

Supermercati

- è la distribuzione privilegiata della grande produzione intensiva del cibo;
- mette a disposizione prodotti che sono anche di bassa qualità per un prezzo ridotto, a volte anche poco sani;
- vende prodotti di grandi marchi, anche di multinazionali che sono sotto boicottaggio come Nestlé e Coca-Cola per avere comportamenti non etici e poco trasparenti;
- fanno promozione varie (paghi uno e prendi due) che creano spreco di cibo e consumismo



Ipermercati

- è la distribuzione privilegiata della grande produzione intensiva del cibo;
- mette a disposizione prodotti che sono anche di bassa qualità per un prezzo ridotto, a volte anche poco sani;
- vende prodotti di grandi marchi, anche di multinazionali sotto boicottaggio come Nestlé e Coca-Cola per avere comportamenti non etici e poco trasparenti;
- fanno promozioni varie (paghi uno e prendi due) che creano spreco di cibo e consumismo ed utilizzano tecniche di marketing per far comprare molto;
- il fatturato e il profitto viene concentrato nei grandi proprietari



Negozi vari

- vendono qualsiasi tipo di prodotto, anche grandi marchi e di grandi multinazionali sotto boicottaggio;
- non usano tecniche di marketing per far comprare molto, ma curano di più il rapporto personale con il cliente;
- tendono a vendere prodotti di qualità;
- creano posti di lavoro sul luogo e la ricchezza viene suddivisa nei vari proprietari dei negozi



Negozi biologici

- vendono prodotti con la certificazione biologica;
- vengono prodotti di qualità;
- creano un rapporto personale con i clienti;
- creano posti di lavoro sul luogo e la ricchezza viene suddivisa



Prodotti Biologici

Centri commerciali

- è la distribuzione preferita dalla grande produzione intensiva del cibo;
- vende prodotti di grandi marchi, anche di multinazionali che sono sotto boicottaggio come Nestlè e Coca-Cola per avere comportamenti non etici e poco trasparenti;
- fanno varie promozioni (pago uno e porta via due) che creano spreco di cibo e consumismo ed utilizzano tecniche di marketing per far comprare molto;
- creano tutta un'atmosfera per far vivere al consumatore un evento e condurlo ad uno stile di vita consumistico mediante consumi compulsivi



Mercati in piazza

- vendono prodotti di qualsiasi tipo, anche di grandi marchi e di grandi multinazionali che non si comportano bene nei confronti dell'ambiente e dei lavoratori;
- creano un rapporto diretto con i consumatori senza raffinate tecniche di marketing che inducono al consumo;
- generano molti posti di lavoro e la ricchezza viene suddivisa nei proprietari delle bancarelle



Mercatini di produttori in piazza

- vendono prodotti della filiera diretta: dal produttore al consumatore;
- hanno prodotti genuini e di qualità;
- generano molti posti di lavoro a livello di piccola produzione e distribuzione, suddividendo la ricchezza tra i vari produttori



Mercatini equo-solidali

- vendono alcuni prodotti del commercio equo e solidale che s'impegna a pagare un prezzo giusto al produttore del sud del Mondo;
- fanno conoscere il commercio equo-solidale e i suoi obiettivi, come l'impegno generare una vita dignitosa agli agricoltori del sud del Mondo, senza più assistenzialismo;
- cercano di diffondere una solidarietà che non è fare l'elemosina ma impegnarsi a fare giustizia mediante la spesa



Gruppi di acquisto solidale

- fanno parte della filiera corta, comprando direttamente dai piccoli produttori;
- favoriscono la produzione dei piccoli agricoltori che s'impegnano a realizzare un'agricoltura: naturale, biologica, sinergica e biodinamica;
- promuovono una forte alleanza tra piccoli produttori e i consumatori: i primi impegnati nel rispettare la terra e facendo prodotti di qualità, i secondi comprando direttamente e pagando un prezzo giusto;
- creano belle relazioni tra produttori e consumatori, generando una nuova economia mediante lo scambio di saperi e di servizi



Vendita a fondo campo

- fa parte della vendita diretta: dal produttore al consumatore;
- mette a disposizione prodotti genuini e di stagione;
- fa conoscere l'origine del prodotto: la pianta del pomodoro, della patata...
- crea relazioni belle con i consumatori



Botteghe etiche

- vendono prodotti etici che vengono da produzione sostenibile di piccoli produttori;
- vendono prodotti che fanno giustizia nei confronti della natura, rispettandolo, e nei confronti dei lavoratori, rispettando i loro diritti;
- generano una suddivisione della ricchezza tra tutti gli anelli della filiera produttiva e distributiva



Botteghe equo-solidali

- vendono prodotti che fanno parte dell'economia di giustizia e delle relazioni, perché genera un giusto rapporto tra Nord e Sud del mondo mediante relazioni vere e rispettose;
- questi prodotti garantiscono un salario giusto al produttore, con la possibilità di uscire dalla miseria e vivere una vita dignitosa con la propria famiglia;
- vendono prodotti da cooperative sociali che hanno un grande impegno verso l'agricoltura biologica e la suddivisione della ricchezza tra i membri delle cooperative



Condivisione tra vicini

- si condividono prodotti dai propri orti e quindi dall'auto-produzione;
- ci si scambia saperi e informazioni sui prodotti fatti in casa;
- si riduce lo spreco perché si produce per il fabbisogno familiare e si condivide con il vicino quello che viene avanzato



Orti sociali e comunitari

- danno la possibilità di fare l'auto-produzione di frutta e verdura;
- incentivano la produzione di frutta e verdura di stagione, rispettando la stagionalità;
- favoriscono le relazioni tra i vicini e lo scambio di saperi sui vari tipi di agricoltura familiare



Vendita all'ingrosso

- si vendono prodotti che vengono dalla grande produzione intensiva;
- si comprano prodotti di grandi marchi e multinazionali, che vengono anche dall'altra parte del mondo senza pagare un prezzo giusto al lavoratore;
- si trovano prodotti di stagione, ma molti anche fuori stagione che non fanno bene per affrontare i problemi di salute

