

POSTER  
HEROES  
.ORG

SOCIAL  
COMMUNICATION  
CONTEST

plugcreativity.org

F O O D  
I N T H E  
L O O P

posterheroes.org

— POSTERHEROES 5

→08TH NOVEMBER 2014  
01ST MARCH 2015←

PRODUCTION

TRANSFORMATION

DISTRIBUTION

DISPOSAL

VANDANA  
SHIVA  
1995

"Uniformità e diversità  
non sono solo modi  
diversi di uso della  
terra, ma anche modi  
di pensare e modi  
di vivere."

---

[01] PRODUZIONE  
[02] TRASFORMAZIONE  
[03] DISTRIBUZIONE  
[04] FINE VITA

## [00] BRIEF

IMMAGINA NUOVE  
PROPOSTE E SOLUZIONI PER  
UN FUTURO SOSTENIBILE  
DEL CIBO.

APRI NUOVI ORIZZONTI,  
SUGGERISCI E PROMUOVI  
NUOVE PROSPETTIVE.

Dopo aver affrontato il cibo come elemento culturale e sociale, **POSTERHEROES** quest'anno vuole aprire il dibattito sulla filiera del cibo a 360°. La sostenibilità ambientale deve coinvolgere tutte le fasi del ciclo di vita del cibo e tutti gli attori che ne fanno parte: dalla produzione degli alimenti, alla loro lavorazione, alla conservazione, al trasporto fino alla vendita al consumatore, cercando di non sprecare risorse alimentari preziose. Chi consuma determina ciò che mangia e quindi ciò che il sistema alimentare produce. Per cambiare il sistema occorre cambiare i propri comportamenti: il cambiamento passa necessariamente attraverso la consapevolezza delle proprie scelte alimentari e nutritive.

SOLLECITA IL DIBATTITO E LA PARTECIPAZIONE.  
DAI VOCE AL TUO VALORE SOCIALE DI INDIVIDUO  
E CONSUMATORE.

- [01] PRODUZIONE
- [02] TRASFORMAZIONE
- [03] DISTRIBUZIONE
- [04] FINE VITA

## [01] NUOVE SFIDE PRODUTTIVE

### KEYWORDS

- Allevamenti intensivi a terra
- Orti urbani
- Tracciabilità
- Agricoltura creativa

L'egemonia delle colture e degli allevamenti intensivi ha dato vita a profondi dibattiti sociali, etici e ambientali: dal rispetto degli animali e dell'ecosistema, alla tutela dei lavoratori, alla difesa della salute dei consumatori.

Al contempo, la diffusione rapida e silenziosa di nuove pratiche sostenibili traccia il cammino verso colture e culture differenti: dall'autoproduzione del cibo, all'agricoltura sociale, al viaggiare alternativo del woofing.

Quali sono le pratiche di produzione del cibo più sostenibili? Come si stimolano comportamenti di consumo alimentare più attenti alla provenienza?

- [01] PRODUZIONE
- [02] **TRASFORMAZIONE**
- [03] DISTRIBUZIONE
- [04] FINE VITA

## [02] DALL' OMOLOGAZIONE ALL'IDENTITÀ CULTURALE DEL CIBO TRASFORMATO

### KEYWORDS

- Ready-to-eat
- Crudismo
- Fermentazione
- Sotto sale

La richiesta di cibi pronti, facili e veloci da cucinare e sempre più duraturi, ha portato al sistema di trasformazione del cibo che conosciamo oggi. Prodotti surgelati, a lunga conservazione o liofilizzati affollano gli scaffali dei supermercati di tutto il mondo, perdendo ogni connotazione culturale e geografica. La trasformazione migliora e omologa l'aspetto del cibo che mangiamo e ne nasconde i difetti, sino ad arrivare ai fenomeni di sofisticazione e/o frode alimentare. Eppure la trasformazione del cibo ha radici storiche che affondano profondamente nella cultura di un territorio, attraverso processi e tecniche legate alla tradizioni locali e religiose.

È possibile riportare l'attenzione sulla cultura della trasformazione alimentare anche domestica? In che modo il sistema contemporaneo può ristabilire un legame culturale e territoriale con il cibo trasformato?

[01] PRODUZIONE  
[02] TRASFORMAZIONE  
[03] **DISTRIBUZIONE**  
[04] FINE VITA

## [03] LE CATENE DISTRIBUTIVE ALTERNATIVE

### KEYWORDS

- Gruppi di acquisto collettivo
- Farmer market
- Negozi di vendita sfusa

I cibi, trasformati e conservati, viaggiano attraverso i cinque continenti sulle rotte imposte da un sistema di distribuzione alimentare fortemente verticale. La conservazione nel tempo e nello spazio richiede sistemi di mantenimento sempre più sofisticati, che permettano ai cibi di essere commercializzati mantenendo la loro immagine di perfezione e di freschezza simulata. Sfidando il gigante della Grande Distribuzione Organizzata, le reti tradizionali di distribuzione alimentare (mercati, piccoli produttori e venditori locali) portano avanti un'idea di cibo nutriente, locale e realmente fresco. Come mostrare ai consumatori le conseguenze di un cibo distribuito su scala globale? In che modo promuovere le realtà alternative di distribuzione alimentare?

[01] PRODUZIONE  
[02] TRASFORMAZIONE  
[03] DISTRIBUZIONE  
[04] **FINE VITA**

## [04] LA BATTAGLIA CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

### KEYWORDS

- Banco alimentare
- Condivisione
- Ricette con gli scarti alimentari

Ogni anno un terzo del cibo destinato all'alimentazione umana viene buttato via: 1,3 miliardi di tonnellate di alimenti diventano spazzatura prima ancora di finire sulla tavola. La lotta allo spreco alimentare è una delle sfide di questo secolo e una grande possibilità è quella della promozione di nuovi comportamenti e nuovi modelli di consumo: riscoprire le pratiche culinarie di riuso degli scarti, ben note alle generazioni passate; creare nuovi sistemi solidali di condivisione del surplus alimentare; evitare a monte la sovra-produzione di cibo. Quali sono i mezzi per promuovere questa rivoluzione culturale? Verso quale modello di consumo tendere?

a project by

**PLUG:**  
            
CREATIVITY