

TASCABILE RACCONTA LA "DISTRIBUZIONE ALTERNATIVA"

Nuove tendenze nei campi

Un docente universitario, un agrumicoltore ed il presidente di una start up innovativa hanno realizzato un approfondimento a tutto campo sul direct food. "Direct food. Agricoltori e consumatori alla riconquista del mercato" è il titolo di una "saggina" - come si chiama la collana - edita da **Donzelli** (2016, 193 pp., 19 euro), a cura di **Flaminia Ventura, Antonio Schiavelli e Pierluigi Milone**. Un tascabile che parte dal rinnovato interesse per il cibo dopo Expo, che torna ad essere un atto di socializzazione, facilitato dalle diversificate formule di distribuzione diretta che

stanno sperimentando gli agricoltori; formule che hanno come fattore comune un uso intelligente e personalizzato delle nuove tecnologie, della logistica e della comunicazione. Si va dal mercato urbano alla consegna a domicilio dei prodotti agricoli; si va dal punto vendita, che è anche centro di degustazione e ristorazione, all'agricatering per eventi e pranzi di lavoro organizzati dallo stesso agricoltore e che si basano sui suoi prodotti. Il libro documenta, in modo accurato, le nuove tendenze nel settore della distribuzione alternativa e si sofferma, in particolare, su alcune esperienze

preziose per comprendere come si stia il modo di fare agricoltura, con l'operatore che è sempre più impegnato ad acquisire valore aggiunto a valle del processo produttivo vero e proprio. Emerge la visione lungimirante dei protagonisti del direct food «che hanno la capacità cognitiva di vedere se stessi e la loro attività in un contesto più grande. Che lavorano per il futuro così come per il presente, per il benessere degli altri così come per il proprio, per la sostenibilità oltre che per il profitto».

(G. M.)

