Il cibo locale può ripartire dai Food Hub

Settembre 18, 2025 · Cinzia Scaffidi



L’espressione, tra gli addetti ai lavori, circola da una trentina d’anni, e in effetti i pionieri hanno creato i primi food hub già alla fine degli anni Novanta.

Tuttavia, poiché nel frattempo le tecnologie digitali per la creazione di piattaforme online si sono molto semplificate e sono diventate accessibili anche a persone a basso tasso di informatizzazione, vale la pena di raccontare di nuovo cosa sono i **Food Hub**, a cosa servono, come funzionano e, soprattutto perché oggi servono più che mai.

Hub è una parola inglese il cui significato originario è *mozzo*, il pezzo della ruota da cui, nella bicicletta si diramano i raggi e nell’automobile sa dio cosa succede, ma insomma fa in modo che le ruote girino e – se serve – frenino.

Chi ha letto **Foodsystem 5.0** di Alex Giordano (Edizioni Ambiente) probabilmente ha già le idee chiare sui Food Hub: si tratta di piattaforme digitali che fungono da punti di incontro e di scambio tra la domanda e la produzione alimentare di una determinata area, gestendo non solo il "matching" in sé, ma anche la logistica, l'organizzazione e la vendita. I produttori si iscrivono da un lato, i potenziali acquirenti dall'altro e in mezzo c'è la piattaforma che fa sì che i prodotti richiesti partano dalle aziende di produzione e arrivino a destinazione.

Quindi anche se metaforicamente i Food Hub possono essere tante cose (un mercato dei contadini, un GAS, una Food Coop), tecnicamente i Food Hub per potersi definire tali hanno bisogno di due elementi chiave: una piattaforma digitale e il riferimento locale.

Piattaforme digitali per guardare vicino

Ci sono alcuni elementi controintuitivi che i Food Hub mettono in gioco, sovvertendo il modo in cui siamo abituati a pensare alle tecnologie applicate all'agroalimentare, e sui quali vale la pena di riflettere.

Il primo l'abbiamo già accennato e riguarda il legame imprescindibile che un Food Hub deve avere con un determinato territorio. Che significa "deve"? Significa che ormai a vendere cibo online sono capaci tutti, prova ne siano i supermercati di Amazon. Se fosse solo una questione di organizzazione, logistica e profitto, di sicuro non ci sarebbe bisogno di nessun Food Hub. Ma una buona organizzazione non è sinonimo di qualità del cibo, né di sostenibilità della produzione, né di equità delle economie generate. Ora che vendere e comprare online è diventato "normale", è finalmente chiaro che le piattaforme digitali sono solo uno strumento e non costituiscono – in sé – un valore aggiunto. Anzi: siamo abituati a pensare che le piattaforme digitali siano importanti perché ci consentono di entrare in contatto con interlocutori lontani, e se questi interlocutori sono operatori del mercato, le piattaforme digitali possono diventare sinonimo di emissioni di CO_2 che si potrebbero risparmiare acquistando sotto casa, sinonimo di corrieri malpagati e maltrattati, sinonimo di soldi che finiscono sempre e comunque nelle tasche del più forte, del più grande, del più protetto, anche dal punto di vista fiscale.

Tuttavia, pensando alle piattaforme digitali in questo modo, rischiamo di non considerare quanto siano diventate importanti, invece, per connettere attori molto vicini tra loro ma che nonostante questo restano sostanzialmente estranei l'uno all'altro. Perché i produttori di cibo

di un medesimo territorio non “fanno squadra” e perché i consumatori di quel territorio non li conoscono o ritengono più comodo comprare il cibo della grande industria o dei mercati generali?

Così vicini così lontani

I motivi sono diversi, e tutti di carattere pratico.

- i produttori di un territorio spesso sono poco visibili: non hanno la potenza di fuoco comunicazionale delle grandi aziende, non hanno tempo, mezzi e capacità di farsi notare dai consumatori del loro stesso territorio. La loro promozione spesso si fonda sul passaparola, sui GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) appunto, ma più di tanto non riescono a fare; è più facile e immediato per un consumatore ricevere informazioni sulla nuova linea bio di una multinazionale che procurarsi l’insalata di un bravo produttore che sta a 3 km, in una frazione che non è lungo i propri tragitti routinari;
- a latere c’è questo elemento, apparentemente banale: gli agricoltori stanno in campagna, insieme ai loro prodotti. I prodotti delle multinazionali o in generale delle industrie alimentari no, arrivano in città con una regolarità e una facilità basata non solo sulla logistica, ma anche sulla invulnerabilità allo spreco che le grandi industrie possono vantare: rifornire sempre e comunque i punti vendita è un comandamento; se il 30% di quel che arriva negli scaffali va sprecato per loro non è un problema, con il restante 70% venduto hanno comunque sistemato i bilanci perché i costi di produzione, su quella scala e con quel livello di qualità, sono minimi. Gli agricoltori di qualità e di piccola scala che ci sono sui nostri territori, invece, non si possono permettere nessuno spreco, non hanno un sistema di distribuzione efficace, arrivano in città con i loro prodotti solo se e quando riescono a raggiungere le pochissime nicchie di mercato a loro disposizione, cosa che ad esempio per chi produce frutta o verdura non trasformate diventa sostanzialmente impossibile.

Filiere facili

Alla luce di questi primi spunti già inizia a delinearsi con chiarezza quale ruolo chiave possono avere i Food Hub: rendere visibili i produttori locali, visibili a sé stessi, agli altri produttori e ai consumatori. Di più: renderli accessibili, fare in modo che acquistare i loro

prodotti sia semplice, immediato, esattamente come semplice e immediato è acquistare i prodotti della grande industria alimentare e agricola. Accorciare le filiere non può significare caricare sulle spalle di qualcuno il peso del passaggio a un diverso modo di vendere e comprare cibo. Le filiere devono essere corte, sì, ma anche leggere, facili. È su questo terreno che la grande industria ha battuto clamorosamente per decenni la produzione locale, sostenibile e di qualità: la facilità. Un Food Hub può introdurre questo elemento nell'acquisto di cibo locale, sostenibile e buono, restituendo in questo modo al gesto dell'acquisto di cibo locale quel patrimonio di senso, di identità e di consapevolezza che in linea generale i nostri acquisti di cibo hanno smarrito.

Agricoltura contadina e tecnologia: può funzionare

Il secondo elemento controintuitivo riguarda ancora la maniera in cui tendiamo a pensare alla tecnologia come antagonista della produzione artigianale. Non è un pensiero peregrino se la tecnologia ha come fine l'aumento delle quantità prodotte, ma la tecnologia può essere usata anche per migliorare la qualità di un prodotto artigianale (come è successo, storicamente, con l'olio extravergine d'oliva), oppure, come succede per i Food Hub, per distribuirlo e utilizzarlo meglio e di più, ad iniziare dal suo stesso territorio.

Riassumendo: non è vero che le piattaforme digitali servono solo a connettere attori molto lontani; e non è vero che la tecnologia è necessariamente un'antagonista della qualità.

Serve un progetto condiviso per creare un Food Hub

Tutto risolto dunque? I Food Hub possono crescere e – soprattutto – moltiplicarsi? No. E infatti ce ne sono ancora pochi, ma quelli che ci sono e funzionano sono modelli da studiare e imitare, e si trovano in alcune grandi città come Roma o in alcuni territori molto vivaci come la Toscana.

Proprio perché non funzionano come un GAS o un mercato dei contadini, i Food Hub non si possono basare sulla buona volontà dei singoli. Ricordate? L'obiettivo è creare filiere corte e locali che non scarichino il peso del loro funzionamento sui singoli individui coinvolti. Chi, come la sottoscritta, coordina un GAS, sa quanto tempo, quanta pazienza, quanta energia serve per fare in modo che una trentina di famiglie si riforniscano, di volta in volta, di arance, extravergine, passata, radicchio tardivo… Quando qualcuno mi chiede "ma chi te lo fa fare?

almeno metti una percentuale di ricarico sui prodotti!” rispondo che io ho una partita IVA come giornalista, non posso vendere alimenti. Ma soprattutto rispondo che questo è il mio modo di fare politica e, al tempo stesso, educazione alimentare, cioè – di nuovo – politica. Stare accanto ai produttori per bene, che difendono il nostro cibo e il nostro pianeta e far capire che acquistare cibo può e deve essere un gesto complesso, bellissimo, fertile. Solo che questa è una scelta mia, individuale, sulla quale un Food Hub non potrebbe reggersi.

Un Food Hub costruisce o ricostruisce legami di un tessuto produttivo e di consumo locale: questi fili sono tantissimi e delicati, bisogna curarli con costanza, attenzione, professionalità e visione. Per questo un Food Hub non può funzionare se è l’azione politica di una persona. Un Food Hub funziona se è l’azione politica di un territorio, dei suoi produttori, dei suoi amministratori, dei suoi cittadini, dei suoi imprenditori. Non è un caso se i Food Hub che funzionano sono quelli che servono le mense scolastiche di una determinata area, o dai quali si riforniscono ristoratori coordinati in consorzi o associazioni, o ancora se si collega alle cucine delle case di riposo, o alle mense aziendali, o ai benefit in ticket restaurant delle aziende.

Un Food Hub ha bisogno, per nascere, di un tavolo di concertazione, di scelte, di cambiamenti radicali di modello di sviluppo. Un Food Hub ha bisogno di volontà politiche che – preso atto del disastro ambientale, economico e sociale in atto – riconoscano che il cibo e il modo in cui lo produciamo e lo consumiamo ha le potenzialità per riscrivere le regole del modo in cui stiamo insieme, facendo comunità tra di noi e con gli altri esseri viventi, vegetali e animali, con cui condividiamo il nostro territorio, l’aria, l’acqua.

Proviamo a immaginare il Food Hub di cui avrebbe bisogno il nostro territorio per rafforzarsi, ridisegnarsi e diventare un volano di salute, economia, occupazione, equità sociale ed ecologia. Non è – non può essere – un hobby, una meritevole attività da svolgere nel tempo libero. Piuttosto è – deve essere – il luogo in cui le volontà e le visioni di amministratori, associazioni, centri di ricerca, cittadini, produttori e imprenditori convergono per ripartire alla volta della tutela del bene comune.

Per approfondire:

Alex Giordano, *Foodsystem 5.0, Edizioni Ambiente 2023,* con particolare riferimento al cap. 5;

Giaime Berti, Pippo Russo, *Con i food hub si rivoluziona la distribuzione* in “Domani” del 9 agosto 2023

Fonte: https://www.ruralhack.org/il-cibo-locale-puo-ripartire-dai-food-hub/