



Cibo e innovazione sociale

Nutrire nuove pratiche in risposta a nuovi bisogni

A cura di

Lorenza Maria Sganzzetta

Con testi di

Giulia Corti

Chiara Lodi Rizzini



SCENARI

Cibo e innovazione sociale

Nutrire nuove pratiche in risposta a nuovi bisogni

a cura di

Lorenza Maria Sganzzetta

con testi di

Giulia Corti, Chiara Lodi Rizzini



© 2020 **Fondazione Giangiacomo Feltrinelli**

Viale Pasubio 5, 20154 Milano (MI)

www.fondazionefeltrinelli.it

ISBN 978-88-6835-383-4

Prima edizione digitale dicembre 2019

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo volume può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo elettronico, meccanico, in disco o in altro modo, compresi cinema, radio, televisione, senza autorizzazione scritta dalla Fondazione. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.

Questa pubblicazione rappresenta l'esito di un percorso di ricerca realizzato grazie alla collaborazione tra Fondazione Giangiacomo Feltrinelli e CIRFOOD.

Segui le attività di Fondazione Giangiacomo Feltrinelli:



<http://facebook.com/fondazionefeltrinelli>



<https://twitter.com/Fondfeltrinelli>



<https://instagram.com/fondazionefeltrinelli>

Segui le attività di CIRFOOD:



<facebook.com/CIRFOOD.Official>



<https://twitter.com/CIRFOOD>



<https://instagram.com/CIRFOOD>



<https://www.linkedin.com/company/CIRFOOD>

IL TESTO

Le nostre scelte alimentari sono spesso influenzate da dinamiche commerciali e pubblicitarie. Tuttavia, si sta facendo strada una nuova consapevolezza rispetto al “sistema-cibo”, dalla sua produzione fino al suo consumo. Sebbene alcune fasce di popolazione si nutrano ancora con alimenti di bassa qualità, aumenta sempre più la richiesta di cibo sano e formule di consumo sostenibile stanno diventando i driver di nuovi sistemi alimentari. Maggiore convivialità, migliore qualità e diversità dei nutrienti, lotta allo spreco, equità nell’accesso: tutto questo fa parte di un paradigma che può essere migliorato e raffinato ogni giorno grazie a pratiche di innovazione sociale. Attraverso la lettura di esperienze di sostenibilità che ormai sono entrate nel quotidiano, questa ricerca, condotta da Fondazione Giangiacomo Feltrinelli in collaborazione con CIRFOOD, esplora i molti modi di rispondere ai bisogni umani attraverso il cibo.

Indice

Introduzione	8
CAPITOLO 1	
<i>Contesto attuale, tendenze e bisogni emergenti</i> , di Chiara Lodi Rizzini, Percorsi di secondo welfare	11
CAPITOLO 2	
<i>Innovazione sociale come risposta alla polarizzazione sociale</i> , di Giulia Corti, Università di Trento e Chiara Lodi Rizzini, Percorsi di secondo welfare	26
CONCLUSIONI	
<i>Cibo e bisogni sociali: come stimolare pratiche virtuose sostenibili</i>	45
Bibliografia	53
Gli autori	56

Cibo e innovazione sociale

INTRODUZIONE

Le recenti tendenze al consumo in ambito alimentare sono influenzate da rinnovate preferenze culturali e da una maggiore consapevolezza delle dinamiche commerciali e pubblicitarie che determinano un quadro vario in termini di **domanda**, di **bisogni** e di **accesso**.

La capillarità dell'offerta odierna nasconde infatti fenomeni diffusi di scarso accesso alle risorse e di iniquità nell'accesso ai beni alimentari. I dati Coldiretti 2018 evidenziano come intere fasce di popolazione in Italia non riescano a consumare cibo a sufficienza e di sufficiente qualità, e che nel 2017 si sono registrati 2,7 milioni di persone che hanno beneficiato di aiuti alimentari (News Coldiretti, 564 - 7 Luglio 2019).

L'accesso al cibo risulta determinante, inoltre, da un punto di vista nutrizionale e da una prospettiva connessa alla convivialità e allo spazio di acquisto e consumo.

L'offerta degli attori dell'intera filiera agroalimentare si deve quindi misurare con queste nuove necessità e formulare delle proposte, in controtendenza con i modelli consumistici di larga diffusione, che sappiano fornire una risposta ai nuovi trend di consumo, migliorando allo stesso tempo le condizioni di equità e accesso al mercato degli alimenti ed evitando l'inasprimento delle nuove problematiche economiche, sociali, culturali e spaziali legate al cibo.

Il percorso di ricerca del rapporto *Cibo e innovazione sociale: nutrire nuove pratiche in risposta a nuovi bisogni* approfondisce le attività di produzione e distribuzione alimentare di nuove piattaforme fisiche e digitali, al fine di

sviluppare strumenti di consumo accessibile e sostenibile, policy inclusive e soluzioni aderenti alla realtà dei diversi beneficiari e target. In particolare, lo studio si propone di analizzare i seguenti aspetti:

- **Contestualizzazione sociale dei nuovi bisogni alimentari**, nelle sue specifiche declinazioni, con cui l'Italia si dovrà confrontare con sempre maggiore urgenza negli anni a venire e individuazione di alcune pratiche virtuose nel contesto agroalimentare;
- **Ruolo e potenzialità dell'innovazione sociale** rispetto alla creazione di risposte e soluzioni che possono generare benefici economici, sociali, e culturali alla luce del quadro definito in precedenza, attraverso l'individuazione di casi studio pubblico-privati che contribuiscono allo smorzamento della polarizzazione economica e degli impatti sociali e culturali determinati dal fenomeno dell'insicurezza alimentare;
- **Mappatura di buone pratiche** nel contesto agro-alimentare che hanno saputo affrontare la problematica dei nuovi bisogni alimentari con concrete ed efficaci proposte di innovazione sociale, in linea con le nuove preferenze di un consumatore esperto e attento all'equità sociale.

Le formule di innovazione sociale riguardanti la filiera agroalimentare e i processi di distribuzione digitale e tradizionale possono risultare un valido strumento di riconnessione tra consumatore e prodotti alimentari di qualità che sembrano sempre più distanti e poco accessibili.

Nello sviluppo del **primo capitolo**, il seguente studio analizza la contestualizzazione sociale dei nuovi bisogni alimentari emergenti in Italia e delle sue specifiche declinazioni, nonché il ruolo e la potenzialità dell'innovazione sociale rispetto alla creazione di risposte e soluzioni che possano generare benefici economici, sociali e culturali alla luce del quadro definito in precedenza. Si propone, inoltre, di presentare il contesto di riferimento dell'alimentazione in Italia e le problematiche educative, sanitarie, spaziali ed economiche che impattano sull'accesso al cibo attraverso il concetto di "bisogno alimentare" che viene declinato secondo i binomi "**alimentazione e salute**", "**alimentazione e educazione alimentare**", "**alimentazione e vulnerabilità economica**", "**alimentazione e territorio**", "**alimentazione e spreco alimentare**". Questi bisogni, o problematiche, sono interconnessi e devono, dunque, essere affrontati con risposte intersettoriali e innovative.

Nel **secondo capitolo**, gli autori investigano le potenziali risposte ai bisogni alimentari secondo principi di coinvolgimento di attori eterogenei pubblici e privati nella gestione di situazioni di marginalità, e di fornire risposte multidimensionali che coniughino bisogni economici, culturali e sanitari. Il capitolo si sviluppa attraverso la descrizione di buone pratiche che hanno saputo rispondere a nuovi bisogni alimentari, generando esternalità positive e fenomeni di innovazione sociale, e che contribuiscono allo smorzamento della polarizzazione economica e degli impatti sociali e culturali determinati dal fenomeno dell'insicurezza alimentare. Lo studio, in particolare, analizza casi virtuosi con specifiche caratteristiche di replicabilità e con forte impatto socio-territoriale, spesso beneficiari di finanziamenti terzi, con un elevato capitale sociale e relazionale e in linea con le direttive europee ed italiane in materia di spreco alimentare. I casi descritti hanno sede sia in Italia, sia in altri stati che spaziano tra Francia, Grecia e Canada.

CAPITOLO 1

CONTESTO ATTUALE, TENDENZE E BISOGNI EMERGENTI

di Chiara Lodi Rizzini, Percorsi di secondo welfare

Per meglio comprendere la complessità del contesto attuale, è utile fare ricorso a quanto proposto dalla FAO, che definisce la sicurezza alimentare come quella situazione in cui tutte le persone, in qualsiasi momento, hanno accesso fisico ed economico ad alimenti sicuri, nutrienti e sufficienti a soddisfare le proprie necessità e preferenze alimentari e condurre una vita sana e attiva (FAO 1996). Le condizioni che determinano la sicurezza alimentare sono in particolare (FAO 2008):

- **Disponibilità:** l'offerta di cibo è sufficiente a soddisfare le necessità della popolazione di riferimento, ovvero i livelli di produzione, commercio e stoccaggio sono idonei a rispondere alle esigenze della popolazione in termini sia quantitativi che qualitativi;
- **Accessibilità:** le condizioni politiche ed economiche consentono agli individui di accedere ad alimenti in quantità e qualità adeguate;
- **Utilizzabilità:** la popolazione di riferimento è in grado di utilizzare il cibo in modo tale da seguire una dieta equilibrata e adeguata allo stile di vita del contesto di riferimento, ovvero possiede appropriate conoscenze e può disporre di condizioni igieniche e sanitarie che consentono una corretta conservazione e utilizzo del cibo. Si tratta di una dimensione che evidenzia particolarmente l'influenza dei fattori non "strettamente alimentari" sulla food security;
- **Stabilità:** la popolazione ha accesso a cibo sufficiente in ogni momento, è protetta dal rischio di shock improvvisi (es. crisi economica o ambientale) o ciclici (es. seasonal food insecurity). Il concetto di stabilità può quindi essere riferito sia alla dimensione della disponibilità, sia a quella dell'accessibilità.

L'assenza di una o più delle condizioni sopraelencate determina una situazione di insicurezza alimentare (food insecurity) che può essere transitoria o cronica, e più o meno grave a seconda dell'intensità dei fenomeni connessi. È evidente quindi che l'insicurezza alimentare in Italia presenta forme profondamente diverse da quelle proprie dei Paesi in via di sviluppo, ai quali l'opinione pubblica tende erroneamente ad attribuire in modo esclusivo i problemi di food insecurity. Se questi ultimi, infatti, presentano carenze relativamente a tutte le quattro dimensioni, nei Paesi sviluppati l'insicurezza alimentare è determinata soprattutto dall'accessibilità e dall'utilizzabilità, e non dalla disponibilità o dalla stabilità, dal momento che il cibo è addirittura oggetto di spreco, come spiegato più sotto.

Occorre inoltre considerare che il contesto socioeconomico in cui ci troviamo oggi è profondamente diverso da quello del passato. Le ragioni come vedremo sono molteplici e includono la globalizzazione dei mercati, i cambiamenti climatici, l'aumento della popolazione immigrata, portatrice di nuove abitudini alimentari, la crisi economica, che ha inasprito le difficoltà di alcune persone ad accedere a prodotti alimentari di qualità, l'urbanizzazione e il contemporaneo spopolamento delle aree rurali, con la comparsa dei food deserts¹. Nel tentativo di approfondire i problemi emergenti sul fronte alimentare sono stati identificati in particolare cinque binomi: "alimentazione e salute", "alimentazione ed educazione alimentare", "alimentazione e vulnerabilità economica", "alimentazione e territorio", "alimentazione e spreco alimentare".

ALIMENTAZIONE E SALUTE

Nell'ultimo decennio è cresciuta la consapevolezza dell'impatto che i consumi alimentari hanno su **ambiente e salute**. Secondo i dati Eurispes (2019) si sta diffondendo una "tendenza salutistica" che sta facendo innalzare la qualità dei consumi - circa il 63% del campione afferma di seguire un regime alimentare abbastanza o molto equilibrato; il 56% di tenere abbastanza o molto sotto controllo il proprio peso; il 57% di tenersi abbastanza o molto informato sulle

norme per una **corretta alimentazione**. Se l'obesità nel mondo è quasi triplicata dal 1975 ed è presente anche in paesi dove si soffre la fame, portando il numero di persone in sovrappeso a quasi 2 miliardi (Fondazione BCFN), l'Italia resta uno dei Paesi in cui la situazione al momento è migliore: il tasso di persone sovrappeso è del 54,6% per gli uomini e 36,1% per le donne, contro una media UE rispettivamente del 59,1% e 44,7%, mentre il tasso di persone obese è 11,3% per gli uomini e 10,3% per le donne, contro una media UE rispettivamente del 16,1% e 15,7% (Eurostat 2019 dati 2014²). Del resto, l'alimentazione è un tratto identitario del nostro Paese, dove l'incidenza della spesa alimentare sul totale dei consumi raggiunge uno dei valori più elevati nelle graduatorie internazionali, circa il 19% - primato che in Europa è condiviso solo con la Spagna, 20%, e che supera di ben 5 punti la quota tedesca e di 7 punti quella britannica -, oltre che il Paese in cui è più alto il **consumo di frutta e verdura** (Coop 2018, 218). L'attenzione verso il cibo sta modificando la stessa composizione del paniere di beni alimentari consumati: dal 2010 ad oggi si è ridotto il peso relativo di pane pasta e cereali (-3,8%), zuccheri e dolci (-2,3%) e carni (-1,3%), compensato da un incremento di frutta e verdura (+2%) e pesce (+0,9%) (Coop 2018, 222). Inoltre, questo nuovo trend tende a favorire la ricerca di **regimi alimentari alternativi**: negli ultimi anni la dieta vegana e quella vegetariana hanno visto consolidare la propria diffusione, soprattutto tra le donne e, se prima erano prerogativa soprattutto dei Millennials, cominciano a diffondersi anche tra altre fasce di età. La motivazione prevalente risulta proprio quella della salute (34%), seguita dalla volontà di adottare una nuova filosofia di vita (24%) (Eurispes 2019). Questa crescente attenzione alle scelte alimentari presenta tuttavia dinamiche contrastanti, come la tendenza a mangiare fuori pasto e una frequente propensione a sostituire il pasto con panini e snack (Eurispes 2019). I cambiamenti nello **stile di vita, di lavoro e delle strutture familiari**, portano infatti spesso a consumare il pasto fuori casa e velocemente, con la conseguente diffusione di cibo pronto, le cui vendite sono salite del 6% (Coop 2018). Da segnalare inoltre che solo nei primi tre mesi del 2018 i servizi di food delivery sono stati utilizzati da 3,5 milioni di italiani (+80% rispetto al 2017).

Scegliere di condurre una dieta equilibrata e di consumare prodotti sani non dipende però solo dalla nostra volontà. Spesso siamo infatti condizionati da **fattori esterni**, come il reddito, l'educazione, l'occupazione e il luogo di residenza. Fattori che negli anni recenti hanno in molti casi esercitato un impatto negativo sulle scelte alimentari.

ALIMENTAZIONE E SALUTE	
Tendenze e bisogni emergenti	Possibili soluzioni
<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento delle malattie legate all'alimentazione ● Ricerca e diffusione di regimi alimentari alternativi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promuovere una maggiore attenzione alla qualità degli alimenti consumati e alle conseguenze delle scelte alimentari sulla salute ● Promuovere consumi adatti alle proprie esigenze e stile di vita ● Facilitare l'accesso a prodotti salutari

Binomio 1 – Alimentazione e salute
Per visualizzare l'immagine nel browser, clicca qui

ALIMENTAZIONE E EDUCAZIONE ALIMENTARE

Un primo fattore che influenza le nostre scelte è l'**educazione alimentare**: la capacità di consumare il cibo in modo adeguato alle nostre esigenze fisiche, allo stile di vita che conduciamo e al contesto nel quale viviamo è fortemente connessa alle conoscenze sulle proprietà degli alimenti, sulle scelte di consumo e sulle conseguenze che esse comportano sulla nostra salute, sull'economia e sull'ambiente. Per questo motivo le fasce di popolazione meno istruite – che di solito sono anche quelle più povere – risultano più esposte alle malattie legate all'alimentazione. Un elevato titolo di studio rappresenta, ad esempio, un fattore protettivo contro l'**obesità**, giocando un ruolo importante nell'ambito della prevenzione a vari livelli. Nel 2017, l'obesità interessava solo il 6,6% dei laureati,

mentre saliva al 14,2% tra coloro che hanno conseguito al più la licenza media. Il gap maggiore si registrava tra le generazioni più giovani, tra i 25 e i 44 anni, dove la prevalenza dell'obesità quadruplicava per le donne con basso titolo di studio (9,4% contro 2,1% con titolo alto) e triplicava per gli uomini (10,5% contro 3,7% con titolo alto) (Italian Barometer Diabetes Observatory Foundation 2019, 48). Nell'ultimo decennio, come si diceva sopra, grazie alle campagne di sensibilizzazione promosse dalle istituzioni e alla centralità acquisita da queste tematiche nel dibattito pubblico, è cresciuta la consapevolezza di questa connessione, ma essa non è ancora sufficientemente distribuita tra la popolazione. Ad esempio, la percentuale di coloro che dichiarano di essere molto o abbastanza informati sulle norme per una corretta alimentazione scende dal 68% dei laureati al 51% per coloro che hanno la licenza elementare (Eurispes 2019). Inoltre, l'aumento della quantità di informazioni disponibili non è stato accompagnato ad un miglioramento della relativa qualità, anzi si registra una cospicua diffusione di **fake news** e **falsi allarmi** che spesso si traducono in comportamenti sbagliati e potenzialmente dannosi, tra cui errate autodiagnosi o diete autogestite che possono avere anche effetti negativi sulla salute. Ad esempio, una quota rilevante della popolazione assume alimenti privi di lattosio, glutine e lievito, pur non avendo ricevuto una diagnosi di intolleranza; gli acquisti di questo tipo risultano addirittura più numerosi di quelli effettuati da chi è stato dichiarato intollerante; il 28% del campione Eurispes dichiara di assumere integratori alimentari per propria iniziativa, senza indicazione del medico (Eurispes 2019).

Per questo motivo è cruciale promuovere l'educazione alimentare tra tutte le fasce della popolazione. In questi anni sono state **le scuole** il "soggetto prescelto" e numerosi programmi educativi sono stati promossi sia dai singoli istituti scolastici che dal Ministero. In particolare, un luogo chiave è stato individuato nella mensa scolastica, intesa non come un luogo dove ognuno mangia per sé, ma un momento educativo, in cui attraverso il cibo si trasmettono valori tra cui **l'integrazione**, la **socializzazione**, la **prevenzione** e **l'educazione alimentare**. Tuttavia, la disponibilità delle mense scolastiche

risulta ancora estremamente disomogenea sul territorio nazionale. I dati MIUR sulla percentuale di alunni che frequentano la mensa rivelano che in nove regioni italiane più del 50% degli alunni non ha la possibilità di usufruire del servizio mensa e le differenze percentuali variano dal 30% all'80%. La situazione si fa più allarmante al Sud: in Sicilia non accede alla mensa l'81,05% degli alunni, a seguire il Molise (80,29%), la Puglia (74,11%), la Campania (66,64%) e la Calabria (63,78%) (Save The Children 2018). Come spiega Save The Children (2018, 6) *“la presenza della mensa non è garantita in modo uniforme sul territorio perché ancora oggi la normativa la qualifica come un servizio a domanda individuale, che dunque può essere o non essere garantito dai comuni, compatibilmente con le loro esigenze di bilancio”*. La mensa dovrebbe invece essere riconosciuta come un servizio pubblico essenziale, garantendo la possibilità ad ogni alunno, in qualsiasi comune, di accedervi con le stesse possibilità. Riconoscere il servizio di refezione come **servizio pubblico** essenziale significa affermare che la mensa corrisponde ad un interesse a protezione necessaria, che va pertanto garantito. Se da una parte comporta la doverosità dell'offerta da parte delle istituzioni, il servizio essenziale non implica l'obbligatorietà nell'accesso per l'utenza, che può scegliere di non usufruirne (Save The Children 2018). Resta quindi controversa la questione sulla facoltà di consumare a scuola il pasto domestico, che ha visto un passaggio significativo nella sentenza della Cassazione del luglio 2019, la quale ha stabilito che *“un diritto soggettivo perfetto e incondizionato all'autorefezione individuale³, nell'orario della mensa e nei locali scolastici, non è configurabile”*, rovesciata poi nel dicembre dello stesso anno dalla sentenza del TAR del Lazio numero 14368. Investire nelle mense scolastiche è fondamentale non solo in termini di educazione alimentare, ma anche di equità e promozione della salute, in un Paese dove quasi 1 milione e 300 mila minori vivono in condizioni di povertà assoluta e non riescono ad alimentarsi in modo adeguato e 1 bambino su 3 è in sovrappeso o obeso per abitudini alimentari non corrette e uno stile di vita sedentario, con conseguenze potenzialmente molto dannose sulla qualità della salute da adulti (Helpcode 2018). Il 3,9% dei bambini ancora oggi non consuma

neppure un pasto proteico e adeguato al giorno, percentuale che al Sud e nelle Isole sale drasticamente al 6,2% (Save The Children, 2018).

La **ristorazione collettiva** può assumere un ruolo centrale anche per gli adulti che, come spiegato sopra, consumano sempre più spesso il pranzo fuori casa, a cominciare dal posto di lavoro e dalle mense aziendali. Frutta e verdura fresche sono presenti circa nell'80% delle mense italiane, ma la percentuale sale oltre il 90% nel Nord-Est, e scende sotto il 60% al Sud. Se nel 53% dei distributori automatici è possibile trovare panini preconfezionati, solo nel 12,6% è presente la frutta fresca (Euripses 2019). A questo scopo cominciano a diffondersi sperimentazioni interessanti promosse dalle imprese nell'ambito del welfare aziendale, come l'acquisto e consegna di frutta e verdura, prodotti biologici o a km 0 direttamente sul posto di lavoro, la promozione di gruppi di acquisto solidale tra colleghi, le iniziative contro lo spreco alimentare. Su questo ultimo fronte, vi sono ad esempio imprese che incentivano i dipendenti all'utilizzo di *bag*⁴ per portare a casa il cibo non consumato in mensa, o che portano avanti progetti specifici.

Alla ristorazione "legata al posto di lavoro", si affianca infine quella legata al "tempo libero", di grande importanza se si considera che in termini di fatturato, nel periodo 2008 - 2018 i consumi delle famiglie nei servizi di ristorazione hanno fatto registrare un incremento di 12,7 miliardi di euro, posizionando il settore su livelli superiori rispetto ai valori precrisi. Nel 2018, la spesa delle famiglie per il "fuori casa" è stata superiore agli 80 miliardi di euro in valore, con un incremento del 4% rispetto al 2016 (Coop 2018, 283). Interessante notare come nei primi tre mesi del 2018, fra gli italiani che hanno mangiato al ristorante il 42% (14 milioni) ha scelto una cucina diversa da quella italiana, quota che sale al 49% nel Nord-Italia e al 64% fra i *Millenials*⁵ (Coop 2018, 284).

Di fronte a questi numeri è evidente come la ristorazione, collettiva e non, possa diventare un attore cruciale nel promuovere l'educazione alimentare e nel favorire comportamenti di consumo sostenibili non solo tra bambini e giovani, ma in tutte le età e tra tutte le fasce della popolazione.

ALIMENTAZIONE E EDUCAZIONE ALIMENTARE

Tendenze e bisogni emergenti

- Scarsa conoscenza, soprattutto nella popolazione meno istruita, dell'impatto delle scelte alimentari su salute e ambiente

Possibili soluzioni

- Promuovere programmi di educazione alimentare nelle scuole, imprese, ristorazione collettiva
- Sensibilizzazione dell'opinione pubblica tramite campagne informative dedicate
- Contrasto alle "fake news" in campo alimentare

*Binomio 2 – Alimentazione e educazione alimentare
Per visualizzare l'immagine nel browser, clicca qui*

ALIMENTAZIONE E VULNERABILITÀ ECONOMICA

Altro elemento che influisce sulle scelte alimentari è la **vulnerabilità economica**. Con la diffusione della grande distribuzione, si è verificato un abbassamento dei costi di produzione e dei prezzi al consumatore (Caprotti 2014). Tuttavia, il deprezzamento ha interessato gli alimenti a basso contenuto nutrizionale, mentre gli alimenti più salutari risultano essere i più costosi in quanto devono includere nel prezzo più alti costi e controlli (Federconsumatori 2018). Questo fenomeno induce soprattutto le fasce più povere della popolazione al consumo preferenziale di alimenti poco salutari e che aumentano ad esempio in modo sostanziale il rischio di obesità. In Italia il 10,9% della popolazione non può permettersi un pasto a base di carne, pesce o l'equivalente vegetariano ogni due giorni, contro una media europea del 7,1%. Il dato è preoccupante se confrontato a Paesi come Francia, 6,9%, Germania, 6,4%, e Spagna, 3,6%. Dati peggiori di quelli italiani si rilevano solo in Grecia, 11,6%, e in alcuni Paesi dell'Est Europa (Eurostat 2019)⁶. Anche su questo fronte emergono disparità territoriali, con un aumento del rischio di povertà alimentare al Sud e tra i

minori (Accolla 2015, Save The Children 2018, Istat 2019). Va segnalato inoltre che la polarizzazione sociale si sta traducendo in una polarizzazione delle **scelte alimentari**: se l'acquisto dei prodotti Luxury, ad elevato valore unitario nel 2018 è cresciuto del 9%, anche quello degli "ingredienti di base" (pasta secca, passata di pomodoro, latte, olio d'oliva, riso) dopo un calo durato sei anni è tornato a crescere in maniera significativa (+2%). In apparente contraddizione con la crescita del lusso e del pronto, la ripresa del "*basic*" causa almeno in parte la continua crescita di porzioni della domanda in difficoltà economica che ripiegano verso carrelli più poveri come specchio dei crescenti divari socioeconomici all'interno della nostra società (Coop 2018).

In particolare, tra le fasce più povere si registrano oggi due tendenze: da un lato, l'**aumento delle persone in povertà estrema**, che spesso non dispongono di un reddito sufficiente a sostenersi adeguatamente, ma neppure di un alloggio in cui cucinare e consumare un pasto; dall'altro, l'**aumento delle persone "vulnerabili"**, cioè non sufficientemente abbienti da alimentarsi adeguatamente ma neppure così indigenti da accedere agli strumenti rivolti a chi si trova in stati di deprivazione seria. Persone che possono facilmente precipitare in una condizione di indigenza ma che, se adeguatamente supportate, altrettanto facilmente possono uscirne. Si tratta di una complessità che richiede strumenti di risposta differenziati sulla base del grado di bisogno da intercettare e risolvere. Potremmo quindi ipotizzare un sistema fondato sulla compresenza di strumenti tradizionali e assistenziali che continuino a sostenere le povertà estreme e a offrire una risposta alle situazioni di emergenza e di strumenti nuovi, rivolti invece a quel disagio temporaneo, facilmente riscattabile e tipico di soggetti semiautonomi che potrebbero emanciparsi se aiutati su più fronti (cibo, lavoro, salute, ecc.) (Maino, Lodi Rizzini e Bandera 2016).

ALIMENTAZIONE E VULNERABILITÀ ECONOMICA

Tendenze e bisogni emergenti	Possibili soluzioni
<ul style="list-style-type: none">● Crescita della povertà alimentare● Maggiore ricorso a prodotti di qualità inferiore e junk food● Polarizzazione dei consumi alimentari che riflette la polarizzazione sociale	<ul style="list-style-type: none">● Facilitare l'accesso al cibo di qualità, soprattutto tra le fasce vulnerabili● Risposte integrate che agiscono su più fronti (povertà alimentare, povertà economica, disoccupazione, salute ecc.)● Risposte differenziate in base alla condizione di bisogno

Binomio 3 – Alimentazione e vulnerabilità economica
Per visualizzare l'immagine nel browser, clicca qui

ALIMENTAZIONE E TERRITORIO

I nuovi bisogni alimentari possono essere inoltre connessi alle dinamiche dello sviluppo urbano. Secondo le Nazioni Unite, entro il 2050 il 66% della popolazione mondiale si concentrerà nelle **aree metropolitane** (United Nations 2014). Di fronte a questi numeri, diventa indispensabile progettare spazi urbani sostenibili e pianificare i canali e le strategie attraverso cui gli abitanti delle città future si nutriranno (Maino, Lodi Rizzini e Bandera 2016). Ecco perché molte metropoli – tra cui Milano – hanno iniziato a inserire il tema delle Food policy urbane nel dibattito politico e hanno intrapreso percorsi che puntano a un radicale **cambio di paradigma** nelle abitudini di consumo degli abitanti. Al contempo, il progressivo spopolamento delle aree rurali e la carenza di trasporti e servizi commerciali possono compromettere il diritto al cibo anche per chi vive in zone rurali e periferiche.

Si pensi al fenomeno dei *food deserts*, aree in cui la popolazione ha accesso limitato al cibo sano a prezzi sostenibili. Queste zone sono in genere caratterizzate da un basso reddito pro capite, un inefficiente servizio di trasporto pubblico e un numero ristretto di esercizi commerciali che offrono cibo fresco e

sano a prezzi accessibili (United States Department of Agriculture 2009 e 2012). Un fenomeno che in Italia sembra ancora piuttosto contenuto nei centri urbani – non siamo un Paese di grandi metropoli – ma che è più acuto nelle aree montane e nei piccoli centri, dove la desertificazione commerciale, che comprende anche i negozi di prodotti alimentari, è aumentata del 30% in quattro anni (Uncem 2019).

ALIMENTAZIONE E TERRITORIO	
Tendenze e bisogni emergenti	Possibili soluzioni
<ul style="list-style-type: none"> ● Spopolamento delle aree rurali e carenza di trasporti e servizi commerciali ● Diffusione dei food deserts 	<ul style="list-style-type: none"> ● Assicurare la capillarità di esercizi commerciali che offrano prodotti di qualità a prezzi sostenibili ● Promozione di food policy urbane ● Costituzione di reti tra gli attori locali coinvolti nelle politiche alimentari locali

Binomio 4 – Alimentazione e territorio
Per visualizzare l'immagine nel browser, clicca qui

ALIMENTAZIONE E SPRECO ALIMENTARE

Infine, l'analisi dei bisogni emergenti non può prescindere da una **riflessione sullo spreco alimentare** che, secondo quanto riporta Last Minute Market, in Italia vale lo 0,88% del Pil, ossia oltre 15 miliardi di euro, di cui oltre 3 miliardi originati lungo la filiera (produzione – distribuzione) e oltre 11 miliardi in ambito domestico⁷. Fenomeni di spreco alimentare possono infatti originarsi lungo l'intero percorso che va dalla coltivazione delle materie prime sino al consumo.

Nella fase di coltivazione, produzione e raccolta, si possono registrare perdite alimentari dovute a fattori climatici e ambientali, a **surplus produttivi**, alle

tecniche di trasporto e stoccaggio. Durante le operazioni di prima trasformazione dei prodotti agricoli e, in seguito, di trasformazione industriale, invece gli sprechi sono da ricondurre principalmente a scarti derivati dalla lavorazione alimentare che, se in parte risultano inevitabili, sono spesso dovuti ai limiti delle tecniche e tecnologie utilizzate. Durante i processi di distribuzione all'ingrosso e al dettaglio, gran parte degli sprechi è costituita da prodotti rimasti invenduti, da eccedenze che non rispettano gli standard estetici o le normative che ne regolano il consumo. Infine, nella fase del consumo, che generalmente avviene nei luoghi di ristorazione e nelle abitazioni domestiche, gli sprechi sono dovuti principalmente all'eccedenza delle porzioni preparate, alla sovrabbondanza degli alimenti acquistati, ad errori nella conservazione degli alimenti e nell'interpretazione dell'etichettatura (Barilla Center for Food and Nutrition, 2012).

A fronte degli effetti negativi che il fenomeno ha sul **piano sociale, economico ed ambientale**, sono state avviate numerose sperimentazioni volte da un lato a innovare i processi produttivi in modo da ridurre il volume degli sprechi e di rifiuti, dall'altro a rimettere in circolo le eccedenze alimentari. Queste ultime costituiscono la componente commestibile che viene prodotta, trasformata, distribuita o servita dalla filiera ma che, per ragioni diverse (es. scadenza imminente, difetti di confezionamento, eccesso di porzioni ecc.), non viene venduta o consumata, pur essendo perfettamente integra dal punto di vista della qualità e dell'igiene. Tali sperimentazioni sono portate avanti da numerosi attori, anzitutto a livello di governo centrale, si pensi ad esempio all'approvazione della legge 166/2016, nota come "Legge Gadda", che incentiva la donazione delle eccedenze; si segnala inoltre l'azione di alcune Regioni, come la Lombardia, che ha approvato la Legge Regionale 6 novembre 2015, n. 34 "Legge di riconoscimento, tutela e promozione del diritto al cibo"; e degli enti locali, che in molti casi hanno introdotto delle riduzioni delle tasse sui rifiuti a favore di imprese che donano eccedenze alimentari. A queste azioni si affiancano quelle portate avanti dalle imprese, che stanno innovando i propri processi produttivi in modo da ridurre fenomeni di spreco e sperimentando progetti per

la donazione delle eccedenze. È il caso ad esempio di CIRFOOD, che nel 2018 ha sperimentato un **progetto di pesatura e quantificazione** delle differenti frazioni dei rifiuti prodotti nell'erogazione del servizio di ristorazione che ha interessato tutte le tipologie di servizio presenti nell'azienda. Il progetto ha evidenziato come le frazioni più rilevanti su cui avviare studi di progetti di economia circolare siano umido, plastica, cartone⁸. Inoltre, raccoglie presso la propria piattaforma logistica di Reggio Emilia gli alimenti che non possono essere venduti o consumati e tramite l'Associazione Solidarietà li distribuisce ad enti del territorio impegnati nella lotta alla povertà. Il progetto è possibile grazie all'adozione, da parte di CIRFOOD, di Quanta Stock & Go, soluzione centralizzata per la supply chain sostenibile che consente di gestire in maniera efficiente i flussi logistici delle materie prime, assicurando una filiera corta e una migliore razionalizzazione delle scorte. Questo modello di partnership permette dunque da un lato di evitare lo spreco di alimenti ancora commestibili, e dall'altro di sostenere le realtà del territorio impegnate nel garantire a tutti il diritto ad un'alimentazione sana, generando un alto valore sociale. La collaborazione con Associazione Solidarietà si inserisce in un più ampio impegno di CIRFOOD per la valorizzazione di alimenti non consumati, come la promozione di bag antispreco nelle scuole e appunto la donazione delle eccedenze ad enti e associazioni. Nel solo anno 2018, CIRFOOD ha donato ad enti caritatevoli di tutto il territorio nazionale 39.000 porzioni di cibo e circa 4.700 kg di alimenti⁹. Un altro caso interessante è quello di CiboAmico di Hera, avviato nel 2009, grazie al quale i pasti preparati e non consumati nelle 5 mense dell'azienda vengono donati a 5 enti non profit¹⁰ che assistono quotidianamente circa 145 persone in 8 strutture sul territorio emiliano romagnolo. Solo nel 2018 sono stati recuperati 10.961 pasti (primo, secondo, contorno, pane e frutta), per un valore di 47.045 euro. Si tratta di un volume di 4.855 kg di cibo il cui recupero ha consentito di risparmiare rifiuti per 10,58 cassonetti, mostrando un impatto positivo sia in termini sociali che ambientali.

Infine, va segnalato che anche i singoli cittadini sono oggi più sensibili verso il problema dello spreco, e stanno di conseguenza cambiando le proprie abitudini

di acquisto e consumo. Il 65% degli Italiani provvede a un check della dispensa prima di fare la spesa, il 61% congela il cibo a rischio deperibilità e il 54% cerca di prevenire controllando la quantità di cibo ottimale prima di cucinarlo. Il 48% sperimenta ricette con cibo di recupero dagli avanzi del pasto prima, ma solo il 34% richiede al ristoratore una borsa per trasportare a casa il cibo che non è riuscito a consumare. Solo il 22% dona al vicino il cibo in eccesso a rischio spreco (Waste Watcher 2019).

Pur essendo stati avviati tentativi soprattutto grazie all'uso di App, lo "scambio" di cibo tra cittadini risulta ancora molto contenuto in parte per resistenze culturali, in parte per le difficoltà nel garantire requisiti igienici e tracciabilità.

ALIMENTAZIONE E SPRECO ALIMENTARE	
Tendenze e bisogni emergenti	Possibili soluzioni
<ul style="list-style-type: none"> ● Perdite alimentari dovute a fattori climatici/ambientali ● Sprechi alimentari dovuti a processi, tecniche e tecnologie di produzione obsolete o inefficienti ● Spreco domestico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Innovazione dei processi produttivi ● Incentivi alla donazione delle eccedenze alimentari ● Educazione alimentare tra i consumatori

Binomio 5 – Alimentazione e spreco alimentare
Per visualizzare l'immagine nel browser, clicca qui

Questi bisogni sono interconnessi gli uni agli altri e devono dunque essere affrontati con risposte intersettoriali e innovative. Condurre una dieta equilibrata e consumare prodotti sani e sostenibili è una scelta che non dipende solo dalla nostra volontà, ma che è condizionata da fattori esterni, come il reddito, l'educazione, l'occupazione e il luogo di residenza. La complessità del problema richiede quindi strumenti sempre più diversificati (Maino, Lodi Rizzini e Bandera

2016) alcuni dei quali verranno presentati nel secondo capitolo, a dimostrazione di come il cibo non sia solo un fine, ma anche un mezzo attraverso cui perseguire obiettivi di sostenibilità ed inclusione sociale.

¹ I food deserts sono definiti come aree del paese prive di frutta fresca, verdura e altri cibi salutari, di solito presenti nelle aree povere. Ciò è in gran parte dovuto alla mancanza di negozi di alimentari, mercati degli agricoltori e fornitori di alimenti sani. Mentre i food deserts sono spesso caratterizzati dalla scarsità di questi punti vendita, sono invece ricchi di grandi supermercati che forniscono una varietà di alimenti trasformati, ricchi di zuccheri e grassi che sono noti generatori di obesità (Nutrition digest, 38 (2)).

² I dati presentati in questo articolo si riferiscono all'anno 2014. Nel 2019 è prevista una terza ondata del sondaggio europeo sulle interviste sanitarie. Aggiornamento pianificato dell'articolo: 2020. <https://ec.europa.eu/eurostat/>.

³ Si intende, in questo senso, la refezione individuale, ovvero preparata a casa e consumata a scuola, senza usufruire del servizio di mensa scolastica.

⁴ Contenitore nel quale il cliente di un ristorante / mensa può chiedere vengano raccolti gli avanzi del suo pasto per consumarli a casa propria.

⁵ Con i termini Generazione Y, o Millennial Generation, si indica la generazione di coloro che sono nati negli anni ottanta e novanta del XX secolo.

⁶ EU-SILC dati al 2018, rilasciati a luglio 2019: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_mdes03&lang=en

⁷ Dati disponibili ai link http://www.sprecozero.it/wp-content/uploads/2019/07/REDUCE-FINAL_SDG-12.3-ITALY_FOOD-WASTE-1.pdf e <http://www.sprecozero.it/2019/02/04/spreco-alimentare-in-italia>

⁸ Maggiori informazioni sono reperibili qui: <https://www.cirfood.com/it/sostenibilita>.

⁹ Dati disponibili su <http://www.laliberta.info/2019/10/01/cirfood-lotta-allo-spreco-alimentare/>

¹⁰ Fraternità Cristiana Opera di Padre Marella – Bologna; Fraternità Cristiana Opera di Padre Marella - Cadriano (BO); Associazione Comunità Papa Giovanni 23° - Imola (attualmente l'ente operante su Imola è la Cooperativa Sociale Solcoprossimo); Associazione Comunità Papa Giovanni 23° - Rimini; Associazione Viale K – Ferrara.

CAPITOLO 2
INNOVAZIONE SOCIALE COME RISPOSTA ALLA
POLARIZZAZIONE SOCIALE
di Giulia Corti, Università di Trento
e Chiara Lodi Rizzini, Percorsi di secondo welfare

PER UNA DEFINIZIONE DI INNOVAZIONE SOCIALE
di Giulia Corti, Università di Trento

Le sfide economiche, sociali e demografiche che le società occidentali si trovano ad affrontare negli ultimi anni, acuite dalla crisi finanziaria globale del 2008-2012, hanno minato il funzionamento dei meccanismi tradizionalmente preposti a dare risposta a bisogni sociali, lasciando spazio a nuove forme di organizzazione e di soluzioni. L'interesse crescente a livello politico, civile ed accademico verso le pratiche definite di "innovazione sociale" ha reso necessario lo sforzo di stabilire una definizione teorica ed operativa che serva ad analizzare i fenomeni in questione. A questo proposito, sia a livello accademico, sia di policy making, la riflessione teorica ed empirica negli ultimi anni è cresciuta portando così alla formulazione di una definizione del concetto di innovazione sociale. In particolare, lo sforzo di riflessione teorica e di sistematizzazione delle pratiche di innovazione sociale è avvenuto a livello europeo: l'innovazione è uno degli obiettivi dell'agenda di Lisbona, intesa non solo come sviluppo tecnologico ed economico, ma anche come capacità delle società europee di rispondere ai bisogni che stanno emergendo a causa di dinamiche globali e locali. In virtù di questo obiettivo, l'Unione Europea ha dedicato diversi progetti volti alla riflessione teorica e all'analisi empirica di casi pratici di innovazione sociale.

La costruzione di una definizione di innovazione sociale parte dalla riflessione teorica, sociologica ed economica, relativa a concetti quali innovazione, bisogno sociale ed empowerment. Si è deciso, pertanto, di analizzare la definizione operativa fornita dall'Unione Europea, che servirà a fornire gli elementi di valutazione per l'analisi di casi di innovazione sociali legata ai bisogni alimentari:

In particolare, l'innovazione sociale può essere definita come (TEPSIE; 2014):

«Nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che rispondono a bisogni sociali (in modo più efficiente di altri modelli precedenti) e contemporaneamente creano nuove relazioni e interazioni sociali. In altre parole, l'innovazione sociale non solo crea esternalità positive per la società, ma ne accresce la sua capacità di attivazione» (Caulier-Grice et al., 2014, p.18; EU, 2010).

Da questa definizione è possibile individuare quattro elementi qualificanti per l'innovazione sociale.

- **Punti di forza.** Le esperienze di innovazione sociale non devono essere necessariamente originali o uniche, ma devono contenere in sé un elemento di novità – che sia il settore di applicazione, la regione di implementazione o l'utilizzo. Dal punto di vista delle forme dell'innovazione sociale, queste possono essere diverse a seconda del contesto in cui nascono e sono applicate. Possono essere nuovi prodotti, servizi, piattaforme tecnologiche o forme di organizzazione. Un ulteriore elemento che caratterizza l'innovazione sociale è la capacità di fornire soluzioni più efficienti rispetto a quelle tradizionalmente proposte, dimostrandosi in grado di adattarsi alla complessità e la multidimensionalità dei bisogni sociali emergenti.
- **Fattori propulsivi.** Tre sono gli elementi che permettono a una nuova iniziativa di essere definitiva come innovazione: l'idea, l'implementazione e la diffusione. Questi sono fortemente radicati nel territorio e nel contesto in cui l'innovazione sociale nasce e si sviluppa, influenzandone le caratteristiche. Tale carattere di *embeddedness*, se da un lato costituisce uno degli elementi distintivi dell'innovazione sociale, dall'altro può risulterne uno degli aspetti più critici per quando riguarda la sostenibilità (economica, sociale ed ambientale) e la possibilità di scalabilità a livelli di applicazione diversi.
- **Risposta a bisogni sociali.** Uno degli aspetti che definisce l'innovazione sociale è che nasce esplicitamente per rispondere a bisogni sociali laddove i tradizionali attori (mercato, settore pubblico e terzo settore) non riescono più a rispondere in modo efficiente. L'emergere di nuovi bisogni e, laddove non nuovi, la frammentazione della domanda di bisogni nella popolazione ha reso questi attori meno capaci di fornire risposte effettive. Da un lato, la crisi finanziaria degli anni 2008-2012 ha reso il mercato sempre più inaccessibile per diverse fasce di popolazione. Il welfare state, nato allo scopo di sostenere le

fasce più deboli della popolazione, è stato minato da diversi fattori: l'eccessiva burocratizzazione dei servizi, i tagli alla spesa pubblica, e soprattutto, la scarsa flessibilità. Questi elementi hanno reso l'attore pubblico meno capace:

a) di affrontare i bisogni degli individui che accedono ai servizi;

b) di raggiungere fasce di popolazione che sperimentano nuove e diverse forme di fragilità.

Infine, il terzo settore (che in particolare in Italia ha sempre agito come complemento, se non sostituto, del welfare state) negli ultimi anni è stato colpito gravemente dalla crisi economica, vedendo così ridursi la sua capacità di fornire risposte. In questo spazio di confine si inseriscono le opportunità di innovazione sociale, che possono essere portate avanti da diversi tipi di attori. Può infatti trattarsi di un rinnovamento proposto dal settore pubblico (*top down*), così come da realtà del terzo settore o dalla cittadinanza (*iniziative bottom-up*), che possono a loro volta anche dialogare tra di loro.

- **Attivazione sociale.** L'ultimo elemento che distingue l'innovazione sociale è quello processuale, che può essere considerato importante tanto quanto il suo esito. Per essere definito tale, il processo di innovazione sociale deve essere in grado, nella sua implementazione, di generare dinamiche quali la creazione di interazioni sociali, empowerment dei cittadini, creare nuovi ruoli e leadership tra coloro che vi sono coinvolti. Non si tratta, dunque, solo dell'ideazione e diffusione di un nuovo servizio, ma della creazione di esternalità positive non solo a livello individuale, ma anche a un livello più ampio di società, allargando la sua capacità di attivazione.

Elemento	Descrizione
Elementi di innovazione	Innovazione sociale è una soluzione mai vista nel settore, territorio o una nuova applicazione/prodotto/servizio in grado di fornire risposte più flessibili ed efficienti.
Fattori propulsivi	Tre elementi che qualificano l'innovazione sociale: idea, implementazione e diffusione, fortemente radicate nel contesto sociale in cui si sviluppano.
Risposta ad un bisogno sociale	L'innovazione sociale nasce con l'obiettivo specifico di rispondere ad un bisogno sociale .
Innovazione sociale	Empowerment dei soggetti coinvolti, creazione di nuovi ruoli e relazioni. Esternalità positive nella società.

Tabella 1 – Elementi distintivi dell'innovazione sociale
Per visualizzare l'immagine nel browser clicca qui

La complessità dei bisogni emergenti richiede risposte sempre più innovative poiché, se è multidimensionale il problema, lo devono essere anche le relative soluzioni. Questo richiede da un lato di mettere in rete attori eterogenei e di ripensare i rapporti e le dinamiche attraverso cui si sono mossi “tradizionalmente”, secondo le quali, ad esempio, i soggetti pubblici e il Terzo Settore si dovrebbero occupare di situazioni marginali, mentre le imprese dovrebbero occuparsi di consumatori. Dall’altro, richiede di offrire risposte che agiscano contemporaneamente su più fronti, ad esempio su povertà educativa e povertà economica. Inoltre, risulta sempre più evidente come sia necessario considerare il cibo non solo come un fine, ma anche come un mezzo attraverso cui perseguire obiettivi come l’inclusione sociale, la socializzazione e l’educazione allo sviluppo sostenibile. Come delineato nel precedente capitolo, negli ultimi anni si è assistito alla nascita e all’acuirsi di “nuovi bisogni” legati alla sfera dell’alimentazione. Il carattere multidimensionale e frammentato che ne caratterizza i fattori scatenanti rende poco praticabile la formulazione di risposte univoche. In questo panorama di crescente difficoltà e complessità, i processi di innovazione sociale possono dimostrarsi capaci di indirizzare i bisogni sia fisici che sociali legati al cibo e dell’alimentazione, sviluppando anche esternalità positive.

ANALISI DEI CASI DI INNOVAZIONE SOCIALE IN CAMPO ALIMENTARE

di Giulia Corti, Università di Trento

e Chiara Lodi Rizzini, Percorsi di secondo welfare

Si riportano in seguito alcuni casi di studio particolarmente significativi alla luce delle riflessioni sopra esposte, analizzati secondo gli elementi distintivi di innovazione, replicabilità, e condizioni favorevoli.

A supporto della descrizione delle pratiche si trova un box che illustra le quattro caratteristiche identificative dell’innovazione sociale indicate in questo lavoro (tipo di bisogno alimentare cui risponde, i punti di forza, i fattori contestuali che hanno prodotto un ambiente favorevole alla diffusione, la

creazione di sinergie), affiancate da altri elementi contestuali tra cui, l'anno di implementazione, l'area di diffusione e impatto, la tipologia di strumenti messi in campo, il target di beneficiari, i settori aziendali in cui si può applicare, i fattori di replicabilità e le informazioni di contatto.

Associato a ogni scheda è collocato uno specchietto esplicativo dei tipi di bisogni alimentari cui la pratica risponde che riutilizza la tonalità di colori impiegata nel primo capitolo.

BELLADENTRO

BellaDentro nasce per combattere gli sprechi nel settore ortofrutticolo italiano basati su canoni puramente estetici e non qualitativi. Lo scopo è quello di dare nuova dignità ai prodotti scartati perché esteticamente brutti e di creare una filiera distributiva alternativa a quella esistente. Un circolo virtuoso, capace di mettere in connessione i consumatori e i produttori, permettendo ai primi di fare un acquisto di buon senso e conveniente e ai secondi di ottenere il giusto compenso anche per quella parte di produzione che prima non veniva valorizzata. BellaDentro acquista direttamente dagli agricoltori quella parte di produzione ortofrutticola fresca che viene scartata per motivi estetici. Inoltre, BellaDentro si propone di raccontare la storia di questi prodotti attraverso eventi e attività di comunicazione, facendo opera di sensibilizzazione per la cittadinanza.

La rivendita di questi prodotti avviene sia a livello privato, dove i cittadini possono acquistare frutta e verdura a prezzi ridotti, sia a livello di ristoranti e catering, che possono scegliere di adottare BellaDentro come fornitore. Attualmente, BellaDentro sta aumentando i volumi, e sta ripensando il proprio modello in termini di scalabilità e replicabilità. È stata attivata una collaborazione con la piattaforma Cortilia, e il sistema di distribuzione è in fase di ripensamento per un sistema più organizzato e raggiungibile da un pubblico più ampio.



RISPOSTA A BISOGNI SOCIALI	Il progetto offre una risposta alla necessità di avere accesso a cibo sano a prezzi accessibili – lotta contro lo spreco alimentare
ANNO	2016
AREA DI DIFFUSIONE	Milano (vendita), Nord-Italia (fornitori)
STRUMENTI	Piattaforma web e rete di distribuzione privata e commerciale
TARGET	Cittadini privati come consumatori, ristoranti e catering, piccoli produttori agricoli
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Utilizzo della tecnologia per lotta allo spreco alimentare; creazione di un canale alternativo di distribuzione degli alimenti; nuova modalità di accesso al cibo fresco a prezzi accessibili; strategia di comunicazione e sensibilizzazione
FATTORI PROPULSIVI	Migliori possibilità di successo in contesti in cui sono presenti: sensibilità ai temi dello spreco alimentare - cittadinanza attiva che possieda un livello basico di alfabetizzazione tecnologica - ristoratori sensibili e ricettivi. Possibile criticità: scalabilità del progetto a dimensioni più grandi, questioni legate alla sicurezza alimentare
ATTIVAZIONE SOCIALE	Capacità di creare contatti e sinergie positive tra attori del sistema alimentare che tradizionalmente dialogano poco, ossia produttori e consumatori
SETTORI DI INNOVAZIONE	Ristorazione e servizi commerciali

REPLICABILITÀ Sinergia cittadinanza/produttori; scalabilità del progetto; applicazione a diversi settori (servizi commerciali, ristorazione)

INFO <http://www.belladentro.org/>

LASTMINUTESOTTOCASA

LastMinuteSottoCasa è una start-up nata nel 2015 presso l'incubatore di imprese del Politecnico di Torino il cui scopo è quello di combattere lo spreco alimentare a livello locale e di fornire ai cittadini un accesso al cibo più accessibile. L'app mette infatti a contatto utenti e negozianti che offrono alimenti freschi in prossimità della scadenza o cibo in eccedenza che rischiano di rimanere invenduti. Il cliente riceve le offerte tramite notifica sull'app: ciò gli permette di risparmiare sulla spesa e contribuisce ad evitare gli sprechi. Ad oggi, LastMinuteSottoCasa conta più di 50.000 utenti registrati in diverse città d'Italia, cinque dipendenti e 3 tonnellate di cibo recuperate ogni mese. Il caso di LastMinuteSottoCasa si inserisce all'interno di un fenomeno più ampio di app e piattaforme volte alla lotta contro lo spreco alimentare attraverso la creazione di sinergie tra cittadini e negozianti, che è in grado di produrre diverse esternalità positive.



RISPOSTA A
BISOGNI
SOCIALI

Lotta allo spreco alimentare – Accesso a cibo fresco a prezzi accessibili – Possibili fenomeni di food deserts

ANNO 2015

AREA DI
DIFFUSIONE Italia

STRUMENTI	App nata in incubatore start-up del Politecnico di Torino Piccoli negozianti e privati cittadini
TARGET	Cittadini privati come consumatori, ristoranti e catering, piccoli produttori agricoli
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Utilizzo della tecnologia - nuova configurazione del rapporto rivenditore-consumatore - cittadini privati attori attivi - creazioni di reti a livello locale, mettendo in contatto persone che abitano le stesse aree e quartieri - creazione di capitale sociale a livello locale
FATTORI PROPULSIVI	Un progetto di questo tipo richiede di sviluppare sinergie tra i cittadini consumatori e i rivenditori: possibile sfruttare la legge Gadda contro lo spreco alimentare. Migliori possibilità di successo in contesti in cui sono presenti: sensibilità ai temi dello spreco alimentare - una cittadinanza attiva e che possieda un livello basico di alfabetizzazione tecnologica - più probabile che abbia successo in zone urbane, dove le distanze sono più brevi. Potrebbe essere anche un veicolo per rendere più consapevole la cittadinanza sull'offerta alimentare nella propria zona al di là della GDO, rendendola anche più accessibile dal punto di vista economico
ATTIVAZIONE SOCIALE	Capacità di creare contatti e sinergie positive tra piccoli negozianti e consumatori – possibilità di sviluppo del livello di coesione sociale a livello di quartiere
SETTORI DI INNOVAZIONE	Servizi commerciali
REPLICABILITÀ	Facilmente replicabile, adesione al circuito LastMinuteSottoCasa o creazione di un particolare circuito/percorso per il cibo in scadenza.
INFO	https://www.lastminutesottocasa.it

La rivendita di prodotti freschi a prezzi ridotti allarga la platea di coloro che hanno potenziale accesso a cibi sani a prezzi ridotti, andando a combattere i problemi dell'accessibilità. In secondo luogo, la creazione di reti di vicinato tra piccoli negozianti e cittadini permette di creare nuove relazioni e di favorire il commercio a breve distanza, con ricadute anche dal punto di vista ambientale e sociale. Infine, indirizza un target particolare e spesso dimenticato all'interno del sistema alimentare, ossia i piccoli negozianti, e le dinamiche territoriali ad essi collegate. Negli ultimi anni si è assistito alla crescita di tali iniziative, quali per esempio il più recente TooGoodToGo, che applica gli stessi principi.

CAMILLA EMPORIO DI COMUNITÀ

Camilla è una cooperativa nella quale i soci dedicano tempo non remunerato alla gestione dell'emporio di comunità. I soci sono contemporaneamente proprietari, gestori e clienti dell'emporio e svolgono tutte le attività a rotazione, ciascuno impegnato tre ore al mese. La cooperativa acquista da fornitori selezionati dai soci sulla base della qualità dei prodotti e della sostenibilità delle produzioni. Camilla sostiene l'agricoltura contadina come strumento di preservazione degli equilibri naturali e, grazie all'autogestione e all'acquisto diretto dai produttori, garantisce a tutti i soci la possibilità di comprare beni di alta qualità a prezzi contenuti nel rispetto della giusta remunerazione di chi lavora.



RISPOSTA A Risposta a bisogni sociali: Lotta allo spreco alimentare –
BISOGNI Accesso a cibo fresco a prezzi accessibili – Possibili fenomeni
SOCIALI di food deserts

ANNO 2016

AREA DI DIFFUSIONE	Bologna
STRUMENTI	Cooperativa sociale
TARGET	Privati cittadini e agricoltori locali
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Iniziativa bottom-up, gestione diretta da parte dei cittadini - riformulazione del rapporto tra cittadini consumatori e produttori - valorizzazione della filiera locale - creazione di capitale sociale a livello locale – creazione di una catena di distribuzione alternativa
FATTORI PROPULSIVI	Il progetto richiede la creazione di sinergie tra cittadini privati e produttori. Ridefinizione del rapporto consumatore-produttore-rivenditore, il cittadino supera il proprio ruolo passivo. Migliori possibilità di successo in contesti in cui è presente una cittadinanza attiva e sensibile ai temi dell'accessibilità al cibo. Necessaria anche presenza di un tessuto associativo capillare
ATTIVAZIONE SOCIALE	Capacità di creare contatti e sinergie positive tra cittadini e produttori agricoli consumatori – possibilità di sviluppo del livello di coesione sociale a livello di quartiere – creazione di relazioni sociali attraverso il diretto coinvolgimento nella gestione dell'emporio – empowerment e sviluppo capacità dei cittadini coinvolti
SETTORI DI INNOVAZIONE	Servizi commerciali e catena di produzione
REPLICABILITÀ	Sostegno e patrocinio, filantropia d'impresa
INFO	https://camilla.coop

IL RISTORANTE SHEDIA HOME

Shedia Home è un ristorante aperto nella città di Atene nel 2019, promosso dall'Ong Διογένης nell'ambito di "σχεδία", Shedia (zattera), rivista mensile venduta ad Atene e Salonicco da persone senzatetto coinvolte in percorsi di reinserimento lavorativo. Il fenomeno dei senzatetto in Grecia ha caratteristiche peculiari, comprendendo perlopiù vittime della recessione, persone espulse dal mondo del lavoro che non presentano quei problemi di salute mentale o dipendenze che spesso caratterizzano i senzatetto. Poiché la vendita dei giornali non era più sufficiente a dare risposta alle crescenti richieste di aiuto, l'organizzazione ha cercato di diversificare le proprie attività avviando nuove imprese solidali tra cui Shedia Home, ristorante sito nel centro storico di Atene in cui vengono impiegate persone senzatetto che vengono così aiutate a reinserirsi nel mondo del lavoro.

L'obiettivo è di offrire soluzioni sostenibili a problemi sociali con prodotti e servizi di qualità (ad esempio, il menù è stato curato da uno chef stellato), prevenendo fenomeni di marginalizzazione e coniugando i valori della solidarietà, dell'innovazione sociale, dell'imprenditoria e della sostenibilità.

Gli spazi e i servizi sono stati progettati per essere quanto più accessibili anche ai disabili. Il ristorante è stato sostenuto nel percorso di progettazione e costruzione da una serie di attori privati e non profit (imprese, fondazioni ecc.), ma punta a divenire autosostenibile grazie agli incassi della ristorazione e alla vendita di oggetti di design prodotti nell'ambito del progetto "Shedia Art", che in parte costituiscono gli arredi del ristorante.



RISPOSTA A
BISOGNI
SOCIALI

Il progetto offre una risposta a disoccupazione, povertà ed esclusione sociale

ANNO 2019

AREA DI DIFFUSIONE	Atene, Grecia
STRUMENTI	Progetto di iniziativa del Terzo Settore ma realizzato anche grazie al sostegno di privati e enti non profit
TARGET	I lavoratori sono persone senzatetto, i clienti non sono targettizzati
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Cibo come veicolo di aggregazione e inclusione sociale; sostenibilità economica del progetto; contrasto alla ghettizzazione, grazie al fatto che i soggetti fragili sono inseriti in un contesto “normale” che associa la povertà al “bello” invece che allo “stigma” (chef stellato, spazi di design, turisti come clienti); ristorazione come canale di promozione lavorativa superando pratiche di assistenzialismo
FATTORI PROPULSIVI	Un progetto di questo tipo è favorito da sinergie pubblico-privato-non profit; possibile sfruttare eventuali finanziamenti sia nazionali che europei e bandi promossi da fondazioni ecc. rivolti all'inclusione sociale e lavorativa. Migliori possibilità di successo si riscontrano in un contesto in cui sono presenti: attenzione all'inclusione di soggetti fragili facendo ricorso però a strumenti non assistenzialisti; capitale sociale elevato; buone sinergie pubblico-privato-no profit
ATTIVAZIONE SOCIALE	Il progetto costituisce un esempio virtuoso di partnership pubblico-privato-non profit che dimostra come i tre mondi non vadano concepiti come antagonisti; dimostra inoltre come il cibo possa costituire un veicolo di aggregazione e inclusione sociale. Promuove l'empowerment dei senzatetto e la coesione della comunità locale
SETTORI DI INNOVAZIONE	Ristorazione, servizi sociali (inserimento sociale e lavorativo)
REPLICABILITÀ	Partnership pubblico-privato-non profit; utilizzo del cibo come veicolo di aggregazione e inclusione sociale; inclusione di soggetti fragili in un contesto “normale e bello”; ristorazione come canale di promozione lavorativa
INFO	https://www.shedia.gr/news/2019/jun/14/sxedia

MEAD - MAISON D'ÉDUCATION À L'ALIMENTATION DURABLE

MEAD è un progetto realizzato a Mouans-Sartoux, nella Regione dell'Alpes-Maritimes, nell'ambito di un più ampio programma sulla Città sostenibile. Dal 2012 le mense scolastiche servono pasti 100% biologici i cui approvvigionamenti provengono da realtà locali e da un terreno di proprietà comunale. I costi a carico delle famiglie sono compresi tra 2 a 6,20 euro, a seconda del reddito, mentre il costo delle materie prime di un singolo pasto è di 2,04 euro (contro una media di un pasto non biologico tra 1,5 e 2 euro).

I costi sono contenuti grazie all'utilizzo di prodotti stagionali e senza imballaggi, all'approvvigionamento locale, alla riduzione del consumo di carne, alla flessibilità del menù (pianificato su scala settimanale, massimo mensile) e adattato alla disponibilità, alla stagionalità e ai costi delle materie prime.

Importante anche l'effetto sullo spreco alimentare, sceso in quattro anni dell'80%, con uno scarto di 30g per pasto in luogo dei 150g della media nazionale. La riduzione dello spreco ha permesso un risparmio di 20 centesimi a pasto, tenuto conto anche dei risparmi sui costi di smaltimento dei rifiuti. MEAD offre anche numerose attività educative per alunni e genitori sia nella mensa scolastica, dove animatori e insegnanti coinvolgono gli alunni in giochi di educazione alimentare, che nel terreno comunale. L'87% dei genitori dichiara di aver cambiato le proprie abitudini alimentari grazie al progetto e di prestare più attenzione allo spreco.



RISPOSTA A
BISOGNI

Accesso a cibo biologico; educazione alimentare; educazione ambientale; promozione della salute; sviluppo delle imprese del

SOCIALI	territorio
ANNO	2008
AREA DI DIFFUSIONE	Mouans-Sartoux, Francia
STRUMENTI	Iniziativa pubblica con collaborazione di privati, Terzo Settore e Università
TARGET	Principalmente studenti, cittadini e aziende agricole del territorio
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Promuove l'accesso a prodotti biologici nelle mense scolastiche, con un impatto positivo sulla salute e sull'educazione alimentare degli studenti; favorisce la sostenibilità ambientale, incentivando il km 0 e la stagionalità e riducendo lo spreco alimentare; ha un impatto positivo sulla comunità locale, sia in termini culturali che economici, promuovendo le aziende agricole del territorio
FATTORI PROPULSIVI	Tale progetto richiede di sviluppare sinergie pubblico-privato-non profit; in Italia possibile sfruttare la Legge sull'Agricoltura sociale (legge 141/2015) e Legge Gadda contro lo spreco alimentare (Legge 166/2016); eventuali finanziamenti sia nazionali che europei e bandi promossi da fondazioni, rivolti all'educazione alimentare, all'inclusione sociale e alla povertà educativa. Migliori possibilità di successo in contesti in cui sono presenti: imprese agroalimentari; attenzione alla sostenibilità economico-ambientale e agli effetti delle scelte alimentari sulla salute
ATTIVAZIONE SOCIALE	L'efficacia di creare partnership pubblico-privato-non profit. Grazie alla collaborazione con le imprese del territorio e alla sensibilizzazione di studenti e famiglie funge da leva per lo sviluppo locale. Infine, promuove sia la salute che l'educazione alimentare
SETTORI DI	Mense, ristorazione, educazione ambientale, agricoltura

INNOVAZIONE biologica

REPLICABILITÀ Partnership pubblico-privato-non profit; sperimentazione nelle mense scolastiche; collaborazione con le aziende agricole del territorio; collaborazione con gli istituti scolastici del territorio

INFO <http://mead-mouans-sartoux.fr/>

MOBILE FOOD MARKET

Mobile Food Market è nato nel 2016 con lo scopo di portare cibo sano, di qualità e a prezzi accessibili in quelle zone di Halifax dove per la mancanza di negozi e la scarsità dei trasporti c'è una alta densità di persone che faticano a procurarsi cibo adeguato. Prima del lancio del progetto, circa il 15,1% delle famiglie del territorio aveva sperimentato una condizione di insicurezza alimentare, tra il 2015 e il 2016 c'era stato un incremento del 20,9% delle richieste di aiuto alle food banks e solo un quarto degli abitanti del territorio dichiarava di consumare l'apporto giornaliero consigliato di frutta e verdura. È stata quindi avviata una sperimentazione in cinque zone critiche attraverso un autobus provvisto di spazi adatti al trasporto e alla conservazione di frutta e verdura. Per far fronte ai mesi invernali, sono state introdotte due nuove modalità di vendita: i "mercati al chiuso", che vengono ospitati in spazi delle associazioni locali, e la vendita di pacchi alimentari.

Questi ultimi consistono in pacchi di frutta e verdura del valore di 10 dollari che i clienti possono ritirare in punti specifici ogni due settimane. Mobile Food Market ha attivato una collaborazione con gli enti locali per la donazione degli alimenti invenduti e per promuovere l'educazione alimentare.

Allo scopo di aumentare l'impatto del progetto e renderlo replicabile, i promotori hanno cercato di favorire nuove modalità di collaborazione con associazioni, coltivatori, imprese e governi locali. Più del 90% degli utenti affermano che hanno oggi meno difficoltà a procurarsi frutta e verdura.



salute



educazione
alimentare



vulnerabilità
economica



territorio



spreco

RISPOSTA A BISOGNI SOCIALI	Food deserts; accesso a cibo di qualità, frutta e verdura; sviluppo di comunità
ANNO	Maggio 2016
AREA DI DIFFUSIONE	Contea di Halifax, Nuova Scozia, Canada
STRUMENTI	Il progetto nasce dall'iniziativa di un'organizzazione non profit e coinvolge cittadini, comunità locali, imprese locali, associazioni ed enti pubblici
TARGET	Comunità che si trovano in zone in cui l'accesso a cibo sano e di qualità è limitato (food deserts)
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Promuove il community engagement attraverso il cibo; favorisce l'accesso a cibo di qualità per coloro che vivono nei food deserts, in cui c'è una bassa intensità di negozi e pochi mezzi di trasporto; i prodotti invenduti vengono donati per contenere lo spreco alimentare
FATTORI PROPULSIVI	Un progetto di questo tipo richiede di sviluppare sinergie/partnership pubblico-privato-non profit; possibile sfruttare la Legge Gadda contro lo spreco alimentare (Legge 166/2016); eventuali finanziamenti sia nazionali che europei e bandi promossi da fondazioni ecc., rivolti all'educazione alimentare e allo sviluppo di comunità. Migliori possibilità di successo in un contesto in cui sono presenti: attenzione ai temi della qualità dell'alimentazione/accesso al cibo; buone sinergie pubblico-privato-non profit; elevato capitale sociale e vivace tessuto associativo

ATTIVAZIONE SOCIALE

Anche questo caso dimostra il valore della creazione di partnership pubblico-privato-non profit nell'aumentare l'impatto e la sostenibilità delle iniziative; il modello di distribuzione genera un impatto positivo sia sulla salute dei cittadini sia sul welfare delle comunità. Potrebbe avere un impatto positivo anche sull'innovazione del food delivery

SETTORI DI INNOVAZIONE

Distribuzione/acquisto; educazione alimentare; accesso al cibo

REPLICABILITÀ

Partnership pubblico-privato-non profit; il modello di distribuzione è facilmente replicabile; si potrebbe estendere anche alla vendita di prodotti già cucinati data la crescita del food delivery in Italia

EMPORIO DORA

L'Emporio Dora di Reggio Emilia si configura come un progetto di solidarietà cittadina che vede la partecipazione di istituzioni locali, associazioni, gruppi di volontari, imprese pubbliche e private, tra cui CIRFOOD, che sostiene il progetto economicamente o attraverso la donazione di prodotti all'emporio. Nasce da un gruppo di associazioni in collaborazione con il comune di Reggio Emilia ed è coordinato dal centro di servizi per il volontariato DarVoce. L'emporio solidale è un efficace esempio di produzione di valore per il territorio, in quanto, secondo il resoconto della loro attività a favore delle famiglie più svantaggiate della città, a partire dal giorno di inaugurazione dell'iniziativa al 31 dicembre 2018, 99.890 prodotti alimentari e per l'igiene sono stati raccolti e donati all'emporio grazie alla collaborazione di negozi di vendita al dettaglio, enti del terzo settore (Banco Alimentare, Azione Solidale, Caritas, altri Empori della regione), aziende sostenitrici e privati.

Sono state inoltre effettuate 13 raccolte alimentari nei supermercati della città e sono state coinvolte 14 scuole e cooperative educative coinvolte in percorsi di sensibilizzazione. Tale resoconto indica un alto grado di successo ed indica dati promettenti, riguardanti il numero di famiglie che hanno ricevuto donazioni (circa 250 le persone che hanno beneficiato dell'azione solidale dell'emporio) e il

numero di aziende coinvolte. Emporio Dora si occupa inoltre di organizzare attività laboratoriali per famiglie e bambini di scuola primaria, supportate da volontari.



RISPOSTA A BISOGNI SOCIALI	Sostegno alle famiglie bisognose, lotta alla povertà alimentare
ANNO	2017
AREA DI DIFFUSIONE	Reggio-Emilia, Italia
STRUMENTI	Iniziativa pubblica con collaborazione di privati, Terzo Settore
TARGET	Famiglie bisognose
PUNTI DI FORZA / ELEMENTI DI INNOVAZIONE	Promuove processi di educazione alimentare nelle scuole; favorisce il senso di comunità e offre un sostegno economico alle famiglie svantaggiate; ha un impatto positivo sulla comunità locale in termini culturali ed economici; identifica il cibo come veicolo di aggregazione e inclusione sociale
ATTIVAZIONE SOCIALE	Anche questo caso dimostra il valore della creazione di partnership pubblico-privato-non profit nell'aumentare l'impatto e la sostenibilità delle iniziative; il modello di distribuzione genera un impatto positivo sia sulla salute dei cittadini sia sul welfare delle comunità. Potrebbe avere un impatto positivo anche sull'innovazione del food delivery
SETTORI DI INNOVAZIONE	Distribuzione/acquisto; educazione alimentare; accesso al cibo

REPLICABILITÀ Partnership pubblico-privato-non profit; il modello di distribuzione è facilmente replicabile; si potrebbe estendere anche alla vendita di prodotti già cucinati data la crescita del food delivery in Italia

INFO <https://www.emporiadora.it/>

CONCLUSIONI

CIBO E BISOGNI SOCIALI: COME STIMOLARE PRATICHE VIRTUOSE E SOSTENIBILI

Alla luce delle riflessioni sviluppate nei capitoli precedenti, questa ricerca ha identificato alcuni aspetti sistemici riguardanti il panorama di bisogni e problematiche connessi all'alimentazione e le tipologie di strumenti messi in campo dall'innovazione sociale per fronteggiarle.

A partire dal contesto in cui i bisogni alimentari nascono e si sviluppano nelle loro specifiche declinazioni, dal ruolo e dalle potenzialità dell'innovazione sociale come risposta alla polarizzazione economica e agli impatti socioculturali causati dall'insicurezza alimentare, sono stati analizzati sette casi studio pubblico-privati che contribuiscono con efficacia allo smorzamento di queste complessità sanitarie, spaziali, economiche, sociali, e culturali.

Se si evidenziano le caratteristiche che connotano le buone pratiche selezionate, si nota come molte di esse affrontino le problematiche della vulnerabilità economica e dello spreco alimentare cercando di agire in partnership con gli attori locali tramite un lavoro di integrazione nel contesto territoriale. Spesso, inoltre, trattano questioni connesse alla qualità e alla sanità del cibo attraverso attività di educazione alimentare nelle scuole e altri strumenti innovativi per avvicinare il consumatore finale a questi temi.

Nella maggioranza dei casi, si tratta di iniziative provenienti da attori del terzo settore e sostenute finanziariamente da attori pubblici (come enti di governo del territorio a livello municipale o regionale) o privati (come aziende di ristorazione e catering attente alle tematiche della sostenibilità). Esiste, quindi,

una forte componente sociale trasversale a tutte le pratiche, che si concretizza nell'identificazione di un target di beneficiari composto da famiglie in stato di fragilità economico-sociale, minori e senzatetto. La questione alimentare muove quindi risorse economiche e finanziarie in un processo di sinergia pubblico-privato, di attrazione di capitali governativi (nazionali ed europei), di empowerment e coesione della comunità dei consumatori. Questi fattori caratterizzano un contesto in cui le pratiche virtuose riescono a mettere il tema del cibo nella condizione di realizzare la sua potenzialità di aggregatore sociale.

Risulta importante identificare, su una scala più ampia, gli attori coinvolti e colpiti dalle trasformazioni sociali ed economiche per riflettere su modalità e potenzialità di sinergia con le pratiche di innovazione.

La pubblica amministrazione, il sistema sanitario, il sistema scolastico, la grande distribuzione, le aziende di ristorazione collettiva, i produttori e i consumatori, rappresentano gli stakeholders in campo che si devono confrontare, a vario titolo, su soluzioni di contrasto a quelle problematiche dell'alimentazione correlate ai temi della salute, dell'educazione, della vulnerabilità economica, del territorio e dello spreco alimentare. In particolare, nel contesto di studio presentato, i consumatori finali rappresentano anche una comunità di utenti e portatori di bisogni che, in campo sanitario, educativo, economico e territoriale, necessitano di una risposta che, almeno in parte, può venire dalla pianificazione del pubblico e d'impresa.

Le soluzioni con cui questi attori devono confrontarsi possono coinvolgere strumenti che vanno dagli appalti di distribuzione e somministrazione fino ad attività di educazione alimentare, al fine di rendere più sostenibili offerta e consumo.

Il controllo della qualità dei prodotti richiesti dai nuovi trend alimentari e destinati alla somministrazione e, più in generale, la regolamentazione pubblica e gli accordi negoziali tra enti pubblici e privati che agiscono sul territorio, contribuiscono alla scalabilità delle formule di innovazione sociale, traducendole in pratiche di disseminazione, di replicabilità ed emulazione: in questi casi, gli stakeholders presentano diversi gradi di impatto sulla comunità di utenti, in

riferimento ad ognuna delle sfaccettature che sono state considerate rispetto all'alimentazione.

Alimentazione e salute - Per quanto riguarda la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari, è importante rilevare come gli attori della pubblica amministrazione, tramite gli appalti e i contratti (procurement, ad esempio per i ristoranti aziendali), possano incidere operando una scelta sostenibile e di alta qualità inserendo nei bandi di gara elementi premianti per le offerte che includano caratteri di educazione alimentare, cibo a basso contenuto di zuccheri complessi, con un limitato contenuto di cibi processati o che evitano il junk food. Il settore della ristorazione e del procurement, sia esso privato o pubblico, riveste perciò un ruolo di rilievo nella promozione di diete salutari e nella diffusione di prodotti di qualità, con un impatto positivo sulla salute dei consumatori. Una stretta sinergia tra gli enti, le aziende di ristorazione collettiva, i produttori primari e gli intermediari di processo può, inoltre, contribuire a generare un sistema integrato di miglioramento della qualità del consumo da parte degli utenti, premessa la necessaria istituzione da parte della Pubblica Amministrazione di norme e regolamenti volti a premiare competenza e qualità nei servizi offerti e non il prezzo.

Alimentazione e educazione alimentare - Il sistema scolastico, pubblico e privato, in accordo con famiglie sensibilizzate, attente e informate, può avere un impatto significativo sui processi educativi di base e sul rafforzamento delle pratiche di consumo consapevole degli alunni e degli studenti, mentre gli enti di ristorazione collettiva, la grande distribuzione e il settore pubblico possono supportare con mezzi economici e organizzativi iniziative di educazione alimentare per i target adulti. In accordo con il sistema scolastico e con altri attori quali le grandi aziende, le RSA e gli ospedali, la ristorazione collettiva e la grande distribuzione possono pianificare menù selezionati in funzione della salubrità, anche per utenti a basso reddito o appartenenti a settori sociali marginalizzati, che possono accedere alla ristorazione collettiva e alla conseguente formazione ad una corretta alimentazione tramite sovvenzioni o

provvedimenti fiscali ed economici. Queste fasce di popolazione, in particolare, risentono spesso di problematiche legate alla cattiva alimentazione e necessitano di attività di educazione e formazione al consumo consapevole, spesso appannaggio di categorie di popolazione più agiata, oltre che alla fornitura di servizi e prodotti alimentari sostenibili. Per questo, strumenti di disseminazione quali materiale informativo nei supermercati e nelle mense, corsi di educazione alimentare per tutto il personale, incentivi per acquistare alimenti di produzione locale tramite tessere punti e altre attività simili possono rappresentare efficaci mezzi per stimolare gli utenti di diverse età, genere e disponibilità economica a fare acquisti consapevoli e sostenibili.

Alimentazione e vulnerabilità economica - La vulnerabilità economica e la difficoltà per alcune fasce di utenti ad accedere ad un paniere di alimenti di buona qualità e a un prezzo accessibile, rappresenta una problematica complessa e sfaccettata che prevede diverse tipologie di intervento, tra cui quella diretta di regolamentazione dell'accesso dell'offerta, di precisa responsabilità dell'attore pubblico. In questo modo, i produttori vengono esortati a garantire maggiore diversificazione e qualità dell'offerta. Allo stesso modo, la grande distribuzione e gli enti di ristorazione collettiva possono rivestire il ruolo di veicoli di innovazione e sfruttare la loro capillarità territoriale per rendere disponibile agli utenti cibo sostenibile, di buona qualità e a prezzi accessibili. In particolare, grazie ai servizi forniti dagli enti di ristorazione collettiva, è possibile avvicinare una porzione di utenti che, spesso per motivi di reddito, usufruiscono di servizi di refezione scolastica sovvenzionata o di refezione di emergenza. Attraverso questi canali, è possibile trasferire elementi di educazione alimentare e fornire servizi di qualità agli utenti in accordo con le stazioni appaltanti o con le organizzazioni non profit che offrono sostegno e supporto alle persone e alle famiglie in difficoltà economica. Questi servizi generalmente vengono garantiti dal settore dell'associazionismo o delle charities, attraverso l'offerta di pasti gratuiti o di sostegno alla spesa mensile delle famiglie, che spesso soffrono di carenza di fondi sufficienti a garantire stabilità e durabilità delle attività. Al fine di garantire una maggiore efficacia di queste azioni virtuose, è necessario

costruire partenariati trasversali ai diversi settori, i quali, sfruttando differenti competenze e risorse, si impegnino alla pianificazione condivisa di un sistema alimentare sostenibile.

Alimentazione e territorio - Per quanto riguarda la relazione tra alimentazione e spazio, è importante che gli attori della pubblica amministrazione e della politica pongano l'attenzione su strategie di sviluppo metropolitano e di approvvigionamento sostenibili, al fine di evitare la proliferazione dei food deserts, in cui la popolazione ha accesso limitato al cibo sano, e di altre problematiche legate a uno sviluppo urbanistico ineguale. È necessario ripensare lo spazio del consumo di cibo e gestire in modo efficace e sostenibile le problematiche di approvvigionamento generate dal recente fenomeno dell'inurbamento massivo. Le soluzioni offerte dalle food policies, le politiche alimentari trasversali ai settori di produzione, infrastrutture, educazione, sostegno socio-economico, racchiudono un ampio spettro di attività, tra cui il ripensamento strutturale dei punti vendita della grande distribuzione e degli spazi di consumo collettivo, libero o vincolato all'acquisto e l'uso degli spazi privati (come quelli della grande distribuzione, dei ristoranti o delle mense) per il consumo pubblico, la disseminazione attraverso attività di taglio sociale da parte di enti della ristorazione collettiva. L'integrazione di queste pratiche può contribuire alla creazione delle città alimentari del futuro, ricche di buone pratiche sociali scalabili e replicabili.

Alimentazione e spreco - Le policies connesse alla gestione delle eccedenze alimentari rappresentano una tematica trasversale a quelle di sicurezza, educazione, vulnerabilità economica e territorio e sono volte alla limitazione dello spreco di prodotti attraverso strategie ed alleanze pubblico-private che mirino al riutilizzo e alla circolarità. In particolare, gli enti che si occupano di somministrazione e di refezione collettiva possono esercitare il ruolo di vettori del cambiamento, trasformando le ingenti quantità di eccedenze e sprechi alimentari in risorse da impiegare in pratiche virtuose e modelli di traino per le famiglie. Inoltre, i settori di produzione, distribuzione e

somministrazione privati, attraverso l'adozione di strategie circolari e un'attenta gestione dello spreco, possono raggiungere incisive ottimizzazioni di processo e ottenere sensibili risparmi nel medio periodo. Parallelamente, è necessario che il settore pubblico affianchi questo trend innovativo, istituendo normative e regolamentando un settore ancora privo di una struttura giuridica, al fine di premiare comportamenti virtuosi e disincentivare quelli viziosi.

area	tendenze e bisogni emergenti	possibili soluzioni
ALIMENTAZIONE E SALUTE	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento delle malattie legate all'alimentazione • Ricerca e diffusione di regimi alimentari alternativi 	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere una maggiore attenzione alla qualità degli alimenti consumati e alle conseguenze delle scelte alimentari sulla salute • Promuovere consumi adatti alle proprie esigenze e stile di vita • Facilitare l'accesso a prodotti salutari
ALIMENTAZIONE E EDUCAZIONE ALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none"> • Scarsa conoscenza, soprattutto nella popolazione meno istruita, dell'impatto delle scelte alimentari sulla salute e ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere programmi di educazione alimentare nelle scuole, imprese, ristorazione collettiva • Sensibilizzazione dell'opinione pubblica tramite campagne informative dedicate • Contrasto alle "fake news" in campo alimentare
ALIMENTAZIONE E VULNERABILITÀ ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> • Crescita della povertà alimentare • Maggiore ricorso a prodotti di qualità inferiore e junk food • Polarizzazione dei consumi alimentari che riflette la polarizzazione sociale 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitare l'accesso al cibo di qualità, soprattutto tra le fasce vulnerabili • Risposte integrate che agiscono su più fronti (povertà alimentare, povertà economica, disoccupazione, salute ecc.) • Risposte differenziate in base alla condizione di bisogno
ALIMENTAZIONE E TERRITORIO	<ul style="list-style-type: none"> • Spopolamento delle aree rurali e carenza di trasporti e servizi commerciali • Diffusione dei food deserts 	<ul style="list-style-type: none"> • Assicurare la capillarità di esercizi commerciali che offrano prodotti di qualità a prezzi sostenibili • Promozione di food policy urbane • Costituzione di reti tra gli attori locali coinvolti nelle politiche alimentari locali
ALIMENTAZIONE E SPRECO ALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none"> • Perdite alimentari dovute a fattori climatici/ambientali • Sprechi alimentari dovuti a processi, tecniche e tecnologie di produzione obsolete o inefficienti • Spreco domestico 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovazione dei processi produttivi • Incentivi alla donazione delle eccedenze alimentari • Educazione alimentare tra i consumatori

*Tabella 2. Il sistema complesso dei bisogni alimentari.
Per visualizzare l'immagine nel browser clicca qui*

Le buone pratiche descritte si impegnano a fornire una risposta alle problematiche connesse al cibo, lasciando, tuttavia, scoperti alcuni settori del sistema e, in particolare, quelli che concernono le relazioni tra sistema alimentare

e produzione e quelle tra i diversi stakeholders nella costruzione di azioni virtuose.

Una tematica scarsamente trattata, ma contingente ai fini di una pianificazione sostenibile dei sistemi alimentari nei contesti di innovazione sociale a guida pubblica o privata, è rappresentata dall'analisi della fase della produzione alimentare e del rapporto con il territorio rurale. Molte delle pratiche analizzate focalizzano le proprie risorse su attività connesse alla distribuzione e al consumo alimentare, trascurando l'origine del processo e costruendo legami con il solo territorio urbano e non con quello rurale di produzione. La collaborazione tra risorse della pubblica amministrazione e del sistema scolastico con attori della grande distribuzione e della ristorazione collettiva facilita il processo di riconnessione tra consumatori e produttori, attraverso la costruzione di policies di sostegno ai costi di produzione degli alimenti, di coinvolgimento della campagna produttiva nelle attività di educazione alimentare e di trasmissione dei principi di sostenibilità, che includono gli approcci a filiera corta e chilometro zero. In questo modo, tali attori possono avere un impatto sistemico e generare positive implicazioni per l'intera catena del valore, costituita da componenti umane, naturali, economiche e culturali. Un'alimentazione sostenibile prevede il consumo di cibo nutrizionalmente sano, accessibile economicamente, connesso alla cultura locale e con una bassa impronta in termini di uso di suolo e di risorse idriche impiegate. La riscoperta del territorio rurale nelle pratiche di alimentazione sostenibile, attraverso il mantenimento della salute dei suoli e della biodiversità delle sue componenti, rappresenta un efficace strumento per la mitigazione del cambiamento climatico, al fine di ricucire fragilità territoriali e distanze tra i luoghi di origine del cibo e la comunità degli utenti, sempre più disconnessa.

La salute dei suoli rappresenta, infatti, la base per una produzione alimentare sana e per la costruzione di un sistema umano, sociale e culturale favorevole, in quanto prevede ricadute sistemiche sulla salute, sull'educazione alimentare, sulla vulnerabilità economica e sulla gestione degli sprechi.

La creazione di sinergie tra gli attori rappresenta un punto nevralgico della

pianificazione di policies sostenibili. Grazie al sostegno delle reti e della connessione con il territorio di cui gode il terzo settore, e grazie alla capacità di raggiungere un ampio pubblico di utenti, caratteristica della grande distribuzione e della ristorazione collettiva, esse potrebbero generare interessanti effetti tangibili nell'implementazione di attività di innovazione sociale. Ciò andrebbe a vantaggio anche della sostenibilità economica di quelle pratiche che spesso traggono le proprie risorse da finanziamenti pubblici e hanno, per questo, scarsa durabilità nel tempo e scarsa autonomia.

Molte delle attività descritte, da quelle di educazione alimentare a quelle sullo spreco, o l'approccio "zero miles", se strettamente connesse al territorio produttivo, sono in grado di generare effetti a catena di rafforzamento delle connessioni con il consumatore finale, di una più ampia trasmissione del messaggio culturale e di supporto organizzativo ed economico.

Questo perché il tessuto di iniziative virtuose che sorgono dal basso e da contesti ad alto valore sociale e culturale, ma con scarso capitale economico, rappresentano un potenziale diffuso capace di influenzare i grandi attori. Gli attori pubblici, privati e gli enti di ristorazione collettiva possono trarre beneficio dal valore prodotto, per poi redistribuirlo e generarne di nuovo considerandone il potenziale ritorno economico. Rinnovati trend di consumo più orientati alla sostenibilità, stanno, infatti, mutando i paradigmi di offerta e consumo dei sistemi alimentari, creando nuove nicchie di mercato e nuove esigenze nel pubblico. I grandi attori possono così cogliere nuove opportunità economiche e, al contempo, assumersi il compito di preservare gli ecosistemi produttivi virtuosi, composti da capitale sociale e patrimonio immateriale.

Le problematiche connesse all'alimentazione, qui categorizzate in cinque "bisogni", necessitano di strategie lungimiranti e sinergie tra gli stakeholders, regolate da politiche pubbliche di sostegno all'innovazione sociale e supportate da attori privati dotati di strumenti organizzativi e finanziari che vogliano sperimentarsi in iniziative virtuose e durevoli. Le partnership con attori del terzo settore possono farsi modelli replicabili e scalabili di sostenibilità alimentare, rivestendo un ruolo formatore e trainante in contesti socio-territoriali sempre nuovi.

Bibliografia

Accolla, G. (2015). Food poverty secondo le statistiche di fonte ufficiale. L'Italia nel contesto europeo, in G. Rovati, L. Pesenti (a cura di) (2015), *Food Poverty, Food Bank. Aiuti alimentari e inclusione sociale*, Milano, Vita e Pensiero, pp. 31-49.

Barilla Center for Food and Nutrition (2012), *Lo spreco alimentare: cause, impatti e proposte* <https://www.barillacfn.com/m/publications/spreco-alimentare-cause-impatti-proposte.pdf>

Caprotti, B. (2014). *Nascita e sviluppo della distribuzione alimentare moderna. I Georgofili*, 1(1), 49-68.

Caulier-Grice, J. Davies, A. Patrick, R. Norman, W. (2012). Defining Social Innovation. A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.

Coop (2018), Rapporto Coop 2018, Roma <http://www.italiani.coop/wp-content/uploads/2019/01/rapporto-coop-2018-1.pdf>

Eurispes (2019), Rapporto Italia 2019, Minerva, Bologna
<https://bit.ly/3asnV3K>

FAO (2008), Food Security Information For Action – Practical Guidelines, EC

FAO Food Security Programme

http://www.FAO.org/fileadmin/templates/FAOItaly/documents/pdf/pdf_Food_Sec

Federconsumatori (2018). Indagine Alimentazione

<https://www.federconsumatori.it/Showdoc.php?nid=20180423104411>

Istat (2019), *Rapporto annuale 2019 - La situazione del Paese*, Roma.

Italian Barometer Diabetes Observatory Foundation (2019), *1st Italian Obesity Barometer Report* <http://www.ibdo.it/pdf/OBESITY-REPORT-2019.pdf>

Deserts

Maino F., Lodi Rizzini C. e Bandera L. (2016), *Povert  alimentare in Italia*. Le

Rovati, G., Pesenti L. (2015). *Food Poverty, Food Bank. Aiuti alimentari e inclusione sociale*, Milano, Vita e Pensiero.

Nutrition Digest 38(2) USDA defines Food News Coldiretti (2019).

<http://americannutritionassociation.org/newsletter/usda-defines-food-deserts>

mensa poveri: dagli agricoltori spesa sospesa per i pi  bisognosi, n 564, 7

Luglio 2019.

Save the Children Italia Onlus, *(Non) Tutti a mensa 2018 – Il servizio di ristorazione scolastica per le scuole primarie in Italia*, [https://](https://s3.savethechildren.it/public/files/uploads/pubblicazioni/non-tutti-)

s3.savethechildren.it/public/files/uploads/pubblicazioni/non-tutti-mensa-2018.pdf

TEPSIE (2014). *Social Innovation Theory and Research: A Summary of the Findings from TEPSIE. A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe”* (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research

Tg3 Fuori TG, *Puntata su Shedia*, 25/06/2019,
<http://www.tg3.rai.it/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-7a7f6e4d-bfb0-4550-b90e-554d8c88c4b2-tg3.html#p=>

United States Department of Agriculture (2012), *Characteristics and Influential Factors of Food Deserts*, Economic Research Report Number 140, August 2012, https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/45014/30940_err140.pdf

USDA (2009). *Access to Affordable and Nutritious Food: Measuring and Understanding Food Deserts and Their Consequences*, Report to Congress, June 2009.

Gli autori

Giulia Corti è dottoranda in Sociology and Social Research presso l'Università di Trento. Ha conseguito la laurea magistrale in Sociologia presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca. I suoi interessi di ricerca le disuguaglianze nell'accesso alle risorse alimentari, tema sul quale ha pubblicato contributi scientifici sulle politiche alimentari pubbliche nella città di Milano. Ha precedentemente collaborato con Fondazione Feltrinelli nell'ambito del progetto «Cibo di cittadinanza. Dalla Carta di Milano al cibo del futuro». Il suo secondo interesse di ricerca riguarda l'intersezione tra disuguaglianze sociali e formazione della famiglia. In tale ambito, ha partecipato a diverse conferenze internazionali e nazionali.

Chiara Lodi Rizzini è dottoranda in Sociologia, Organizzazioni, Culture presso l'Università Cattolica di Milano. Dal 2012 è ricercatrice presso il Laboratorio di Percorsi di secondo welfare, dove si occupa di innovazione del welfare, inclusione sociale e filantropia. In particolare, ha svolto numerose ricerche sulle tematiche della povertà alimentare e delle politiche abitative, relativamente alle quali svolge anche attività di consulenza e formazione e ha preso parte a diverse conferenze in Italia e all'estero. Tra le pubblicazioni recenti si segnalano “Dal primo al secondo welfare: l'innovazione sociale incontra le comunità locali”, in Ciampolini T. (a cura di), *Comunità che innovano. Prospettive ed esperienze per territori inclusivi*, Franco Angeli, 2019 (con F. Maino); “Oltre i margini: rigenerare le periferie tra welfare, luoghi e relazioni”, in Lodigiani R. (a cura di), *Rapporto Ambrosianum 2018*, Franco Angeli (con F. Maino); *Povertà alimentare in Italia: le risposte del secondo welfare*, Il Mulino, Bologna, 2016 (con F. Maino e L. Bandera).

Lorenza Maria Sganzzetta è geografa, Ph.D. in pianificazione urbana ed esperta in sviluppo sostenibile della catena alimentare e cooperazione internazionale; ha lavorato come consulente tecnico nell'iniziativa Food for the Cities della FAO, contribuendo alla progettazione di politiche agricole e della sostenibilità della filiera in contesti urbani e rurali di Zambia, Sri Lanka e Colombia, con il ruolo specifico di consulente tecnico GIS per cartografie e infografiche di progetto. Parallelamente, ha collaborato con l'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni al rapporto annuale 2015 sulle rotte dei migranti nel Mediterraneo, fornendo un'analisi tecnica e la mappatura delle componenti demografiche e sociali delle rotte dall'Africa occidentale verso l'Italia. Durante il dottorato in Urban Planning, Design and Policies presso il Politecnico di Milano, ha studiato l'efficacia delle Food Policies volte a sistemi alimentari sostenibili. Al momento si occupa di consulenze di ricerca, rappresentazione e analisi cartografica, pianificazione strategica-sostenibile, e di servizi di curatela editoriale.