early adopter* con un livello d'istruzione elevato e residenti in grandi centri abitati del Nord Italia, con una lieve prevalenza delle donne rispetto agli uomini. Un dato confermato anche dalla ricerca condotta dall'Università di Milano (Mainieri 2013). In generale sono soprattutto persone adulte, infatti con un'età compresa tra i 18-34 anni. Nel caso, invece, dei fondatori dei servizi di *sharing* che si rivelano prevalentemente uomini con un'età compresa tra i 25 ed i 44 anni, si dotano di progetti a livello locale. Le motivazioni che accomunano i fondatori delle piattaforme digitali è prevalentemente di tipo solidaristico e d'inclusione oltre che la diffusione di una cultura della

responsabilità che tenda a contrastare lo spreco alimentare ad iniziare dalla riduzione delle eccedenze di cibo. Nello specifico, i disagi alimentari che hanno colpito duramente molte famiglie italiane soprattutto durante questo lungo periodo di crisi, sono stati accentuati dall'erosione della coesione sociale che ha interessato diverse comunità del nostro territorio. Parallelamente, inoltre, all'aumento dei disagi alimentari sono aumentate le organizzazioni non-profit impegnate nella raccolta e distribuzione delle eccedenze, tanto da un punto di vista qualitativo che quantitativo (Garrone et. al., 2012). Per i fondatori delle piattaforme qui indagate, proprio le motivazioni a fini solidaristici rivestono un ruolo chiave nel recupero delle eccedenze di cibo e, di conseguenza, per la riduzione dello spreco di cibo. A facilitare la condivisione o lo *sharing* vi è la Rete digitale, un luogo virtuale dove le persone possono coltivare i propri interessi, un network interconnesso e cooperativo in cui ognuno assume lo stesso peso nella determinazione dei giochi. A rallentare la spinta innovativa tanto tecnologica che sociale di queste piattaforme è, invece, la mancanza di normative specifiche e soprattutto di fondi di investimento. E' a partire da questi luoghi virtuali che si sviluppa un ininterrotto flusso di discorsi che sono un'estensione di quelli della *real life*. In essi le relazioni si fondano sulla fiducia generalizzata e la reciprocità. Fiducia che è al centro delle forme di relazione reticolari in cui ogni membro agisce nell'idea di cooperare e assistere. Nello specifico le piattaforme di *food sharing*, nel mettere in relazione persone che hanno interessi o esperienze da condividere, creano forti legami comunitari. Questi legami possono avere ricadute positive sui territori locali e agevolare verso stili di vita più efficienti e rispettosi dell'ambiente. Siamo di fronte a comunità creative che

cercano soluzioni collaborative. In questi luoghi digitali i cittadini, che in tal caso sono come gli definisce Ipsos (2014) dei “consumatori consapevoli nell'era digitale”. Questi giocano le proprie battaglie simboliche nell'arena della comunicazione che è terreno di elezione dove si generano le identità ed i conflitti ideologici, che trovano nella rete digitale uno strumento potente (Mazzoli 2009). In tali piattaforme prendono vita *forme cooperative* al servizio della comunità locale. Queste piattaforme che si muovono nell'arena dell'economia collaborativa, generano profitti per la collettività, tanto per i consumatori che per i fondatori. Quasi a dire un *fair trade* dell'economia, dove l'individuo può agire in reti sociali di solidarietà. Questa si attiva tra gruppi connessi in “legami deboli” (Granovetter 1998, pp. 117 e ss.). L'identità degli individui che aderiscono a queste piattaforme si costruisce a partire da un rapporto duale di “gratitudine” e di “riconoscimento” tra i partecipanti pronti a replicare l'adesione a progetti di scambio, eventi, formazioni, dando vita ad un capitale sociale collettivo (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia 2001). Questi cittadini interconnessi nell'assumere sempre maggiore consapevolezza sul loro privilegiato ruolo in tutte le parti del Mondo, stanno esplorando come usare i prodotti alimentari in un'ottica realmente collaborativa, combinando le proprie esigenze personali a quelle della società, ricercando e creando nuovi modi per godersi la vita ed allo stesso tempo vivere in maniera sostenibile (Marciante 2014).

5. Condividere ai tempi della Rete: questione emerse questioni aperte

Caratteristica principale delle piattaforme di *food sharing* prese qui in esame è l'accesso al cibo. In esse si profila un

consumatore più vigile e pragmatico nelle proprie scelte di acquisto in grado, oggi più di ieri, di rivolgere la propria attenzione ai valori ambientali, sociali ed etici che si celano nell'atto di acquisto. Per quanto i motivi alla base della scelta di questi consumatori possono differire. Inizialmente essi si basano su preoccupazioni di tipo privato come la salute e la qualità delle prospettive di vita per se e per la famiglia alla luce dei rischi ambientali a livello globale. Nel momento in cui però incontrano gli altri rivolgono le proprie scelte di acquisto e di comportamento verso interessi generali e che riguardano la collettività, ovvero verso le "virtù private" (Micheletti 2010, pp. 230 e ss.). Attraverso lo *sharing* questi consumatori, quindi, possono rendersi conto che le proprie preoccupazioni per l'accesso al cibo e in generale per la salvaguardia dell'ambiente sono condivise da altri. La condivisione non solo di cibo ma di esperienze favorisce, inoltre, la creazione di reti locali (ibidem) di cittadini che, si auto-organizzano per la re-distribuzione delle eccedenze, capaci di riscoprire e rivoluzionare la cultura alimentare, in grado di comprendere l'importanza del rapporto tra il cibo e l'ambiente, tra questo e la salute. A partire da preoccupazioni individuali, questi consumatori, dei prosumer (Toffler 1980; Degli Esposti 2015) tentano di sensibilizzare la larga fetta di popolazione al tema degli sprechi al fine di promuovere azioni collettive che Micheletti definisce "individualizzate" (2010). Al tramonto della società industriale e di una crescita economica senza limiti questo consumatore, quindi, è sempre più un protagonista e indirizza i propri comportamenti di consumo sulla base di valori dotati di senso etico. L'atto del consumare diventa uno strumento per esprimere impegno e responsabilità nella sfera pubblica, contribuendo all'affermazione ed alla determinazione di nuovi modi di essere.

Avvantaggiando la qualità delle relazioni per una migliore qualità della vita (Paltrinieri 2012). Tali piattaforme digitali, che vivono nel globale ma permettono di agire nel locale, nel mettere in relazione cittadini con altri cittadini o con enti associativi/caritatevoli per lo scambio di alimenti, permettono di limitare i livelli di spreco. Questo attraverso meccanismi redistributivi delle eccedenze alimentari, in cui si promuove il “dono gratuito” nel senso di “regalare qualcosa di se stessi” (Mauss 1923). Il dono ed il contro-dono si rivelano una risposta di carattere collettivo e comunitario. Una reinvenzione di antichi comportamenti di mercato attraverso le nuove tecnologie sociali, mobile e localizzate, che permettono di scambiare oggetti gli uni con gli altri in proporzioni e modi che prima non erano mai stati possibili, che danno luogo ad un *collaborative consumption* (Botsman 2010). In queste piattaforme si creano legami sociali tra persone diverse. Il capitale sociale diviene la fiamma civica, in grado di aumentarne l'efficienza e di favorire le azioni collettive (Putnam 1993). Attuando relazioni di solidarietà e cooperazione per un “fare insieme”. Tali relazioni si fondano sulla fiducia e la solidarietà nella promozione di iniziative prese di comune accordo per un *civic engagement* (ibidem). Tali iniziative avvengono all'interno di reti sociali aperte ove i “legami ponte” legano ogni individuo ad un altro e questi alla comunità (Granovetter 1998) e favoriscono benefici per tutti i membri. Un benessere collettivo. Il cibo assume qui valore di bene da destinare alla collettività ovvero un bene collettivo. Si è di fronte ad un nuovo fenomeno di intelligenza collettiva (Lévy 1996) localizzata dove gli scambi d'informazione e d'opinione tra le persone possono promuovere maggior senso di appartenenza ad un territorio e quindi aprire nuove opportunità di sviluppo. Si è di fronte ad un'esperienza urbana di resilienza.

In queste piattaforme la comunicazione civica e la partecipazione sono favorite dalla convergenza dei linguaggi mediali (Jenkins 2007). Ivi trova espressione una cittadinanza tanto del consumatore – che può accedere liberamente a beni, servizi e informazioni a livello globale – quanto ecologica, per cui ogni individuo ha il diritto di vivere in un rapporto armonioso e sostenibile con il pianeta e di godere dei frutti della natura (Urry 2000). In tal senso le piattaforme di *food sharing* possono considerarsi vere e proprie piazze virtuali dove ogni cittadino può entrare e uscire guidato dai propri desideri di consumo ma anche comunicativi. Dove i cittadini-consumatori possono liberarsi delle eccedenze senza gettarle via ma destinandole a qualcun altro che ne esprime il bisogno. Ciò favorisce un benessere individuale e collettivo che pone al centro l'etica della responsabilità (Paltrinieri 2012): il paradigma della *Social Shared Responsibility*. Una responsabilità che avviene tanto a livello micro, riferita ad ogni singolo individuo, quanto a livello macro, attribuita all'intero modello di sviluppo. In quest'ultimo caso, dunque, la responsabilità richiamata da tutte queste piattaforme, coinvolge le sfere sociali presenti a livello territoriale. Nell'obiettivo di un agire in comune, cooperando al fine di ridurre lo spreco di cibo. Ripensare oggi ad un nuovo modello di sviluppo economico e sociale, a partire da azioni tese alla riduzione del debito che l'uomo ha con l'ecosistema mondo, con particolare riferimento allo spreco di cibo, è un aspetto che investe tanto le persone e ha a che fare con la dignità umana. Quindi frutto di processi di reciproca responsabilità (ibidem) e che rivendica la dimensione sociale e di valore del cibo in quanto bene comune (Slow Food 2015). In conclusione, si vuole sottolineare in tono critico che la pratica dello *sharing* online costituisce solo un pezzo del *puzzle* in tema

di sprechi. Seppur lo *sharing* sia da considerarsi importante per la lotta allo spreco, tale pratica non può essere ritenuta la soluzione ad un fenomeno di portata globale che ha un impatto sugli strati sociali medi e bassi della popolazione, oltre che tra i paesi sviluppati ed in via di sviluppo, esclusi dall'accesso a determinati alimenti. In particolare, mentre nei paesi ad economia avanzata si cercano soluzioni per combattere gli eccessi, di contro, nei paesi in via di sviluppo si lotta per accedere al cibo. Per tale motivo l'incontro di pratiche per contrastare lo spreco alimentare può trovare nelle tecnologie digitali un buon alleato. Principalmente perché internet permette alle persone un modo pratico per discutere di problemi personali e condividere preoccupazioni, per creare un sapere comune e comprendere che i problemi non sono esclusivi (Micheletti 2010). A mio avviso contrastare lo spreco alimentare deve divenire un obiettivo comune dei cittadini-consumatori, delle associazioni, delle istituzioni, a partire da un'educazione al consumo. In tal senso lo spreco deve ricoprire un ruolo centrale nel dibattito tra cittadini, istituzioni, mondo del terzo settore, nell'ottica della sostenibilità. Una chiave interpretativa in tal senso potrebbe essere le *capability approach* di Armatya Sen (2011) come modello in grado di produrre nuove conoscenze, ovvero che cosa le persone di un particolare territorio sono in grado di fare e di essere. Il salto educativo deve rivolgere lo sguardo a comportamenti economici orientati verso una dimensione sociale, in una prospettiva di sostenibilità economica, ambientale, sociale e culturale. Nell'auspicio che tali pratiche possano evolvere in un movimento globale basato sulla collaborazione. Agevolando così tanti esperimenti in tutto il mondo. Questo diventa fondamentale nel momento in cui l'economia tradizionale diventa disfunzionale per la

sostenibilità, mentre cresce l'esigenza dei cittadini di rendere locale la propria economia. La sfida sarà di imparare a comprendere le potenzialità dell'economia della condivisione, per sperimentare azioni positive per i propri territori. Ma si sa la strada del cambiamento e dell'innovazione sociale è lunga e nel frattempo rimangono aperte almeno due questioni. La prima interessa una fiducia ad ampio raggio verso le istituzioni ma anche verso gli altri consumatori che utilizzano tale pratica per questioni legate alla sicurezza alimentare (a tal proposito per Doxa il 14% dei consumatori non entrerebbe mai in contatto con persone che non conosce). La seconda questione, che si interseca con la prima, è inerente tanto ad una priorità politica per governare lo spreco a livello istituzionale che ad una socializzazione ed educazione, di promozione al fine di accrescere il numero dei consumatori consapevoli che è ancora troppo esiguo.

Bibliografia

1. Adoc, *Sprechi alimentari*, www.adocnazionale.it/sprechialimentari-adoc-familgia, 2014.
2. Agamben G., Barcellona P., De Biase L., Zamagni S. et al., *Del Cooperare. Manifesto per una nuova economia*, Vita&Feltrinelli Editore, Milano 2012.
3. Arena G., *Cittadini attivi*, Laterza, Bari 2006.
4. Arnesano G., *Seconda mano. Oggetti, significati e relazioni nei mercatini di abiti usati*, Besa Editore, Lecce 2010.
5. Bauman Z., *La solitudine del cittadino globale*, trad. it. Feltrinelli, Milano 2000.
6. Beck U., *La società del rischio*, trad. it., Carocci, Roma 2000.

7. Beck U., Giddens A., Lash S., *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, Stanford University Press, Stanford 1994, trad. it., *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste 1999.
8. Bergoglio J.M., *Laudato si. Enciclica sulla cura della casa comune. Guida alla lettura di Carlo Petrini*, San Paolo Edizioni, Milano 2015.
9. Botsman R., Rogers R., *What's Mine is Your: the rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins Publisher, New York 2010.
10. Bourdieu P., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, il Mulino, Bologna 1983.
11. Castells M., *Comunicazione e potere*, Università Bocconi Editore, Milano 2009.
12. Castrignanò M., *Comunità, capitale sociale, quartiere*, Franco Angeli, Milano [2012].
13. Codeluppi V., *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee*, Franco Angeli, Milano 2002.
14. Commissione Europea DG ENV, *Preparatory Study on Food Waste Across EU 27*, Bruxelles 2010.
15. Commissione Europea, *Impact Assessment On Measures Addressing Food Waste To Complete Swd (2014)*, 207 Regarding The Review Of Eu Waste Management Targets, Bruxelles 2014.
16. Dahlgren P., *Reinventare la partecipazione. Civic agency e mondo della rete*, 2013, in Bartoletti R., Faccioli F., (a cura di), *Comunicazione e civic engagement. Media, spazi pubblici e nuovi processi di partecipazione*, Franco Angeli, Milano 2013, pp. 17-37.

17. De Certeau M., *L'invention du Quotidien, Arts de Faire, Union générale d'éditions*, Paris 1980; trad. it. *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma 2001.
18. Degli Esposti P., *Essere prosumer nella società digitale. Produzione e consumo tra atomi e bit*, Franco Angeli, Milano 2015.
19. De Masi D., Pepe D., *I modelli organizzativi tra conoscenza e realtà*, Franco Angeli, Milano 1989.
20. Douglas M., *Questioni di gusto*, il Mulino, Bologna 1999.
21. Elias N., *La civiltà delle buone maniere*, il Mulino, Bologna 1982.
22. Fabris G., *La società post crescita. Consumi e stili di vita*, Egea, Milano 2010.
23. Fabris G., *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Franco Angeli, Milano 2003.
24. FAO, *Global Food Losses and Food Waste – Extent, causes and prevention*, Rome 2011.
25. FAO, *Food wastage footprint, Impacts on Natural resources*, Summary repor, Roma 2013.
26. Gallino L., *Finanzialcapitalismo. La civiltà del denaro in crisi*, Einaudi, Torino 2011.
27. Garrone P., Melacini M., Perego A., *Dar da mangiare agli affamati. Le eccedenze alimentari come opportunità*, Guerrini e Associati, Milano 2012.
28. Giddens A., *Le conseguenze della modernità*, trad. it., il Mulino, Bologna 1994.
29. Granovetter M., *La forza dei legami deboli*, Liguori, Napoli 1998.
30. Jenkins H., *Convergence culture. Where old and new media collide*, New York, 2006, trad. it., Milano 2007.

31. Inglehart K., *Valori e cultura politica nella società industriale avanzata*, Petrini Editore, Torino 1993.
32. Ipsos, *Consummeeting 2014: Il consumatore consapevole nell'era digitale*, in ConsumersForum.it, 2014.
33. Istat, *Cittadini e nuove tecnologie*, 2014.
34. Lash S., J. Urry, *The End of Organized Capitalism*, Polity Press, Cambridge 1987.
35. Lèvy P., *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris 1994; trad. it., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 1996.
36. Lyotard J. F., *La condition postmoderne: rapport sur le savoir*, Minuit, Paris 1979; trad. it., *La condizione postmoderna*, Feltrinelli, Milano 1981.
37. Luhmann N., *Sociologia del rischio*, trad. it., Bruno Mondadori, Milano 1996.
38. MacPherson C., *Democratic Theory: Essays in Retrieval*, Oxford University Press, Cambridge 1973.
39. Magdoff F., Tokar B., *Agriculture and Food in Crisis. An Overview*, in "Monthly Review", n. 3, luglio-agosto 2009.
40. Mainieri M., *Collaboriamo! Come i social ci aiutano a lavorare e a vivere bene in tempo di crisi*, Hoepli, Milano 2013.
41. Marciante L., *Sharing in Web Society times: Exchanging Food*, in "Journal of Nutritional Ecology and Food Research", vol. 21, n. 2, June 2014, pp. 163-169.
42. Mauss M., *Essai sur le don*, «Année Sociologique», II serie, I, new ed. 1950, in Sociologie et antropologie, PUF, Paris (ed. or. 1923).
43. Melucci A., *Passaggio d'epoca*, Feltrinelli, Milano 1995.

44. Micheletti M., *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*, Palgrave, London 2003.
45. Osservatorio Waste Watcher, *Rapporto sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane*, (Swg), Last Minute Market, Bologna 2013.
46. Paltrinieri R., *Felicità responsabile. Il consumo oltre la società dei consumi*, Franco Angeli, Milano 2012.
47. Paltrinieri R., Spillare S., *L'Italia del biologico. Un fenomeno sociale, dal campo alla città*, Edizioni Ambiente, Milano 2015.
48. Parmiggiani P., *Pratiche di consumo, civic engagement, creazioni di comunità*, in "Sociologia del Lavoro", Franco Angeli, Milano, 2013, 132, pp. 97-112.
49. Poulain J.P., *Alimentazione, cultura e società*, il Mulino, Bologna 2008.
50. Putnam R., *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton (NJ) 1993.
51. Rainie L., Wellman B., *Networked. Il nuovo sistema operativo sociale*, trad. it. (a cura di) Marinelli A., Comunello F., Angelo Guerini&Associati, Milano 2012.
52. Rifkin J., *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience*, J.P. Tarcher/Putnam, USA 2000.
53. Sen A.K., *Il tenore di vita. Tra benessere e libertà*, trad. it., Marsilio, Venezia 1993.
54. Id., *La libertà individuale come impegno sociale*, Laterza, Roma-Bari 2011.
55. Simmel G., *Sociologia del pasto*, in "Estetica e Sociologia", trad. it. (a cura di) Hoffman U, Mele V., Armando, Roma 2006, pp. 100-111.

Rete e reti per contrastare lo spreco alimentare: pratiche di consumo responsabile nell'era digitale

56. Slow Food, *Documento di posizione sulle perdite degli sprechi alimentari*, UE, 2015.
57. Slow Food, *Verso una definizione 'qualitativa' dello spreco*, Bra, 2013.
58. Toffler A., *The Third Wave*, Morrow, New York 1980.
59. Urry J., *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*, Routledge, London 2000.
60. Zamagni S., *L'economia del bene comune*, Città nuova Editrice, Roma 2008.

Sitografia

ADOC, www.adocnazionale.it/
DOXA 2013, www.doxa.it
FAO, www.fao.org/news/story/it/item/74267/icode/
Ca.Gov, www.calrecycle.ca.gov/
Resoconti assemblea della Camera, http://documenti.camera.it/leg17/resoconti/assemblea/html/sed0238/leg.17.sed0238.allegato_b.pdf
Swg, www.lastminutemarket.it

