

L'INNOVAZIONE SOCIALE VERSO IL FUTURO

COLLANA
INNOVAZIONE
CONSAPEVOLE



Redazione
Rossella Sobrero - Koinètica

La pubblicazione è stata realizzata con il coordinamento di
REGIONE PIEMONTE
Marzia Baracchino, Riccardo Lombardo

UNIONCAMERE PIEMONTE
Paolo Bertolino, Grace De Girolamo

Editing
Koinètica

Il volume rientra nel piano di comunicazione del Progetto CSRPiemonte,
realizzato da Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte

La pubblicazione è consultabile on line all'indirizzo
www.csрпиemonte.it/comunicazione/materiali_info.htm

Indice

INTRODUZIONE

Come è articolata la pubblicazione 8

PRIMA PARTE - Dove sta andando l'innovazione sociale

Dallo spirito romantico a una strategia di sviluppo del territorio innovativa e sostenibile 11

Filippo Addarii, AD e co-fondatore Plus Value

L'innovazione sociale nei processi di rigenerazione urbana: l'esperienza della Fondazione per l'innovazione urbana di Bologna 15

Roberta Paltrinieri, Fondazione per l'Innovazione Urbana

Come creare un ecosistema abilitante per le imprese sociali e le innovazioni sociali? 18

Enrico Testi, Executive Director ARCO - Action Research for CO-development

SECONDA PARTE - I protagonisti dell'innovazione: spunti per riflettere

- Laura Savoia, Edison 23
- Giangi Milesi, CESVI 25
- Maria Luisa Parmigiani, Unipol 28
- Giovanni Pizzochero, Avanzi 30
- Angelo Rindone, PdB - Produzioni Dal Basso 32
- Giulia Sergi, Ashoka 35
- Alex Giordano, Università degli Studi di Napoli Federico II 38

TERZA PARTE - Dalla teoria alla pratica: esempi di attività e progetti

- Torino Social Impact 43
- Co-City 45
- Next Energy 46
- Social Innovation Academy 47
- Local To You 48
- Primo miglio 49
- Cangiari 50

• Made In Carcere	51
• Addiopizzo Travel	52
• I circuiti di credito commerciale	53
• Farm Cultural Park	54
• FOQUS - Fondazione Quartieri Spagnoli	55
• RES - Rete italiana di Economia Solidale	56
• Green Station	57
CONCLUSIONI	60
APPENDICE	
Glossario: 20 parole dell'innovazione sociale	62
Il progetto CSRPiemonte	67

L'innovazione sociale, intesa come l'insieme dei tentativi di ridefinire, attraverso pratiche creative, sperimentali e condivise, modalità differenti di dare risposta a bisogni sociali, è non solo di estrema attualità, ma anche elemento intorno al quale si confrontano e convergono diversi punti di vista, differenti approcci, interessi vari ed eterogenei.

Un recente monitoraggio di Tecnostruttura ha evidenziato come le Regioni abbiano affrontato il tema in modo trasversale, intendendo l'innovazione sociale come un nuovo approccio delle politiche pubbliche nei confronti del cittadino rispetto al quale si interviene sia con azioni dirette per superare e prevenire i gap in termini di istruzione, di inserimento nel mercato di lavoro, di abilità personali che assumono una rilevanza fondamentale nel determinare la perdita di dignità della persona e l'emarginazione sociale, sia con azioni di carattere sistemico attraverso il ridisegno dei servizi di welfare e l'innovazione dei processi amministrativi.

Al contempo, molti soggetti, pubblici e privati, profit e non profit, si stanno muovendo, autonomamente o in reti collaborative, e stanno realizzando iniziative, progetti, prodotti e servizi che generano un grande fermento creativo e produttivo nell'ambito della Social Innovation, alimentano il mercato "sociale" e stimolano lo sviluppo di investimenti economici e di indicatori di misurazione dell'impatto.

La pubblicazione intende mettere a disposizione di tutti i soggetti interessati alcune riflessioni sul tema ma anche esempi di buone pratiche di innovazione sociale.

Il volume rappresenta un lavoro corale che vede contributi diversi: sono stati infatti coinvolti esperti e operatori che hanno fatto dell'innovazione sociale una scelta di vita.

Buona lettura!

INTRODUZIONE

The background of the page is composed of three distinct geometric regions. The top-left portion is a solid dark blue triangle. The bottom-left portion is a solid orange triangle. The remaining area, which is the largest, is white. The boundary between the blue and orange triangles is a diagonal line that extends from the bottom-left towards the top-right.

Come è articolata la pubblicazione

La pubblicazione, la prima della nuova collana *Innovazione consapevole*, rappresenta lo sviluppo di Imprese responsabili, una serie di pubblicazioni realizzate nell'ambito del progetto CSRPiemonte a partire dal 2011.

Le pubblicazioni sono scaricabili all'indirizzo:

www.csрпиemonte.it/comunicazione/materiali_info.htm.

Anche la nuova collana, come la precedente, ha l'obiettivo di creare cultura e di fornire spunti e idee utili al cambiamento in una società in profonda evoluzione.

Questo nuovo volume è articolato in tre parti: nella prima parte vengono presentate le riflessioni di tre esperti che aiutano a inquadrare il tema; nella seconda viene dato spazio al pensiero di alcuni operatori che, a titolo diverso, si occupano di innovazione sociale; nella terza parte vengono forniti alcuni esempi di progetti e iniziative che hanno prodotto innovazione sociale.

In appendice vengono proposti un aggiornamento sul progetto CSRPiemonte e un piccolo glossario con 20 parole che possono aiutare a capire cosa si intende per innovazione sociale.

1

PARTE

DOVE STA ANDANDO
L'INNOVAZIONE SOCIALE

L'innovazione sociale non è solo un'idea più o meno originale ma una pratica innovativa capace di trasformare un prodotto, un servizio, un modello producendo un risultato sociale. È necessario infatti che la nuova ipotesi porti risultati migliori delle soluzioni esistenti e sia capace di generare valore per la società.

Non ci sono attori e settori più idonei di altri nello sviluppare pratiche di innovazione sociale. Le esperienze più interessanti sono quasi sempre frutto della collaborazione tra diversi soggetti che appartengono a diversi mondi. Molto spesso le pratiche di innovazione sociale sono trasversali e nascono grazie alla contaminazione.

L'innovazione sociale ha una dimensione collettiva, non appartiene solo alla creatività del singolo ma alla capacità di più soggetti di trasformare un'intuizione in una pratica diffusa.

In questo viaggio alla ricerca del futuro della social innovation, abbiamo coinvolto esperti, operatori, amministratori e imprenditori, chiedendo loro di focalizzare le loro esperienze in ottica di trasferibilità.

In questa pubblicazione sono raccolti alcuni contenuti di un percorso che verrà implementato nel tempo e di cui il sito www.csrpiemonte.it riporterà i principali stimoli e le posizioni più avanzate.

DALLO SPIRITO ROMANTICO A UNA STRATEGIA DI SVILUPPO DEL TERRITORIO INNOVATIVA E SOSTENIBILE

a cura di Filippo Addarii

Ho sempre interpretato il detto che gli italiani sono santi, poeti e navigatori, come un'illustrazione del loro congenito spirito romantico: la loro capacità di perseguire i propri sogni nonostante le avversità e soprattutto in contrasto con quelle che potrebbero apparire le condizioni necessarie e inviolabili della situazione del momento. È questo spirito romantico che rende gli italiani degli imprenditori capaci di congeniare all'ultimo momento una soluzione impensabile fino ad allora; dei creativi riconosciuti e amati in tutto il mondo; e soprattutto delle persone che riescono a infondere passione in quello che fanno superando le barriere comunicative che separano l'umanità.

Attenzione però che questo stesso spirito romantico è anche causa di quelle debolezze di carattere peculiari agli italiani. È quello stesso spirito che li porta ad indulgere nel sogno confondendo fantasia e realtà; a cercare rifugio nella nostalgia del passato o nell'immaginazione inibendo l'azione e oscurando le possibilità che riserva il futuro. Questa stessa inclinazione romantica può persino condurre a un vero e proprio rifiuto della realtà che, a sua volta, si manifesta in ingenuità, arroganza se non in palese ignoranza.

Dopo tanti anni di assenza dal paese sono tornato in Italia per trovare un popolo al bivio, combattuto tra queste due opposte manifestazioni del proprio carattere nazionale. Sembrerà paradossale ma mi ritrovo nei panni di quegli stranieri che conoscono e amano questo paese. È corale il loro stupore nell'osservare come un paese così bello, e a suo modo fortunato, non riesca a capitalizzare sulla propria ricchezza materiale e sociale e finisca per diventare agente della propria rovina.

Tornando in Italia per l'incarico di PlusValue nel progetto di rigenerazione urbana del sito dell'EXPO 2015 a Milano, ho deciso che non mi sarei unito al coro dei critici né tanto meno al dibattito pubblico che troppo spesso assorda per le quantità di fandonie che lo popolano. Piuttosto

mi sono rimboccato le maniche lavorando insieme a colleghi e a un network internazionale di esperti per ripartire da quel potenziale ancora inespresso e sicuramente poco valorizzato nel paese. La nostra ricetta di lavoro è molto semplice. Partiamo con lo spirito imprenditoriale che è il motore di sviluppo di ogni paese e che è diffuso in tutta l'Italia. In un paese in cui spesso gli individui sono lasciati a sé stessi, questi non possono che diventare imprenditori. Però, di questo spirito di sopravvivenza imprenditoriale, puntiamo a valorizzare la dimensione sociale. Prima di tutto facendo forza sull'inclinazione gregaria che distingue gli italiani: la loro capacità di lavorare insieme ben oltre le forme e strutture codificate così come quella di lavorare in rete superando le barriere che dividono settori e discipline.

Valorizzare la dimensione sociale significa anche riattivare il ruolo della comunità, non soltanto in quanto beneficiario, ma soprattutto in qualità di attore che partecipa all'azione innovativa. L'innovazione è un processo collettivo e la tecnologia permette di espandere le dimensioni della collettività coinvolta. A queste componenti aggiungiamo la forza propulsiva della finanza. Ovviamente una finanza innovativa che premia non soltanto il successo economico ma anche l'impatto sociale e ambientale. Infine applichiamo questa formula a quei beni caduti in disuso e abbandono. Per ironia li chiamiamo *desperate assets*, quelli che apparentemente sono soltanto un costo e per i quali le soluzioni usuali degli investitori immobiliari o della pubblica amministrazione non funzionano. Così facendo cerchiamo di invertire il processo di depauperamento del territorio attivando un processo di ri-valorizzazione locale che si accelera nel momento in cui questi progetti vengono messi in rete. Questo è PlusValue in Italia.

Queste sarebbero soltanto belle parole se i propositi non si traducessero in fatti. Ecco un esempio per illustrare come stiamo procedendo. Seguendo il modello illustrato sopra stiamo ultimando la trasformazione del *Lanificio Tancredi Azario* in un centro per la cura e il benessere della terza età. Il lanificio è un immobile industriale di 5.375 m² collocato nel Comune di Strambino, in provincia di Ivrea. Un tempo la fabbrica, che produceva tessuti per l'esercito e impiegava 200 lavoratori, era la colonna portante della comunità: la principale fonte di crescita economica e il pilastro

dell'organizzazione sociale del paese. Lo stabilimento industriale chiuse negli anni sessanta e non ha più ritrovato un impiego eccetto che per piccole attività produttive che servono il mercato locale e ne occupano una piccola parte. La chiusura di quell'azienda non è stata soltanto una perdita per la famiglia d'imprenditori che l'ha creata, ma è diventata una rovina nel cuore della comunità, una ferita che non si rimargina.

Dal 2015 lo studio di architettura Baseengineering ha messo a punto un progetto di riqualificazione dello stabilimento con una completa riconversione delle sue funzioni. Naturalmente per giustificare l'investimento necessario per riqualificare l'area (pari a 12 milioni di euro) è stato necessario ritrovare una nuova funzione che fosse allo stesso tempo sostenibile e che rispondesse alle esigenze del mercato. Il nuovo progetto imprenditoriale per il lanificio Aziario nasce da un nuovo problema sociale: l'assistenza agli anziani affetti da Alzheimer, un problema che ne le strutture ospedaliere pubbliche e ne le residenze per anziani esistenti, sono in grado di dare risposta in modo soddisfacente. La risposta l'abbiamo trovata in Olanda dove esiste il primo progetto di Alzheimer Village, ovvero una struttura che offre case/residenze per persone affette da demenza che non possono più essere assistite a domicilio, da accogliere in un ambiente il cui design nella sua totalità è stato concepito per rispondere alle loro esigenze e garantire una vita sociale dignitosa.

Il modello dell'Alzheimer Village è stato adattato al contesto italiano ed abbiamo stretto una partnership con uno dei consorzi di cooperative sociali più qualificati nella assistenza sociale per anziani. Senza un gestore esperto e qualificato anche la migliore idea imprenditoriale non ha futuro. L'assistenza ai pazienti di Alzheimer è il servizio che garantisce la sostenibilità all'iniziativa. A questo servizio ne sono stati integrati altri di tipo socio-sanitario che serviranno anche la comunità locale rafforzando la solidità del business plan. A questo punto abbiamo potuto coinvolgere degli investitori qualificati, tanto sulla parte di sviluppo immobiliare, quanto in quella propriamente dei servizi, chiudendo così il cerchio. L'avvio dei lavori è previsto per l'inizio del 2019.

Questo è soltanto un esempio del modello PlusValue in Italia. La sua

semplice formula che ruota intorno ai valori di innovazione, sostenibilità e impatto e che può essere facilmente applicata adattandola a contesti molto differenti. Così facendo siamo convinti di poter rimettere lo spirito romantico degli italiani sul giusto corso perché gli italiani tornino a sognare un futuro migliore e si mettano al lavoro per realizzarlo.

Filippo Addarii è fondatore di PlusValue, società di consulenza basata a Londra che ricerca e sviluppa soluzioni innovative per la creazione d'impatto sociale allineando interessi pubblici e privati. Ha maturato 15 anni di esperienza nel campo dell'innovazione per lo sviluppo socio-economico, lavorando con l'Unione Europea, governi, grandi imprese e organizzazioni nonprofit. Dal 2014 il suo sforzo principale è stato quello di incorporare la finanza sociale in progetti di rigenerazione urbana, tra cui quello di Ospedal Grando a Treviso e di Arexpo Milano. Nel 2018, un aspetto importante della sua visione innovativa incomincia a prendere forma: la creazione di un impact investing vehicle, the Impact Alliance Fund, che al momento sta raccogliendo fondi per un impact equity fund.

L'INNOVAZIONE SOCIALE NEI PROCESSI DI RIGENERAZIONE URBANA: L'ESPERIENZA DELLA FONDAZIONE PER L'INNOVAZIONE URBANA DI BOLOGNA

a cura di Roberta Paltrinieri

La Fondazione per l'Innovazione Urbana nasce a Bologna nel marzo del 2018 ed è un centro di analisi, comunicazione, elaborazione e coproduzione sulle trasformazioni urbane e articola le sue attività lungo quattro assi tematici: Città accogliente, Nuovo Welfare urbano, Democrazia urbana e digitale e Città sostenibile. La Fondazione per l'innovazione urbana costituisce un caso empirico interessante di innovazione istituzionale che ha prodotto innovazione sociale, in particolare nell'esperienza dei Laboratori di quartiere, la quale si colloca nel più ampio ambito della immaginazione civica (Per un approfondimento cfr. R. Paltrinieri, G. Allegrini, "Partecipazione e collaborazione negli interventi di comunità. L'esperienza dei Laboratori di Quartiere del Comune di Bologna", Sociologia urbana e rurale, FrancoAngeli, Milano, 2018, n. 116) .I *Laboratori di Quartiere* di Bologna nascono, infatti, dalla esperienza di un'amministrazione matura che porta a sistema un percorso iniziato con Il Regolamento per Regolamento per la collaborazione tra amministrazione e cittadini per la gestione condivisa dei beni comuni urbani, elaborati da Labsus - Laboratorio per la sussidiarietà, e Collaborare Bologna e che attua la riforma dei quartieri. Obiettivo principale dei Laboratori di quartiere è quello di «ingaggiare comunità, associazioni, imprese e cittadini in processi di collaborazione e di prossimità in modo stabile, anno per anno e quartiere per quartiere, tramite specifici percorsi che prevedono attività di mappatura, rendicontazione, ascolto, consultazione, partecipazione, coprogettazione e animazione territoriale, rispetto ad aree dei quartieri ed obiettivi di volta in volta definiti» (www.comune.bologna.it/laboratoriquartiere). Si tratta dunque di un'esperienza che possiamo definire di rigenerazione liquida (Si veda R. Paltrinieri, *Rigenerazione liquida*, in *Le rotte della sostenibilità*, Egea, 2018) perché essa si colloca nel più ampio contesto dei processi di innovazione sociale che comportano progressivi mutamenti sia dal punto di vista strutturale che culturale e rispondono al tema della crescente individualizzazione e della sfiducia, la società liquida di cui parla Bauman (Z. Bauman,

Modernità liquida, Laterza, Bari, 1999), tipica delle società in cui viviamo. In particolare l'innovazione sociale passa attraverso tre dimensioni: a) la pluralizzazione di attori coinvolti; b) la territorializzazione e c) la responsabilizzazione dei cittadini. La dimensione della pluralizzazione, sia di tipo verticale tra livelli di governo, che orizzontale in termini di attori coinvolti, va compresa alla luce della crisi delle forme di azione pubblica basate sul principio normativo della gerarchia, sulla definizione autoritativa di diritti e doveri, di fronte a questioni sociali sempre più complesse, alla differenziazione e interdipendenza di problemi e bisogni, da qui deriva la nascita di un modello reticolare, basato su cooperazione e reti decisionali miste pubblico/private. La seconda dimensione della territorializzazione, coincide con un processo, non scevro di criticità, in cui rientra un decentramento dei poteri statali, che si sostanzia non solo nell'istituire nuove forme di governo locale, ma anche in una «modificazione spaziale dei rapporti fra politica, mercato e società», così come in una trasformazione di ruoli, di responsabilità, e di configurazioni istituzionali nell'ambito delle politiche urbane. La terza, quella più importante, riguarda la responsabilità ed attivazione dei cittadini, cittadinanza attiva, e la crescente importanza dei processi di *civic engagement*, nonché la possibilità di sperimentare nuove forme di coesione sociale e di *community participation*. Nel ripensare le relazioni tra cittadini e istituzioni, possono, infatti, trovare spazio nuove forme di responsabilità nella forma di responsabilità sociali condivise e l'attivazione di capacitazioni sociali e collettivi. Con i laboratori di quartiere si realizza, infatti, un processo di progressiva orizzontalizzazione della relazione tra la Pubblica Amministrazione e cittadini e nei processi di coinvolgimento attivo e di ascolto, cittadini che divengono soggetti proattivi della trasformazione non solo fisica anche simbolica della loro città. Da questo punto di vista non si tratta di una mera rigenerazione urbana che tiene in considerazione unicamente la sostenibilità ambientale, ma richiama le molteplici dimensioni della sostenibilità: quella economica, sociale, culturale e amministrativa, oltre che quella ambientale. La cultura della cittadinanza attiva, che promuove la rigenerazione liquida è un processo ed una pratica, non certo un prodotto. È l'esito di un processo di corresponsabilità, che segue la logica del bene comune, la quale comporta la disponibilità dei cittadini a ricreare le condizioni della propria convivenza perché consente di radicare in profondità la pratica della

democrazia attraverso processi di sussidiarietà. Detto in altro modo si tratta di una forma di democrazia che richiede che i cittadini siano messi nelle condizioni di poter sviluppare quelle capacità che danno a loro un effettivo accesso alla sfera pubblica, attraverso il loro coinvolgimento ed un effettivo protagonismo nelle scelte. La rigenerazione liquida nasce allora dove si riconosce che la collaborazione è una pratica che supera la partecipazione perché non solo implica co-progettazione e co-decisione, ma soprattutto implica assunzione di potere e responsabilità reciproche. La cornice teorica in cui si collocano i Laboratori di Quartiere del Comune di Bologna ed i mutamenti a livello strutturale e culturale che comportano è quella della immaginazione civica. L'immaginazione è un processo sociale, una risorsa che può essere costruita solo collettivamente, sviluppando capacitazioni e buone pratiche che entrano a sistema in un rapporto virtuoso tra cittadini e i quartieri per la crescita della comunità e dei beni relazionali, essi stessi intesi come beni comuni. Dati i presupposti è chiaro che i Laboratori di Quartiere costituiscono una sfida, un progetto in itinere, una sperimentazione allo scopo di mettere a sistema un diverso modello di *governance* negli anni a venire che si ponga come obiettivo anche la produzione di capitale sociale e la produzione di beni relazionali. Al centro della rigenerazione liquida il tema della creatività, dell'*empowerment* dei cittadini, dell'autorganizzazione dal basso, perché produrre capitale sociale significa promuovere reti, partnership tra gli attori con cui si produce valore sociale condiviso, nel caso specifico di Bologna degli edifici comunali e della rigenerazione di aree e luoghi della città tramite il Bilancio Partecipativo, e attiva nuove forme della partecipazione, grazie alla quale si genera un senso di fiducia che rivitalizza il rispetto per il territorio e le istituzioni.

Roberta Paltrinieri è *professore ordinario di sociologia dei processi culturali e comunicativi, è Direttore Scientifico del Ces.co.com, Università di Bologna, Centro studi sulla innovazione sociale. Insegna sociologia della cultura e sociologia dei consumi presso il Dipartimento delle Arti di Bologna. E' membro del Consiglio scientifico della Fondazione per l'Innovazione Urbana del Comune di Bologna e del Comitato Etico di ImprontaEtica di Bologna. Per il 2017 è stato Garante della partecipazione per il Comune di Bologna ed il responsabile scientifico del progetto Laboratori di quartiere dell'Urban Center di Bologna, ora Fondazione per l'Innovazione Urbana.*

COME CREARE UN ECOSISTEMA ABILITANTE PER LE IMPRESE SOCIALI E LE INNOVAZIONI SOCIALI?

a cura di Enrico Testi

Per incoraggiare lo sviluppo di un ecosistema abilitante per l'innovazione sociale e le imprese sociali è fondamentale adottare un approccio integrato e multi-disciplinare al policy-making. Ne abbiamo parlato in un articolo pubblicato da Mario Biggeri, Enrico Testi & Marco Bellucci (2017) *Enabling Ecosystems for Social Enterprises and Social Innovation: A Capability Approach Perspective*, nel *Journal of Human Development and Capabilities*. Nel nostro lavoro, abbiamo adottato l'approccio dello sviluppo umano integrato e l'approccio delle capability di Amartya Sen come base teorica ed empirica per analizzare i risultati del Progetto europeo EFESSEIS. Il progetto ha coinvolto 164 stakeholders, 850 imprese sociali in 11 paesi dell'Unione Europea in interviste, focus group ed esperimenti comportamentali.

Uno degli scopi della ricerca era comprendere in che modo gli ecosistemi possono ostacolare o abilitare le imprese sociali nel raggiungimento dei loro obiettivi e, più in generale, nel promuovere innovazione sociale e sviluppo umano sostenibile. Sia per la finalità intrinseca della loro azione sia per le modalità operative che le contraddistinguono, come la governance democratica e la creazione di ponti tra realtà diverse del territorio (tra pubblico e privato, tra profit e non profit etc.), le Imprese Sociali sono potenziali generatrici di innovazione sociale.

Le imprese sociali sono spesso costrette ad essere "innovatrici sociali" per superare gli ostacoli presenti nell'ecosistema in cui operano: condizioni legali stringenti, burocrazia complessa, mancanza di fondi, competizione di mercato. Queste condizioni difficili costringono le imprese sociali a ricercare ed attivare nuove o diverse risorse, finanziarie, umane e fisiche. Un ecosistema è abilitante per le imprese sociali se fornisce loro la possibilità, i mezzi, le opportunità e l'autorità per perseguire i loro obiettivi di utilità sociale. Un ecosistema di questo tipo permette alle imprese sociali di valorizzare le loro capacità innovatrici permettendo alle imprese sociali di accedere a risorse di diverso tipo, incoraggiare la creazione di relazioni e connessioni tra organizzazioni al fine di

condividere conoscenze e attività, coltivando e arricchendo il capitale umano.

Non solo, l'ecosistema dovrà fornire un contesto istituzionale solido, nonché una volontà politica di supporto, incoraggiare l'azione collettiva e promuovere un alto livello di capitale sociale così da agevolare le connessioni tra diverse realtà.

La ricerca ha riscontrato vari ostacoli alla creazione di ecosistemi abilitanti per le imprese sociali e l'innovazione sociale a livello di policy maker. La visione di breve termine dei policy-maker con mandati relativamente brevi e spesso influenzati dal ciclo elettorale è uno di questi ostacoli. Costruire ecosistemi abilitanti per le imprese sociali richiede tempo (e fondi) e non porta a risultati immediati. Il conflitto di interessi che ne deriva elimina gli incentivi per i policy-maker a prendere impegni sostanziali a riguardo. Il risultato è la conseguente inerzia istituzionale e il rallentamento nell'adozione di politiche che favoriscono la creazione di ecosistemi abilitanti.

Un altro ostacolo relativo ai policy-maker è la loro visione utilitaristica delle imprese sociali: strumenti per esternare servizi pubblici ad un costo minore anziché come degli investimenti nel sociale e nell'innovazione.

Quali raccomandazioni per i policy maker? Nel breve e medio periodo un ecosistema abilitante deve facilitare le imprese sociali nel creare nuovi mix di risorse sul territorio. È necessario offrire diverse opportunità di sovvenzionamento e finanziamento con termini non eccessivamente vincolanti: i bandi dovrebbero valutare positivamente l'innovazione e la sperimentazione e accettare che tali approcci innovativi possono fallire. Il policy maker può, inoltre, facilitare l'accesso e l'utilizzo di aree ed edifici pubblici inutilizzati o sotto-utilizzati e promuovere spazi fisici o virtuali per stimolare l'incontro tra cittadini e organizzazioni al fine di trovare soluzioni comuni a problemi sociali.

Per creare condizioni favorevoli all'innovazione sociale è importante stimolare la domanda di prodotti e servizi ad alto impatto sociale. Questo può essere fatto includendo clausole sociali negli appalti pubblici ma anche sensibilizzando i cittadini verso forme di consumo più consapevole. Un'altra azione dai costi contenuti per supportare l'innovazione sociale è la libera circolazione delle informazioni sui bisogni sociali e i dati dei

servizi sociali. Questo consentirebbe alle imprese sociali di conoscere e quantificare i nuovi bisogni e i bisogni esistenti e creare beni e servizi innovativi per rispondervi.

Infine, è necessario promuovere una formazione collaborativa rivolta all'innovazione, sia all'interno delle stesse imprese sociali che all'interno degli enti pubblici, in modo da costruire una mentalità che favorisca la co-progettazione.

La creazione di un ecosistema favorevole alle imprese sociale richiede una visione di lungo periodo e politiche ad ampio spettro. Oltre a cercare di semplificare il contesto legale il policy maker dovrebbe soprattutto promuovere azioni nel sistema educativo: sensibilizzare gli studenti su tematiche ambientali e sociali, coltivare nei giovani i valori dell'altruismo, della solidarietà e dell'empatia e sviluppare le loro attitudini imprenditoriali.

www.arcolab.org

Enrico Testi è un economista dello sviluppo esperto di social business, imprenditoria sociale, sviluppo locale e valutazione. Dirige dal 2009 il Laboratorio di Ricerca ARCO (Action Research for Co-Development) del PIN – Università di Firenze che si occupa di supportare le organizzazioni nelle loro attività ad impatto sociale positivo. Dal 2011 è iniziatore e direttore dello Yunus Social Business Centre University of Florence, in collaborazione con il Premio Nobel Muhammad Yunus fondatore della Grameen Bank, tramite il quale offre supporto alle aziende che vogliono fare CSR usando il Social Business e promuove lo sviluppo dell'impresa sociale in Italia e all'estero. Nel 2012 ha avviato a Pistoia un programma pilota volto alla creazione di un ecosistema facilitante per l'imprenditoria sociale e l'innovazione sociale denominato Social Business City Program. Nel 2015 ha contribuito all'avvio del programma Social Business City a Barcellona.

2

PARTE
I PROTAGONISTI
DELL'INNOVAZIONE:
SPUNTI PER RIFLETTERE

La voce di chi opera da anni nel mondo dell'innovazione sociale è importante per cercare di fare chiarezza su cosa si intende con questo termine e su cosa ci si può aspettare per il futuro.

È stato chiesto ad alcuni operatori di fornire qualche spunto utile alla riflessione rispondendo a tre domande:

Cosa significa per lei innovazione sociale?

Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Hanno raccolto il nostro invito: *Alex Giordano - Università degli Studi di Napoli Federico II; Gangi Milesi - CESVI; Marisa Parmigiani - Unipol; Giovanni Pizzochero - Avanzi; Angelo Rindone - PdB, Produzioni Dal Basso; Laura Savoia - Edison; Giulia Sergi - Ashoka.*

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

Rispondere ai bisogni sociali cercando al tempo stesso di perseguire la sostenibilità economica e ambientale; ciò significa rispondere ai bisogni in modo innovativo, superando il paradigma del sostegno pubblico e privato e orientandosi invece alla condivisione delle responsabilità con i soggetti coinvolti, realizzando iniziative che valorizzino gli asset, materiali e immateriali, apportati da tutti per migliorare il benessere delle comunità. Questo presuppone una prospettiva di creazione di valore condiviso di lungo periodo. La valutazione degli impatti generati e l'analisi continua dell'opportunità di miglioramento sono elementi fondamentali per la gestione responsabile delle iniziative di innovazione sociale.

2 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Edison da diversi anni volge l'attenzione al mondo dell'arte e della cultura come "luogo" di creazione e diffusione di valore sociale, in particolare per diffondere la cultura dello sviluppo sostenibile. A partire da Edison Greenmovie – linee guida per il cinema sostenibile - negli anni Edison ha esteso la propria azione ad altri contesti di produzione e fruizione culturale. Tra il 2017 e il 2018 Edison ha iniziato un percorso di affiancamento alla Fondazione Teatro Stabile di Torino per l'elaborazione di linee guida per la sostenibilità dell'ente culturale che potranno essere da spunto anche per altri teatri o ancor più, un primo passo verso azioni sistemiche a livello locale e settoriale. Il lavoro è partito dall'analisi dei processi e dei comportamenti interni, per poi soffermarsi sulla valutazione delle prestazioni energetiche degli edifici oggetto di analisi. Sviluppare un percorso di questo tipo significa per il Teatro creare impatti positivi anche dal punto di vista della sostenibilità economica grazie, da un lato, all'efficientamento dei processi e dunque all'ottenimento di risparmi e dall'altro incrementando l'attrattività verso i sostenitori, pubblici e privati, attraverso un piano volto alla sostenibilità dell'istituzione nel tempo.

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Quello che abbiamo imparato negli anni è che per sviluppare un percorso volto alla sostenibilità, per prima cosa sia utile lavorare sull'approccio, sulle consuetudini, sul modo di fare le cose, per innescare un cambiamento che sia condiviso e sentito da tutti, di cui tutti si sentano responsabili. Questo crediamo sia anche il cuore dell'innovazione sociale che in futuro giocherà un ruolo sempre più importante in qualità nelle logiche di co-progettazione tra pubblico e privato per ideare soluzioni condivise in risposta ai bisogni dei territori e delle comunità.

Laura Savoia laureata nel 2009 in *Economy and Management for Arts, Culture, Media and Entertainment* presso l'Università L. Bocconi di Milano, si occupa da diversi anni di sostenibilità e innovazione sociale con attenzione particolare agli aspetti stakeholder engagement e co-progettazione orientata alla creazione di valore condiviso, soprattutto con riferimento al rapporto tra impresa, cultura e sfera sociale. Oltre a partecipare alle attività della funzione Sostenibilità e CSR di Edison collabora con il Centro di Ricerca ASK Bocconi - che si occupa di policy e management in ambito culturale - focalizzandosi sugli aspetti di sviluppo sostenibile del settore.

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

La definizione preferisco lasciarla agli accademici perché non ne conosco una univoca. Nella babele delle interpretazioni cercherei parole chiave che testimonino la complessità del concetto; forse l'impossibilità di incasellare una volta per tutte un fenomeno che è fattore di cambiamento. Nell'esperienza del Cesvi, le parole chiave dell'innovazione sociale sono: i *bisogni*, la *competizione*, la *sostenibilità*, il *processo*, la *partecipazione*, le *relazioni*, la *cooperazione*, la *comunità*, l'*advocacy*, la *governance*, il *capitale sociale*...

E ognuno di questi termini evoca a sua volta un mondo, al punto di diventare contraddittorio con altri vocaboli.

2 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Lo scorso settembre ho accompagnato in Zimbabwe uno dei testimonial del Cesvi – Claudio Bisio, per la prima volta in una missione umanitaria – perché toccasse con mano i risultati delle campagne che sostiene attivamente. Sono più di 70 progetti in meno di 20 anni: impossibile descriverli uno per uno; vanno compresi piuttosto così come sono stati generati: come elementi del *laboratorio* Zimbabwe di innovazione sociale.

Alla fine degli anni Novanta, Cesvi lavorava perché le comunità più povere, espulse dalle aree protette, si riappropriassero delle ricchezze faunistiche e turistiche dei parchi naturali. In modo *sostenibile*, diventandone i custodi, come Cesvi aveva dimostrato di saper fare in altri ambienti delicati dell'Asia e nella foresta Amazzonica. In più, in Africa, inseguivamo un grande progetto di *cooperazione* internazionale; il sogno di Mandela di unire i parchi di confine in grandi parchi transfrontalieri: i *Parchi della Pace*.

Così, mentre ci impegnavamo nell'istituzione del Gran Limpopo, per dare un futuro migliore alle comunità espulse dal Kruger (Sudafrica), dal Limpopo (Mozambico) e dal Gonarezu (Zimbabwe), l'Africa, ammalata di HIV/AIDS, viene data per spacciata.

Cesvi non è un'organizzazione sanitaria, ma i nostri obiettivi, più che alle

competenze del Cesvi, devono rispondere ai *bisogni* dei beneficiari. Così prende corpo una scommessa che pare impossibile: "Fermare l'AIDS sul nascere".

Paradossalmente, sarà proprio il nostro sguardo ingenuo a farci indovinare, primi fra tutti nel mondo, il protocollo che consegnerà alle donne africane il ruolo di protagoniste del contrasto alla pandemia; non per curare la propria malattia, ma per evitare di trasmetterla ai figli. Le donne combattono stigma e maschilismo, fandonie e pregiudizi, sfiducia e disimpegno... la nostra campagna costringerà persino i governi a cambiare le politiche sanitarie e ritrattare l'adesione "di comodo" alla leggenda che l'AIDS sarebbe una trovata delle big pharma per vendere antiretrovirali! La guerra all'AIDS non è finita, ma in 18 anni il trend delle nuove infezioni si è ribaltato e il Cesvi oggi può tornare a impegnarsi e riguadagnare il proprio primato nella lotta per la sicurezza alimentare.

"The Shashe Citrus Experiment" non è un "progetto", ma una "Theory of change" in cui una comunità agricola di quasi duemila persone, invece di emigrare in Sudafrica, combatte la desertificazione, diventando protagonista del *cambiamento culturale*. La comunità di Shashe abbandona i radicati comportamenti del day by day, per adottare una visione di lungo termine (la produttività degli aranci è di oltre 50anni). Il *processo partecipativo* li porta a definire gli *obiettivi* e la governance della comunità stessa e del business. Bisogna saper rispondere con successo alle molteplici sfide della resilienza: cambiamenti climatici, accaparramento delle terre, mercato globalizzato, tecnologie, autoritarismo del regime ecc. L'aranceto di Shashe con i suoi 22.000 alberi su 90 ettari, con l'obiettivo di produrre e vendere entro il 2020 6mila tons di arance l'anno, è la concretizzazione di equilibri sottili.

L'equilibrio fra la risposta d'urgenza ai *bisogni* e la promozione di sviluppo (*sostenibile*) per eliminare problemi e povertà.

L'equilibrio fra valorizzazione del *genius loci* e sostenibilità economico-finanziaria nel mercato globale.

L'equilibrio fra "sussistenza" alimentare e capacità di *competere* nel mercato agricolo. Con la stessa tecnologia si preleva acqua sufficiente per innaffiare sia gli alberi che gli ortaggi coltivati fra i filari di aranci.

L'equilibrio fra partecipazione, democrazia interna alla comunità, impegno nel lavoro, *advocacy* presso la autorità ai vari livelli del regime attraverso un complesso ma solido progetto di governance.

L'equilibrio fra adeguatezza del progetto alla complessità dei problemi e delle soluzioni e il necessario impatto sia sulla comunità di Shashe che, in prospettiva, sulle altre 11 comunità nello Zimbabwe meridionale alle quali il colonialismo ha strappato le terre migliori, lasciando in eredità altrettante *community land* e relativi schemi irrigui oggi in via di desertificazione....

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Ricostruire capitale sociale è l'unica risposta possibile alla crisi di fiducia generalizzata a cui assistiamo in tutto l'Occidente.

Giangi Milesi è da trent'anni impegnato per il Cesvi, organizzazione umanitaria italiana indipendente, Ong e Onlus. Oggi incaricato di *Networking & Relations*, ne è stato Presidente dal 2005 ad aprile 2018 e Direttore dell'Unità raccolta fondi, comunicazione, educazione dal 2000. Negli anni Novanta, da volontario - era consulente in azienda - ha fondato il bimestrale 'Cooperando' - di cui è Direttore responsabile - e dato vita all'immagine coordinata Cesvi. Soprattutto è l'artefice di numerose iniziative di relazioni pubbliche e di campagne integrate improntate alla "pubblicità positiva" (sia educational che di raccolta fondi), fino alla campagna multimediale del 2001-2002 per prevenire la trasmissione madre-neonato dell'HIV in Africa 'Fermiamo l'AIDS sul nascere'. Dal 1992 pubblicitista, Ordine dei Giornalisti. Dal 2002 socio senior Assif, Associazione Italiana Fundraiser (2005-2011 tesoriere). Dal 2009 vicepresidente Agire, Agenzia Italiana di Risposta alle Emergenze. Dal 2017 volontario Parkinsoniani Bergamo.

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

Definisco l'innovazione sociale come quel processo che coniuga le potenzialità dell'innovazione (Digitalizzazione, Robotica, Intelligenza Artificiale, Internet delle cose) con obiettivi sociali per migliorare la società (benessere, salute, democrazia, partecipazione, cultura, tutela del territorio, sicurezza...) e ridurre l'esposizione delle persone ai nuovi rischi emergenti (climatici, demografici, cyber...) che stanno profondamente modificando le relazioni sociali.

L'innovazione sociale può declinarsi in nuovi prodotti/servizi ma spesso si concretizza in un nuovo modo di offrire soluzioni. L'innovazione sociale per sua natura deve essere generativa.

2 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Il servizio "monitor salute" sviluppato da UniSalute è un nuovo prodotto che risponde ad un bisogno storico (evitare che i malati cronici si acutizzino), grazie all'impiego delle nuove tecnologie (digitalizzazione, IoT) grazie ad una logica di integrazione pubblico/privato nel settore sanitario. Monitor Salute garantisce il monitoraggio a domicilio di alcune patologie croniche quali diabete, ipertensione e BCPO (Broncopneumopatia Cronica Ostruttiva).

L'assicurato UniSalute compila un questionario on line e, se presenta i requisiti clinici prestabiliti, riceve gratuitamente al domicilio gli apparecchi per monitorare in modo semplice e continuativo il proprio stato di salute. I device trasmettono i parametri in tempo reale alla Centrale Operativa di UniSalute dove medici e infermieri specializzati li monitorano costantemente. Il team UniSalute interviene tempestivamente laddove si presentino degli alert clinici, contattando il paziente per offrire suggerimenti e raccomandazioni sul proprio stato di salute, in accordo con il medico curante.

Grazie a questo servizio il paziente diventa più autonomo e consapevole di ciò che può fare concretamente per mantenersi in salute e può migliorare la gestione della patologia grazie ad una maggiore aderenza al proprio piano di cura.

UniSalute, da sempre attenta ai temi della prevenzione, è la prima assicurazione sanitaria in Italia ad avere attivato un programma di monitoraggio di questo tipo ed è stata premiata con il primo premio di MF Innovazione Award 2017 /Salute&Prevenzione.

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Da vent'anni mi occupo di sostenibilità ma negli ultimi tre, a seguito delle decisioni prese a Cop21 e della sottoscrizione da parte di 193 paesi dei Sustainable Development Goals la consapevolezza della necessità di cambiare il paradigma di sviluppo, e quindi di consumo e produzione, è uscita dai circoli ristretti di addetti ai lavori e decision maker illuminati per entrare nel "senso comune". Se ne parla nelle scuole, nelle comunicazioni istituzionali e commerciali, ma soprattutto nelle Università tecniche, e questo fa la differenza.

Sempre più mi confronto con processi di innovazione e prodotti nuovi che si collocano facilmente nella categoria della green economy, ma, in misura crescente, anche dell'innovazione sociale.

Io mi riconosco perfettamente nelle analisi di coloro, dal World Business Council al CSREurope per citarne solo due, che individuano nel raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030 nuovi straordinari mercati. Ed è difficile abolire la fame nel mondo, garantire istruzione e salute, ridurre le disuguaglianze, offrire pari opportunità ... senza fare innovazione sociale sfruttando lo straordinario potenziale dell'innovazione tecnologica e della ricerca scientifica, altrimenti, probabilmente, ci sarebbero già riuscite il secolo scorso le "straordinarie sorti progressive".

Maria Luisa Parmigiani è Responsabile della sostenibilità del Gruppo Unipol dal 2010, Direttrice della Fondazione Unipolis, ha vent'anni di esperienza sul tema sia come consulente che in impresa, che in qualità di segretario generale di Impronta Etica. Ha scritto numerosi articoli pubblicati su riviste o in collettanee, nonché i volumi *Responsabilità Sociale ed Etica? Carrocci, marzo 2005*; *L'intervento pubblico per la promozione della Responsabilità Sociale d'Impresa: esperienze degli enti locali in Italia, Maggioli editore, gennaio 2008*; *Siamo tutti stakeholder, Maggioli editore, novembre 2009*, *Obiettivo Comune, Edizione ambiente, 2014*.

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

Proverei a definire così la questione: l'innovazione sociale rappresenta l'insieme delle politiche e delle pratiche che, attraverso soluzioni nuove rispetto all'esistente, hanno l'obiettivo intenzionale ed esplicito di generare impatto ambientale e sociale. Il concetto chiave è quello dell'impatto, che già a partire dalla sua etimologia (da impingere, spingere avanti) porta con sé una profonda vocazione all'innovazione: si tratta di soluzioni capaci di cambiare in meglio i contesti e le comunità presso i quali agiscono, non stratificandosi attorno ad essi, ma incardinandosi all'interno, in una logica di integrazione. Di fatto l'innovazione sociale è un'azione politica, nella misura in cui è in grado di ricomporre interessi differenti e di abilitare energie nuove.

2 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Openagri, è un progetto europeo portato avanti dal Comune di Milano, di cui Avanzi è partner, incentrato sul tema del lavoro e delle competenze nell'economia locale. Il progetto si sviluppa nel paesaggio di frangia urbana vicino al Parco Agricolo Sud Milano e propone un prototipo di politica fortemente integrata che tratta sfide urbane come la riqualificazione delle periferie, la tutela del paesaggio, la creazione di nuove competenze e nuova impresa, e l'inclusione sociale. Concretamente, mira alla rigenerazione urbana dell'area anche mediante la costruzione di un centro per l'innovazione aperta - un Open Innovation Hub nel capo dell'agricoltura periurbana - per ricostruire un legame forte tra produzione e accesso al cibo, in grado di coniugare cultura, miglioramento del sistema alimentare e imprenditoria giovanile, con il coinvolgimento di PMI e startup nello sviluppo di nuove progettualità nel campo della filiera dell'agrifood. Il progetto è ancora in corso e già ad oggi mostra spill over molto interessanti.

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Credo che il futuro dell'innovazione sociale passi attraverso tre elementi: il primo riguarda la scala, la dimensione. Oggi l'innovazione sociale è

una costellazione di politiche e pratiche virtuose, ma soprattutto di piccolo cabotaggio: è necessario promuovere il salto di scala, accedere al mainstream - anche a costo di uscire da certe nicchie - per ragionare di "magnitudo" dell'impatto. Qui la finanza responsabile ha un ruolo chiave per dare gambe solide alle progettualità in atto. Il secondo elemento ha a che fare con la relazione tra tali pratiche e soggetti come imprese e istituzioni: questi potrebbero accreditarsi come abilitatori di innovazione sociale, a supporto della generazione e del rafforzamento della stessa, nella logica di creazione di "ecosistemi" nazionali e locali. Il terzo elemento ha a che fare con la cultura e più in particolare con la cultura politica, sia a livello locale e amministrativo, sia a livello più ampio: è necessario creare le condizioni culturali e di contesto per liberare energie e risorse dal basso.

Giovanni Pizzochero è laureato in Geografia e in Scienze Politiche, progetta e realizza soluzioni di innovazione per la sostenibilità rivolte ad organizzazioni profit e non profit. Consulente e project manager in Avanzi, si occupa di rapporti tra impresa e territorio, stakeholder engagement, partecipazione e comunicazione. Giornalista pubblicista, scrive qua e là di temi legati all'innovazione sociale e alla corporate social responsibility.

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

Non è semplice dare una definizione su fenomeni le cui caratteristiche sono sempre in divenire e si manifestano essenzialmente nella pratica. Utilizzerei le prime tre righe dedicate a questa voce su Wikipedia *“L’innovazione sociale è un processo di cambiamento basato su strategie e idee che portano a soddisfare lo sviluppo economico e sociale di una determinata comunità di riferimento”* perché questa sintesi allarga enormemente gli ambiti lasciando aperte diverse modalità di implementazione e indicando la sharing economy come uno degli strumenti possibili.

Il mio punto di osservazione parte proprio da quest’ultima perché avendo fondato la prima piattaforma italiana di crowdfunding (Produzioni dal Basso) so bene che l’origine di questi strumenti di “sharing e P2P” risiede nella possibilità di permettere la nascita di comunità economiche, solidali e di interesse in grado di creare, scambiare e condividere valore.

Va però sottolineato che in questi ultimi anni, e soprattutto nel digitale, i termini social (e) innovation sono stati utilizzati spesso in modo improprio fino quasi a svuotarne del tutto il valore, rendendone sfumato il significato. Proverò quindi a mettere in ordine i tasselli per indicare in che modo il crowdfunding possa convivere con i termini innovazione e sociale.

L’innovazione nel crowdfunding non è, come molti pensano, nelle dinamiche di funding online (donation, lending, equity) abilitata dalle varie piattaforme. Le modalità economiche e gli scambi sono i medesimi di prima e il fatto che si possano fare online sta aprendo opportunità nuove ma senza cambiarne i paradigmi. A mio modo di vedere la vera innovazione nel crowdfunding è nella forma ovvero nella proposta di un nuovo linguaggio del progetto, perché ha introdotto una serie di elementi emotivi e tridimensionali, obbligando a trasparenza, concretezza e misurabilità nella definizione delle azioni, siano esse rivolte al charity, alla cultura o al business.

Per la componente sociale del crowdfunding invece mi limiterò ad indicare una caratteristica semplice che si può trovare in ogni campagna che funziona: “un progetto di crowdfunding non può mai essere

ego-riferito". Basta questa pietra angolare ad intuire che ogni campagna di crowdfunding deve avere sempre una comunità interessata a far vivere un determinata azione o un determinato progetto, utilizzando le interazioni positive e il denaro in comune per permetterne la nascita e/o la crescita.

2 – Può indicarci un’iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Su Produzioni dal Basso abbiamo uno storico che conta oltre 200 mila utenti che hanno contribuito con 7.7 milioni di euro al finanziamento di più di 3200 progetti.

Per i motivi elencati prima mi viene naturale pensare che ognuno di questi progetti sia una storia, piccola o grande, più meno rilevante, che ha saputo attivare una comunità e quindi una piccola iniziativa di innovazione sociale.

Con modestia ma anche con un po' di orgoglio, credo che Produzioni dal Basso sia in se stesso un HUB di innovazione sociale, e sicuramente è il più grande a cui mi sia mai capitato di partecipare. Inoltre le persone che con me lavorano quotidianamente su questa piattaforma hanno ben chiaro quale sia il nostro scopo e il nostro ruolo, siamo tutti profondamente motivati e stiamo lavorando con grande passione per fare le cose al meglio e con il massimo della consapevolezza.

Da questo punto di visto mi considerò molto fortunato.

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

È sempre molto rischioso fare delle previsioni. Quello che è certo che le relazioni sociali sono sempre in un'eterna convivenza tra antico e contemporaneo ma i problemi e le esigenze dell'essere umano sono sempre le stesse, quello che cambia è il contesto storico e gli strumenti tecnologici.

Le profonde trasformazioni stanno rendendo le pratiche di innovazione sociale una costante sperimentazione tra tecnologica e tradizione e tra comunità e processi di disintermediazione.

I luoghi e le piattaforme di queste azioni, se ben progettate, sono spazi di relazioni positive e stanno diventando di grande interesse per il mondo delle aziende che, superando il concetto di competizione di mercato alla ricerca di un maggiore profitto, cominciano a proporsi anche come

risposta alle esigenze sociali e alle emergenze ambientali attraverso azione di CSR e la misurazione dell'impatto.

Credo quindi che vedremo interazioni interessanti tra il mondo profit e non profit e sono certo che le piattaforme di sharing e crowd economy hanno come dovere quello di guidare al meglio e nella giusta direzione questa inedita alleanza. O almeno questa sarà una delle missioni di Produzioni dal Basso.

Angelo Rindone ha fondato la prima piattaforma di crowdfunding Italiana (*Produzioni dal Basso*), è Amministratore Delegato di Folkfunding, azienda leader in Italia per lo sviluppo di strumenti di Angelo Rindone ha fondato la prima piattaforma di crowdfunding Italiana (*Produzioni dal Basso*), è Amministratore Delegato di Folkfunding, azienda leader in Italia per lo sviluppo di strumenti di Crowd Economy ed è membro del Comitato Scientifico dell'Associazione Italiana dell'Equity Crowdfunding (AIEC).

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

Non c'è niente di più potente di un'idea innovativa nelle mani di un imprenditore sociale, è uno dei concetti chiave che guida il lavoro di Ashoka nel mondo. Credo sia un punto di partenza importante per superare la confusione che ritengo esistere intorno al tema dell'innovazione sociale, spesso utilizzata per definire innovazioni puramente tecnologiche o di business che producono anche un impatto sociale.

Un'innovazione sociale è un'idea sradicante che nasce dal bisogno di trovare una soluzione a lungo termine a un problema urgente della nostra società. Un'idea nuova intesa come capace di rivoluzionare sistemi e paradigmi andando ad impattare le radici profonde del problema, e non risolvendone solo i sintomi.

Permettere in pratica tali innovazioni servono leader sistemici (consiglio la lettura dell'articolo *The Dawn of System Leadership* sulla *Stanford Social Innovation Review*); per diffonderle e replicarle servono imprenditori sociali, persone intraprendenti che si attivano in prima persona per la risoluzione delle questioni sociali più urgenti. Per fare in modo che le idee più innovative ed efficaci emergano, c'è bisogno di agire tutti come *changemakers*, attivarci cioè in prima persona per cercare costantemente soluzioni, per sommergere letteralmente i problemi con idee risolutive.

1 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Ashoka da quarant'anni seleziona imprenditori ed imprenditrici sociali in tutto il mondo, gli Ashoka Fellow, scelti per la propria innovazione sociale: per avere, cioè, identificato un problema e aver trovato una soluzione nuova, efficace e sistemica per risolverlo.

Il Fellow Ashoka [Carlo Stasolla](#), per esempio, attraverso l'Associazione 21 Luglio sta trasformando il modo in cui le istituzioni si occupano dell'emarginazione dei gruppi rom, riformulando una soluzione per migliorare la vita di queste persone, allineando gli incentivi economici con

i programmi sui diritti umani. È innovativo perché con la sua soluzione modifica completamente un paradigma sociale che ha portato alla segregazione di intere popolazioni, ne decostruisce la stigmatizzazione e assicura la loro completa inclusione nelle società di tutta Europa.

Allo stesso modo, ma in un altro settore, [Riccarda Zezza](#) innova la percezione collettiva e aziendale del congedo parentale. Con *Maternity As A Master* sta ridefinendo radicalmente l'equilibrio tra lavoro e vita in modo che il tempo di assenza dal lavoro con i propri figli non sia più visto in conflitto con la propria carriera, ma, al contrario, un come valore aggiunto (come un master!).

Ci sono anche certamente innovazioni sociali tecnologiche tra quelle degli Ashoka Fellow. Come ad esempio [Francesca Fedeli](#) che ha creato Mirrorable, un nuovo approccio alla riabilitazione motoria basato sulle nuove scoperte scientifiche sui neuroni specchio, legati all'imitazione e all'empatia, e su un uso all'avanguardia della tecnologia videoludica.

1 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

Nel mondo attuale in cui la velocità e le possibilità di cambiamento sono esponenziali ci troviamo tutti, individui e cittadini, governi, istituzioni e aziende, di fronte ad una scelta di direzione. L'innovazione sociale potrà emergere come vera forza di cambiamento solo se i tradizionali attori del cambiamento - politica, élite intellettuali, imprese, istituzioni, ONG, organizzazioni sociali – saranno pronti a creare lo spazio necessario per fare in modo che tutti possano offrire soluzioni e innovazioni, verso una società in cui tutti siano responsabilizzati e coinvolti nell'essere agenti del cambiamento in prima persona. Oggi la nostra responsabilità è quella di combattere la nuova disuguaglianza, quella cioè tra coloro che sono autorizzati e abilitati a portare cambiamento e chi ancora si sente lasciato indietro, impossibilitato a cambiare le cose.

Questo non potrà succedere finché non saremo anche in grado di formare nuove generazioni pronte a fare proprie queste sfide. Con Ashoka stiamo indirizzando interessi e sforzi sui giovani e la scuola, campo in cui lavoravano attivamente già oltre 600 Fellow. La scuola, se portatrice di un'educazione trasformativa, può essere la prima fonte di innovazione

sociale, in cui i ragazzi e le ragazze siano aiutati a riconoscere e far emergere quelle abilità creative già presenti in ognuno di loro, che li porteranno a percepirsi come imprenditori intraprendenti che sappiano trovare strategie per cambiamenti positivi anche nelle proprie comunità.

Giulia Sergi fa parte di Ashoka dall'inizio del 2016. È Program Manager del programma di Fellowship di Ashoka Italia e co-manager della Fellowship Europea, è stata Project Manager per il programma internazionale Ashoka Globalizer lavorando con gli imprenditori sociali per scalare il loro impatto, e ora coordina un gruppo internazionale di Ashoka sul tema dell'anti-corrruzione e della lotta alla criminalità organizzata. Dopo essersi laureata in Relazioni Internazionali all'Università di Birmingham nel Regno Unito, ha avuto diverse esperienze nel mondo della cooperazione internazionale e al Comitato Economico e Sociale Europeo a Bruxelles.

1 – Cosa significa per lei innovazione sociale?

L'espressione innovazione sociale può esprimere molti significati. Può infatti semplicemente rimandare a un'innovazione socializzata, che crea nuovi saperi tecnici o organizzativi; ma anche a un'innovazione sociale, ossia un approccio pragmatico ai problemi sociali, che applica tecniche manageriali per risolvere problemi nel presente, senza badare molto all'orizzonte ideologico o al politically correct. Innovazione sociale implica inoltre l'impiego di nuove tecnologie e soprattutto di nuove forme organizzative, dove l'organizzazione dal basso convive con una «socialità di rete» e dove le stesse relazioni sociali diventano strumenti da mobilitare nell'attività imprenditoriale; dove nel bene e nel male le differenze fra vita lavorativa, vita politica e vita privata tendono a scomparire. In questo senso l'innovazione sociale comporta un nuovo modo di organizzare l'attività umana, nel lavoro come nell'impegno politico, vita attiva, un modo dove – per usare la terminologia di Hannah Arendt – le potenzialità della vita vengono messe all'opera in un impegno di natura etica e non morale.

È improbabile che le nuove idee che potranno guidarci verso nuove forme di futuro vengano dall'alto, dai politici, dagli intellettuali, dai partiti, dalle chiese... L'innovazione sociale ci mostra un'altra strada basata su una moltitudine di iniziative dal basso, di esperimenti quotidiani per uscire dal fallimento del presente.

2 – Può indicarci un'iniziativa, realizzata da lei o da altri, che si caratterizza per un alto livello di innovazione sociale?

Siamo in un periodo di crisi e di stasi. Questa crisi si deve in gran parte alla nostra incapacità di creare una struttura sociale adatta a sfruttare la produttività delle tecnologie d'informazione e comunicazione. Nella nostra missione di "creare ponti" per accelerare questi processi, sicuramente l'esperimento di RURALHACK.org è quello che ci ha dato e continua a darci grandi soddisfazioni. Abbiamo individuato infatti nel movimento sempre crescente di giovani che tornano a recuperare le loro terre, o continuano il lavoro della aziende agricole dei genitori o che addirittura decidono di cambiare vita per darsi all'a-

gricoltura. Sono questi più di altri che, in maniera consapevole o inconsapevole, riescono a produrre impatti positivi sulle economie locali, sull'ambiente e nelle comunità delle aree interne e marginali. Con RuralHack abbiamo creato un ponte con il mondo dell'innovazione tecnologica per capire come e se fosse possibile "domare" le tecnologie digitali a sostegno dei giovani neorurali fornendo occasioni di incontro, ricerca, workshop mirati. Il tutto sembra aver dato risultati sorprendenti accelerando i processi di innovazione. Anche l'Istituto dei Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA) del Ministero dell'Agricoltura ci ha affidato l'organizzazione di workshop per sostenere progettualità per 200 giovani innovatori dell'agrifood in tema di tecnologie 4.0.

3 – Quale futuro vede per l'innovazione sociale?

È dagli anni Settanta che le fabbriche sono robotizzate, ma producono sempre le stesse cose, ed è dagli anni Novanta che esiste Internet ma rimane in gran parte un medium pubblicitario. Siamo ancora dentro al paradigma consumistico, quello nato negli anni Trenta come risposta a una crisi, essenzialmente di sovrapproduzione industriale. Ma la nostra crisi è un'altra crisi: il paradigma consumistico non solo non può contenere la nuova produttività che risulta da processi produttivi computerizzati, ma non è più sostenibile da un punto di vista energetico e ambientale. Per andare avanti dobbiamo ripensare tutto in modo radicale, non possiamo aspettarci che il futuro sarà come il passato: dobbiamo ripensare i nostri sistemi di produzione materiale in modo che integrino

il riciclo e il recupero come un elemento centrale, dobbiamo ripensare i nostri sistemi di trasporto, di produzione energetica, di produzione e consumo agroalimentare.

Ebbene, per far funzionare un tale processo l'impresa si deve fare società: deve realmente contribuire al processo di creazione collettivo di valore, lavorando insieme ai suoi stakeholder per un obiettivo bene comune. Con il nostro gruppo di ricerca abbiamo risemantizzato la parola "Societing" proprio per denotare esattamente questi processi. Se il marketing, insieme alla rivoluzione manageriale e all'emergere delle imprese moderne, ha rappresentato la risposta alla prima estensione delle catene produttive

che ebbe luogo con l'arrivo del capitalismo industriale a fine Ottocento,

il societing è la risposta alla socializzazione della capacità produttiva che vediamo adesso.

Societing, così inteso, va oltre le idee di postmoderno o di un consumatore sempre più produttivo: costituisce un nuovo modo di fare impresa e una nuova concezione del valore che siano adatti a una nuova situazione produttiva e alle nuove sfide che ci aspettano.

Alex Giordano docente di Marketing, Comunicazione e Pubblicità presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università Federico II° di Napoli e Direttore scientifico www.ruralhack.org. Pioniere della cultura digitale e antropologo dell'innovazione è considerato tra i principali esperti di social innovation, sharing economy e di innovazione sociale e tecnologica applicata a food e agricoltura. È stato il fondatore di Ninjamarketing.it e digital strategist consultant per diverse aziende italiane. Membro dello IADAS (Accademia Internazionale di Arti e Scienze Digitali) di New York. Docente di Social Innovation e Società delle Reti presso lo IULM di Milano e presso il dipartimento di Scienze Sociali l'Università Federico 2° di Napoli si occupa dei temi della complessità applicati al rapporto tra infosfera e comunità locali trattando i temi dell'interazione culturale (piccole comunità/migranti), delle relazioni intergenerazionali (giovani/anziani) e dei rapporti tra centri e periferie. È il fondatore e co-direttore del Centro Studi Etnografia Digitale dove da sempre si occupa di Netnografia importando metodologie di estrazione antropologiche nello studio dei social e dei big data. È animatore del gruppo di ricerca sul Societing con Adam Ardivisnon con il quale organizza da diversi anni una summer school sui temi del cambiamento sociale, della social innovation, del paltform cooperativism e della sharing economy. Attualmente conduce il programma di ricerca Rural Hack che lavora sull'open hardware ed approcci DIY per l'agricoltura di precisione e su approcci innovativi alle strategie di sviluppo locale territoriali destinate ai territori rurali, alle aree interne ed alle comunità locali.

3

PARTE

DALLA TEORIA ALLA PRATICA:
ESEMPI DI ATTIVITÀ E
DI PROGETTI

In questa sezione vengono proposti alcuni dei tanti progetti attivati a livello nazionale. Nell'esigenza della sintesi, abbiamo privilegiato progetti che presentassero caratteristiche di replicabilità o che approcciassero l'innovazione sociale da diversi punti di vista: il coinvolgimento di più attori del territorio, l'aver affrontato un problema sociale che era stato fino a quel momento poco considerato, cercando comunque di trasferire risultati significativi.

La galleria è in fase di arricchimento e i progetti possono essere segnalati alla casella csr@csrpiemonte.it.

- Torino Social Impact
- Co-City
- Next Energy
- Social Innovation Academy
- Local To You
- Primo miglio
- Cangiarì
- Made In Carcere
- Addiopizzo Travel
- I circuiti di credito commerciale
- Farm Cultural Park
- Fokus – Fondazione Quartieri Spagnoli
- RES – Rete italiana di Economia Solidale
- Green Station

TORINO SOCIAL IMPACT

Torino Social Impact è una piattaforma aperta a tutti i soggetti che operano nell'area metropolitana torinese nel campo dell'innovazione sociale e della finanza a impatto sociale e offre servizi diversi: finanziamenti, mentoring, formazione etc.

L'iniziativa nasce dall'osservazione che si stia affermando, a livello globale, una nuova generazione di innovatori, imprese ed investitori finanziari che, sfruttando la tecnologia, sanno coniugare la capacità di produrre intenzionalmente impatti sociali positivi con la sostenibilità e la redditività economica e finanziaria.

A Torino sono presenti tutte le risorse necessarie per intercettare questa opportunità: un robusto sistema di competenze scientifiche e tecnologiche, un terzo settore che coniuga una vocazione sociale civile e religiosa con significative capacità imprenditoriali, un sistema industriale caratterizzato dal saper fare e radicato nella società, incubatori e acceleratori sociali e importanti capitali orientati all'impatto sociale, grazie a fondazioni bancarie, banche specializzate, fondi di investimento ad impatto sociale, filantropi.

Obiettivo dell'alleanza tra istituzioni, imprese pubbliche e private è rendere Torino il miglior ecosistema europeo per l'imprenditorialità e gli investimenti ad impatto sociale e ad elevato contenuto tecnologico.

Tra i progetti più interessanti in corso segnaliamo Torino City Lab, il laboratorio di innovazione aperto e diffuso della città di Torino. L'iniziativa nasce per supportare le aziende nelle attività di co-sviluppo e testing di soluzioni innovative in condizioni reali sul territorio torinese e in risposta a sfide urbane.

Le imprese possono sottoporre il loro progetto di sperimentazione grazie a una call sempre aperta sul sito www.torinocitylab.it. Un team dedicato analizza la fattibilità delle proposte e procede con il rilascio delle autorizzazioni nel minor tempo possibile.

Il modello Torino City Lab è l'evoluzione dell'esperienza Torino Living Lab, avviata dalla Città di Torino nel 2016 per promuovere la realizzazione

di Laboratori di Innovazione sul territorio abilitando il co-sviluppo ed il testing di idee e soluzioni innovative per il “vivere urbano” in un contesto reale. Il tutto con l’obiettivo di rendere le soluzioni sostenibili per il target di riferimento e di conseguenza supportandole nella fase di raggiungimento del mercato.

Per maggiori informazioni
www.torinosocialimpact.it

CO-CITY

Co-City è uno dei progetti vincitori del primo bando europeo Urban Innovative Actions – UIA. Attivo dal 2018 a Torino, promuove nuove forme di amministrazione condivisa con la cittadinanza, ai sensi del Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura, la gestione condivisa e la rigenerazione dei beni comuni urbani di Torino.

Il progetto sperimenta possibili risposte alla crisi economica attraverso la gestione condivisa dei beni

comuni urbani. Torino promuove in questo modo un nuovo tipo di relazione tra cittadini e amministrazione locale dove la collaborazione è l'elemento decisivo per far emergere un nuovo senso

di comunità e nuove opportunità per la produzione di servizi innovativi.

Il Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione prevede la costituzione di Patti di Collaborazione, che diventano lo strumento per governare la co-progettazione e la gestione condivisa delle attività.

I patti di Co-City riguardano tre ambiti: periferie, culture urbane e avvio di attività in edifici in disuso; piattaforme di servizio pubblico sottoutilizzate; cura dello spazio pubblico.

Attraverso una consultazione pubblica sono state presentate più di 100 proposte di patto da parte di cittadini e associazioni.

Di queste, 54 proposte hanno superato la fase di selezione e sono oggetto di co-progettazione per giungere alla formulazione di patti di collaborazione.

Le attività di co-progettazione hanno avuto inizio nel mese di marzo 2018. Ai tavoli prendono parte i cittadini proponenti, i tecnici del Comune e delle Circoscrizioni che definiranno nel dettaglio le regole, i contenuti e il vero e proprio patto di collaborazione.

Per maggiori informazioni

www.retecasesedelquartiere.org

www.comune.torino.it/benicomuni

NEXT ENERGY

Il progetto, nato dalla collaborazione tra Terna, Fondazione Cariplo e Cariplo Factory, è alla sua terza edizione e intende valorizzare i talenti e sostenere la crescita di team, startup e imprese con progetti innovativi che abbiano caratteristiche di sostenibilità ambientale.

Il tema di fondo è Interazione tra infrastrutture elettriche e territorio e l'obiettivo è favorire l'integrazione degli asset di Terna con il territorio e lo sviluppo di soluzioni e tecnologie dedicate all'innovazione del sistema energetico.

Next Energy si rivolge a giovani neolaureati in Ingegneria, Matematica, Fisica, Statistica ed Economia (Call For Talents) che avranno accesso ad un percorso di stage d'eccellenza. Nello specifico, Next Energy offre a 10 giovani neolaureati la possibilità di svolgere uno stage della durata di 6 mesi in Terna che prevede una fase formativa iniziale a Roma, presso il Campus Terna, e un percorso di "training on the job" presso una delle sedi di Terna all'interno di team impegnati in attività di gestione di progetti a carattere innovativo.

Next Energy prevede inoltre due call dedicate a team di innovatori, startupper e imprese innovative da sostenere attraverso un programma di empowerment imprenditoriale (Call for Ideas e Call For Growth).

Per maggiori informazioni
<https://nextenergy.cariplofactory.it/>

SOCIAL INNOVATION ACADEMY

La Social Innovation Academy nasce all'interno di Mind (Milano Innovation District) per sperimentare e sviluppare nuove proposte formative e progettuali in tutti gli ambiti dell'innovazione sociale e dello sviluppo sostenibile e per stimolare la contaminazione tra il sapere e gli attori del territorio.

Ristrutturata da Arexpo SpA, nasce negli spazi dell'ex stalla/mercato di Cascina Triulza, che oggi con la presenza di Lendlease, futuro sviluppatore dell'area Expo, è diventata il centro strategico e direttivo del progetto di sviluppo di Mind.

La Social Innovation Academy è uno spazio di co-progettazione e di collaborazione aperto a tutti: le organizzazioni del terzo settore e dell'economia civile, gli enti filantropici, le università e i centri di ricerca, le istituzioni pubbliche e le aziende interessate a promuovere l'innovazione e l'impatto sociale. Ospita un centro di ricerca internazionale sulla robotica educativa, un polo permanente per la divulgazione finanziaria, un centro di formazione sullo sviluppo dei talenti e un hub per l'innovazione e la gestione dell'impatto nell'impresa sociale.

I partner e promotori dell'iniziativa sono Fondazione Enaip Lombardia, UBI Banca, Stripes Cooperativa Sociale Onlus, le agenzie formative di Confcooperative Lombardia (Irecoop Lombardia) e Legacoop Lombardia (Cesvip Lombardia), il progetto BEEurope promosso da Fondazione Triulza in partnership con Fondazione Cariplo.

I primi temi e ambiti di attività che saranno sviluppati riguardano: lo sviluppo del talento, delle emozioni e del potenziale; la finanza responsabile e d'impatto ed economia civile; la robotica educativa e le tecnologie digitali; la formazione su innovazione e impatto sociale per cooperative e imprese sociali; la progettazione europea e internazionale in ambito sociale.

Per maggiori informazioni

www.fondazionetriulza.org/it/page/social-innovation-academy/1184/

LOCAL TO YOU

L'obiettivo di Local To You è rendere accessibile il buon cibo a tutti, selezionando prodotti di qualità, al miglior prezzo per chi acquista e per chi produce, consegnandolo direttamente nelle mani dei clienti.

L'idea è di partire dalla selezione di prodotti non perfetti ma autentici nel gusto, ricercando metodi di coltivazione e di lavorazione biologici e biodinamici, rispettosi per l'ambiente e per la salute, produzioni artigianali che rispettino i cicli stagionali.

Ha creato un contatto diretto tra fornitori e fruitori del servizio, riconoscendo il giusto valore ai prodotti e contribuendo allo sviluppo dell'economia agricola e locale. Il progetto oggi riunisce decine di fornitori che ogni giorno lavorano la terra con passione e dedizione. Tra i fornitori anche tre Cooperative sociali - La Fraternità, Arca di Noè e Pictor - che svolgono da molti anni attività di inserimento lavorativo di persone svantaggiate realizzando percorsi educativi e di riscatto sociale attraverso il lavoro in agricoltura.

LocalToYou è certificata per la vendita del biologico da ICEA sin dalla sua nascita ed è certificata B Corp.

Per maggiori informazioni

www.localtoyou.it/

PRIMO MIGLIO

Primo Miglio - acceleratore di startup responsabili - nasce con l'obiettivo di favorire la crescita e lo sviluppo di nuove imprese che danno risposte alle necessità reali delle persone per migliorare il modo di lavorare, di nutrirsi, di curarsi, di divertirsi e di vivere e sviluppare un'economia sana, trasparente e responsabile.

Offre un programma di incubazione e accelerazione gratuito, sostenuto da consulenti professionisti e imprese del territorio che integra le competenze di 13 enti aderenti, tra cui Regione Emilia Romagna, Camera di Commercio della Romagna, Figli del Mondo.

Caratteristica peculiare di Primo Miglio è l'inserimento nel percorso di accelerazione di interventi formativi sia per la maturazione della complementarietà di competenze del team dei proponenti sia per stimolare le startup a divenire socialmente responsabili.

Primo Miglio è in grado di offrire consulenze utili all'avvio d'impresa in numerosi ambiti, ad esempio giuridico (forme d'impresa, responsabilità libri sociali, registro imprese etc.), fiscale (imposte, reddito, valore aggiunto etc.), risorse umane; finanziario (affinamento e valutazione del business plan diritto commerciale etc.), team building, marketing avanzato d'impresa.

Le startup selezionate e accelerate da Primo Miglio hanno la possibilità di presentare il proprio progetto alle imprese del territorio aderenti al progetto Primo Miglio con l'obiettivo di valutare possibili investimenti e/o occasioni di co-business. Le imprese benefit oriented, allo stesso modo, saranno sottoposte all'attenzione delle organizzazioni di categoria del settore sociale e alle imprese non profit del territorio con l'obiettivo di valutare processi di valorizzazione dell'esperienza d'impresa nell'ambito del terzo settore.

Per maggiori informazioni

www.figlidelmondo.org/portfolio/primomiglio-acceleratore-startup-responsabili/

CANGIARI

È il primo marchio etico nel segmento alto della moda italiana, nato per dare un utilizzo nuovo ai preziosi tessuti della grande tradizione della tessitura a mano calabrese – di origine greca e bizantina – che rischia di scomparire.

Cangiari è un'iniziativa del gruppo cooperativo Goel che ha come mission il cambiamento e il riscatto della Calabria attraverso l'affermazione piena della libertà da poteri oppressivi e logiche clientelari, la democrazia effettiva attraverso la pratica diffusa della partecipazione e della sussidiarietà, l'equità sociale ed economica, la pari opportunità delle persone e fasce sociali più deboli e marginali, la pari dignità per tutti, il bene comune delle comunità locali e dei territori, la solidarietà tra territori e tra gruppi sociali, la nonviolenza attiva come via maestra di risoluzione dei conflitti, la salvaguardia dell'ambiente e dell'ecosistema in funzione dell'umanità, la libertà di mercato e la sua effettiva accessibilità, la libertà di concorrenza.

Su questi valori nasce anche Cangiari: un'iniziativa etica a 360°, perché non solo i tessuti, i filati, le colorazioni utilizzate sono biologici, naturali ed ecologici, ma nella filiera di produzione vengono inserite al lavoro donne disoccupate e/o svantaggiate.

Cangiari si caratterizza per i suoi tessuti prodotti al telaio a mano, dove la tradizione si unisce a ricerca e innovazione per dare vita a prodotti unici, con preziose rifiniture sartoriali. I capi possono essere altamente personalizzati, grazie al controllo diretto di tutta la filiera di produzione, totalmente Made in Italy e formata dalle cooperative sociali del Gruppo GOEL.

Per maggiori informazioni

www.cangiari.it

www.goel.coop

MADE IN CARCERE

Made in Carcere nasce nel 2007 a Lecce da un'idea di Luciana Delle Donne, fondatrice della cooperativa sociale Officina Creativa. Il progetto riguarda la produzione di manufatti "diversa(mente) utili", borse e accessori originali e colorati, confezionati da donne al margine della società: detenute alle quali viene offerto un percorso formativo, con lo scopo di un definitivo reinserimento nella società lavorativa e civile.

In carcere le detenute hanno l'opportunità di imparare un mestiere e hanno un regolare contratto. Questo permette di raggiungere tre importanti obiettivi: acquisire una competenza sartoriale; imparare a lavorare, conseguire un metodo di lavoro e avere la responsabilità degli impegni assunti; aiutare la famiglia all'esterno grazie alla retribuzione.

Lo scopo principale di Made in Carcere è di diffondere la filosofia della "seconda opportunità" per le donne detenute e della "doppia vita" per i tessuti. Un messaggio di speranza, concretezza e solidarietà, ma anche di libertà e rispetto per l'ambiente.

Made in Carcere vuole essere infatti un incubatore di innovazione e inclusione sociale, che permetta a persone ai margini della società di crescere e individuare il proprio potenziale d'azione, e ai tessuti scartati di rinascere come materia prima e assumere valore sociale.

Il risultato è un prodotto "utile e futile" dallo stile giovanile e originale, che nasce da qualcosa che già c'è, che quindi fa "un buon uso del mondo". Dai tessuti offerti da imprese del settore tessile nascono borse di diversi tipi e dimensioni, braccialetti, portachiavi, fasce per capelli, utilizzati come gadget etici e corporate gift da numerose aziende, ma anche fondazioni, organizzazioni non profit, università e pubbliche amministrazioni.

Per maggiori informazioni

www.madeincarcere.it/it/

ADDIOPIZZO TRAVEL

Il progetto Addiopizzo Travel nasce nel novembre 2009 dal Comitato Addiopizzo come ulteriore declinazione della strategia del consumo critico contro il pizzo, applicata al settore del turismo. Oggi è una cooperativa sociale e tour operator che propone turismo etico per chi dice no alla mafia. Alla scoperta dei luoghi e delle storie più significative della lotta antimafia, per regalare un'esperienza di vera partecipazione. Con la consapevolezza di non lasciare nemmeno un centesimo alla mafia.

L'obiettivo è mostrare ai viaggiatori il volto più autentico e genuino della Sicilia, al di là degli stereotipi e dei luoghi comuni, restituire dignità al territorio e dare visibilità a un popolo che sta lottando per il cambiamento coinvolgendo gli ospiti in questa esperienza e trasmettendo loro lo stesso entusiasmo.

Tutti i fornitori a cui si rivolge non pagano il pizzo: sono titolari di alberghi, B&B, ristoranti, aziende agricole e agenzie di trasporti che hanno fatto una scelta coraggiosa di ribellione alla mafia. Alcuni di loro lavorano su terreni confiscati ai boss di Cosa nostra. Si tratta di strutture ricettive certificate da Addiopizzo e tour al 100% pizzo-free.

Il cliente di Addiopizzo Travel sceglie consapevolmente di contribuire allo sviluppo di un circuito di economia pulita, di sostenere con una donazione le realtà del volontariato impegnate in prima linea nel sociale, di stare dalla parte della legalità.

L'iniziativa si sostiene tramite donazioni delle associazioni non profit impegnate nel sociale e coinvolte attivamente nei tour: il Comitato Addiopizzo onlus, Casa Memoria Peppino e Felicia Impastato a Cinisi, Libera, il Centro Sociale San Francesco Saverio, il Centro Siciliano di Documentazione "Giuseppe Impastato". Il progetto è sostenuto anche dall'Assessorato Regionale al Turismo della Regione Siciliana.

Per maggiori informazioni

www.addiopizzotravel.it/

I CIRCUITI DI CREDITO COMMERCIALE

Il primo circuito di credito commerciale nato in Italia è Sardex.net, una piattaforma che ripensa l'economia locale: interconnessa, collaborativa e sostenuta dalla forza del gruppo e dalla fiducia reciproca.

È un circuito economico integrato progettato per facilitare le relazioni tra soggetti economici operanti in un dato territorio e per fornire loro strumenti di pagamento e di credito paralleli e complementari.

Grazie ai prodotti e servizi messi a disposizione dal circuito, le imprese del territorio possono farsi conoscere, incrementare le vendite, disporre di un conto corrente aggiuntivo su cui far transitare parte del valore degli affari generati all'interno del circuito, disporre di una anticipazione in conto corrente proporzionale al giro d'affari presumibilmente realizzabile all'interno del circuito per sostenere spese aziendali correnti o nuovi investimenti.

È un'innovativa modalità di referral marketing che utilizza strumenti e servizi pensati per far circolare ricchezza nel territorio in cui si lavora, ed è sostenuta dalla fiducia reciproca tra imprenditori che li utilizzano.

A partire dal grande successo del Circuito sardex.net, gruppi di imprenditori su tutto il territorio italiano hanno fondato, in collaborazione e sul modello di Sardex, una serie di circuiti gemelli, oggi operativi in buona parte delle regioni d'Italia, riuniti sotto la comune denominazione di Circuito di Credito Commerciale®. In Umbria è nato Umbrex, in Lombardia Linx, in Emilia Romagna Liberex, in Molise e nel Sannio Samex e tanti altri.

Ogni circuito condivide regole, processi, mission, vision e valori comuni, il cui allineamento è garantito anche dalla comune sottoscrizione di un codice etico riconosciuto da ogni circuito come principio ispiratore di qualsiasi altra norma e/o regolamento interno. Un network di network locali, con i piedi ben piantati sul proprio territorio ma con lo sguardo aperto al mondo!

Per maggiori informazioni

www.sardex.net/

FARM CULTURAL PARK

Farm Cultural Park è un Centro Culturale Indipendente dove arte e cultura sono strumenti per dare alla Città di Favara una nuova identità e una dimensione di futuro. Farm Cultural Park nasce dalla intuizione di Florinda e Andrea, anime del progetto di rinascita di Favara (AG) che in meno di dieci anni ha posizionato la Sicilia internazionalmente tra le avanguardie dell'innovazione sociale attraverso i linguaggi della contemporaneità.

A partire dal 2010 hanno recuperato un'area urbana parzialmente spopolata e degradata (i "sette cortili") nel cuore di Favara, in provincia di Agrigento. Hanno costruito un centro culturale indipendente di nuova generazione che ha ospitato centinaia di migliaia di persone interessate alla rigenerazione urbana dal basso, e che ne attira migliaia ogni anno, generando confronto, conoscenza ma anche indotti territoriali.

Hanno costruito musei e scuole di architettura per bambini, perché credono che solo scommettendo sulle giovanissime generazioni può esistere una qualche speranza per il futuro.

Su questo tema hanno vinto il bando "Nuove Generazioni" di www.conibambini.org/ per il contrasto delle povertà educative, con un progetto destinato a bambini e adolescenti tra i 5 e i 14 anni e hanno in cantiere "Libera Tutti" – un nuovo progetto di comunità vincitore del bando "PRENDI PARTE! Agire e pensare creativo" promosso dalla Direzione Arte, Architettura contemporanee e Periferie Urbane (DGAAP) del Ministero per i Beni e le attività culturali – per realizzare attività creative nelle aree caratterizzate da situazioni di marginalità economica e sociale, con il coinvolgimento di giovani tra i 18 e i 29 anni, soprattutto NEET (ragazzi che non studiano e non lavorano).

Per maggiori informazioni
www.farmculturalpark.com

FOQUS – FONDAZIONE QUARTIERI SPAGNOLI

Il progetto FOQUS ha avvio nel 2014 a Napoli, nel cuore dei Quartieri Spagnoli. È un progetto sperimentale di rigenerazione delle funzioni e della destinazione dell'intero ex Istituto Montecalvario.

Si tratta di un complesso di 6.000 mq circa, parte del quale fu fondato, insieme alla vicina chiesa di Santa Maria di Montecalvario, nel 1560. Dal XVI secolo e fino al 2012, l'Istituto ha svolto ininterrottamente attività educative e di assistenza ai bambini e ai ragazzi dei Quartieri Spagnoli. Nel 2012 la Congregazione delle Figlie della Carità di San Vincenzo de' Paoli e Santa Luisa di Marillac ha deciso di sospendere l'attività educativa dell'Istituto e ha proposto all'Impresa Sociale Dalla Parte Dei Bambini di rilevarne a titolo oneroso l'attività nei Quartieri.

Dalla Parte Dei Bambini ha garantito la continuità immediata alla scuola primaria e dell'infanzia, e nel 2014 ha costituito la Fondazione Quartieri Spagnoli FOQUS, unico responsabile del progetto di rigenerazione urbana. FOQUS ha avviato il recupero di diverse parti dell'edificio e la formazione di alcuni gruppi di giovani e donne verso esperienze di autoimprenditorialità, per creare nuova occupazione, costruire nuove imprese cooperative, ospitare imprese indipendenti, pubbliche e private, tutte impegnate nei campi della formazione, dell'istruzione, delle industrie culturali e creative e dei servizi alla persona.

FOQUS vuole sperimentare a Napoli un diverso modo di intendere le politiche sociali: promuovendole a iniziativa privata, impostate su principi di cooperazione, sostenibilità effettiva, imprenditorialità civica, assunzione di responsabilità, nella convinzione che le prime forme di prevenzione dall'esclusione sociale siano la conoscenza, il sapere e la formazione – strumenti per una reale partecipazione attiva.

L'obiettivo primario è il contrasto all'emarginazione e lo sviluppo socio-economico di questa parte di città, anche attraverso la creazione di nuova impresa e nuova occupazione, sia diretta, sia attraverso spin-off, incubatori di impresa, programmi di apprendistato e tirocinio, insediamento di nuove imprese e iniziative pubbliche e private.

Per maggiori informazioni

www.foqusnapoli.it

RES – RETE ITALIANA DI ECONOMIA SOLIDALE

La Rete Italiana di Economia Solidale (RES) è aperta a tutte le realtà che già operano, o che intendono agire ispirandosi ai valori e ai principi dell'economia solidale.

Le pratiche di economia solidale si identificano dai seguenti elementi: nuove relazioni tra i soggetti economici basate sui principi di reciprocità e cooperazione; giustizia e rispetto delle persone; rispetto dell'ambiente; partecipazione democratica; impegno nell'economia locale e rapporto attivo con il territorio; disponibilità a entrare in relazione con le altre realtà dell'economia solidale condividendo un percorso comune; impiego degli utili perscopi di utilità sociale. Nel processo di attivazione della RES i territori possono attivare "distretti di economia solidale" (DES), che si configurano come laboratori di sperimentazione civica, economica e sociale. I soggetti dei DES comprendono imprese, associazioni; consumatori, investitori, lavoratori, enti locali che intendono favorire sul proprio territorio la nascita e lo sviluppo di esperienze di economia solidale. Il DES è quindi una realtà territoriale, economica e sociale che persegue la realizzazione dei principi di cooperazione e reciprocità, valorizzazione del territorio, sostenibilità sociale ed ambientale, attraverso la partecipazione attiva dei soggetti alla definizione delle modalità concrete di gestione dei processi economici propri del distretto.

I soggetti appartenenti ai DES possono, in accordo con la RES, delineare i criteri per l'attribuzione di "marchi" al fine di valorizzare i prodotti e processi caratteristici dell'economia solidale. Possono altresì essere collegati, oltre che a livello locale, anche con soggetti analoghi in altri territori (reti settoriali) e, per alcuni prodotti o campi di azione, con esperienze di economia solidale di altri paesi e continenti. L'insieme dei soggetti, singoli ed organizzati, dei distretti, delle reti settoriali di economia solidale, collegati in vario modo fra di loro, costituisce la Rete italiana dell'economia solidale. Tra i DES più attivi si segnalano quelli del Trentino.

Per maggiori informazioni

www.lisolachece.org/sites/default/files/files/download/cartareso703.pdf
www.economiasolidaletrentina.it/des/

GREEN STATION

Dal 22 giugno 2018 la stazione di Pontecagnano in provincia di Salerno ha cambiato look: da non-luogo a bene comune. Grazie al circolo Legambiente Occhiverdi di Pontecagnano la stazione è stata trasformata in un centro di innovazione sociale e culturale per i viaggiatori e punto di incontro di culture diverse, un centro per favorire la sostenibilità, il volontariato e gli scambi europei tra giovani, ma anche per proporre ai cittadini una nuova visione di mobilità, per promuovere le bellezze del territorio e un turismo slow orientato all'uso di trasporti rispettosi della natura. Una stazione che si apre quindi al territorio, diventa polo di attrazione urbana, centro di servizi e funzioni polivalenti dedicato a tutti gli abitanti. Un luogo di cui andare fieri e che non esiste altrove.

A marzo 2018 Legambiente Occhi Verdi ha ricevuto in comodato gratuito i locali del primo piano della stazione nell'ambito di un accordo tra Legambiente e FS Italiane. 100 metri quadri abbandonati da anni che, grazie a una ristrutturazione orientata ai principi della sostenibilità ambientale sono tornati a vivere. I tre ambiti principali del progetto sono: turismo sostenibile; volontariato europeo con le comunità locali; educazione ambientale.

Pontecagnano è in una posizione strategica per il turismo della Regione Campania e la stazione è luogo ideale per realizzare un punto di informazione e formazione per operatori turistici e turisti in grado di connettere i viaggiatori al ricco tessuto culturale e naturalistico della zona. La stazione è anche Casa del volontariato europeo: punto di incontro tra culture e tradizioni diverse attraverso lo strumento del volontariato costruito con le comunità locali.

Il Centro di Educazione Ambientale del Circolo Occhi Verdi utilizza gli spazi della stazione per realizzare corsi, lezioni, laboratori aperti alle scuole, alla cittadinanza, ad altre associazioni presenti sul territorio per accompagnare i destinatari nella conoscenza e nell'approfondimento di tematiche in grado di generare comportamenti consapevoli e sostenibili.

Per maggiori informazioni

www.produzionidalbasso.com/project/diamo-nuova-vita-alla-stazione-di-pontecagnano

CONCLUSIONI

The image features a minimalist, abstract geometric design. The background is divided into three main sections: a dark blue triangle in the upper left, an orange triangle in the lower left, and a white triangular area in the center and right. The word "CONCLUSIONI" is printed in a clean, white, sans-serif font, centered in the upper portion of the dark blue area.

Al termine di questo breve percorso si conferma che l'innovazione sociale è un processo creativo che molto spesso coinvolge soggetti diversi.

A volte l'innovazione può spaventare perché genera incertezza, mette in discussione assetti consolidati e introduce elementi di trasformazione che richiedono responsabilità e relazioni tra i diversi attori sociali.

Porta risultati positivi perchè:

- stimola il dibattito
- promuove la collaborazione
- aiuta a definire metodi di partecipazione dei cittadini alla gestione dei beni pubblici
- favorisce l'inclusione sociale.

L'impatto di una pratica innovativa è tanto più elevato quanto più inclusivo è il processo di coinvolgimento della comunità. Per generare soluzioni positive per tutti.

APPENDICE



20 PROLE PER CAPIRE L'INNOVAZIONE SOCIALE

1 - Business angel

Il business angel è un investitore disposto ad investire nelle piccole-medie imprese, mediante partecipazione al capitale di rischio, nelle fasi di start-up con la finalità di ricavare un elevato ritorno sull'investimento.

2 - Business Innovation Center

Centri servizi per l'innovazione rivolti alle piccole e medie imprese avviati nel 1984 sotto la spinta della commissione europea.

3 - Capitale sociale

L'insieme delle relazioni sociali di cui un soggetto individuale (per esempio un imprenditore o un lavoratore o anche una semplice persona) o un soggetto collettivo (privato o pubblico) dispone in un determinato momento. Attraverso il capitale di relazioni si rendono disponibili risorse cognitive, come le informazioni, o normative, come la fiducia, che permettono agli attori di realizzare obiettivi che non sarebbero altrimenti raggiungibili, o lo sarebbero a costi molti più alti.

4 - Changemaker

Persone che hanno l'obiettivo di rendere il mondo un posto migliore attraverso le proprie idee e il proprio lavoro.

5 - Collaborative innovation

Processo di innovazione che si basa sullo sviluppo di beni e servizi a partire dalla condivisione di idee tra più partner che interagiscono e collaborano con l'obiettivo di sviluppare soluzioni innovative anche in un ambiente esterno all'impresa. Questa strategia può generare nuove opportunità di business, fondate su un modello aperto di condivisione della conoscenza.

6 - Coprogettazione

La co-progettazione riguarda la definizione di progetti innovativi e sperimentali di servizi, interventi e attività complesse da realizzare in partenariato tra amministrazioni e privato sociale e che si basa sui principi

di sussidiarietà, trasparenza, partecipazione e sostegno dell'impegno privato nella funzione sociale.

7 - Cross fertilization

La cross-fertilization è la fertilizzazione incrociata, un concetto nato nelle scienze naturali che si sta diffondendo. Un nuovo modo di intendere la partnership: non più un accordo prevalentemente tattico ma una modalità di collaborazione strategica tra i diversi attori (imprese, enti locali, società civile) che può aiutare a migliorare sviluppo e competitività. La cross-fertilization quindi è un processo di scambio di conoscenze, idee e suggestioni, ancora prima che venga avviata una vera e propria partnership.

8 - Crowdsourcing

Modello di business nel quale un'impresa o un'istituzione esternalizza la progettazione, la realizzazione o lo sviluppo di un progetto, prodotto o idea ad un gruppo informale di persone non organizzate in una comunità preesistente. Si avvale di apposite piattaforme presenti sul web.

9 - Crowdfunding

Processo di finanziamento dal basso attraverso il quale un gruppo di persone utilizza il proprio denaro, mettendolo in comune, per sostenere la realizzazione di progetti di altre persone o organizzazioni. Come per il crowdsourcing, anche per il crowdfunding esistono piattaforme online attraverso le quali è possibile raccogliere fondi per la realizzazione di progetti di qualsiasi genere.

10 - Disseminazione

Processo di diffusione delle informazioni relative ai risultati di un progetto. Si riferisce a tutte le azioni comunicative messe in atto con l'obiettivo di rendere visibili e valorizzare i risultati di un'iniziativa affinché possano a loro volta produrre altri risultati nel tempo e generare un impatto al di là del periodo di realizzazione delle attività progettuali. La disseminazione è quindi un processo che mira a ottimizzare il valore dei risultati di un progetto, affinché possano essere trasferiti in modo sostenibile e divengano parte integrante dei sistemi e delle pratiche esistenti a livello locale o globale. Disseminazione è un modo per generare.

11 - Green bond

Strumento finanziario la cui emissione è legata a progetti che hanno un impatto positivo per l'ambiente, come l'efficienza energetica, la produzione di energia da fonti pulite, l'uso sostenibile dei terreni etc. I Green bond permettono infatti di finanziare vari tipi di progetti con caratteristiche di sostenibilità ambientale

12 - Impatto ambientale

L'insieme degli effetti sull'ambiente, negativi come positivi, generati da un'azione, un evento, un comportamento o un'attività definiti sulla base di indicatori di tipo scientifico, economico e di relazione. Valutare l'impatto ambientale di ciò che si intende fare o sviluppare permette di prevederne con anticipo le ricadute sul territorio.

13 - Impatto sociale

Influenza che un'impresa, un'organizzazione o un attore sociale è in grado di generare sul contesto circostante attraverso l'adozione di atteggiamenti, comportamenti e scelte quotidiane e strategiche. L'impatto sociale può essere virtuoso o vizioso a seconda della natura dell'investimento, producendo esternalità positive o negative. Nel medio lungo periodo, comportamenti positivi inducono la comunità ad adottare comportamenti altrettanto positivi mettendo in moto cambiamenti sociali in modo trasversale, su più livelli d'influenza e con ricadute nel lungo periodo. Viceversa, comportamenti negativi incentiveranno all'adozione di atteggiamenti negativi mettendo in moto contaminazioni sociali discutibili.

14 - Internet of Things

Con il termine Internet of Things o "IoT" o Internet delle Cose, si intende l'insieme di connessioni internet operate da oggetti e da luoghi, senza l'intervento di operatori umani. Attraverso chip e sensori inseriti al loro interno, gli oggetti sono in grado di interagire tra loro e con la realtà circostante, possono collegarsi alla rete, comunicare il proprio status e dati sul proprio operato, come statistiche ed altro, ed accedere ad informazioni utili per il proprio funzionamento, in modo del tutto automatico. Attualmente IoT trova le sue maggiori applicazioni nei settori della domotica, dei trasporti, della logistica, della medicina ma le

sue potenzialità sono infinite.

15 - Partnership Pubblico Privato - P.P.P

Si chiama PPP, Partnership Pubblico Privato, la collaborazione volontaria tra pubblico e privato per migliorare la vita della comunità. Si tratta di una collaborazione istituzionale e non contrattuale tra un ente locale e un'impresa che, secondo l'Unione Europea, può diventare uno strumento importante per realizzare misure efficaci per lo sviluppo sostenibile locale.

Le PPP possono essere uno strumento contrattuale per la realizzazione di opere di interesse collettivo sia modalità di collaborazione tra soggetti pubblici e soggetti privati attraverso la costruzione di un processo trasparente e supportato da strumenti di governance, monitoraggio e trasparenza. Le PPP hanno l'obiettivo anche di rafforzare la fiducia tra i diversi attori perché si basano sulla collaborazione, sulla costruzione di una comune metrica e di un comune obiettivo da raggiungere.

16 - Social Business

È un trend recente ma estremamente profondo che sta rivoluzionando il modo in cui le aziende operano e generano valore in collaborazione con il proprio ecosistema (dipendenti, clienti, partner, fornitori, stakeholder e altri). In base a questo trend, un'organizzazione, al fine di massimizzare lo scambio di valore tra se stessa e l'ecosistema di cui fa parte, mette in campo le strategie, le tecnologie ed i processi atti a coinvolgere sistematicamente tutti i suoi stakeholder.

17 - Social Impact Bond

Il Social Impact Bond (SIB) è uno strumento finanziario per promuovere e realizzare iniziative di innovazione sociale. Soggetti privati forniscono il capitale iniziale per gestire progetti sociali di natura preventiva (come l'educazione sanitaria o il reinserimento dei carcerati). Uno o più enti pubblici remunerano il capitale investito utilizzando parte dei risparmi generati grazie al successo dei progetti stessi (per esempio, meno malati e meno carcerati). La remunerazione avviene solo se i programmi raggiungono gli obiettivi sociali prefissati. I SIB hanno ricadute positive con benefici per tutte le parti interessate: gli enti pubblici favoriscono l'innovazione sociale senza rischiare risorse; gli investitori diversificano il

proprio portfolio e valorizzano il loro impegno sociale; le organizzazioni non profit beneficiano di finanziamenti più stabili e consistenti; i cittadini vedono aumentare l'offerta di servizi sociali per la comunità.

18-Social Smart City

Modello di città dove gli investimenti in capitale umano e sociale, nei processi di partecipazione, nell'istruzione, nella cultura e nelle infrastrutture per le nuove comunicazioni, alimentano uno sviluppo economico sostenibile che garantisce un'alta qualità di vita per tutti i cittadini attraverso una gestione responsabile delle risorse naturali e sociali e una governance partecipata.

19 - Valore condiviso

La teoria del valore condiviso (Creating Shared Value – CSV) è stata formulata nel 2011 da Michael Porter e Mark Kramer e considera la competitività di un'impresa e il benessere della società come strettamente legati. In quest'ottica, un'impresa dovrebbe ripensare il proprio modello di produzione in modo da creare valore economico e al contempo generare valore per la società nel suo complesso, rispondendo sia alle esigenze dell'azienda sia a quelle dei propri stakeholder. Il valore condiviso può rappresentare un'evoluzione del concetto di CSR, in cui l'integrazione della sostenibilità all'interno del business diventa fondamentale.

20 - Welfare generativo

Modello di welfare che si basa sulla rigenerazione delle risorse (già) disponibili, responsabilizzando le persone che ricevono aiuto, al fine di aumentare il rendimento degli interventi delle politiche sociali a beneficio dell'intera collettività.

IL PROGETTO CSRPIEMONTE

Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte condividono da anni il progetto CSRPIEMONTE, che si sviluppa sul territorio regionale e che ha come obiettivo diffondere la cultura d'impresa responsabile per migliorare la competitività del sistema produttivo, in particolare delle PMI. CSRPIEMONTE è anche un progetto per condividere esperienze e buone pratiche e per valorizzare l'impegno degli imprenditori responsabili. Il progetto, che si sviluppa su quattro fronti – monitorare, promuovere, divulgare, formare – si è arricchito nel tempo di diverse iniziative: dalla campagna IO ADERISCO ai Laboratori territoriali CSR; dall'attività di monitoraggio alla collana Imprese responsabili, una serie di pubblicazioni dedicate ai diversi aspetti della CSR. Tutte le iniziative e gli strumenti sono disponibili sul portale in costante aggiornamento: www.csrpiemonte.it

Il portale

Il portale www.csrpiemonte.it è un contenitore virtuale e virtuoso di materiali di comunicazione, testimonianze, esperienze, modelli e spunti utili agli imprenditori per adottare e sviluppare comportamenti responsabili e sostenibili. Il portale prevede uno spazio dedicato alla Vetrina delle imprese articolato in: Aziende responsabili in Piemonte; Casi di successo e buone pratiche; Rendicontazione sociale; Alcune eccellenze nazionali. Molto importante anche la sezione Kit attrezzi CSR al cui interno si trovano le aree: Benchmark europeo; Modelli; Spunti; Opportunità.

I Laboratori d'innovazione territoriale

I "Laboratori di Innovazione Territoriale" sono un'esperienza pilota nell'ambito del progetto CSRPIEMONTE.it. Si tratta di percorsi di incontro, dialogo e co-progettazione tra imprese molto diverse tra loro (start up e centenarie; grandi e micro...), accomunate dalla volontà di sperimentare percorsi innovativi di collaborazione per la creazione di valore condiviso nell'ambito di un futuro sostenibile. Abbiamo aggregato le energie di imprenditori, preferibilmente under 40, in possesso di un mindset da innovatori sociali, con l'obiettivo di favorire la contaminazione tra esperienze positive, la generazione di idee creative finalizzate a

progettare modelli collaborativi.

La collana **Imprese responsabili**

A partire dal 2011 il progetto CSRPiemonte si è arricchito della collana **Imprese responsabili**, una serie di pubblicazioni agili, di facile consultazione, utili a tutti coloro che vogliono avviare un percorso verso la Responsabilità Sociale d'Impresa. La collana **Imprese responsabili** ha l'obiettivo di aiutare le imprese a capire cosa significa concretamente creare valore durevole programmando interventi efficaci per migliorare le performance della propria organizzazione.

A oggi sono state realizzate le seguenti pubblicazioni:

- CSR: le buone pratiche europee Responsabilità sociale delle imprese: istruzioni per l'uso
 - Dieci volte CSR, dalla teoria alla pratica. Responsabilità, competitività, innovazione sociale in Piemonte
 - Vademecum per la progettazione di Laboratori Territoriali di CSR
 - L'importanza delle risorse umane: focus sul welfare aziendale
 - La sostenibilità ambientale: come innovare processi e prodotti in chiave responsabile
 - Dalla CSR alla Corporate Social Innovation
 - Semplici, efficaci, innovative: azioni CSR alla portata di tutti
 - Competitività e processi collaborativi. Reti e filiere tra imprese: i vantaggi delle collaborazioni orizzontali e verticali
 - CSR e Cultura. Responsabilità sociale d'impresa e investimenti culturali: suggerimenti, idee, vantaggi
 - SI. Il vocabolario della social innovation
-
- CSRPiemonte: l'esperienza pilota dei Laboratori di Innovazione territoriale
 - Benefit Corporation. Nuove possibilità di fare impresa tra profit e non profit
 - L'innovazione sociale come circolo virtuoso. Nuovi modelli di collaborazione tra profit, no profit, pubblico e privato
 - Imprese, art bonus e CSR. Perché le imprese responsabili investono in arte e cultura
 - Fare rete per la sostenibilità.

Le pubblicazioni sono scaricabili all'indirizzo:
www.csрпиemonte.it/comunicazione/materiali_info.htm.

La collana Innovazione responsabile

La pubblicazione "L'innovazione sociale verso il futuro" inaugura una nuova collana di pubblicazioni dedicata ai temi e alle migliori esperienze di social innovation.

Il modulo formativo

IMPRESE RESPONSABILI. CSR, ISTRUZIONI PER L'USO

Modulo formativo dedicato agli studenti universitari e messo a disposizione delle imprese e delle organizzazioni interessate finalizzato alla diffusione degli obiettivi dell'agenda 2030, dei valori e degli strumenti di CSR e innovazione sociale.

