



## Per una mappatura condivisa delle innovazioni fallite

Francesca Forno, Università di Trento, Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale

Con l'introduzione di questa nuova rubrica, diamo il via a un programma di ricerca che vorremmo sviluppare insieme ai lettori e alle lettrici di Re|Cibo. L'obiettivo principale è analizzare, attraverso casi concreti che ci segnalerete, i fallimenti delle innovazioni sociali nel settore agroalimentare.

Utilizziamo qui il termine "innovazioni agroecologiche" come un concetto ombrello per comprendere tutte quelle iniziative che in letteratura sono state denominate come "innovazioni sociali", "innovazioni di base" o "iniziative guidate dalla comunità" e che hanno origine nell'ambito dell'agricoltura e dei sistemi del cibo. Le innovazioni agroecologiche si pongono l'obiettivo di affrontare le crescenti disuguaglianze e i problemi causati dal sistema agroalimentare industriale, proponendo modelli alternativi basati su equità e sostenibilità. Queste iniziative promuovono pratiche di consumo e di produzione che mirano a cambiare le condizioni strutturali per favorire e diffondere un'agricoltura più giusta e sostenibile.

Negli ultimi decenni, molte sono state le diverse esperienze che hanno attratto l'attenzione: dalle iniziative riguardanti l'agricoltura urbana ai gruppi di acquisto solidali alle CSA, i consigli locali del cibo, e così via.

Una parte sempre più importante della comunità scientifica concorda sul ritenere queste innovazioni come cruciali per il cambiamento dei sistemi alimentari verso una maggiore sostenibilità. Tuttavia, la ricerca si è, come spesso succede, concentrata maggiormente sui casi di successo, trascurando di esplorare le cause dei loro fallimenti.

Ribaltando l'interesse e concentrando l'attenzione sui fallimenti, vogliamo qui provare a considerare un'innovazione fallita come una preziosa opportunità di apprendimento, simile a un esperimento scientifico che contribuisce a migliorare la capacità di previsione.

Quando si discute di innovazioni sociali è cruciale comprendere che il loro successo debba essere valutato in due fasi distinte: (i) considerando la loro capacità di mobilitazione e (ii) valutando il conseguimento degli obiettivi ultimi. In altri termini, la partecipazione che l'innovazione riesce a generare è da considerarsi già una parte del suo successo, poiché indica come la novità apportata corrisponda ad un bisogno e/o a una disponibilità latente tra gli individui. La seconda fase consiste nel raggiungimento degli obiettivi che, a seconda dei casi, può andare dall'ottenimento di un equilibrio economico di una nuova organizzazione al perseguimento di un vero e proprio cambiamento di sistema.

Il riconoscimento di queste due fasi distinte del successo nelle innovazioni agroecologiche illustra anche due modi diversi in cui tali tipi di innovazioni possono fallire. Un fallimento può derivare dal mancato avvio della partecipazione. Si pensi per esempio ad un progetto di orti urbani che non riesce a trovare individui interessati a coltivare o a un progetto di agricoltura sociale e sostenibile che non riesce a sostenersi al termine di un finanziamento da parte di un ente esterno, oppure ad una delle tante piattaforme di distribuzione online di cibo nate in pandemia che non sono mai riuscite a decollare. D'altra parte, una differente possibile causa di fallimento è l'incapacità, una volta attivata la partecipazione, di raggiungere gli obiettivi stabiliti, poiché il successo in alcuni casi viene capitalizzato da altri attori più veloci, perché dotati di maggiori risorse, e che riescono a catturare e riorientare la partecipazione verso altri fini rispetto a quelli iniziali, mettendo a profitto il lavoro di anni di altri soggetti.

Per quanto riguarda i fattori che influenzano la capacità di diffusione delle innovazioni sociali, è stato osservato come tale capacità dipenda dal contesto ambientale, culturale, politico ed economico in cui le innovazioni agroecologie prendono avvio (Andreola et al., 2021). Tale sistema di opportunità appare inoltre importante nel determinare la forma organizzativa e giuridica che le innovazioni assumono nonché nel definire le modalità di interazione tra i diversi soggetti del sistema del cibo.

A questo riguardo sono state identificate anche diverse strategie con cui le innovazioni agroecologie salgono di scala. Queste strategie includono il cosiddetto "scaling deep", ovvero la capacità delle iniziative di promuovere azioni capaci di andare nel profondo e di modificare non solo il modo di pensare ma anche le pratiche di consumo e produzione. Andare nel profondo è importante anche per la diffusione dell'innovazione in termini sia di "scaling up", ovvero l'aumento del numero di persone che adottano quella pratica, che di "scaling out", la replicazione di una data innovazione in diversi territori e contesti (Hermans et al., 2016; Lam et al., 2020).

Per fare un esempio, l'innovazione apportata nel nostro paese dai Gruppi di Acquisto Solidali è stata importante perché è riuscita ad andare nel profondo, rendendo possibile la famosa riduzione del "value-action-gap" (Johnstone & Tan, 2015; Nguyen et al., 2018) tramite una azione di sensibilizzazione ma anche innovando l'approvvigionamento di prodotti alimentari con certe caratteristiche, rendendolo più praticabile e di fatto dando la possibilità di "materializzare" la solidarietà. I GAS, come è noto, hanno preferito allo "scaling up" lo "scaling out", una diffusione orizzontale tramite replicazione.

Ultimamente a queste tre strategie di diffusione se ne è aggiunta una quarta, detta "scaling through" che indica le azioni a livello locale messe in atto dalle innovazioni agroecologiche che coinvolgono diversi soggetti più o meno organizzati che operano sullo stesso territorio e stabiliscono con i governi locali un rapporto dialettico, in molti casi con l'obiettivo di correggere il carattere spesso elitario di queste innovazioni (Laamanen et al., 2022).

I sistemi alimentari locali sostenibili, al centro dell'attenzione di Re|Cibo, rappresentano un pilastro progressista e, in alcuni casi, radicale, per un futuro alimentare più eco e solidale. Tuttavia, è importante riconoscere come le innovazioni agroecologie siano spesso ostacolate nella loro capacità di sviluppo e diffusione in quanto inserite in un regime alimentare dominante che riflette politiche e istituzioni produttiviste, industriali e neoliberali che rende difficile il cambiamento. Ma cosa, dunque, facilita e ostacola la loro capacità di azione e diffusione?

Mappare le innovazioni fallite potrebbe offrire una prospettiva diversa con cui guardare e cercare di comprendere la relazione tra gli sforzi emergenti e il sistema alimentare dominante, aiutando a sviluppare approcci più mirati e strategie più efficaci per promuovere una giusta transizione. Così come nella preparazione della maionese potrebbe infatti risultare importante comprendere e gestire una serie di fattori per evitare che il

risultato finale sia compromesso.

La rubrica adotterà un approccio dialogico, seguendo un format basato su interviste in profondità condotte a osservatori privilegiati che hanno fatto esperienza di e con casi concreti di fallimento. Un diverso modo, forse opposto ma sicuramente non speculare, per approfondire la comprensione delle sfide e delle opportunità che si presentano nel tentativo di promuovere il cambiamento verso sistemi alimentari più sostenibili.

Attendiamo le prime segnalazioni, per metterci in viaggio per l'Italia! Potete scrivere a: francesca.forno@unitn.it.

### **Bibliografia**

Andreola, M., Pianegonda, A., Favargiotti, S., & Forno, F. (2021). Urban Food Strategy in the Making: Context, Conventions and Contestations. *Agriculture*, 11(2), 177

Johnstone, M., & Tan, L. (2015). Exploring the gap between consumers' green rhetoric and purchasing behaviour. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 311–328.

Hermans, F., Roep, D., & Klerkx, L. (2016). Scale dynamics of grassroots innovations through parallel pathways of transformative change. *Ecological Economics*, 130, 285–295.

Laamanen, M., Forno, F., & Wahlen, S. (2023). Neo-materialist movement organisations and the matter of scale: scaling through institutions as prefigurative politics? *Journal of Marketing Management*, 39(9–10), 857–878.

Lam, D. P. M., Martín-López, B., Wiek, A., Bennett, E. M., Frantzeskaki, N., Horcea-Milcu, A. I., & Lang, D. J. (2020a). Scaling the impact of sustainability initiatives: a typology of amplification processes. *Urban Transformations*, 2(1), 3.

Nguyen, H., Nguyen, C., & Hoang, T. (2018). Green consumption: Closing the intention-behavior gap. *Sustainable Development*, 27(1), 118–129.