



Il processo fondativo della *food coop* “Birà”: un’esperienza di innovazione sociale

Luana Zamponi, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università degli Studi di Perugia
Giordano Stella, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università degli Studi di Perugia
Biancamaria Torquati, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università degli Studi di Perugia

Abstract

La nascita della Food Coop “Birà”, nel quartiere Birago a Perugia, rappresenta un esempio significativo di innovazione sociale applicata ai sistemi agroalimentari locali. Frutto della collaborazione tra comunità locale e associazioni culturali, la cooperativa introduce un modello partecipativo in cui i soci condividono tempo e risorse per garantire un'alimentazione di qualità a prezzi accessibili. L'esperienza si colloca all'interno di un contesto urbano in trasformazione, contribuendo alla riqualificazione del quartiere e alla costruzione di nuove relazioni di comunità. Il modello della Food Coop Birà non solo rafforza la resilienza alimentare e la sostenibilità ambientale, ma apre anche la strada a pratiche di economia solidale capaci di coniugare equità, giustizia, accessibilità e senso di appartenenza.

The creation of the Birà Food Coop in the Birago neighbourhood of Perugia is a significant example of social innovation applied to local agri-food systems. The result of collaboration between the local community and cultural associations, the cooperative introduces a participatory model in which members share their time and resources to ensure high-quality food at affordable prices. The experience is part of a changing urban context, contributing to the redevelopment of the neighbourhood and the building of new community relationships. The Birà Food Coop model not only strengthens food resilience and environmental sustainability, but also paves the way for solidarity economy practices that combine equity, justice, accessibility and a sense of belonging.

Parole Chiave/Keywords: *Economie locali/Local Economies; Rigenerazione urbana/Urban Rigeneration; Impresa sociale; Democrazia partecipativa/Participatory Democracy; Alternative Food network; Food Coop “Birà”.*

1. Introduzione

Nel contesto delle trasformazioni in atto nei sistemi agroalimentari, le *food coop* possono essere interpretate come forme di innovazione sociale in grado di affrontare congiuntamente le criticità economiche, sociali e ambientali del regime alimentare dominante. In linea con la letteratura sull'*innovazione sociale*, le *food coop* introducono nuove configurazioni di pratiche, relazioni e assetti di *governance* che rispondono a bisogni collettivi insoddisfatti, quali l'accesso equo a cibo di qualità, la trasparenza delle filiere e il sostegno ai produttori locali, producendo al contempo cambiamenti nelle relazioni sociali, nei rapporti di potere e nelle forme di *governance* (Moulaert et al., 2013; Cajaiba-Santana, 2014).

Da una prospettiva di *sustainability transitions* (Markard et al., 2012; El Bilali et al., 2018), esse possono essere lette come "*niches*" di sperimentazione sociotecnica, nate dal basso e parzialmente protette, all'interno delle quali vengono testate regole alternative di coordinamento, scambio e distribuzione del valore che sfidano le logiche consolidate della grande distribuzione organizzata. In tale senso, le *food coop* incarnano dinamiche tipiche delle *grassroots innovations*, capaci di influenzare i processi di transizione non attraverso la

scalabilità lineare, ma tramite meccanismi di apprendimento collettivo, di replicazione adattiva e di ibridazione istituzionale (Seyfang & Longhurst, 2013).

Infine, alla luce del *capabilities approach* (Combert et al., 2017), le *food coop* contribuiscono ad ampliare le capacità individuali e collettive degli attori coinvolti, quali consumatori, produttori e comunità locali, rafforzandone l'autonomia decisionale, la partecipazione civica e la possibilità di incidere sulle scelte alimentari e territoriali (Belda-Miguel, 2022). In questa prospettiva integrata, la *food coop* emerge non solo come un'alternativa organizzativa nel sistema agroalimentare, ma come un dispositivo di trasformazione sociale e territoriale, rilevante tanto per l'analisi scientifica quanto per la progettazione di politiche alimentari *place-based*.

Lo scopo di questo lavoro è comprendere come interagiscono innovazione sociale, dinamiche di transizione e l'ampliamento delle *capabilities* nel modello delle *food coop*, partendo dall'ipotesi di ricerca che le *food coop* che combinano *governance* democratica, radicamento territoriale e apertura istituzionale mostrano il più alto potenziale di trasformazione sistemica.

Il contributo adotta un disegno di ricerca qualitativo basato su uno studio di caso singolo, con finalità esplorative e interpretative, e si focalizza sul processo fondativo della *food coop* “Birà”, fondata nel 2025 a Perugia. La scelta del caso risponde a criteri di rilevanza teorica, poiché l’esperienza rappresenta un esempio emergente di *grassroots innovation* nel settore agroalimentare urbano.

“Birà” è un modello innovativo di supermercato collaborativo, gestito dalla neocostituita cooperativa “Coop 06124”, nato dall’impegno congiunto di cittadini, produttori e organizzazioni locali. L’iniziativa si propone di sviluppare una filiera alternativa capace di promuovere la sostenibilità ambientale, la qualità dei prodotti e il benessere della comunità locale, valorizzando esperienze già consolidate a livello nazionale e internazionale. In questo senso, “Birà” rappresenta un progetto collettivo in grado di ridefinire il modo in cui una comunità immagina e organizza il proprio sistema alimentare. Ispirata al modello pionieristico della “Park Slope Food Coop” di Brooklyn, l’esperienza umbra affonda le proprie radici in un lungo percorso di lavoro dal basso, portato avanti da una rete articolata di realtà associative locali che hanno saputo

integrare competenze, visioni e relazioni per dar vita a un progetto condiviso e partecipato.

Il caso studio è analizzato lungo tre principali dimensioni analitiche: (i) il radicamento territoriale e la costruzione di una rete multiattore; (ii) l’ibridazione economico-sociale del modello cooperativo; (iii) la *governance* partecipativa e sociocratica.

L’analisi si concentra in particolare sulla ricostruzione della sequenza temporale degli eventi, sull’individuazione degli attori coinvolti e sulle scelte organizzative, economiche e di *governance* adottate nelle fasi di avvio della cooperativa. I dati empirici sono stati raccolti attraverso l’osservazione partecipante alle riunioni pubbliche e operative (2024–2025), l’analisi della documentazione progettuale e statutaria e le interazioni informali e continuative con i soggetti promotori. Il ruolo dei ricercatori si colloca in una posizione ibrida tra osservatori esterni e *partner* del progetto, configurando un approccio interpretativo in parte riconducibile alla *action research*. Tale prossimità al campo ha consentito un accesso privilegiato ai processi decisionali, richiedendo al contempo un costante esercizio di riflessività analitica

2. Innovazione sociale e *grassroots innovation* nei sistemi agroalimentari: il ruolo delle *food coop*

L'innovazione sociale è diventata un tema centrale nel dibattito accademico e nelle politiche di sviluppo sostenibile, offrendo strumenti efficaci per affrontare sfide socioeconomiche e ambientali. Tra i settori in cui questa forma di innovazione sta assumendo un ruolo sempre più rilevante vi sono i sistemi agroalimentari locali, dove si manifesta attraverso nuove modalità di produzione, distribuzione e consumo di cibo, favorendo sostenibilità, resilienza territoriale e coesione sociale. L'obiettivo è ridefinire le pratiche alimentari in un'ottica più equa e sostenibile, valorizzando le risorse endogene e riducendo l'impatto ambientale.

La letteratura individua diversi ambiti di innovazione sociale nei sistemi agroalimentari, tra cui: la filiera corta e mercati alternativi, in cui *farmer markets*, GAS (Gruppi di Acquisto Solidale), CSA (*Community Supported Agriculture*) presuppongono la costruzione di relazioni dirette ed eque tra produttori e consumatori; le *food policy councils* e i piani del cibo, che richiedono nuovi strumenti di *governance* collaborativa a scala locale/metropolitana (Moragues-Faus & Morgan, 2015); le iniziative di *urban food*, in cui

orti urbani, mense comunitarie e *food coop* diventano luoghi di apprendimento e coesione sociale (Euricse, 2022; Albouy et al., 2020; Giacchè et al., 2017); le *food sharing & digital platforms*, finalizzate alla riduzione degli sprechi, alla redistribuzione e al *peer-to-peer exchange* (Rossi et al., 2021; Davies et al., 2017); l'agroecologia e l'agricoltura sociale, in cui si concretizzano l'offerta di servizi ecosistemici e l'inclusione di soggetti svantaggiati (Sanz-Cañada et al., 2024; Di Iacovo et al., 2014).

Ciò che accomuna questi progetti è un approccio *bottom-up*, che consente alle comunità locali di sperimentare soluzioni innovative in base alle proprie esigenze e risorse. All'interno di questo filone, il concetto di *grassroots innovation* consente di leggere tali esperienze come processi di innovazione "dal basso", sviluppati da comunità locali, reti civiche, organizzazioni cooperative o movimenti sociali in risposta a bisogni non adeguatamente affrontati dal mercato o dalle istituzioni, e caratterizzati da una forte dimensione sociale, culturale e politica (Seyfang & Smith, 2007). È il caso, ad esempio, delle iniziative nate per sperimentare reti alimentari alternative – le cosiddette *Alternative Food Network* (AFN) – e cambiare i regimi alimentari dominanti. Questo

tipo di innovazione non si limita alla dimensione economica, ma investe anche aspetti culturali, politici e civili, generando cambiamenti strutturali di lungo termine.

In particolare, il modello della *food coop* rappresenta un esempio paradigmatico di come sia possibile costruire pratiche collaborative e modelli di *governance* partecipativa, in cui i consumatori diventano parte attiva nella gestione e nell'organizzazione del sistema di approvvigionamento alimentare, contribuendo a rendere il cibo sostenibile e più accessibile per tutti. Il modello delle *food coop* affonda le proprie radici nella tradizione delle cooperative di consumo, sviluppatasi a partire dal XIX secolo come risposta collettiva ai bisogni fondamentali delle classi lavoratrici in un contesto caratterizzato da profonde disuguaglianze sociali ed economiche. L'esperienza storica più significativa è rappresentata dalla "Rochdale Equitable Pioneers Society", fondata nel 1844 da un gruppo di 28 tessitori a Rochdale, nel nord dell'Inghilterra. I cosiddetti "pionieri di Rochdale" definirono i principi cardine della cooperazione – adesione volontaria e aperta, controllo democratico, partecipazione economica, autonomia, cooperazione tra cooperative e impegno verso la comunità – che ancora oggi costituiscono

la base del movimento cooperativo internazionale (Hoyt & Menzani, 2012; Birchall, 1997). Tali principi contribuirono alla diffusione di un modello economico alternativo, fondato sulla solidarietà, sull'autogestione e sulla mutualità, che ha ispirato nel tempo diverse forme di cooperazione, tra cui le moderne *food coop*.

Le *food coop*, note anche come cooperative di consumo partecipative, rappresentano una reinterpretazione contemporanea di quei principi, con una forte attenzione alla sostenibilità ambientale, alle filiere corte e al coinvolgimento diretto dei cittadini (Scholz, 2016). Tra le esperienze più emblematiche spicca la "Park Slope Food Coop" di Brooklyn, fondata nel 1973, che oggi conta oltre 17.000 soci attivi. Il suo modello si caratterizza per la duplice natura dei membri, al tempo stesso consumatori e co-gestori, chiamati a contribuire con alcune ore di lavoro volontario mensile alle attività operative e al processo decisionale. Tale impegno permette di ridurre in modo significativo i costi di gestione, rendendo accessibili prodotti di alta qualità selezionati sulla base di criteri di sostenibilità ambientale, giustizia sociale e relazioni dirette con i produttori locali (De Sanso & Sforzi, 2024). A differenza del volontariato tradizionale,

la partecipazione dei soci non si limita alla mobilitazione gratuita di risorse umane, ma costituisce parte integrante del modello di impresa cooperativa, integrando il lavoro diretto con il contributo economico delle quote associative (Sumner & Wever, 2015; Cambra González, 2025). In questo senso, le *food coop* si configurano come organizzazioni ibride, capaci di coniugare efficienza economica e partecipazione sociale, riducendo fino al 70% il fabbisogno di personale retribuito senza rinunciare ai valori di solidarietà e condivisione (De Sanso & Sforzi, 2024).

Il successo della “Park Slope Food Coop” ha favorito la diffusione del modello a livello internazionale. In Europa si registrano esperienze significative come “La Louve” a Parigi, “Bees Coop” a Bruxelles, “Cagette” a Montpellier e “SuperQuinquin” a Lilla, oltre a realtà emergenti in Italia come “Camilla” a Bologna, “Stadera” a Ravenna, o “Mesa Noa” a Cagliari. Pur adattandosi ai diversi contesti socioculturali, queste esperienze condividono alcuni tratti distintivi: *governance* democratica, coinvolgimento diretto dei soci, relazioni di prossimità con i produttori e radicamento territoriale (Cretella & Buenger, 2016; Grasseni, 2013).

La letteratura recente ha sottolineato come le *food coop*

non si configurino soltanto come spazi di distribuzione alimentare, ma come veri e propri laboratori di innovazione sociale. Esse promuovono processi di apprendimento collettivo, rafforzano il capitale sociale e contribuiscono alla costruzione di forme di cittadinanza attiva, offrendo al tempo stesso un’alternativa concreta ai modelli dominanti della Grande Distribuzione Organizzata (Cambra González, 2025). In questo senso, il modello delle *food coop* rappresenta un caso emblematico di innovazione sociale cooperativa, capace di integrare sostenibilità economica, consumo responsabile e partecipazione civica.

3. Metodologia di analisi

Per trattare l’asse analitico relativo al *radicamento territoriale* e alla *costruzione della rete multi-attore*, è stato adottato un approccio qualitativo di tipo processuale e relazionale, finalizzato a ricostruire (i) le condizioni di contesto che hanno reso possibile l’emergere della *food coop* e (ii) i meccanismi attraverso cui si è strutturata, nel tempo, una coalizione di soggetti promotori e *partner*. Operativamente, il radicamento territoriale è stato osservato attraverso la ricostruzione cronologica degli eventi chiave, integrando osservazioni sul

campo e materiali documentali. La dimensione di rete è stata analizzata mediante una mappatura degli attori e dei rispettivi ruoli nelle fasi di pianificazione e implementazione, con attenzione alle forme di coordinamento, alle risorse mobilitate e alle motivazioni dichiarate. L'interpretazione dei dati è stata condotta attraverso una codifica tematica, orientata a identificare pattern ricorrenti di *territorial embedding* e di *network-building*, rafforzata mediante triangolazione tra fonti osservative e documentali.

L'asse analitico relativo all'*ibridazione economico-sociale* è stato affrontato mediante un'analisi qualitativa volta a esaminare come le dimensioni economiche, sociali e partecipative vengano integrate all'interno del modello imprenditoriale e organizzativo della *food coop* "Birà". L'attenzione si è concentrata sulla forma giuridica, sul modello di *business* e sui processi organizzativi che disciplinano il coinvolgimento attivo dei soci. L'ibridazione è stata interpretata come esito di un processo negoziato, in cui sostenibilità finanziaria, obiettivi sociali e partecipazione vengono continuamente bilanciati, utilizzando il *Business Model Canvas* sia come strumento operativo sia come dispositivo analitico.

L'asse analitico relativo alla *governance* partecipativa, infine, è

stato analizzato come dispositivo istituzionale e processuale, osservando l'interazione tra regole formali (organizzazione in cerchi, ruoli, principio dell'assenso) e pratiche effettive di funzionamento. L'unità di analisi è costituita dai processi decisionali interni alla cooperativa, con particolare attenzione ai cerchi operativi e al loro coordinamento all'interno del cerchio generale. L'analisi processuale e tematica ha permesso di individuare i meccanismi di partecipazione, corresponsabilità e gestione del dissenso, nonché il modo in cui tali meccanismi orientano le scelte operative, in particolare in relazione al modello di approvvigionamento.

3.1. L'asse analitico: radicamento territoriale e rete multi-attore

Le radici di "Birà" affondano in un terreno fertile, attivo e sensibile alle tematiche della sostenibilità agroalimentare, preparato negli anni dalla comunità del quartiere. Infatti, sebbene l'idea della *food coop* a Perugia inizi a delinearci solo a partire dal 2023, il percorso che ha portato alla sua realizzazione ha origini più lontane. Un ruolo cruciale nell'attività di sensibilizzazione lo ha svolto l'associazione "CAP 06124", attiva nel quartiere di Via Birago dal 2017, con

l'obiettivo di promuovere la coesione sociale e di contribuire all'animazione e alla riqualificazione del quartiere. Attraverso il GAS, avviato nel 2018 e che oggi conta oltre 100 nuclei familiari iscritti, "CAP 06124" ha consolidato un *network* di produttori locali, promosso iniziative di sensibilizzazione per la riduzione degli sprechi alimentari e diffuso consapevolezza sui temi legati alla sostenibilità e alla qualità alimentare. Parallelamente, "Coscienza Verde" ha svolto un ruolo altrettanto importante, lavorando – sin dalla sua nascita, nel 2017 – non solo per rafforzare i processi di partecipazione civica e cittadinanza attiva, ma anche per mettere a terra, in termini di costruzione di valori culturali e politici condivisi, le idee che animano il Progetto. Allo stesso modo, "MenteGlocale" ha assunto un ruolo di primo piano nella vita del quartiere, impegnandosi attivamente nella rigenerazione urbana partecipata e nella promozione culturale: significativa è la nascita della caffetteria-libreria "POP-UP • libri/spunti/spuntini", nel 2020, situata proprio in Via Birago, che nel tempo è diventata uno spazio di riferimento per la comunità locale.

Questa trama di relazioni, esperienze e pratiche condivise testimonia come la comunità di Via Birago abbia sviluppato

nel tempo una spiccata capacità di ascolto e di risposta alle sfide del presente, introducendo strumenti concreti per affrontare temi complessi come la sostenibilità ambientale e la giustizia sociale. È all'interno di questo contesto vivo e dinamico che, nel dicembre 2022, si colloca un momento decisivo per l'avvio di "Birà": la proiezione del documentario "Food Coop", organizzata da "Coscienza Verde" presso il cinema "PostModernissimo", nel centro di Perugia. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione di confronto pubblico e ispirazione collettiva, accendendo l'interesse verso il modello partecipativo della "Park Slope Food Coop" di New York e gettando le basi per un progetto condiviso e radicato nel territorio.

La svolta definitiva arriva alla fine del 2023, quando la chiusura dell'unico supermercato del quartiere lascia un vuoto tangibile nella vita quotidiana della comunità. Questa circostanza viene accolta come un'opportunità per dare concretezza alle esperienze maturate nel tempo e tradurle in un progetto strutturato. Tra gennaio e aprile 2024 si susseguono incontri tra le realtà coinvolte e momenti di confronto pubblico, che contribuiscono a consolidare un terreno comune.

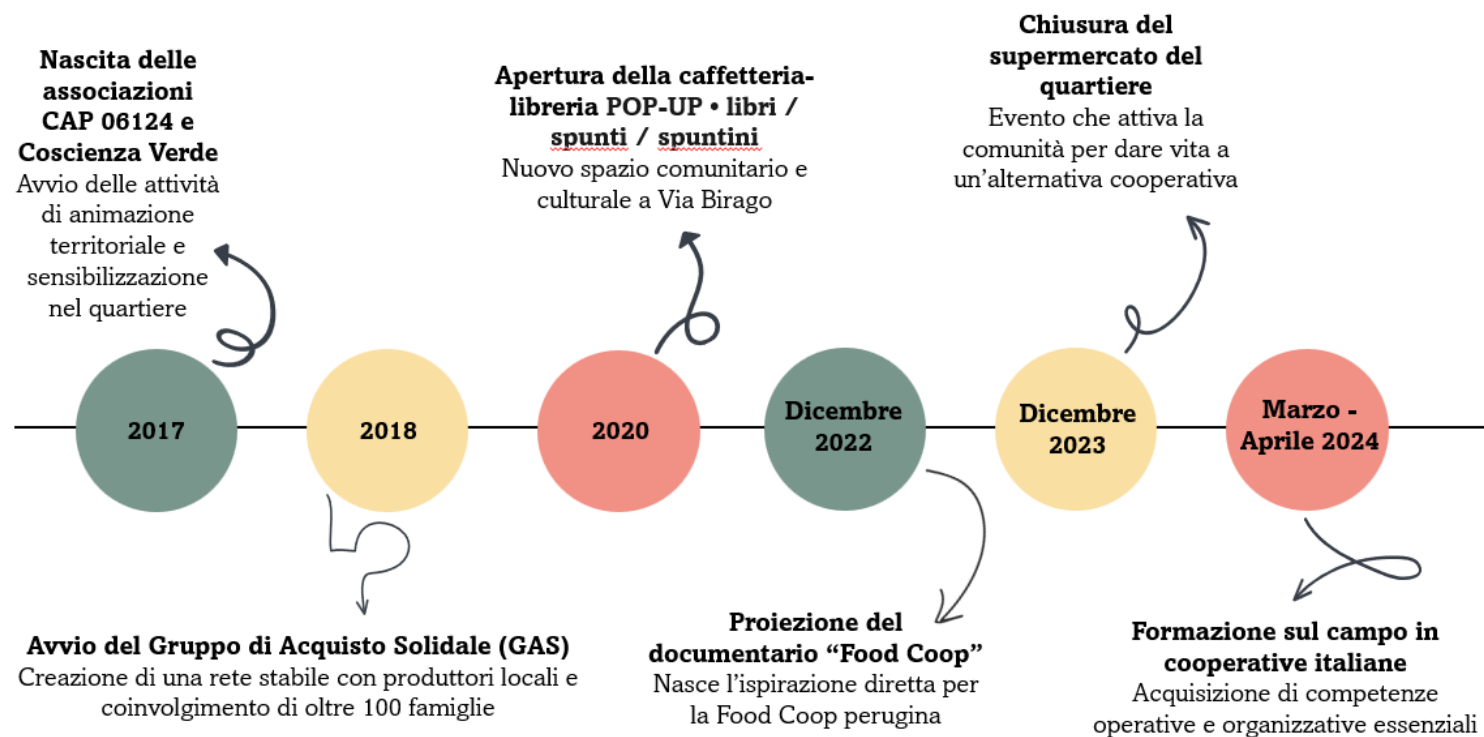


Figura 1 – Food coop "Birà": origini e contesto di riferimento

Da questo percorso partecipato prende forma una visione condivisa: dar vita a una *food coop* nel quartiere, come risposta collettiva e sostenibile ai bisogni del territorio. Il modello della *food coop* in Via Birago si sviluppa a partire da un processo di apprendimento e adattamento, ispirato

a esperienze consolidate, sia a livello internazionale che nazionale. Oltre allo storico modello della "Park Slope Food Coop" di New York e all'analisi di alcune significative esperienze europee tra quelle sopracitate, "Birà" beneficia anche di un importante percorso di formazione e apprendimento

sul campo, con visite a esperienze italiane ispirate allo stesso modello: ad esempio “Stadera” a Ravenna e realtà affini a Bologna, come “Camilla” e “Arvaia”. Durante queste formazioni, avvenute tra marzo e aprile 2024, sono stati approfonditi numerosi aspetti fondamentali per la gestione di una cooperativa alimentare. In particolare, l’attenzione si è concentrata sui meccanismi operativi, gli aspetti normativi e formali, la gestione economico-finanziaria e la struttura organizzativa. Le cooperative visitate hanno offerto la loro esperienza pratica e organizzativa, fornendo modelli concreti che hanno consentito al gruppo di Perugia di analizzarne il funzionamento e adattarlo alle specificità del territorio locale. Questo processo ha richiesto un’attenta attività di analisi, finalizzata a rispondere in modo efficace alle esigenze e alle caratteristiche della comunità perugina di Via Birago.

Nel frattempo, ad aprile 2024, la rete promotrice ha avviato una collaborazione con il Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali (DSA3) dell’Università di Perugia, per la sperimentazione di iniziative per lo sviluppo di modelli di filiere agroalimentari alternative. A maggio 2025, un ulteriore passo fondamentale è stato la stipula di una convenzione con CIA Umbria (Confederazione Italiana Agricoltori), per

garantire l’approvvigionamento diretto da aziende agricole locali, rafforzando il legame tra produzione e consumo.

Nei mesi successivi, i promotori hanno avviato un dialogo con la Curia diocesana di Perugia, proprietaria degli spazi individuati per ospitare il futuro supermercato cooperativo. Gli incontri si sono svolti in una fase ancora preliminare del progetto, in alcuni casi precedendo le prime presentazioni pubbliche. Questo confronto ha portato alla definizione di un’intesa per la concessione in affitto – a condizioni calmierate – dei locali situati in Via Birago – già sede dell’esercizio commerciale ora dismesso – che saranno riqualificati per accogliere la nuova realtà cooperativa. Il sostegno offerto dalla curia si fonda sul riconoscimento del valore sociale dell’iniziativa, considerata coerente con i principi di promozione del bene comune e rafforzamento del tessuto comunitario. La collaborazione con l’ente ecclesiastico rappresenta dunque un elemento chiave per la concretizzazione del progetto, in un’ottica di alleanza tra soggetti diversi, uniti dalla volontà di rispondere ai bisogni reali del territorio e di restituire nuova vita a uno spazio significativo del quartiere.

La realizzazione della *food coop* “Birà” è stata, quindi, resa possibile dall’impegno congiunto di una pluralità di soggetti

che hanno contribuito in modi diversi, ma complementari, alla costruzione del progetto. Le associazioni “Coscienza Verde”, “CAP06124” e “MenteGlocale” hanno avuto un ruolo propulsivo sia nella fase di pianificazione che in quella di implementazione, promuovendo l’iniziativa, curando il percorso di *community engagement* e coordinando la costituzione della cooperativa, oltre a gestire aspetti operativi come la comunicazione, l’amministrazione e l’approvvigionamento. Contestualmente, il Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali dell’Università di Perugia ha messo a disposizione le proprie competenze scientifiche e tecniche, contribuendo alla definizione giuridica e operativa della cooperativa e inquadrando l’esperienza nell’ambito delle attività di terza missione e trasferimento di conoscenze; mentre CIA Umbria ha sostenuto il progetto con un apporto logistico e tecnico, in particolare nella definizione del piano di approvvigionamento da produttori locali, rispondendo così alla propria missione di valorizzazione del lavoro agricolo e di promozione della filiera corta.

Un ruolo peculiare è stato svolto dalla Curia diocesana di Perugia, che ha garantito condizioni sostenibili per l’uso degli

spazi del futuro supermercato, accompagnando il progetto con un sostegno continuativo e un orientamento ispirato ai principi di solidarietà, inclusione e responsabilità nell’uso delle risorse. Infine, la comunità locale, pur non essendo coinvolta direttamente nelle prime fasi di pianificazione, è stata progressivamente mobilitata attraverso il percorso di *community engagement*, partecipando attivamente alla costituzione della cooperativa e contribuendo alle attività operative. La motivazione principale che ha guidato i cittadini è stata la necessità di rispondere a un bisogno concreto – la creazione di un punto di approvvigionamento alimentare alternativo – e al tempo stesso ricostruire legami di fiducia e reciprocità sul territorio. Nel complesso, le motivazioni che hanno animato le realtà coinvolte e i principi ispiratori del Progetto sono complementari: dall’impegno per la giustizia sociale e la sostenibilità ambientale, alla valorizzazione dell’agricoltura locale, alla promozione di modelli di innovazione sociale ed economica. L’interazione tra tali contributi ha reso possibile la costruzione di un progetto condiviso e radicato nella comunità, che trova nella partecipazione attiva e nella coesione territoriale i suoi elementi distintivi (Fig. 2).

	Coscienza Verde, CAP06124, MenteGlocale	DSA3 – Università degli Studi di Perugia	CIA Umbria	Curia diocesana di Perugia	Comunità locale
Ruolo durante pianificazione	Promozione del progetto e strutturazione del percorso di <i>community engagement</i>	Promozione del progetto e strutturazione del percorso di <i>community engagement</i>	Promozione del progetto	Sostegno al progetto e disponibilità a garantire condizioni sostenibili per l'uso degli spazi del futuro supermercato	Nessun ruolo diretto nella pianificazione
Ruolo durante implementazioni	Coordinamento del <i>community engagement</i> , costruzione della comunità, definizione della forma giuridica e gestione di attività operative (comunicazione, amministrazione, approvvigionamento, ecc.)	Collaborazione al <i>community engagement</i> e supporto tecnico alla definizione giuridica e operativa della cooperativa	Supporto logistico e tecnico nella definizione del piano di approvvigionamento da produttori locali	Sostegno continuativo e collaborazione nella definizione di un modello economicamente sostenibile per gli spazi messi a disposizione	Partecipazione al percorso di <i>community engagement</i> , coinvolgimento nella costituzione della cooperativa e supporto operativo
Ragioni per cui si sono uniti	Promuovere modelli alternativi di economia solidale, rafforzare il tessuto comunitario e attivare pratiche partecipative	Impegno nella terza missione e nel trasferimento di conoscenze	Favorire opportunità di mercato per le aziende associate e sostenere modelli di distribuzione a filiera corta	Rafforzare il senso di comunità, oltre al generale allineamento con finalità sociali	Rispondere al bisogno concreto di un punto alimentare e alla necessità di rafforzare/ricostruire legami di comunità
Principi ispiratori	Giustizia sociale, sostenibilità ambientale, partecipazione, mutualismo e coesione territoriale	Promozione dell'innovazione sociale, ambientale ed economica attraverso ricerca e applicazione	Valorizzazione del lavoro agricolo, sostenibilità, dignità dei produttori e promozione dell'agricoltura locale	Solidarietà, ascolto, inclusione sociale, uso responsabile delle risorse e sostegno ai più fragili	Rinnovato clima di reciprocità e collaborazione, apertura verso iniziative comunitarie e inclusive

Figura 2 - Quadro sinottico dei soggetti coinvolti nella *food coop* Birà

A partire da settembre 2024, il progetto della *food coop* è entrato in una fase decisiva, caratterizzata da una forte accelerazione operativa e dalla messa a terra di quanto costruito nei mesi precedenti.

La presentazione pubblica del Progetto, accompagnata dalla proiezione del documentario è stata un'occasione per coinvolgere la cittadinanza e rafforzare la dimensione

collettiva dell'iniziativa. Da quel momento si sono intensificati gli incontri organizzativi e partecipativi: a fine settembre è stato convocato un incontro pubblico operativo, seguito da altri cinque appuntamenti (sia in presenza che online) rivolti al gruppo dei potenziali futuri soci fondatori, con l'obiettivo di affinare le modalità organizzative e avviare il lavoro di definizione della cooperativa.

Il 3 gennaio 2025, il percorso ha raggiunto un traguardo simbolico e formale con la costituzione ufficiale della cooperativa sociale “Coop 06124”, fondata da 26 soci. Pochi giorni dopo, la cooperativa si è aggiudicata un’asta per l’acquisizione delle attrezzature tecniche fondamentali per l’allestimento del punto vendita. Il 24 gennaio è stato firmato il contratto d’affitto dello spazio commerciale, segnando l’inizio delle operazioni logistiche e organizzative. Tra febbraio e marzo sono stati definiti il piano approvvigionamenti, le modalità di accesso per soci e finanziatori e ha avuto avvio la campagna di *crowdfunding*. Tutto converge verso l’obiettivo atteso: l’apertura ufficiale della *food coop* “Birà” dell’11 giugno 2025, come risposta concreta e partecipata ai bisogni della comunità.

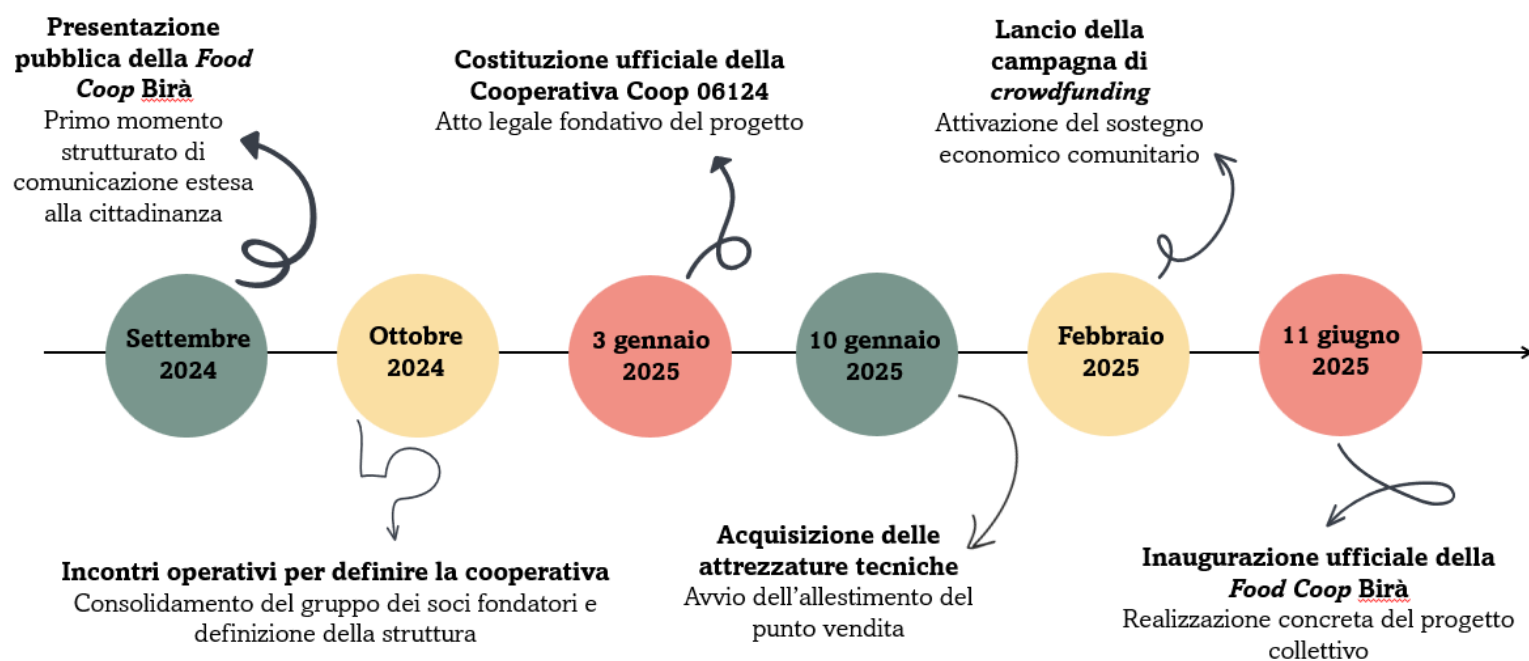


Figura 3 – Food Loop Birà: avvio e realizzazione

3.2. *Il asse analitico: ibridazione economico-sociale*

Dal punto di vista analitico, questa sezione approfondisce in particolare la dimensione di ibridazione economico-sociale dell'esperienza "Birà", mostrando come il progetto integri finalità sociali, sostenibilità economica e partecipazione attiva dei soci.

Al centro del progetto vi è un'impresa cooperativa che valorizza il coinvolgimento attivo dei soci, coniugando funzione economica e finalità sociali. La *food coop* "Birà" rappresenta un esempio concreto di economia partecipata, in cui i soci contribuiscono direttamente alla gestione, assumendosi responsabilità operative e decisionali. La struttura organizzativa si fonda su principi di mutualismo, sostenibilità e democrazia interna, promuovendo un modello orizzontale e inclusivo.

Attraverso l'analisi del suo assetto imprenditoriale e delle scelte organizzative adottate, emergono le caratteristiche innovative che rendono "Birà" un'esperienza originale nel panorama cooperativo. Le modalità di distribuzione del lavoro, la definizione delle regole interne, la cura delle relazioni e la centralità dei processi partecipativi delineano

un approccio alternativo alla gestione d'impresa. Un modello che non solo garantisce sostenibilità economica, ma rafforza i legami sociali e promuove una visione trasformativa del consumo e della distribuzione di cibo.

A livello normativo, non esiste nessuna forma d'impresa che racchiuda per intero tutte le caratteristiche che costituiscono una *food coop* (De Sanso & Sforzi, 2024): ovvero quelle di un'impresa commerciale in forma cooperativa in cui i soci consumatori prestano volontariamente il proprio tempo per la gestione autonoma del punto vendita. Il Progetto ha optato per una struttura giuridica di tipo cooperativo, basata su principi di democraticità e partecipazione. In particolare, "Birà" si configura come una cooperativa sociale di tipo misto, combinando due obiettivi fondamentali: da un lato, favorire l'inserimento lavorativo di persone fragili, a rischio marginalità o con disabilità, offrendo percorsi di formazione e crescita professionale per aumentare l'autonomia lavorativa; dall'altro, l'ambizione per il futuro è di evolversi, affiancando all'impegno sociale un'attenzione sempre maggiore per il settore culturale. Le cooperative sociali di questo tipo operano secondo una logica di mutualità prevalente e cooperazione, per cui il loro scopo principale non è il profitto,

ma il benessere dei soci e della collettività.

La cooperativa, quindi, si configura come cooperativa sociale a scopo plurimo in cui l'attività di gestione dei servizi socioassistenziali ed educativi è connessa con quella di avviamento al lavoro di soggetti svantaggiati. La cooperativa può svolgere la propria attività anche con terzi non soci. Con specifico riguardo ai soci utenti, essi intendono perseguire, senza fine di lucro, l'interesse generale della comunità. I volontari possono prestare il loro lavoro all'interno della *food coop*, ma non devono essere più della metà dei soci ordinari.

Per strutturare in modo organico e condiviso il modello economico e organizzativo della *food coop* "Birà" è stato adottato il *Business Model Canvas* (BMC), uno strumento visuale ampiamente utilizzato per analizzare, progettare e comunicare modelli di *business*. Ideato da Alexander Osterwalder, questo approccio consente di rappresentare in un'unica pagina i nove elementi fondamentali che descrivono come un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore.

Nel caso di "Birà", il BMC ha rappresentato un passaggio cruciale per trasformare l'idea progettuale in un modello operativo coerente e sostenibile. Il *canvas* è stato utilizzato in

fase partecipativa, coinvolgendo le diverse realtà promotrici per individuare in modo condiviso i segmenti di clientela, le proposte di valore, i canali di distribuzione, le relazioni con i soci, così come le attività chiave, le risorse necessarie, i *partner* strategici, i flussi di entrata e la struttura dei costi. Questo processo ha permesso non solo di chiarire gli obiettivi economici e sociali della cooperativa, ma anche di evidenziare i legami tra dimensione imprenditoriale e impatto socio-comunitario. L'applicazione del BMC si è rivelata particolarmente efficace per valorizzare la complessità del progetto, favorendo una visione integrata che tiene insieme sostenibilità economica, partecipazione attiva e trasformazione sociale.

La Figura 4 sintetizza il modello di funzionamento della *food coop* "Birà", evidenziando l'articolazione delle principali componenti del *business model*. I "*partner* chiave" includono agricoltori e fornitori locali, distributori specializzati, associazioni comunitarie, enti di categoria e istituzioni pubbliche, con il sostegno di realtà come la Curia diocesana di Perugia e il Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali dell'Università di Perugia. Queste collaborazioni consentono alla cooperativa di garantire continuità nelle

forniture, radicamento territoriale e competenze tecnico-scientifiche. Le “attività chiave” riguardano non solo il coordinamento della catena di approvvigionamento, la gestione operativa del punto vendita e la pianificazione finanziaria, ma anche iniziative volte a rafforzare la dimensione sociale del progetto: animazione della comunità, attività di sensibilizzazione, formazione dei soci e dello staff, campagne di comunicazione e *marketing* orientate alla promozione di pratiche di consumo responsabile. Il modello propone una pluralità di “valori”: approvvigionamento etico e sostenibile, ampia disponibilità di prodotti locali, biologici ed equo-solidali, prezzi competitivi e accessibili, servizi incentrati sulla comunità e *governance* partecipativa basata su principi democratici e sociocratici. Questi elementi rafforzano il legame di fiducia con la base sociale e con i clienti. Le “relazioni” con i soci e i clienti vengono coltivate attraverso sistemi di *feedback*, *workshop* educativi, *forum* di discussione e momenti di incontro comunitario, oltre a strumenti digitali come *newsletter* e *social media*. Tali “canali” favoriscono la trasparenza, la condivisione delle scelte e l’attivazione di forme di cittadinanza attiva. I “segmenti di clientela” si concentrano sulla comunità locale e su gruppi

di consumatori caratterizzati da un’elevata attenzione etica e ambientale: famiglie a basso reddito in cerca di soluzioni accessibili, consumatori interessati ai prodotti biologici e alla salute, sostenitori del commercio equo e solidale e giovani professionisti motivati da principi di sostenibilità. Tra le “risorse chiave” si distinguono la reputazione e il radicamento territoriale, le relazioni consolidate con fornitori e comunità, la disponibilità di una forza lavoro qualificata e motivata, programmi di fidelizzazione, strumenti di analisi dei dati e infrastrutture adeguate a garantire efficienza gestionale. Il modello si regge su un equilibrio tra “costi” e “ricavi”: da un lato le spese di lavoro, di approvvigionamento, di manutenzione, di gestione degli spazi, di formazione e di comunicazione; dall’altro, le entrate derivanti dalla vendita dei prodotti, dal *fundraising* e dal *crowdfunding*, dal sostegno pubblico e da eventuali commissioni di servizio. Nel complesso, il *canvas* mostra come “Birà” persegua una duplice finalità: garantire sostenibilità economica e rafforzare al tempo stesso il tessuto sociale e comunitario, ponendosi come alternativa concreta ai modelli distributivi tradizionali.

L’adozione del *Business Model Canvas*, oltre a rappresentare uno strumento operativo, assume in questo contesto anche

una funzione analitica, consentendo di osservare come la dimensione economica sia continuamente negoziata e integrata con gli obiettivi sociali e comunitari della cooperativa.

Da un punto di vista esclusivamente finanziario, l'avvio e la crescita della *Food Coop* sono stati resi possibili da una strategia diversificata. Il gruppo promotore ha saputo reperire risorse economiche fondamentali per il proprio avvio, combinando bandi per l'innovazione sociale, fondi legati al mondo cooperativistico e risorse raccolte direttamente attraverso i soci fondatori. Uno degli strumenti chiave per l'avvio del progetto è stato, inoltre, il *crowdfunding*, che ha permesso non solo di raccogliere fondi, ma anche di rafforzare il legame con la comunità locale.

<p><i>Partner chiave</i></p> <p>Fornitori, agricoltori locali, distributori specializzati, associazioni di comunità, istituzioni finanziarie, agenzie governative, enti di categoria, curia diocesana di Perugia, DSA3 UniPG</p>	<p><i>Attività chiave</i></p> <p>Coordinamento della catena di fornitura compresa la gestione del magazzino, gestione delle operazioni di vendita al dettaglio, gestione finanziaria, iniziative di sostenibilità ambientale, animazione della comunità, attività di sensibilizzazione, formazione e sviluppo dello <i>staff</i>, attività di <i>marketing</i> e di promozione, comunicazione esterna</p> <p><i>Risorse chiave</i></p> <p>Reputazione, relazioni con i fornitori e la comunità locale, programmi di fidelizzazione, forza lavoro qualificata e incline alla relazione, riserve finanziarie, strumenti di analisi dei dati, attrezzature</p>	<p><i>Valori proposti</i></p> <p>Approvvigionamento etico, servizi incentrati sulla comunità, prezzi competitivi, premi e vantaggi per i soci, ampia gamma di prodotti alimentari, pratiche sostenibili, forte presenza di prodotti locali e prodotti biologici, prodotti del commercio equo e solidale, soddisfazione dei soci, democrazia partecipativa, <i>governance</i> dinamica sociocratica</p>	<p><i>Relazioni con i clienti</i></p> <p>Vantaggi per i soci, sistemi di <i>feedback</i>, <i>workshop</i> didattici, forum della comunità, offerte speciali, servizio clienti, comunicazione personalizzata, coinvolgimento sui social media</p> <p><i>Canali</i></p> <p>Negozio al dettaglio, piattaforma di social media, <i>newsletter</i> via <i>mail</i>, eventi con la comunità</p>	<p><i>Segmenti di clientela</i></p> <p>Comunità locale, consumatori etici, sostenitori del commercio equo e solidale, individui attenti all'ambiente, acquirenti attenti alla salute, consumatori di prodotti biologici, famiglie a basso reddito, giovani professionisti</p>
<p><i>Costi</i></p> <p>Costi del lavoro, costi di distribuzione e approvvigionamento, costi di manutenzione, costi di affitto, spese legali, spese per la formazione, costi per i servizi ai clienti, spese per pubblicità e attività di <i>marketing</i>, costi di ammortamento</p>		<p><i>Ricavi</i></p> <p>Vendita prodotti, <i>fundraising/crowdfunding</i>, sovvenzioni, commissioni sulle vendite</p>		

Figura 4 – Business Model Canvas della food coop “Birà”

3.3. *III asse analitico: governance partecipativa*

La gestione dell'organizzazione è collettiva e democratica: le decisioni vengono assunte in modo condiviso, affinché strategie e scelte operative rispecchino concretamente i bisogni e i valori della comunità. In questo contesto, il modello di riferimento è quello sociocratico, fondato su due principi fondamentali. Il primo è l'organizzazione in cerchi, per cui i soci partecipano attivamente al funzionamento della cooperativa attraverso gruppi di lavoro autonomi, chiamati appunto "cerchi", nei quali le decisioni vengono prese tramite un processo di ascolto e integrazione delle diverse prospettive. Il secondo è il principio dell'assenso, per cui non si ricerca necessariamente un consenso unanime, ma una soluzione condivisa che non sollevi obiezioni sostanziali (Rau, 2023).

Per garantire un'organizzazione efficace, partecipata e coerente con i principi della sociocrazia, il gruppo fondatore della *food coop* "Birà" ha deciso di strutturarsi in quattro cerchi operativi, composti ciascuno da un minimo di quattro a un massimo di otto persone e compresi all'interno del cosiddetto "cerchio generale". Ogni cerchio è organizzato internamente

attraverso ruoli ben definiti: un leader operativo, un delegato, un segretario, un facilitatore e una persona responsabile della gestione delle informazioni dell'intera organizzazione.

Ciascun cerchio si occupa di un ambito specifico, contribuendo al funzionamento complessivo della cooperativa in modo autonomo ma interconnesso, attraverso il coordinamento e lo scambio continuo con gli altri gruppi e in modo particolare con il "cerchio generale". Questa suddivisione permette di valorizzare le competenze e gli interessi dei soci, promuovendo la corresponsabilità, l'ascolto reciproco e la partecipazione attiva nella gestione quotidiana del progetto. Ecco una versione sintetica e funzionale della descrizione delle attività dei cerchi:

1. Comunità e partecipazione

Gestisce la creazione e il rafforzamento della comunità, accogliendo nuovi soci e coinvolgendoli attivamente. Si occupa della formazione dei volontari, della gestione dei turni e della comunicazione, promuovendo eventi e attività partecipative come degustazioni e laboratori.

2. Comunicazione e *marketing*

Cura l'immagine esterna della cooperativa, sviluppando materiale promozionale, campagne di *crowdfunding*, eventi e attività di *marketing* per rafforzare il legame con la comunità. Gestisce la comunicazione sui social, il sito *web*, e le relazioni con i media e i fornitori.

3. Amministrazione e finanza

Gestisce gli aspetti amministrativi ed economici, incluse le pratiche burocratiche, la gestione delle risorse finanziarie, i pagamenti e la collaborazione con consulenti. Si occupa anche della gestione del personale dipendente e della redazione del bilancio.

4. Approvvigionamento e gestione

Si occupa degli approvvigionamenti, della gestione delle merci in negozio, dell'ottimizzazione dei costi e delle scorte, e dei rapporti con i fornitori. Cura l'allestimento del negozio, le operazioni di manutenzione e promuove

offerte e sconti per stimolare le vendite.

Di seguito è riportata una rappresentazione grafica dell'organizzazione in cerchi, che illustra il modello di *governance* dinamica sociocratica adottato dalla *food coop* "Birà".



Figura 5 – Rappresentazione grafica del modello di *governance* dinamica sociocratica adottato dalla *food coop* "Birà"

La *governance* sociocratica rappresenta uno degli elementi più innovativi dell'esperienza "Birà", configurandosi come un dispositivo organizzativo capace di rafforzare la

partecipazione, la corresponsabilità e il senso di appartenenza dei soci, ma che al contempo richiede un elevato investimento di tempo, competenze e continuità di impegno.

Questo assetto di *governance* non incide esclusivamente sulle modalità decisionali e sull'organizzazione interna della cooperativa, ma orienta in modo diretto anche le scelte operative, trasformando i principi di partecipazione e assenso in criteri concreti di azione. In questo senso, il modello di approvvigionamento della *food coop* "Birà" emerge come una proposta innovativa e sostenibile, sviluppata come esito diretto del metodo sociocratico di *governance* partecipativa. Attraverso il coinvolgimento attivo dei soci nei processi decisionali, tale approccio consente di conciliare le esigenze della comunità locale con la volontà di garantire l'accesso a prodotti di alta qualità, etici e rispettosi dell'ambiente. Il principio fondamentale che guida la proposta di approvvigionamento è quello di trovare un equilibrio dinamico tra i bisogni del quartiere e l'offerta di beni che rispondano a criteri sociali, economici e ambientali condivisi. Il modello di approvvigionamento si articola in tre linee principali. In primo luogo, si privilegiano i prodotti biologici

locali ed equosolidali, scegliendo fornitori che rispettano i principi della filiera corta e del commercio equo. Questa scelta garantisce freschezza, sostenibilità e un impatto positivo sul territorio, in quanto favorisce l'economia locale e riduce le distanze nel processo di distribuzione. In secondo luogo, dove i produttori locali non riescono a garantire accessibilità economica, volumi e continuità di approvvigionamento, "Birà" fa riferimento a un sistema di distribuzione di prodotti biologici. Oltre a ciò, vengono selezionate eccellenze alimentari nazionali, sia biologiche che convenzionali, che arricchiscono l'offerta della cooperativa con prodotti di alta qualità provenienti da tutta Italia. Infine, per garantire l'accessibilità economica delle famiglie del quartiere, la cooperativa offre un paniere base di prodotti convenzionali, che rispondono alle necessità quotidiane a prezzi contenuti. La selezione dei fornitori si basa su criteri ben definiti, tra cui la qualità dei prodotti, l'accessibilità dei prezzi, e una preferenza per i fornitori locali che operano in maniera sostenibile e rispettosa dei diritti dei lavoratori. È importante sottolineare che i fornitori locali devono condividere i valori della cooperativa, impegnandosi attivamente nel progetto e nel processo partecipativo che caratterizza il modello di

governance sociocratica.

L'obiettivo di questo modello di approvvigionamento è rendere disponibili prodotti sani, sostenibili e accessibili, creando al contempo un forte legame con la comunità locale. Il percorso evolutivo intrapreso dalla *fooc Coop "Birà"* non si limita alla distribuzione di beni, ma promuove un approccio educativo che incoraggia scelte consapevoli e responsabili, rafforzando il tessuto sociale e l'inclusione. In questo modo, la Cooperativa si propone come un esempio concreto di innovazione sociale ed economica, rispondendo in modo etico alle sfide del territorio e promuovendo la solidarietà e la sostenibilità a livello locale.

Di seguito viene presentato uno schema riassuntivo che sintetizza i principali elementi del modello di approvvigionamento adottato da "Birà", evidenziando i criteri di selezione dei fornitori, le linee principali di approvvigionamento e gli obiettivi strategici.

Principio generale e ispiratore	
Obiettivo	Approccio di quartiere con percorso evolutivo ed educativo
Equilibrio	Tra i bisogni del quartiere e l'offerta di prodotti etici e di qualità
Canali di fornitura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prodotti biologici (certificati/autocertificati) da produttori locali e commercio equo 2. Prodotti di alta qualità (eccellenze locali/nazionali, biologici e non) 3. Prodotti convenzionali per paniere base, con prezzi accessibili e prodotti civetta
Criterio di Preferenza	A parità di prezzo si scelgono prodotti biologici e locali
Intenti Chiave Integrati	<p>Valorizzazione del locale: dare priorità ai prodotti locali dove possibile</p> <p>Sostenibilità: preferenza per agricoltura biologica, sociale e sostenibile</p> <p>Accessibilità: doppia fascia di prezzo per prodotti secchi/non deperibili</p>
Criteri di selezione dei fornitori	
Criterio	Descrizione
Qualità e Prezzo	Offrire qualità a prezzo accessibile alla maggior parte delle persone
Località	Preferenza per fornitori locali
Biologico	Certificazione biologica o agricoltura sostenibile
Logistica	Facilità nella consegna da parte dei produttori
Partecipazione	Interesse attivo dei produttori nel progetto e condivisione dei valori
Ambiente	Produzione sostenibile e rispetto dell'ambiente
Lavoro	Rispetto dei diritti dei lavoratori

Figura 6 – Schema del modello di approvvigionamento adottato da "Birà"

Il modello di approvvigionamento si colloca all'incrocio tra sostenibilità ambientale, accessibilità economica e giustizia sociale, rendendo esplicite le tensioni tipiche delle *grassroots innovations* tra valori trasformativi e vincoli operativi.

4. Considerazioni conclusive

Lo studio evidenzia come la *food coop* "Birà" possa essere considerato un esempio concreto di innovazione sociale applicata al settore agroalimentare locale. La Cooperativa non si configura come un tradizionale punto vendita, ma come un vero e proprio strumento di cambiamento sociale, capace di influenzare positivamente il quartiere e la comunità circostante. Questo approccio non convenzionale rappresenta un'opportunità per sviluppare un sistema alimentare alternativo, capace di superare le dinamiche della grande distribuzione e le logiche di mercato tradizionali, generando valore sociale, culturale ed economico.

La rilettura del caso studio lungo le tre dimensioni analitiche proposte consente di evidenziare alcuni contributi rilevanti alla letteratura sulle *grassroots innovations*. In primo luogo, il forte radicamento territoriale e la costruzione di una rete multi-attore confermano il ruolo centrale delle alleanze

locali nella fase di avvio delle innovazioni *dal basso*. La cooperativa valorizza la creazione di sinergie con altre realtà locali e costruisce uno spazio trasformativo che stimola la consapevolezza collettiva su temi cruciali come sostenibilità, alimentazione responsabile e consumo critico. Il modello di filiera basato su fornitori locali e filiera corta favorisce la diffusione di prodotti biologici, equosolidali e sostenibili, integrando al tempo stesso beni di prima necessità a prezzi accessibili e rappresentando così una risposta concreta alle sfide poste dalla GDO.

In secondo luogo, l'ibridazione economico-sociale osservata nel caso "Birà" mostra come la combinazione tra cooperativa sociale e modello di supermercato collaborativo possa rappresentare una risposta efficace ma fragile alle tensioni tra sostenibilità economica e accessibilità. La cooperativa dimostra che è possibile conciliare obiettivi economici con valori di solidarietà, mutualismo e sostenibilità, ma il mantenimento di questo equilibrio richiede un impegno costante e diretto da parte dei soci, che assumono ruoli di co-produttori e co-decisor. Questa partecipazione attiva rafforza la comunità e alimenta la fiducia reciproca, ma costituisce anche una delle principali criticità per la durata e

la stabilità di tali iniziative (De Sanso & Sforzi, 2024). Infine, la *governance* sociocratica adottata da “Birà” rafforza la partecipazione e il senso di appartenenza, ma rende evidente “il paradosso della diffusione”: le stesse caratteristiche che rendono il modello trasformativo ne limitano la scalabilità e la replicabilità. Infatti, sebbene queste innovazioni siano efficaci perché radicate in valori e relazioni locali, solidarietà, fiducia, prossimità, queste stesse qualità ne ostacolano la diffusione e la replicabilità in altri contesti. Se restano vincolate al contesto originario, faticano a propagarsi; se cercano di scalare o istituzionalizzarsi, rischiano di perdere i valori fondanti che le rendono trasformative, incorrendo in quello che la letteratura definisce “paradox of diffusion” (Kump & Fikar, 2021).

Esperienze come “Birà” hanno un potenziale cruciale per la transizione verso sistemi alimentari più giusti e sostenibili, ma rimangono aperti nodi significativi: come garantire nel tempo continuità di partecipazione e sostenibilità economica; come superare i limiti di scala senza snaturare i valori fondanti; come diffondere modelli simili in altri territori mantenendo intatta la loro capacità trasformativa. Sono queste le domande decisive su cui sarà necessario lavorare affinché le *grassroots*

innovations possano incidere realmente sulle traiettorie di cambiamento sociale e ambientale.

Bibliografia

Albouy, J., Lapeyre, A., Malas, Z., & Maumon, N. (2020). Food coop as the height of the “consumer governmentality continuum”: discussion and avenues for research. *Proceedings of the European Marketing Academy*, 49th, (64760).

Belda-Miquel, S. (2022). Expanding well-being by participating in grassroots innovations: Using the capability approach to explore the interest of alternative food networks for community social services. *The British Journal of Social Work*, 52(6), 3618–3638.

Birchall, J. (1997). *The International Co-operative Movement*. Manchester University Press.

Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42–51.

Cambra González, A. (2025). Can co-op supermarkets lead the way to sustainability? Potentials and challenges in the shift from food difference to food democracy in Spain. *International Journal of Cultural Studies*, 28(3), 702–722.

Cretella, A., & Buenger, M. S. (2016). Food as creative city politics in the city of Rotterdam. *Cities*, 51, 1–10.

Davies, A. R., Edwards, F., Marovelli, B., Morrow, O., Rut, M., & Weymes, M. (2017). Making visible: Interrogating the performance of food sharing across 100 urban areas. *Geoforum*, 86, 136–149. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.09.007>

De Sanso, E., & Sforzi, J. (2024). *Le Food Coop. Istruzioni per l'uso*. Euricse, Trento. <https://euricse.eu/it/publications/le-food-coop-istruzioni-per-luso/>

Di Iacovo, F., Moruzzo, R., Rossignoli, C., & Scarpellini, P. (2014). Transition management and social innovation in rural areas: Lessons from social farming. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 20(3), 327–347. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2014.887761>

El Bilali, H., Callenius, C., Strassner, C., & Probst, L. (2019). Food and nutrition security and sustainability transitions in food systems. *Food and Energy Security*, 8(2), e00154.

Euricse (2022). Le Comunità Intraprendenti in Italia. Euricse Research Reports, n. 23 | 2022. Autori: J. Sforzi, C. Burini, C. De Benedictis, L. Bettani, D. Gaudioso. Trento: Euricse.

Giacchè, G., Paffarini, C., & Torquati, B. (2017). Cultivating changes: Urban agriculture as a tool for socio-spatial transformation. *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society*, 5(1), 8–20.

Gombert, K., Douglas, F., Carlisle, S., & McArdle, K. (2017). A capabilities approach to food choices. *Food Ethics*, 1(2), 143–155.

Grasseni, C. (2013). *Beyond Alternative Food Networks: Italy's Solidarity Purchase Groups*. Bloomsbury.

Hoyt, A., & Menzani, T. (2012). The international cooperative movement: A quiet giant. In *The Cooperative Business Movement, 1950 to the Present: Comparative Perspectives in Business History* (pp. 23–62).

Kump, B., & Fikar, C. (2021). Challenges of maintaining and diffusing grassroots innovations in alternative food networks: A systems thinking approach. *Journal of Cleaner Production*, 317, 128407. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128407>

Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41(6), 955–967.

Moragues-Faus, A., & Morgan, K. (2015). Reframing the foodscape: The emergent world of urban food policy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 47(7), 1558–1573. <https://doi.org/10.1177/0308518X15595754>

Moulaert, F., MacCallum, D., & Hillier, J. (2013). Social innovation: Intuition, precept, concept, theory and practice. In *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research* (pp. 13–24).

Rau, T. J., & Koch-Gonzalez, J. (2023). Molte voci, una canzone. *Condividere l'organizzazione attraverso la sociocrazia* (P. Houben, cur.). Ayros.

Rossi, A., Coscarello, M., & Biolghini, D. (2021). (Re)commoning food and food systems. The contribution of social innovation from solidarity economy. *Agriculture*, 11(6), 548.

Sanz-Cañada, J., Yacamán-Ochoa, C., & Pérez-Campaña, R. (2024). Are agroecological cooperative supermarkets an alternative for scaling sustainable food? *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8, 1395819.

Scholz, T. (2016). *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*. New York, NY: Rosa Luxemburg Foundation.

Seyfang, G., & Longhurst, N. (2013). Desperately seeking niches: Grassroots innovations and niche development in the community currency field. *Global Environmental Change*, 23(5), 881–891.

Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16(4), 584–603. <https://doi.org/10.1080/09644010701419121>

Sumner, J., & Wever, C. (2015). Cultivating alliances: The local organic food co-ops network. *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, 6(2).