



L'uso di un social network per lo scambio di prodotti agroalimentari locali tra le aree periurbane e urbane di Roma

Sabrina Giuca e Simonetta De Leo¹

Riassunto

Questo lavoro si focalizza su una recente esperienza di organizzazione tra consumatori e produttori nata sul web – la “rete Kalulu”, una forma innovativa di gruppo di acquisto – che interpreta diversi gradi di sostenibilità economica, ecologica e sociale e punta a migliorare il coordinamento dell’offerta e a coinvolgere i consumatori come attori attivi del sistema del cibo locale, tipico e biologico. Il “modello” Kalulu, di cui se ne illustrano le dinamiche, funziona come un *social network* tra produttori del territorio rurale e urbano della Città metropolitana di Roma Capitale e consumatori romani, consentendo a questi ultimi di ritirare i prodotti ordinati presso un punto di consegna vicino alla propria abitazione: in sostanza, il gruppo di acquisto si crea attorno al luogo prescelto, di volta in volta, nei quartieri di Roma. Si ritiene che la piattaforma web vada oltre il ruolo di intermediario, in quanto sceglie con cura e attenzione i produttori, spesso piccoli e situati in aree marginali, offrendo loro visibilità e servizi di marketing e di distribuzione; essa, inoltre, incentiva l’approccio a un consumo responsabile verso prodotti locali, di stagione e a basso impatto ambientale. Secondo gli autori, grazie a questi sistema in rete tra produttori/consumatori, si attiva nel contesto metropolitano un *nested market* di prodotti, relazioni e valori, che riconosce un valore equo e sostenibile allo scambio, che va oltre il rapporto prezzo/qualità, e “si legittima” il ruolo delle aree fragili.

Parole chiave: *nested market*, *social network*, gruppo di acquisto solidale, prodotti biologici, prodotti tipici e locali, consumo responsabile.

¹ Ricercatori, Consiglio per la ricerca in agricoltura e l’analisi dell’economia agraria (CREA), Centro di ricerca Politiche e Bio-economia, Roma. sabrina.giuca@crea.gov.it, simonetta.deleo@crea.gov.it.

The use of a social network for the exchange of local agri-food products between the peri-urban and urban areas of Rome

Abstract

The work focuses on a recent attempt to organize consumers and producers in a new way, which was born on the web – the “Kalulu” network. This network constitutes an innovative form of “purchasing group” which takes account of different degrees of economic, ecological, and social sustainability, and aims to improve the coordination of supply involving consumers as active players in the market for typical, local, and organic food products. Kalulu model, whose internal dynamics are well explained and illustrated, works as a social network connecting rural and urban producers of the Metropolitan City of Rome with Roman consumers, allowing the latter to pick up the ordered products at a point of delivery near their household: in essence, the buying group is created around the chosen place, as needed, in the neighborhoods of Rome. It is believed that the web platform goes beyond the role of intermediary, as it carefully selects the producers, often small and located in marginal areas, offering them marketing and delivery services; it also encourages the responsible consumption of local, seasonal, and low environmental impact products. The authors believe that – thanks to this networking of producers and consumers – a nested market of products, relationships, and values is brought into being within the metropolis; one which recognizes a fair and sustainable value to transactions, and which goes beyond the price/quality ratio so that the role of fragile areas is acknowledged and “legitimized”.

Keywords: *nested market, social network, solidarity purchasing group, organic products, typical and local products, responsible consumption.*

■ Introduzione

Il comune di Roma vanta il primato in Europa di superficie agricola. Tuttavia, a causa della dispersione delle aree urbanizzate nelle zone periferiche e rurali del territorio, il confine fra città e campagna è sempre meno chiaramente identificabile (Cervellati, 2000; Antrop, 2004). Il tessuto metropolitano è quindi caratterizzato da ambiti periurbani in cui aree residenziali, infrastrutture viarie e logistiche, insediamenti industriali e commerciali si sovrappongono nel paesaggio agrario-rurale (Indovina *et al.*, 2005; Lonati e Saleri, 2015). Roma vanta anche il maggior numero di aziende agricole