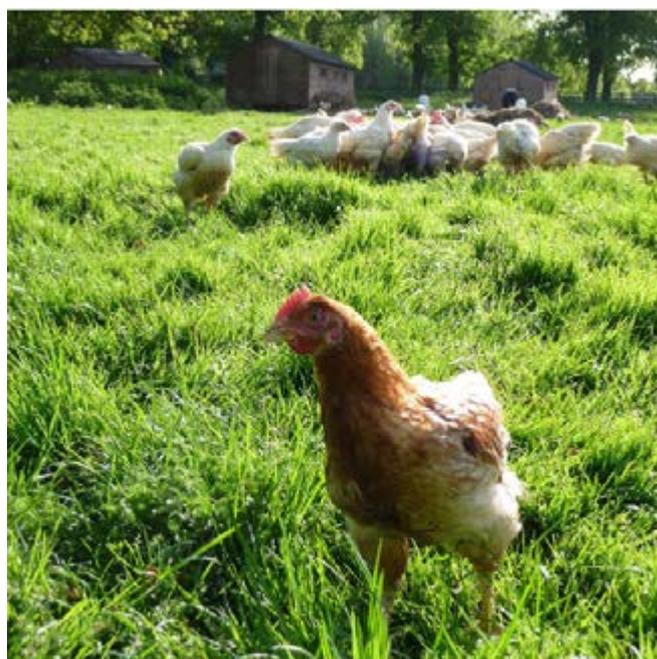


L'impatto dell'agricoltura supportata dalla comunità "The impact of Community Supported Agriculture"



Edizione italiana a cura di:

L'impatto dell'agricoltura supportata dalla comunità.

The impact of Community Supported Agriculture

Pubblicato a Novembre 2011

Report finale della ricerca di Provenance per il progetto della Soil Association a supporto delle CSA, parte del programma Making Local Food Work, fondato dalla Big Lottery.

Scritto da: Nick Saltmarsh, Provenance – nick@provenance.co Josiah Meldrum, Provenance – josiah@provenance.co Dr Noel Longhurst, University of East Anglia

Soil Association Project Manager: Bonnie Hewson, Soil Association – bhewson@soilassociation.org

Gli autori ringraziano le seguenti persone per il supporto, i commenti ed i consigli: Mark Barnes, Charlotte Barry, Jade Bashford, Maresa Bosano, Julie Brown, Amanda Daniel, Kirsten Glendinning, Phil Haughton, Tom Ingall, Ben Hollins, Charlotte Hollins, Dan Keech, Traci Lewis, Tony Little, Noel Longhurst, Mick Marston, Elinor McDowall, Gemma Parker Mike Perry, Neil Ravenscroft, Mark Simmonds, Jennifer Smith, Nick Snelgar, Richard Snow, Ann Stanier, Norman Stanier, Isobel Tomlinson, Nick Weir e tutti coloro che hanno risposto o hanno preso parte ai sondaggi, le interviste e le visite.

Edizione italiana a cura di:



Rural Hub // www.ruralhub.it , info@ruralhub.it



Accademia Mediterranea di Societing // www.societing.org , info@societing.org

Indice

0. Introduzione	1
1. Panoramica	5
1.1. Cos'è l'agricoltura supportata dalla comunità?	5
1.2. Scopo e metodologia	6
2. CSA in Inghilterra	10
2.1. Il contesto: sistemi alimentari mainstream e locali	10
2.2. Priorità per i partecipanti di una CSA	17
2.3. Strategie per le CSA	21
2.4. Le risorse delle CSA	28
3. CSA in azione: Case Study	42
3.1. Bungay Community Bees	42
3.2. Camel CSA	45
3.3. Canalside Community Food	48
3.4. Dragon Orchard	52
3.5. Fordhall Farm	55
3.6. Futurefarms – Martin	58
3.7. Growing Communities	62
4. Il futuro della CSA	66
5. Appendice	71
5.1. Iniziative di CSA in Inghilterra	71
5.2. Bibliografia	73

0. Introduzione

L'agricoltura supportata dalla comunità, in inglese Community Supported Agriculture (CSA), è un approccio radicale alla produzione e alla distribuzione del cibo che crea una forte relazione fondata sulla mutua partecipazione tra produttori e comunità locale. Nonostante rappresenti ancora un elemento di nicchia nel sistema di produzione del cibo, la CSA è un potente approccio in grado di riconnettere persone e agricoltura. E' sempre più attrattiva come risposta alle preoccupazioni globali sulla sostenibilità, la resilienza e la trasparenza dei sistemi di produzione. Crescendo così rapidamente, sebbene parta da una piccola base, la CSA ha il potenziale per giocare un grande ruolo nel produrre prodotti sostenibili ed apportare altri benefici come la crescita del benessere dei partecipanti, lo sviluppo di competenze e la creazione di posti di lavoro o opportunità di volontariato. La seguente ricerca sull'impatto della CSA in Inghilterra ha scovato almeno 80 iniziative che al momento offrono benefici a migliaia di membri, alle loro comunità, all'ambiente e all'economia locale.

Scopo

Definire la CSA

Possiamo definire la CSA non in relazione al suo approccio particolare ma in base a ciò che cerca di raggiungere: una relazione di mutuo supporto tra le comunità e i produttori locali di cibo (o altri prodotti). Abbiamo adottato una definizione che include esplicitamente tutte le iniziative produttive in cui la comunità ha un ruolo attivo nella produzione, sottolineando i diversi modi in cui si esplica il rapporto comunità-produttori:

“ *Community Supported Agriculture indica una qualsiasi iniziativa di produzione di cibo o altri prodotti in cui la comunità con-*

divide i rischi e le opportunità della produzione, essendone proprietaria, facendo degli investimenti, condividendone i costi o fornendo mano d'opera.

All'interno di questa definizione le iniziative di CSA possono essere suddivise in quattro approcci fondamentali in base alla gestione della proprietà e della leadership:

- **Iniziative guidate dai produttori**
- **Iniziative guidate dalla comunità**
- **Accordi tra produttori e comunità**
- **Imprese agricole di proprietà della comunità**

Obiettivo e Metodologia

L'obiettivo centrale di questa ricerca è individuare le caratteristiche della CSA e il loro impatto in Inghilterra. Il lavoro è stato commissionato da un progetto di Soil Association per supportare le CSA come parte del programma Making Local Food Work ma non ci è stata commissionata la valutazione dell'impatto specifico del progetto. Lo studio ha raccolto informazioni sulle iniziative di CSA in Inghilterra, sui loro membri attuali e potenziali, attraverso un approccio costituito da più fasi di ricerca, sondaggi, interviste e case study, guidate dal framework del Sustainable Livelihoods Approach. Delle 80 iniziative attive identificate, 37 hanno completato il sondaggio; le risposte sono state ottenute da 440 membri di 20 iniziative e da 249 membri potenziali.

CSA in Inghilterra

Contesto

Quello delle CSA è probabilmente l'approccio più radicale di distribuzione del cibo all'interno del dinamico settore alimentare inglese ma rimane meno diffuso e molto meno noto rispetto ad approcci più consolidati come mercati locali o farmers'

market, essi stessi piccola fetta dell'intero sistema produttivo. Mentre i grandi supermercati occupano il 70% del food retail in Inghilterra, le CSA contano sotto lo 0,01% della popolazione in termini di membri ma rappresentano più dello 0,2% dell'entrate delle fattorie. Le CSA sono meno conosciute pubblicamente rispetto ad altri tipi di imprese sociali: solo il 32% dei negozi di alimentari ne ha sentito parlare e solo il 6% ne conosce un esempio. Quando si spiega di cosa si tratta il 47% lo trova interessante.

Il numero di membri facenti parte di iniziative di CSA in Inghilterra varia da meno di dieci a più di cento, con in media 69 membri che ricevono prodotti con una mediana di 40. Il numero medio di persone che consumano prodotti da CSA nelle proprie famiglie è di 2.5, ciò significa che ogni iniziativa sfama in media 173 persone (o mediana di 100).

Stimiamo che le iniziative di CSA in Inghilterra lavorino attualmente 3.200 acri (approssimativamente 1.300 ettari) di terra, contino almeno 5.000 membri, nutrano 12.500 persone ed abbiano un turnover annuale superiore a 7.000.000 sterline.

Il numero di iniziative è recentemente aumentato seguendo un buon tasso di crescita con oltre 50 nuove CSA negli ultimi 3 anni. L'età media per un'iniziativa di CSA al momento è poco più di tre anni ma ci sono alcune comunità che superano i 10 anni.

Priorità

Le principali motivazioni che portano al coinvolgimento in una CSA sono legate al rispetto di valori ambientali e sociali che si manifestano nella scelta attiva dei partecipanti di impegnarsi per ottenere almeno parte delle loro riserve di cibo quotidiane da una fonte conosciuta, sostenibile e della quale sono partecipi. La ragione principale adottata dai partecipanti per il loro coinvolgimento è la disponibilità di prodotti alimentari sostenibili. Altre ragioni im-

portanti sono la salute e l'alta qualità del cibo, il supporto agli agricoltori locali e la volontà di costruire imprese sostenibili. Molti membri considerano la loro iniziativa attrattiva perché propone un'alternativa ecologica al sistema produttivo di massa.

Come riflesso delle loro motivazioni ambientali, i membri di una CSA sono probabilmente coinvolti in altri gruppi associativi, soprattutto ambientalisti e altre organizzazioni.

Strategie

Non c'è un singolo approccio predominante nella CSA in Inghilterra, diversamente da altri paesi come Francia o Stati Uniti. CSA rappresenta un'ambizione e fornisce un numero flessibile di modelli che le varie iniziative possono adattare alle circostanze e ai bisogni locali, alle idee e agli ideali dei propri partecipanti. Di conseguenza le iniziative mostrano grande diversità su varie dimensioni, incluse la struttura della comunità, come e a chi fornire i prodotti, la tipologia di cibo, l'equilibrio tra produzione e commercio e l'uso di volontari o lavoratori retribuiti.

Risorse

Le CSA mettono assieme un set di risorse per creare un'impresa più grande. Le abbiamo analizzate seguendo uno schema suggerito dal Sustainable Livelihoods Approach e abbiamo fornito degli insight sulle iniziative di operazione e sostenibilità.

Il capitale umano delle CSA generalmente è costituito dai loro membri, volontari e/o impiegati, con importanza variabile a seconda della struttura. Iniziative di successo richiedono un insieme di competenze agricole, di economia e gestione e di organizzazione delle comunità. Nelle fasi iniziali, una o più di queste aree potrebbero aver bisogno di svilupparsi attraverso supporto esterno tramite la scelta di un mentor o l'impiego di staff competente. La presenza di volontari è molto elevata ma i sistemi più piccoli a volte lottano per avere gli in-

put adeguati da quest'ultimi e di contro, la poca liquidità non gli permette di mantenere il giusto livello di impiego. Questo potrebbe essere un grande fardello per i volontari più impegnati.

Le iniziative attingono al capitale sociale dalle reti già esistenti e dai contatti dei loro partecipanti, mentre generano sostanziale capitale sociale attraverso le reti che essi stesse creano. I membri di una CSA costituiscono un gruppo animato da un solo scopo principale: supportare la produzione agricola della loro iniziativa. Attraverso i propri social network o contatti, i membri apportano una buona parte di capitale sociale alla loro iniziativa. I lavoratori e i volontari forgiando altre connessioni attraverso lo sviluppo e l'operato stesso della CSA.

L'accesso ad un appezzamento di terreno sufficiente e adatto alla comunità è un requisito fondamentale, per questo la maggior parte delle CSA sono fatte da produttori agricoli che hanno dei possedimenti. Assicurarsi un accesso a lungo termine alla terra può rappresentare una sfida significativa per nuove iniziative guidate dalle comunità. Il bisogno di un capitale fisico minimo di base – gli edifici necessari e gli attrezzi per la produzione e la lavorazione – può anche porre un ostacolo alle neonate iniziative guidate dalle comunità. I sistemi guidati dai produttori e gli accordi tra produttori e comunità possono invece godere dell'accesso al capitale fisico naturale già esistente di proprietà dei produttori coinvolti.

La CSA è costruita sul mutuo supporto tra i membri ed i produttori degli alimenti, tuttavia nella maggior parte delle altre iniziative lo scambio centrale è il commercio di beni in cambio di denaro anche se basato su una struttura che trascende lo scambio tradizionale del mercato. Allo stesso modo, mentre molte iniziative fanno uso di volontari, la maggior parte di esse dipendono da una squadra di lavoratori per il grosso del lavoro e si stabiliscono su terre

affittate per attingere al capitale naturale. E' necessario dunque avere un adeguato capitale finanziario iniziale e accumulare risorse per operare con certa sicurezza.

Molte iniziative hanno raggiunto stabilità finanziaria e godono di entrate più o meno sicure dal mercato grazie ad gruppo di membri fedeli che pagano in anticipo. Spesso le CSA non sono autonome ma parte integrante di imprese più ampie.

Impatto

La CSA è ampiamente motivata dalla consapevolezza di problematiche ambientali globali ma opera a livello strettamente locale. Il suo impatto sull'ambiente è triplice: cambiamento attraverso una consapevolezza crescente e comportamenti che incoraggiano la sostenibilità; distribuzione di cibo a basso impatto ambientale; miglioramento dell'ambiente locale grazie ad una corretta gestione del territorio.

I sistemi di CSA soddisfano gran parte dei bisogni alimentari dei propri membri: sistemi che producono verdure e ortaggi alimentano il 63% del fabbisogno completo dei propri membri, ed un ulteriore 27% circa la metà.

La CSA attira coloro che hanno già un consolidato rispetto per i valori ambientali ma allo stesso tempo induce gli altri a comportamenti più sostenibili: il 70% dei partecipanti afferma che le proprie abitudini culinarie e alimentari sono cambiate, principalmente con un cambio negli acquisti verso prodotti locali oltre a quelli che provengono dall'iniziativa. Prima di entrare a far parte di una CSA il 73% dei membri acquistava regolarmente prodotti al supermercato; una volta diventato membro, solo il 51% ne rimane frequentatore regolare.

Gli effetti benefici della CSA si percepiscono anche sulla salute e sul benessere dei suoi membri: il 70% attesta miglio-

menti sulla qualità della vita, il 46% sulla salute, il 32% afferma di aver acquisito nuove competenze ed il 49% adduce all'iniziativa altri benefici personali. Gli impiegati riportano frequentemente alti livelli di soddisfazione lavorativa per un ambiente che dà supporto e fornisce un contatto regolare con la comunità.

Quasi la metà (45%) dei membri delle CSA pensano che la loro iniziativa abbia avuto un impatto positivo sulla comunità in senso più ampio, unendo le persone o fornendo un punto di incontro per la comunità. Molte CSA forniscono servizi che prima non esistevano nella comunità: dunque, non si tratta soltanto di produzione del cibo ma anche di creazione di attività nei villaggi o di mercati di agricoltori. Molte iniziative organizzano anche molti eventi sociali e attività per i partecipanti e gli altri membri della comunità.

Anche se le iniziative di CSA tendono ad essere, salvo alcune eccezioni, relativamente piccole, il loro impatto economico è sproporzionalmente significativo. Iniziative di successo contribuiscono direttamente all'economia locale grazie alle fonti di impiego che esse producono (la media è di 2,6 lavoratori con una mediana di 1, il che riflette il grande numero di imprese molto piccole) e alle loro spese, in particolare scambi con gli altri produttori (38% dei sistemi comprano da altri produttori). Indirettamente, la CSA può aiutare a costruire potenziale economico attraverso l'educazione, le opportunità di formazione ed il volontariato: il 77% delle iniziative annoverano l'educazione e la formazione tra i servizi offerti; c'è una media di 44 volontari regolari ogni anno.

Diverse CSA radicate da tempo hanno supportato attivamente e permesso lo sviluppo di altre imprese comunitarie.

CSA in azione: Case Study

I nostri sette case study illustrano la diversità di approcci alla CSA, abbracciando iniziative basate sia su aree rurali che urbane, guidate dai produttori o dalla comunità, che variano per estensione della produzione e mercato, e che si basano su lavoro volontario o retribuito. Le CSA variano anche per flusso di denaro coinvolto, terreno coltivato e numero di membri.

Il futuro della CSA

La CSA diventa sempre più popolare grazie al fatto che la relazione di mutuo supporto e collaborazione tra produttori e consumatori incontra le preoccupazioni recenti in merito alla mancanza di trasparenza, la sostenibilità e la resilienza del sistema di produzione del cibo di massa.

Il tasso di crescita corrente, ancor più alto in altri paesi, punta a potenziare la crescita accelerata del movimento stesso. Molte iniziative esistenti pianificano uno sviluppo futuro attraverso l'espansione o la diversificazione. Un gruppo di grandi imprese afferma che esistono opportunità per scalare le operazioni di alcune realtà più piccole nate di recente.

Dall'altra parte però, abbiamo identificato 18 iniziative di CSA non più attive con tale approccio. In molti casi questo è il risultato di cambi di leadership o di decisioni sul campo. Un ambiente che supporta il cambiamento può fornire assistenza nello sviluppo di nuove iniziative negli anni a venire.

1. Panoramica

1.1. Cos'è l'agricoltura supportata dalla comunità?

Definire la CSA

La definizione di agricoltura supportata dalla comunità (in inglese Community Supported Agriculture, CSA) si può applicare ad una vasta gamma di iniziative nelle quali le comunità locali sono più strettamente connesse alla produzione dei propri prodotti, fornendo un tipo di supporto che va al di là dello scambio convenzionale di denaro in cambio di beni appartenente alla classica logica di mercato. Le definizioni di CSA tendono a riferirsi a dei mutui benefici o alla condivisione dei rischi, delle opportunità e delle responsabilità della produzione, ad esempio:

“ La CSA è un accordo tra uno o più produttori e una comunità di iscritti; insieme questi ultimi condividono i rischi e i benefici inerenti all'attività agricola.

Ricerca sui problemi ambientali in Europa (2011)

“ *La CSA è un accordo tra gli agricoltori e la comunità locale che offre mutui benefici e riconnette le persone con la terra dalla quale il cibo proviene.*

Sito della Soil Association (2011)

“ *[CSA] è un accordo [ossia una relazione basata sulla fiducia reciproca, l'apertura, la condivisione dei rischi e dei benefici] tra produttori e consumatori che porta alla condivisione delle responsabilità e delle opportunità legate all'agricoltura.*

A Share in the Harvest, Soil Association (2011)

Le definizioni sopra citate evitano tutte specificità relative alla natura degli accor-

di. Al massimo, si danno degli esempi di possibili approcci alla CSA, come la seguente:

“ *L'agricoltura supportata dalla comunità è un accordo mutuamente benefico tra la comunità e gli agricoltori. [...] Non c'è una struttura fissa per l'organizzazione di una CSA – si tratta di un approccio per ispirare le comunità a lavorare insieme ai loro produttori locali. I progetti possono variare dall'assegnazione di quote di terreno e il finanziamento di alberi a accordi comunitari per acquistare in anticipo i frutti di un particolare raccolto; i membri della comunità possono apportare il loro contributo in termini lavorativi regolarmente o acquistare delle terre, affittare dei possedimenti e impiegare i produttori.*

Sito di Making Local Food Work (2011)

La CSA si definisce per ciò a cui aspira, piuttosto che per un preciso schema. Al cuore di questo format sta una relazione più stretta e di supporto tra le comunità locali e la produzione del proprio cibo (o delle proprie risorse non solo alimentari). Il modo in cui questo obiettivo viene raggiunto varia da un'iniziativa all'altra. Le varie CSA hanno elementi in comune – produzione e condivisione di rischi, benefici e responsabilità – ma mostrano delle diversità lungo varie dimensioni (vedi sezione 2.3).

Seguiremo qui una definizione da noi ideata che include esplicitamente tutte le iniziative produttive nelle quali la comunità ha un coinvolgimento attivo, sottolineando i diversi modi in cui il rapporto produzione-comunità può manifestarsi:

“ *Agricoltura supportata dalla comunità raccoglie ogni iniziativa di produzione di cibo o prodotti della terra nell'ambito della quale la comunità condivide i rischi e i frutti della produzione attraverso la proprietà, gli investimenti, la condivisione dei costi di produzione o la concessione di mano d'opera.*

Sulla scia di questa definizione possiamo distinguere quattro approcci chiave alla CSA, caratterizzati da diversi gradi di partecipazione e governo dell'iniziativa:

- **Iniziative guidate dai produttori**

Un produttore esistente offre ai membri della comunità una quota della produzione in cambio di una sottoscrizione fissa. La quota può variare in base agli imprevisti della produzione (in tal modo i rischi e i benefici sono egualmente condivisi), mentre la sottoscrizione è generalmente pagabile in anticipo per un periodo di tempo abbastanza lungo (così da fornire un'entrata sicura al produttore)

- **Iniziative guidate dalla comunità**

Un'impresa gestita interamente dalla comunità attraverso una struttura cooperativa o simile che si assume responsabilità diretta sulla produzione. La mano d'opera può provenire da volontari e/o impiegati professionisti. I prodotti possono essere distribuiti all'interno della comunità e/o venduti per il sostentamento dell'organizzazione.

- **Accordi tra produttori e comunità**

Un'impresa, gestita dalla comunità attraverso una struttura di tipo cooperativo, lavora in stretto accordo con i produttori esistenti per fornire l'approvvigionamento sicuro e a lungo termine dei prodotti ai membri della comunità.

- **Imprese di proprietà della comunità locale**

Un'impresa agricola è sostenuta dall'inves-

timento della comunità ma vende i suoi prodotti anche all'esterno della comunità. In alcune comunità come quelle Camphill, si parla di produzione condivisa del cibo. Tuttavia escluderemo queste ultime dal nostro studio giacché non costituiscono il nostro focus primario.

1.2. Scopo e metodologia

Scopo

Lo scopo centrale di questa ricerca è raccogliere testimonianze che ci portino a comprendere meglio le caratteristiche sociali, ambientali ed economiche nonché gli impatti della CSA in Inghilterra. Le domande che ci siamo posti sono:

- Che impatto hanno queste iniziative sulle persone e le comunità coinvolte, inclusi gli agricoltori?
- In che misura le CSA facilitano l'accesso a cibo fresco e salutare, di chiara provenienza locale, a più persone nella comunità?
- Che tipo di persone sono coinvolte in una CSA?

Abbiamo cercato di identificare le opportunità che fanno delle CSA un vettore di cambiamento positivo all'interno delle comunità locali ed il loro potenziale nella diffusione di pratiche sostenibili e resilienti, sia per i produttori che per i consumatori. Abbiamo stabilito in che misura le CSA distribuiscono i prodotti in queste aree e le abbiamo confrontate con un range di indicatori.

La ricerca è stata commissionata da un progetto di Soil Association a supporto delle CSA come parte del programma Making Local Food Work ma non ci è stato richiesto di valutare l'impatto specifico del progetto.

Metodologia

Il nostro metodo si basa su un approccio

comprovato di ricerca sulle aziende sociali rurali, indagando esperienze di quante più iniziative possibili attraverso un'analisi strutturata fatta da diversi elementi: sondaggi cartacei e online, interviste telefoniche, visite dirette per un ingaggio più partecipatorio. Questo approccio ha fornito un ampio set di dati quantitativi e di risultati qualitativi, permettendo una valutazione del successo di iniziative individuali e del concetto di agricoltura supportata dalla comunità in generale.

Il framework della ricerca

L'approccio metodologico è stato guidato dal Sustainable Livelihoods Approach (SLA), sviluppato alla fine degli anni '90 dal Dipartimento per lo Sviluppo Internazionale (DFID) e si fonda sul lavoro di un gruppo di sviluppo di ONG (come Oxfam, l'Istituto Internazionale per lo Sviluppo e l'Istituto Internazionale per lo Sviluppo Sostenibile).

Lo SLA analizza i fattori che influiscono sul sostentamento delle persone, basandosi su:

- Le **priorità** che le persone definiscono per il loro sostentamento
- L'**accesso al capitale sociale, umano, fisico, finanziario e naturale** e la loro abilità a farne un uso produttivo
- Le **diverse strategie** che adottano nel perseguire le proprie priorità
- Le **politiche e i processi istituzionali** che permettono l'accesso alle risorse e alle opportunità
- Il **contesto** nel quale vivono e i fattori che intaccano la vulnerabilità ai traumi e allo stress.

Nonostante sia designato all'utilizzo globale, lo SLA si fonda su una serie di principi che lo rendono facilmente applicabile al Regno Unito ed utile in un contesto fatto da piccole imprese agricole – come per le iniziative di CSA.

Fasi della ricerca

Fase 1: Stima e reperimento delle iniziative

Abbiamo applicato una versione ridotta dello SLA in modo da reperire quante più iniziative possibile, attraverso sondaggi online (disponibili anche cartacei) per i coordinatori delle CSA, i gestori delle fattorie e i committenti impegnati. Il sondaggio è stato portato a termine insieme alla Plunkett Foundation, che stava portando avanti delle indagini sulle imprese alimentari cooperative per un progetto di ricerca finanziato da Defra. Combinare i due sondaggi ci ha assicurato che le imprese abbiano ricevuto un'unica richiesta di compilazione ed ha massimizzato il tasso di risposta per entrambi.

Lavorando sul database della Soil Association e su altre fonti abbiamo identificato 62 iniziative attive. Altre 18 nuove iniziative sono state identificate in seguito. Le risposte al sondaggio sono state 37.

Il sondaggio ha raccolto dati sull'operatività e le risorse delle iniziative e degli individui (o gruppi) coinvolti. Focalizzandoci sulle cinque risorse chiave identificate dal SLA¹, gli elementi esplorati sono stati i seguenti:

- **Capitale umano:** motivazione alla partecipazione, competenze, conoscenza, salute e benessere dei membri e degli agricoltori e miglioramento di quest'ultime quando attribuibili all'iniziativa.
- **Capitale sociale:** risorse sociali, incluse rete informali, membership di gruppi precostituiti e relazioni di fiducia che facilitano la cooperazione (ad esempio con altri agricoltori o gruppi, community)

1 www.ifad.org/sla

- **Capitale naturale:** qualità e quantità di risorse naturali disponibili nelle CSA come la terra, l'acqua e la qualità del suolo.
- **Capitale fisico:** infrastrutture di base quali sistemi d'irrigazione o di igiene dei prodotti, uffici e palazzi, computer e tecnologie di comunicazione, strumenti, veicoli e altra attrezzatura.
- **Capitale finanziario:** risorse finanziarie come risparmi, crediti ed entrate provenienti dalle vendite di beni o servizi (per esempio prodotti o formazione).

Dati aggiuntivi sono stati raccolti da fonti pubbliche, inclusi report, profili di clienti e siti web, dati della Soil Association e case study.

Abbiamo intervistato i membri e non delle CSA tramite ulteriori sondaggi online. Chi rispondeva al sondaggio veniva invitato a distribuirlo tra gli altri membri della comunità e alle famiglie, gli amici e i vicini

di casa che non erano membri della CSA, pubblicizzandolo attraverso altri canali, newsletter e Twitter. La natura delle reti usate risultava in un campione non rappresentativo di non-membri, con interessi comuni per il cibo, la comunità e la sostenibilità.

Il sondaggio per i membri ha raccolto 440 risposte rappresentanti 20 iniziative; quello per i non-membri ne ha raccolte 249. Abbiamo anche avuto l'opportunità di includere due domande sulla conoscenza generale e l'attitudine verso le CSA in un sondaggio a 1.000 negozi di alimentari dell'Inghilterra dell'Est, fornendo un campione più rappresentativo di pubblico generico.

I sondaggi sono stati seguiti da interviste telefoniche selettive, sebbene la ricchezza di dati raccolti abbia superato le aspettative e abbia richiesto pochi colloqui aggiuntivi.

Figura 1.2:

Caratteristiche chiave delle iniziative scelte per i case study

Nome iniziativa	Modello	Attiva da	Prodotti principali	Entrate (£k)	Estensione terreno (ettari)	Contesto	Membri	Impiegati	Volontari
Bungay Community Bees	Iniziativa guidata dalla comunità	<2 anni	Formazione; api	<5	<1	Piccola città	27	0	8
Fordhall Farm	Impresa gestita dalla comunità	5-10 anni	Carne; formazione; altro	100-250	50-100	Piccola città	8000	4	114
Camel CSA	Iniziativa guidata dalla comunità	<2 anni	Verdura; formazione	10-20	<1	Piccolo borgo	53	1	34
Canalside Community Food	Accordi tra produttori e comunità	2-5 anni	Verdura	50-100	1-5	Villaggio	130	2	33
Dragon Orchard	Iniziativa guidata dai produttori	5-10 anni	Frutta	30-40	5-20	Villaggio	100	2	0
Futurefarms – Martin	Iniziativa guidata dalla comunità	5-10 anni	Prodotti misti	40-50	1-5	Villaggio	100	1	25
Growing Communities	Accordi tra produttori e comunità	>10 anni	Verdura	>250	<1	Città	680	21	271

Fase 2: Case study

Abbiamo analizzato sette case study visitando per 1/2 giorni le comunità nelle quali erano attive iniziative di CSA. I progetti sono stati selezionati in modo tale da fornire una gamma di approcci attraverso alcune dimensioni chiave (vedi figura 1.2).

Insieme ai gestori delle fattorie abbiamo lavorato su un set di indicatori, dove necessario per integrare le risposte del sondaggio, al fine di valutare la sostenibilità economica, ambientale e sociale dell'iniziativa. L'intento è stato quello di fornire un'istantanea delle CSA e permettere una comparazione quantitativa tra iniziative, una rappresentazione collettiva delle sostenibilità dei vari settori e una comparazione tra iniziative e altre imprese agricole di dimensioni simili ma diversamente strutturate. Abbiamo intervistato individui e gruppi coinvolti in una CSA e facenti parte di comunità più ampie al fine di stabilire in che modo l'iniziativa abbia influito sulle loro vite e sulle organizzazioni.

I case study hanno fornito risultati quantitativi e qualitativi, riuscendo a cogliere l'impatto della CSA sui membri e sulla comunità in senso lato, le sfide specifiche e generiche a cui le iniziative devono far fronte (nonché le possibili soluzioni), una panoramica sui benefici aggiuntivi attribuibili alle iniziative (miglioramento delle abilità, conoscenza, salute e benessere) e sulle relazioni con le comunità più grandi.

Comunicazione dei risultati

Questo report registra nel dettaglio i risultati del lavoro di ricerca, le opportunità identificate e le raccomandazioni. Le fonti multiple dei dati danno dimensioni variabili di campioni in base ai risultati quantitativi: 37 iniziative hanno completato il nostro sondaggio ma alcune non hanno risposto a domande specifiche; dati aggiuntivi sono stati raccolti dove disponibili per integrare i risultati del sondaggio. Le dimensio-

ni del campione (n) sono specificate per ogni risultato in questo report. Sebbene i campioni siano generalmente di piccole dimensioni, i risultati sono riportati come percentuali per facilitare la comparazione tra i diversi campioni presi in esame.

Tre documenti aggiuntivi presentano i risultati selezionati in forma più accessibile e concisa:

- Caratteristiche e benefici chiave
- Insegnamenti per le imprese
- Un'introduzione per gli agricoltori

2. CSA in Inghilterra

2.1. Il contesto: sistemi alimentari mainstream e locali

La catena di distribuzione mainstream

Il sistema di produzione di massa è complesso e sofisticato. L'Inghilterra è servita da produttori e catene di distribuzione alimentare che al momento coprono il fabbisogno alimentare di 50 milioni di persone e sono per la maggior parte efficienti logisticamente, generalmente profittevoli ma largamente invisibili. La produzione e la distribuzione del cibo si è concentrata negli ultimi decenni² nelle mani di grandi aziende nazionali e multinazionali che gestiscono la maggior parte delle risorse alimentari. Una sempre crescente proporzione di cibo è fornita da produttori su vasta scala attraverso diverse catene di negozi (che coprono il 72% delle spese su alimenti e bevande non alcoliche nel 2009³) e le loro catene di distribuzione. Altre catene di distribuzione dedicate forniscono cibo a gruppi indipendenti o a singoli rivenditori locali.

Preoccupazioni e aspirazioni comuni

Le catene di distribuzione esistenti in Inghilterra spesso dimostrano carenze dal punto di vista della sostenibilità sociale e ambientale, e la loro efficienza è compromettente in termini di resilienza. L'invisibilità del sistema di produzione di massa genera essa stessa disconnessione tra produttori e consumatori⁴. Il sistema alimentare incontra sempre di più le necessità di grandi aziende ed i mercati diventano inaccessibili ai piccoli e medi produttori locali.

Le preoccupazioni crescenti sull'impatto sociale e ambientale del sistema ali-

mentare di massa⁵, e la sua mancanza di trasparenza e resilienza, stanno portando ad un crescente interesse verso nuove alternative. È emerso un settore alimentare molto dinamico fatto da piccole imprese locali e cooperative⁶. L'attenzione verso il cibo locale e sostenibile è cresciuta significativamente anche grazie a campagne per la promozione di farmers' markets, iniziative di CSA, iniziative per proteggere i punti vendita indipendenti e crescente e copertura mediatica sul tema della sostenibilità alimentare. Il settore rimane relativamente debole anche se la maggior parte dei supermercati si stanno attrezzando per offrire sempre più cibo locale.

Una recente ricerca di mercato di Mintel⁷ ha evidenziato che la consapevolezza del cibo locale (e in qualche modo sostenibile) si unisce alla dichiarata intenzione di acquistare prodotti locali, insieme all'attenzione per il benessere degli animali, la genuinità e la provenienza del cibo come primi fattori di scelta nel processo di acquisto del consumatore. Nonostante ciò, Mintel osserva che "l'interesse diffuso per l'origine dei prodotti a volte non si traduce in azioni concrete". "Movimenti di resistenza che cercano di promuovere alternative all'attuale sistema economico sono in crescita [...] questi movimenti segnalano un importantissimo cambiamento mentale [...]"⁸.

CSA come movimento

La CSA è al momento un elemento di nicchia nel sistema alimentare ma si sta rive-

2 Vorley, 2003

3 Office for National Statistics, 2010

4 Pretty, Julie et al, 2000

5 Kneafsey et al, 2007; CPRE; FARMA; FoE; Sustain

6 Making Local Food Work

7 Mintel, 2010

8 Clapp H, 2011

lando sempre più popolare man mano che il rapporto di supporto e beneficio reciproco tra produttori e consumatori incontra le necessità del pubblico. Nonostante la diversità di approcci e la mancanza di una struttura organizzativa, la CSA può essere vista come un movimento alternativo⁹, caratterizzato dall'obiettivo comune di connettere i produttori con le comunità di riferimento ed il perseguimento di un cambiamento anche parziale nelle abitudini e nei comportamenti degli individui. Molti membri e organizzatori di iniziative di CSA hanno espresso il desiderio di diffondere il loro approccio ricevendo supporto ed incoraggiamento da parte di alcune iniziative (come Canalside, Growing Communities – vedi i case study n. 3.3 e 3.7)

Modelli più consistenti di CSA si ritrovano in alcuni paesi – ad esempio i Teikei in Giappone, Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) in Francia o Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) in Italia. Sistemi gestiti dai produttori sono più diffusi in America ma Elizabeth Henderson, autrice di *Sharing the Harvest*¹⁰, ha affermato che "non se ne trovano due uguali".

L'entità delle Csa

Abbiamo identificato 80 iniziative attive in Inghilterra (mappate nella figura 2.1a; elencate nell'appendice 5.1), che contano migliaia di membri. Le iniziative variano da 10 a più di 600 trading members (coloro che ricevono una quota della produzione¹¹), con una media di 69 e mediana di 40. Alcune iniziative non hanno trading members, a volte le più grandi: due fattorie di proprietà della comunità locale hanno approssimativamente 600 e 8000

9 Collom E, 2007

10 Henderson and Van En, 2007

11 Abbiamo tracciato una distinzione tra i trading e i non-trading members per ovviare a qualsiasi comparazione tra i partecipanti attivi in molte CSA e quelli più numerosi ma meno attivi delle imprese agricole di proprietà delle comunità.

membri/shareholders rispettivamente, sebbene molti di queste non ricevano prodotti dalle fattorie.

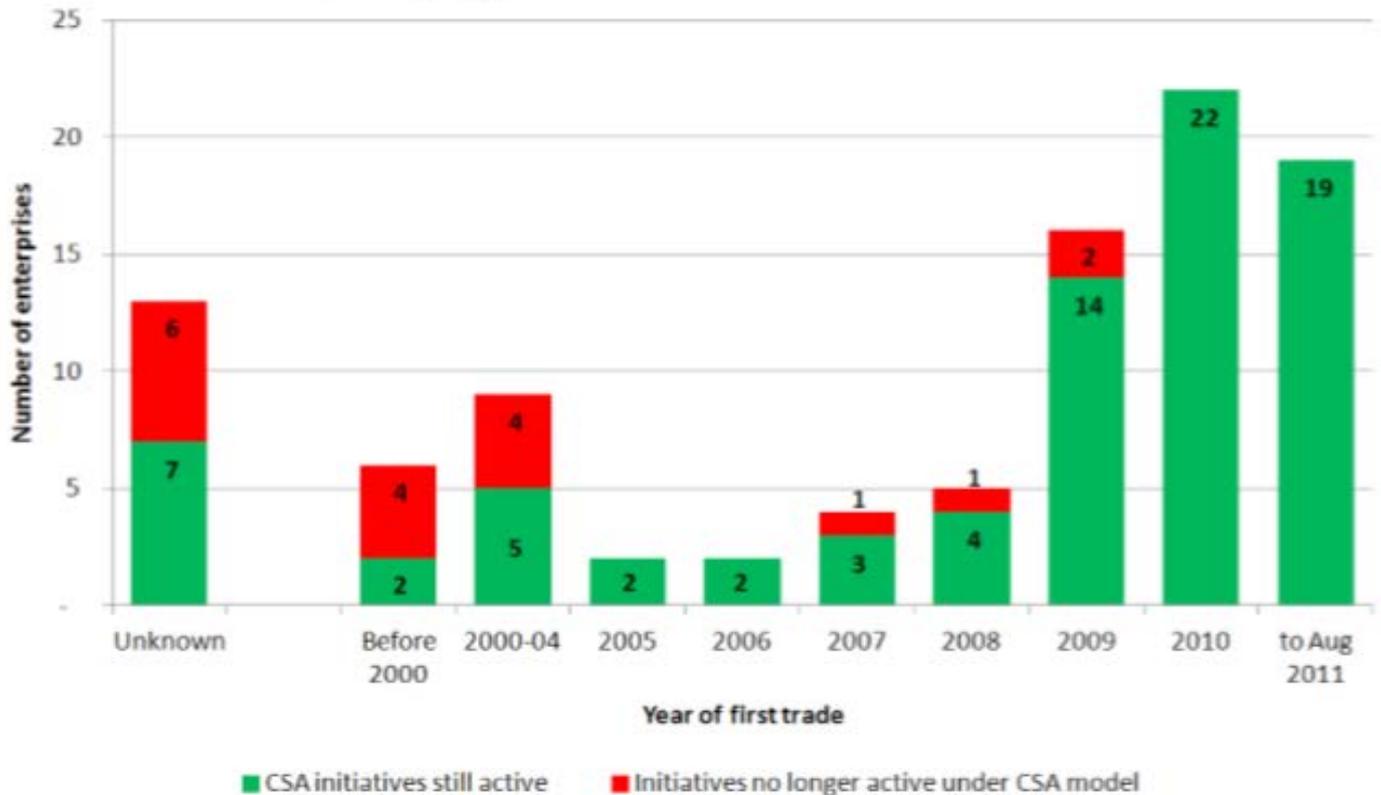
Figura 2.1a

Iniziative di CSA in Inghilterra



Figura 2.1b (n=98)

Iniziative di CSA che hanno cominciato a commerciare, suddivise per anno



Un movimento in crescita

Negli ultimi anni le CSA in Inghilterra hanno subito una crescita sempre crescente. Tra il 2000 e il 2008 il numero di nuove iniziative si è mantenuto piuttosto stabile, con poche nuove iniziative all'anno – vedi figura 2.1b sopra. Dal 2009 in poi molte più iniziative hanno preso piede: 14 o più ogni anno. L'età media per una CSA si aggira intorno ai 3 anni. Questa crescita potrebbe essere almeno in parte il riflesso del forte supporto ricevuto negli ultimi anni dalla Soil Association attraverso il programma Making Local Food Work e la disponibilità di fondi da parte del Local Food Fund o da altre fonti.

Diverse testimonianze da Stati Uniti¹², Fran-

cia¹³ e Germania¹⁴ confermano una simile crescita accelerata delle CSA negli ultimi anni (con picchi più alti in Francia e Stati Uniti). Negli States sono 12.549 i prodotti da fattorie diffusi da sistemi di Community Supported Agriculture, partendo da 2 nel 1986 e 200 nel 1992. In Francia, il modello dell'Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) ha avuto una crescita ancora più rapida¹⁵. Le prime iniziative AMAP furono create nel 2001 e adesso ci sono approssimativamente 3.000 fattorie che lavorano con AMAP in tutto il territorio francese. Staremo a vedere se una crescita su scala simile sarà replicabile in Inghilterra.

Questo sviluppo consistente, sebbene da diversi punti di partenza e con diverse var-

12 United States Department of Agriculture, 2009 e riportato da Elizabeth Henderson

13 Soil Association, 2011

14 dati provenienti da Wolfgang Stranz Buschberghog "Solidarische Landwirtschaft"

15 Soil Association, 2011

ianti, attesta una sempre crescente necessità di quella riconnessione tra le persone e il loro cibo che la CSA offre. Ciò potrebbe essere frutto dell'incertezza economica ed ambientale che erode la fiducia nel sistema alimentare di massa e nei modelli tradizionali di investimento. ca ed ambientale che erode la fiducia nel sistema alimentare di massa e nei modelli tradizionali di investimento.

Abbandono del modello di CSA

Inevitabilmente alcune iniziative di CSA cessano di esistere o semplicemente abbandonano modello della CSA. Abbiamo identificato 18 iniziative in Inghilterra che operavano precedentemente sotto il modello della CSA e hanno smesso ad un certo punto negli ultimi 10 anni, nella maggior parte dei casi passando ad un approccio diverso o ad un nuovo modello di business piuttosto che chiudere i battenti definitivamente. In molti casi, l'abbandono del modello è stato conseguente alla dipartita di uno o più individui chiave, il che suggerisce che la leadership di qualcuno con particolari abilità sociali può essere critica per la sopravvivenza di un'iniziativa di questo genere. In altri casi, la migrazione verso un modello alternativo deriva dal contesto di mercato.

Dopo 10 anni o più circa la metà delle iniziative di CSA cambiano natura. Tuttavia il basso tasso di chiusura o fallimento delle iniziative suggerisce che le CSA possono giocare un importante ruolo di transizione per alcune imprese agricole o gruppi comunitari. Questo potrebbe portare verso un approccio di CSA stabile e conosciuto maggiormente.

Il numero di iniziative nascenti supera al momento quello delle cessanti, sebbene la loro longevità rimane ancora da testare, in particolare dopo la fine dei fondi iniziali.

CSA come parte del sistema alimentare inglese

Nonostante la crescita recente, la CSA rimane ancora un elemento di nicchia del sistema di produzione alimentare nel complesso, sebbene abbia un grande potenziale di crescita (vedi sotto).

Come detto sopra, abbiamo identificato 80 iniziative attive in tutta l'Inghilterra con la media di 60 trading members (contro una mediana di 40). Il numero medio di persone che consumano prodotti da CSA nelle proprie case è di 2.5, e sta ad indicare che ogni iniziativa nutre in media 173 persone (o mediana di 100).

Da prime estrapolazioni dei dati disponibili¹⁶ si attesta che le iniziative di CSA in Inghilterra lavorano al momento su 3200 acri (approssimativamente 1300 ettari) di terra, contano al meno 5000 trading members, nutrono almeno 12.500 persone, e hanno un flusso di denaro annuale di 7.000.000 sterline.

In rapporto ai dati completi sull'Inghilterra¹⁷, le iniziative di CSA costituiscono un piccolo 0,01% del totale della popolazione come membri e lavorano su meno dello 0,01% del terreno agricolo inglese. Tuttavia, il giro d'affari supera lo 0,02% delle entrate totali per l'Inghilterra, cifra che riflette l'alta produttività per acro e le entrate aggiuntive da prodotti venduti e altri servizi. Bisogna ricordare che le iniziative di CSA sono per lo più di orticoltura su piccola scala e dovrebbero di conseguenza avere entrate più alte della media. Nonostante ciò, la differenza tra appezzamenti di terreno e entrate agricole è notevole.

Consapevolezza pubblica e attitudini sulla CSA

Al giorno d'oggi la conoscenza pubblica delle CSA è scarsissima. In risposta al nostro sondaggio a 1000 negozi di alimentari

¹⁶ Dati calcolati da medie ponderate sulle imprese disponibili

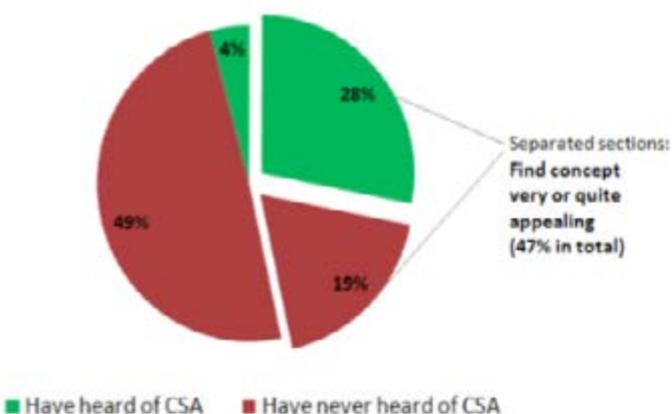
¹⁷ Dati provenienti da Agriculture in the United Kingdom 2010, Defra 2011, consultabile da <http://www.defra.gov.uk/statistics/foodfarm/cross-cutting/auk/> e UK National Statistics Publication Hub: Population

dell'Inghilterra dell'Est, il 32% ha affermato di aver sentito parlare di CSA e solo il 6% era a conoscenza di una particolare iniziativa. Al contrario, molte persone erano a conoscenza di altri tipi di cooperative alimentari: negozi gestiti dalle comunità (58% ne avevano sentito parlare, il 14% ne conosceva un esempio) o gruppi di acquisto solidali (52%/12%).

Tuttavia, c'è un grande potenziale per accrescere la consapevolezza, la conoscenza, la partecipazione ad iniziative di CSA: quando il concetto viene spiegato (usando la definizione della sezione 1.1) il 47% degli intervistati lo trova molto o abbastanza interessante ed il 6% vorrebbe entrare a far parte di una CSA.

Figura 2.1c (n=1,016)

Grado di conoscenza e attrattività delle CSA
I colori mostrano il grado di conoscenza;
le sezioni separate indicano l'attrattività positiva



Supporto e finanziamenti

La maggior parte delle iniziative (90%) beneficiano di supporto esterno, soprattutto proveniente da associazioni o organizzazioni cooperative.

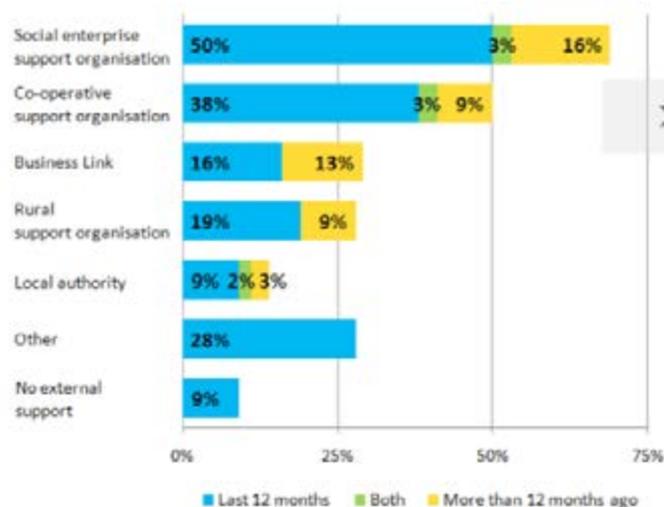
Le CSA sono state premiate e supportate dalla Soil Association e da altre organizzazioni, di recente dal progetto all'interno del programma Making Local Food Work. Alla fine di questo programma a marzo 2012 l'ambiente di supporto cambierà sig-

nificativamente, anche se si spera che il sostegno non venga a mancare. In aggiunta ad iniziative di supporto dirette, anche iniziative di sensibilizzazione nazionale possono incoraggiare gli individui a prendere parte, o addirittura fondare, una CSA locale.

Molte iniziative hanno beneficiato di fondi (44% devono ancora parte delle loro entrate a questi contributi) da diverse fonti, in particolare dal Local Food Fund, da UnLtd e associazioni di carità come la fondazione Esmée Fairbairn.

Figura 2.1d (n=35)

Iniziativa che hanno ricevuto supporto esterno da diverse organizzazioni negli ultimi 12 mesi o precedentemente



Il contributo della politica

Il governo, su diversi fronti, ha identificato la produzione ed il consumo di cibo locale come un vettore chiave dello sviluppo rurale e della promozione della salute e del benessere comune¹⁸. Il governo inglese ha mostrato alcuni riconoscimenti agli approcci comunitari per la produzione e l'approvvigionamento di cibo locale ed i benefici che questo può apportare. Tuttavia, poche sono state le azioni in termini di supporto attivo alle iniziative di CSA. Defra ha commissionato una ricerca sul ruolo

¹⁸ Darton, 2004b; Defra 2011a

delle imprese comunitarie incluse le CSA¹⁹ nel contesto dell'agenda sulla Big Society, che suggeriva un cambio favorevole nella politica verso le imprese comunitarie.

Politiche più ampie possono ostacolare i produttori di cibo locale e le iniziative di CSA. Ad esempio, la chiusura dei piccoli macelli può minacciare la catena produttiva locale di carne sulla quale si basa l'attività di diverse CSA (vedi sezione 3.6, case study su Futurefarms). Molte iniziative sono frustrate dai piani e dalle restrizioni che possono ostacolare le loro attività.

Guardando avanti, il governo di coalizione ha espresso supporto per le iniziative comunitarie, sottolineando le seguenti aree di azione nel documento Building the Big Society²⁰:

“*Incoraggiare i cittadini a ricoprire un ruolo attivo all'interno delle loro comunità:*

- *Intraprenderemo una serie di misure per incoraggiare il volontariato e il coinvolgimento in azioni sociali Supportare cooperative, società di mutuo soccorso, imprese sociali e associazioni di beneficenza*
- *Supporteremo la creazione e l'espansione di società di mutuo soccorso, cooperative, associazioni di beneficenza e imprese sociali, e spingeremo questi gruppi ad avere un maggior coinvolgimento nell'ambito dei servizi pubblici*
- *Useremo fondi per costruire una Big Society Bank, che fornirà sostegno finanziario a gruppi di vicinato, associazioni di beneficenza, imprese sociali e altre organizzazioni non governative.*

The Natural Choice: securing the value of

19 il sondaggio sulle CSA è stato svolto in collaborazione con quello di Plumkett Foundation per Defra

20 Cabinet Office, 2010

nature, il libro bianco della Natural England di Defra²¹ sottolinea i benefici di accesso che le CSA possono fornire ai nuovi entranti o ai volontari.

Dirette correttamente, tali politiche potrebbero favorire la crescita delle CSA in futuro, fornendo il supporto necessario finanziario e non solo.

Guide e ricerche

Un'ampia gamma di materiale a supporto di iniziative di CSA²² è stato raccolto e redatto dal programma di sostegno della Soil Association, e molti casi studio sono stati presi in esame anche da altri²³. Un insieme di documenti esplora la storia e la natura delle iniziative di CSA²⁴ al di là dell'identificazione sistematica di caratteristiche e impatti sul territorio inglese.

Un corpus crescente di ricerche analizza gli elementi che creano sistemi alimentari sostenibili nel complesso ed alimentano la volontà dei consumatori di essere parte di queste piccole reti per innalzare il loro profilo. I partecipanti ad iniziative di CSA sono motivati primariamente dal desiderio di consumare alimenti prodotti in maniera sostenibile, il che riflette le più ampie preoccupazioni sull'impatto sociale e ambientale del sistema di produzione di massa e un conseguente desiderio di un'alternativa che offra una relazione più diretta con gli attori produttori delle risorse alimentari²⁵.

21 Defra, 2011b

22 Soil Association, 2010

23 Soil Association, 2001, 2005, 2010; Stroud Common Wealth Company Ltd

24 Cooley & Lass, 1994; Cone & Myhre, 2000; Adam, 2006

25 Morris e Buller, 2003; Weatherell et al., 2003; Jackson, 2004; Seyfang, 2006a, b & c; SDC, 2006; Grant, 2007; Thaler & Sunstein, 2008; Jarosz, 2008; FANN, 2009

2.2. Priorità per i partecipanti di una CSA

I partecipanti ad iniziative di CSA sono motivati primariamente dal desiderio di consumare alimenti prodotti in maniera sostenibile, ciò riflette le più ampie preoccupazioni sull'impatto sociale e ambientale del sistema di produzione di massa e un conseguente desiderio di un'alternativa che offra una relazione più diretta con gli attori produttori delle risorse alimentari²⁶. La partecipazione ad una CSA è tipicamente legata al rispetto dell'ambiente che ci circonda.

Alcune iniziative pioniere sono state fondate in risposta alle preoccupazioni sulla sicurezza e l'accesso al cibo²⁷, ma le più recenti sono spinte dal desiderio di accorciare la catena di distribuzione e ampliare l'approvvigionamento di cibo sostenibile²⁸.

Motivazioni individuali

Abbiamo chiesto a persone esterne alle CSA quali potessero essere le ragioni dell'unione a tali iniziative. Abbiamo poi interrogato i membri sulle ragioni che li hanno incoraggiati originariamente a prenderne parte ad una CSA e che alimentano il loro continuo impegno. La tabella seguente (figura 2.2a) mostra la classifica delle motivazioni per percentuale di risposte distinguendo le ragioni tra molto o abbastanza importanti.

In entrambi i gruppi la motivazione più forte è stata in maniera marcata e consistente "per il cibo prodotto in maniera sostenibile". Questo interesse portante per la ricerca di prodotti con basso impatto negativo sull'ambiente e la società rimane in linea con i risultati di altre ricerche attestando la partecipazione alle CSA come un tema essenzialmente legato ai valori ecologici

26 Kneafsey et al, 2007

27 Adam, 2006

28 East Anglia Food Link 2010

del rispetto dell'ambiente²⁹. In più, molti membri hanno affermato esplicitamente che un'attrattiva delle loro iniziative è la promulgazione di un'alternativa più sostenibile rispetto al sistema di produzione alimentare di massa.

Figura 2.2a (n=249 potenziali membri di CSA, 440 membri attivi)

Classifica delle ragioni che spingono ad essere parte di una CSA

Potenziali membri di una CSA	Attuali membri di una CSA	
Ragioni che potrebbero portare alla partecipazione	Ragioni che hanno spinto inizialmente alla partecipazione	Ragioni che alimentano la partecipazione continua
Cibo prodotto in maniera sostenibile	Cibo prodotto in maniera sostenibile	Cibo prodotto in maniera sostenibile
Cibo salutare	Cibo salutare	Supporto ai produttori locali
Cibo di alta qualità	Cibo di alta qualità	Cibo salutare
Supporto ai produttori locali	Supporto ai produttori locali	Cibo di alta qualità
Cibo conveniente economicamente	Creazione di imprese sostenibili	Creazione di imprese sostenibili
Creazione di imprese sostenibili	Cibo conveniente economicamente	Cibo conveniente economicamente
Coinvolgimento nella comunità locale	Coinvolgimento nella comunità locale	Coinvolgimento nella comunità locale
Coinvolgimento nella produzione del cibo	Coinvolgimento nella produzione del cibo	Coinvolgimento nella produzione del cibo

Per entrambe le tipologie di intervistati (membri e non-membri) la seconda e la terza ragione potenzialmente più importante che li ha spinti o li spingerebbe verso una CSA è "per cibo salutare" e "per cibo di alta qualità" ma entrambi i fattori

29 Kneafsey et al, 2007

vengono superati da "per supportare i produttori locali" tra le ragioni del continuo coinvolgimento dei membri già attivi.

Questo ci suggerisce che la qualità e la freschezza (spesso corrispondente alla ricchezza nutrizionale) del cibo prodotto è un fattore motivante fondamentale per la partecipazione a tali iniziative.

Dopo essere entrati in una CSA, i partecipanti attivi diventano più consapevoli del bisogno di supportare i produttori locali al fine di assicurarsi l'approvvigionamento di cibi della qualità desiderata.

Il desiderio di essere coinvolti nella produzione del cibo è meno citato come una motivazione, particolarmente dai partecipanti attivi. Solo meno della metà (47%) dei membri di CSA afferma che il coinvolgimento nel processo produttivo è importante, confermando i dati dei report su Canalside (case study 3.3) e di altri sull'ingaggio dei partecipanti nelle attività agricole.

Ciò nonostante, il coinvolgimento nella produzione del cibo è molto importante per un quarto dei partecipanti e molti asseriscono che coinvolgere i loro bambini e renderli partecipi e consapevoli della produzione dei prodotti locali è molto importante per loro. Per molti membri, essere coinvolti in una CSA è un contributo centrale per la creazione di una società più sostenibile:

“*Mi sento parte di qualcosa davvero pionieristica, sento di contribuire in qualche modo ad uno stile di vita diverso, più sostenibile.*”

“*[Sono parte di questa iniziativa] per aiutare a creare un'economia ed una società sostenibili.*” “[*Impegnarsi significa] fare qualcosa che vale; qualcosa che potrà portare ad un cambiamento.*”

Lo schema della pagina seguente mostra i

dettagli delle motivazioni dei partecipanti sotto citate (figura 2.2b) con le percentuali per ogni motivazione.

Collegamenti con altri gruppi o movimenti associativi

I membri di una CSA sono spesso coinvolti anche in altri gruppi, soprattutto ambientalisti. Il 67% di essi fa parte di movimenti associativi locali o nazionali:

- Organizzazioni internazionali come Amnesty, Friends of the Earth o Soil Association (36%).
- Associazioni locali sportive o ludiche, gruppi di discussione etc.. (25%)
- Città di transizione (15%)
- Altri gruppi (10%)

Barriere alla partecipazione

Le barriere alla partecipazione sono per lo più logistiche. I membri potenziali hanno indicato quattro fattori principali che impediscono o impedirebbero l'accesso ad un'iniziativa di CSA:

1. Mancanza di tempo (citata dal 51% dei potenziali partecipanti)
2. Difficoltà di comprendere le modalità di accesso (22%)
3. Mancato senso di appartenenza alla comunità (21%)
4. Mancanza di mezzi di trasporto (16%)

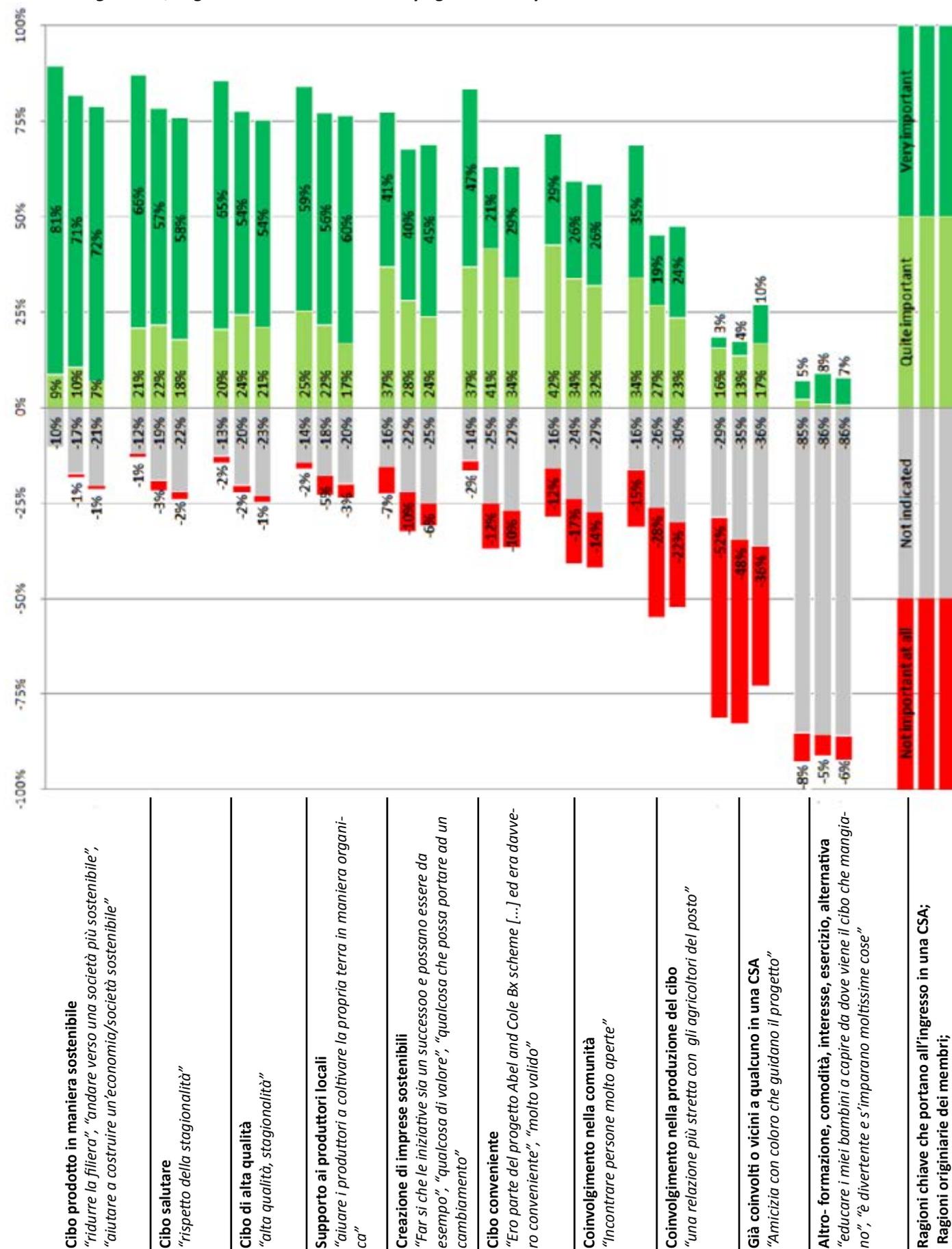
Molti membri potenziali hanno mostrato anche un atteggiamento di riserva nei confronti dei gruppi comunitari, la loro gestione e le persone coinvolte:

“*Molto spesso una persona si fa trasportare e agisce come leader autonominandosi tale. Semplicemente non mi piacciono questi tipi*”

“*Vorrei convincermi che tutti i partecipanti condividano gli stessi obiettivi a medio e lungo termine e siano ugualmente coinvolti*”

Figura 2.2b (n. Potenziali membri= 250; n. Membri= 439)

Ragioni del coinvolgimento in una CSA: cosa incoraggia i potenziali membri a prenderne parte; Ragioni originarie del coinvolgimento; ragioni che ne motivano l'impegno nel tempo



Gli obiettivi delle CSA

Alla richiesta di classificare quattro macro-obiettivi come priorità per fondare una CSA, gli organizzatori hanno indicato principalmente la fornitura di un servizio che il settore pubblico o privato non riesce a garantire:

1. Fornire un servizio laddove il settore pubblico/privato ha fallito (al primo posto per il 50% delle iniziative)
2. Fornire opportunità lavorative (a pagamento o volontarie) (20%)
3. Fornire un servizio sociale per coloro a rischio di esclusione (7%)
4. Fornire opportunità di formazione (3%)

La bassa percentuale per le opportunità di formazione indica che non è una delle priorità principali nonostante il 48% delle iniziative fornisca servizi di formazione.

Le iniziative hanno citato anche altre priorità, come:

- Benefici per la salute
- Conservazione del miele delle api
- Riconnettere le persone con la terra dalla quale il cibo proviene
- Nutrire le persone
- Dare l'opportunità di far crescere i propri prodotti
- Creare punti vendita per i prodotti locali
- Coltivare verdure in comunità
- Far sì che le persone mangino di più le nostre patate
- Riportare terre abbandonate alla produzione in modo benigno

Come si può notare dalla lista, le priorità variano da considerazioni molto pratiche ad obiettivi di natura ideologica. Queste ragioni, insieme all'analisi dei case study, sottolineano come le iniziative guidate dai produttori tendano ad essere motivate da elementi più pratici come trovare un mer-

cato affidabile per i prodotti e un'entrata sicura, mentre quelle guidate dalle comunità sono, almeno inizialmente, spinte da aspirazioni sociali ed ambientali.

C'è, tuttavia, una considerevole sovrapposizione: da un lato le iniziative producer-led tendono a valutare anche i fattori sociali e ambientali, dall'altro le iniziative community-led prima o poi si trovano ad affrontare problemi di ordine pratico come assicurarsi gente che lavori nei campi, volontari o a pagamento, al fine di poter coltivare i loro prodotti.

2.3. Strategie per le CSA

Approcci diversi alla CSA

La CSA in Inghilterra possiede caratteristiche peculiari in relazione alle origini di base delle diverse iniziative. Sebbene la CSA sia stata incoraggiata e supportata da organizzazioni regionali e nazionali, non c'è stato alcun sforzo strategico per moltiplicare le istanze di un modello specifico, diversamente dalla Francia dove le AMAP si sono moltiplicate con successo e rapidamente. Di contro, le iniziative adottano approcci molto specifici in base alle circostanze, i bisogni, le idee e i valori del posto. Diversamente dagli Stati Uniti, dove l'approccio guidato dai produttori è quello più diffuso e ampiamente replicato, la maggioranza delle iniziative in Inghilterra sono guidate dalle comunità. Le tabelle successive (tabella 2.3a, 2.3b) illustrano la diversità di iniziative attraverso quattro dimensioni chiave:

- Il governo/proprietà dell'iniziativa
- I numero di trading members
- L'area di terreno coltivato
- Il flusso di denaro

Queste ultime tre caratteristiche non sono rappresentabili adeguatamente con un grafico lineare, giacché la variabilità riguarda diversi ordini di grandezza: abbiamo utilizzato scale logaritmiche. La tabella successiva (2.3c) esamina alcune delle maggiori variabili delle iniziative di CSA, illustrandone la diversità.

- **Governo dell'iniziativa** (iniziative per le quali i dati sono disponibili, n=80) indica dove risiede la proprietà ed il potere decisionale – in mano a produttori, consumatori o a entrambi – e coincide quasi con il modello di business del quale è spesso il fattore determinante.
- Il **numero di trading members** (=50) nelle iniziative di CSA varia ampia-

mente, come descritto sopra. Si noti che due fattorie possedute dalla comunità non sono incluse in questi dati.

- Un altro fattore determinante delle iniziative di CSA è la natura della produzione. Il **prodotto** (=59) va sotto la categoria principale di alimento (o carbone, o fibre).
- **La produzione ed il commercio** (=58) indica il bilanciamento dell'attività tra l'uno e l'altro campo. Questi fattori verranno esplorati con maggiori dettagli in seguito (sezione 2.14)
- Molte iniziative si basano sia sul lavoro di impiegati che su quello di volontari al fine di reperire la **manodopera** necessaria per le operazioni di coltura, sebbene alcune CSA si avvalgano esclusivamente o degli uni o degli altri. La mano d'opera (=37) indica la divisione del lavoro tra volontari ed impiegati
- Così come il numero di membri, anche quello dei terreni utilizzati varia ampiamente da un'iniziativa all'altra, da 1 acro (e zero per quelle poche iniziative che non hanno terreno a loro disposizione) a più di 100 acri. Il **terreno disponibile** (=70) indica l'area utilizzata, la **natura del terreno** indica se è di proprietà o in affitto.
- La **distribuzione dei prodotti** (n=32) divide le iniziative che distribuiscono i frutti del terreno solo ai membri della comunità da quelle che forniscono i propri prodotti ad esterni o ad un mix dei due.
- Le CSA possono prendere piede in diversi ambienti, in particolare distinguiamo tra **location urbana o rurale**

Figura 2.3a (n=35)

Iniziative di CSA per area coltivata, numero di membri e flusso di denaro (ampiezza delle bolle, scala logaritmica)

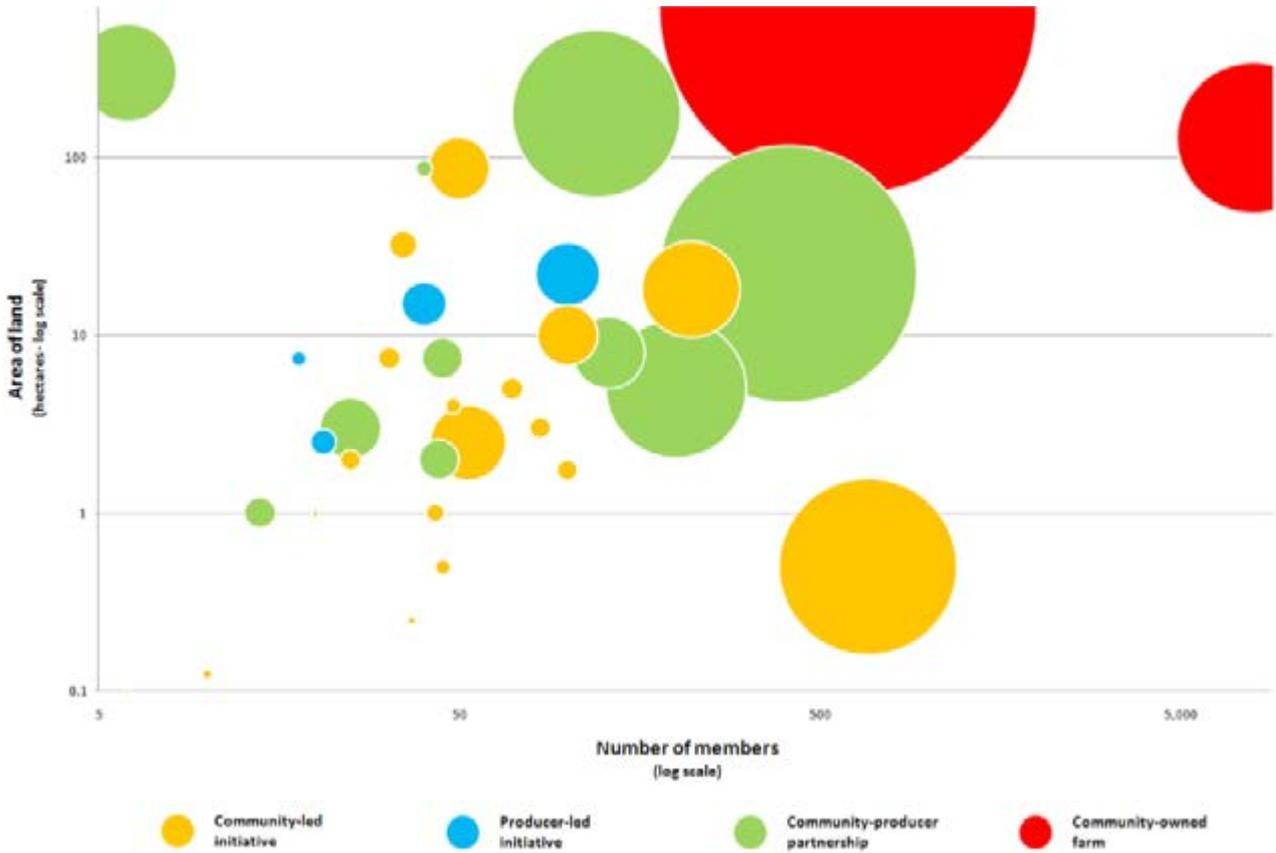


Figura 2.3b (n=47)

Iniziative di CSA per tipo e numero di trading members, ordinate per data del primo scambio

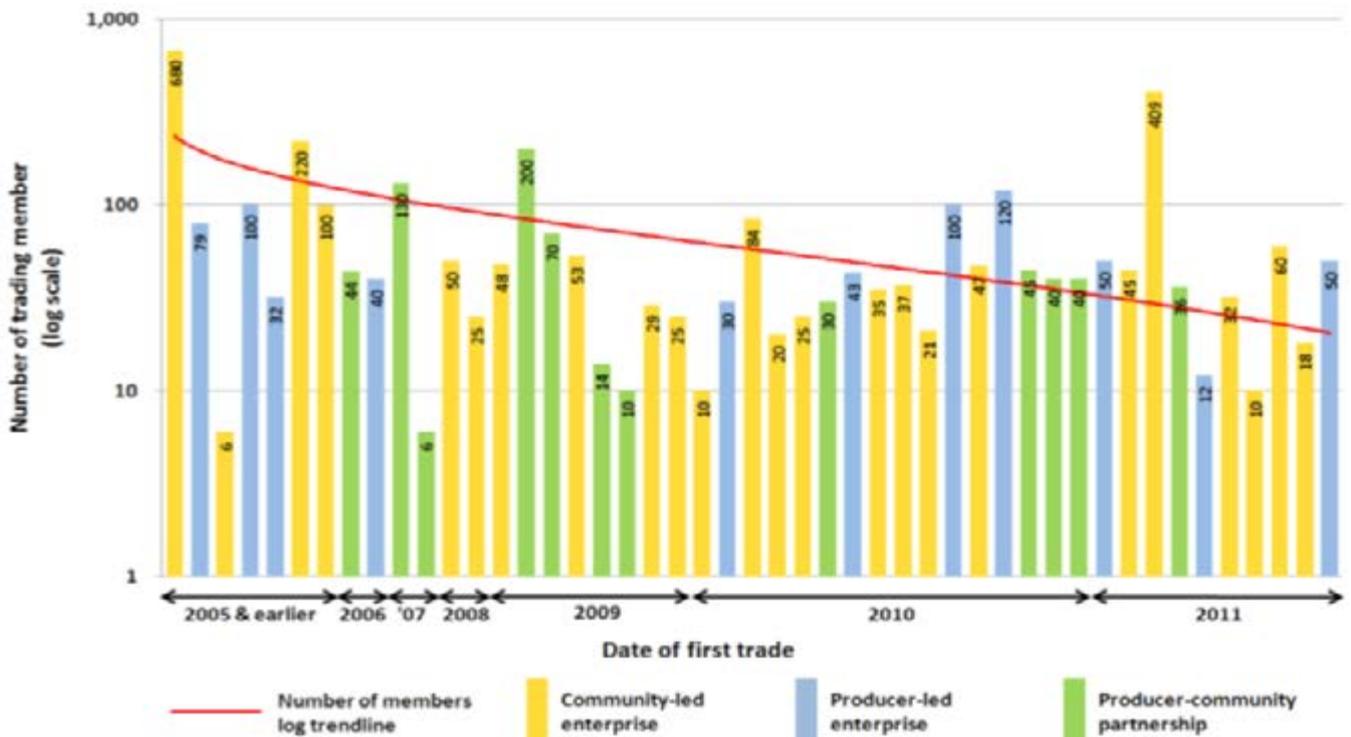


Figura 2.3c: La diversità delle CSA in Inghilterra

Governo dell'iniziativa		
Iniziative guidate dai produttori	Accordi tra produttori e comunità	Iniziative guidate dalla comunità
I produttori offrono una quota della produzione (= cassette di frutta/verdura)	Impresa cooperativa lavora a stretto contatto con uno o più produttori	La comunità è gestore e proprietario delle iniziative
24%	23%	53%

Numero di membri		
Piccolo: <20	Medio: 20-100	Grande: >=100
Iniziative molto piccole ed giovani, generalmente in affitto	Media: 69 membri/impresa	Imprese più grandi, di proprietà della comunità, cooperative
20%	62%	18%

Prodotti		
Alimenti	Combustibile	Fibre tessili
Categorie principali e altro (uova, latte, miele, succhi, vino etc..). nel dettaglio:	Legna da ardere, carbone	Lana, filo da tessere
Verdura: 73% Frutta: 35% Carne: 22% Altro: 26%	3%	0%

Produzione e commercio		
Solo produzione personale	Produzione e commercio	Solo prodotti acquistati
Prodotti provenienti interamente dall'iniziativa	Prodotti aggiuntivi acquistati da terzi	Tutti i prodotti vengono acquistati
62%	29%	9%

Manodopera		
Solo volontari	Impiegati e volontari	Solo impiegati
La media è di: 44 volontari/iniziativa		La media è di: 2,6 impiegati/iniziativa
32%	60%	8%

Terreno disponibile		
Piccolo: < 1 acro	Medio: 1-100 acri	Grande: < 100 acri
Appezzamenti urbani, produttori secondari che non posseggono terreni	Piccole fattorie Mediana: 6 acri	Imprese più ampie (cooperative o associazioni)
20%	71%	9%

Proprietà terriera		
Terreni di proprietà	Terreni misti (in affitto, di proprietà o condivisi)	Terreni in affitto
19%	20%	61%

Distribuzione dei prodotti		
Interamente ai membri	Sia a membri che a esterni	Maggiormente ad esterni
34%	53%	13%

Contesto rurale/urbano		
Piccoli borghi o villaggi	Paesi o piccole città	Città o sobborghi
50%	34%	16%

Prodotti e servizi

La produzione (predominantemente ma non esclusivamente agricola) è il fulcro di ogni iniziativa di CSA sebbene l'equilibrio tra produzione propria e commercio con partner possa variare ampiamente.

Le iniziative si differenziano anche in base alle categorie di alimenti che producono e commerciano.

La tabella 2.3d mostra l'importanza delle diverse categorie di prodotti e servizi legati alle iniziative.

La verdura è senza dubbio la categoria più comune, prodotta dal 78% delle iniziative (e molto importante per il 71%). La seconda è la carne, prodotta da quasi un quarto delle iniziative (e molto importante per il 22%).

Al terzo posto abbiamo la frutta seguita da uova, latticini e creali importanti per alcune iniziative, insieme ad altri prodotti come il pane, il miele, il vino, il carbone,

legna e fiori.

Ma le iniziative non si focalizzano solo sui prodotti. Erogare servizi di formazione è importante per il 40% di queste ultime.

Alcune CSA citano anche altri benefit e servizi, ad esempio il contatto con la natura, le opportunità di volontariato, la costruzione della comunità e la crescita della consapevolezza.

Commercio e CSA

Il 38% delle CSA compra prodotti aggiuntivi, per lo più da fornitori locali. Si tratta principalmente di verdura, seguita da frutta, uova, latticini e carne, il che rappresenta forse una gerarchia di continuità nell'approvvigionamento dei membri.

Alcune iniziative (notoriamente le Growing Communities – vedi la sezione 3.7 per il case study) operano principalmente forme di commercio guidate dalla comunità con fattorie locali che diventano partner a lungo termine.

Figura 2.3d (n=58)

Prodotti/servizi importanti per le CSA, sia su produzione propria che su acquisto da terzi



I volumi sono significativi: le Growing Communities hanno venduto quasi £400.000 di prodotti nel 2010, mentre portano avanti un farmers' market settimanale con vendite annuali di oltre £430.000.

L'offerta ai membri

Anche l'offerta delle CSA ai propri membri varia da un'iniziativa all'altra. La maggior parte richiede pagamento in anticipo e nel corso dell'anno o della stagione.

I fattori variabili includono la frequenza dei prodotti forniti (tipicamente settimanale per verdura, mensile per la carne), la lunghezza dell'impegno demandato ai membri, le quantità condivise e i prezzi, le opzioni di distribuzione etc..

Comunicare l'offerta

Molti membri delle CSA sono venuti a conoscenza della propria iniziativa locale grazie al passaparola. Altre fonti di informazione sono meno significative:

- Passaparola (51%)
- Locandine o poster (12%)
- Articoli sulla stampa locale (10%)
- Sito internet della CSA (10%)
- Eventi

Questo elenco riflette il canale più utilizzato più che l'effettiva efficacia. I canali di comunicazione considerati importanti dalle varie iniziative sono:

- Passaparola (83%)
- Sito internet (63%)
- Partecipazione ad eventi (40%)
- Locandine e poster (37%)
- Articoli sulla stampa locale (34%)

Il passaparola è chiaramente il modo più efficace per raggiungere nuovi membri, e non è una sorpresa visto che la loro presenza è strettamente legata al territorio. La partecipazione ad eventi sembra raggiungere una quota relativa di potenziali nuovi membri a fronte degli sforzi considerevo-

li che ci vogliono per la partecipazione a questi ultimi da parte di volontari o impiegati.

Molti membri si sono decisi a cercare una CSA locale dopo averne sentito parlare nella tv nazionale, o averne scoperto l'esistenza dalla lettura di un libro o su internet.

Figura 2.3e: L'offerta per i membri di alcune CSA selezionate

<p>Canalside Community Food</p> <p>Cassetta di verdure settimanale Grande/piccola/mini £58,50/ £39 / £26 – al mese</p> <p>Condivisione della frutta (autunno 2011) 1-2 (o più) tipi per settimana £20 – al mese</p> <p>Quota associativa: £2 (£1) /mese</p> <p>Vacanze: no rimborso</p> <p>Pagamento: ordine mensile, 2 mesi di anticipo per cancellare l'ordine</p> <p>2 punti di raccolta: Città e campagna (£2,20/al mese extra)</p> <p>Contributo lavorativo: 3x3hr lavori su turni richieste annuali</p>	<p>Scarborough Shearling CSA</p> <p>Quota di agnello mensile per 8 mesi Intera/metà quota di una pecora £20/ £10 - al mese per 8 mesi</p> <p>Quota associativa: £2 /anno</p> <p>Vacanze: no rimborso</p> <p>Pagamento: in anticipo/ ordine mensile</p> <p>1 punti di raccolta: Scarborough</p> <p>Contributo lavorativo: nessuno</p>	<p>Sims Hill Shared Harvest</p> <p>Cassetta di verdure settimanale Intera/metà £37/ £20 – al mese</p> <p>Condivisione del lavoro (5 all'anno) Completa: 4 ore/settimana per 6 mesi Metà: 2 ore/settimana per 6 mesi</p> <p>Quota associativa: £3 /mese</p> <p>Vacanze: no rimborso</p> <p>Pagamento: mensile</p> <p>4 punti di raccolta: intorno a Bristol</p> <p>Contributo lavorativo: volontario o condivisione del lavoro</p>
<p>Camel CSA</p> <p>Cassetta di verdure settimanale Grande/standard/piccola £60/ £32 / £20 al mese Quota associativa: £2 (£1) mese</p> <p>Vacanze: rimborso per ordini cancellati</p> <p>Pagamento: mensile/settimanale; 1 settimana di anticipo per cancellare l'ordine</p> <p>1 punti di raccolta: punti extra pianificati</p> <p>Contributo lavorativo: volontario</p>	<p>Sedlescombe Cantina Rentawine</p> <p>Vino scontato per i membri 30% sul presso normale 10% su altri prodotti</p> <p>Quota associativa: (1anno/ 5anni/ a vita): Bianco: £75 /£295/ £495 Rosso: £95 /£395/ £595 Frizzante: £149 /£595/ £795</p> <p>Vacanze: n/a</p> <p>Pagamento: online alla sottoscrizione No cancellazioni</p> <p>Consegna: ordini online consegnati I membri possono visitare la cantina Contributo lavorativo: nessuno</p>	<p>Growing communities</p> <p>Cassetta di verdure settimanale Standard/piccola (opzione no patate) £44 (£50) / £26 (£30) – al mese</p> <p>Cassetta di frutta settimanale Standard/piccola £35/£19 – al mese</p> <p>Quota associativa: nessuna</p> <p>Vacanze: rimborso se supera le 4 settimane</p> <p>Pagamento: mensile</p> <p>12 punti di raccolta: diversi siti a Hackney</p> <p>Contributo lavorativo: volontario</p>
<p>Dragon Orchard Cropsharers</p> <p>Quote di frutta annuale Mele da mangiare – cassetta 2x10 Kg Mele da cucinare - cassetta 2x10 Kg Succo di mela – 1 dozzina di bottiglie Sidro e Perry – 1 dozzina di bottiglie Pere, marmellate e altro</p> <p>Quota associativa: £352,50/ anno</p> <p>Vacanze: n/a Pagamento: annuale con assegno</p> <p>1 punti di raccolta: la fattoria più 4 open weekend all'anno</p> <p>Contributo lavorativo: nessuno</p>	<p>Stroud Community Agriculture</p> <p>Quota di verdura settimanale Prima quota/ quote aggiuntive £33 /£22 – al mese Carne e uova Bovino e suino congelato, uova locali, altre verdure vendute ad hoc ai membri</p> <p>Quota associativa: £2 (£1) / mese</p> <p>Vacanze: nessun rimborso Pagamento: mensile 3 mesi di anticipo per cancellazione ordine</p> <p>5 punti di raccolta: fattoria, Stroud, Gloucester, Nailsworth</p> <p>Contributo lavorativo: volontario</p>	<p>Beenleigh Meadows Farm</p> <p>Agnello disponibile su ordine Metà agnello £10 di sconto ai membri su £85</p> <p>Quota associativa £24/ anno</p> <p>Vacanze: n/a</p> <p>Pagamento: su ordine</p> <p>Raccolta o consegna: fattoria, punti di consegna locali</p> <p>Contributo lavorativo: nessuno</p>

2.4 Le risorse delle CSA

Le iniziative di CSA mettono insieme una serie di risorse per creare un concetto di impresa più ampio.

Abbiamo suddiviso le risorse principali utilizzando il quadro dei cinque capitali suggerito dal Sustainable Livelihoods Approach, fornendo spunti di riflessione sulle operazioni e la sostenibilità delle imprese.

Capitale umano

Le CSA hanno accesso al capitale umano attraverso i loro membri, i volontari e/o gli impiegati, con importanza variabile in base alle situazioni.

Indicatori chiave

Membri (n=52)		
Range	Da 3 a 8.000	
Distribuzione	<20	: 19%
	20 – 99	: 60%
	>=100	: 21%
Media	Media	: 232
	Mediana	: 40
Durata della membership	Media	: 2,5 anni
	Mediana	: 1,5 anni

Volontari regolari (n=36)		
Range	Da 0 a 308	
Distribuzione	0	: 8%
	1 – 19	: 25%
	20-99	: 56%
	>=100	: 11%
Media	Media	: 44
	Mediana	: 32
Volontari/membri (n=35)	Media	: 0,51
	Mediana	: 0,25

Impiegati (a tempo pieno) (n=32)		
Range	Da 0 a 21	
Distribuzione	0	: 32%
	1 – 4	: 57%
	5 – 9	: 6%
	>=10	: 5%
Media	Media	: 2,6
	Mediana	: 1
Impiegati/acro	Media	: 0,34
	Mediana	: 0,13

Manodopera

Una manodopera sufficientemente competente è essenziale per il successo operativo di qualunque impresa e può essere composta da una combinazione di impiegati e volontari.

In molte imprese alcuni o tutti i membri, e in alcuni casi anche non-membri particolarmente interessati, forniscono manodopera volontaria regolarmente.

Le iniziative guidate dalla comunità spesso dipendono interamente dal lavoro dei volontari, soprattutto nelle fasi iniziali. Mentre molte iniziative godono del supporto forte dei volontari, alcune lottano per motivare i loro membri e a volte sono costretti a riversare tutto il lavoro su pochi volontari impegnati col rischio di sovraccarico e crollo.

Questo accade spesso perché ci si focalizza troppo sui risultati sociali ed ambientali e si perde di vista il lavoro della manodopera.³⁰

Inoltre, molte imprese impiegano uno staff retribuito, fornendo così capitale umano aggiuntivo che è generalmente più consistente, regolare e reattivo.

³⁰ Freudenberger

Competenze

La produzione di cibo e altri aspetti dell'operatività di una iniziativa richiedono competenze specifiche. La natura della CSA implica competenze nell'ambito della produzione agricola, della gestione d'impresa e dell'organizzazione della comunità.

Nei casi in cui sono i produttori esistenti ad essere coinvolti, le competenze agricole sono generalmente disponibili, tuttavia alcune iniziative guidate dalla comunità possono iniziare senza alcun background tecnico.

La consapevolezza delle competenze necessarie e l'apertura all'acquisizione di queste ultime hanno permesso ad alcune iniziative di colmare le lacune iniziali e sviluppare le competenze richieste nel primo periodo di operatività.

Allo stesso modo, iniziative guidate dai produttori possono aver bisogno nelle fasi iniziali di competenze nell'organizzazione della comunità.

Le iniziative di CSA già ben avviate forniscono continue opportunità per lo sviluppo di competenze attraverso il lavoro volontario o retribuito e tramite formazione formale e informale, costruendo così quel capitale umano che porterà benefici operativi all'intera organizzazione.

Membership

Un elemento essenziale di ogni CSA è costituito dall'insieme dei propri membri e dal loro impegno nel supportare la produzione agricola. I membri rappresentano capitale umano significativo, sebbene il modo in cui questi vengono ingaggiati possa variare notevolmente.

I membri tendono ad essere i partecipanti più attivi nelle iniziative guidate dalla comunità nonostante un'ampia proporzione rimanga piuttosto ricettore passivo dei prodotti.

La partecipazione attiva alle CSA varia enormemente, passando da 3 a 8000 membri, anche se la maggioranza (60%) hanno tra i 20 e i 100 membri. Il numero medio di membri (232) è influenzato dalle poche grandi imprese con molti membri (escludendole la media scende a 69); la mediana (40) è più indicativa del numero effettivo di membri.

Le nascenti iniziative guidate dalla comunità tendono ad avere un numero piccolo di membri attivi, mentre la struttura di governo di alcune imprese predilige pochi membri formali ma commerciano con gruppi più ampi. Le fattorie gestite dalla comunità hanno un numero maggiore di membri, molti dei quali hanno relazioni minime o nulle con l'iniziativa.

Impegno

Aiutare a costruire un'impresa sostenibile è una ragione molto importante che guida l'impegno del 69% dei membri delle CSA e molti di loro dimostrano senso del dovere e lealtà: i membri attuali, incluse le nuove iniziative, sono coinvolti in media da due anni e mezzo. Se consideriamo iniziative più stabili nel tempo, la media di membership supera i 5 anni e mezzo.

Demografia dei membri

I membri delle CSA mostrano alcuni tratti sociali e demografici ben delineati. Si tratta per lo più donne (74%) e la fascia di età più frequente è 25-34 anni (28%).

La distribuzione del reddito mostra una percentuale leggermente più alta di reddito medio rispetto alla media nazionale, sebbene siano presenti anche altre fasce: il 12% dei membri hanno entrate annuali sotto i £15.000, il 13% sopra i £75.000.

Governo e sviluppo

Un governo appropriato ed efficiente è la chiave per il successo dell'organizzazione e l'impiego di capitale umano. Allo stesso tempo le iniziative guidate dalle comunità si basano su un corpo governativo volon-

tario. Molte iniziative sono Onlus o S.r.l., anche se ci sono status legali alternativi come compagnie limitate da azioni, compagnie di interesse comunitario/ CIC, partnership etc..

Le iniziative hanno bisogno di tempo per mettere in uso efficacemente le proprie risorse. Molte di esse (66%) riescono ad essere attive dopo un anno dalla loro idea originaria, il 30% è attivo in meno di 6 mesi. Alcune ci mettono di più: il 21% è operativo dopo 1,2 anni ed il 12% dopo più di due anni.

Capitale sociale

Le iniziative di CSA ricorrono a capitale sociale dalle reti esistenti e dai contatti dei loro membri, e allo stesso tempo generano esse stesse capitale sociale attraverso le nuove reti che creano. I membri di una CSA costituiscono un gruppo motivato da un unico scopo principale: dare supporto alla produzione agricola della propria iniziativa. Attraverso i loro profili e contatti sui social network, i membri apportano capitale sociale esistente alla propria iniziativa. Altre connessioni derivano poi dallo sviluppo e dall'operatività stessa della CSA.

Indicatori chiave

Reti di supporto informali (n=36)	
% di iniziative che incontrano supporto o resistenza da parte di gruppi locali	
Altre fattorie locali	Supporto: 55% Resistenza: 6%
Consigli locali	Supporto: 63% Resistenza: 0%
Altre imprese	Supporto: 66% Resistenza: 3%
Residenti locali	Supporto: 81% Resistenza: 0%

Reti di supporto formali (n=32)	
% di iniziative che beneficiano di supporto esterno	
Ogni tipo di supporto	91%
Organizzazioni che supportano imprese sociali	53% negli ultimi 12 mesi 19% oltre gli ultimi 12 mesi
Organizzazioni a supporto di cooperative	41% negli ultimi 12 mesi 13% oltre gli ultimi 12 mesi
Organizzazioni a supporto della ruralità	19% negli ultimi 12 mesi 9% oltre gli ultimi 12 mesi
Collegamenti con aziende	16% negli ultimi 12 mesi 13% oltre gli ultimi 12 mesi

Reti di supporto informale

Le relazioni sono molto importanti per una CSA, sia con i gruppi e le organizzazioni locali, che tra diverse iniziative e con le imprese ad esse collegate. Le CSA hanno pareri discordanti in merito all'importanza del settore pubblico e privato. La metà di loro considera uno dei due di maggiore importanza, sia nel periodo iniziale che in quello successivo all'avviamento. Alcune iniziative hanno beneficiato di buone relazioni sia con il settore pubblico che con il privato, mentre altre non hanno avuto le stesse opportunità.

Alcune CSA hanno riportato sospetti iniziali, scetticismo e resistenza da parte delle fattorie locali sebbene le attitudini tendano a migliorare una volta che l'iniziativa si è stabilita e dimostra di aver qualche successo. Le iniziative hanno citato un'ampia gamma di individui, aziende, gruppi e organizzazioni che hanno fornito supporto informale, tra di esse:

- **Organizzazioni nazionali:** National Trust, Natural England (Sovrintendenza per i beni culturali e ambientali), Plunkett Foundation, Soil Association
- **Gruppi e organizzazioni locali:** gruppi di agricoltori o apicoltori, consigli parrocchiali, città di transizione
- **Individui e aziende:** proprietari terrieri, agricoltori locali, residenti locali

Diverse iniziative hanno relazioni di supporto con città di transizione o gruppi simili. Almeno dieci iniziative hanno preso piede da una città di transizione ma molte di loro hanno poi sviluppato un'identità separata e mantenuto un collegamento informale. I consigli parrocchiali vengono descritti come particolarmente d'aiuto per alcune iniziative, il che riflette forse la loro rappresentazione diretta della comunità locale.

Supporto formale

Molte iniziative (91%) hanno ricevuto con-

sulenza o supporto esterno formale, più frequentemente da imprese sociali o On-lus. In molti l'aiuto proveniva dal progetto della Soil Association a supporto delle CSA, parte del programma Making Local Food Work, guidato dalla Plunkett Foundation. La maggior parte delle iniziative (80%) vede ancora il bisogno di ulteriore supporto, citando le seguenti grandi aree di necessità:

- Fondi e finanziamenti (il 54% afferma che avrà bisogno di finanziamenti nei prossimi 12 mesi)
- Marketing (50%)
- Governo e controllo aziendale (38%)
- Gestione della comunità (35%)
- Consulenza specializzata, ad esempio esperti per l'orticoltura (31%)
- Gestione dei volontari (27%)
- Affari legali (27%)

L'apporto dei membri

I membri delle CSA rappresentano capitale sociale considerevole e forniscono accesso a consulenza, supporto e risorse grazie ai loro contatti e alle loro reti personali. I soci costituiscono anche una potente leva di marketing , infatti il passaparola è stato per più della metà dei membri attivi (51%) il mezzo attraverso il quale sono entrati in contatto con l'iniziativa.

Competizione

Quando i produttori locali percepiscono la CSA come una minaccia alla loro attività si crea un'area di capitale sociale negativo. L'abilità di trarre lavoro dai volontari e ottenere dei fondi può essere vista talvolta come competizione sleale. Idealmente, le iniziative di CSA dovrebbero lavorare come parte di una rete informale di supporto per i produttori locali, aiutandoli a crescere la quota di mercato dei loro prodotti piuttosto che minacciare il commercio esistente.

Capitale naturale

Molte CSA sono create da produttori locali che soddisfano a priori il requisito fondamentale del possesso della terra, che rappresenta spesso una sfida significativa per le iniziative community-led. Anche le iniziative che non si basano sul possesso di un territorio sono comunque dipendenti dal capitale naturale anche se in forma meno diretta..

Indicatori chiave

Terra lavorata (n=69)		
Range	Da 0 a 700 acri	
Distribuzione	Senza terra	: 10%
	< 2 acri	: 19%
	2 – 20 acri	: 48%
	21 – 100 acri	: 14%
	>=100	: 9%
Media per tutte le iniziative	Media	: 41 acri
	Mediana	: 5 acri
Media per iniziative basate sul possesso di terra	Media	: 46 acri
	Mediana	: 6 acri

Possesso della terra (n=36)		
% di iniziative per tipo di possesso, durata dell'affitto		
Tipologia di possesso	Proprietà totale	: 19%
	Proprietà parziale	: 3%
	Affitto	: 61%
	Condivisione	: 3%
	Altro	: 14%
Durata dell'affitto dove presente (n=23)	Meno di 1 anno	: 4%
	1 – 3 anni	: 31%
	4 – 5 anni	: 13%
	6 – 10 anni	: 35%
	Più di 10 anni	: 17%

Estensione delle terre

Le terre a disposizione delle CSA variano da meno di 1 acro (e zero per le iniziative che non dispongono di terra) a più di 100

acri.

Tra tutte le iniziative che si basano sulla lavorazione di un terreno (=62), la media di acri è 45,7. La cifra è influenzata dalle grandi proprietà: la mediana, che è di 6 acri, riflette meglio la realtà con predominanza di piccole iniziative.

Molte CSA lavorano su terre di piccola scala (il 9% lavora meno di 1 acro, il 10% tra 1 e 2 acri) incluse le iniziative guidate dalle comunità in aree sia rurali che urbane.

La maggior parte delle iniziative (58%) lavora su orti di piccola scala che vanno da 1 a 20 acri. Quasi un quarto delle iniziative lavora su fattorie piccole o medie, con più di 20 acri di terreno. Le aziende di proprietà delle comunità sono le iniziative più grandi e arrivano a comprendere più di 700 acri.

Accesso alla terra e modalità di possesso

Le iniziative guidate dai produttori hanno già delle terre a disposizione: la CSA in questo caso fornisce mezzi per veicolare l'uso del capitale naturale già esistente attraverso capitale sociale aggiuntivo che proviene dai membri. Le iniziative guidate dalle comunità si trovano davanti al problema di assicurarsi l'accesso alla terra appena iniziano.

Molte iniziative citano l'accesso alla terra come un fattore limitante nei loro piani per il futuro e una questione critica per le nuove iniziative. La possibilità di acquisire altre terre è realizzabile solo nel momento in cui le CSA crescono sufficientemente per permetterselo economicamente. Nelle aree urbane, la disponibilità è particolarmente ristretta.

Il 61% delle CSA prende in affitto il terreno da coltivare ed il 20% è sotto contratto di share farming o mezzadria. Solo il 19% possiede terreni di proprietà. La terra è di solito data in affitto al prezzo di mercato da un proprietario locale anche se in alcuni casi ci sono terre disponibili a costi ridotti

da individui favorevoli, aziende, organizzazioni o autorità locali. Per tutti gli affittuari, la durata del contratto ha una certa portata sulla viabilità a lungo termine. Un grande porzione di iniziative ha un contratto di meno di 5 anni.

Almeno quattro CSA hanno salvaguardato l'uso della terra attraverso "Community Farm Land Trust", offrendo un sicuro "meccanismo per una proprietà democratica della terra da parte della comunità locale"³¹

Lavorare la terra

Le CSA tendono a lavorare le terre disponibili in maniera intensa (in termini di manodopera) e produttiva.

Membri per acro

Le iniziative hanno un range molto ampio di membri per acro: da meno di 1 (grandi aziende con relativamente pochi membri) a più di 1.000 (iniziative che lavorano terreni piccoli e integrano la produzione con il commercio).

Nel complesso, le iniziative servono un ampio numero di membri, relativamente alle terre impiegate, con una media di 47,4 membri per acro (n=48) e una mediana di 8,4 (più rappresentativa in quanto non influenzata dai grandi esempi).

Impiegati per acro

Anche in questo caso, il rapporto tra terra e impiegati varia ampiamente, da meno di un impiegato per 100 acri a 42 impiegati per acro (considerando solo le iniziative con impiegati). Le iniziative tendono a mostrare alti livelli di impiego relativamente alle terre disponibili, con una media di 2,2 impiegati per acro e una mediana di 0,2. Ciò si compara con una media di 0,027 impiegati per ettaro in tutto il settore agricolo inglese. Bisogna notare le CSA sono per la maggior parte orticole di piccola scala e ci si aspetterebbe che abbiano input lavorativi maggiori della media. Dall'altro lato

però le CSA beneficiano anche di lavoro volontario ad alti livelli.

Gestione sostenibile del territorio

Le iniziative di CSA tendono ad amministrare bene le proprie terre seguendo metodi di produzione sostenibili e favorendo la biodiversità: il 56% ha ampliato la quantità di terreno coltivato secondo principi biologici; il 55% ha piantato siepi o alberi; il 61% ha introdotto nuove aree selvatiche. Molte iniziative contribuiscono alla biodiversità agraria attraverso la coltivazione di prodotti poco diffusi o l'allevamento di rare razze di bestiame: il 77% ha accresciuto la diversità di produzione della propria terra. Le iniziative investono anche in miglioramenti più convenzionali della propria terra e del capitale naturale: più della metà ha investito in recinti o sistemi per l'irrigazione, più di un terzo nel miglioramento della fertilità. Le CSA sono spesso aperte e comunicative sulla loro gestione della terra: il 53% ha reso la terra più accessibile al pubblico. Il 29% considera che il loro approccio abbia effetti positivi sul modo in cui i propri vicini gestiscono la terra, incoraggiando pratiche di buona gestione.

31 Il Community Farm Land Trusts Project, Stroud Common Wealth Company Limited: http://www.stroud-commonwealth.org.uk/index.php?option=com_content&task=view&id=10&Itemid=13

Capitale fisico

Le CSA hanno dei requisiti fondamentali, anche se relativamente modesti, in merito al capitale fisico. Quest'ultimo include edifici, mezzi a motore ed attrezzatura necessaria per il lavoro nei campi.

Indicatori chiave

Disponibilità di mezzi e costruzioni (n=36)		
% di iniziative con capitale fisico di proprietà, in affitto o in prestito (la percentuale di accesso alle risorse totale non corrisponde alla somma dei singoli dati in quando alcune iniziative hanno accesso misto alle risorse)		
Costruzioni	Disponibilità	: 89%
	Di proprietà	: 42%
	In affitto	: 31%
	In prestito	: 25%
Trattori	Disponibilità	: 72%
	Di proprietà	: 31%
	In affitto	: 20%
	In prestito	: 36%
Macchine fresatrici	Disponibilità	: 69%
	Di proprietà	: 33%
	In affitto	: 11%
	In prestito	: 36%
Impianti di irrigazione	Disponibilità	: 67%
	Di proprietà	: 56%
	In affitto	: 0%
	In prestito	: 11%
Attrezzi	Disponibilità	: 92%
	Di proprietà	: 83%
	In affitto	: 0%
	In prestito	: 14%
Veicoli di consegna	Disponibilità	: 58%
	Di proprietà	: 28%
	In affitto	: 3%
	In prestito	: 28%

Il bisogno di una base minima di capitale fisico può essere un grande fardello per quelle iniziative guidate dalla comunità che partono da zero e che sono più svan-

taggiate sotto questo punto di vista rispetto agli altri casi in cui a guidare la CSA sono i produttori agricoli. Molto spesso le iniziative usufruiscono di risorse esterne in prestito dai contatti grazie ai rapporti che si instaurano con le reti sociali: il capitale sociale può dunque aiutare in questo senso. Infine, nell'impostazione della CSA si può prevedere di ridurre l'accesso a capitale fisico, ad esempio permettendo la raccolta solo nei campi ed eliminando così la necessità di possedere un veicolo per la consegna dei prodotti.

Costruzioni

Molte iniziative hanno bisogno di almeno un edificio che possa fungere da ufficio o spazio di deposito, confezionamento dei prodotti. L'89% delle CSA ha accesso ad un edificio e la maggior parte delle iniziative (49%) ne possiede uno di proprietà. Quest'ultimo può essere utilizzato come punto di raccolta dei prodotti e rappresentare dunque un importante punto di contatto per i membri delle iniziative. Tuttavia, molte CSA non si appoggiano a nessun punto fisico stabile. Alcune hanno uffici sparsi, con impiegati o volontari che lavorano da casa riducendo così i costi fissi.

Mezzi di trasporto

Come detto sopra, molte iniziative si organizzano in modo da escludere il bisogno di un veicolo di trasporto. Poco più della metà ne possiede uno, con la stessa percentuale di mezzi in affitto o di proprietà. Tuttavia, la mancanza di consegna a domicilio o la concentrazione in un unico punto di raccolta può costituire una barriera per i nuovi membri potenziali: il 16% lo afferma (vedi sezione 2.2).

Attrezzatura

Le CSA hanno necessario bisogno di attrezzi adeguati per lavorare la terra. Oltre a quelli già citati come indicatori chiave, sono importanti anche gli strumenti per l'igiene, le recinzioni, la conservazione

prodotti, il vestiario etc..

Quando ci sono dei fondi a disposizione, questi coprono gran parte dell'attrezzatura necessaria. In molti altri casi, i costi per queste risorse vengono coperti grazie al commercio dei prodotti. Gli attrezzi più grandi spesso sono presi in prestito o in affitto.

Nelle iniziative che si basano principalmente sul lavoro dei volontari l'attrezzatura viene fornita da questi ultimi.

Capitale finanziario

Mentre molte CSA si basano sul mutuo supporto tra i membri e la produzione dei prodotti. In molte iniziative lo scambio centrale è il commercio di beni per denaro, anche se con un accordo che va oltre lo scambio convenzionale di mercato. Allo stesso modo, mentre molte iniziative fanno uso considerevole di volontari, molte altre dipendono anche da manodopera pagata per gran parte del proprio lavoro. Molte posseggono terre in affitto per garantirsi il proprio capitale naturale.

E' dunque essenziale che tutte le iniziative abbiano un adeguato capitale finanziario di partenza, che possano portare avanti le proprie operazioni e accumulino riserve per garantirsi una certa sicurezza.

Indicatori chiave

Flusso di denaro annuale (n=36) (Riportato o stimato)		
Range	Da £240 a £1,5 milioni	
Distribuzione	<£10k	: 44%
	£10k - £50k	: 25%
	£50k - £100k	: 9%
	>£100k	: 22%
Media	Media	: £110.000
	Mediana	: £16.000
Durata della membership	Media	: 2,5 anni
	Mediana	: 1,5 anni

Flusso di denaro/membro (n=33) (escluse 2 iniziative con pochissimi membri formali)		
Range	Da £20 a £2.500	
Distribuzione	<£100	: 33%
	£100 - £500	: 40%
	£500 - £1000	: 9%
	>£1000	: 18%
Media	Media	: £520
	Mediana	: £333

Capitale iniziale

La maggior parte delle iniziative (57%) si fonda sulle sottoscrizioni/quote versate dai membri per provvedere ai bisogni economici iniziali – alcune iniziative hanno fatto grandi investimenti basandosi sulle quote della comunità o simili.

Quasi la metà di tutte le iniziative (43%) si sono assicurate finanziamenti da fonti diverse per coprire i costi iniziali: il 37% delle iniziative ha beneficiato di donazioni, il 23% da diverse entrate.

Altre importanti fonti di finanziamento sono prestiti da parte dei membri (27%) e finanziamento locale (27%).

Entrate

Molte iniziative operano ad un livello finanziario modesto: il 44% delle CSA, soprattutto community-led, ha un flusso di denaro sotto i £10.000. Tuttavia, molte stanno lavorando su scale molto diverse: il flusso di denaro annuale varia da sotto i £1000 per comunità molto piccole a più di £500.000 per una serie di iniziative di vario tipo, incluse fattorie di proprietà della comunità e iniziative commerciali guidate dalla comunità.

La media del turnover annuale di £100.000 è influenzata dalle grandi iniziative; la mediana di £16.0000 è più rappresentativa della realtà.

Il commercio è la fonte primaria di entrate per molte iniziative: il 54% genera le loro entrate dallo scambio di prodotti. Tuttavia, quasi la metà (43%) genera entrate dai fondi: per il 29% delle iniziative oltre il 25% delle entrate proviene da qui; per l'11% oltre il 50%. Solo un piccolo gruppo di iniziative (14%) deriva le proprie entrate (tra il 20% e il 70% del totale) dai contratti con il settore pubblico.

Le quote dei membri

Molte iniziative commerciano primariamente con i propri membri, un mercato fatto da consumatori fedeli e fiduciosi che pagano in anticipo fornendo così entrate sicure e flusso di denaro necessario per

crescere in maniera sostenibile. Il 60% delle iniziative ha un periodo di sottoscrizione minimo di un anno o una stagione; l'80% accetta soltanto pagamenti in anticipo. Due terzi di tutte le iniziative (66%) commerciano anche con esterni; una minoranza (13%) commercia predominantemente con l'esterno.

Le entrate sono dunque spesso strettamente correlate al numero di membri. Il prezzo medio di una quota piccola di prodotto è di £7,59 a settimana, e le quote più sostanziose sono tipicamente intorno ai £12 per settimana. Le entrate annuali da ogni membro, dove le quote sono settimanali, variano generalmente da £3000 a £600. Nei casi in cui le iniziative hanno pochi membri o commerciano ampiamente con l'esterno, il flusso di denaro per membro è considerevolmente più alto.

A seconda della portata delle azioni commerciali che si aggiungono alla produzione, le entrate possono essere limitate anche dalle terre disponibili. La figura 2.3a mostra il turnover di alcune imprese comparato con il numero di membri ed il territorio a disposizione.

Altre fonti di entrate

I finanziamenti pubblici sono un'importante fonte di entrate aggiuntive, in particolare per le nuove iniziative: il 27% di tutte le imprese genera più di un quarto delle loro entrate da questi finanziamenti. Il 48% afferma di fornire servizi di formazione dai quali derivano alcune fonti di sostentamento. I finanziamenti dovrebbero essere visti come una soluzione a breve termine per portare alla sostenibilità finanziaria: l'85% delle iniziative si aspettano una più grande percentuale di incassi nei prossimi tre anni.

2.5 Gli impatti della CSA

E' comprovato che le CSA hanno un impatto benefico sui partecipanti e sulle comunità in senso lato. I benefici includono gli impatti diretti delle iniziative- fornitura di cibo sostenibile, buona gestione delle terre, offerte di lavoro, volontariato e opportunità di formazione - e effetti indiretti - come promuovere il benessere e la coesione sociale e contribuire all'economia locale.

Nonostante operi a livello strettamente locale, la CSA è spesso motivata da una consapevolezza di problematiche ambientali globali. Il suo impatto è triplice: influenzare il cambiamento grazie ad un aumento della consapevolezza ed incoraggiare un comportamento sostenibile; fornire cibo a basso impatto ambientale; migliorare l'ambiente locale attraverso una corretta gestione delle terre.

Impatto sui partecipanti

Gli attori coinvolti in un CSA sono i suoi membri, i volontari e gli impiegati, con una certa sovrapposizione tra le varie categorie.

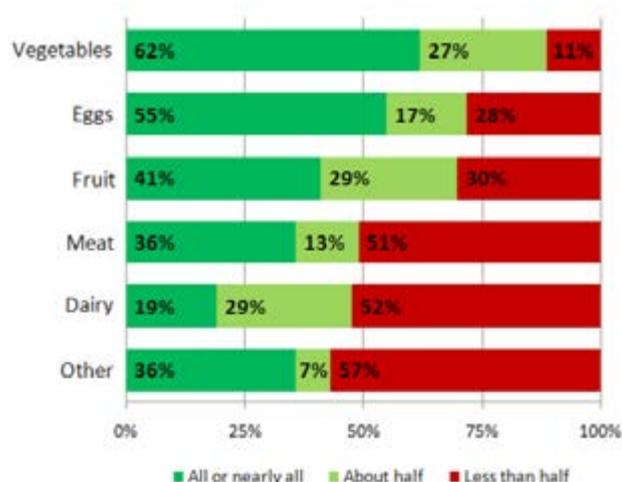
Fornire cibo di buona qualità

Lo scopo primario di molte iniziative di CSA è fornire prodotti di un certo livello ai propri membri. Molti soci citano l'accesso a cibo sostenibile, salutare e di buona qualità come una ragione chiave del loro coinvolgimento. Le iniziative coprono una porzione significativa del fabbisogno dei loro membri con prodotti predominantemente locali, stagionali e prodotti secondo principi organici e sostenibili - sia di produzione propria che provenienti da altre fonti.

Le iniziative che producono verdura e ortaggi riforniscono al 62% dei loro membri tutto o quasi tutto quello di cui hanno bisogno; le iniziative che producono carni coprono il 36% della domanda complessiva.

Figura 2.5a (n=365)

Quota di fabbisogno familiare coperto da una CSA



Per il 63% delle iniziative fornire un servizio che manca da parte di enti pubblici o privati rappresenta una priorità medio-alta. Nonostante sia molto più probabile che i membri delle CSA godano di entrate nella media, vediamo rappresentate tutte le fasce di reddito: il 12% dei membri hanno un'entrata annuale familiare che va sotto i £15.000. Per il 37% delle iniziative fornire un servizio a coloro che sono a rischio di esclusione sociale è un obiettivo prioritario. Un paio di iniziative offrono sconti ai più disagiati, anche se alcune lo fanno in cambio di lavoro.

Incoraggiare comportamenti sostenibili

Molte iniziative citano la crescita di consapevolezza sulle problematiche ambientali come un obiettivo importante, spesso condiviso dai membri. Le CSA non attirano semplicemente persone con una certa coscienza ambientale, ma diffondono un più generale cambiamento di attitudine verso la sostenibilità. Il 70% dei membri afferma che le proprie abitudini alimentari e culinarie sono cambiate, prima di tutto con l'utilizzo di prodotti locali, sostenibili e salutari. Il 66% conferma che il proprio comportamento d'acquisto è cambiato, principalmente verso l'acquisto di prodotti locali in aggiunta a quelli delle CSA.

“ *E' cambiato il nostro modo di pensare al cibo e agli acquisti alimentari, in accordo con la stagionalità dei prodotti e l'utilizzo di scarti che non avevamo mai considerato prima. E' stata una transizione facile e piacevole e siamo molto contenti.*

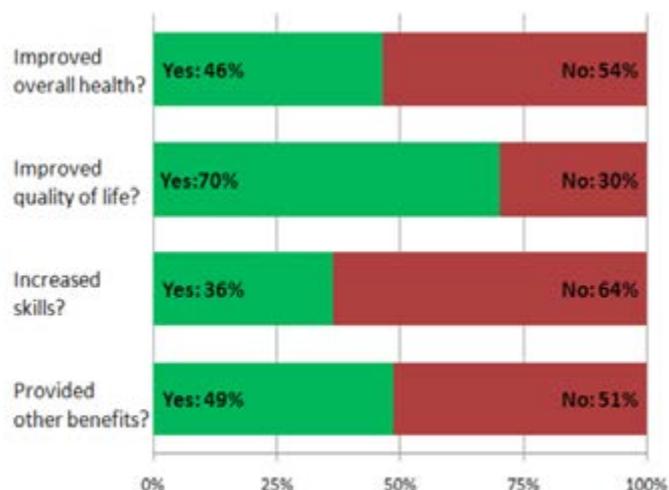
Prima di entrare a far parte di una CSA, il 73% dei membri comprava regolarmente al supermercato, dopo l'ingresso solo il 51% ne è rimasto frequentatore regolare. Molti membri con bambini sottolineano l'importanza del loro coinvolgimento per sviluppare nei loro figli una certa consapevolezza del buon cibo e della sostenibilità.

Promuovere il benessere

Molti membri attribuiscono alle CSA effetti benefici sulla qualità della vita, la salute ed altri aspetti legati al benessere.

Figura 2.5b (n=343)

Effetti attribuiti dai membri al coinvolgimento in un'iniziativa di CSA



Il 70% dei membri delle CSA sostiene che la propria qualità della vita sia complessivamente migliorata, molti riportano un miglioramento del loro stato di salute e citano altri benefici, in primo luogo sociali (es. Nuove amicizie) ma anche formativi (es. Maggiore conoscenza dell'agricoltura) e legati all'ambiente naturale (maggiore consapevolezza della stagionalità dei prodotti). L'impatto positivo sul benessere è

esemplificato dalle seguenti citazioni:

“ *Porter fare la mia parte nella crescita di un'iniziativa così bella mi fa sentire profondamente felice. E' positiva per la salute mentale, per gli agricoltori, per il cibo e l'ambiente – essere parte del sistema ed incontrare gli agricoltori al mercato è molto importante. La vita è più bella quando si è parte di un gruppo.*

“ *[La nostra CSA offre] maggiore connessione tra l'uomo e la natura.*

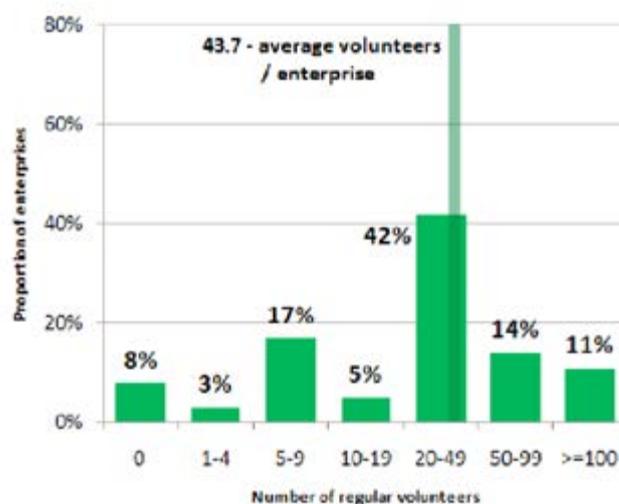
“ *Mi sento coinvolto nella produzione del cibo che mangio e sono diventato più legato alla terra” “Mi sento un pò più felice adesso che so che il nostro denaro ed il nostro supporto va agli agricoltori e ad una struttura comunitaria che porta così tanti benefici per l'ambiente ed il vicinato.*

Opportunità di volontariato

La maggioranza delle iniziative (92%) fornisce opportunità di volontariato – con la media di 44 volontari per impresa e più di 100 in alcuni casi.

Figura 2.5c (n=36)

Volontari/impresa



Molte opportunità di volontariato provenienti dalle CSA vengono colte

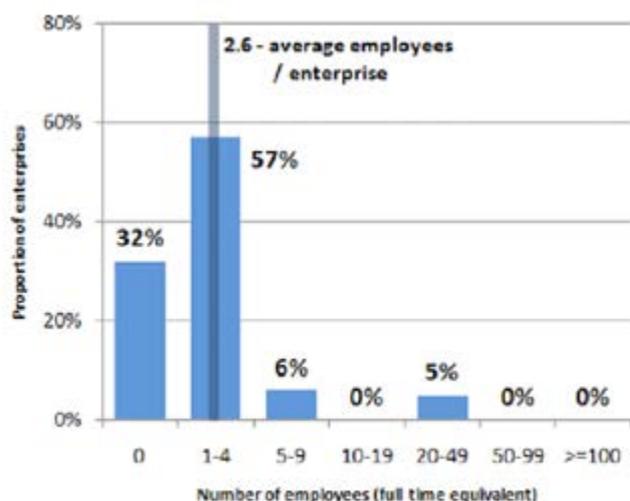
dai membri stessi: il 36% è impegnato in attività di questo tipo. Il rapporto volontari/membri (media di 0,51 volontari/membri; mediana 0,25; esclusa un'iniziativa con pochissimi membri) conferma gli alti livelli di volontariato, anche da parte di coloro che non sono membri effettivi di un'iniziativa.

Molte iniziative (87%) affermano che i loro volontari rappresentano in grande parte la comunità locale.

Lavoro

Più di due terzi delle iniziative forniscono opportunità di lavoro – con una media di 2,6 impiegati a tempo pieno e più di 20 in alcuni casi – sia in aree rurali povere che in aree urbane.

Figura 2.5d (n=37)
Impegnati (full time)/impresa



Le CSA registrano alti livelli di impiego in contrasto col resto del settore agricolo. Soltanto tra le iniziative che posseggono terreno da coltivare, il numero medio di impiegati per acro è di 0,34 (l'equivalente di 0,14 impiegati/ettaro).

In tutto il settore agricolo nel Regno Unito una forza lavoro complessiva di 446.000 (full-time, part-time e lavoratori saltuari nel 2006) è impiegata su più di 17 milioni di ettari¹, con una media di 0,027 impiega

1 Dati provenienti da "L'agricoltura nel Regno Unito 2010", Defra (2011), tratti da <http://www.defra.gov.uk/statistics/>

ti per ettaro.

Le CSA possono, inoltre, fornire una via d'accesso all'agricoltura per nuovi adepti per i quali gli approcci convenzionali sono meno attrattivi e meno accessibili. I nuovi progetti spesso iniziano su piccola scala e possono crescere pian piano con nuove competenze e l'esperienza acquisita. La CSA può essere descritta come un ambiente di supporto.

Il piano di apprendistato della Soil Association² dimostra che molti ragazzi mostrano interesse per la CSA come positiva opportunità di carriera. Cinque iniziative di CSA hanno ospitato apprendisti, e 13 tra questi hanno continuato a lavorare in una CSA o ne hanno fondato una.

Formazione

Le iniziative di CSA sviluppano il loro capitale umano attraverso la formazione dei propri membri, volontari ed impiegati. Molte offrono formazione formale o informale (71%) e una percentuale ancora più ampia (71%) conta l'istruzione tra i prodotti e servizi erogati. Il 36% dei membri afferma di aver migliorato le proprie competenze.

Alcune iniziative offrono piani di apprendimento più lunghi (per esempio Growing Communities, vedi sezione 3.7 per il case study) mentre altre fanno parte del piano di apprendistato della Soil Association (come Wellington CSA e Growing with Grace).

Supporto ad imprese più ampie

Le CSA possono giocare un ruolo importante nel supportare imprese agricole più ampie o imprese sociali fornendo entrate aggiuntive diversificate ed opportunità promozionali. Esse possono rifornire il mercato con produzione su piccola sca-

foodfarm/cross-cutting/auk/

2 <http://www.soilassociation.org/Enablingchange/Apprenticeshipscheme/tabid/240/Default.aspx>

la ma non riuscire a vendere in altri contesti. Molte iniziative costituiscono parte integrante di imprese più ampie: quelle guidate dai produttori sono di solito una divisione di un'attività più ampia; altre vengono gestite da imprese comunitarie che organizzano farmers' market, offrono formazione o altri servizi.

Diverse imprese considerano la CSA un elemento che ha giocato un ruolo essenziale nell'assicurare la viabilità economica della loro attività, sia contribuendo direttamente ad assicurare delle entrate, sia attraendo i consumatori per altri elementi.

Il reddito annuale delle imprese dalla vendita alla sottoscrizione dei membri varia da meno di £5000 a più di £250.000. Molte tra le imprese più "povere" sono quelle neonate, mentre le altre sono limitate strutturalmente o hanno accesso limitato alla terra. Il flusso di denaro e le imprese più solide dimostrano che le CSA custodiscono un certo potenziale nel fondare basi percorribili per vendite più sostanziose.

Impatto sulle comunità

Il successo di una CSA dipende da quanto i membri apprezzano i benefici del loro coinvolgimento e da come ne valutano gli impatti.

L'offerta di benefici per i membri e le loro comunità è estremamente sostanziosa.

Contribuire allo sviluppo dell'economia locale

Per i produttori e le imprese coinvolte, le CSA offrono un mercato accessibile e relativamente sicuro per una produzione sostenibile e di alta qualità. Una caratteristica chiave del modello è che i produttori hanno maggiore certezza delle loro entrate a prescindere dal raccolto, oltre a maggiore protezione: l'85% delle CSA lavorano con pagamenti in anticipo.

Molte iniziative, soprattutto le nuove, sono

molto piccole economicamente. Il 58% ha un reddito annuale di £20.000. Ma diverse sono molto più grandi: il 17% ha entrate superiori a £100.000, incluse un gruppo con più di £500.000.

Le CSA sono molto dinamiche: il 22% non ha piani di sviluppo, mentre il 38% vorrebbe espandersi, il 56% vorrebbe accrescere la loro offerta ed il 31% diversificare la produzione. Una grande maggioranza di iniziative ha riportato una crescita sul turnover tra il 2009 ed il 2010.

Il 67% ha registrato profitto nell'ultimo anno, l'89% di questo è stato reinvestito all'interno della CSA; il 17% ha investito in nuovi progetti o attività nella comunità. Nessuno ha redistribuito gli utili tra i membri.

Le iniziative beneficiano anche di altre fonti di entrate, sia dirette (soprattutto attraverso il commercio coi loro produttori) che indirette, con attività legate alla CSA (ad esempio membri che alloggiano nelle aziende agricole o visitano i negozi locali). I membri delle CSA coprono la maggior parte del loro fabbisogno alimentare, per la restante parte comprano prodotti locali contribuendo così allo sviluppo dell'economia.

Contribuire alla coesione sociale

Quasi la metà (45%) dei membri di CSA sentono che la loro iniziativa ha avuto un impatto molto ampio sulla comunità, spesso unendo le persone o offrendo un punto focale per l'attività della comunità.

Alcune CSA più radicate e ben sviluppate hanno sviluppato o supportato attivamente imprese sociali.

Gestione sostenibile del territorio

Come descritto nella sezione 2.4 (Capitale naturale), le CSA tendono a gestire meglio le proprie terre, seguendo un modello di produzione sostenibile e favorendo la

biodiversità agroalimentare. Le iniziative sono molto spesso aperte e comunicative rispetto alla loro gestione del territorio.

Impatto più ampio

Nonostante le iniziative di CSA tendano ad essere relativamente piccole, con alcune eccezioni, il loro impatto economico è sproporzionatamente significativo.

Le CSA di successo contribuiscono in modo diretto alla crescita delle economie locali attraverso l'impiego di risorse ed altre spese, in particolare il commercio con gli altri produttori del posto. Indirettamente, le CSA possono aiutare a creare un potenziale economico attraverso la formazione e le opportunità di volontariato.

3. CSA in azione: Case Study

3.1. Bungay Community Bees

Storia e organizzazione	
Approccio	Iniziativa guidata dalla comunità
Nascita	Aprile 2010
Location	Bungay, Suffolk
Prodotti, servizi e prezzi	<p>Formazione: I volontari offrono alle scuole locali l'opportunità di fare esperienza e capirne di più sulle api e gli altri impollinatori.</p> <p>Servizi di impollinazione: offerti attraverso programmi di piantagione di fiori di campo e gestione degli sciami</p> <p>Miele e altri prodotti: Non è lo scopo primario, ma quando sono disponibili i prodotti vengono distribuiti tra i membri</p>
Quota associativa	£20 all'anno
Vacanze	N/A
Pagamento	Annuale tramite assegno, bonifici o contanti
Forza lavoro	Volontaria
Distribuzione	N/A
Produzione	3 siti di produzione su Bungay
Commercio	N/A

Panoramica

Bungay Community Bees, nata nel 2010, è stata la prima CSA dedicata all'apicoltura in Inghilterra. In comune con le altre iniziative permane lo schema di raccolta di denaro dalle sottoscrizioni dei membri per portare avanti le attività produttive, a differenza delle altre però il prodotto primario di questa CSA non è tangibile trattandosi di un mix di formazione ed altri servizi per l'ecosistema.

Arrivata rapidamente a 50 membri, Bungay Community Bees opera su tre siti a Bungay e lavora anche con membri che gestiscono le proprie api. Insieme all'apicoltura, i volontari del gruppo portano avanti altri due progetti correlati: piantagioni per le api e formazione.

Bungay Community Bees lavora con i proprietari terrieri, le scuole locali, le attività e i residenti per migliorare la qualità e la continuità del cibo ricercato dalle api e accrescere la consapevolezza del ruolo vitale

che queste ultime giocano nell'ecosistema ed in particolare nella produzione del cibo. Bungay Community Bees è stata fonte di ispirazione per altri gruppi e incoraggiato la propria organizzazione sorella, Sustainable Bungay, ad applicare i principi della CSA ad altre micro imprese.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	8
Volontari/membri	0,16
Impiegati	0
Impiegati/acro	0

Capitale sociale	
Struttura legale	Parte di Sustainable Bungay, associazione di volontariato indipendente
Gestione	Comitato di volontari riporta regolarmente ai membri
Membri	50 (Settembre 2011)
Durata della sottoscrizione	1 anno

Capitale naturale	
Terra lavorata	Meno di 0,5 acri. L'apicoltura non ha bisogno di grandi spazi
Gestione della terra	Accordo con i proprietari – no affitto formale
Miglioramenti alla terra	Gli alveari sono situati in terra con alti standard ambientali. BCB lavora con i residenti locali ed i proprietari terrieri per incoraggiare pratiche agricole a favore delle api

Capitale fisico	
Costruzioni	Uso di palazzi per la conservazione dell'attrezzatura e per incontri negoziati con i proprietari terrieri
Attrezzatura	Alveari, attrezzatura per l'apicoltura, attrezzatura per la produzione del miele

Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£2250 (anno a Marzo 2011)
Flusso di denaro/membro	Approssimativamente £65
Riserve	£500 (Marzo 2011)
Entrate previste 2011/2012	£3500

Storia

All'inizio del 2009 Elinor McDowall e Gemma Parker, membri di Sustainable Bungay, un'iniziativa di transizione al confine nord

del Suffolk, si interessarono sempre di più della situazione difficile in cui versavano le api da miele e gli altri impollinatori. Il calo globale delle popolazioni di api e l'evidente connessione con l'apicoltura intensiva industriale insieme all'interesse per aspetti legati all'ambiente e all'economia locale ha spinto la Sustainable Bungay a pagare un corso di apicoltura per Gemma e Elinor.

Mettere su degli alveari non è poi così caro, ma per due inesperte come Elinor e Gemma i £600 di investimento iniziale erano una barriera significativa. In più, le ragazze non si sentivano fiduciose di poter portare avanti gli alveari senza un supporto esterno. Lavorando con gli altri membri della Sustainable Bungay svilupparono dunque un piano di business quinquennale che avrebbe portato Bungay Community Bees ad essere un'iniziativa comunitaria che avrebbe fornito ai propri soci miele ed altri prodotti, accesso agli alveari e opportunità di apprendimento nell'ambito dell'apicoltura.

“*Mentre buttavamo giù il business plan, e anche dopo l'uscita del comunicato stampa, pensavo che tutto ciò non avrebbe mai funzionato – chi si sarebbe iscritto? Non credevo che potessimo avere un simile responso. Non ci credo ancora!*

Elinor McDowall | Membro fondatore

Nella primavera del 2010 Sustainable Bungay pubblicò una serie di comunicati stampa che descrivevano il problema delle api e citavano la Bungay Community Bees come possibile soluzione. I media locali, subito attirati dalla storia, invitarono Elinor e Gemma a prendere parte a programmi televisivi e radiofonici, oltre a scrivere articoli sulla stampa locale.

Tutto ciò, insieme alla presenza sul sito della Sustainable Bungay, attrasse i primi 35 soci. Si pensava che questi non fossero ancora sufficienti per portare avanti il piano sviluppato dalle due fondatrici e invece

durante il primo anno Bungay Community Bees comprò e ricevette in regalo l'attrezzatura necessaria per costruire 6 alveari in 2 siti, superando il piano originario (2 alveari nel primo anno).

Questo gli permise di dedicare la stagione 2010/11 allo sviluppo del loro approccio all'apicoltura e alla formazione degli apicoltori tradizionali. A quel tempo i membri attivi si incontravano regolarmente, sia per ispezionare gli alveari che per pianificare le attività.

L'iniziativa era capitanata da un comitato centrale composto da 6 o 7 persone , tra cui due apicoltori ed altri deputati alla gestione di attività di formazione e diffusione delle piante per le api. Nessuno era stato eletto formalmente ed il comitato operava sotto lo statuto di Sustainable Bungay. Il gruppo cercò consigli su come impostare una struttura legale, ma per via delle piccole dimensioni alla fine decise di rimanere parte effettiva della Sustainable Bungay.

Impatto

In quanto organizzazione molto giovane, l'impatto della Bungay Community Bees è difficile da quantificare. Tuttavia, la CSA ha creato tre nuovi siti di alveari, incoraggiando 50 persone ad implicarsi in maniera diretta nell'apicoltura come parte di una comunità di supporto oltre ad avere ispirato diverse iniziative simili in altre parti del Regno Unito.

“*L'apicoltura naturale è spesso vista con sospetto da parte degli apicoltori tradizionali che temono che questa possa portare a dei problemi o pensano semplicemente che non si tratti di un approccio serio. Giacché siamo membri del Waveney Beekeepers Group e abbiamo lavorato con loro e ascoltato i loro consigli, dovremmo essere riusciti a convincerli della serietà del nostro impegno.*

Gemma Parker | Membro fondatore

Nel 2011 il gruppo di formazione ha lavorato con 400 bambini delle scuole vicine ed il loro Bungay Beehive Day ha attirato circa 1000 visitatori stimati.

Il programma di piantagione per le api, che è iniziato nel 2012, è ancora attivo insieme agli agricoltori locali e i proprietari terrieri. Per i prossimi anni si aspettano un numero significativo di fiori e piante che possano attrarre le api.

Insegnamenti

- L'approccio della CSA è flessibile ed è efficace nell'unire una comunità. Può essere applicato ad un'ampia varietà di imprese comunitarie, non solo quelle il cui primo obiettivo è la produzione di cibo o prodotti locali.
- L'esperienza di Bungay Community Bees dimostra che il prodotto tangibile (in questo caso il miele) può anche essere di secondaria importanza rispetto ad una serie di benefici intangibili come la formazione, la condivisione delle esperienze, la creazione di coesione sociale.
- Un modello di CSA, applicato su piccola scala, può creare fiducia nel gruppo e capacità di comunicarne i principi all'intera comunità. Nel caso di Sustainable Bungay il successo di Bungay Community Bees ha incoraggiato il gruppo ad applicare lo stesso approccio ad altre piccole attività.
- Le iniziative gestite in toto da volontari possono correre il rischio di sovraccaricamento del lavoro e non riuscire a svilupparsi correttamente. Il gruppo centrale di Bungay Community Bees ha raggiunto il limite delle proprie capacità e senza l'apporto di uno staff di apicoltori pagati dovrà lottare per ottenere i primi successi.
- Il supporto esterno è essenziale per lo

sviluppo di una CSA: senza la formazione professionale Elinor e Gemma non sarebbero state in grado di lanciare la CSA. Entrambe sentono ancora il bisogno di consigli esterni sul governo dell'iniziativa e sull'aspetto finanziario ed il supporto di organizzazioni vicine è stato vitale.

- Forti legami con gli esperti locali, i gruppi comunitari, le imprese e i media migliorano di gran lunga le possibilità di successo e facilitano la fase iniziale. Nel caso di Bungay Community Bees, lo scetticismo degli apicoltori locali è stato superato grazie al legame forte con la British Beekeepers Association e la prontezza di ingaggio nei loro confronti.

3.2. Camel CSA

Storia e organizzazione	
Approccio	Iniziativa guidata dalla comunità
Nascita	2009
Location	St Kew Highway, Cornwall
Prodotti, servizi e prezzi	Quote settimanali del raccolto di verdure Grande/ standard/ piccola £60 / £32 / £20 al mese
Quota associativa	£2 (£1) al mese
Vacanze	Rimborso previsto per gli ordini cancellati
Pagamento	Mensile o settimanale; 1 settimana di pre-avviso per cancellare l'ordine
Forza lavoro	Volontari
Distribuzione	1 punto di raccolta; altri punti in pianificazione
Produzione	Ampia gamma di verdure
Commercio	Prodotti aggiuntivi acquistati dai produttori locali

Panoramica

La Camel Community Supported Agriculture è un gruppo comunitario che coltiva i propri prodotti usando principi organici per offrirne delle quote settimanali ai propri membri.

Il gruppo lavora su un appezzamento di 2,5 acri in affitto da una fattoria vicina che produce anch'essa prodotti vegetali e li vende al St Kew Harvest Farm Shop.

Nata nel 2008 e inizialmente basata sul lavoro volontario di un piccolo appezzamento di terreno, la CSA si è aggiudicata dei fondi dalla Lottery's local Food Fund nel 2010 e adesso distribuisce più di 50 cassette a settimana, assume degli impiegati, lavora gran parte delle terre a disposizione, possiede un deposito per gli attrezzi ed un trattore.

Costituita come una comunità di interesse, Camel ha un consiglio direttivo eletto dai propri membri. All'inizio dello sviluppo dell'iniziativa il gruppo ha deciso di acquistare prodotti da altri produttori locali per integrare la produzione propria. Inspirata dal modello delle Growing Communities Camel vede nella sua attività un modo per supportare le altre imprese del posto, rafforzare il sistema alimentare locale ed assicurare continuità e una buona varietà di prodotti ai propri membri.

I soci di Camel sono contenti di rendere il proprio appezzamento accessibile e usato da gran parte della loro comunità. Oltre a giornate di apertura e opportunità di volontariato per i propri membri, la CSA organizza anche visite per le scuole e per altri gruppi interessati. Nel 2010 il consiglio direttivo ha reclutato un coordinatore delle partnership per sviluppare queste connessioni e l'impatto di questo lavoro è valutato e supportato dai ricercatori della Exeter University.

Camel sta crescendo sempre di più e ha intenzione di portare a 70 il numero di cassette per la stagione del 2012 oltre ad offrire una vasta gamma di opportunità per i visitatori e i volontari

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	34
Volontari/membri	0,64
Impiegati	1
Impiegati/acro	0,4

Capitale sociale	
Struttura legale	Comunità di interesse con scopo di lucro
Gestione	Consiglio direttivo eletto dai membri
Membri	53
Durata della sottoscrizione	1 anno
Capitale naturale	
Terra lavorata	2,5 acri
Gestione della terra	Affitto, contratto da 5-10 anni
Miglioramenti alla terra	Diversificazione della produzione, gestione della terra secondo principi organici e biodinamici, crescita di siepi ed alberi, aree verdi, accessibilità

Capitale fisico	
Costruzioni	Di proprietà
Attrezzatura	Trattore in prestito; altra attrezzatura di proprietà (attrezzi per la coltivazione, l'irrigazione ed il raccolto)

Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£60.000
Flusso di denaro/membro	Approssimativamente £1.100
Riserve	n/a

Storia

Camel Community Supported Agriculture, in St. Kew in Cornwall, è nata come risultato di incontri e discussioni organizzate da iniziative di transizione locali, ma non è strettamente connessa a nessuna di queste in particolare. Nata nel 2008 Camel ha cominciato a commerciare all'inizio del 2009.

Pur essendo un'iniziativa guidata dalla comunità, la CSA ha una relazione molto stretta con il proprio affittuario che, oltre a gestire un piccolo negozio di prodotti agricoli locali, è stato parte del primo consiglio direttivo e continua tutt'ora ad offrire consulenza e supporto. Inoltre, Camel ha il vantaggio di avere diversi orticoltori ingaggiati ogni giorno nelle attività di produzione, sia volontari che sotto pagamento.

Durante il primo anno le attività erano portate a termine esclusivamente da volontari ed il gruppo era capace di coltivare solo una piccola parte del terreno a disposizione. Man mano che la struttura si è consolidata ed è cresciuta, i fondi ottenuti dalla Big Lottery's Local Food Fund le hanno permesso di accrescere il proprio capitale acquistando un trattore, dell'attrezzatura e persino pagando un impiegato part-time.

I volontari di Camel raccolgono i prodotti in cassette ogni venerdì mattina, i membri vengono a prenderle il venerdì pomeriggio o in alcuni casi durante il fine settimana. Al momento non c'è un sistema di consegna formalizzato per cui alcuni membri raccolgono anche le cassette di coloro che non riescono a venire in fattoria.

Impatto

Nonostante accresca sempre di più la propria produzione e migliori la continuità del rifornimento Camel è consapevole di quanto sia improbabile riuscire a coltivare un volume di prodotti sufficiente a rifornire i suoi membri per tutto l'anno. Anziché vedere questo aspetto come una limitazione,

Camel ha pensato di abbracciare il modello delle Growing communities comprando verdura (e a volte anche frutta) dagli altri produttori locali che lavorano con standard simili.

Queste relazioni commerciali costituiscono una parte essenziale nella costruzione di un sistema alimentare resiliente.

Forse per via delle sue origini di gruppo di mutuo sostegno senza fondi esterni, Camel ha un'eccellente cura del volontariato. Diverse squadre di membri si assumono la responsabilità di specifiche aree di lavoro: un gruppo di una dozzina di soci raccoglie i prodotti ogni settimana, un altro gruppo sistema le cassette pronte per essere ritirate mentre altri lavorano sulla coltivazione, sul marketing o sulla comunicazione. Camel ha anche sviluppato un team di coordinamento con ottime competenze – dalla gestione del sistema, all'orticoltura alla comunicazione.

Il piano di business promette all'iniziativa una crescita regolare per i prossimi due anni ed il gruppo è consapevole che espandere la base di soci potrebbe rivelarsi sfidante; la CSA si trova in un'area rurale poco accessibile dai mezzi pubblici e con un reddito medio basso. C'è anche il rischio che il gruppo così ben organizzato e stabilito possa sembrare chiuso o difficilmente accessibile da potenziali nuovi membri.

Camel sta cercando di superare queste difficoltà attraverso un programma di apertura e l'impiego di un coordinatore delle partnership che possa rendere la fattoria più accessibile alle scuole, alla comunità e ad altri gruppi. Allo stesso tempo il team di gestione sta esplorando alcune opportunità di lavoro con imprese alimentari locali, tramite ad esempio la creazione di nuovi punti di raccolta in città vicine per coloro che non riescono a raggiungere St. Kew.

Insegnamenti

- La stretta relazione di Camel con i produttori locali, incluso il proprio affittuario, ha fornito al gruppo accesso alla terra ed esperienza e ne ha garantito la crescita e la sicurezza.
- Lavorare sugli accordi locali e vedere la CSA come molto di più che uno spazio deputato alla produzione di frutta e verdura, ha permesso a Camel di coinvolgere un'ampia comunità non direttamente interessata a prenderne parte.
- Iniziando come una piccola realtà e crescendo pian piano insieme ai suoi volontari, Camel sta emergendo come un'impresa sociale forte e ben organizzata.
- La buona comunicazione è importante tanto quanto il buon marketing. Camel ha un sito internet attivo e si assicura che la propria storia sia regolarmente ripresa dalla stampa locale. Questo aiuta ad avvicinare i membri e a rafforzare il senso di appartenenza.
- I fondi provenienti da terze parti possono essere visti in maniera negativa dalle altre imprese, in particolare da quelle che non ne sono state beneficiarie.

3.3. Canalside Community Food

Storia e organizzazione	
Approccio	Iniziativa guidata dalla comunità
Nascita	2007
Location	Radford Semele, vicino Leamington Spa
Prodotti, servizi e prezzi	Cassette di verdura settimanali Grande/ piccola/ mini £58,50 / £39 / £26 al mese Frutta 1-2 (o più) tipi a settimana £20 al mese
Quota associativa	£2 (£1) al mese
Vacanze	Nessun rimborso
Pagamento	Mensile tramite ordine; 2 mesi di preavviso per cancellare l'ordine
Forza lavoro	3x3 ore di lavoro su turni richiesto all'anno
Distribuzione	2 punti di raccolta: fattoria e città (£2,20/mese extra)
Produzione	Ampia gamma di verdure e frutta
Commercio	Solo miele, funghi, farina e succhi di mela vengono acquistati per rivenderli ai membri

Panoramica

Canalside Community Food mira a "fornire frutta e verdura del posto, fresca, biologica e stagionale oltre a coinvolgere i residenti locali nel processo di produzione del cibo che essi stessi mangiano".

Canalside crede fortemente nella sua attività di distribuzione di verdure provenienti interamente da produzione propria e distribuisce con successo cassette settimanali dall'estate del 2007. La CSA attualmente offre circa 130 cassette a settimana, coltivando gli 8 acri di terra certificata a Leasowe Farm.

Il coinvolgimento della comunità nella produzione del cibo è molto importante per Canalside ed i suoi membri sono invitati a visitare la fattoria, offrire lavoro volontario e prendere parte a numerosi eventi sociali nel corso dell'anno.

Con l'aiuto di un finanziamento del Local Food Fund, nel 2009 è partita anche la produzione di frutta durante la stagione. Una piccola quantità di prodotti aggiuntivi è disponibile per l'acquisto da parte dei

membri, ad esempio funghi e farina da Leasowe Farm e miele o succo di mela del posto.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	33
Volontari/membri	0,25
Impiegati	1 full time, 4 part time, alcuni lavoratori stagionali
Impiegati/acro	0,25
Capitale sociale	
Struttura legale	Società a responsabilità limitata (srl)
Gestione	Consiglio direttivo eletto dai membri
Membri	Approssimativamente 130 iscritti + 30 membri sociali
Durata della sottoscrizione	1 anno
Capitale naturale	
Terra lavorata	8 acri
Gestione della terra	Affitto, contratto da 5-10 anni
Miglioramenti alla terra	Diversificazione della produzione, gestione della terra secondo principi organici e biodinamici, crescita di siepi ed alberi, aree verdi, accessibilità
Capitale fisico	
Costruzioni	In affitto/Di proprietà
Attrezzatura	Trattore in affitto; veicolo per la distribuzione in prestito; altra attrezzatura di proprietà
Capitale finanziario	
Flusso di denaro	Approssimativamente £55.000
Flusso di denaro/membro	Approssimativamente £425
Riserve	n/a

Storia

Le origini di Canalside Community Food risalgono al 2005, quando Tom e Caz In-gall, che erano recentemente ritornati a Leasowe Farm, pensarono per la prima volta di mettere su una CSA con Judy Steele, del gruppo locale Agenda 21 Environmental Action Group, e Gareth Davies di Garden Organic, della vicina Ryton Gardens.

Canalside Community Food fu fondata come S.r.l. nel 2006 dopo un incontro pubblico al quale fecero parte 80 persone. La produzione cominciò nel 2007 su 7 acri di terra ceduti a Canalside da Leasowe Farm e precedentemente usati per una cooper-

attiva di allevamento che forniva carne di maiale ai propri membri e preparava la terra alla coltivazione.

La manodopera era essenzialmente volontaria nei primi anni anche se c'erano alcuni impiegati dall'inizio della produzione. Guida e consigli sull'orticoltura venivano forniti dal Garden Organic e Tom aveva fatto volontariato presso Ryton Gardens per apprendere i principi dell'orticoltura biologica.

Il capitale iniziale è stato fornito da un prestito di £10.000 da parte di un membro della comunità. Il prestito è stato ripagato in 5 anni, dividendo i costi iniziali tra i membri durante questo periodo.

Canalside ha iniziato a distribuire prodotti nell'estate del 2007, inizialmente a 60 iscritti. Nel 2009 un finanziamento da parte del Local Food Fund ha permesso di piantare anche alberi da frutta.

Attività

Canalside produce attualmente l'equivalente di circa 130 piccole razioni ogni settimana, insieme a cassette prova e vendita di circa il 10% dei prodotti nei negozi locali.

La CSA è un'entità separata da Leasowe Farm, che lavora su terra in affitto. Tuttavia, c'è un rapporto forte e mutuamente benefico tra le due parti. Canalside può così godere di una certa sicurezza sul terreno e può fare uso delle infrastrutture della fattoria, come i trattori o altri attrezzi e un moderno granaio per conservare il raccolto durante l'inverno. Leasowe Farm, di riflesso, può beneficiare della certezza di avere un buon affittuario e della buona relazione con i membri di Canalside: questi ultimi possono acquistare prodotti come funghi shiitake o farina macinata a pietra.

Canalside crede fortemente nella sua attività di distribuzione di verdure provenienti

interamente da produzione propria e distribuisce con successo cassette settimanali dall'estate del 2007.

La brochure promozionale che riporta lo slogan " Tutte le tue verdure dalla nostra terra" riassume bene i desideri espressi dai membri. Will, il coltivatore, vede dei benefici anche nell'opportunità sfidante di produrre quante più varietà di prodotti possibili nel corso dell'anno.

Un numero limitato di frutti di stagione è stato prodotto recentemente tra fine agosto e fine novembre, fornendo una razione settimanale di uno, due o tre tipi di frutta. Finché gli alberi da frutta non raggiungono la produzione totale, prodotti aggiuntivi vengono raccolti da terre vicine, facendo uso di aggiunte non volute.

Canalside coinvolge con molto successo i propri membri: circa la metà sono regolarmente attivi al di là del ritiro della propria razione, anche se Tom vorrebbe vedere ancora più partecipazione.

Molti soci visitano la fattoria settimanalmente per raccogliere le proprie verdure e possono fare una passeggiata tra i campi o unirsi ad una sessione di lavoro volontaria, che ha luogo ogni mercoledì e sabato per coincidere con i giorni di raccolta.

Ai soci viene richiesto di contribuire con almeno 9 ore di lavoro volontario all'anno e un numero limitato lavora 3 o 4 ore a settimana in cambio di una cassetta medio-grande di prodotti.

“ *La comunità viene prima di tutto a Canalside – come nel nome stesso dell'iniziativa, la comunità viene anteposta al cibo*
Abbie, assistente coltivatore

Un ricco calendario di eventi sociali scandisce la vita della fattoria durante l'anno. Le attività più recenti comprendono dei weekend di campeggio, attività comunitarie come la costruzione di un forno con la terra o altre tradizioni.

“*Lavorare in una fattoria è un’esperienza fantastica – lavorare insieme agli altri membri e sapere che stai facendo la tua parte nella produzione del cibo che tu stesso raccoglierai e mangerai. C’è un vero senso di comunità a Canalside e mi piace molto partecipare agli eventi sociali, incontrare gli altri membri, condividere il cibo e sedere attorno al fuoco*

Socio e volontario di Canalside

La location di Leasowe Farm è perfetta essendo vicina alle città di Leamington Spa (3 miglia, popolazione di circa 40.000 abitanti) e Warwick (5 miglia, popolazione di 25.000 abitanti), ciò permette ai membri di accedere facilmente alla fattoria per ritirare le loro razioni, fare volontariato o partecipare agli eventi sociali.

La fattoria è anche vicina a Ryton Gardens, l’orto di Garden Organic (l’ex Henry Doubleday Research Association) che oltre ad aver dato numerosi consigli a Canalside nei primi giorni le ha permesso l’uso delle proprie serre per la crescita di piante dai semi.

Fin dall’esordio Canalside ha goduto di una stretta relazione con The Veggie Table, un bar di Leamington Spa. Circa il 70% delle verdure di Veggie Table provengono da Canalside. Il locale si considera un punto di riferimento per la cucina vegetariana salutare e sostenibile e per i prodotti di Canalside in particolare.

Il bar serve come un punto di raccolta satellite, offre a Canalside una presenza in città e rappresenta un punto di contatto per diversi membri.

Il numero di soci abbonati alle cassette di verdure è più o meno costante sui 130, che è la capacità effettiva di Canalside. Anche se le quantità potrebbero essere ridotte (molti sottoscrittori si lamentano di ricevere troppo) o la terra coltivata potrebbe aumentare (c’è terreno a disposizione), Tom preferisce concentrarsi sul miglioramento delle sue attività attuali piuttosto

che sulla crescita a spese del senso di comunità. La sua speranza è che Canalside fornisca un modello di buone pratiche alle quali altre iniziative possano ispirarsi.

Il cambiamento nel flusso di persone richiede un continuo reclutamento. Dopo un periodo di poca attività di marketing recentemente alcune iniziative promozionali, tra cui volantinaggio, hanno attratto diversi nuovi membri. E’ stato introdotto anche un nuovo schema che permette ai potenziali iscritti di abbonarsi per 4 settimane prima di associarsi definitivamente. Canalside non mette nessuno in lista d’attesa – l’esperienza del primo anno ha dimostrato che chiedere ai potenziali membri di aspettare potrebbe spesso allontanarli – ma gestisce una certa flessibilità di numeri.

Impatto

Canalside offre ai suoi soci sottoscrittori verdure di produzione propria ogni settimana, riempiendo attualmente 130 cassette. Per il 63% degli abbonati¹ la quota di verdura copre completamente il proprio fabbisogno; per il restante 37% ne viene coperto circa metà.

Una quantità meno sostanziosa di frutta e prodotti aggiuntivi viene poi fornita a un numero limitato di soci. Canalside gestisce anche un negozietto dove poter trovare prodotti agricoli locali.

I membri di Canalside riportano cambiamenti significativi sulle loro abitudini alimentari, culinarie e di acquisto:

- L’81% attesta un cambiamento della qualità della vita;

“

Ho trovato un sacco di amici grazie alla CSA. Ho dato valore allo stare insieme all’aria aperta in campagna lavorando con delle bravissime persone. Mi sento felice di sapere esattamente da dove proviene

¹ N=27 (sono i membri di Canalside che hanno risposto al nostro sondaggio)

il cibo che mangio e come viene prodotto

- Il 54% attesta un cambiamento nel proprio stato di salute;

“*Mangiamo una grande varietà di verdure da quando ci siamo uniti a Canalside. E lavorare in fattoria rinvigorisce e fa fare un sacco di buon esercizio fisico*

- Il 46% attesta un cambiamento delle proprie competenze;

“*Comunicare, essere consapevoli del proprio vivere in società, conoscere come viene prodotto il nostro cibo*

- L'85% attesta un cambiamento nelle proprie abitudini culinarie;

“*Cuciniamo quello che abbiamo così tutto è di stagione, sono gli ingredienti a decidere il piatto*

- Il 77% attesta un cambiamento nel proprio comportamento d'acquisto:

“*Andiamo meno al supermercato – si riduce il bisogno di andare in negozio quindi si compra meno in generale. Gli altri prodotti vengono acquistati più facilmente in piccoli negozietti*

Canalside offre opportunità di volontariato almeno due volte a settimana, attraendo 30 volontari regolari e 2 impiegati permanenti come membri dello staff. La CSA gestisce pure un programma di formazione offrendo visite alla fattoria per i bambini delle scuole vicine.

Molti associati, membri volontari e impiegati sono impegnati in attività sociali legate alla fattoria, che spesso ruotano attorno agli eventi stagionali (come il raccolto delle patate) o alle competenze rurali (ad esempio costruire un granaio).

Insegnamenti

- Uno stretto rapporto con la fattoria porta ad ingenti benefici: sicurezza sul possesso della terra, flessibilità, accesso alle infrastrutture;
- L'accessibilità della fattoria a una grande popolazione è stato un fattore importante per ottenere e assicurarsi una certa base di associati;
- Un buon rapporto con il vicino Ryton Gardens ha permesso di avere un punto di riferimento esperto nella fase iniziale e continua a facilitare la crescita delle piante, arginando il bisogno di comprarne da fuori;
- La mancanza di esperienza iniziale nel campo dell'orticoltura è stata superata grazie a consigli degli esperti ed apertura alla formazione;
- Una relazione molto stretta con il locale "The Veggie Table" ha portato a beneficiare di un punto di raccolta a Leamington Spa oltre che di continue opportunità di promozione;
- Il coinvolgimento della comunità è un fattore chiave del successo di Canalside che offre ai suoi membri molto più che sole verdure;
- I membri, lo staff e i volontari di Canalside mostrano una notevole dedizione al concetto di CSA unita al desiderio di vedere il movimento crescere e diffondersi sempre di più.

3.4. Dragon Orchard

Storia e organizzazione	
Approccio	Iniziativa guidata dai produttori
Nascita	2001
Location	Putley, Herefordshire
Prodotti, servizi e prezzi	Condivisione annuale del raccolto: frutta: mele, succhi, conserve e sidro: £352,50 Adozione di un albero: 1 anno di adozione di un albero del frutteto: £58,75
Quota associativa	Come descritto sopra
Vacanze	N/A
Pagamento	Quota annuale pagabile con assegno, bonifico o contanti in anticipo
Forza lavoro	Volontaria
Distribuzione	In quasi tutti i casi i membri raccolgono la propria quota dalla fattoria
Produzione	22,2 acri in totale, anche se non tutta la produzione è fornita ai membri
Commercio	Nessuno. Dragon Orchard gestisce un piccolo negozio con una serie di prodotti di artisti e produttori locali

Panoramica

Dragon Orchard Cropsharers costituisce una parte essenziale di un'attività più ampia a Putley Herefordshire. Fondata da Norman e Ann Stanier una decade fa, il frutteto rappresenta la più longeva CSA di questo tipo.

I membri pagano annualmente in anticipo per la loro quota del raccolto che include 35kg di mele, conserve, succhi e, di recente, sidro. Lo schema è poco comune giacché più del 60% dei loro membri vivono lontano dal frutteto.

Per questo sono particolarmente importanti i quattro fine settimana di ritiro delle cassette – che marciano ogni stagione – e la newsletter agli associati.

Sebbene da solo riesca a coprire i costi e ad ottenere un pò di margine di guadagno come parte della Dragon Orchard, il meccanismo di condivisione si è rivelato centrale per la rivitalizzazione e la diversificazione dell'attività tradizionale del frutteto.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	9
Volontari/membri	0,25
Impiegati	2 direttamente coinvolti nella CSA. Più in generale, il frutteto fa parte dell'attività di 2 famiglie.
Impiegati/acro	1 impiegato per 11 acri
Capitale sociale	
Struttura legale	Associazione
Gestione	Guidata dai produttori come parte di un business più ampio
Membri	40 <i>cropsharers</i> , più di 200 adottano un albero
Durata della sottoscrizione	1 anno (originariamente 5 anni per l'adozione di un albero)
Capitale naturale	
Terra lavorata	22 acri
Gestione della terra	Di proprietà
Miglioramenti alla terra	Il frutteto veniva gestito con standard già molto elevati ma ha accresciuto la diversità della produzione grazie alla CSA
Capitale fisico	
Costruzioni	Negozi, deposito, casa di campagna adibita a location di riunioni e pasti sociali soprattutto durante i week-end di raccolta
Attrezzatura	Di proprietà: macchinari e attrezzatura per succhi e sidro. Qualche contratto per la potatura e il raccolto.
Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£42839 (marzo 2010)
Flusso di denaro/membro	£285
Riserve	N/A

Storia

Il frutteto Dragon è di proprietà della famiglia Stanier da 80 anni, e Norman e Ann hanno ripreso in mano l'attività 20 anni fa. Essendo un piccolo frutteto, gli Staniers avevano sempre avuto bisogno di un'altra entrata per sopravvivere.

Verso la fine degli anni 90 il frutteto contava 10 acri di alberi sotto contratto col produttore di sidro Bulmers mentre il resto della produzione veniva venduta ai grossisti dell'Herefordshire. Questi ultimi però sparirono gradualmente rendendo difficile la vendita futura dei prodotti.

A quel tempo gli Staniers presero coscienza delle difficoltà legate alle dinamiche economiche in atto ma videro anche

crescere un risorto interesse nei confronti delle mele e del sidro. Un'organizzazione locale chiamata Big Apple aveva cominciato ad organizzare eventi attorno alla fioritura, la raccolta ed il consumo delle mele nei frutteti dei Marcle Ridge. Ann, alla quale era piaciuto entrare in contatto con Big Apple, provò a vendere i propri prodotti in alcuni farmers market e, ispirata da un evento della Soil Association legato alle CSA, decise di dare vita al proprio meccanismo di condivisione del raccolto, o meglio Cropsharers.

Il programma fu lanciato a Ludlow nel 2011 con pochissimi fondi iniziali (un prestito di £5.000). Lo schema beneficiava di una buona copertura stampa e i membri crescevano gradualmente senza sforzi particolari da parte degli Staniers. Inizialmente il piano era raggiungere il centinaio, ma quando in un solo weekend si unirono 50 persone - la gente veniva in coppia o in famiglia - capirono che la cosa non era così facilmente gestibile.

I membri ci tenevano ad essere coinvolti nella vita del frutteto ma spesso lavori specifici come la potatura o il raccolto non rientravano nei fine settimana di visite o richiedevano competenze molto specifiche. Di conseguenza, gli Staniers organizzarono altre attività nelle quali veniva mostrato ai membri come si svolgevano i lavori del frutteto. Venivano organizzati tour da altri produttori locali, i membri erano invitati alla festa del raccolto di Putley e si univano ad altre attività della fattoria - inclusi corsi di poesia, scrittura, fotografia, imbottigliamento e preservazione del cibo.

Nel 2005 il frutteto piantò dei nuovi alberi con 20 varietà di mele, 4 di pere, prugne, susine e mele cotogne. Rispetto al resto del frutteto questa parte era stata piantata insieme ai visitatori e ai membri della CSA, gli alberi erano predisposti a "W" piuttosto che su linee rette e erano cir-

condati da balle di fieno, tratti di mattoni e aree relax costruite dai Cropsharers durante un weekend e chiamate Big Hug.

Questi 200 nuovi alberi erano parte di un piano di adozione. Alcuni Cropsharers avevano adottato degli alberi ma la maggior parte erano nuovi ed essenzialmente del posto. Inizialmente l'adozione costava £50 e durava 5 anni. Adesso il costo è di £50 all'anno e chi adotta un albero ne riceve i frutti in autunno.

Il frutteto gestisce un negozio che vende frutta e altri prodotti locali direttamente ai residenti del posto e ai visitatori. In più, è stato stabilito un nuovo accordo con i produttori locali di vino e sidro: Once Upon a Tree produce vino di alta qualità, succhi e sidro dal frutteto di Dragon. Anche se al momento sfrutta solo il 10% delle 300 tonnellate di sidro prodotto, sembrano esserci margini di sviluppo futuro.

”

La cosa più importante è condividere. Mi sento fortunata ad essere responsabile della terra e condividerla con gli altri mi fa ancora più piacere

Ann Stanier | Fondatrice e proprietaria

Impatto

Le iniziative di Cropsharers e di adozione degli alberi sono state centrali per il successo del frutteto di Dragon e per la qualità della vita della persone coinvolte. La CSA ha anche contribuito significativamente all'economia locale.

Ann e Norman sanno bene che senza i Cropsharers il futuro del frutteto sarebbe stato molto diverso - sono stati loro a farli restare e a farli continuare a vendere mele. Di conseguenza, entrambi si sentono legati alla comunità e connessi con gli altri produttori e le altre attività locali.

L'impatto dell'agricoltura supportata dalla comunità: report finale del progetto della Soil Association a supporto delle CSA,

Making Local Food Work

I weekend dei Cropsharers (più di 40) portano al villaggio visitatori da tutto il Regno Unito. Questi ultimi alloggiano nelle strutture locali, visitano le attrazioni turistiche ed i ristoranti del posto. Vengono a giocare una piccola parte nella vita del villaggio e torneranno per altri eventi o attività.

Apprendo la loro attività ai visitatori e a nuove idee Ann e Norman sono stati capaci di sviluppare un business alternativo e sicuro nel rispetto del loro territorio e della loro identità culturale.

Insegnamenti

L'approccio della CSA, quando applicato come parte di un'impresa più ampia può generare benefici inaspettati e senza precedenti.

- Per alcuni produttori l'idea di CSA potrebbe sembrare complessa, scoraggiante e potenzialmente costosa. L'esperienza del frutteto di Orchard ci mostra che con un piccolo investimento iniziale un'iniziativa può inserirsi come parte di un'attività già avviata senza impostare complesse strutture organizzative.
- Il frutteto di Orchard è cresciuto e ha avuto successo perché Ann e Norman avevano grande passione per portarlo avanti. Loro avevano già parte delle competenze necessarie ed erano preparati a forgiare la struttura in base alla loro esperienza.

3.5. Fordhall Farm

Storia e organizzazione	
Approccio	Impresa agricola di proprietà dalla comunità
Nascita	2005
Location	Market Dryton Shropshire
Prodotti, servizi e prezzi	<p>Quote da £50 :</p> <p>Fordhall Community Land è una cooperativa agricola, offre quote della fattoria ma non prodotti del terreno. L'attività di vendita (Fordhall Farm Ltd.) è parte della cooperativa.</p> <p>Newsletter periodica:</p> <p>Sottoscrizione alla rivista <i>Grazier</i> è disponibile per chi dona £15 o più all'anno alla cooperativa.</p> <p>Accesso alla terra:</p> <p>La fattoria organizza weekend periodici con volontari ed eventi generalmente gratuiti.</p> <p>Formazione:</p> <p>La fattoria ospita le scuole locali in visita. Di recente ha adibito uno dei suoi spazi a classe/ stanza per meeting ed uno spazio esterno per attività di questo tipo.</p> <p>Negozi e bar:</p> <p>La cooperativa possiede e gestisce un bar ed affitta un negozio ad un gestore che opera primariamente come macellaio.</p>
Quota associativa	Vedi sopra
Vacanze	N/A
Pagamento	Vario
Forza lavoro	Volontaria
Distribuzione	N/A
Produzione	Fordhall Farm Ltd (affittuaria) produce bestiame (bovini, ovini, suini e un pò di pollame)
Commercio	N/A

Panoramica

Forse lo status di Fordhall Community Land Initiative (FCLI) come CSA è questionabile, non perchè non sia gestita dalla comunità – ci sono approssimativamente 8.000 partecipanti ed un buon livello di coinvolgimento – ma perchè non ha rapporti convenzionali di commercio con questi ultimi ed il rischio condiviso dai membri non è direttamente connesso alla produzione (che è portata a vanti da Fordhall Farm Ltd, affittuario di FCLI).

Creata nel 2005, FCLI ha ricavato i suoi guadagni da fonti pubbliche e private per assicurarsi la proprietà terriera, fare investimenti di capitale nelle infrastrutture dell'azienda e coprire i costi di gestione di un piccolo ufficio che offre una discre-

ta gamma di progetti educativi su piccola scala, ma ha cominciato solo da poco a cimentarsi nel commercio di beni o servizi.

Anche se nei primi 5 anni di vita FCLI era focalizzata su una singola attività, il suo intento è implementare altre funzioni nell'ottica dello sviluppo della fattoria.

Gli investimenti fatti negli ultimi 5 anni, come lo sviluppo di un nuovo negozio, un bar e di strutture di formazione dovrebbe fornire a FCLI i mezzi per generare delle modeste entrate grazie ad una gamma di attività formative, piccole conferenze/seminari, affitto di spazi e vendite del bar. In più, il negozio gestito dalla famiglia Hollins, paga un affitto a FCLI.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	114
Volontari/membri	0,14
Impiegati	4
Impiegati/acro	0,028 (gli impiegati di FCLI non sono coinvolti direttamente nella produzione e l'affittuario assume agricoltori specializzati)

Capitale sociale	
Struttura legale	Organizzazione non lucrativa di utilità sociale (Onlus)
Gestione	Un comitato di membri riporta regolarmente ad un board eletto dai membri stessi
Membri	Più di 8000
Durata della sottoscrizione	Variabile – le quote non trasferibili possono essere riacquistate dalla società ma di norma la membership dura per tutta la vita

Capitale naturale	
Terra lavorata	143 acri
Gestione della terra	Di proprietà (Fordhall Farm Ltd affitta terreno aggiuntivo per il pascolo in altre parti di Shropshire incluso un campo che era tradizionalmente parte della fattoria ma non era stato venduto a FCLI)
Miglioramenti alla terra	Una delle motivazioni chiave per Fordhall Farm era proteggere il lavoro che Arthut Hollins aveva fatto per migliorare la sostenibilità del terreno. FCLI ha sempre continuato questo lavoro in accordo con il proprio affittuario.

Capitale fisico	
Costruzioni	FCLI possiede la fattoria e altre strutture: un ufficio, uno spazio per corsi e riunioni, un bar, una macelleria ed un negozio di alimentari (gli ultimi due sono affittati a Fordhall Farm Ltd)
Attrezzatura	La maggior parte dell'attrezzatura per l'agricoltura è di proprietà di Fordhall Farm Ltd, FCLI possiede attrezzatura per l'ufficio e la formazione.

Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£245.000 (a Marzo 2010)
Flusso di denaro/ membro	Approssimativamente £30
Riserve	N/A

Storia

Fordhall Community Land Initiative Ltd (FCLI), cooperativa registrata come ONLUS, fu fondata nel 2005 per salvaguardare la fattoria di Fordhall vicino Market Drayton nello Shropshire. Si tratta di un'impresa di allevamento che fino agli anni '70 specializzata nella produzione ca-searia e poi in quella di carne.

La fattoria è gestita dalla famiglia Hollins da tre generazioni ed alla fine degli anni '40 Arthur Hollins cominciò a coltivare secondo principi biologici, facendone una delle fattorie più longeve nel Regno Unito. Nel corso della sua lunga carriera (gestì la fattoria da quando aveva 14 anni nel 1929 e morì nel 2005) Arthur riconobbe l'importanza del pascolo per la fertilità del suolo e sviluppò il tradizionale approccio "figgagge" per creare un sistema produttivo nel quale gli animali maturi rimanevano liberi 12 mesi all'anno e non richiedevano altro nutrimento da parte dell'allevatore.

Arthur riconobbe anche l'importanza della formazione e della ricerca e tutti gli anni migliaia di persone visitavano la fattoria o leggevano il libro scritto da lui; molti erano del posto ma altri venivano da fuori. Queste connessioni si rivelarono vitali quando nel 2004 i figli di Arthur dovettero prendere in mano l'attività del padre.

La fattoria era posseduta da un proprietario terriero locale che nelle ultime dec-

adi del ventesimo secolo aveva venduto le terre intorno a Market Drayton a Muller Dairy UK che aveva uno stabilimento vicino a Fordhall. A metà degli anni '90 Muller voleva espandere il proprio centro di distribuzione di Market Drayton e occupava la terra tenuta dagli Hollins.

La mancanza di terra per il pascolo avrebbe minacciato la sopravvivenza della già piccola fattoria. Gli affari andavano male e la salute di Arthur sempre peggio così nel 2004 i suoi figli minori, Ben e Charlotte, ritornarono dal college e presero in mano la fattoria. Lottarono contro notifiche di sfratto ed ebbero la meglio su quella che era diventata un'inchiesta pubblica.

Alla fine la Muller ridimensionò il progetto espansionistico ed il proprietario terriero offrì a Ben e Charlotte un accordo di affitto per altri 24 mesi e disse che non avrebbe preso in considerazione la cessione dell'azienda se loro avessero guadagnato più di £800.000.

Con il supporto di Greg Pilley e Martin Large della Stroud Commonweath e di un piccolo gruppo di volontari locali Ben e Charlotte crearono una cooperativa per portare avanti la fattoria. In pochissimo tempo vennero raggiunti più di £600.000 con la vendita di quote da £50, il resto del denaro venne ricevuto in prestito dalla Triodos Bank.

Dal 2006 Fordhall Community Land Initiative (FCLI) aveva guadagnato denaro a sufficienza per rinnovare le strutture presenti nella fattoria ed aprire un negozio, un bar ed un centro di formazione. L'accesso alla terra fu migliorato e Ben e Charlotte Hollins ottennero un contratto di affitto di 100 anni con l'opzione di successione ai propri figli.

La divisione agricola di Fordhall Farm Ltd gestiva la terra in linea con le aspettative di FCLI e gli assicurava accesso libero per

portare avanti attività di ricerca e formazione.

”

Si tratta solo di offrire una speranza concreta di diffondere un nuovo approccio alla terra.

Membro dell'Annual General Meeting

Impatto

FCLI ed il suo affittuario Fordhall Farm Ltd ha avuto un ampio impatto locale grazie ad eventi periodici, miglioramento dell'accesso alla terra ed apertura di un negozio e di un bar. La presenza attiva agli eventi sul cibo come stalle aperte e grigliate ha diffuso il messaggio positivo di FCLI sul coinvolgimento della comunità e tra gli agricoltori ed i residenti locali.

FCLI è stata molto presente sulla stampa ed i media locali, soprattutto grazie a Charlotte, ed è stata presentata a centinaia di organizzazioni nel Regno Unito ed in Europa. Sebbene poche fattorie e comunità abbiano seguito l'esempio di Fordhall, molte stanno prendendo in considerazione l'approccio e la crescita di popolarità della condivisione comunitaria della terra.

Insegnamenti

- Lo sviluppo di Fordhall Farm Ltd come una piccola impresa di successo dimostra il ruolo importante che nuovi modelli di proprietà possono giocare nello sradicare il valore di scambio speculativo della terra ed offrire una certa sicurezza nel tempo.
- Separare l'attività agricola dalla proprietà della terra ha permesso a molte persone di rimanere molto più coinvolti rispetto ai casi in cui la relazione tra i membri si basa principalmente su rapporti commerciali.
- L'uso di un meccanismo di condivisione comunitaria per salvaguardare la fattoria ha permesso a FCLI di incrementare

i fondi e avere supporto che non sarebbe stato altrimenti disponibile tramite altri mezzi.

- I membri di FCLI sono molto importanti ma fornirgli la quantità di informazioni che si aspettano, rispettare i requisiti legali e mantenere vivo il loro interesse per l'evoluzione del progetto richiede tempo ed una comunicazione strutturata con attenzione.
- Ben, Charlotte e lo staff di FCLI hanno speso tempo ed energie per coinvolgere la comunità locale – e tuttavia qualcuno guarda ancora con sospetto il progetto.

”

I principi generali che regolano questa attività sono così importanti e ne parliamo così spesso a casa che sono diventati sempre più radicati nella nostra mente

Membro presente all'Annual General Meeting

3.6. Futurefarms – Martin

Storia e organizzazione	
Approccio	Iniziativa gestita dalla comunità
Nascita	2004
Location	Martin, Hampshire (villaggio)
Prodotti, servizi e prezzi	Ampia gamma di prodotti agroalimentari venduti al mercato (sabato mattina); al villaggio (dal lunedì al sabato); da postazioni self-service (la domenica) : Verdura, uova e carne di produzione propria; altri prodotti locali come formaggio, miele, succhi, pane, confetture etc.. più altri alimenti, prodotti fatti in casa e giornali il Sabato.
Quota associativa	£5/anno; aperta a produttori e consumatori
Vacanze	N/A
Pagamento	Sulla base del consumo
Forza lavoro	Volontaria; 5 ore di lavoro per i membri ogni anno
Distribuzione	Punto di raccolta in negozio o al mercato; alcune consegne individuali
Produzione	Verdure, uova, varne ovina e bovina
Commercio	Prodotti aggiuntivi comprati da fonti locali

Panoramica

L'obiettivo di Futurefarms è "nutrire il villaggio Martin" producendo cibo all'interno della parrocchia per le persone che vivono lì e nelle vicinanze. L'impresa fu creata in risposta alle preoccupazioni locali sulla filiera alimentare, la disconnessione tra produttori e consumatori, la bassa qualità, i prezzi alti, la sicurezza del cibo, il benessere degli animali ed i disagi ambientali.

Futurefarms è un'organizzazione cooperativa, posseduta e gestita dai propri membri, che non si basa su sottoscrizioni.

Un'ampia gamma di verdure, uova o carne di maiale, viene prodotta per essere venduta al mercato settimanale di Futurefarms, che si tiene ogni sabato mattina nel municipio di Martin.

I prodotti della terra, insieme ad altro cibo locale e a delizie alimentari fatte in casa, sono disponibili anche in un negozio del villaggio, aperto 6 giorni a settimana e anch'esso gestito da Futurefarms.

Sia il mercato che il negozio aperto più di recente hanno offerto servizi di valore con una certa attenzione per la comunità rurale.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	47
Volontari/membri	0,47
Impiegati	1
Impiegati/acro	0,1

Capitale sociale	
Struttura legale	Società a responsabilità limitata (S.r.l)
Gestione	Comitato dirigenziale da 8 componenti eletti dai membri
Membri	100

Capitale naturale	
Terra lavorata	10 acri coltivati su 16,5 acri occupati
Gestione della terra	Interamente in affitto, con contratto di 4-5 anni
Miglioramenti alla terra	Diversità della produzione, gestione della terra secondo principi organici, accessibilità

Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£38.534 (a Marzo 2010)
Flusso di denaro/membro	Approssimativamente £385
Riserve	£17.816 (a Marzo 2010)

Capitale fisico	
Costruzioni	In affitto o in prestito
Attrezzatura	Trattore non di proprietà; tutto il resto dell'attrezzatura di proprietà; attrezzi per la coltivazione, l'irrigazione ed il raccolto

Storia

Futurefarm fu creata nel 2003 quando il suo fondatore Nick Snelgar si rese conto che il cibo che mangiava non veniva prodotto nella fertile terra che circondava il suo villaggio. Un evento di presentazione delle idee di Nick attrasse circa 30 persone interessate e portò alla creazione di un comitato organizzativo.

Nel 2004 Futurefarms fu stabilita come un società a responsabilità limitata ed iniziò la produzione di una varietà iniziale di 8 tipi di verdure nel suo primo sito, 1,5 acri di terra affittata ad un miglio dal villaggio, con suolo ideale per la crescita delle verdure. Fin dall'inizio, l'obiettivo era quello di produrre quanto più cibo possibile: non solo verdure ma anche carne e uova. La speranza era quella di dimostrare che era possibile produrre anche quei cibi percepiti

come più difficili. Un secondo sito più ampio di 15 acri fu preso in affitto, un miglio più in là dell'altra parte del villaggio, per offrire terra per ovini e pollame, oltre a produrre patate ed altre verdure.

Dei finanziamenti da £5.000 e £15.000 provenienti dal programma nazionale National Lottery funded Unltd fornirono i fondi necessari per degli investimenti iniziali su macchinari ed attrezzatura.

All'inizio Futurefarms dipendeva interamente dal lavoro di volontari tranne che per mansioni più complesse per le quali veniva assunto un agricoltore. Avendo scarse competenze nella produzione del cibo, il gruppo si basava sui consigli informali dei produttori locali e sull'esperienza sul campo.

In seguito vennero assunti due lavoratori part-time per aiutare con la coltivazione e l'allevamento anche se i volontari, in particolare un gruppo molto attivo, continuarono a costituire la maggior parte della manodopera. L'ambizione era raggiungere un flusso di denaro che potesse permettere l'assunzione di un manager a tempo pieno.

Nel suo primo anno di vita l'iniziativa divenne il soggetto di un documentario, Feeding Martin. Nick incoraggiava attivamente questo lavoro, considerando un elemento chiave per dimostrare la significatività dell'iniziativa e accrescere la credibilità nel villaggio.

Invece di basarsi su uno schema di sottoscrizioni, i prodotti vengono venduti attraverso un mercato del villaggio che si tiene ogni sabato mattina. Inizialmente durante gli altri giorni i prodotti erano disponibili a prezzi onesti su un carretto ambulante davanti al municipio del villaggio.

Poi, nel 2010 un fondo locale permise di investire capitale nella creazione di un negozio, il primo nel villaggio dal 1980. L'acquisto di sedie pieghevoli per il municipio liberò uno spazio che fu dunque equipag-

giato con un frigorifero, un congelatore e uno scaffale. Il negozio aprì a settembre del 2010 ed è tuttora aperto 6 giorni a settimana, gestito interamente da volontari. Gli sviluppi più recenti includono l'introduzione di un'area caffè nel mercato settimanale e l'installazione di piccole serre grazie a dei fondi del Local Food Fund, per permettere la produzione di una varietà più ampia di prodotti per una stagione più lunga.

Fino a poco tempo fa veniva prodotto anche del pollame, fin quando il macello della fattoria non fu costretto a chiudere. Per proseguire l'attività fu identificata una fattoria vicino al villaggio e venne equipaggiata con le attrezzature necessarie per il macello. Tuttavia, anche se le autorità locali erano inizialmente favorevoli, poi insistettero sull'adeguamento delle strutture a standard più alti dovuti al trasporto degli animali da Futurefarms a quest'altra fattoria. I costi dell'operazione erano proibitivi così la produzione di pollame è stata al momento sospesa.

Nick Snelgar, padre dell'iniziativa, ha recentemente lasciato il comitato organizzativo affermando la necessità di lasciare posto a qualcun'altro per facilitare un cambio delle personalità coinvolte.

Operatività

Futurefarms adesso produce un'ampia gamma di verdure durante la maggior parte dell'anno, oltre a uova e carne di maiale. Anche se non ha certificazione biologica, la produzione segue principi organici senza fertilizzanti artificiali e agenti chimici e tutti gli animali cresciuti liberamente.

I prodotti sono venduti al mercato settimanale e disponibili 6 giorni a settimana nel negozio del villaggio. Il mercato settimanale è il punto vendita principale per i prodotti di Futurefarms ed attrae un flusso continuo di consumatori dalle 9:30 alle 12:30 del mattino ogni sabato. Il negozio al momento offre un punto di riferimento

più stabile, essendo aperto dalle 9 alle 11 del mattino e dalle 5 alle 6 del pomeriggio durante la settimana ed anche il sabato, in concomitanza con il mercato settimanale.

Il mercato offre una selezione completa di verdure, uova ed altri prodotti locali. Diverse tipologie di carne fresca, da Futurefarms o altre aziende, sono disponibili ogni settimana seguendo un calendario a rotazione.

Il negozio, piccolo ma ben fornito, offre una gamma completa di carni insieme alle verdure di Futurefarms ed altri prodotti alimentari locali fatti in casa. Alcuni abitanti del villaggio affermano di comprare tutto quello di cui hanno bisogno direttamente al mercato o al negozio e ci sono delle procedure per assicurare la presenza di ogni prodotto richiesto.

I prezzi sono estremamente competitivi: uno studio comparativo svolto da Futurefarms ha dimostrato che un cesto di cibo e prodotti fatti in casa costa in media il 16% in meno rispetto ai supermercati vicini.

I consumatori non sono obbligati ad abbonarsi ad ordini periodici ma sono incoraggiati a diventare membri di Futurefarms. I membri ricevono delle offerte e degli sconti sulla loro spesa. Se si iscrivono gratuitamente devono poi contribuire al lavoro sui campi con almeno 5 ore di volontariato all'anno.

L'ambizione di Futurefarms è quella di nutrire l'intero villaggio ed il modello di business richiede un alto livello di penetrazione in un mercato limitato. Futurefarms stima che il 60% delle 160 famiglie del villaggio compra almeno una volta all'anno i prodotti del mercato o del negozio. Circa 100 famiglie, soprattutto a Martin ma anche nei villaggi vicini, erano membri nel 2010/2011.

Diversi membri affermano che l'iniziativa ha avuto molto successo nel raggiungere

certi settori della comunità ma è rimasta sconosciuta ad altri, possibilmente a causa di una percezione ingiustificata dei costi o di un mancato senso di appartenenza alla comunità.

Impatto

Futurefarms nutre con successo molti residenti di Martin e dei villaggi vicini, anche se rimane lontano dal suo proposito di rifornire tutta la comunità.

Fin dal principio, 7 anni fa, l'iniziativa produce una buona varietà di carne, verdure e uova.

Forse l'effetto più significativo è costituito dall'impatto sociale: molti abitanti del villaggio descrivevano Martin come un villaggio dormitorio con nessuna attività comunitaria. Il mercato ha creato un vivace spazio sociale, soprattutto con l'apertura del bar che riunisce una dozzina di persone sedute insieme all'unico tavolone che c'è.

Lo stabilimento del negozio ha fornito un servizio di valore al villaggio, assente dal 1980.

Futurefarms ha offerto considerevoli opportunità di volontariato in una piccola comunità con circa 50 volontari regolari. Questi ultimi crescono sempre di più in occasione degli eventi più importanti della fattoria, come il raccolto delle patate, ed è generalmente più facile reclutare volontari per lavorare in negozio che nei campi.

Insegnamenti

- L'obiettivo locale di Futurefarms – nutrire Martin ed i villaggi vicini – rappresenta un'ambizione sfidante: una percentuale molto alta di residenti locali devono comprare i suoi prodotti per far sopravvivere questo mercato.
- Le dimensioni della comunità presentano un'ulteriore sfida nel bacino limitato di volontari, con il risultato che un piccolo gruppo di individui attivi for-

nisce la maggior parte del lavoro volontario.

- Il ruolo delle persone e dei politici è di grande portata per una piccola comunità: i partecipanti fanno riferimento più agli individui coinvolti che all'impresa stessa.
- Nonostante le sfide descritte sopra, può essere trovato un mercato agevole per i prodotti locali, che si basa su uno sforzo volontario contingente.
- Le competenze possono essere sviluppate con successo partendo da un base minima accompagnata da supporto informale.
- Un'iniziativa di successo può offrire numerosi benefici a prescindere dal cibo, ad esempio lo stabilimento di un negozio che offre un'ampia gamma di prodotti.
- Anche se l'offerta di prodotti è competitiva, alcuni settori della comunità possono rimanerne fuori
- Un'impresa comunitaria vivacemente attiva può non essere vista di buon occhio da coloro che non si sentono parte della comunità

3.7. Growing Communities

Storia e organizzazione	
Approccio	Accordo tra comunità e produttori
Nascita	1993
Location	Stoke Newington, Hackney (città)
Prodotti, servizi e prezzi	<p>Ceste di verdure settimanali: Standard / piccola (no patate) £44 (£50) / £26 (£30) al mese</p> <p>Ceste di frutta settimanali: Standard / piccola £35 / £19 al mese</p> <p>Uova biologiche vendute nel principale punto di raccolta</p> <p>Mercato biologico settimanale</p> <p>Visite delle scuole agli orti urbani</p> <p>Piano di apprendimento per quattro coltivatori all'anno</p>
Quota associativa	Nessuna quota aggiuntiva
Vacanze	Rimborsi per i membri che superano le 4 settimane di vacanze all'anno
Pagamento	Mensile tramite assegno o bonifico
Forza lavoro	Volontaria
Distribuzione	12 punti di raccolta ad Hackney; raccolta settimanale a partire da mercoledì pomeriggio
Produzione	Verdure a foglia prodotte nei tre orti urbani (area totale di 268m ²) e nelle aree più piccole della "Patchwork Farm"
Commercio	Commercio regolare con una rete di 25 piccole fattorie biologiche; prodotti aggiuntivi comprati da grossisti indipendenti.

Panoramica

Growing Communities (GC) è un'organizzazione guidata dalla comunità che da lungo tempo provvede a fornire cesti settimanali di frutta e verdura a più di 650 famiglie nella città di Hackney, con lo scopo di "trasformare il cibo e l'agricoltura attraverso il commercio gestito dalla comunità".

Le verdure a foglia sono prodotte nei tre orti urbani di GC – con un'estensione di soli 268m² - e nella "Patchwork Farm" costituita da un insieme di piccoli pezzi di terra e proprietà dove gli apprendisti coltivano i prodotti per la vendita.

Altri prodotti vengono comprati direttamente dalle fattorie locali o da venditori indipendenti. GC ha instaurato delle solide relazioni commerciali con la propria rete di fattorie.

GC gestisce anche un mercato agricolo settimanale a Stoke Newington – l'unico completamente biologico nel Regno Unito.

Molti degli agricoltori che producono prodotti per le ceste settimanali sono presenti anche al mercato, insieme ad un numero più ampio di produttori locali. Attraverso lo schema delle ceste ed il mercato settimanale GC stima di fornire cibo prodotto in maniera sostenibile a circa 3.000 persone ogni settimana.

Inoltre, un programma di supporto per startup aiuta le nuove imprese che vogliono seguire lo stesso modello di CG, fornendo supporto, formazione, materiale e prestiti.

Indicatori chiave

Capitale umano	
Volontari regolari	172
Volontari/membri	0,25
Impiegati	21
Impiegati/acro	1 che lavora su 268m ²

Capitale sociale	
Struttura legale	Società a responsabilità limitata (S.r.l.)
Gestione	Comitato dirigenziale eletto dai membri
Membri	673 (luglio 2011)
Durata della sottoscrizione	Media di 2,5 anni

Capitale naturale	
Terra lavorata	Sotto gli 0,5 acri – tre orti urbani e aree più piccole della "Patchwork Farm"
Gestione della terra	Orti urbani presi in affitto dalle autorità locali (Hackney) per un periodo variabile.
Miglioramenti alla terra	Diversità della produzione, gestione della terra secondo principi organici, accessibilità

Capitale fisico	
Costruzioni	Uffici e area per la sistemazione delle ceste in affitto dalle autorità locali
Attrezzatura	Attrezzatura di proprietà; attrezzi per la coltivazione, l'irrigazione ed il raccolto, più veicolo per la consegna (motore elettrico)

Capitale finanziario	
Flusso di denaro	£394.510 (a Marzo 2010)
Flusso di denaro/membro	Approssimativamente £600
Riserve	£155.161 (a Marzo 2010)

Storia

Growing Communities fu creata nel 1993 come un'iniziativa di CSA sulla scia del modello di partnership tra produttori e consumatori, mettendo in collegamento 30 famiglie con una fattoria a Buckinghamshire che provvedeva alla produzione di ceste settimanali di verdura.

Nel 1997 GC iniziò a coltivare un piccolo lotto di terra nel parco di Clissold a Stoke Newington, il primo dei suoi orti urbani.

In seguito al successo del modello a cassette, GC passò ad essere una rete di commercio con piccole fattorie biologiche, che comprava prodotti da grossisti indipendenti per integrare la produzione locale.

Nel maggio del 2003 GC lanciò un mercato settimanale con l'intenzione di aiutare i produttori a trovare nuovi spazi di commercializzazione. Inizialmente il mercato era frequentato da 8-10 produttori e si teneva nel retro della Old Fire Station, Stoke Newington. Man mano che il numero di produttori e clienti crebbe si spostò in un sito più ampio in un cortile di una scuola e di recente si è trasferito in un parcheggio di una chiesa locale.

Nel 2008 due ragazzi del piano di apprendimento di GC hanno creato il primo micro-appezzamento, che produceva indipendentemente verdure a foglie per le cassette dei membri ed altri rivenditori locali su scala ancora più ridotta degli orti urbani. Un altro micro-appezzamento è stato creato nel 2010 e si è unito al primo nel formare la Patchwork Farm.

Un finanziamento del Local Food Fund nel 2011 sta aiutando ad espandere la Patchwork Farm con la creazione di 12 piccolissimi appezzamenti di 10-15 metri ciascuno.

Il programma per start-up è stato lanciato con i fondi di UnLtd nel 2009 per supportare le nuove imprese che seguono il modello di business di GC.

Operatività

L'attività principale di GC è la vendita delle cassette di frutta e verdura biologica, ne vengono distribuite circa 1.000 ogni settimana a quasi 700 membri.

I prodotti provengono dagli orti urbani di GC, dalla patchwork farm, da coltivatori biologici locali o grossisti indipendenti. Anche se non c'è alcun accordo formale tra GC e le fattorie locali che la riforniscono, il commercio regolare retto da un rapporto di fiducia assicura che questi collegamenti portino benefici e supporto reciproco.

La verdura per le ceste viene dagli orti urbani e dalla patchwork farm di GC. Nella stagione del 2010 l'orto urbano ha prodotto 295kg di verdure da 268m², un insieme di 26,3 tonnellate per ettaro. La produzione al momento eccede la domanda di cassette, per cui il surplus viene venduto ai rivenditori locali. Tuttavia, l'orto urbano rimane ancora prettamente mantenuto dallo schema a cassette.

GC gestisce un piano di apprendimento urbano che ha molto successo ed offre formazione a quattro coltivatori apprendisti ogni anno attraverso delle giornate di training settimanali insieme all'agricoltore impiegato di GC. I ragazzi che hanno preso parte a questo programma hanno poi messo su il proprio appezzamento di terreno nella patchwork farm o sono diventati agricoltori a tempo pieno.

Come detto sopra, GC gestisce anche il mercato settimanale di Stoke Newington.

Il programma per startup, infine, ha finora supportato cinque nuove imprese inglesi e scozzesi che hanno iniziato a commerciare seguendo il modello di GC. Il programma prevede formazione, acquisto di materiali, un tool di supporto basato sul web e presiti per il capitale iniziale.

Impatto

Provvedendo a distribuire cibo prodotto in maniera sostenibile a circa 3.000 residenti di Hackney ogni settimana, Growing Communities ha un impatto molto forte sulla comunità. Le necessità alimentari dei consumatori sono in larga parte soddisfatte: il 67% copre tutto il suo fabbisogno; il 28% almeno metà.

Il farmers' market offre un'ampia gamma di prodotti: dalla frutta alle verdure, carne, pesce, latte, pane, formaggio, cioccolato e gelato.

I membri affermano di aver sperimentato cambiamenti molto positivi:

- Il 72% afferma che la propria qualità della vita è migliorata. Il 58% dice che la propria salute è migliorata.

“

Sono felice di essere parte di una bella organizzazione come questa, mi piace cucinare di più, contribuire alla riduzione della filiera, all'economia locale e all'uso e la conoscenza dell'agricoltura biologica

“

Il consumo di verdura è cresciuto moltissimo e ho notato effetti significativi sulla diminuzione del peso. Mi ammalo meno frequentemente anche il mio umore è sempre positivo

- Il 28% dice di aver acquisito nuove competenze.

“

Ho imparato qualcosa in più sulla semina, la piantagione, il raccolto ed il marketing

- Il 41% afferma di aver avuto altri benefici, come una fonte di cibo di alta qualità prodotto in maniera sostenibile o benefici sociali.

“

Supportando la filiera corta ed i pro-

duttori locali sento che sto contribuendo a diffondere un metodo migliore per la produzione di cibo

- Il 90% afferma di aver cambiato abitudini alimentari e culinarie;

“

Mangio sempre molti cibi sani, anche cose che non avrei comprato normalmente prima. Cucino di più.

- Il 77% dice di aver cambiato abitudini di acquisto: il 65% dei membri andava regolarmente al supermercato prima, adesso solo il 34% va.

“

Cerchiamo di non andare mai nei grandi supermercati e compriamo le cose che ci servono nei negozi locali. In generale sono diventato più consapevole di quello che mangio e della sua provenienza.

GC attrae un alto numero di volontari, in particolare nei suoi orti urbani. L'alto profilo dell'organizzazione e la vasta gamma di attività attraggono molte persone esterne alla CSA.

Il commercio si svolge in larga parte con fattorie al di fuori di Londra, per le quali questa rete di vendita è altamente benefica. I commercianti dei farmers' market sono per lo più produttori, seguiti da artigiani locali. GC lavora attualmente con circa 30 piccole aziende e produttori locali. Con 21 impiegati part-time e full-time, GC contribuisce notevolmente all'economia locale.

Insegnamenti

- Il commercio guidato dalla comunità è un approccio molto potente, che ha permesso a Growing Communities di crescere al di là della capacità di una singola fattoria o del suo orto urbano.
- Il commercio guidato dalla comunità può essere un modello di business funzionante senza la necessità di prestiti o fondi: lo schema delle cassette, l'orto

urbano ed il mercato

- Lo schema delle cassette ed il mercato agricolo offrono una rete di vendita sicura per i produttori coinvolti, che possono così ridurre i prezzi;
- La prima fonte di sostentamento dell'orto urbano rimane lo schema delle cassette, il che indica la necessità di integrare con il commercio per far sì che questo approccio sia attuabile economicamente;
- Gli orti urbani ed il patchwork farm dimostrano il potenziale produttivo di piccoli appezzamenti di terreno in un'area urbana densamente popolata;
- Le coltivazioni urbane possono portare un grande pubblico verso la produzione sostenibile di cibo: i siti di GC attraggono più di 150 volontari regolari e circa 1.2000 visitatori all'anno.

4. Il futuro della CSA

La CSA è un movimento ancora piccolo ma in crescita, con un minimo di 80 iniziative attualmente attive in Inghilterra, di cui almeno 20 hanno iniziato la loro attività commerciale lo scorso anno e molte altre inizieranno a breve. Una grande crescita di scala è stata raggiunta in altri paesi e c'è un evidente interesse latente tra la maggior parte della popolazione. La CSA in Inghilterra è pronta ad espandersi oltre la nicchia che occupa adesso? È possibile pensare che una tale crescita e tutte le iniziative messe in atto siano prove di una sostenibilità a lungo termine?

Un movimento in crescita

Molteplici fattori suggeriscono la possibile crescita della CSA in Inghilterra:

- L'attuale aumento del tasso di crescita, con una marcata accelerazione negli ultimi anni;
- Il numero di nuove iniziative in fase di sviluppo: La Soil Association registra oltre 100 iniziative;
- La crescita è superiore rispetto ad altri paesi;
- Nonostante la mancanza di conoscenza della CSA il concetto che ne è alla base piace alla maggior parte delle persone alle quali viene spiegato.

Iniziative che crescono

Molte iniziative di CSA, specialmente le più recenti, sono piccole economicamente ma anche molto dinamiche: il 38% di queste vorrebbe espandersi, il 56% vorrebbe sviluppare la propria offerta e solo il 31% vorrebbe diversificare le proprie attività.

Solo il 22% non ha pianificato la propria crescita. Molte delle iniziative più recenti sono ancora in fase di sviluppo verso il raggiungimento dei loro obiettivi di scala per crescita e partecipazione; le altre, in particolare quelle che integrano produzione con il commercio, stanno seguendo dei modelli che permettano di continuare a crescere.

Sebbene molte iniziative stiano pianificando la loro espansione, sviluppo o differenziazione, alcune hanno dei limiti insiti alla loro struttura. Uno di questi potrebbe essere la loro dimensione, soprattutto se riguarda la produttività dei terreni o l'accesso ai mercati. Altre iniziative, nonostante abbiano una dimensione congeniale, hanno un inferiore coinvolgimento della comunità e per questo la loro crescita può risentirne.

La maggior parte delle iniziative hanno registrato una crescita positiva tra il 2009 ed il 2010 – l'83% per entrambi gli anni. Il 67% delle iniziative ha generato profitto nell'ultimo anno, mentre il 22% ha raggiunto il punto di pareggio. L'89% di quelle che hanno generato profitto hanno reinvestito nell'iniziativa, il 17% in altre attività o progetto. Nessuno ha redistribuito gli utili tra i membri.

La storia di alcune tra le iniziative più durature (e le ricerche riguardo alla CSA negli Stati Uniti)¹ dimostrano che molte di esse cambiano ed evolvono nel tempo, riflettendo la flessibilità tipica dell'approccio CSA. I cambiamenti derivano spesso dalla risposta ai desideri dei membri o da opportunità esterne, ad esempio la disponibilità di terra e di danaro.

1 Brandon Lang, K, 2010

Un movimento in crescita

La diversità delle iniziative di CSA in Inghilterra incontra i bisogni, le idee e gli ideali di molte comunità locali e dei produttori coinvolti. Numerose sono le opportunità che si possono offrire tramite modelli flessibili che si adattano alle particolari condizioni dei partecipanti.

Per gli individui

- La CSA risponde al desiderio di molti di avvicinarsi alla terra, sapere da dove viene il proprio cibo ed essere sicuri che venga prodotto in modo sostenibile e resiliente, per costruire una società che sia essa stessa più sostenibile.
- I membri delle CSA possono godere di una fornitura di prodotti che risponde alle loro aspettative: affidabile, sostenibile, saporito, conveniente e salutare.
- Le CSA possono, inoltre, offrire benefici ancora più ampi ai loro membri: senso di comunità ed opportunità nella società, possibilità di acquisire nuove competenze, conoscenza migliore del cibo ed aumento del proprio benessere.

Per le comunità

- Il numero crescente di iniziative di successo esistenti può fornire esempi istruttivi da seguire per le nuove iniziative, che possono adattare il modello che vogliono scegliere in base alle loro necessità.
- Una CSA locale può fornire alla comunità l'opportunità di prendere il controllo di parte della propria fornitura di cibo e di costruire un'impresa locale sostenibile che possa fungere da punto

d'incontro per l'attività della comunità stessa e possa accrescere il senso di appartenenza.

- La diversità dell'iniziativa e l'individualità dei produttori coinvolti contribuisce alla distintività locale, offrendo cibo di carattere e diversità grazie all'attività di un'impresa locale genuina.
- Le iniziative possono, inoltre, contribuire all'economia locale, sia direttamente attraverso l'occupazione, le opportunità di volontariato e la formazione, che indirettamente attraverso reti commerciali e stimolando il business e le iniziative locali

Per produttori, gli agricoltori ed i proprietari terrieri

- I produttori possono beneficiare di un rapporto più stretto con i consumatori dei propri prodotti, aiutando a costruire un mercato più sicuro sul quale possono avere maggiore controllo e un rapporto più stretto con la comunità che riforniscono.
- Un'approccio di CSA è caratterizzato da una certa flessibilità nella propria organizzazione: le iniziative possono essere gestite dai produttori o in partnership con le iniziative della comunità.
- Le CSA possono generare entrate su scale molto diverse: il reddito annuale proveniente da vendite e sottoscrizioni varia da un minimo di £5.000 fino ad un massimo di £250.000. I numeri annuali di alcune tra le iniziative più durature dimostrano la potenzialità delle CSA di porre valide basi per la creazione di reti di vendita consistenti.
- La disponibilità di volontari può fornire ai produttori ulteriori lavoratori, anche se le competenze appropriate e l'affidabilità sono essenziali.

2 Oltre ai casi studio di questa ricerca, molti altri sono disponibili tra le risorse fornite dalla Soil Association e dal programma Making Local Food:

[Soil Association CSA project: http://j.mp/CSAresources](http://j.mp/CSAresources)

[Making Local Food Work: http://j.mp/MLFWresources](http://j.mp/MLFWresources)

- Le iniziative forniscono opportunità di pubblicizzare e promuovere la CSA come parte di una più ampia iniziativa. L'approccio alternativo che rappresentano – dalla gestione della terra, alla produzione e fornitura di cibo – offre storie interessanti per i media locali e nazionali.
- Le CSA guidate dalle comunità forniscono ai nuovi entranti l'opportunità di lavorare per produrre il cibo grazie all'impiego di agricoltori, ai piani di apprendimento ed al volontariato.
- L'approccio delle CSA può aiutare sicuramente un'azienda agricola a trovare i capitali necessari attraverso gli investimenti della comunità.
- I proprietari terrieri possono inoltre beneficiare dell'affitto delle terre a un'iniziativa, ricevendo così un'entrata dall'affitto e costruendo un rapporto migliore con la comunità locale.
- Le CSA possono fornire un accesso relativamente sicuro al mercato anche per i piccoli coltivatori che possono avere difficoltà a trovare il proprio spazio nel mercato.
- Sviluppa le competenze dei lavoratori, dei volontari e dei membri, attraverso formazione formale o informale ed attività di volontariato;
- Promuove una migliore gestione del territorio;
- Incoraggia i suoi membri verso un comportamento più sostenibile.

Molti di questi benefici contribuiscono direttamente agli obiettivi della politica dei governi centrali e locali. Per esempio Defra's Framework for Sustainable Lifestyles³ include i seguenti comportamenti chiave come componenti di uno stile di vita sostenibile, tutti attivati ed incoraggiati dalla CSA:

- Fare volontariato;
- Vivere gli spazi all'aperto;
- Lavorare con la comunità per coltivare il cibo;
- Rispettare la stagionalità dei prodotti;
- Aumentare la proporzione di frutta, verdure e cereali nella propria dieta;
- Cucinare cibo sostenibile e salutare.

La CSA ha un ampio potenziale per contribuire agli obiettivi della Defra's recent Natural Environment White Paper⁴, che include un maggior accesso agli spazi aperti ed al volontariato.

Sfide

Se da un lato il movimento delle CSA è in costante crescita e le iniziative prosperano, dall'altra parte ci sono barriere, debolezze e minacce che non bisogna sottovalutare. Di seguito abbiamo identificato alcune sfide integrandole con possibili indicazioni sul modo di rispondere ed affrontarle.

Contribuire agli obiettivi politici

- La Community Supported Agriculture è poco conosciuta rispetto ad altre imprese comunitarie, tuttavia la diversità di iniziative esistenti contribuisce ad un'ampia gamma di benefici economici, sociali ed ambientali:
- Fornisce occupazione, anche nelle aree urbane relativamente povere ed in quelle aree rurali (a livelli elevati per le iniziative basate sul possesso territorio);
- Offre opportunità per i nuovi agricoltori e orticoltori;
- Fornisce opportunità di volontariato;

³ Defra, 2011a

⁴ Defra, 2011b

Sfide per il movimento

- Sotto l'aspetto dei finanziamenti, è possibile che venga fornita meno assistenza alle nuove iniziative e a quelle che si svilupperanno nei prossimi anni.

Fonti di finanziamento alternative, in particolare legate al settore del volontariato, possono divenire più largamente disponibili. Un maggior numero di iniziative riguardanti il cibo stanno trovando fondi attraverso la condivisione di quote con la comunità⁵.

- L'assenza di una qualsiasi organizzazione centrale coordinata potrebbe portare una minore disponibilità di opportunità di supporto, mentoring e networking.

- Il supporto formale potrebbe essere meno disponibile.

Risorse già esistenti, come quelle fornite dalla Soil Association, rimarranno disponibili online.

- Attività di sostegno e visite degli studenti, che sono importanti nello sviluppo della conoscenza e delle competenze delle nuove iniziative, potrebbero diminuire.

- Le opportunità di networking potrebbero venire meno. Trattandosi di iniziative lontane e spesso piccole, le CSA organizzano spesso riunioni e comunicano tra di loro per condividere esperienze, piani ed idee, sia a livello regionale che nazionale.

Con la crescita del movimento, si svilupperanno sempre di più prevalentemente reti informali. Alcuni gruppi regionali sono già attivi nel Sud Est e nell'Ovest dell'Inghilterra.

- Le CSA sono poco conosciute e comprese da parte del pubblico, ancor meno di altre iniziative riguardanti il cibo.

Man mano che il movimento cresce le iniziative comunicano di più ed il livello di conoscenza dovrebbe aumentare.

- La mancanza di un modello unico di CSA in Inghilterra – a differenza di AMAP in Francia o del modello guidato dai produttori negli Stati Uniti – potrebbe rallentare il tasso di crescita.

Esempi di iniziative di successo possono fornire molteplici modelli per replicare nuove iniziative.

- Le mosse strategiche dei supermercati per offrire cibo locale e mostrare supporto per i contadini britannici locali potrebbero erodere la percezione della differenza offerta dalla CSA.

Il movimento dovrebbe evidenziare il suo approccio radicale comunicando con forza la propria accessibilità.

Sfide per le iniziative

- La CSA in ogni sua forma è un modello complesso che richiede una continua attenzione alle necessità di tutti i partecipanti e alla tracciabilità delle sue operazioni, sia che si faccia riferimento a supporto finanziario o volontario.

Iniziative di successo possono fornire soluzioni al modello.

- I potenziali membri sono spesso demotivati da una mancanza di informazioni e di comprensibilità: potrebbero non sapere come partecipare o percepire una richiesta eccessiva del loro tempo.

Le iniziative devono comunicare di più cosa offrono e come lavorano.

- I potenziali membri possono sentirsi esclusi dalla comunità: non è facile creare iniziative di successo che incoraggiano l'impegno e la coesione dei suoi membri ed allo stesso tempo rimangono aperte ed inclusive nei confronti dei nuovi membri.

Le iniziative devono essere aperte e accessibili.

- Le iniziative gestite dalla comunità spesso fronteggiano la sfida più grande di iniziare la produzione da zero – con

5 <http://www.communityshares.uk.coop>

conoscenze della terra ed equipaggiamento al minimo.

Lavorare con un produttore già esperto rimuove molti degli ostacoli che si presentano alle comunità e ai gruppi che iniziano la loro attività da zero.

- Per molte iniziative il possesso della terra è uno degli elementi meno sicuri, presentando un rischio fondamentale per la loro sopravvivenza.
- I finanziamenti possono avere degli effetti negativi impreveduti: possono forgiare l'iniziativa in modo non adeguato per progetti a lungo termine; possono essere causa di rancore tra i produttori locali che percepiscono supporto scorretto ad alcuni piuttosto che ad altri e minacce alle loro attività; infine, dopo la fine del periodo finanziato, l'iniziativa può vivere una transizione difficile per la sopravvivenza finanziaria e sociale.

Domande senza risposta

Questa ricerca rappresenta solo un primo tentativo di indagine sistematica sulle iniziative di CSA in Inghilterra. Di conseguenza, speriamo che possa fornire un valido punto di confronto per gli studi futuri che potranno valutare meglio la sostenibilità e l'impatto delle CSA sul lungo periodo.

Concludiamo suggerendo alcuni quesiti aperti che non siamo riusciti ad affrontare per mancanza di tempo o di rilevanza nell'ambito di questo studio:

- Come fanno le iniziative con finanziamenti esterni iniziali a sopravvivere alla fase transizione verso l'autonomia e l'autofinanziamento?
- Quanto successo hanno le imprese nell'accumulare fondi di riserva?
- Come sono i tassi di pagamento degli impiegati di una CSA comparati agli altri

settori, in particolare con i salari degli agricoltori?

- Quanto dipendono le iniziative dal loro fondatore o da un piccolo gruppo? Possono sopravvivere alla transizione ad una nuova leadership?
- Quali fattori geografici incoraggiano o scoraggiano lo sviluppo delle iniziative?
- Quanto conta l'influenza di un'iniziativa esistente nella creazione di una nuova?
- Quanto sono produttive dal punto di vista agricolo le iniziative di CSA comparate con altri approcci alternativi alla coltivazione?
- Le CSA aiutano a ridurre gli sprechi di cibo, sia nelle fasi pre e post raccolto, che nelle case dei consumatori?
- Quanto è utile l'applicazione della CSA ad un'azienda agricola esistente per migliorarne la sostenibilità finanziaria, il flusso di denaro e la qualità della vita?

5. Appendice

5.1. Iniziative di CSA in Inghilterra

- Abundant Earth Broompark, Durham www.durhamlocalfood.org.uk/?q=node/10
- Bathampton CSA bathamptoncsa.wordpress.com
- Beenleigh Meadows Farm Totnes, Devon www.beenleighmeadowsfarm.org.uk
- Bosavern Community farm St Just, Cornwall www.bosaverncommunityfarm.org.uk
- Bradford on Avon Community Agriculture Co-operative Bradford on Avon, Wiltshire www.boaca.co.uk
- Broadclyst Community Farm Exeter, Devon farm.broadclyst.org Bungay Community Bees Bungay, Suffolk www.sustainablebungay.com/bungaycommunity-bees-2
- Camel Community Supported Agriculture St Kew Highway, Cornwall www.camel-csa.org.uk Canalside Community Food Ltd Leamington Spa, Warks www.canalsidecommunityfood.org.uk
- Chagford Community Agriculture Chagford, Devon www.chagfood.org.uk
- Church Farm Membership - "More Than A Box Scheme" Ardleigh, Herts www.churchfarmardeley.co.uk
- Community Harvest Whetstone Whetstone, Leicestershire www.community-harvest-whetstone.org.uk
- Cropshare, Burnley Burnley, Lancashire burnleyfoodlinks.org.uk/cropshare
- Crowhurst Community Agriculture St Leonards on Sea, E Sussex www.crowhurstcommunityagriculture.org
- Diss Community Farm Diss, Norfolk disscommunityfarm.wordpress.com
- Dragon Orchard Crop Sharers Ledbury, Herefordshire www.dragonorchard.co.uk
- Edcombe Farm Harvest Share Scheme Rodney Stoke, Somerset www.somersetcommunityfood.org.uk/index.php?page=case-studies
- Exeter Community Agriculture Shillingford, Exeter, Devon exetercommunityagriculture.wordpress.com
- Farnham Local Food Initiative Farnham, Surrey www.farnhamfood.com
- Fir Tree Community Growers St Helens, Merseyside www.climatefriendlyfood.org.uk/fir_tree_farm
- Fordhall Community Land Initiative and Fordhall Organic Farm Market Drayton, Shropshire www.fordhallfarm.com
- Fork and Dig It Brighton, East Sussex www.forkanddigit.co.uk
- Futurefarms - Martin Ltd Martin, Hampshire www.futurefarms.co.uk
- Grace & Flavour West Horsley, Surrey www.graceandflavour.org
- Growing Communities Stoke Newington, London www.growingcommunities.org
- Growing local is Going Local Whitecross, Herefordshire www.growinglocal.org.uk
- Growing Well Kendal, Cumbria www.growingwell.co.uk
- Growing with Grace Clapham, Lancashire www.growingwithgrace.org.uk
- Handmade Bakery CSA Slaithwaite, W Yorkshire www.thehandmadebakery.coop
- Harrowbarrow & Metherell Agricultural Society Harrowbarrow & Metherell, Cornwall tech.groups.yahoo.com/group/hamagriculture
- Hayfield Community Garden Wyecliff, Herefordshire racquetyfarm.co.uk/hayfield-garden
- Headingley Pig Co-op, Leeds Headingley, West Yorkshire www.headingley.org/node/2951
- Headingley Fowl Co-op, Leeds Headingley, West Yorkshire Hebveg Hebden Bridge, W Yorkshire hebdenbridgetransitiontown.org.uk/hebveg
- Hemsworth Arts and Community College CSA Wakefield, West Yorkshire www.incredible-ediblewakefield.co.uk/index.cgi?page=13&div=10
- Highbridge Farm Community Farm Eastleigh, Hampshire www.transitionnetwork.org/projects/highbridge-farm-community-project
- Hounslow Community Farming Association (HCFA) Hounslow, London www.hcfa.org.uk Kippax CSA

- Kippax, West Yorkshire www.kippaxcsa.co.uk
- Lathcoates Rent a Tree Chelmsford, Essex www.eapples.co.uk
- Little Marcle Organic Farm shop Little Marcle, Herefordshire littlemarclefarmshop.co.uk
- Little Wittenham Lamb Wittenham, Oxfordshire www.camillaandroy.co.uk
- Loaf Community Bakery Cotteridge, South Birmingham www.loafonline.co.uk/bakery
- Local Greens Herne Hill, London www.localgreens.org.uk
- Lowarth Brough Penzance, Cornwall www.lowarthbrogh.blogspot.com
- Lower Wood Wickwar, Gloucestershire Loxley Valley Community Farm Loxley, South Yorkshire www.loxleyvalleycommunityfarm.org.uk
- Matlock Area CSA Co-operative Matlock, Derbyshire www.transitionmatlock.org.uk/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=19&Itemid=60
- North Aston Dairy North Aston, Oxfordshire grassrootsfood.co.uk/realmilk.html North Elmham Community Smallholding
- North Elmham, Norfolk www.northelmhamvillage.org.uk/communitysmallholding
- Norwich FarmShare Norwich, Norfolk www.norwichfarmshare.co.uk
- Oak Tree Low Carbon Farm Rushmere St Andrew, Suffolk www.the-oak-tree.co.uk
- Occombe Farm Community Agriculture Paignton, Devon www.ocombe.co.uk/mainsub.cfm?id=421&parid=418
- Organic Lea Walthamstow, London www.organiclea.org.uk
- Otter Valley Harvest Hub Ottery St Mary, Devon www.harvesthub.blogspot.com
- Permorganics Rothersthorpe, Northants
- Rent-a-vine, Sedlescombe Organic Vineyard Robertsbridge, East Sussex www.englishorganicwine.co.uk/acatalog/Rentavine-Club.html
- Riverbourne Laverstock, Wiltshire www.riverbournecommunityfarm.org.uk
- Scarborough Shearling Lamb CSA Scarborough, North Yorkshire www.envoy.uk.net/localfood/shearling.html
- Shaftesbury Home Grown Shaftesbury, Dorset shaftesburyhomegrown.org.uk
- Sherburn High School CSA Leeds, West Yorkshire www.sherburnhigh.co.uk/agriculturescheme.html
- Sims Hill Shared Harvest Frenchay, Bristol simshillsharedharvest.wordpress.com
- Stroud Communal Allotment Stroud, Gloucestershire Stroud Community Agriculture Stroud, Gloucestershire www.stroudcommunityagriculture.org
- Stroud Community Woodland Stroud, Gloucestershire Stroud Firewood Group Stroud, Gloucestershire Sutton Community Farm
- Sutton, London www.suttoncommunityfarm.org.uk
- Swillington CSA Swillington, W Yorkshire swillingtonorganicfarm.co.uk/csa.html
- Tablehurst and Plaw Hatch Community Farms Forest Row, East Sussex www.tablehurstandplawhatch.co.uk
- Tablehurst Orchard Forest Row, East Sussex www.tablehurstorchard.co.uk
- The Community Farm Chew Magna, Bristol www.thecommunityfarm.co.uk
- Thornbury Harvest Coop Thornbury, South Glocs www.thornburycsa.org.uk
- Transition Cambridge Onion Cropshare Cambridge, Cambs www.transitioncambridge.org/thewiki/ttwiki/pmwiki.php?n=TTOnionCropShare.HomePage
- Trevalon Organic Cooperative Herodsfoot, Cornwall www.trevalon.co.uk/csa.html
- Vistaveg Shap, Cumbria www.vistaprojects.co.uk/vistaveg
- Wakelyns Potato Club Metfield, Suffolk Weardale CSA Tow Law, County Durham www.weardalecsa.org
- Wimpole Community Farm Old Wimpole, Cambs www.wimpolecommunityfarm.org.uk
- Windmill Community Allotment Veg Box Scheme Margate, Kent thanet.veg-box.org Wye community farm
- Wye, Kent www.wyecomunityfarm.org.uk
- Wyre Community Land Trust Bewdley, Worcestershire www.wyreclt.org.uk

5.2. Bibliografia

- Adam, K L, 2006, Community Supported Agriculture, ATTRA, Accessed 14/09/2010: www.attra.ncat.org
- Bond, M, 2009, localizing climate change: stepping up local climate action, Management of Environmental Quality, Vol. 21 No. 2, 2010, pp. 214-225
- Brandon Lang, K, 2010, The Changing Face of Community-Supported Agriculture, Culture & Agriculture Vol. 32, Issue 1 pp. 17–26
- Cabinet Office, 2010, Building the Big Society, accessed 6/10/2011: <http://www.cabinetoffice.gov.uk/news/building-bigsociety>
- Clapp, J, 2011, Food, Polity Press, Cambridge
- Collom, E, 2007, "Alternative Movements", in Encyclopedia of Activism and Social Justice Eds G L Anderson, K G Herr (Sage Thousand Oaks, CA) pp 76 - 77
- Cone, C A and Myhre, A , 2000, Community-Supported Agriculture: A Sustainable Alternative to Industrial Agriculture? Human Organization, 59 (2) pp 187 – 197
- Community Land Trusts: Local Food and Community Farm Land Trusts online resources accessed 10/7/2011 <http://www.communitylandtrusts.org.uk/step-by-step-guide/other/food>
- Cooley, J.P and Lass, D A, 1998, Consumer Benefits from Community Supported Agriculture Membership, Applied Economic Perspectives and Policy, 20 (1) pp 227-237
- Co-operative Research on Environmental Problems in Europe (CREPE), 2011, Agricultural Innovation:Sustaining What Agriculture? For What European Bio-Economy? FP7 Science in Society Programme
- Campaign to Protect Rural England (CPRE), Food and farming campaigns: on-line resources accessed 7th July 2010: <http://www.cpre.org.uk/campaigns/farming-and-food>
- Darnton, A, 2004, The Impact of Sustainable Development on Public Behaviour
- Defra, 2005 - 10, Sustainable Consumption and Production - various publications,accessed 13/09/2010: <http://www.defra.gov.uk/environment/business/scp/7.htm>
- Defra, 2011a, Framework for Sustainable Lifestyles, accessed 6/10/2011: <http://www.defra.gov.uk/environment/economy/products-consumers/influencing-behaviour/>
- Defra, 2011b, The Natural Choice: securing the value of nature (Natural Environment White Paper), accessed 30/10/2011: <http://www.defra.gov.uk/environment/natural/whitepaper/>
- East Anglia Food Link (EAFL), 2010, Establishing a CSA with Transition Norwich, accessed 13/09/2010: <http://www.eafl.org.uk/CommunitySupported.asp>
- Facilitating Alternative Agro-food Networks (FANN), 2009, Stakeholder Perspectives on Research Needs accessed 14/09/2010: <http://www.faanweb.eu/>
- Facilitating Alternative Agro-food Networks (FANN), 2011, Local Food Systems in Europe
- FARMA, Research documents: on-line resources accessed 13/09/2010: <http://www.farma.org.uk/research-and-documents>
- FOE, Campaigns on food and farming: on-line resources accessed Accessed 13/09/2010: http://www.foe.co.uk/what_we_do/fix_food_chain_20576.html
- Freudenberger, H J, 1974, Staff Burn-Out, Journal of Social Issues, 30 (1) pp 159-165
- Grant, J, 2007, The Green Marketing Manifesto, John Wiley and Sons Ltd, London
- Henderson, E and Van En, R, 2007, Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture, revised and expanded edition, Chelsea Green Publishing Co, Vermont
- Jackson, T, 2004, Motivating Sustainable Consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change, Report to the Sustainable Development Research Network, Accessed 13/09/2010: www.sd-research.org.uk/wpcontent/uploads/motivatingscfinal_000.pdf
- Jarosz L, 2008, The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas, Journal of Rural Studies, 24(3) 231-244
- Kneafsey M, Holloway L, Cox R, Dowler E, Venn L and Tuomainen H, 2007, Reconnecting Consumers, Food and Producers: Exploring 'Alternative' Networks (Oxford: Berg)

- Making Local Food Work (MLFW) website: on-line resources accessed 13/09/2010: <http://www.makinglocalfoodwork.co.uk/>
- Morris C and Buller H, 2003, The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire, *British Food Journal*, 105(8) 559 – 566
- Office for National Statistics, 2010, Family spending: A report on the 2009 Living Costs and Food Survey
- Pinkerton, R and Hopkins, R, 2009, *Local Food: How to Make it Happen in Your Community*, Transition Books, Totnes
- Pretty, Jules et al, 2000, Assessment of the Total External Costs of UK Agriculture, *Agricultural Systems* 65(2)
- Ravenscroft, N and Taylor, B, 2009, Public engagement in new productivism, in Winter, M. and Lobley, M. (eds) *What is land for? The food, fuel and climate change debate*, Earthscan, London, pp 213-232
- Sustainable Development Commission (SDC), 2006, *I Will If You Will: Towards Sustainable Consumption*, Sustainable Development Commission, UK
- Seyfang, G, 2006a, EDM-2006-14 : Conscious Consumer Resistance? Local Organic Food Networks Versus The Supermarkets accessed 14/09/2010: http://www.uea.ac.uk/env/cserge/pub/wp/edm/edm_2006_14.htm
- Seyfang, G, 2006b, EDM-2006-12 : Sustainable Consumption, the New Economics and Local Organic Food accessed 14/09/2010: http://www.uea.ac.uk/env/cserge/pub/wp/edm/edm_2006_12.htm
- Seyfang G, 2006c, Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks, *Journal of Rural Studies*, 22(4) pp 383-395
- Seyfang, G and Smith, A, 2007, Grassroots innovations for sustainable development: towards a new research and policy agenda, *Environmental Politics*, Vol. 16 No. 4, pp. 584-603.
- Soil Association, 2001, *A Share in the Harvest: A feasibility study for Community Supported Agriculture*
- Soil Association, 2005, *Cultivating Communities: farming at your fingertips*
- Soil Association, 2009, *A Share in the Harvest: An action manual for community supported agriculture*
- Soil Association, 2010, Support materials for CSA, accessed 14/09/2010: <http://www.soilassociation.org/Takeaction/Getinvolvedlocally/Communitysupportedagriculture/Resources/tabid/204/Default.aspx>
- Soil Association, 2011, *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) and Regional Networks in France*, accessed 19/9/2011: <http://www.soilassociation.org/Takeaction/Getinvolvedlocally/Communitysupportedagriculture/Conference/tabid/1431/Default.aspx>
- Stroud Common Wealth Company Ltd: *Community Farm Land Trusts Project* online resources accessed 10/7/2011 http://www.stroudcommonwealth.org.uk/index.php?option=com_content&task=view&id=10&Itemid=13
- Sustain, food and farming campaigns: on-line resources accessed 7th July 2010: <http://www.sustainweb.org/>
- Thaler, R.H and Sunstein, C.R, 2008, *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*, Yale University Press
- United States Department of Agriculture (USDA), 2009, *USDA 2007 Census of Agriculture results*, accessed 15/8/2011: <http://www.agcensus.usda.gov>
- Vorley, Bill, 2003, *Food Inc*, UK Food Group
- Weatherell C, Tregear A and Allinson J, 2003, In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local, *Journal of Rural Studies* 19(2) 233-244
- Wier, N, Pilley, G and Harrison, M, 2007, *The Story of CSA in Stroud*, accessed 1/8/2011 <http://www.stroudcommunityagriculture.org/>

Credits edizione italiana:



www.ruralhub.it , info@ruralhub.it

Rural Hub // Residenza rurale l'Incartata, Calvanico (SA) - Italy

Direzione scientifica // Adam Ardivisson, Alex Giordano

Traduzione a cura di // Anna Lidia Strano