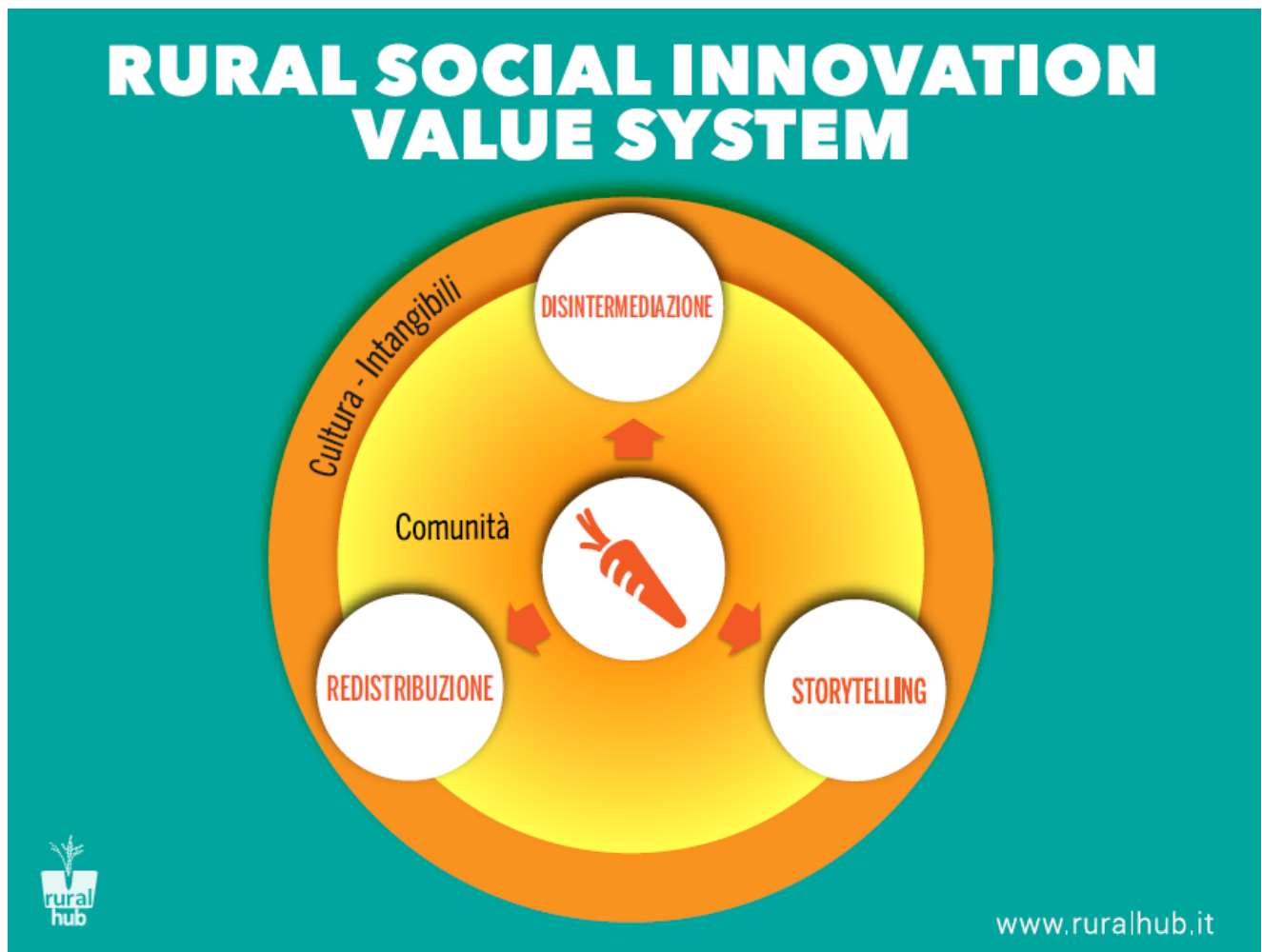


Rural Social Innovation: è possibile un digital storytelling per l'innovazione rurale?

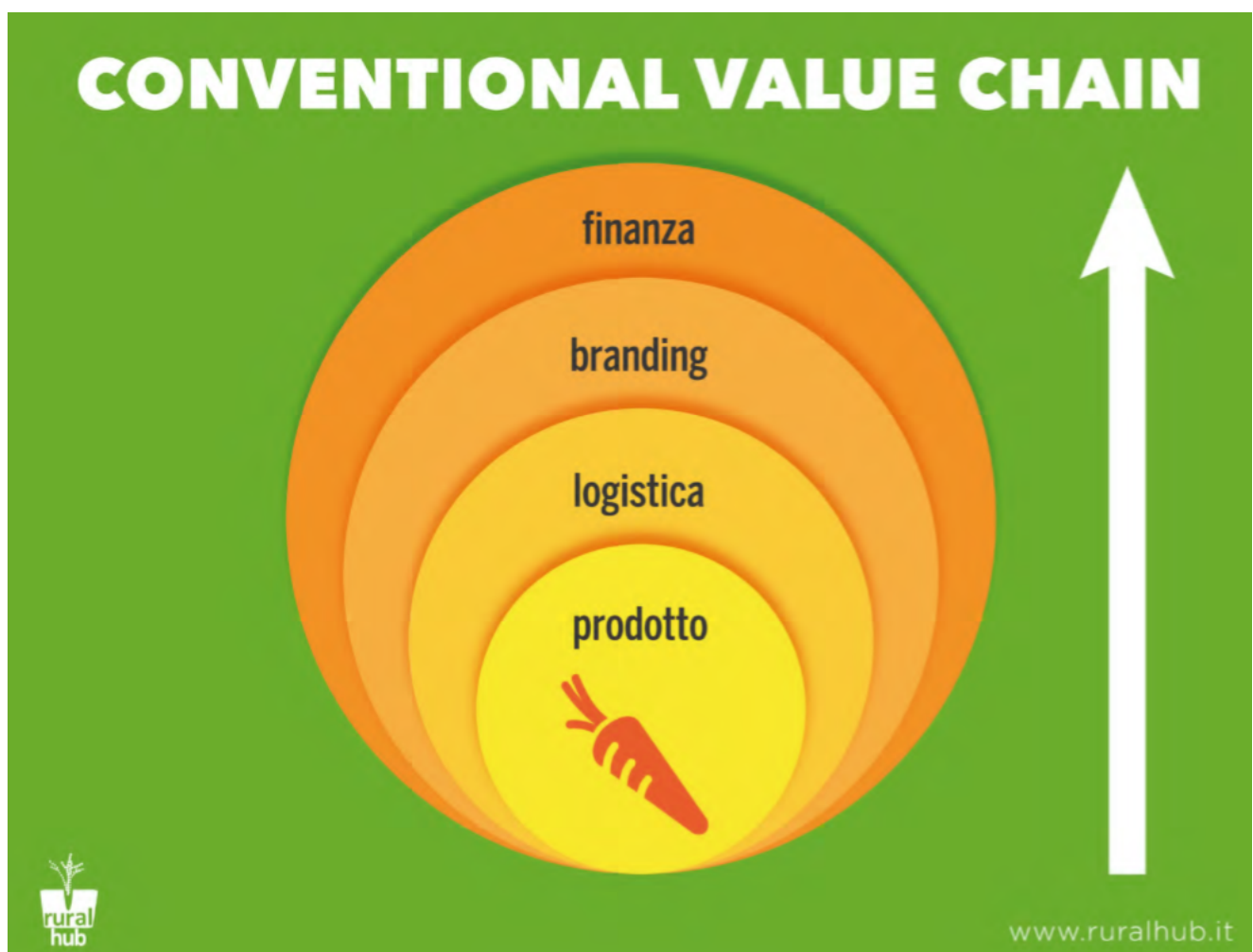
Luglio 6, 2018 · admin



L'innovazione sociale, o Social Innovation, progetta soluzioni nuove ed innovative per la soluzione di problemi sociali in modo più efficace, sostenibile ed efficiente. La social innovation prevede inoltre l'utilizzo di tecniche di produzione open source, dove la condivisione delle conoscenze e dei mezzi di produzione viene messa al centro di tutto. L'innovazione sociale riguarda però svariati ambiti: in questo caso ci concentreremo sull'innovazione in ambito rurale, ovvero **rural social innovation**.

Il modello classico...

Il modello classico della produzione di valore intorno ad un prodotto ormai non è più sostenibile, in quanto i processi di finanziarizzazione dell'economia hanno reso impossibili i meccanismi di redistribuzione: c'è bisogno di un'evoluzione e di una modifica radicale del sistema. **L'impresa deve cambiare**, deve innovarsi e “fare società”, deve contribuire al processo collettivo di creazione del valore lavorando insieme ai suoi stakeholder per un obiettivo comune. Societing è il tentativo di assecondare la socializzazione dei processi produttivi, in atto da qualche decennio, coniugandola con una nuova filosofia d'impresa che riconosca il ruolo sempre più attivo dei consumatori.



Come possiamo notare dall'immagine, intorno ad un semplice prodotto emergono altri aspetti che ne aumentano il valore: **il branding, la logistica e la finanza**.

Il **marketing** aggiunge valore ad un prodotto base rendendolo facilmente riconoscibile tra tanti altri, gli dona un'identità sociale e organizza la sua presenza in momenti appropriati di

socialità: se tutto questo processo va a buon fine, il marketing riesce a rendere la domanda di un prodotto prevedibile.

Il **branding**, secondo la Conventional Value Chain, dona ad un prodotto un significato culturale: oggi tutti conosciamo i brand principali e differenziamo i prodotti in base alle marche, senza approfondire effettivamente le loro qualità. Il branding aggiunge una dimensione esperienziale al prodotto, che porta i consumatori ad identificarsi con un brand e quindi ad acquistarne i prodotti, che attraverso questo processo acquisiscono un'identità che però non sempre rispecchia la vera natura del prodotto.

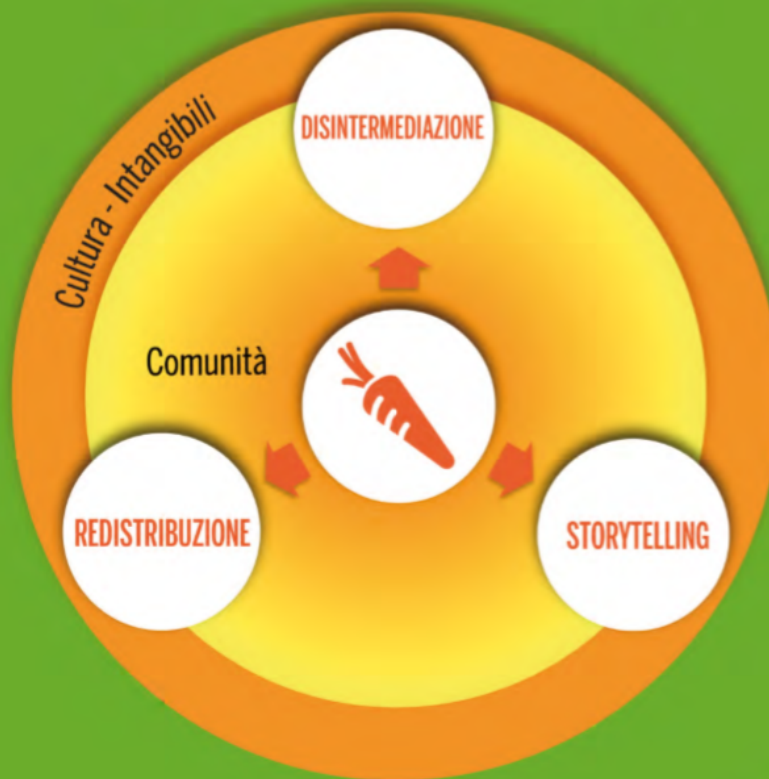
La **finanza** è invece il livello più alto e quindi profittevole all'interno della CVC: le aziende producono la maggior parte dei propri utili attraverso gli strumenti finanziari. Così come branding e marketing, la finanza rimane appannaggio di poche persone e quindi viene meno il concetto di redistribuzione delle ricchezze prodotte.

...e la Rural Social Innovation

La nuova economia rurale propone la riappropriazione dei processi di produzione del valore sopra descritti e la loro riorganizzazione su base comunitaria, in modo da restituire il valore perduto al prodotto materiale. I giovani innovatori neo-rurali stanno costruendo un nuovo modello che sappia tenere in piedi questa triple bottom line (People, Planet, Profit) per far nascere aziende che sappiano coniugare esigenze ambientali, sostenibilità economica e responsabilità sociali. Un'economia rurale orientata al Societing: dunque, una Rural Social Innovation.

Abbiamo visto come nella **Conventional Value Chain** il prodotto rappresenti una piccola parte del valore finale: gli innovatori neo-rurali riportano il prodotto **al centro dell'attenzione**, attraverso il recupero delle tradizioni e l'uso di prodotti pregiati. Il prodotto all'interno della comunità assume un ruolo centrale e non marginale: la **disintermediazione** prende il posto della logistica, lo **storytelling** prende il posto del marketing e la **redistribuzione del valore** sostituisce la finanza. Il prodotto riceve un valore aggiunto genuino e reale che grazie alla partecipazione della comunità diviene leva di una nuova dinamica in grado di valorizzare il patrimonio immateriale: tutte le storie narrate sul prodotto lo dotano di identità, l'agricoltura diviene luogo di condivisione di culture e tradizioni e non più soltanto luogo della produzione materiale.

RURAL SOCIAL INNOVATION VALUE SYSTEM



Esiste quindi un framework di innovazione sociale applicata alla ruralità. il progetto **Rural Hub**, nato nel 2013 a Calvanico in provincia di Salerno, arricchisce la ruralità di una nuova dimensione: nascono così i **contadini 3.0**. I protagonisti però non sono solo agricoltori ma anche esperti di comunicazione, di programmazione, ricercatori, studiosi e attivisti: lavorano tutti insieme per un obiettivo comune, ovvero innovare.

In questo caso la **comunità** assume un ruolo rilevante: da elemento passivo diviene attivo in tutte le fasi della produzione. Non solo il prodotto al centro, quindi, ma anche la comunità che si crea intorno ad esso. Nel prossimo articolo parleremo del ruolo che ha assunto lo storytelling all'interno della comunità, prendendo il posto di marketing e branding.

Potete scaricare il **manifesto della Rural Social Innovation** [QUI](#).

Non perdetevi il prossimo appuntamento!

Fonte: <https://www.ruralhack.org/rural-social-innovation/>