



Cibo: vettore di sapere e patrimonio culturale tra tradizione e innovazione

Francesca Giarè

CREA – Centro Politiche e bioeconomia



Di cosa parliamo?



Fattore ambientale

CIBO

FOOD



Paesaggi del cibo



Patrimonio culturale

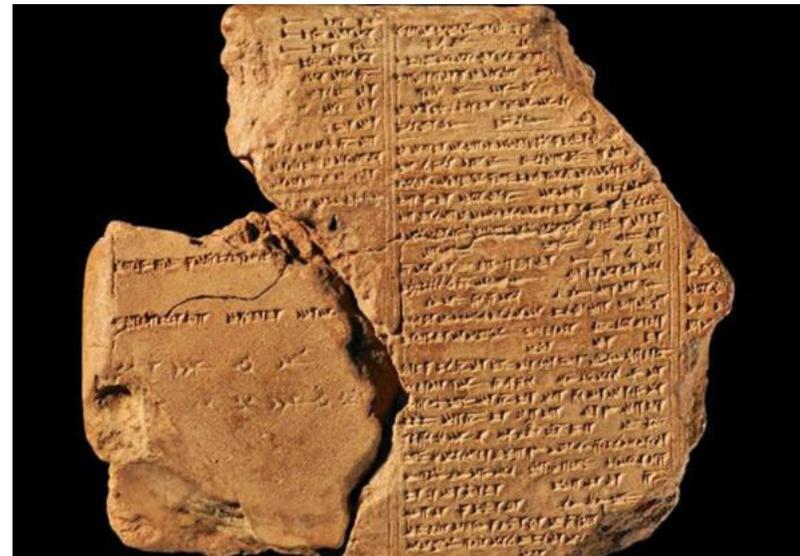


Risorsa territoriale

Fattore ambientale

1/2

- ❑ La presenza di specie vegetali e animali addomesticabili ha consentito lo sviluppo di società complesse. Le varietà disponibili hanno inciso fortemente sulla cultura alimentare locale
- ❑ La conquista del pane da parte dell'uomo selvatico come simbolo dell'ingresso nella civiltà (epopea Babilonese Gilgamesh, 4.000 a.c.)



Fattore ambientale

2/2

- ❑ **Sicurezza alimentare:** assenza di condizioni favorevoli alla produzione, disponibilità e consumo di cibo
- ❑ **Ambiente e cultura:** ampliamento del concetto di *Desert food* (specifiche esigenze alimentari)



Paesaggio - Marche



Parmigiano reggiano Kosher



Parmigiano reggiano Halal

Paesaggi del cibo

1/2

- ❑ Paesaggio modellato dalla produzione agricola, ma anche dal consumo (azienda agricola, ambienti urbani, infrastrutture, ecc.)
- ❑ Azione con **impatti** anche fortemente negativi sul paesaggio, sull'ambiente e sulle economie locali



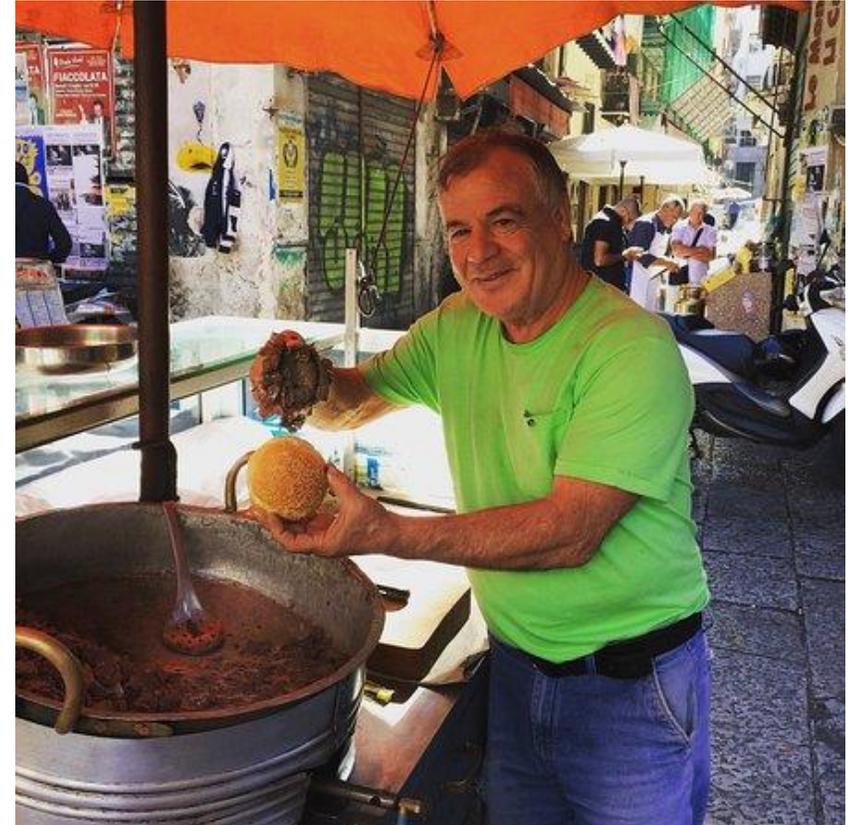
Terrazzamenti – Manarola

Progetto Fondazione Manarola

Paesaggi del cibo

2/2

- ❑ **Paesaggi del consumo di cibo:** luoghi di azione economica, politica, culturale che riguardano la produzione, preparazione, consumo di cibo presso un gruppo sociale che si colloca dentro uno spazio
- ❑ Strumento per la riqualificazione di aree, la rivitalizzazione di economie locali, ecc. Rischio di **mercificazione** di luoghi e culture, di aumento della **pressione umana** solo in alcuni periodi, ecc.



Panino con la milza – Palermo

Patrimonio culturale

1/2

- ❑ La cultura è un fenomeno sociale dinamico, che muta in continuazione in un processo di interazione con fattori ambientali e sociali
- ❑ È costituita dal patrimonio intellettuale e materiale - eterogeneo ma relativamente coerente - consolidato e interiorizzato dalla maggior parte dei membri di una società
- ❑ La globalizzazione ha favorito l'**ibridazione delle culture**, in un continuo processo di reciproca influenza. Oggi tutte le culture sono ibride



Vite alberello Pantelleria

Patrimonio culturale

2/2

- ❑ A livello locale, attraverso **processi di patrimonializzazione**, si possono recuperare o reinventare saperi e conoscenze in una chiave contemporanea per rispondere alle esigenze dei consumatori, delle comunità, dei produttori
- ❑ Si tratta di percorsi complessi, che richiedono il coinvolgimento di attori diversi: recupero dei saperi storici, scelta delle risorse locali da «utilizzare», valutazione dei potenziali a livello mediatico, individuazione degli aspetti legali, adattamento dei processi produttivi tradizionali ai nuovi saperi microbiologici e alle norme igienico-sanitarie, costruzione sociale della tradizione

Conciato di San Vittore



Risorsa territoriale

1/2

- ❑ Il patrimonio culturale – una volta reinventato e attualizzato – può fungere da volano per lo sviluppo di un territorio
- ❑ In base alla tipologia di prodotto (agricolo, trasformato, cucinato), alla disponibilità e concentrazione dell'offerta, all'interesse dei consumatori, alle infrastrutture, alla logistica, ecc. può determinare traiettorie differenti di sviluppo



Strada del riso - Vercelli

Risorsa territoriale

2/2

- ❑ La **dimensione «territoriale»** o **«locale»** assume connotati diversi in base ai processi di patrimonializzazione e alle interconnessioni con altri territori (es. reperimento materie prime, commercializzazione, ecc.)
- ❑ La qualità del prodotto si costruisce anche con attributi di tipo etico, in risposta a problematiche sociali rilevanti e a interessi diversificati dei consumatori



Passata pomodoro Funky tomato – Puglia,
Campania, Calabria



Vite maritata – Cantina Vite matta Aversa



E l'innovazione?

Per chi?

Molteplicità di produttori/destinatari

- ✓ agricolture e imprese agricole
- ✓ filiere e aggregazioni
- ✓ stili e modalità di consumo

Perché?

- ✓ Sicurezza alimentare
- ✓ Sostenibilità ambientale e sociale
- ✓ Redditività
- ✓ Presidio del territorio

Come?

- ❑ Modelli interattivi/relazionali di costruzione della conoscenza e dell'innovazione
- ❑ Innovazione sociale, organizzativa, ecc. e non solo tecnologica
- ❑ Cambio di governance nella gestione dei processi

Caratteristiche
dell'innovazione:

- ❑ Modularità
- ❑ Trasversalità
- ❑ Immaterialità

SPAZIO
MULTIDIMENSIONALE
di INNOVAZIONE

**Ruolo delle politiche
anche a livello locale**

Considerazioni conclusive

- ❑ L'innovazione segue percorsi articolati e differenziati, che dipendono da diversi **fattori**, inclusi quelli **culturali e sociali**, difficilmente spiegabili da modelli lineari di diffusione. **TRAIETTORIE MULTIVERSO**.
- ❑ La giustapposizione degli attori (ruoli definiti, sistemi chiusi, relazioni formali, ecc.), anche quando coinvolti in azioni c.d. partecipative, spesso ostacola l'introduzione l'avvio di processi innovativi e il recupero «condiviso» di tradizioni locali. **IBRIDAZIONE** tra formale ed informale – **GEOGRAFIE VARIABILI**
- ❑ Cultura e innovazione possono essere considerati **OGGETTI MULTIFORMI** e passibili di modifiche/adattamenti legati alla soggettività (dimensione individuale), allo spazio sociale (dimensione aggregata), ai processi comunicazionali cooperativi (dimensione della conoscenza).
- ❑ Le azioni di diffusione delle innovazioni non dovrebbero essere guidate dall'obiettivo della replicabilità (troviamo un prodotto – facciamo una sagra) quanto da quello della **GENERATIVITÀ**, anche nel caso di retro-innovazione e **patrimonializzazione culturale**

RETERURALE
NAZIONALE
20142020

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali

**Grazie per
l'attenzione**

