

**PROGETTO  
CIBERIE  
LA RETE  
DEL BUON CIBO**

## Note di un percorso

### **Anni' 90**

Il progetto CIBERIE® nasce dopo una lunga gestazione di esperienze nel settore del cibo, affrontate, inizialmente come esperto di attrezzature di cottura professionali, dalla scoperta e realizzazione dei forni misti, alla realizzazione degli abbattitori di temperatura, ai controsoffitti aspiranti, alle linee combinabili di costruzione dei piani cottura, entrando nelle cucine per vedere come lavorano i cuochi per scoprire che erano pochissimi coloro che sapevano fare la spesa, coloro che andavano a scegliersi le materie prime da fornitori di vera qualità.

### **Nuove tecnologie in cucina**

L'avvento delle tecnologie in cucina avrebbe consentito processi di cottura capaci di mantenere la totale fragranza e freschezza del cibo fresco, di cuocerlo senza grassi aggiunti e invece veniva soprattutto usato per rigenerare cibo precotto o per riportare in temperatura i semilavorati, e infine per consentire, grazie agli automatismi, di mettere chiunque a lavorare in cucina.

### **I ristoratori custodi**

Con alcuni di loro che invece sapevano fare la spesa iniziai a conoscere i produttori, i piccoli produttori di cui l'Italia è piena, ma che troppi snobbano, perché il mondo agricolo è sempre stato poco considerato, con presunzione e pregiudizio, mondo povero!

### **Accademia e Rivista**

Correva il 2005 e impazzava la cucina molecolare, ve la ricordate? Decisi che era ora di fare qualcosa e, con alcuni amici, partì l'avventura dell'Associazione Accademia delle 5T, allo scopo di mettere insieme i piccoli produttori, quelli che lavorano con passione e con coscienza e dare loro "comunicazione", dare voce alle loro attività e farli conoscere nelle fiere e nelle manifestazioni. L'idea di avere una testata si concretizzò nel 2008 con l'acquisizione di Sapori d'Italia e buttandoci a capofitto siamo riusciti a fare ben 43 numeri, uscendo fino a fine 2014. La crisi dell'editoria ha costretto a fermare il progetto, anche perché i piccoli produttori sanno fare bene il loro prodotto, ma non hanno certo le risorse per sostenere una testata giornalistica nazionale.

### **EXPO 2015**

Nel 2015 arriva l'EXPO in Italia, il grande parco divertimento del cibo standardizzato come un bullone. Negli anni, diventato consumatore evoluto, avevo capito la differenza tra olio e olio extravergine d'oliva, tra E250 e E252, tra prodotti coltivati in armonia con la terra e devastanti coltivazioni intensive,

tra documenti della FAO sul cibo e documenti TTIP sul cibo. Tra sostenibilità e indifferenza da delirio di onnipotenza ho scelto la sostenibilità e l'attenzione al cibo sano. Che fare di concreto per EXPO?

## **Il negozio ibrido**

Perché non realizzare un negozio multiproposta per ribadire la cultura del cibo e dare vita magari a un format di negozi sostenibili con prodotti a filiera COLTA, etichetta CORTA, km VERO e chimica ZERO? L'idea prende corpo proprio a Milano, grazie a un'imprenditrice locale, in centro a Milano, a settembre 2015, parte Cum Grano Salis (risto-bottega-bar-caffetteria-enoteca), l'idea va così bene che dopo un anno, a ottobre 2016, arriva il "colosso" Alce Nero Mielizia e se la prende, trasformandola in Berberè: pizzeria con bottega.

## **La rete dei negozi presidio**

L'idea del negozio e della vendita diretta tramite negozi che fossero capaci di capire la qualità dei loro prodotti aveva comunque messo in moto un grande e serio lavoro di contatto, di visita e di selezione, uno a uno, di piccoli produttori, da Bolzano a Trapani, realizzando un catalogo che metteva insieme quasi 1500 prodotti diversi provenienti da 200 piccoli produttori tenaci e genuini.

## **La distribuzione**

Quello che mancava era come fare arrivare i prodotti dei piccoli produttori nei negozi, e soprattutto in quali negozi. Grazie a contatti diretti e verifiche sul campo, nasce la tesi che solo un negozio ibrido (questo era il nome iniziale) inteso come negozio che facesse anche assaggio e cucina, cioè proponga la qualità nel piatto, potesse anche poi venderla. Il cibo pulito, senza aggiunte di conservanti, emulsionanti, stabilizzanti, additivi e coloranti è "altro" cibo al palato e al gusto. Costa per natura e per forza di più, ma se lo si assaggia, lo si capisco e si impara a sceglierlo!

## **Concetto di CIBERIE, negozi resilienti.**

Ne parlo con Paolo Massobrio e trovo un'attenzione geniale e gentile e nella fiducia reciproca parte lo studio del nome adeguato: diventerà CIBERIE, al plurale, per far capire subito che sarà una rete di negozi più diversi, che già ci sono nel territorio che già magari fanno questo, ma che, se messi in rete tra loro possono diventare il punto locale di riferimento del cibo, cercato, atteso e riconosciuto da coloro che realizzano il cibo sano e la genuinità dell'artigianalità produttiva italiana. Contemporaneamente diventano i punti ufficiali del sistema di cultura, diffusione e distribuzione del cibo di qualità a 360 gradi, presidi del turismo del prodotto e dell'ospitalità tipica a tavola. Infine, insieme, possono avere maggiore visibilità, notorietà e possono fare nuova economia.

## **Il marchio CIBERIE**

CIBERIE® ora è un marchio registrato e i domini [www.ciberie.it](http://www.ciberie.it) e [www.ciberie.store](http://www.ciberie.store) ne rappresentano la presenza sul web assieme alla pagina Facebook @ciberie che già oggi ha quasi 9500 followers. Sul Il Golosario 2017 sono 12 le CIBERIE presenti, per ora in Friuli, Veneto, Toscana e Puglia.

## **Nodi di distribuzione**

Una particolarità importante è che le CIBERIE sono veri nodi di distribuzione professionale del prodotto di qualità. Il consumatore di Padova, che desidera un prosciutto di Cinta Senese, lo ordinerà e pagherà nel web, ma lo andrà a ritirare nel

punto CIBERIE di Padova, che, se l'ha disponibile lo consegnerà se non l'ha disponibile, grazie al sistema di distribuzione professionale riceverà dalla logistica di CIBERIE e conserverà per la consegna. Con CIBERIE, al centro della distribuzione è il negozio, la consegna avviene sempre tramite il negozio.

### **Sbocco per piccoli produttori**

Aver realizzato un catalogo dinamico, mettendo insieme i prodotti di molte piccole imprese ha fatto emergere alcuni problemi che spesso vengono affrontati in modo superficiale proprio perché non c'è storia di adeguata attenzione economica e di specifica attività di formazione verso questa categoria di imprenditori. Essere bravi produttori, poi buoni commercianti e infine ottimi amministratori non è situazione agevole e, raramente, anche i più titolati, sanno gestire la situazione con adeguata competenza e redditività.

### **Il prezzo corretto**

Questione prezzo del prodotto al consumatore: la maggior parte ha chiaro il costo di produzione in modo completo e ammirevole, ma si improvvisa nel come arrivare al costo da proporre nel mercato locale, nazionale e estero. Spesso il desiderio di arrangiarsi con internet, di disporre di un e-commerce proprio, pubblicando i propri prezzi senza una corretta valutazione della filiera commerciale (distributore > rivenditore / negozio > pubblico) ha creato situazioni di sottostima negative. CIBERIE ha fatto un quadro sistemico della filiera del costo che mette a disposizione delle aziende, tra l'altro sono disponibili dei pacchetti formativi ad hoc per giornate formative di confronto.

### **Affrontare la promozione**

Questione dei costi di promozione: la maggior parte, essendo bravi leader in zona e riconosciuti, non definisce a inizio anno e inserisce nel proprio budget i costi di promozione e per la partecipazione alle manifestazioni fieristiche. Non sa quali fiere fare, se fiere per operatori professionali o per vendita al pubblico, o si presenta solo dove pensa vada il concorrente o dove spendere meno senza fare alcuna considerazione preliminare di scelta. E pensare che molti Enti Locali

dalle CCIAA ai GAL finanziano progetti in cui poter inserire, per tempo, il prodotto territoriale. Proprio per dare valore al proprio prodotto non ha senso fare le fiere dedicate alla GD e GDO. Probabilmente risulta più produttivo investire la stessa somma per visite mirate a potenziali negozi secondo un progetto di allargamento sostenibile (su questo aspetto CIBERIE è una risorsa efficace ed efficiente).

### **Formazione alla vendita**

Questione della formazione alla vendita: altro punto debole di molte aziende in cui la presenza esclusiva del suo titolare rimangono unica risorsa indispensabile per raccontare la qualità del prodotto. Sarebbe saggio investire sulla formazione di figure di aiuto alla vendita, su esperti di cose buone, per gruppo di aziende e anche esterni all'azienda, per avere minori costi e trovare maggiore apertura mentale (su questo aspetto CIBERIE è una buona risorsa dato che ha una storia di progetti formativi Europei realizzati con una serie di Istituti Alberghieri d'Italia proprio sulla figura dell'esperto di cose buone). Oggi nel mondo degli Istituti Scolastici Superiori del cibo e

del turismo c'è una nuova apertura alle imprese, anche piccole, con l'introduzione dell'alternanza scuola / lavoro.

### **Fare squadra**

Questione distribuzione: i piccoli produttori hanno grandi potenzialità, offrono un prodotto migliore, hanno buona marginalità, ma non fanno squadra, non fanno nulla e non sanno distribuire e dall'altra parte non esiste una distribuzione ad hoc. Eppure oggi c'è l'occasione: i negozi di prossimità, le botteghe dei gusto, le gastronomie, dopo una profonda crisi di identità, ridimensionamento, si stanno rilanciando e riposizionando con il cibo di qualità e la polifunzionalità (CIBERIE). Stanno dimostrando tutta la capacità di adattamento e resilienza per ripensare alla loro redditività e, riposizionandosi, rimanere positivamente sul mercato. C'è tanta nuova energia e capacità anche nelle botteghe, non solo in agricoltura. Manca solo un pizzico di volontà nel fare squadra, per ottenere dal produttore quel servizio e quel prezzo che possono ricevere solo se si attivano nuovi percorsi distributivi e nuovi sistemi di ricerca e soddisfazione dei clienti.

### **Distribuzione evoluta**

Come CIBERIE stiamo lavorando, assieme a un partner distributivo nazionale, sul progetto della Piccola Distribuzione Evoluta (PDE), perché in realtà gli operatori attuali che affiancano i nuovi punti vendita del cibo e della tavola sono solo evoluzione e riorganizzazione di distributori locali (ex del porta a porta del latte o pane, dei formaggi, affinatori con distribuzione, agenti con mini

distribuzione), manca una nuova formula che dalla selezione del cibo sano lo distribuisca alla rete delle CIBERIE, rete di punti negozio/tavola che con l'assaggio e la vendita si propongono al pubblico del gusto e dalla genuinità.

### **Filiera del cibo sano**

La filiera adeguata e autentica del cibo sano sta diventando realtà. Quella, che con efficacia sintetizzo in "prodotti a filiera COLTA, etichetta CORTA, km VERO e chimica ZERO" ha un valore riconosciuto che aspetta solo di essere presidiato.

### **Mettersi in rete**

L'attività di CIBERIE® ha l'obiettivo di far percepire la consapevolezza che mettere in rete i punti / ambienti del cibo nel territorio (negozi del gusto con tavola, ristorante o pizzeria con bottega, negozi innovativi multifunzione con vendita e consumo, librerie con cucina, degusterie con tavola, ecc.) che s'impegnano a far conoscere, raccontare, promuovere e vendere i prodotti di piccole aziende agroalimentari italiane consente un maggiore sviluppo della loro attività senza aggiungere nuovo magazzino, ma qualificando la loro offerta e il loro pubblico.

### **L'economia nascosta**

I produttori sono tutte aziende che operano con principi etici e sostenibili, sono state tutte visitate e selezionate nel tempo. Questi piccoli intraprenditori del cibo, custodi di tradizioni e tipicità sono da sempre il vero motore nascosto e silenzioso dell'economia del paese. Fare cibo è stato ed è il primo gradino per fare economia sostenibile dal

basso. La politica e l'economia ufficiali sbagliano a disinteressarsi di ciò e purtroppo abbiamo tutti sotto gli occhi, le conseguenze di tale disinteresse perdurante: paesi poco abitati a rischio degrado, perdita di manualità e di prodotti tipici, territorio senza presidio e quindi senza custodi a rischio alluvioni e frane, ambienti stressati o devastati da cave per rifiuti, patrimonio artistico e culturale a rischio furti, disgregazione civile e sociale, carenza di valori e superficialità nell'approccio alla qualità della vita.

Sostenere il loro lavoro e la loro presenza è fondamentale, iniziando a fare squadra si ottiene una maggiore forza di attenzione verso ciò.

### **L'economia che non vogliamo**

Quando si chiude una bottega in paese o in una frazione, si spegne ciò che cura le relazioni basilari tra le persone e si perde uno dei veri punti d'incontro, di scambio, di conoscenza, di costruzione di una comunità. La chiesa e la bottega sono sempre state il segnale di vitalità di una comunità. Se non ci accorgiamo di ciò per tempo rischiamo la vera decadenza del nostro sistema paese.

Se pensiamo che a distribuire bene i prodotti agroalimentari possano essere

sufficienti solo la GD e GDO, la distribuzione organizzate sui numeri, sullo standard, sul gusto costruito e il libero servizio, è come se pensassimo che a distribuire bene la Cultura possa essere sufficiente il web, Wikipedia e uno smartphone. La cultura e il cibo sono fatti di diversità, di persone umane vere e competenti, ragionevoli, rispettose. Non esiste lo standard ma è solo la capacità di buone pratiche che garantisce la tutela della qualità.

### **Le botteghe presidio**

Il particolare progetto CIBERIE® ricerca, seleziona e mette assieme una RETE singolare di punti bottega / assaggio sul territorio allo scopo di ridefinire le attuali modalità di proposta di vendita a scaffale con nuove, in realtà più tradizionali, in cui sia presente la possibilità di assaggio, di degustazione e di somministrazione del prodotto, venendo incontro al vero bisogno dei consumatori di oggi. Non solo ma anche a quello dell'ospite e del turista che cerca e richiede il turismo d'esperienza (imparare le ricette, raccogliere i prodotti, ecc.) e il turismo del prodotto (il ricordo di un luogo tramite il prodotto tipico di quel luogo).

### **Il progetto**

La rete delle CIBERIE, si farà riconoscere visivamente con il simbolo esterno di riconoscimento: applicazione di vetrofania e/o installazione d'insegna, ma soprattutto tramite il portale web dedicato ([www.ciberie.it](http://www.ciberie.it)) e le prossime APP che verranno realizzate allo scopo. La gestione del portale sarà capace di intercettare la domanda grazie all'utilizzo dei data base e con la georeferenziazione, l'individuazione automatica della presenza di CIBERIE, il consumatore potrà essere indirizzato in quella più vicina alla sua posizione.

Una parte del portale sarà riservata alle CIBERIE per le comunicazioni commerciali e gli aggiornamenti sulle disponibilità e ordini dei prodotti.

Si chiamerà PASSAPAROLA la newsletter dedicata ai consumatori evoluti e che verrà progressivamente inviata a tutti i contatti web delle singole CIBERIE.

Attività parallela di Facebook marketing appoggia e aiuta progressivamente l'allargamento del consenso.

## **I vantaggi**

La rete del buon cibo: CIBERIE® propone benefici e opportunità di vario tipo:

### **Di tipo Promozionale:**

- far parte di un progetto allargato che fornisce servizi per qualificare l'offerta.
- Essere segnalati come punto locale del vero cibo di qualità per richiamare e ricevere nuovi clienti e dare maggiore soddisfazione ai propri clienti abituali.

- Diventare il punto di riferimento locale per iniziative su media nazionali importanti: già ora "il Golosario 2017" cita le prime CIBERIE, analogamente per l'edizione 2018.

### **Di ricerca e di acquisto prodotti:**

- avere a disposizione un catalogo di migliaia di prodotti (naturali, bio, di ricorrenza, rari e stagionali) già selezionati e già controllati nei criteri di assoluta genuinità per rinnovare, allargare e completare la propria offerta.

- Ricevere documentazione sui prodotti, sulle loro caratteristiche qualitative e di lavorazione e, soprattutto, avere esclusività e unicità di offerta (dato che sono realizzati da piccoli produttori territoriali, riconosciuti leader nella loro zona di produzione).

- Richiedere prove di prodotto o momenti di partecipazione attiva del produttore nel punto vendita per far conoscere e sostenere con la passione e storia la vendita stessa.

### **Di logistica su misura:**

- ricevere quantità e varietà di colli senza costi aggiuntivi, tutti a carico del sistema innovativo PDE (Piccola Distribuzione Evoluta) che CIBERIE ha messo a punto per ottimizzare le piccole forniture "a groupage".

- Ricevere solo quello che serve, senza appesantire il magazzino.

- CIBERIE già ora opera con circa 250 piccoli produttori e con le loro reali disponibilità di prodotto. Si possono affrontare anche carenze di tipo di prodotto, nel qual caso analogo prodotto verrà messo a disposizione da altro piccolo produttore.

### **Di sostegno alla vendita:**

- potersi dotare, a costi molto bassi perché distribuiti nella moltitudine dei punti, di nuovi strumenti e di tecnologie digitali che sostengano la vendita, ricercando i clienti e proponendo sia occasionali offerte che prove d'assaggio e regalistica mirata.

- L'APP "yoofood" è già un primo supporto operativo concreto che verrà consegnato in omaggio ai primi 100 aderenti al progetto CIBERIE.

## **Un sistema dinamico**

L'adesione al progetto CIBERIE® ha durata biennale, e si rinnova automaticamente, salvo diversa richiesta. Per quanto riguarda i costi comporta solo un costo di adesione iniziale "una tantum" con importo che verrà scontato interamente come buono acquisto dal quinto ordine.

Con l'adesione si determina la garanzia di esclusività territoriale per aree e zone (unici in centri fino a 30.000 abitanti e, se superiore, con vincolo di distanza tra i due punti di

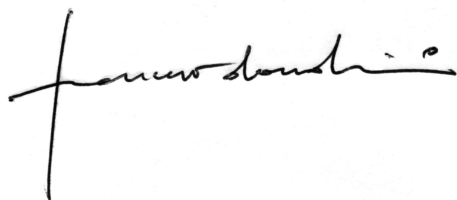
almeno 5 km).

### **Gli obiettivi**

Obiettivi 2017 per CIBERIE sono:

- il completamento del catalogo online dei prodotti, che vedrà la luce nell'estate 2017 (www.ciberie.store) strumento fondamentale per la proposta al pubblico dei prodotti che si potranno reperire tramite la CIBERIE,
- Il sistema di ordine tracciato e di pagamento integrato: produttore / punto vendita.
- Il rafforzamento operativo in tutt'Italia.
- L'avvio della newsletter PASSAPAROLA.
- Il consolidamento del progetto PDE.
- La Presenza a Golosaria Milano Nov. 2017 con la prima Assemblea della CIBERIE e il lancio dei gemellaggi con Ristoratori e Negozi all'Estero che vogliono essere veri ambasciatori del Buon Cibo Italiano.

Con autentica stima e grande coraggio,



Francesco Donadini,  
account e planner, urbanista e food hunter,  
*fondatore dell'Accademia delle 5T, selezionatore del vero autentico prodotto  
tipico e/o tradizionale, editore della rivista Sapori d'Italia per 43 numeri,  
ispiratore e artefice del catalogo prodotti Sapori d'Italia Selection e del team  
che sta dando vita alla messa a punto e definizione del progetto CIBERIE® e  
del progetto PDE che lo sottende.*