



**food**  
**hub**  
**TO connect**

***Verso un sistema territoriale del cibo***





# Quien somos

**Food Hub TO Connect (FHTC)** es un proyecto de **innovación social**, ganador de la convocatoria *Smart Cities and Communities and Social Innovation del 2013* gestionado por el MIUR (Ministerio de Educación e Investigación italiano).

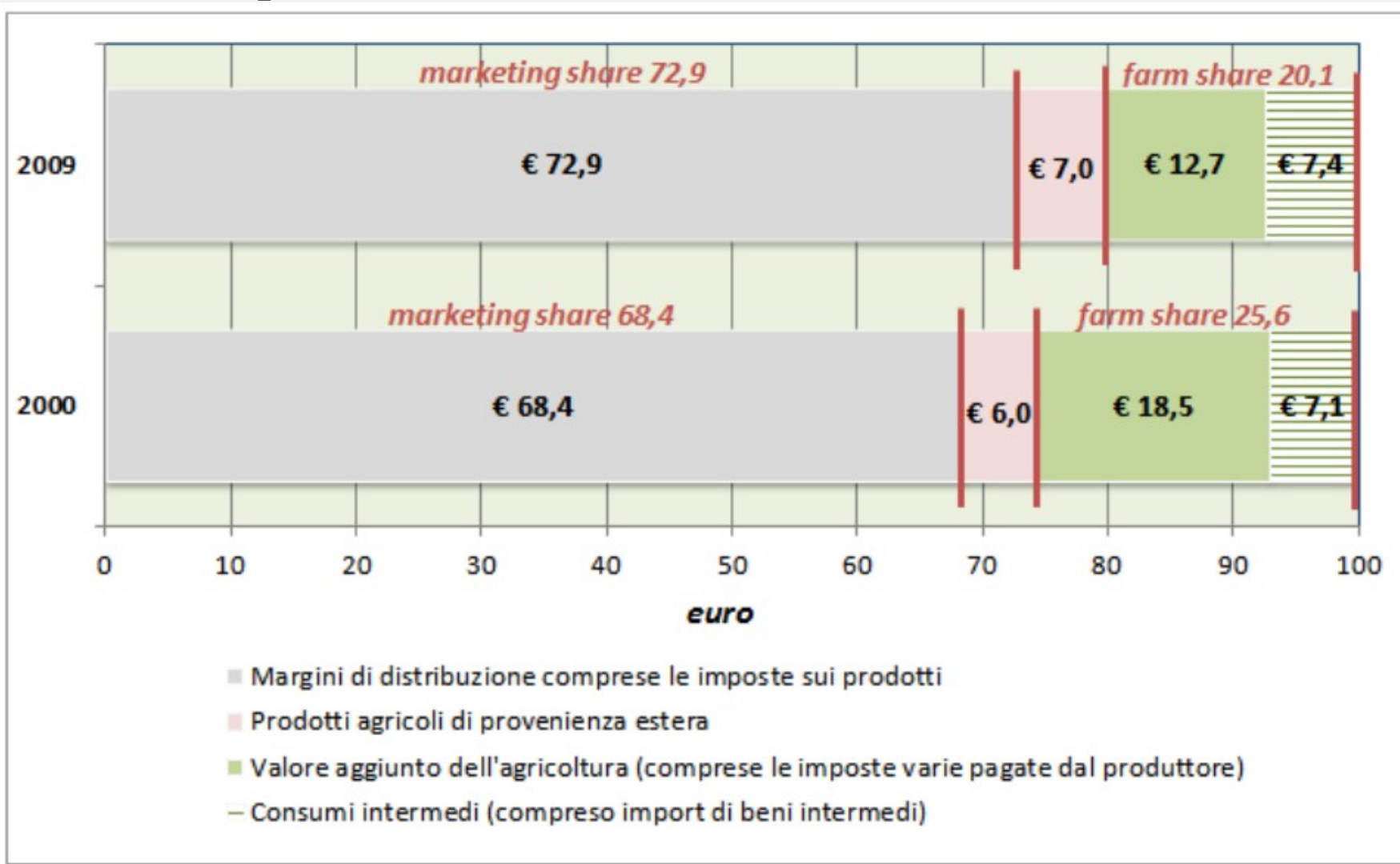
FHTC ha obtenido una **financiación de 813.752 euros** (20% cofinanciados) en el área de «**Logística last-mile**», que tiene el objetivo de «*promover nuevos modelos en el sector de la logística en llave eco-sostenible también a través del desarrollo de sistemas y tecnologías capaces de aumentar la eficiencia en la gestión de los circuitos de distribución de productos*».

FHT quiere ser la **primera plataforma de alimentos locales en el área metropolitana de Turín (Italia)**.

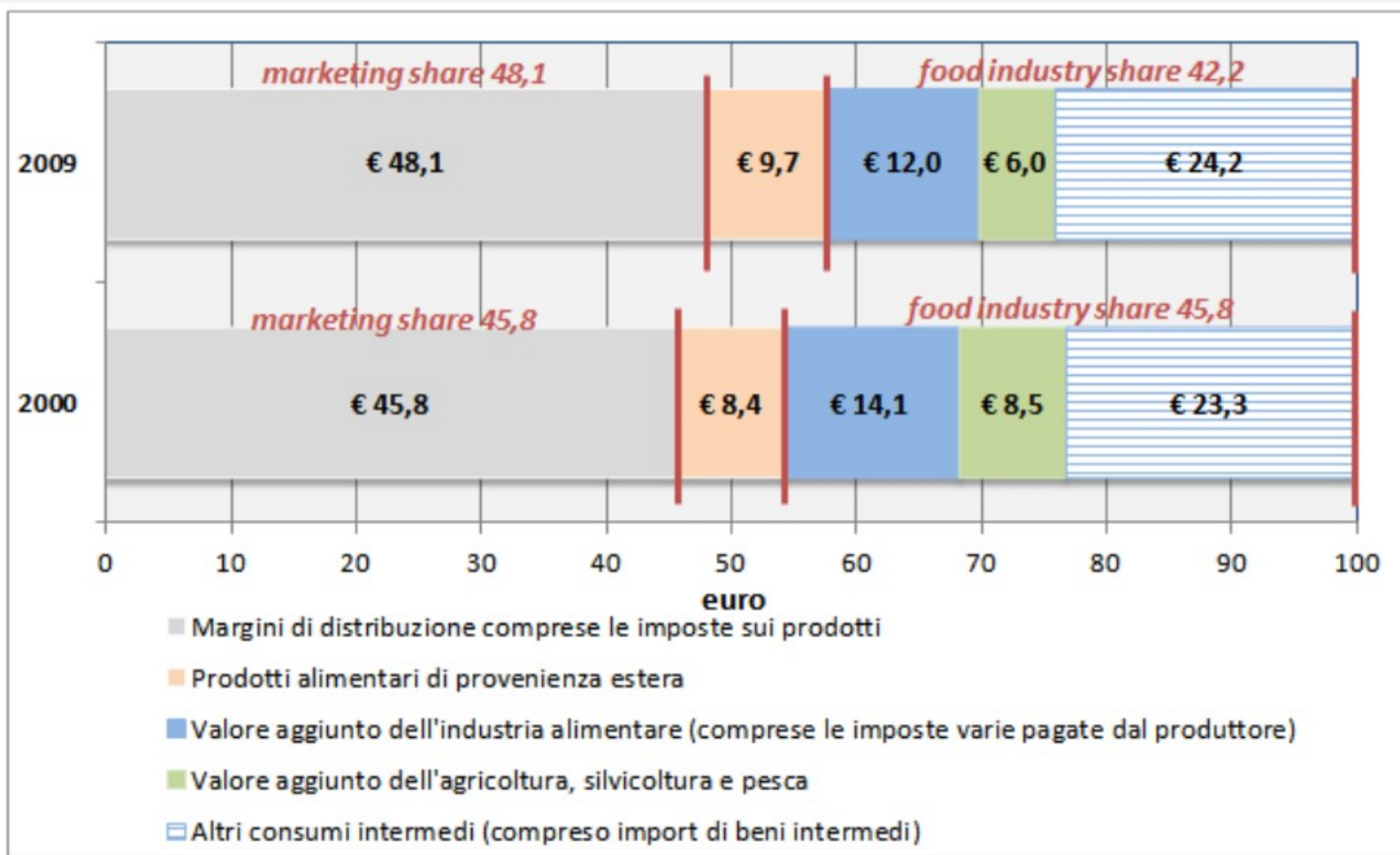
# El sistema de alimentos hoy: problemas

- **Problemas de Sostenibilidad Ambiental:**
  - alargamiento de las cadenas de distribución
  - métodos productivos intensivos y recurso a la química
- **Insostenibilidad económica por las PyME del sector agroalimentario:**
  - largas cadenas de intermediación y asimetría de poder
  - diferencia excesiva entre precios al consumo- precios al origen
- **Estandarización productiva:**
  - empobrecimiento alimentar
  - riesgo de pérdida de biodiversidad y de la estacionalidad
- **Clara separación entre áreas de producción, transformación y consumo.**

# El sistema de alimentos hoy: problemas



# El sistema de alimentos hoy: problemas



# Comida vs Ciudad

Las ciudades son lugares de consumo (50% de la población vive en una ciudad, más de los 2/3 en el 2050)

## ¿Quién y cómo nutre la ciudad?

En la relación entre alimentos-ciudad nos enfrentamos al reto de la **sostenibilidad del metabolismo urbano** en términos de flujos energéticos, logísticos, uso de los espacios urbanos y las relaciones con las áreas rurales cercanas.

Hoy en día el abastecimiento de los alimentos de **las ciudades depende en gran medida de los canales de la Gran Distribución Organizada (GDO):**

los modelos organizativos, las elecciones de los productos, las formas de consumo definen las ciudades y les dan “forma”.

Las ciudades deben poner en marcha un **procedimiento de transición hacia sistemas de alimentos principalmente locales y sostenibles**, que rendan la **calidad accesible en términos de disponibilidad y precios.**

**sostenibile**  
**giusto**  
**resiliente**  
**partecipato**

# Las redes alternativas de alimentos

*Mercati contadini* gruppi d'acquisto solidali  
e-commerce *vendita diretta* sistemi di consegna  
piattaforme web *botteghe* comunità di supporto  
*agricolo* distretti economia solidale *filiere corte*

Aumento de la concienciación alrededor de los límites del actual sistema de alimentos



**Nuevas necesidades y aumento de la demanda de alimentos locales y sostenibles** procedente de una cadena de producción-distribución más corta, han favorecido la **creación y la difusión de experiencias de relocalización de producción y consumo** de alimentos llamadas *Alternative Food Networks* (AFN).



# Limites de las experiencias alternativas

- **Fragmentación**
- **Insostenibilidad de los procesos de producción y organizativos:**
  - deseconomías e ineficiencias debidas a la pequeña escala
  - modelos basados en el voluntarismo
  - recurso tiempo: demasiado laboriosos para productores y consumidores
- **Accesibilidad:**
  - precios
  - difusión limitada (disponibilidad, no consumo diario)
- **Paradoja de la sostenibilidad:**
  - Las carencias a nivel logístico y organizativo de las AFN provocan un mayor impacto ambiental en términos de transporte respecto a las cadenas de distribución “tradicionales” [Coley et al (2009)]



# Food Hub TO Connect: objetivos y actividades

**FHTC** surge de la necesidad de **superar los límites del sistema de alimentos local** con el fin de garantizar una mayor sostenibilidad y favorecer una creciente relocalización de la producción y del consumo de alimentos.

**FHTC** desenvuelve **actividades de investigación y de experimentación** para desarrollar:

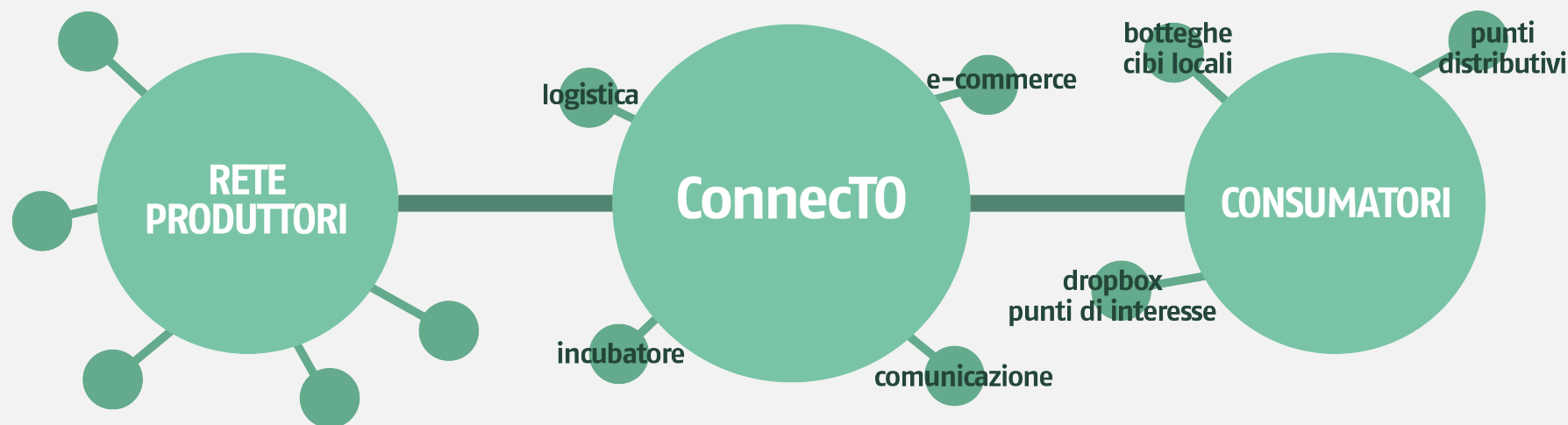
- **modelos de organización y gestión sostenibles** de las cadenas de distribución agroalimentarias cortas
- formas de **agregación e integración entre productores y consumidores**

**FHTC** es:

- **ConnecTO – hub de los alimentos locales** del área metropolitana turinés: es una **plataforma ICT que ofrece varios servicios** por la completa gestión de la cadena de distribución agroalimentaria corta en su totalidad

# ConnecTO - l'hub

- **sistema de distribución** con una logística con reducido impacto ambiental
- **plataforma de e-commerce** capaz de agregar demanda y oferta
- **una piattaforma web** capaz de poner en contacto todos los actores del sistema local de alimentos
- **catalizador y generador** para actividades económicas ligadas a los alimentos locales



***governance partecipazione** valorizzazione  
commerciale **sostenibilità economica** radicamento  
territoriale e sociale **sviluppo locale sostenibile***

# La logística y la distribución

El proyecto ayudará a **racionalizar el proceso logístico** de los productos locales con cadena de distribución corta; dotará de un **proceso estandarizado** adecuado a cada actor de la cadena; utilizará **medios de transportes a bajo impacto ambiental**.



Foodlogica: proyecto holadés - <http://foodlogica.com/>



Dropbox

Distribución:

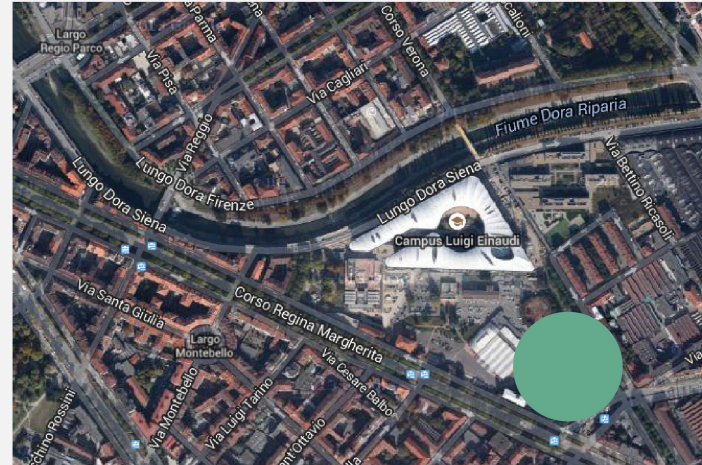
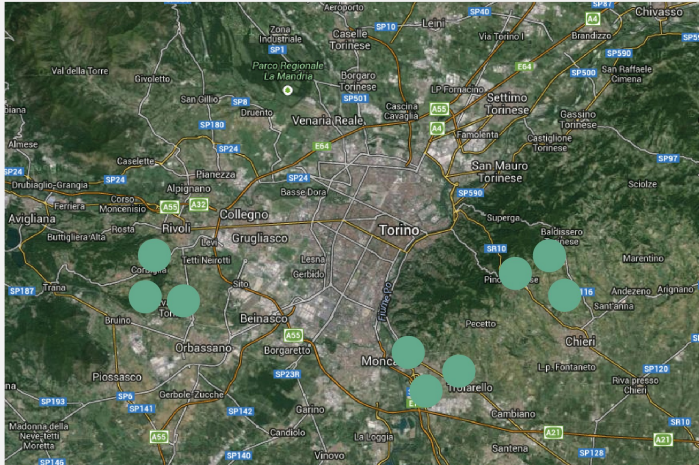
- **en lugares asociados** (bares, tiendas, restaurantes, lugares de agregación)
- **en Dropbox en lugares de interés** (estaciones, universidad, etc.)
- **a domicilio/ punto de encuentro por la calle**

*lineare scalare* *efficiente sostenibile modulare*

# La logística y la distribución

*Da produttore a ConnecT0*

*Da ConnecT0 a consumatore*



# e-commerce

El desarrollo del e-commerce tiene el objetivo de favorecer el **intercambio**, la **interacción** y la **agregación** entre los usuarios, sean productores, comerciantes, consumidores. Cada uno de estos actores tendrá una interfaz específica.

El modelo son las **plataformas de *sharing economy*** desarrolladas en otros sectores.

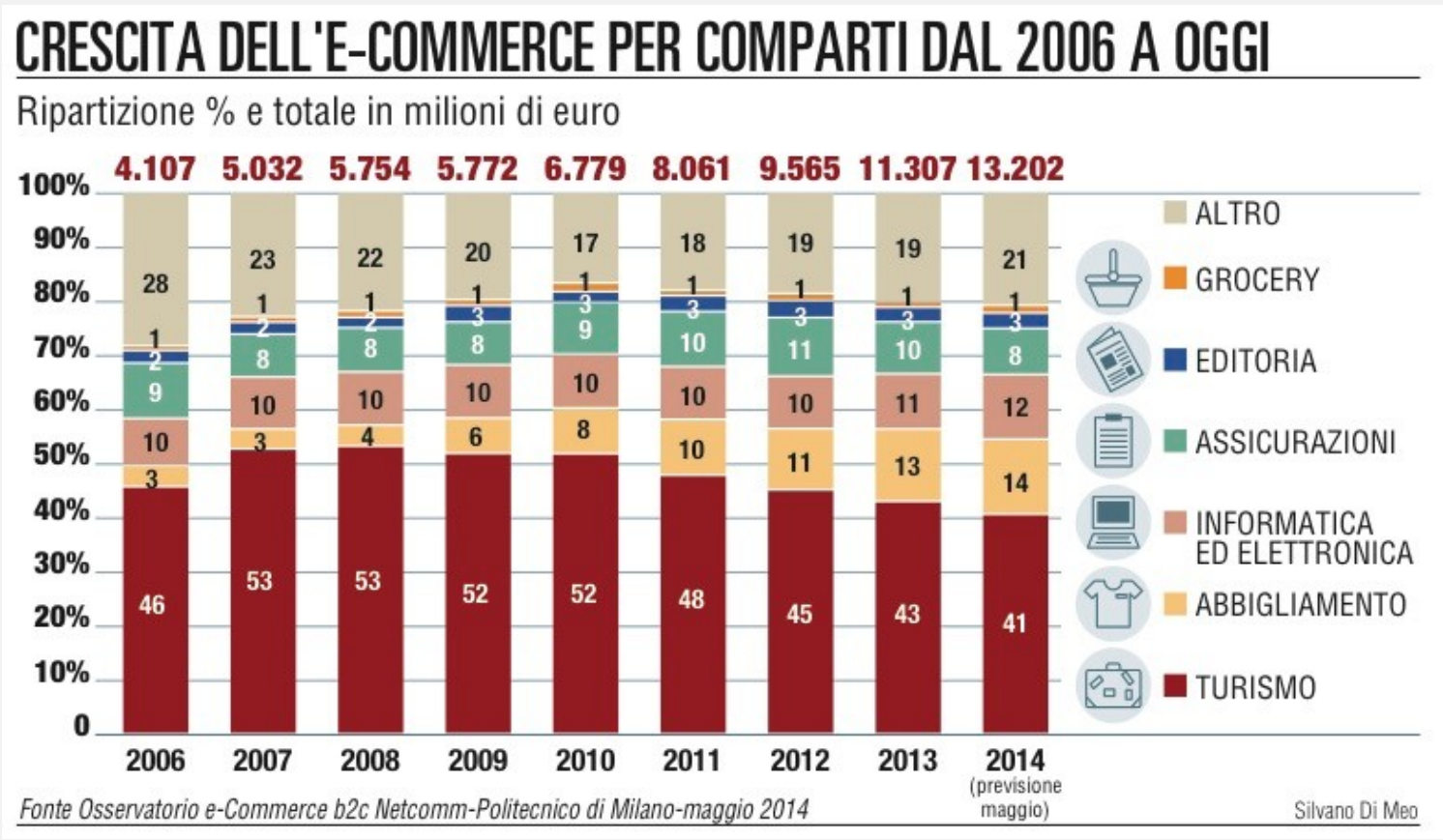
La plataforma web será una herramienta para:

- **agregar** las experiencias ya activas en el territorio
- **promover** el desarrollo de la venta on-line respaldada por un sistema de distribución
- **expandir** y **estratificar** la comunidad
- garantizar **narraciones** y **feedback**
- reducir casos de *free riding* (polizón), deviniendo un **mecanismo de garantía de participación** sobre productos y servicios.



# e-commerce

El desarrollo del e-commerce ligado a los alimentos es todavía limitado, hay márgenes de crecimiento y representa una herramienta muy interesante, que puede respaldar las economías locales y favoreces nuevas formas de organización de las cadenas de distribución agroalimentarias.



# Experimentaciones

- **Gruppi d'Acquisto Collettivo** (*Grupos de consumo*)
  - Proyecto del Movimiento Consumidores de Turín
  - 500 familias
  - compra media semanal de 40 euros de productos locales y biológicos
  - distribución en 10 lugares "GAC" entre Turín y provincia (racionalización distribución actual y evaluación de posibles evoluciones)



- **Dropbox a la Universidad**, Campus "Luigi Einaudi", Turín: Instalación de dropbox donde los consumidores podrán retirar la compra ordenada por internet y experimentación sobre la población estudiantil y los habitantes de barrios cercanos.







# Experimentaciones: las tiendas (*botteghe*) de alimentos locales



## ■ Para el consumidor:

- compra último minuto
- compra cotidiana de proximidad
- posibilidad de ver y escoger lo que se compra (integración con el e-commerce)

## ■ Para los productores:

- Lugares de consumo coherentes con la propia filosofía de producción
- Pacto de distribución equilibrado
- Co-participación en la creación de las tiendas

## ■ Para las ciudades:

- Tiendas como lugares de creación de comunidad de barrio alrededor de la comida
- Re-conexión momento compra alimentos- espacios de la ciudad
- Vida diurna en los barrios
- Nueva figura del tendero ("bottegaio") como agente de desarrollo local, animador de una comunidad urbana de los alimentos



# Experimentaciones: las tiendas (*botteghe*) de alimentos locales



## ■ Para el consumidor:

- compra último minuto
- compra cotidiana de proximidad
- posibilidad de ver y escoger lo que se compra (integración con el e-commerce)

## ■ Para los productores:

- Lugares de consumo coherentes con la propia filosofía de producción
- Pacto de distribución equilibrado
- Co-participación en la creación de las tiendas

## ■ Para las ciudades:

- Tiendas como lugares de creación de comunidad de barrio alrededor de la comida
- Re-conexión momento compra alimentos- espacios de la ciudad
- Vida diurna en los barrios
- Nueva figura del tendero ("bottegaio") como agente de desarrollo local, animador de una comunidad urbana de los alimentos

# ConnecTO: las tiendas



Dos casos de estudio:

## - Origine (Turín)

Tienda abierta desde el 2014 a Turín a partir de la unión de productores, consumidores y dos asociaciones (Officine Corsare, Movimento Consumatori)

Contigua a la experiencia de los GAC

<http://www.originemarket.com/>



## - People's supermarket (Londres)

Cooperativa de consumo fundada en el 2010, implica los consumidores en la gestión de la tienda.

<http://thepeoplessupermarket.org/>





# El reto #1: Reorganizar la cadena de distribución de los alimentos locales

*Rete collaborativa* *economia della condivisione*  
*cooperazione* *de-commodification of food*  
*exchange economy* *proprietà collettiva*

- ¿Qué tipo de **modelo organizativo y sistema de gobernanza**?
- ¿Qué tipo de **pacto de cadena de distribución** garantiza superar las asimetrías de poder, avala la participación a los procesos decisionales a los actores de la cadena, favorece una distribución ecuánime del valor añadido?
- **Modelos de propiedad:** ¿Cómo garantizar la propiedad colectiva y compartida del hub y de los lugares de consumo?
- ¿Cuáles formas de **agregación entre productores y consumidores**?



# El reto #1: Reorganizar la cadena de distribución de los alimentos locales

*Rete collaborativa* *economia della condivisione*  
*cooperazione* *de-commodification of food*  
*exchange economy* *proprietà collettiva*

- ¿Qué tipo de **modelo organizativo y sistema de gobernanza**?
- ¿Qué tipo de **pacto de cadena de distribución** garantiza superar las asimetrías de poder, avala la participación a los procesos decisionales a los actores de la cadena, favorece una distribución ecuánime del valor añadido?
- **Modelos de propiedad:** ¿Cómo garantizar la propiedad colectiva y compartida del hub y de los lugares de consumo?
- ¿Cuáles formas de **agregación entre productores y consumidores**?

# El reto #2: Hacia un sistema territorial de los alimentos

- Lugar de **reflexiones teóricas y de experimentaciones prácticas**, que pone en conexión los actores locales alrededor de una idea compartida de desarrollo territorial ligada a los alimentos.
- **Herramienta de programación y organización** de producción, transformación, distribución, consumo y post-consumo de alimentos en un territorio determinado.
- **Infraestructuras político-organizativas** promoviendo un sistema de los alimentos locales producidos, transformados y vendidos dentro de una área geográfica específica.

El concepto de “local” o “territorial” tiene que ser entendido y contextualizado en relación a una escala geográfica que depende del contexto (densidad demográfica, accesibilidad, características rurales o urbanas de la zona)

# Partner

- **Officine Corsare**
- **Progetto Urbelog** (Telecom [capofila]; Città di Torino; Iveco; TNT; Politecnico di Torino; Fit Consulting; Italdata e Tema; Università Bocconi di Milano; Scuola Sant'Anna di Pisa)
- **Università degli Studi di Scienze Gastronomiche** di Pollenzo (CN)
- **Università degli Studi di Torino**
- **Coldiretti**
- **Movimento Consumatori**, progetto GAC
- **Bottega Origine**
- **Piattaforma Eating City**
- **Sotral srl**

# Contactos

**Andrea Aimar - Torino, Italia**



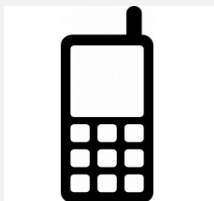
**aimar.andrea@hotmail.it**



**Andrea Aimar**



**@andrea\_aimar**



**(+39) 338 64 21 663**