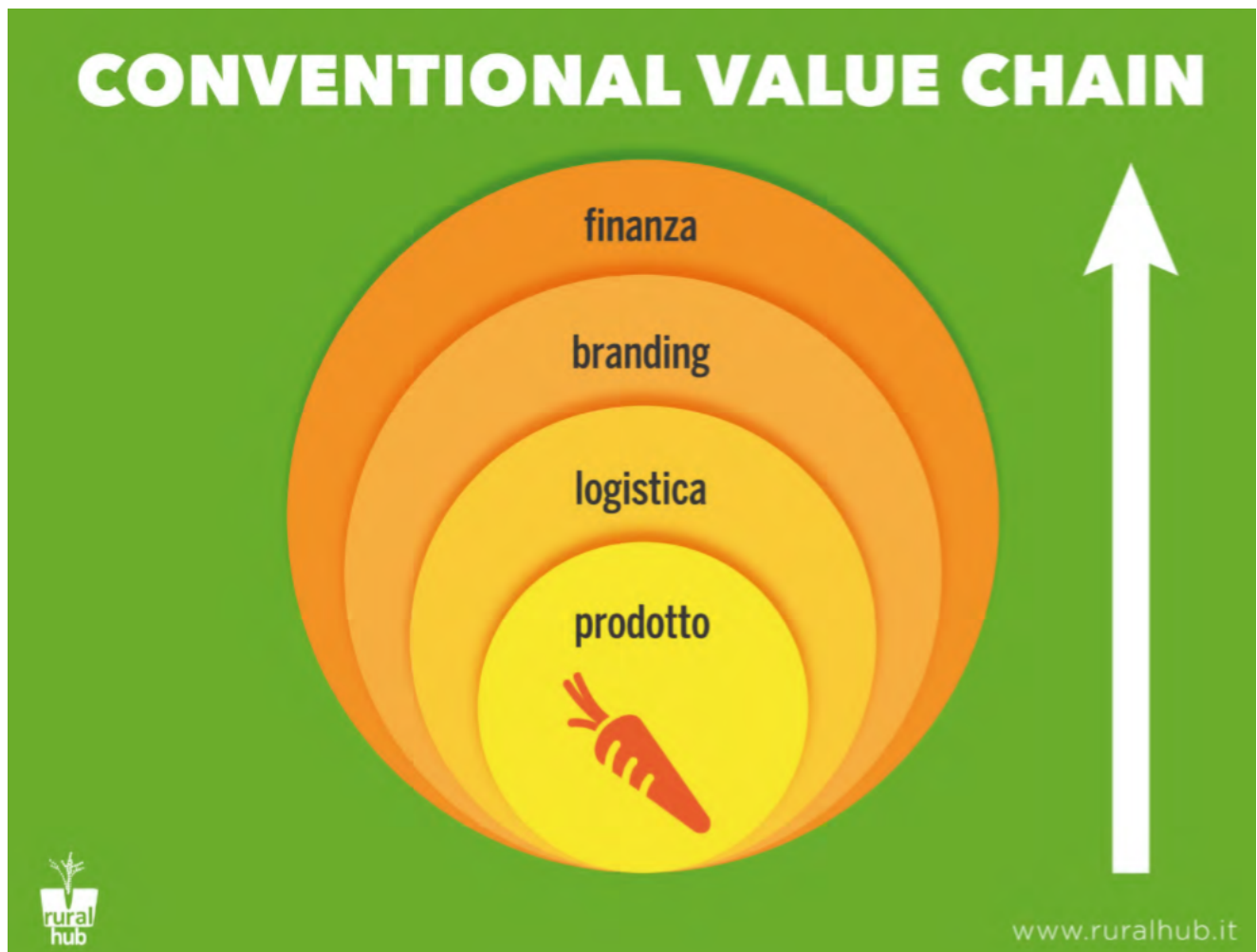


Gli impatti della Rural Social Innovation sul Food System

Marzo 2, 2018 · admin

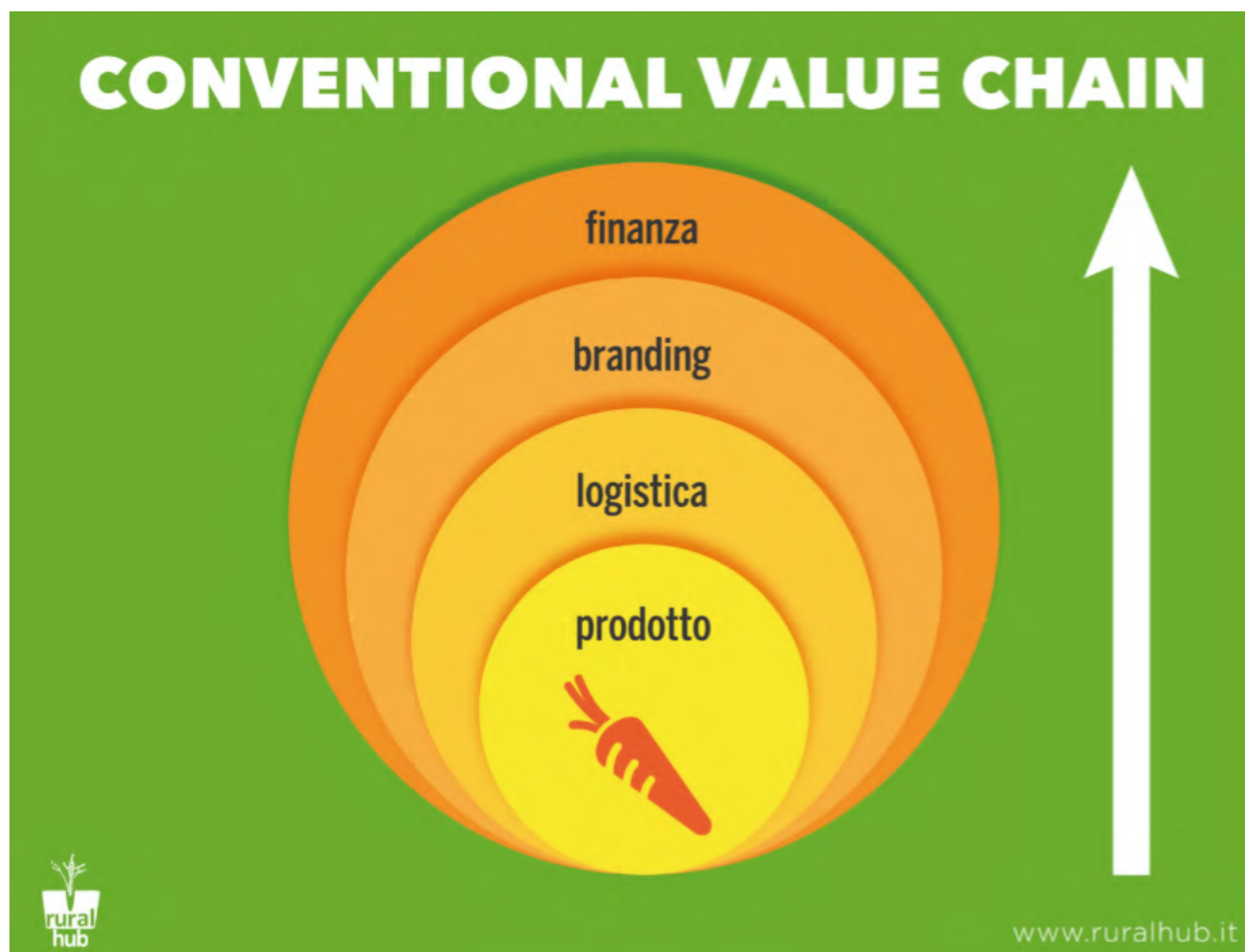


Nel precedente articolo abbiamo analizzato cos'è la **Social Innovation** e come sia importante oggi Innovare. Abbiamo, poi, fatto un focus sulla **Rural Social Innovation** e su come essa metta al centro il bisogno di tutela **del pianeta, della terra e della popolazione**. Dedichiamo questo nuovo articolo agli impatti che la Rural Social Innovation può creare sull'odierno **Food System**.

I sistemi alimentari attuali detti GDO (Grande Distribuzione Organizzata), sono basati sempre più sulla produzione intensiva e a catene di approvvigionamento più lunghe. Ciò porta non solo a un'agricoltura più frenetica con relativo impiego massivo di fertilizzanti e pesticidi

chimici che portano, con il tempo, a una desertificazione del terreno coltivabile (*La Natura Nel Piatto?*), ma i processi di produzione degli alimenti, inoltre, e il consumo più elevato di questi ultimi, sollevano grosse preoccupazioni legate all'alimentazione e alla sicurezza alimentare. Questo processo, infatti, aumenta la produzione e di conseguenza il consumo di cibi economici, accessibili e convenienti ma di scarso valore nutrizionale.

Nella **Conventional Value Chain** il prodotto non assume una posizione di centralità, ma viene "schiacciato" dagli intermediari che assorbono tutto il valore destinato ad esso.

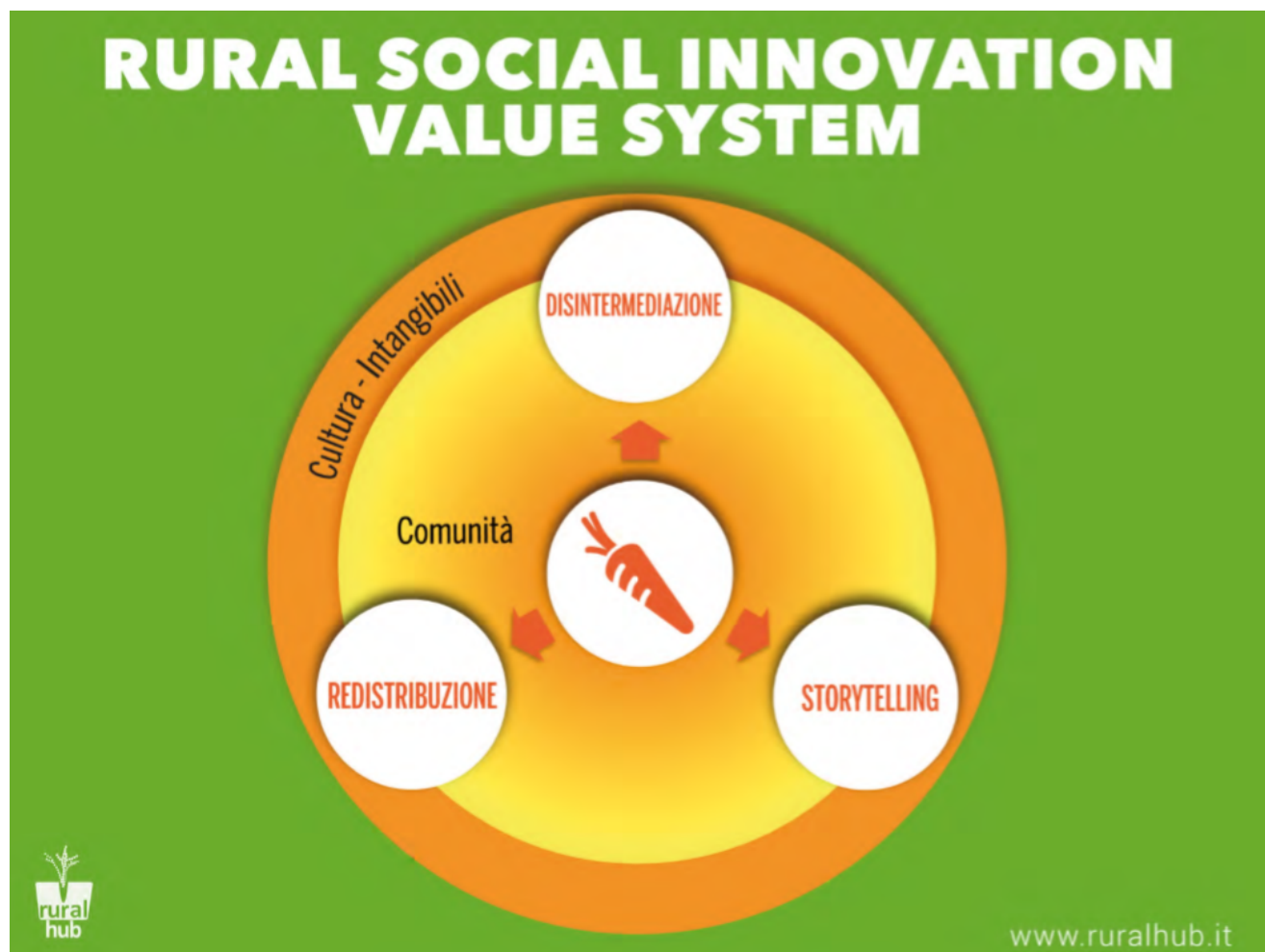


Tale situazione ha creato un drastico abbassamento di credibilità e fiducia dei brand da parte dei consumatori, che iniziano a dubitare persino della qualità dei prodotti di marca.

Con l'avvento del Web 2.0, i consumatori sono sempre più in grado di resistere al bombardamento pubblicitario delle Aziende, avendo a disposizione uno strumento che fornisce loro una conoscenza e una facilità di informazione sempre più ampia sui prodotti e i marchi che utilizzano (A. Giordano, M. Pallera, B. Cova, *Marketing Non Convenzionale*). E' cresciuta anche la consapevolezza dei rischi alimentari, ci si orienta quindi maggiormente

verso la qualità e la scelta di prodotti sani, nutrienti made in Italy o a Km 0

Il **Rural Social Innovation Value Chain**, sovverte la catena convenzionale e mette al centro il prodotto che recupera così il suo valore, non ricoprendo più una connotazione marginale.



Come valutare gli impatti della Rural Social Innovation

Per poter cambiare l'attuale modello di food system, le aziende devono divenire **sostenibili** dal punto di vista **economico, ambientale e sociale**.

Così facendo, un'azienda che tiene conto di questi 3 punti, può generare impatti in diverse dimensioni come possiamo vedere dall'immagine.

Rural Social Innovation Impact



Da qui, possiamo analizzare gli impatti in termini di **Triple Bottom Line**:

- **Input:** costi sostenuti e risorse impiegate
- **Output:** risultati delle attività svolte dall'azienda, concreti e misurabili
- **Outcomes:** cambiamenti, positivi e negativi, sia a breve che a lungo termine, che si verificano sulla vita delle persone destinatarie dei prodotti realizzati.

Campagna Amica: Un esempio che delinea gli Impatti positivi della Rural Social Innovation

La fondazione **Campagna Amica**, promossa da Coldiretti, nasce nel 2008 e il suo core business non fa riferimento solo ed esclusivamente a quelle attività volte a garantire una fonte di guadagno, ma si riferisce in modo particolare alla trasformazione del **food system** attraverso processi che riescano a coniugare esigenze ambientali, responsabilità sociali e sostenibilità economica.

La logica sottostante agli obiettivi di Campagna Amica si differenzia completamente da quella che determinava gli obiettivi delle imprese agroalimentari del secolo scorso che basavano il loro scopo principale sulla massimizzazione del profitto.

Alla luce del processo di Triple Bottom Line di cui abbiamo parlato poco fa i vantaggi sono stati:

- **gli input** sono ridotti ai minimi termini; attraverso la filiera corta si riduce la quantità di gasolio impiegata normalmente per i trasporti e anche il costo del prodotto finale grazie all'eliminazione dei vari intermediari della catena, attraverso l'impiego dell'agricoltura biologica si riducono le quantità di fertilizzanti chimici e sostanze inquinanti, l'energia e le risorse idriche impiegate per la produzione; operando nei territori si accorciano le distanze tra produttori e consumatori non ricorrendo più a intermediari, ecc.. Per quanto riguarda l'alimentazione e il cibo possiamo prendere in considerazione i valori nutrizionali di un pomodoro coltivato con le tecniche della cosiddetta "agricoltura convenzionale" e distribuito nella GDO e di un altro pomodoro reperibile tra i prodotti di Campagna Amica, coltivato secondo i principi dell'agricoltura sostenibile e appartenente a biodiversità tipiche italiane. I valori nutrizionali sono decisamente diversi, poiché per i pomodori coltivati secondo i criteri dell'agricoltura biologica non vengono utilizzate sostanze che ne alterano le componenti nutritive e che sono dannose per la salute. Vi è, quindi, anche un approvvigionamento che da diversi punti di vista è ridotto ai minimi termini.
- **gli output**, Nel caso di Campagna Amica, sono coerenti con il valore sociale dell'azienda. L'adozione del processo della filiera corta e della **disintermediazione** ha generato palesi impatti positivi: valorizzazione dell'autenticità, valore di legame, soddisfacimento delle esigenze di un consumatore nuovo, attento, attivo e selettivo, che ha così accesso diretto alle informazioni poiché provengono direttamente dai produttori, scambi di opinioni, ecc.
- **gli outcome**, possono essere rappresentati dai benefici che comporta il consumo di un pomodoro coltivato secondo agricoltura sostenibile sulla salute, oppure i benefici che ricadono sull'ambiente grazie all'adozione della filiera disintermediata. Nel primo caso, ad esempio, il pomodoro biologico ha quantità relativamente maggiori di vitamina C e notevolmente maggiori di fenoli, che svolgono una importantissima attività antiossidante. Gli antiossidanti aiutano il nostro organismo a prevenire malattie come cancro, malattie cardiovascolari e disfunzioni del sistema immunitario. Dunque possiamo notare come Campagna Amica a partire da scelte produttive differenti, genera notevoli impatti sulla qualità del cibo, sull'equilibrio alimentare e nutrizionale, sulla salute, e quindi sulla qualità della vita. Nel secondo caso, invece, prendiamo come riferimento i km percorsi dai cibi distribuiti in filiera corta che risultano essere meno della metà di quelli dei cibi distribuiti in

filieri convenzionali. Dunque, ciò genera una riduzione del gasolio consumato per il trasporto e, di conseguenza, il rilascio di CO2 risulterà inferiore. Per ogni Kg di merce trasportata la distribuzione in filiera convenzionale produce 948g di CO2, mentre la filiera corta produce 16g di CO2. Questa riduzione di anidride carbonica, rappresenta un beneficio per l'atmosfera e di conseguenza per i cambiamenti climatici.

(Per approfondire il lavoro che Campagna Amica sta svolgendo dal 2008 ad oggi vi rimandiamo al loro sito web)

In conclusione, quindi, possiamo dire che sono sotto gli occhi di tutti i vantaggi che la Rural Social Innovation, attraverso il processo della filiera corta, sta apportando. Un processo che fatica ancora ad affermarsi ma che sta egregiamente scardinando i vecchi paradigmi del food system.

Come si concretizza quanto detto fino ad ora nei confronti del consumatore? Nel prossimo articolo parleremo proprio di questo focalizzandoci sul cosa sono i **Farmers Market**

Riferimenti:

Gli impatti della filiera corta sulla Triple Bottom Line: Un confronto tra la GDO ed il modello dei Farmers Market. Rita Luce

Manifesto della Rural Social Innovation

Fonte: <https://www.ruralhack.org/gli-impatti-della-rural-social-innovation-sul-food-system/>