

Master Universitario in: **“SOSTENIBILITÀ SOCIO AMBIENTALE DELLE RETI
AGROALIMENTARI”**

A.A. 2021 - 2022

Titolo della tesi: “Etichette digitali: consumatori consapevoli per un mondo biodiverso”

Autore: Ester Quattrer

Abstract

L’erosione della biodiversità alimentare, frutto di culture e saperi ancestrali, ha assunto un ritmo vertiginoso negli ultimi settant’anni, e nell’ultimo decennio è associata a un nuovo fenomeno, ormai evidente a tutti, a ogni latitudine: il cambiamento climatico. È possibile fare qualcosa: riflettere, prima di acquistare il nostro cibo, decidere di privilegiare le produzioni locali e stagionali, sostenere la piccola agricoltura familiare e informarsi sull’origine di ciò che si mangia. La sostenibilità socio-ambientale costituisce un paradigma centrale per ripensare il futuro delle nostre città, delle nostre comunità e dei nostri territori. Un sistema ambientale complesso è strettamente correlato e condizionato dalla società a cui fa riferimento: in pianura e nelle zone attorno ai grandi centri urbani la presenza di coltivazioni intensive senza barriere naturali tra un campo e l’altro rischia, ad esempio, di mettere in crisi la diversificazione necessaria a mantenere l’equilibrio ambientale. In questo contesto si inserisce il progetto Slow Food “Salviamo i prati stabili e i pascoli”, con l’obiettivo di preservare e ripristinare i prati stabili, laddove sono stati degradati o abbandonati, e i pascoli del bestiame, ogni volta che il clima lo consente, devono essere riscoperti poiché forniscono una serie di servizi ecosistemici che favoriscono la tutela dell’ambiente, specialmente la biodiversità animale, vegetale, alimentare. Questo documento ambisce alla creazione di un QR code digitale, da applicare ai prodotti da prato stabile – nello specifico al caso dell’Azienda agricola Garavaglia – come strumento di informazione, educazione e divulgazione, in grado di documentare gli effetti benevoli di questa pratica: salvare i prati stabili e i pascoli. Lo stato dell’arte del presente elaborato di tesi intende dimostrare come, una giusta comunicazione possa orientare i consumatori in scelte di prodotti agroalimentari più sostenibili. In altre parole, il cibo può essere valutato come causa di problemi, oppure come soluzione, la chiave di lettura consiste nell’informazione.