

**Social Food Forum**

# Green Paper

# Social Food Forum: Green Paper

Il Social Food Atlas e il Social Food Forum sono lanciati come eredità di #Matera2019 per l'Italia, al fine di moltiplicare le diverse modalità in cui la dimensione sociale del cibo crea il valore di cui il mondo ha bisogno. Nel Green Paper sono discussi:

- 1 | Tipologie di progetti di social food
- 2 | Il valore creato dai progetti di social food
- 3 | Il ruolo dei produttori di Social Food
- 4 | Il perchè del Social Food Forum e del Social Food Atlas
- 5 | Prossimi passi

---

## 1 | Tipologie di progetti di social food

I progetti di social food promuovono le relazioni tra persone; tra persone e luoghi; e tra persone, luoghi e sistemi viventi.

I progetti di social food arricchiscono le relazioni vitali in svariati modi: pasti di comunità, festival del raccolto sociale, spazi di comunità di distribuzione del cibo, progetti legati agli scarti di cibo, riutilizzo di edifici e spazi abbandonati come cucine di comunità o come panifici o birrerie; club della fermentazione; fattorie urbane, orti scolastici “commestibili”.

A scopo illustrativo, e per coadiuvare nella redazione del presente documento, sono stati invitati a Matera i rappresentanti dei seguenti progetti di social food:

*AgriNetural, Matera:* trasforma spazi verdi non utilizzati in giardini produttivi e sociali. AgriNetural collabora con la comunità locale, artisti, architetti ed tecnici del Comune per innovare nuove tipologie di agricoltura in un contesto urbano.

*OpenAgri, Milano:* promuove approcci innovativi all'agricoltura peri-urbana per rivitalizzare una zona periferica della città di Milano e creare nuove opportunità lavorative.

*VaZapp, Italia:* curatori delle Contadinner, una serie di cene per connettere giovani agricoltori e coloro che vogliono avviare un'attività agricola: il format è 20 cene, 20 fattorie e 20 giovani contadini per ogni cena.

*Semi Rural Network:* una cooperativa agricola che lavora con i contadini per preservarne il valore e promuovere la biodiversità agricola in campagna.

*Avanzi Popolo, Bari:* contribuisce alla riduzione dello spreco di cibo attraverso: la condivisione del cibo tra individui; la formazione scolastica; e recuperando e raccogliendo il cibo inutilizzato da pizzerie, banchetti matrimoniali e conferenze.

*Germinando, Madrid:* formazione, ricerca, sensibilizzazione e supporto tecnico nella progettazione partecipata di sistemi urbani e alimentari.

*Mares Alimentación, Madrid:* un hub alimentare che promuove progetti di economia sociale nel settore alimentare- supermercati cooperativi, cucine di comunità o centri logistici auto-gestiti.

*Simra, Scozia:* Rete europea di progetti di innovazione sociale nelle aree rurali marginalizzate, con un focus sulla regione Mediterranea.

*Sustainable Food Lab, Svezia:* diversi gruppi di interessati - aziende,

funzionari pubblici, ricercatori - esplorano percorsi verso la sostenibilità attraverso workshop, eventi e interazioni sul tema del cibo e dei rifiuti alimentari.

*Urbaniahoeve, Amsterdam*: un laboratorio per la creazione di sistemi alimentari ed ecologici negli spazi pubblici. Tra i suoi progetti è inclusa una foresta alimentare urbana di 45 ettari.

*Doors of Perception xskool*: laboratori itineranti che combinano agricoltura sociale, sviluppo locale e apprendimento attivo.

*Holis, Polonia-Ungheria*: scuole estive che esplorano problematiche attuali in contesti rurali: il loro metodo educativo interdisciplinare promuove l'innovazione sociale attraverso la creatività collaborativa.

*Atelier Luma, Arles, Francia*: cittadini di diverse culture sviluppano una serie di idee attorno ai temi di scarti alimentari, cicli alimentari, coltivazione locale, accessibilità al cibo, e cucine condivise.

*High Nature Farming Link*: rete europea che sviluppa e condivide innovazione collaborativa a supporto di sistemi agricoli in aree dall'eccezionale valore naturalistico.

---

## 2 | Il valore creato dai progetti di social food

Il nostro punto di partenza è che cibo e agricoltura non riguardino solo consumo e produzione. Riguardano anche le relazioni e la cura: cura tra le persone, cura per la terra e cura per i sistemi viventi.

Queste relazioni sociali ed ecologiche, sebbene danneggiate dalla modernità, sono oggi ri-definite da ciò che chiamiamo progetti di social food. Tali progetti parlano di cura, non di semplice consumo. Parlano

di ospitalità e connessione - tra le persone e con i luoghi. Sono un mezzo di solidarietà tra diverse culture.

## Politiche pubbliche

Nel linguaggio delle politiche pubbliche, i progetti di social food creano beni pubblici nella forma di *coesione sociale, welfare attivo, salute pubblica, adattamento ai cambiamenti climatici, sviluppo territoriale, sovranità alimentare, modelli economici alternativi, apprendimento, innovazione e biodiversità*.

I progetti di social food aiutano i governi a raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile e gli obiettivi di adattamento climatico.

I progetti di social food permettono ai cittadini di partecipare in attività a livello locale, migliorando la loro *salute e benessere*.

I progetti di social food animano molti progetti di "villaggi smart" (le relazioni all'interno di reti sociali sono favorite dalle telecomunicazioni digitali), i progetti di social food aumentano la partecipazione dei cittadini al risanamento ambientale in modo da favorire la salute dell'ecosistema e la biodiversità ecologica.

I progetti di social food contribuiscono alla rivalorizzazione del patrimonio culturale; fanno rivivere anche il tessuto sociale e la sostenibilità economica dei paesaggi europei.

I progetti di cibo sociale sono un mezzo di connessione tra attori la cui lingua e cultura possono essere un ostacolo al dialogo e alla collaborazione: gli agricoltori; i ricercatori; le autorità pubbliche; i policy maker, gli studenti e ricercatori; la società civile.

## Comunità

I progetti di social food sono un mezzo di discussione pubblica in cui diversi gruppi di cittadini possono esplorare futuri alternativi per la propria comunità.

I progetti di social food sono un mezzo di ospitalità, apprendimento e rispetto reciproco tra i cittadini locali di diverse culture.

I giardini scolastici e le mense delle organizzazioni del settore pubblico sono luoghi di apprendimento sociale che possono amplificare e accelerare l' economia locale.

Lo scambio di idee tra progetti di social food promuove la capacità innovativa di una comunità.

## **Agricoltori e produttori di cibo**

I progetti di social food riducono l'isolamento sociale vissuto da molti agricoltori; ciò apporta miglioramento nelle loro vite e, di conseguenza, aumenta la resilienza dei sistemi alimentari di una regione.

La partecipazione diretta dei cittadini alle attività agricole può diversificare il reddito degli agricoltori. La stessa cosa può essere generata attraverso la progettazione e l'innovazione di nuovi servizi che migliorano le relazioni tra città e campagna, agricoltori e cittadini.

I progetti sui rifiuti alimentari condotti da cittadini e comunità possono ridurre i costi associati alla perdita di risorse e aumentare i redditi agricoli attraverso nuovi prodotti innovativi.

## **Amministrazione locale e regionale**

Connettere il significato culturale di cibo e agricoltura alle storie di persone e luoghi, aggiunge valore al turismo regionale.

I progetti di social food possono catalizzare la ricollocazione di sistemi alimentari e tessili.

Possono inoltre essere essenziali per l'emergenza di nuove economie rurali; essi permettono la creazione di nuove collaborazioni lavorative

tra realtà urbane e rurali.

I progetti di social food possono includere categorie di persone socialmente svantaggiate: rifugiati, anziani, o persone affette da disagio psichico.

## Misurare il valore di progetti di social food

Affinché i progetti di social food possano essere economicamente sostenuti da agenzie governative e altri finanziatori, di solito questi richiedono una combinazione di storie evocative e che il loro valore possa essere quantificato in numeri. Ecco alcuni esempi di come è possibile quantificare tale valore, sia per i progetti che per i finanziatori:

**Growing Health** Uno studio ad opera di Garden Organic e Sustain, in Inghilterra, dimostra efficacemente i benefici di progetti di agricoltura di comunità per la salute mentale e fisica nonché il benessere dei cittadini.

**Kilowatt Social Impact Analysis (Bilancio di Impatto)** La rigenerazione urbana ha bisogno di coesione sociale, costruzione di relazioni e fiducia tra pubblico e privato, terzo settore e società civile. Kilowatt pubblica un Social Report annuale che riflette sui risultati raggiunti, le lezioni apprese, e l'impatto creato.

**True Value: Community Farms and Gardens** La Federation of City Farms and Community Gardens, anche nel Regno Unito, valuta l'impatto e il valore delle fattorie e dei giardini comunitari in termini di opportunità di impegno civico, volontariato, formazione, potenziamento delle capacità e empowerment.

**Food for Life Initiative : Social Return on Investment**

In Scozia, l'iniziativa Food for Life del East Ayrshire Council fornisce pasti salutari agli alunni delle scuole primarie. Attraverso la metodologia SROI ne sono stati calcolati i benefici sociali, ambientali e

sulla salute, e i risultanti valori economici.

#### Local Food Programme: Social Return on Investment

In Gloucester, Inghilterra, sono state trasmesse conoscenze riguardo la coltivazione agricola a scopo alimentare per migliorare la dieta e la salute fisica nel lungo periodo. E' stata mostrata la riduzione dell'isolamento sociale attraverso il volontariato al fine di condurre ad un maggiore senso di appartenenza, migliorando resilienza e autostima.

#### Wellbeing and Resilience Measure (WARM)

In Inghilterra, il metodo WARM "tasta il polso delle comunità locali". WARM combina dati esistenti su fattori locali come occupazione e salute, con nuovi modi di pensare riguardo la resilienza delle comunità.

---

## 3 | Il ruolo dei produttori di Social Food

I progetti di Social Food non si organizzano da soli. Essi esistono grazie al lavoro dei produttori e curatori di Social Food. Queste persone identificano opportunità nelle comunità e esplorano il modo nel quale beni abbandonati - progetti, luoghi o persone - possono essere connessi in eventi e imprese.

I produttori di Social Food sono esperti nella progettazione delle condizioni per una collaborazione di successo; essi consentono a un'ampia varietà di stakeholders di collaborare. Tra le loro abilità più preziose ci sono l'hosting, la capacità di mettere d'accordo gli altri, la facilitazione, l'animazione e il coordinamento.

Molti dei produttori di Social Food lavorano in maniera indipendente. Possono essere geograficamente lontani e scollegati socialmente - anche l'uno dall'altro. Il loro lavoro non viene ben capito dalle autorità pubbliche e dai responsabili politici. Di conseguenza - nonostante i



beni pubblici preziosi che il loro lavoro crea - dal punto di vista economico sono precari.

---

## 04 | Il perchè del Social Food Forum e del Social Food Atlas

I progetti di social food creano un valore di cui il mondo ha bisogno. Il Social Food Forum è lanciato per aiutare i produttori di Social Food a continuare e ad incrementare il loro lavoro, in nuovi luoghi e con nuovi partner, anche dopo Matera 2019.

Durante l'incontro inaugurale del Forum, tenutosi a Grottole (MT) dal 7 al 9 marzo, un gruppo di lavoro composto da 15 produttori di Social Food ha esplorato due modalità principali per raggiungere il suddetto obiettivo:

### *1) Dare visibilità ai progetti di Social Food*

Il Social Food Forum lancia il Social Food Atlas, un atlante online in grado di dare visibilità - e rendere accessibili - un'ampia varietà di progetti di social food che, fino ad oggi, sono stati poco noti, anche tra di loro.

### *2) Favorire ed incrementare le relazioni tra politiche pubbliche, istituti di ricerca, e attori di social food*

Le azioni da prevedere nel perseguimento di tale obiettivo sono: scambio di visite tra luoghi di apprendimento ed esperienze estranee al contesto istituzionale convenzionale; estensione dell'Atlas come archivio di casi-studio; workshops locali per arricchire la narrativa dell'innovazione sociale; l'avvio di corsi di Social Food per emergenti project leader e funzionari pubblici.

---

## 5 | Prossimi passi

I membri del Social Food Forum hanno deciso di focalizzare l'attenzione su tre azioni per i prossimi sei mesi:

1. Aumentare la portata e la qualità del *Social Food Atlas*;
2. Aumentare il numero dei partecipanti al *Social Food Forum*;
3. Prevedere un secondo appuntamento nell'autunno 2019 (sperimentando, nel frattempo, nuovi formati ibridi online e offline).

# Social Food Forum: Green Paper

[www.mammamiaaa.it](http://www.mammamiaaa.it)



*Co-produced by*



*Main partner*



*In collaboration with*

John Thackara

CON IL SOSTEGNO DI



MINISTERO  
PER I BENI E  
LE ATTIVITÀ  
CULTURALI



Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



REGIONE BASILICATA

CON IL PATROCINIO DI



COMUNE DI MATERA

MAIN PARTNER



GOLD PARTNER



*Partner*



*Media Partner*

