

Economia sociale: chi guida il processo?

Clean energy won't save us", così esordiva un articolo apparso sul quotidiano The Guardian qualche giorno fa, "only a new economy system can" chiudeva il pezzo, riproponendo un tema per certi versi classico, ma che è da declinare in uno scenario mutato sia in termini di opportunità che di rischi. Le opportunità sono legate alla disponibilità di tecnologie che consentono di produrre energia da fonti rinnovabili. I rischi derivano invece alla mancata o parziale affermazione di modelli di consumo autenticamente "equi e sostenibili".

In parole povere: possiamo riempire i tetti delle nostre case di pannelli solari continuando comunque a consumare come abbiamo sempre fatto, cioè troppo e in modo diseguale. Il ragionamento si potrebbe generalizzare anche ad altre infrastrutture che, in teoria, possono abilitare modelli economici e di sviluppo in grado di affermare un nuovo paradigma, sia perché hanno una chiara connotazione alternativa rispetto al modello dominante, sia perché hanno i numeri per farlo, in termini di diffusione, impatto economico, capacità di influenzare le politiche.

L'articolo e altre prese di posizione similari sono utili perché contribuiscono, tra l'altro, a evidenziare i "nervi scoperti" nell'evoluzione recente dell'economia sociale e solidale. Sì perché è chiaro che da qualche tempo il "sociale" esonda fuori dagli schemi politico-culturali e giuridico organizzativi entro i quali è stato elaborato, diventando un elemento di valore conteso da una pluralità di soggetti: gli enti pubblici per risolvere il deficit (crescente) di partecipazione democratica e soprattutto l'economia capitalista per correggere le esternalità negative (ambientali e sociali) recuperando legittimità presso i propri "portatori di interesse".

Rimangono invece poco chiare le conseguenze che investono il vasto e articolato campo popolato da attori variamente denominati: terzo settore, nonprofit, impresa sociale, ecc. Un dettaglio non da poco considerando la rilevanza di questi ultimi soggetti e soprattutto la ancor più rilevante crescita della domanda di socialità, relazione, coesione che si manifesta nella nostra società: dal nuovo civismo dei beni comuni che alimenta la rigenerazione di immobili e spazi pubblici, alla “nuova distribuzione organizzata” dei gruppi di acquisto. Una sfida importante che si riscontra anche all’interno di importanti riforme normative in fase di implementazione.

La nuova legge quadro sul terzo settore appena approvata (l. n. 106/2016) definisce anche in termini giuridici un comparto ampio e variegato (associazioni, organizzazioni di volontariato, cooperative sociali, fondazioni ecc.) che fino ad oggi era solo un concetto a uso di ricercatori e addetti ai lavori. Ma potremmo aggiungere anche altri dispositivi come la norma sulle “società benefit” inserita nella legge di stabilità 2016 rivolta alle imprese di capitali intenzionate a gestire in modo più stabile e continuativo la loro azione sociale incorporandola nei processi produttivi e non relegandola in iniziative di responsabilità sociale ispirate a una logica filantropica e redistributiva.

Esiste quindi uno spettro, se non ancora reale certamente potenziale, più ampio e variegato di attori impegnati nella produzione e redistribuzione di valore sociale. Per questo può essere utile non tanto delineare lo scenario prossimo venturo, ma piuttosto evidenziare le ambivalenze che caratterizzano una fase ancora molto fluida dove i diversi attori sono chiamati a ridefinire i loro schemi di cooperazione / competizione.

Ora sono la guida di nuove politiche pubbliche e di strumenti finanziari che fanno leva sull’investimento

La prima ambivalenza è generata dalla nuova asset class di

strumenti finanziari di tipo “pay for success”, dove l’investimento delle risorse – sia nell’allocazione che nel ritorno – è guidata da indicatori di impatto sociale che, nelle intenzioni dei promotori, misurano non solo gli scostamenti rispetto a obiettivi progettuali e profili organizzativi predefiniti, ma piuttosto catturano elementi di valore multidimensionale e ad ampio raggio: beneficiari (diretti e indiretti) delle attività, contesti socio economici di riferimento e, non da ultimo, sistemi di regolazione e di policy. Una sperimentazione in tal senso è stata avviata dalla Regione Sardegna che ha istituito un fondo di social impact investing a favore di iniziative di inserimento lavorativo di fasce deboli della popolazione.

Otto milioni di euro riconvertiti da risorsa redistributiva (fondi strutturali europei) a investimento sociale, sostituendo i tradizionali contributi in prestiti, capitale di rischio e obbligazioni legati alla performance sociale misurata guardando alla capacità di reinserimento attivo nel mercato del lavoro. Prove tecniche per l’adozione ad ampio raggio di strumenti che remunerano, in forme e modi diversi, l’impatto sociale capace di generare risparmi nella spesa pubblica.

Una trasformazione rilevante, dopo che per anni queste misure erano considerate valori immateriali non catturabili se non da specialisti del settore innamorati del loro lavoro e desiderosi di comunicarli a chi invece rispetto a questi stessi elementi faceva, letteralmente, “orecchie da mercante”. Ora invece sono la guida di nuove politiche pubbliche e di strumenti finanziari che fanno leva non sulla redistribuzione, ma sull’investimento delle risorse e che interessano, per evidenti ragioni, una parte sempre più consistente della finanza mainstream.

La seconda ambivalenza viene invece da quella che è – o dovrebbe essere – una delle principali industrie del Paese cioè il turismo. Sempre più spesso, infatti l’incontro

domanda-offerta in questo ambito avviene attraverso siti e portali che, come affermano gli esperti, disintermediano le classiche catene di fornitura, mettendo direttamente in contatto utente e fruitore attraverso il medium della “collaborazione” (sharing), anzi spesso ibridando i ruoli per cui al tempo stesso si è produttori e consumatori trasformando casa propria in una struttura turistica.

L’aspetto più interessante di questo processo ormai più che maturo e quasi totalmente monopolizzato da quelli che Morozov chiama “i signori del silicio”, è la tendenza a ricercare e a “mettere a valore aggiunto” le relazioni. Tripadvisor, Booking e altri big player sono sempre più alla caccia di startup di turismo esperienziale come potrebbe essere Destinazione Umana che nel suo “catalogo” turistico non ha solo mete intese come luoghi ricchi di attrattori turistico-culturali, ma anche e soprattutto persone disposte a re-intermediare il bene più ricercato per fare qualità turistica, ovvero le relazioni tra le persone e le comunità di riferimento. Quel “gusto degli altri”, come si intitolava un film di qualche anno fa, che fa apparire uno stesso luogo – magari in apparenza non così attrattivo – sotto occhi completamente diversi.

Terza e ultima ambivalenza ce la racconta, anzi ce la rendiconta, Symbola, una fondazione che lavora ormai da tempo sulle qualità che caratterizzano il nostro famoso “made in Italy”. Nel suo ultimo rapporto emblematicamente intitolato [Coesione è competizione](#) emerge non solo che queste qualità sono plurime, legate cioè a fattori intrinseci di prodotti e servizi, ma legate, ad esempio, anche alle competenze del capitale umano e dei sostrati fiduciari che alimentano iniziative sociali ed economiche (ben conosciute e indagate dalla letteratura scientifica e divulgativa sui distretti industriali).

L’aspetto che emerge in modo più rilevante è che tutto questo complesso di risorse che alimenta la coesione soprattutto su scala locale è all’origine della competitività delle imprese

in termini economici, occupazionali e di posizionamento nei mercati. Insomma le nostre PMI manifatturiere, le “multinazionali tascabili” dello sviluppo locale che ci hanno fatto conoscere ricercatori come Aldo Bonomi, Enzo Rullani funzionano meglio se sono più consapevolmente e intenzionalmente “sociali”. Un dato rilevante perché, aggiungiamo, è riferito non a singole esperienze di imprenditori illuminati, ma a performance registrate su campioni rappresentativi e su settori forti della nostra economia: manifattura di qualità, agroalimentare ecc.

Dunque il nuovo sistema economico che avanza è fatto, fra l'altro, di finanza che impatta socialmente, di tecnologia che disintermedia con le relazioni e di economia che ha il suo “core business” negli asset locali? Se è così le organizzazioni sociali come si posizionano in questo quadro? La tendenza immediata può essere quella di segmentare il campo, di tracciare i confini e da additare il “nemico”: il vero sociale, la vera innovazione, ecc. Ma forse è una strategia di corto respiro perché quel che è mutato, nel profondo, è la struttura della società e delle sue articolazioni organizzative.

Una società dove settori sempre più variegati e rilevanti come i giovani millennials, la parte degli esclusi, le nuove forme di socialità sono, come ricorda un interessante articolo apparso su Stanford Social Innovation Review, sempre più “agnostici” rispetto al sociale incorporato esclusivamente nel nonprofit e sono sempre più attratti da un valore che si manifesta e viene rendicontato come impatto (positivo) effettivamente realizzato per i beneficiari di queste iniziative: singoli individui, famiglie, comunità locali.

È importante guardare ai sistemi che governano la distribuzione delle quote di potere e delle risorse generate

Una prospettiva che richiede una maggiore attenzione alla rendicontazione e alla valutazione, facendo in modo che la

coesione non sia solo un valore declamato, ma anche reificato in misure ed indicatori come peraltro comincia ad avvenire grazie a modelli come il BES (Benessere Equo e Sostenibile) realizzato in Italia non da un gruppo di attivisti ma, anche questo segno dei tempi, dall'istituto italiano di statistica (Istat).

In secondo luogo è parimenti importante guardare non solo all'architettura formale, ma al concreto funzionamento delle organizzazioni e in particolare dei sistemi che governano la distribuzione delle quote di potere e delle risorse generate. Non è, in parole povere, una questione da diritto societario, ma di management di relazioni complesse e ad ampio raggio che, nel loro insieme, non sono solo da informare e coinvolgere ma da inserire in processi di co-produzione di nuovi modelli di valore.

La vera partita per la nuova imprenditorialità che avanza non sta nel definirsi fuori o dentro il terzo settore, ma nel riuscire ad allargare il perimetro del mercato con nuovi meccanismi di produzione del valore: meccanismi inclusivi e coesivi. L'alba di questa diversità possiamo coglierla nelle 97 start up innovative a vocazione sociale (di cui 9 cooperative) che segnano, attraverso la tecnologia, una discontinuità nelle attività proposte rispetto alle tradizionali esperienze; una diversità, trainata dalla spinta dei giovani, da assumere come ricchezza e come valore per rigenerare gran parte delle filiere sociali spesso pietrificate dalla rigida cultura della progettazione e delle tariffe.

La partita è aperta e l'economia sociale e solidale ha la possibilità di guidare questo processo e di scegliere il suo ruolo, forte di un'esperienza pluriennale. Un vantaggio non da poco che sarebbe un peccato concentrare nel buco nero di un dibattito autoreferenziale.

[link all'articolo](#)

[coesione-e-competizione](#)